



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

**CARRERA DE TURISMO**

**“LODGE CON IDENTIDAD KARANKI PARA PROMOVER EL  
TURISMO RURAL EN LA COMUNA LA RINCONADA,  
ANGOCHAGUA, IMBABURA, ECUADOR”**

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

**AUTORES:** GUAMÁN MOLINA DAVID JEFFERSON  
MORALES TAYA JENIFFER CAROLINA

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

Ibarra - 2022

## APROBACIÓN DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

Certifico que el Trabajo de Grado "**LODGE CON IDENTIDAD KARANKI PARA PROMOVER EL TURISMO RURAL EN LA COMUNA LA RINCONADA, ANGOCHAGUA, IMBABURA, ECUADOR**", ha sido realizado en su totalidad por la señorita Jeniffer Carolina Morales Taya, portadora de la cédula de identidad número 100387365-8 y, el señor David Jefferson Guamán Molina, portador de la cédula de identidad 100414253-3. El documento cumple con los requisitos para ser sometido a defensa pública ante un tribunal evaluador.



.....  
MSC. GALO OSWALDO ECHEVERRÍA CACHIPUENDO

DOCENTE

C.I. 171364266-6



## 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:	100387365-8	
APELLIDOS Y NOMBRES:	Morales Taya Jeniffer Carolina	
DIRECCIÓN:	Comunidad Alambuela – Cotacachi	
EMAIL:	jcmoralest1@utn.edu.ec	
TELÉFONO FIJO:	0939188774	TELÉFONO MÓVIL: 0980038636

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	Lodge con identidad Karanki para promover el turismo rural en la comuna La Rinconada, Angochagua, Imbabura, Ecuador.
AUTOR (ES):	Morales Taya Jeniffer Carolina; Guamán Molina David Jefferson
FECHA: DD/MM/AAAA	07/02/2022
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Licenciada en Turismo
ASESOR /DIRECTOR:	Msc. Echeverría Cachipueno Galo Oswaldo

#### 2. CONSTANCIAS

El autor (es) manifiesta (n) que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es (son) el (los) titular (es) de los derechos patrimoniales, por lo que asume (n) la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá (n) en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 07 días del mes de febrero de 2022

EL AUTOR:

(Firma).....  


Nombre: Jeniffer Carolina Morales Taya



## UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

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

#### 1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

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

DATOS DE CONTACTO			
<b>CÉDULA DE IDENTIDAD:</b>	100414253-3		
<b>APELLIDOS Y NOMBRES:</b>	Guamán Molina David Jefferson		
<b>DIRECCIÓN:</b>	Sigsiloma-La Magdalena-Angochagua		
<b>EMAIL:</b>	djguamanm@utn.edu.ec		
<b>TELÉFONO FIJO:</b>	0991929429	<b>TELÉFONO MÓVIL:</b>	0968218056

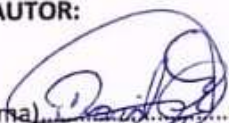
DATOS DE LA OBRA	
<b>TÍTULO:</b>	Lodge con identidad Karanki para promover el turismo rural en la comuna La Rinconada, Angochagua, Imbabura, Ecuador.
<b>AUTOR (ES):</b>	Morales Taya Jeniffer Carolina; Guamán Molina David Jefferson
<b>FECHA: DD/MM/AAAA</b>	07/02/2022
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
<b>PROGRAMA:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> <b>PREGRADO</b> <input type="checkbox"/> <b>POSGRADO</b>
<b>TÍTULO POR EL QUE OPTA:</b>	Licenciado en Turismo
<b>ASESOR /DIRECTOR:</b>	MSc. Echeverría Cachipueno Galo Oswaldo

#### 2. CONSTANCIAS

El autor (es) manifiesta (n) que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto, la obra es original y que es (son) el (los) titular (es) de los derechos patrimoniales, por lo que asume (n) la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá (n) en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 07 días del mes de febrero de 2022

**EL AUTOR:**

(Firma) 

Nombre: Guamán Molina David Jefferson

## DEDICATORIA

Este trabajo lo dedicamos con ahínco a los precursores del pueblo *kichwa karanki*, así como a sus descendientes portadores y guardianes de la memoria ancestral que se ha mantenido pese a los cambios sociales y al paso del tiempo. También a aquellas personas que valoran y muestran interés por la forma de vida de los pueblos originarios y la conservación de la riqueza natural que garantizan un equilibrio y armonía dentro de su cosmovisión; por último, a las iniciativas turísticas que buscan integrar actividades económicas afines para el beneficio de la comunidad local.

**David Guamán & Jeniffer Morales**

## **AGRADECIMIENTO**

En primera instancia, agradezco a Dios por su infinita bondad, generosidad y por ser mi gran fortaleza. A mis padres, que con sacrificio y amor incondicional me han apoyado a lo largo de mi formación profesional, ellos son un pilar fundamental de mi existencia y mi mayor fuente de inspiración.

A mis hermanos, Byron, Nicole y Emily que con su cariño y confianza me han motivado a cumplir mis logros. A mis queridos docentes por su dedicación, paciencia y sobre todo las valiosas enseñanzas que nos han impartido a lo largo de la carrera; en especial a nuestra tutora técnica Phd. Nhorita Benítez por su predisposición, interés y entrega, su ayuda fue esencial en la realización de este trabajo.

A la gloriosa Universidad Técnica del Norte, por abrirme sus puertas y darme los recursos necesarios para mi formación académica y de esta manera cumplir mi más anhelado sueño de ser una profesional del turismo.

**Jeniffer Carolina Morales Taya**

Agradezco a mi Dios por la vida, la salud y la sabiduría con la cual pude cumplir mi meta de preparación académica, a pesar de los obstáculos presentados en el camino, todo gracias a su fortaleza, a mis padres Rosita y Elías que sembraron en mi la importancia del trabajo y el esfuerzo, a mi amada esposa Elizabeth por su apoyo incondicional y paciencia, a mis hermanas por estar siempre pendientes en mis necesidades, a mis amigos de carrera con los cuales pude compartir y conocer nuevas experiencias y a mi amiga y compañera de trabajo Jeniffer Morales por ser responsable y firme.

Agradezco al equipo de docentes que con sus conocimientos me instruyeron por la senda profesional sin faltar a su compromiso y dedicación, a mi tutor técnico Phd Nhora Benítez que desde mis primeros pasos en la carrera confió en mi capacidad, ratificándolo constantemente y en especial por su paciencia y el don de corregir los errores. A mi querida y excelentísima Universidad Técnica del Norte, mi segundo hogar, la cual me abrigó para moldearme con el cincel del conocimiento y bruñirme a través de ética profesional. A todos ustedes gracias doy por hacer posible la culminación de nuestro trabajo.

**David Jefferson Guamán Molina**

## Índice

APROBACIÓN DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO .....	II
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN .....	III
DEDICATORIA .....	V
AGRADECIMIENTO .....	VI
Índice .....	VII
Índice de tablas .....	XI
Índice de figuras .....	XV
Resumen .....	XVII
Abstract .....	XVIII
Introducción .....	XIX
Objetivos.....	XXI
Objetivo general.....	XXI
Objetivos específicos .....	XXI
CAPÍTULO I.....	22
1.    Antecedentes .....	22
1.1.    Diagnóstico .....	22
1.2.    Propuesta de la idea de negocio.....	24
1.3.    Innovación y pertinencia de la idea de negocio.....	25
1.4.    Factores que intervienen en la puesta en marcha de la idea de negocio 26	
1.4.1.    Análisis de la industria .....	26
1.5.    Riesgos y oportunidades de la idea de negocio .....	29
1.6.    Fundamentación teórica .....	30
1.6.1.    El territorio karanki.....	31
1.6.2.    Alojamiento turístico.....	38
1.6.3.    Turismo rural .....	39
1.6.4.    Cultura y patrimonio .....	40
1.6.5.    Patrimonio.....	41



1.7. Marco legal.....	44
CAPÍTULO II.....	48
2. Estudio de mercado .....	48
2.1. Diseño de la investigación de mercado.....	48
2.1.1. Tipos de enfoques .....	49
2.1.2. Tipos de investigación .....	50
2.1.3. Tipos de muestreo y cálculos de la muestra.....	51
2.1.4. Instrumentos para la recolección de datos.....	54
2.1.5. Resultados y discusión .....	55
2.2. Segmentación de mercados .....	69
2.3. Análisis de la oferta .....	71
2.4. Proyección de la competencia.....	75
2.5. Análisis de la demanda.....	77
2.5.1. Demanda por servicio .....	77
2.6. Proyección de la demanda.....	81
2.7. Demanda insatisfecha.....	82
CAPÍTULO III.....	86
3. Estudio Técnico administrativo.....	86
3.1. Análisis y determinación de la localización óptima del proyecto.....	86
3.1.1. Macro localización .....	86
3.1.2. Micro localización.....	92
3.2. Identificación y descripción de los procesos.....	95
3.2.1. Caracterización y diseño del producto .....	95
3.2.2. Descripción del proceso productivo o prestación del servicio ....	107
3.3. Ingeniería del proyecto .....	115
3.3.1. Distribución de la planta.....	115
3.3.2. Diseño planimétrico de la planta .....	121
3.3.3. Requerimientos por áreas .....	129
3.4. Inversiones y capital de trabajo .....	139
3.4.1. Obra civil necesaria .....	139



3.4.2. Maquinaria y equipos .....	147
3.4.3. Capital de trabajo (Contrato de trabajadores, materia prima, insumos, servicios básicos, etc.) .....	154
3.4.4. Total de inversión .....	160
3.4.5. Plan de financiación, recursos propios, prestamos, subvenciones de otras entidades y capitalización. ....	160
3.5. Estructura organizativa y administrativa .....	161
3.5.1. Misión .....	161
3.5.2. Visión .....	161
3.5.3. Políticas .....	162
3.5.4. Valores .....	162
3.5.5. Organigrama .....	163
3.5.6. Manual de funciones .....	165
3.5.7. Flujograma de actividades .....	171
3.6. Constitución legal de la empresa y propiedad intelectual .....	175
3.6.1. Constitución legal de la empresa .....	175
3.2.1. Propiedad intelectual .....	176
CAPÍTULO IV .....	177
4. PLAN DE COMERCIALIZACIÓN Y MARKETING .....	177
4.1. Nombre comercial de la empresa (branding) .....	177
4.2. Canales de distribución .....	179
4.3. Publicidad .....	181
4.4. Ampliación posible de la gama de productos .....	185
4.5. Investigación y análisis de las estrategias y métodos de mercadeo más apropiadas a utilizar. ....	185
4.5.1. Fam trip .....	185
4.5.2. Alianzas-convenios estratégicos .....	186
4.5.3. Auspicios en eventos .....	186
4.5.4. Eventos de actividades familiares .....	187

4.5.5. Ferias agro-artesanales .....	187
CAPÍTULO V .....	188
5. Estudio económico .....	188
5.1. Balance de situación inicial.....	188
5.2. Tabla de amortización .....	189
5.3. Cálculo del costo del capital .....	189
5.4. Flujo de efectivo del año 1 .....	190
5.5. Flujo de caja .....	192
5.6. Evaluación del proyecto VAN y TIR .....	193
5.7. Punto de equilibrio multi producto .....	193
CAPÍTULO VI .....	195
6. ESTUDIO AMBIENTAL .....	195
6. 1. Título.....	195
6.2. Objetivos .....	195
6.3. Diagnóstico del lugar .....	195
6.4. Definición de las acciones y actividades del emprendimiento .....	196
6.5. Factores ambientales del proyecto.....	197
6.6. Definición de método .....	201
6.6.1. Clasificación de rangos para impactos.....	202
6.7. Aplicación del método de Leopold modificado .....	203
6.7.1. Matriz resumen.....	208
6.7.2. Jerarquización .....	210
6.8. Plan de manejo ambiental .....	212
7. Conclusiones.....	216
8. Recomendaciones.....	218
9. Bibliografía.....	219
10. Anexos .....	223

## Índice de tablas

<b>Tabla 1</b> Patrimonio cultural inmaterial de la parroquia Angochagua. ....	23
<b>Tabla 2</b> Situación actual del macroambiente y la competencia existente ....	26
<b>Tabla 3</b> Esquema de fundamentación teórica.....	30
<b>Tabla 4</b> Principales materiales de construcción .....	36
<b>Tabla 5</b> Esquema para la fundamentación legal .....	44
<b>Tabla 6</b> Componentes de la investigación de mercados .....	49
<b>Tabla 7</b> Cálculo de la población.....	52
<b>Tabla 8</b> Valor de Z de acuerdo con el nivel de confianza.....	53
<b>Tabla 9</b> Valor de d según el nivel de confianza.....	53
<b>Tabla 10</b> Segmentación de mercados .....	69
<b>Tabla 11</b> Atractivos turísticos de la comuna La Rinconada.....	71
<b>Tabla 12</b> Oferta de actividades.....	72
<b>Tabla 13</b> Oferta de la competencia.....	74
<b>Tabla 14</b> Cantidad de turistas que utilizaron los servicios de la competencia. .....	75
<b>Tabla 15</b> Proyección de la oferta .....	76
<b>Tabla 16</b> Demanda potencial del emprendimiento .....	77
<b>Tabla 17</b> Servicios por paquete .....	78
<b>Tabla 18</b> Referencia de la demanda por servicio para el primer año de funcionamiento.....	80
<b>Tabla 19</b> Proyección de la demanda .....	81
<b>Tabla 20</b> Proyección de la demanda insatisfecha .....	82
<b>Tabla 21</b> Porcentaje para captar la demanda insatisfecha .....	83
<b>Tabla 22</b> Proyección de la demanda objetiva .....	83
<b>Tabla 23</b> Proyección de la demanda objetiva .....	84
<b>Tabla 24</b> Ubicación del proyecto.....	86
<b>Tabla 25</b> Localización de los posibles consumidores del emprendimiento..	88
<b>Tabla 26</b> Materiales e insumos de acuerdo con las etapas que tendrá el Lodge .....	90
<b>Tabla 27</b> Coordenadas de la ubicación del “Kárun Lodge” .....	93
<b>Tabla 28</b> Productos de “Kárun Lodge” .....	95
<b>Tabla 29</b> Descripción de los precios referenciales.....	97
<b>Tabla 30</b> Descripción y caracterización de las cabañas.....	98

<b>Tabla 31</b> Menú del establecimiento .....	100
<b>Tabla 32</b> Actividades lúdicas. ....	102
<b>Tabla 33</b> Recorridos de la sala etnográfica.....	103
<b>Tabla 34</b> Caracterización de los senderos interpretativos.....	104
<b>Tabla 35</b> Caracterización de la zona de camping. ....	105
<b>Tabla 36</b> Canyoning por la cascada .....	106
<b>Tabla 37</b> Descripción de los principales proveedores .....	106
<b>Tabla 38</b> Detalle del proceso por producto/ servicio .....	107
<b>Tabla 39</b> Entradas para el restaurante.....	111
<b>Tabla 40</b> Platos fuertes.....	112
<b>Tabla 41</b> Bebidas y postres .....	113
<b>Tabla 42</b> Menú del día.....	114
<b>Tabla 43</b> Distribución general del establecimiento.....	115
<b>Tabla 44</b> Especies consideradas para la implementación en los espacios verdes .....	118
<b>Tabla 45</b> Descripción de la señalética del establecimiento .....	120
<b>Tabla 46</b> Requerimientos de equipos para “Kárun Lodge” .....	129
<b>Tabla 47</b> Requerimiento de vehículo .....	130
<b>Tabla 48</b> Requerimientos de mobiliario para “Kárun Lodge” .....	130
<b>Tabla 49</b> Requerimientos de equipos de cómputo para “Kárun Lodge” .....	136
<b>Tabla 50</b> Requerimientos de menaje y lencería para “Kárun Lodge” .....	136
<b>Tabla 51</b> Listado de rubros con el material, mano de obra y equipo por unidad .....	140
<b>Tabla 52</b> Presupuesto total de la obra civil .....	144
<b>Tabla 53</b> Rubro de infraestructura turística .....	147
<b>Tabla 54</b> Requerimientos para el ingreso, parqueadero y área multiuso ...	148
<b>Tabla 55</b> Requerimientos para el área de administración y recepción .....	148
<b>Tabla 56</b> Requerimiento el área de lavandería, bodega y jardinería .....	149
<b>Tabla 57</b> Requerimientos para el área de alojamiento.....	149
<b>Tabla 58</b> Requerimientos para el área de restaurante y cocina .....	150
<b>Tabla 59</b> Requerimientos para el área de la sala etnográfica, taller de alfarería y tienda de souvenirs. ....	152
<b>Tabla 60</b> Capital de materia prima para el área de camping y canyoning ..	153
<b>Tabla 61</b> Requerimiento de señalética para el establecimiento .....	153

<b>Tabla 62</b> Requerimiento de vehículo para “Kárun Lodge” .....	153
<b>Tabla 63</b> Requerimientos de costo por servicios básicos .....	154
<b>Tabla 64</b> Requerimientos de costo por sueldos y salarios .....	154
<b>Tabla 65</b> Capital de materia prima para el área de alimentación .....	155
<b>Tabla 66</b> Capital de insumos para “Kárun Lodge” .....	157
<b>Tabla 67</b> Capital de suministros de oficina para “Kárun Lodge” .....	158
<b>Tabla 68</b> Capital de publicidad para “Kárun Lodge” .....	159
<b>Tabla 69</b> Permisos de funcionamiento para “Kárun Lodge” .....	159
<b>Tabla 70</b> Costos de instalación para “Kárun Lodge” .....	160
<b>Tabla 71</b> Inversión para “Kárun Lodge” .....	160
<b>Tabla 72</b> Detalle del plan de financiamiento para “Kárun Lodge” .....	161
<b>Tabla 73</b> Ficha de trabajo para el gerente administrador .....	165
<b>Tabla 74</b> Ficha de trabajo el recepcionista/ caja recepción .....	167
<b>Tabla 75</b> Ficha de trabajo para el guía .....	168
<b>Tabla 76</b> Ficha de trabajo para el chef .....	169
<b>Tabla 77</b> Ficha de trabajo para el camarero .....	170
<b>Tabla 78</b> Componentes del logotipo .....	178
<b>Tabla 79</b> Gama cromática del Lodge .....	179
<b>Tabla 80</b> Entidades dentro del marco de alianzas .....	186
<b>Tabla 81</b> Tabla de amortización para el préstamo bancario .....	189
<b>Tabla 82</b> Cálculo del costo de capital .....	189
<b>Tabla 83</b> Detalle del VAN y TIR .....	193
<b>Tabla 84</b> Actividades del Lodge en la etapa de construcción y operación .....	196
<b>Tabla 85</b> Identificación de los factores .....	198
<b>Tabla 86</b> Identificación de los impactos ambientales en la etapa de construcción .....	199
<b>Tabla 87</b> Identificación de los impactos ambientales en la etapa de operación .....	200
<b>Tabla 88</b> Escala interpretativa de valoración .....	201
<b>Tabla 89</b> Escala de evaluación del índice de impactos positivos .....	202
<b>Tabla 90</b> Escala de evaluación del índice de impactos negativos .....	202
<b>Tabla 91</b> Evaluación de los impactos del medio biofísico en la etapa de construcción .....	203

<b>Tabla 92</b> Evaluación de los impactos del medio biótico en la etapa de construcción.....	204
<b>Tabla 93</b> Evaluación de los impactos del medio económico en la etapa de construcción.....	204
<b>Tabla 94</b> Evaluación de los impactos del medio biofísico en la etapa de operación .....	205
<b>Tabla 95</b> Evaluación de los impactos del medio biótico en la etapa de operación .....	206
<b>Tabla 96</b> Evaluación de los impactos del medio cultural recreativo en la etapa de operación .....	206
<b>Tabla 97</b> Evaluación de los impactos del medio económico en la etapa de operación .....	207
<b>Tabla 98</b> Matriz de resumen cromática para la fase de construcción.....	208
<b>Tabla 99</b> Matriz de resumen cromática para la fase de operación. ....	209
<b>Tabla 100</b> Jerarquización de los impactos en la etapa de construcción.....	210
<b>Tabla 101</b> Jerarquización de los impactos en la etapa de construcción.....	211
<b>Tabla 102</b> Plan de manejo ambiental .....	213

## Índice de figuras

<b>Figura 1</b> Clasificación del patrimonio.....	41
<b>Figura 2</b> Ingresos destinados para actividades turísticas .....	55
<b>Figura 3</b> Frecuencia de desplazamiento y personas que acompañan en el viaje (pregunta 11 y 16) .....	56
<b>Figura 4</b> Preferencias del tipo de turismo .....	57
<b>Figura 5</b> Lugares visitados anteriormente para practicar el turismo rural....	57
<b>Figura 6</b> Número de visitas a La Rinconada durante el año 2020 .....	58
<b>Figura 7</b> Manifestaciones culturales de La Rinconada .....	59
<b>Figura 8</b> Atractivos naturales localizados en La Rinconada.....	60
<b>Figura 9</b> Percepción acerca de la identidad karanki .....	61
<b>Figura 10</b> Competencia y aceptación del proyecto (pregunta 23 y 24) .....	62
<b>Figura 11</b> Estilo arquitectónico y preferencias para la construcción .....	62
<b>Figura 12</b> Ingresos mensuales y el estilo arquitectónico del establecimiento (preguntas 9 y 25) .....	63
<b>Figura 13</b> Características de las instalaciones .....	64
<b>Figura 14</b> Estado civil y la estadía en el establecimiento (preguntas 3 y 29) .....	65
<b>Figura 15</b> Relación de las actividades con el tiempo de estadía .....	66
<b>Figura 16</b> Disponibilidad de pago .....	67
<b>Figura 17</b> Canales de difusión.....	68
<b>Figura 18</b> Demanda por servicios.....	78
<b>Figura 19</b> Oferta gastronómica del Lodge. ....	79
<b>Figura 20</b> Precios por cada paquete .....	80
<b>Figura 21</b> Macro Localización de la provincia de Imbabura .....	86
<b>Figura 22</b> Localización de la parroquia de Angochagua. ....	89
<b>Figura 23</b> Mapa geográfico de la comuna de la Rinconada.....	93
<b>Figura 24</b> Croquis de los predios en los cuales se implementará el proyecto .....	94
<b>Figura 25</b> Lote donde se ejecutará el proyecto.....	94
<b>Figura 26</b> Plano general de “Kárun Lodge” .....	121
<b>Figura 27</b> Área de alojamiento .....	122
<b>Figura 28</b> Área interactiva .....	122
<b>Figura 29</b> Área de camping y huertos orgánicos .....	123



<b>Figura 30</b> Baño social, bodega y lavandería .....	124
<b>Figura 31</b> Área cultural (primera planta) .....	124
<b>Figura 32</b> Área cultural (segunda planta) .....	125
<b>Figura 33</b> Área multiuso .....	125
<b>Figura 34</b> Área de restaurante .....	126
<b>Figura 35</b> Cabaña estilo chuklla primera planta (izq) y segunda planta (dch) .....	126
<b>Figura 36</b> Cabaña estilo Muyuy wasi (primera planta) .....	127
<b>Figura 37</b> Cabaña estilo Muyuy wasi (segunda planta) .....	127
<b>Figura 38</b> Baños y bodega en el área de camping .....	128
<b>Figura 39</b> Área de parrillada .....	128
<b>Figura 40</b> Organigrama funcional para “Kárun Lodge” . .....	164
<b>Figura 41</b> Organigrama de puestos para “Kárun Lodge” . .....	164
<b>Figura 42</b> Flujograma para el servicio de alojamiento .....	172
<b>Figura 43</b> Flujograma para el servicio de restauración .....	173
<b>Figura 44</b> Flujograma para las actividades complementarias del establecimiento .....	174
<b>Figura 45</b> Logotipo de la empresa.....	178
<b>Figura 46</b> Modelo de las tarjetas de presentación .....	182
<b>Figura 47</b> Modelo de afiche publicitario .....	182
<b>Figura 48</b> Paquete turístico a la sombra de la kurikinga .....	183
<b>Figura 49</b> Paquete turístico “Sacando la pereza” (Full day).....	184
<b>Figura 50</b> Paquete turístico “El sol que moja” .....	184
<b>Figura 51</b> Modelo de la página web para “Kárun Lodge” .....	185
<b>Figura 52</b> Situación inicial de “Kárun Lodge” .....	188
<b>Figura 53</b> Ingresos en el flujo del año 1 para “Kárun Lodge” .....	190
<b>Figura 54</b> Egresos en el flujo del año 1 para “Kárun Lodge” .....	191
<b>Figura 55</b> Flujo proyectado para diez años .....	192
<b>Figura 56</b> Punto de equilibrio para “Kárun Lodge” .....	194
<b>Figura 57</b> Ilustración del punto de equilibrio .....	194
<b>Figura 58</b> Jerarquización de los impactos positivos y negativos en la etapa de construcción.....	210
<b>Figura 59</b> Impactos positivos en la etapa de operación .....	211
<b>Figura 60</b> Impactos negativos en la etapa de operación .....	212

## Resumen

La presente propuesta de emprendimiento surge con la finalidad de visibilizar y revalorizar el patrimonio cultural y natural del pueblo *kichwa karanki* a través de un estudio de factibilidad de un *Lodge* con características identitarias. El establecimiento representa un negocio de carácter familiar, comprende instalaciones temáticas de estilos propios e integra el alojamiento con actividades recreativas y culturales. Se aplicó una investigación exploratoria de campo por medio de encuestas, fichas de observación y entrevistas aplicadas al público local, a los emprendimientos y a los turistas que arribaban a la comuna. Fue importante la revisión bibliográfica para diagnosticar el lugar a través de una ficha de situación inicial. En lo que refiere al estudio técnico se recurrió a la herramienta *Autocad 2021* para la elaboración de los planos y en el estudio ambiental se empleó el método de Leopold modificado. Los resultados muestran que el sector no ha desarrollado el servicio de alojamiento y actividades complementarias que fomenten la revalorización de su patrimonio; sin embargo, cuenta con un potencial turístico. Además, el estudio de mercado demuestra una aceptabilidad del 94% con respecto a la propuesta en un segmento familiar. Finalmente, el estudio financiero comprueba la recuperación del capital al cuarto año de funcionamiento. Los estudios anteriores han permitido determinar la factibilidad del proyecto.

### **Abstract**

The present entrepreneurship proposal arises with the purpose of making visible and revaluing the cultural and natural heritage of the *kichwa karanki* people through a feasibility study of a *Lodge* with identity characteristics. The establishment represents a family business, includes themed facilities of its own styles, and integrates accommodation with recreational and cultural activities. An exploratory field research was applied by means of surveys, observation files and interviews applied to the local public, businesses and tourists who arrived in the commune. A bibliographic review was necessary to diagnose the place through an initial situation card. Regarding the technical study, the Autocad 2021 tool was used to prepare the plans and the modified Leopold method was used in the environmental study. The results show that the sector has not developed the accommodation service and complementary activities that promote the revaluation of its heritage, however, it has tourist potential. In addition, the market study shows an acceptability of 94% with respect to the proposal in a family segment. Finally, the financial study verifies the recovery of capital in the fourth year of operation. Previous studies have made it possible to determine the feasibility of the project.

## Introducción

El turismo es una actividad que permite a las comunidades, regiones y al país dinamizar su economía local, que a la vez demanda de un servicio de calidad presente en los atractivos del lugar. Además, se distingue de las demás por contribuir con la revalorización y preservación del patrimonio cultural y natural.

Con el paso del tiempo y la asimilación de nuevas corrientes culturales en los pueblos originarios del Ecuador se hace notoria la aculturación, síntoma de que los más jóvenes poco o nada conservan la forma de vida, saberes, idioma, vestimenta entre las principales manifestaciones culturales. Respecto a ello se cita a los siguientes autores:

En el presente, los diferentes Pueblos Kichwas del Ecuador presentan algunos problemas graduales, como son: la conciencia corporal, que implica la pérdida del vestido, música, danza y arte; la conciencia espiritual, relacionada con los principios, saberes orientadores, comportamiento y espiritualidad; la pérdida de las lenguas maternas, por parte de niños y jóvenes; y el deterioro y pérdida del patrimonio cultural material. (Benítez N., Hernández A., Gurría J., Cisneros F. & Cisneros L., 2016)

Con este panorama, el presente documento está encaminado a realizar un estudio de factibilidad para la implementación de un *Lodge* con identidad *karanki* que promueva el turismo rural en la comuna La Rinconada, Angochagua, Imbabura, Ecuador. Mismo que priorizará la visibilización de la cultura local.

Este trabajo contiene seis capítulos, de los cuales el primero aborda el diagnóstico de la comuna la Rinconada y en general de la parroquia Angochagua mediante una ficha de situación actual del macro ambiente y de la competencia existente, un análisis FODA. El segundo capítulo presenta los resultados del estudio de mercado obtenidos mediante una investigación exploratoria de campo con un enfoque mixto, utilizando las encuestas y la entrevista para la recolección de información que permite identificar el segmento de mercado.

El tercer capítulo abarca la localización del proyecto, el detalle de los productos a ofertar, la ingeniería con sus respectivos planos, la inversión total requerida y la estructura organizativa. El capítulo cuatro detalla la conformación de la marca, los canales de distribución a utilizarse y las estrategias de comercialización de los productos.

El quinto capítulo comprende el estudio financiero económico, la situación inicial, los flujos de los activos y una vez analizados el TIR y el VAN, la determinación de factibilidad del proyecto. El último capítulo consiste en la evaluación de impactos ambientales que generará el presente proyecto.

## Objetivos

### Objetivo general

Desarrollar un estudio de factibilidad para la implementación de un *Lodge* con identidad *karanki* para promover el turismo rural en la comuna La Rinconada-Angochagua- Imbabura-Ecuador.

### Objetivos específicos

- Determinar la situación actual de la comuna La Rinconada para la implementación de un *Lodge* con identidad *karanki*.
- Establecer la oferta y la demanda a través de un estudio de mercado.
- Definir un estudio técnico administrativo del emprendimiento.
- Diseñar un estudio de comercialización y marketing para el emprendimiento.
- Estimar los impactos ambientales que generará la creación del *Lodge*.
- Demostrar la factibilidad del proyecto a través de un estudio económico.

## CAPÍTULO I

### 1. Antecedentes

#### 1.1. Diagnóstico

La parroquia de Angochagua es una de las más antiguas de toda la provincia, de acuerdo con la Ley de división territorial fue registrada el 28 de mayo de 1861 (Díaz, 2011). Se conoce por la tradición oral de los *taytakuna* (los más mayores) que Angochagua se conformó por los indígenas llamados Pedro, José y Miguel Angochagua, de los cuales no se tiene un registro de su descendencia ya que se extinguieron hace 250 años.

Angochagua se encuentra organizada en seis comunas: La Magdalena, Angochagua, Zuleta, Chilco, Cochás y La Rinconada, esta última tiene atractivos importantes como cascadas, páramos de bosques primarios, y elevaciones volcánicas, además de la riqueza cultural connotada en el pueblo *karanki*. Está localizada al suroriente del cantón Ibarra a 14,3 km, siguiendo la vía asfaltada Ibarra-Zuleta hasta el desvío de Sigiloma para continuar en una vía empedrada.

Caracterizada por un clima ecuatorial de alta montaña, su temperatura es 10° C. (varía según la temporada), tiene una precipitación de 2250-2500 mm los meses de mayor precipitación van de febrero a mayo, y de menor precipitación de octubre a enero, se observa la presencia de frecuentes neblinas y lluvias en la zona.

El 92% de la población se identifica como *kichwa* hablante; entre sus características identitarias sobresalen su arquitectura, gastronomía, prácticas agrícolas, artesanías entre otras. Este pueblo ancestral ha pasado por varios cambios, producto de la historia, desde su desarrollo, la invasión incaica, la colonización y el régimen de hacienda, este último insidió en que la población vaya perdiendo su identidad a cambio han asimilado prácticas y costumbres occidentales.

Al encontrarse rodeada desde su fundación por dos haciendas principales Zuleta y La Magdalena entre otras de menor tamaño como *Cochicaranqui*<sup>1</sup> y La

---

<sup>1</sup> El término *Cochicaranqui* alude a la zona que había sido pantanosa en la época precolonial. En los potreros de la Hacienda Zuleta, llamada hasta el S. XVIII *Cochicaranqui* de Zuleta, todavía se observa el mayor complejo de "tolas" conocido hasta el momento (Moreno Yáñez, 1988: 46-47). A más de la hacienda *Cochicaranqui* de Zuleta había la de *Cochicaranqui* de la Merced, en dirección hacia Pesillo, y la de *Cochicaranqui* de las Monjas, ubicada valle abajo. (Borchart de Moreno, 2007, p. 43)



Merced su economía funcionó en base a la agricultura y crianza de animales pequeños en los infortunados Huasipungos a partir de la reforma agraria en 1960.

Con tres cargas a la vez, la invasión incaica, la colonización y el régimen de hacienda, el territorio *karanki* fue ensombrecido en la historia, registros, simbología, identidad, entre otras son temas que quedan todavía por investigar; a pesar de estos sucesos, este pueblo milenario conserva aún en la memoria de sus habitantes sus costumbres, idioma, en sus conocimientos, es decir en su día a día.

En cuanto al patrimonio natural las comunas con mayor riqueza son: Angochagua, Zuleta y La Rinconada, esto se debe a su ubicación geográfica, situadas en la cuenca del río Mira y asentadas en la cordillera oriental, lo que da lugar a una biodiversidad de flora y fauna. Por otro lado, las tres comunas restantes como: La Magdalena, Chilco, Cochas se encuentran en las estribaciones volcánicas del Cubilche, Cunrru, Cusín, Panka Ladera, donde se encuentran lagunas y pajonales que conjuntamente aportan a la diversidad natural.

Según el inventario del GAD Parroquial Angochagua conserva algunos hitos patrimoniales que se presentan a continuación:

**Tabla 1**

*Patrimonio cultural inmaterial de la parroquia Angochagua.*

<b>Tipología</b>	<b>Nombre</b>	<b>Ubicación</b>
Vestuario y textiles	Vestimenta tradicional de cada sector	Angochagua
Instrumentos musicales	Gaitas o instrumentos de vientos	La Magdalena
Arquitectura vernácula	Casas de bahareque y paja	
Tradiciones y expresiones orales	Cuentos, leyendas: La <i>Tullpa</i> mama	La Magdalena
	Coplas Juegos mortuorios	Zuleta La Rinconada
Usos sociales rituales y actos festivos	Calendario agrícola <i>Inti Raymi</i> <i>Chaki mayllay</i>	Angochagua

Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo	Medicina tradicional Gastronomía: champús, pan en horno de leña	Angochagua
Técnicas, artesanales y tradicionales	Bordados a mano Alfarería Artesanías en madera Artesanías en fibra	Angochagua La Rinconada

*Nota:* La tabla contiene las principales manifestaciones culturales de los *kichwas karanki*. Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial GAD Parroquial Angochagua (2020).

En el cuadro no se describen las edificaciones patrimoniales como las haciendas (La Magdalena y Zuleta), mismos que se encuentran en predios privados, razón por la cual, la investigación de sus características se ve limitada. Además, el legado ancestral abarca un conjunto de pirámides con rampa y múltiples tolas funerarias, inscripciones en piedra (petroglifo) como es el caso del mapa con arte rupestre de *Huituk*<sup>2</sup>, que evidencian la notable presencia de los *karanki*.

El turismo en la comuna La Rinconada se ha incrementado de forma gradual con el mejoramiento de la vía asfaltada, permitiendo su conexión con las ciudades principales como Ibarra, Otavalo Cayambe y Quito; por lo cual, los lugareños ofrecen un turismo rural debido a las potencialidades del entorno.

## 1.2. Propuesta de la idea de negocio

Analizando la situación geográfica, social, cultural y económica ya mencionados en un inicio, se muestra que, dentro del territorio cantonal y en esencia en las parroquias rurales no existe un alojamiento que visibilice la identidad del pueblo *kichwa karanki*, un grupo humano importante a lo largo de la historia del norte del país.

El propósito de este proyecto consiste en revalorizar el patrimonio cultural de la comuna La Rinconada, alineándose al servicio de un alojamiento temático que ofrezca actividades culturales y de naturaleza, desarrolladas en un ambiente rural; que realcen la identidad del pueblo *karanki*, aprovechando su ubicación ancestral y astronómica a través de la creación de un *Lodge* en la comuna que

<sup>2</sup> "En la Rinconada de Cochicaranqui y en el ascenso a la Cordillera hay un sitio llamado Juito, en Cayapa: "Tierra de espíritus". En él vemos una elipse, símbolo de Huiracocha, la Serpiente Cósmica y varias representaciones antropomorfas" (Haro, 1979).

permita apreciar la forma de vida, arquitectura, historia, prácticas, conocimiento, con una oferta de calidad e identidad enfocada en la investigación de la cultura, conservación y preservación de la riqueza.

El emprendimiento es de carácter privado (familiar) direccionado a diversificar la oferta turística a través del turismo rural, presentando de manera lúdica la riqueza cultural de la comuna. Entre sus principales servicios se encontrarán: un restaurante con productos tradicionales, donde resalten las técnicas culinarias propias de los *kichwa karanki* como son el uso de utensilios de barro y madera, la cocción en leña, preparación de carnes ahumadas entre otras.

Además, el lugar contará con senderos temáticos en los cuales es posible explorar y disfrutar nuevas experiencias en la naturaleza, para ello contamos con el servicio de guías locales, el entorno permite la práctica deportes extremos, como el *canyoning* en la cascada *Artizun*, donde es posible apreciar la belleza paisajística del lugar. También contemplará una sala etnográfica que difunda el conocimiento y la forma de vida de los *karanki*.

Para desarrollar toda la temática del *Lodge* será indispensable contar con la participación de los miembros de la comuna, aprovechando sus conocimientos en arquitectura, técnicas artesanales, técnicas agrícolas, gastronomía, música y danza, generando de esta manera fuentes de empleo para los habitantes de la localidad y así dinamizar su economía.

### **1.3. Innovación y pertinencia de la idea de negocio**

Más que una necesidad se ha visto como una oportunidad la creación de un establecimiento que cuente con el servicio de hospedaje con arquitectura *kichwa karanki* alineada a la comodidad y el confort, donde el turista logre satisfacer su paladar y cuidar su salud alimenticia deleitándose con la gastronomía preparada a base de productos cultivados de forma orgánica en la *chakra*.

También ofrecerá experiencias vivenciales con los *kichwa runakuna* en el que se recrea el patrimonio cultural inmaterial (tradiciones y expresiones orales; conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo; técnicas tradicionales artesanales; festividades) entorno a sus costumbres, prácticas, arquitectura, elaboración de artesanías en arcilla y madera de forma educativa y lúdica, prácticas agrícolas, música y elaboración de instrumentos de viento como ocarinas y gaitas disfrutando del espacio recreacional junto a la familia en un lugar cerca de la ciudad, pero lejos del quehacer cotidiano.

El valor agregado al *Lodge* con identidad *karanki* será la forma arquitectónica de las cabañas caracterizadas por su diseño ovalado y rectangular, con el techo de paja prominente, rodeadas por especies de flora nativa, con instalaciones de calidad donde su exterior mantenga la armonía del sitio.

Además, habrá una sala etnográfica donde se desarrollarán actividades teórico prácticas, entorno a la elaboración de artesanías e instrumentos musicales de viento lúdicas, recreación e investigación, dirigidas para los grupos estudiantiles ya que el patrimonio ha de generar un valor importante para la academia.

Sus lineamientos son:

- Hospedaje
- Turismo rural
- Recreación
- Alimentación

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

En la siguiente tabla se indica la situación actual del macroambiente y la competencia existente en la parroquia Angochagua:

##### 1.4.1. Análisis de la industria

**Tabla 2**

*Situación actual del macroambiente y la competencia existente*



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICA**



**Carrera de Turismo**

#### DATOS DEL DOCENTE

**NOMBRE:** Msc. Oswaldo Echeverría

**SEMESTRE:** Octavo

**ASIGNATURA:** Proyectos turísticos

**FECHA ENTREGA:** 11 de diciembre del 2020

**INTEGRANTES**  
Guamán Molina David Jefferson  
Morales Taya Jeniffer Carolina

**TEMA/EMPREDIMIENTO:** “*Lodge* con identidad *karanki* para promover el turismo rural en la comuna La Rinconada-Angochagua, Imbabura, Ecuador”.

---

**MATRIZ FACTORES QUE INTERVIENEN EN LA IDEA DE NEGOCIO**


---

**1.4.1 ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA**


---

<b>Situación macroambiente</b>	<b>Político - Legal</b>	<p>Para la implementación del <i>Lodge</i> se han considerado la siguiente normativa:          La Constitución del Ecuador: art. 25, 57,264, 379.          Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU: Objetivo 13          Convenio Núm. 169 de la OIT sobre Pueblos Indígenas y Tribales: art. 23          Ley de Turismo: art. 3, 5.          Reglamento a la ley de Turismo: art. 43.          Reglamento de alojamiento turístico: art. 12.</p>
	<b>Socio cultural</b>	<p>La comuna La Rinconada se encuentra localizada en la parroquia rural de Angochagua, ubica en las estribaciones de la cordillera oriental, por esta razón goza de una gran belleza paisajística y recursos naturales excepcionales; a esto se suma la riqueza cultural como resultado de la historia del lugar y la presencia del pueblo <i>kichwa karanki</i> que presenta un importante patrimonio cultural material e inmaterial que han mantenido a lo largo del tiempo y con su correcto aprovechamiento, serán elementos claves para el desarrollo de este emprendimiento. Dada la importancia de este grupo humano, es indispensable conservar, difundir y revalorizar el patrimonio presente, para fortalecer la identidad cultural de la localidad.</p>
	<b>Económico</b>	<p>La agricultura consiste en la principal actividad ocupacional de la población de la comuna La Rinconada, además de la silvicultura, pesca, artesanías y manufactura, en esta última actividad, las mujeres encuentran una importante fuente de ingresos sobre todo para proveer de bordados a sectores turísticos como la Hacienda Zuleta; sin duda, todas estas actividades representan un gran potencial para este proyecto. En cuanto a las actividades turísticas existe un porcentaje</p>

---

representativo de emprendimientos en toda la parroquia Angochagua y específicamente en la comuna la Rinconada; las pocas iniciativas que han surgido cuentan con ciertas deficiencias que no les han permitido tener el resultado que esperaban. Con la creación de nuestro *Lodge* aspiramos visibilizar la identidad del pueblo *kichwa karanki* y a su vez generar fuentes de trabajo para sus habitantes, de esta manera mejorar la calidad de vida.

---

### **Tecnológico**

Debido a la falta de cobertura en la parroquia Angochagua, los servicios de telecomunicaciones, así como de internet son deficientes en algunas zonas, especialmente en ciertos atractivos que se encuentran alejados. Esto puede representar un problema para el emprendimiento, pues en la actualidad la comunicación resulta indispensable para este mundo globalizado.

---

### **Medio Ambiental**

La comuna La Rinconada cuenta con una ubicación geográfica privilegiada, esto da lugar a recursos naturales y atractivos extraordinarios que pueden ser aprovechados con fines turísticos. Con la creación del emprendimiento se pretende construir senderos temáticos que permitan apreciar cada elemento de la naturaleza, aplicando el principio de sostenibilidad y así obtener una armonía con el medio ambiente.

---

### **Situación competitiva**

#### **Infraestructura**

Los establecimientos de alojamiento de la comuna son escasos, existen dos, el museo Malta Huasi que cuenta con la oferta de camping en *talaqueras* (especie de chozas) con una cabaña para hospedaje y el paradero Jhon que tiene instalaciones adecuadas en una casa familiar donde se incorporan cuatro habitaciones con baño compartido. Se percibe la ausencia de innovación y calidad.

A nivel de la parroquia existen alojamientos, entre los más representativos se encuentran: la Hacienda Zuleta, Casa

---

---

Carmita (Zuleta) y Pondo Wasi (La Magdalena).

---

**Inversiones de la industria**

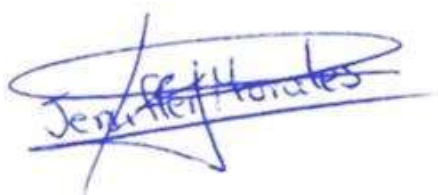
La comuna como tal ha generado iniciativas para desarrollar el turismo; sin embargo, no se ha visibilizado resultados positivos, en cuanto al GAD Parroquial por el momento no se cuenta con la información actualizada con respecto a nuevos proyectos que promuevan el desarrollo del turismo local.

---

**Número/competidores**

Dos establecimientos locales y tres a nivel de la parroquia

---





---

**FIRMA ESTUDIANTE**

---

**FIRMA ESTUDIANTE**

---

*Nota:* La gráfica describe los factores del macroentorno considerados para el emprendiendo. PDYOT (2020).

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

Es necesario tomar en cuenta los riesgos y oportunidades que aparecerán en la propuesta del emprendimiento aplicados a la realidad; por ello, es de vital importancia realizar un análisis FODA que nos permita tener una vista panorámica de nuestro emprendimiento.

#### **Fortalezas**

- Único *Lodge* con rasgos identitarios *karanki* de la parroquia Angochagua.
- Oferta diversificada (alojamiento, restaurante, turismo rural)
- Personal capacitado
- Instalaciones temáticas de calidad
- Atención personalizada
- Terreno propio

#### **Oportunidades**

- La presencia del pueblo *kichwa karanki*



- Riqueza natural y paisajística (ubicación geográfica)
- Generar fuentes de empleo para los residentes de la comuna y de la parroquia.
- Menú variado (gastronomía local orgánica)
- Vía de acceso principal E35 en óptimas condiciones.
- Demanda de nuevos productos turísticos de calidad.

### **Debilidades**

- Poca experiencia en el campo laboral
- Al ser un emprendimiento que empieza a surgir, no contamos con un posicionamiento en el mercado.
- La actividad turística no despierta el interés de sus habitantes
- Espacios limitados
- No contamos con alianzas estratégicas

### **Amenazas**

- Desastres naturales
- Pandemia: rebrote del Covid 19
- Falta de productos turísticos complementarios en la zona.
- Servicios básicos incompletos (calidad de internet).
- Pondo Wasi competencia por su posicionamiento en la mente del consumidor.

## **1.6. Fundamentación teórica**

Para el sustentar la creación del emprendimiento en el sector turístico designado, se considerará términos más relevantes entorno a la temática identificados, en la siguiente tabla para luego detallar mediante una investigación bibliográfica:

**Tabla 3**

*Esquema de fundamentación teórica*

<b>Temas generales</b>	<b>Subtemas</b>
El territorio <i>karanki</i>	Origen Idioma Ubicación Agricultura Arquitectura y vivienda

Alojamiento	Definición Características Clasificación ( <i>Lodge</i> )
Turismo rural	
Patrimonio	Patrimonio natural Patrimonio cultural material e inmaterial.

### **1.6.1. El territorio karanki**

Por lo que se refiere a las generalidades de los grupos étnicos que habitaron el territorio *karanki*, es preciso acudir a los registros documentados de autores y académicos como los cronistas de indias, tales como Cieza de León, 1967; Poma de Ayala 1936 y Espinoza Soriano, 1973, los dos primeros presentando la conquista incaica; entre otros pertenecientes a la academia como Udo Oberem, 1981. No obstante, se convierte en un reto de interpretación para la academia, la cual no debe caer en el error de dar afirmaciones sin que estas sean reproducibles para los demás.

Con respecto a cómo conquistó el territorio los incas, Cieza de León (1985, citado por Lozano, 1991) manifiesta lo siguiente:

Dio poder grande al gobernador de Quito; por toda la comarca del Quito puso gobernadores suyos y delegados i mando que en Caranqui hobiese guarnición de gente ordinaria para paz y guerra y de otras tierras puso gente en éstas y destas mandó sacar para llevar en las otras. (p. 56)

En este sentido, al momento que el Inca hizo dicho intercambio, como lo menciona el autor, se pudo redistribuir el territorio trayendo así prácticas del nuevo imperio, algo que asegura un segundo autor, “Desgraciadamente no sabemos todavía de qué regiones provenían estos mítmacuna, dato que sería importante de conocer, a fin de poder reconstruir mejor la cultura autóctona de los Caranquis” (Poma de Ayala, 1936, citado en Lozano, 1991).

En la actualidad con estudios recientes se hace mención como territorio *karanki* a los tres grupos étnicos que sojuzgaban la zona norte de la sierra ecuatorial; a lo cual, los centros de confederación más importantes fueron los *kayambi*, *karanki* y Otavalo, con rasgos y costumbres características de cada uno, pero a la vez relacionados con el idioma, el comercio, y su cosmovisión. Villegas (1977) sostiene sobre los rasgos característicos:

Estos grupos humanos demostraron características comunes en sus formas de vida, en sus ocupaciones vitales, presentando a las claras una identidad cultural propia, fueron Caranqui-Cayapa-Colorados, cuyo estilo existencial se manifiesta en su idioma, en sus ritos, en sus costumbres y todas las demás manifestaciones anímicas transmisibles de generación en generación. (p. 89)

#### 1.6.1.1. *Origen*

Los *karanki*, una nación subyugada en primera instancia por los Incas y en poco tiempo por la invasión española, es considerado como un pueblo que tuvo trascendencia y que ha logrado plasmar registros visuales dentro de su ubicación geográfica como petroglifos, lugares importantes y prácticas artesanales y agrícolas que han sido posible mediante la conservación de la oralidad, dejando huellas palpables en la historia. Villegas (1977) propone lo siguiente en cuanto al origen de la etnia *karanki*: “hasta esta dilatada y pintoresca altiplanicie llegaron por primera vez varios desprendimientos Chibcha-Barbacoas ...la familia Chibcha se extendió desde el Lago de Nicaragua, hasta el litoral ecuatoriano, representada por la Confederación Caranqui-Cayapa-Colorado” (p. 50).

#### 1.6.1.2. *Idioma*

Hoy en día los habitantes que forman parte del territorio que perteneció al territorio *karanki* hablan dos idiomas, el español y el *kichwa*, es triste porque la consecuencia de las conquistas extranjeras fue la pérdida de la lengua del verdadero *karanki* y este último hoy por hoy está en riesgo de desaparición ya que muchas comunidades indígenas han abandonado la práctica de la transmisión oral. Pero en el antigua país *karanki* se hablaba el idioma Barbacoa, así lo afirma Villegas (1977), “el idioma Cara se emparentaba con el Sajchila, Cayapa, Koaiker y Sindagua, consecuentemente, esta lengua no es sino un dialecto del Barbacoa, distanciado y reformado por la acción del tiempo y del espacio, que parece se tratara de un idioma distinto” (p. 51).

#### 1.6.1.3. *Ubicación*

En presente los grupos sociales que se denominan descendientes de la cultura *karanki* se encuentran ubicados en las parroquias de la Esperanza, Angochagua, Mariano Acosta, Ambuquí entre otras; sin embargo, el territorio preincaico tuvo una extensión fuera de los límites vigentes ya mencionados, así lo manifiesta Oberem (1981):

El hábitat de los antiguos Caranquis se encuentra en la Sierra septentrional ecuatoriana. Dos cordilleras, de una altura entre 3.000 y cerca de 6.000 m. encierran hoyas separadas entre sí por "nudos" de alrededor de 3.500 m. de altura. Estas hoyas tienen su desagüe en los ríos que a través de angostos valles rompen las Cordilleras tanto hacia el este como hacia el oeste. Por lo general estos valles, como los del Chota y del Guayllabamba, reciben escasa precipitación, pero debido a su situación protegida y las elevadas temperaturas que en ellos reinan, es posible el cultivo de plantas subtropicales a base de irrigación artificial. (p. 76)

El área de mayor influencia que tuvo este grupo étnico fue la extensión que actualmente corresponden a las provincias de Pichincha e Imbabura. El investigador hace mención del territorio *karanki*:

Esta comunidad tuvo por límites los siguientes: por el Norte, el río Chota; por el Sur, el río Guayllabamba y por el Oriente y Occidente las cordilleras Andinas, incluyendo las poblaciones de Carapungo, Pomasqui y Pifo en la actual provincia de Pichincha. (Villegas, 1977, p. 49)

Además, el asentamiento formaba parte de la red de caminos principales de la época, es por eso por lo que se menciona, "Caranqui, a más de ser "el paraje de mejor clima y fertilidad", estaba en el trayecto del *Qhapaq Ñan*... Geográficamente, Caranqui estaba en un sitio estratégico para el control de los pueblos ya sometidos y los por conquistar" (Cieza de León, 1554, citado en Bray & Echeverría, 2010, p. 6).

En el presente, al mencionar la zona de Angochagua son notorias sus particularidades en cuanto al sitio que formó parte de este vasto territorio, que desde su nombre resalta lo mencionado por el autor anterior, la denominación como "Guardián del territorio que mira desde arriba"<sup>3</sup>, por eso no es de sorprenderse que en su época los *karanki* solo bastan ascender a uno de sus miradores como el *Muchanakuk Rumi* para constatar lo que fue.

#### 1.6.1.4. Agricultura

La ubicación, su geografía y clima dio paso a un tipo de organización más central e integradora para los demás pueblos aledaños, permitió la conformación

---

<sup>3</sup> Angochagua, vocablo conformado por: *Ana* en Chapalá que significa territorio, *Ko´* que es ojo guardián, *Cha* en Panzaleo igual a bosque y *Wa* es loma, que con esta descripción podría ser la loma del Cunro. (Lic. C. Andrade, conferencia, 26 de mayo de 2021).

de las confederaciones, en cuanto a lo que refiere, Carrasco (2020) determina a *karanki* como “la gran confederación de señoríos Otavalo-Cayambe-Caranqui que cuenta con una clase élite centralizadora, que va monopolizando el acceso a enclaves reducidos de producción de recursos estratégicos como la coca, el algodón y el ají” (p. 16).

La región presenta las características descritas por Oberem (1981), se considera la particularidad del sitio con respecto a la micro verticalidad presente en su geografía, razón por la cual es posible tener diferentes pisos climáticos desde valles secos hasta suelos humíferos en los páramos.

Los productos que con mayor fuerza se cultivaban fueron el maíz y los tubérculos como papas, mellocos, ocas, mashua; no obstante, se podía encontrar cultivos producidos en los valles hasta los que se sembraban sobre los 3000 m.s.n.m. Se conoce que existían otros cultivos debido a la variedad de microclimas, el territorio de los “Carangues era de tierra fructuosa, de abundantes sembríos de maíz, papas y otras semillas...Como todos los serranos, fueron agricultores. Cultivaban maíz, papas, habas, camotes, altramuces o chochos, muchas yerbas (Vásquez, 1630, citado en Espinosa, 1988, p. 127). Cabe señalar que las condiciones climáticas eran sin duda un motivo para fortalecer las alianzas y evitar conflictos, por la misma razón de contar con una variedad de productos, el mismo autor adiciona lo siguiente:

Sus cosechas variaban de acuerdo con los terrenos de cada parcialidad. Las mejor aprovechadas estaban en los valles interandinos, donde cultivaban maíz y calabazas. En las alturas acopiaban papas y otros tubérculos. El algodón, coca y yucas sólo en los valles desérticos, secos y calientes. En algunas áreas emplearon el riego. De todas maneras, fueron las papas, maíz y quinua sus principales productos alimenticios. (p. 128)

Se puede notar que se menciona un sistema de riego, conformado por canales, acueductos o represas, las cuales permitían contar con cultivos todo el año y en un espacio geográfico al cual lograban trasladarse y volver en una jornada, de esta manera lo confirma Salgado, (2006, citado por Carrasco, 2020) “con el dominio de la agricultura y la producción de excedentes, así como la organización del sistema de riego y el desarrollo del intercambio...se agruparon en complejos señoríos étnicos o curacazgos (p. 25).

Adicional al sistema de irrigación se puede visibilizar pocas construcciones de camellones y terrazas implementadas en dos sentidos, con respecto a la primera propicio para suelos bajos y de fácil inundación y el segundo óptimo para terrenos escarpados y con una geografía accidentada, 2000 has incluido Angochagua y 1738 has respectivamente. Esta última con mayor presencia en la zona de Pimampiro (Knnap, 1987).

#### 1.6.1.5. Vivienda

En la actualidad las viviendas del sector han tomado un giro acelerado en cuanto a su diseño y aquellos materiales que han llegado a remplazar a los precedentes, es más común notar la presencia de modelos cúbicos como en las grandes ciudades, estructuras de hormigón armado que rompen con la armonía del entorno.

Por otra parte, existe una minoría de infraestructuras que datan de la época colonial y republicana donde sobresalen las moradas de tapial con techo de teja, pero, es lamentable encontrar unas pocas casas de paja y bahareque. Algo que todavía se conserva en la memoria y en la práctica es la construcción contraria al sistema urbanístico como antes, “residía dispersa en sus chacras aisladas y/o en sus poquísimas aldehuelas” (La Porte, 1797, citado Espinosa, 1988, p. 117).

Ahora bien, los testimonios de los habitantes y al notar aquellas evidencias estructurales de la arquitectura vernácula del sector, se define dos modelos característicos, el primero, como una vivienda familiar denominada *Muyuy wasi*, con una medida de doce varas de largo y ancho, (cerca de ocho metros) un techo prominente de paja similar a unas cuatro aguas, paredes de bahareque con una sola entrada y sin ventanas. La segunda que cumplía la función de cuidar las cementeras o a su vez los animales, sobre todo, era utilizada en los ritos que tenían lugar en el *sawari punlla*, tenía una dimensión en la que cabía una tendal o cama, aproximadamente de tres varas a lo largo y ancho, (2.40m) con el techo en forma de bohío y en algunos casos suspendida del suelo por pequeños pilares, se la conoce con el nombre de *chuklla*.

Además, el autor antepuesto presenta indicios de las características de los materiales que se utilizaban, a ello argumenta:

La materia con que fabricaban sus viviendas se reducía a lodo y adobe, pero una tierra de buenísima calidad para lo uno y lo otro, de manera que

resultaban tan duraderas y permanentes cual, si hubieran sido de piedra, siempre y cuando las aguas no cayeran en las paredes descubiertas. (p. 138)

**Tabla 4**

*Principales materiales de construcción*

<b>Espacio</b>	<b>Material</b>	<b>Traducción</b>	<b>Descripción y uso</b>
Esquinas y a dos varas (0.84)	<i>Killu chaklla</i>	Vara amarilla	Especie de pilar a forma de horquetas para sujetar la pared y el techo.
Pared	<i>Turu allpa</i>	Mezcla de barro	Incorporación de la paja al barro negro posteriormente pisado por una yunta.
Pared y techo	<i>Chaklla</i>	Varas	
Techo y pared	<i>Uksha</i>	Paja de páramo	Se encuentra sobre los 3000 m.s.n.m., utilizada para cubrir el techo y la mezcla.
Techo	<i>Tranquilla</i>	Sujetadores	Madera que se colocaba por sobre las horquetas alrededor de la pared.
Techo	<i>Tijeras</i>	Tirantes	Madero que se utilizaban para soporte del techo en las esquinas.
Techo	<i>Bola Kaspi</i>	Palo rolliso	Sujetador de los tirantes y base para el amarre.
Techo	<i>Mantakiru</i>	Ramas tendidas	Especie de tirantes que iban de arriba hacia abajo.
Techo y pared	<i>Suru</i>	Variedad de carrizo	Se colocaba en el techo al través cada cuarta (mano) y en la pared a los dos lados del pilar (excepciones).
Casa	<i>Anku</i>	Guía de una planta	Estos servían para el amarre de toda la casa, tanto en la pared de bahareque como en la techumbre, algunas especies: <i>llachapa anku</i> , <i>туру anku</i> , <i>atzirintu</i> , <i>lluchu anku</i> considerado como el mejor.
Techo	<i>Shinka</i>	Atado o gavilla	Atados que facilitaban su manejo al momento de amarrar la paja.
Techo	<i>Wanku</i>	Carga	Contenía seis gavillas de paja

Nota: entrevista (*tayta*, Manuel Belensaca Espinosa, comunicación personal, 30 de mayo de 2021).

La construcción daba comienzo con la recolección y preparación de los materiales, a ello se sumaban las personas mediante la *minka* o también llamada *makipurarina*<sup>4</sup>, posibilitando los trabajos forzosos como la distribución de la madera y la paja localizadas en los páramos de *chilka*, *kibiantzi* y *urpiza* (en el caso de la Rinconada). Sobre esto Carrasco (2020) afirma que "...la madera necesaria para la cocción y construcción procedía de los bosques montanos interandinos" (p. 24).

Con respecto a la dimensión, procedencia del material y forma de organización, Céspedes (1573, citado por Espinosa, 1988) afirma lo siguiente:

En los parajes fríos, las chozas redondas eran bajas, con un techo de paja que llegaba al suelo. Su altura alcanzaba casi la estatura de un hombre. El maderamen estaba constituido por varas y varillas flexibles que traían de los bosques, la paja la recogían en los alrededores de sus casas. La construcción de uno de estos ranchos demandaba de dos a tres días, mediante el *ayni* o ayuda recíproca entre familias. (p. 141)

Posteriormente se cava los hoyos cada dos varas (1.60 aproximado) para colocar los pilares, seguido del amarrado de las varas transversas que luego permitirá sostener el *llunllí*<sup>5</sup>, esto se lo realiza solo con la mano. Para este proceso se prevé de la preparación del barro con la ayuda de una yunta.

En cuanto a la pared, la vivienda no tiene divisiones consta de un solo cuarto interior y un pequeño corredor donde se ubica la entrada, algo que menciona un investigador es la forma de distribución del espacio:

La falta de profilaxia debió ser notoria, pues convivían con sus animales domésticos (cuyes), no se preocupaban por la ventilación. Casi siempre poseían de una sola habitación que desempeñaba todos los servicios: fogón, dormitorio, refugio, cuyero. Y el suelo, de tierra pisada. (Rubio, 1947, citado en Espinosa, 1988, p. 142)

En cuanto a la armazón del techo comenzaba con la asegurada de los materiales (descritos arriba) entre sí y contra los pilares y tirantes, logrando la sujeción de la vivienda en un solo cuerpo. Para la colocación de la paja se procede a regar la paja y entretejerla (*shiwana*<sup>6</sup>) y distribuirla en todo el techo,

---

<sup>4</sup> Brindar ayuda cuando alguien de la comunidad necesita apoyo.

<sup>5</sup> Mezcla de barro y paja previamente dejado reposar y amasado en forma de bolas.

<sup>6</sup> Entretejer rápidamente para lograr hebras largas que traben los amarres.



para luego amarrar contra el *suru* en manojos. Es de imaginar cómo se veían recién construidas a cargo del *laní*<sup>7</sup>, lo que dice Espinosa (1988) presenta una idea, “eran de tipo bohío, o sea redondas y cubiertas con paja. Casi todas pequeñas, con sus paredes de palos gruesos entretejidos unos con otros, tarrajeados con barro por dentro y fuera” (p. 138).

### **1.6.2. Alojamiento turístico**

El alojamiento representa un espacio que incorpora las facilidades y requerimientos ofertados al público, necesarios para que un huésped pernocte, el cual incluye, infraestructura, alimentación, comodidades y en ciertos casos añaden actividades. Es un servicio turístico, por lo general presente en lugares de mayor concurrencia o sitios denominados como atractivos turísticos.

El Ministerio de Turismo del Ecuador (2016) define a la actividad turística de alojamiento como “una actividad turística que puede ser desarrollada por personas naturales o jurídicas, que consiste en la prestación remunerada del servicio de hospedaje no permanente, a huéspedes nacionales o extranjeros” (p. 1).

Sáenz. (2006), citado por Losano (2016), afirma lo siguiente acerca del alojamiento turístico:

A una gran variedad de prestaciones, desde establecimientos hoteleros y para hoteleros hasta departamentos o casas en alquiler, campings o cualquier otra modalidad que ofrezca este servicio. No sólo es una oferta diversa por su tipología, sino también por su forma de propiedad, desde empresas familiares, pymes, pequeñas sociedades a grandes cadenas que cotizan en bolsa. (p. 101)

Al inicio como lo dicta el reglamento de alojamiento turístico en el numeral uno del artículo 3, el servicio de alojamiento es hospedar de manera remunerada a turistas de procedencia local, nacional e internacional, así como agrega el segundo autor puede implementarse en cualquier tipo de estructura y modelo de organización.

#### **1.6.2.1. Lodge**

Se considera como una terminología actual para nombrar a los establecimientos localizados en zonas rurales, rodeados de naturaleza con

---

<sup>7</sup> El personaje principal y encargado de toda la obra.

características que no distorsionan el ambiente ni generan mayor impacto en el ecosistema, es decir buscan generar sostenibilidad.

El Mintur (2016) define al *Lodge* la siguiente manera:

Establecimiento de alojamiento turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje en habitaciones o cabañas privadas, con cuarto de baño y aseo privado y/o compartido conforme a su categoría. Ubicado en entornos naturales en los que se privilegia el paisaje y mantiene la armonización con el ambiente. Sirve de enclave para realizar excursiones organizadas, tales como observación de flora y fauna, culturas locales, caminatas por senderos, entre otros. Presta el servicio de alimentos y bebidas sin perjuicio de proporcionar otros servicios complementarios. (p. 12)

### **1.6.3. Turismo rural**

En la actualidad, debido a la emergencia sanitaria que ha golpeado el mundo entero, el turismo interno, especialmente el turismo rural ha tomado fuerza, pues las familias necesitan salir a visitar entornos naturales para afrontar esta difícil situación. Por lo tanto, el turismo se configura hoy en día, como una de las actividades más importantes en la integración y difusión de la cultura, ya que permite el intercambio de costumbres, que a su vez se convierten en fuentes de motivación para el consumo de la actividad (Guerrero & Ramos, 2015).

La modalidad del turismo rural ofrece una gran variedad de actividades recreativas, alojamientos y servicios complementarios que se desarrollan en el medio rural y está dirigida especialmente a las personas que buscan salir de la vida cotidiana, disfrutar del contacto con la naturaleza y con la comunidad local; es decir, el turismo rural consiste en la realización de actividades a partir del aprovechamiento de los recursos naturales y culturales presentes en su medio rural.

El turismo rural promueve la conservación, por lo tanto, tiene bajo impacto negativo en el ambiente natural y cultural y propicia el involucramiento activo socioeconómicamente como benéfico de las poblaciones locales que se integran en esta actividad. De acuerdo con Gutiérrez & Gerritsen (2011), uno de los principios básicos del turismo rural es la sostenibilidad; por ello, las actividades que se vayan a realizar deben mantener una armonía con el ambiente para no

alterar su equilibrio y/o atentar contra la integridad de la naturaleza y sus habitantes.

El turismo rural obtiene un protagonismo importante dentro del turismo sostenible, las personas que viven en este medio rural pueden generar su propia economía a partir de la producción de servicios turísticos que les permitan obtener ingresos y así mejorar la calidad de vida de sus familias y de la localidad.

El turismo rural nace como alternativa para el desarrollo local, se basa en principios de tipo ambiental, social, cultural y económico que protejan y prosperen los espacios rurales. A partir de este tipo de turismo, es posible generar un desarrollo sustentable; además se convierte en una estrategia para revalorizar el patrimonio natural y cultural. Esta actividad involucra a sectores marginados del mercado laboral como jóvenes, mujeres y adultos mayores, en la cual sobresale el papel de la mujer en la preservación de la cultura (Pérez, 2010).

En los últimos años, el interés del turismo ha ido cambiando, las preferencias hacia lo rural, lo ecológico, los paisajes naturales y la biodiversidad ha aumentado considerablemente; este nuevo enfoque del turismo ha contribuido a difundir el patrimonio cultural, así como el entorno natural y los atractivos turísticos que en él se encuentren, los paisajes de poblaciones campesinas e indígenas.

#### **1.6.4. Cultura y patrimonio**

Los atractivos culturales tienen un papel importante en el turismo, pues representan la identidad de una localidad. El turismo cultural tiene una buena acogida por parte de los turistas, quienes se sienten motivados por conocer las formas de vida de los distintos grupos humanos, así como sus diversas manifestaciones culturales.

Desde el punto de vista de Martínez de Anguita (2006): “No es posible comprender un territorio sin analizar la cultura que emana de sus gentes y el patrimonio que alberga” (p.147). Para conocer realmente cómo es una localidad, hay que prestar atención especial a cada uno de sus rasgos identitarios, cultura y desde luego el patrimonio donde se desenvuelven. En cuanto al patrimonio hay que tener en cuenta los siguientes aspectos:

- Cultura y patrimonio cultural pueden y deben ser utilizados como motor de desarrollo sociocultural, educativo y económico.

- Refuerzan la identidad colectiva, así como la identificación de la población con su territorio.
- Pueden contribuir a restablecer o reafirmar la autoestima de grupos marginados o minorías desfavorecidas, mediante el conocimiento del valor de lo propio.
- La puesta en valor del patrimonio cultural supone la recuperación de espacios degradados, la generación de empleo, la renovación de imagen de un territorio y la atracción del turismo, con el consiguiente aumento de ingresos económicos que eso supone. Para ello, es necesario transformar un “bien cultural” en un “producto turístico” mediante proyectos adecuadamente planificados, dimensionados y gestionados (Martínes de Anguita, 2006).

Con la puesta en valor de los bienes patrimoniales se debe buscar, por un lado, su rentabilidad sociocultural y económica y, por otro, la garantía de su transmisión intergrupal o generacional. Esto no quita que no se pueda olvidar que el patrimonio es dinámico y, por tanto, esa transmisión comprenda tanto el patrimonio en sí mismo (bienes materiales e inmateriales), como todo lo que repercute sobre el acto mismo de transmitir.

### **1.6.5. Patrimonio**

El patrimonio es parte esencial para que las movilizaciones turísticas sean posibles. En adelante, esta sección se encuentra establecida sobre la base de la información oficial del Ministerio Coordinador de Patrimonio (2012) que sostiene que:

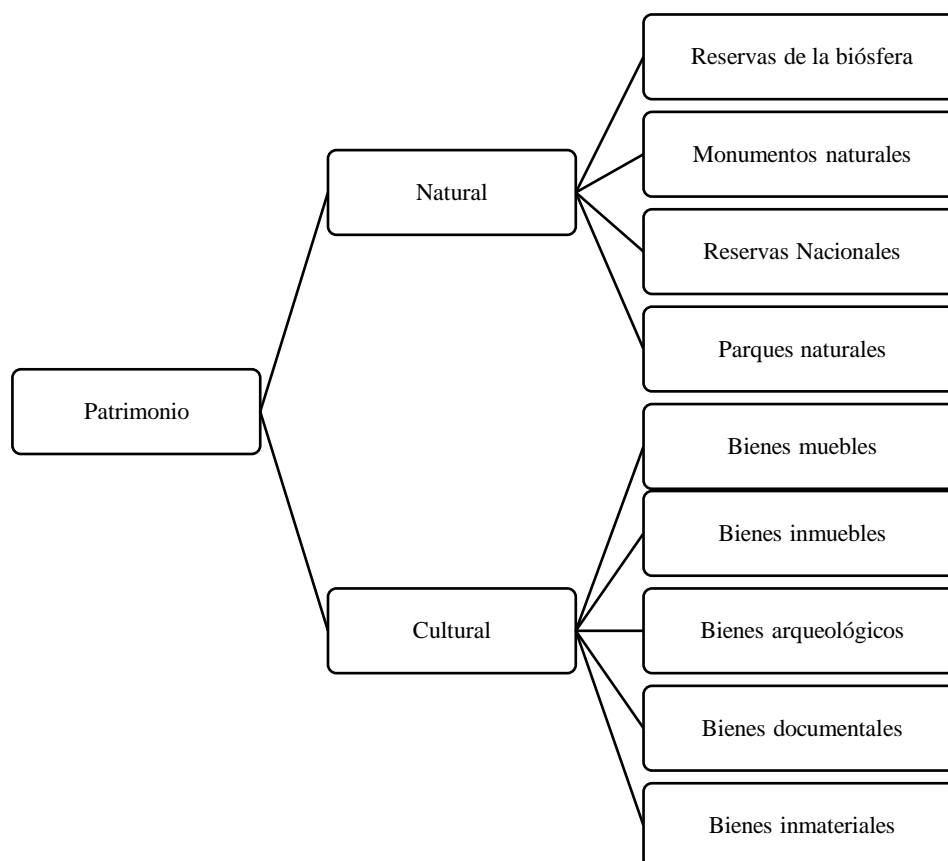
El patrimonio hace referencia a aquello que hemos heredado de nuestros padres y de la naturaleza y lo que queremos heredar a nuestros hijos y a las futuras generaciones; este legado se transmite de generación en generación y es la base sobre la que se cimienta la cultura, forma parte tanto de la colectividad de una sociedad, como de quienes la conforman individualmente.  
(p. 8)

#### **1.6.5.1. Clasificación general del patrimonio**

De acuerdo con la normativa del Instituto Nacional de Patrimonio Cultural, el patrimonio se clasifica de la siguiente manera.

### **Figura 1**

*Clasificación del patrimonio*



**Nota:** Tomado del Ministerio Coordinador de Patrimonio (2012).

#### 1.6.5.2. *Bienes inmuebles*

Los bienes inmuebles están constituidos por las obras o producciones humanas que no pueden trasladarse. En esta categoría se ubican los pueblos y ciudades, parques, plazas, caminos, vías y puentes y las arquitecturas: civil, religiosa, militar, monumental, moderna, vernácula y prehispánica; los cementerios, haciendas y molinos, que provienen de diversos momentos de la historia, desde la época colonial hasta nuestros días y que desde sus características estéticas, tecnológicas, constructivas, de autenticidad, diferente al tipo de valoración que se plantea en la parte superior, constituyen los conjuntos y paisajes construidos, también llamados paisajes culturales.

#### 1.6.5.3. *Bienes muebles*

El patrimonio mueble incluye todos los bienes culturales que pueden trasladarse de un lugar a otro. Son la evidencia material de un proceso de evolución de los pueblos y su entorno y la expresión artística, social, económica y cultural de un período histórico y un ámbito geográfico determinado. Está conformado por armamento, carpintería, documentos relevantes, industrial, equipo urbano, escultura, filatelia, instrumentos científicos, instrumentos

musicales, metalurgia, mobiliario utilitario, decoración mural, numismática, orfebrería, piedra tallada, pintura de caballete, retablo, textil, vitrales, yesería, medios de transporte, lapidaria, entre otros.

#### 1.6.5.4. *Bienes arqueológicos*

El patrimonio arqueológico comprende los vestigios más antiguos (lugares u objetos), dejados por antiguas civilizaciones que ocuparon el actual Ecuador, antes de la llegada de los europeos. Pueden encontrarse aislados o agrupados y corresponder a un asentamiento simple o complejo. Estas evidencias dan cuenta de la vida de los grupos, de sus estructuras habitacionales, centros ceremoniales y administrativos.

#### 1.6.5.5. *Bienes documentales*

Los bienes documentales tienen el objetivo de registrar, transmitir y conservar información de las actividades realizadas por las personas o instituciones públicas o privadas, en un lugar y fechas determinadas. Testimonios registrados en diversos tipos de soportes, como los manuscritos, libros antiguos y modernos, revistas, fotografías, placas de vidrio, daguerrotipos, albúminas, discos de pizarra y acetato, instrumentos musicales, partituras, casetes de audio, cintas de video y cinematográficas, que se encuentran en archivos, bibliotecas, fototecas, musicotecas y cinematecas públicas o privadas.

#### 1.6.5.6. *Patrimonio cultural inmaterial*

El patrimonio inmaterial o intangible, está ligado a la memoria y a la herencia en la medida en que su vigencia y representatividad genera procesos de identidad y de pertenencia en la comunidad. En este sentido, está conformado por las manifestaciones y expresiones cuyos saberes, conocimientos, técnicas y prácticas han sido transmitidos de generación en generación, recreados constantemente por las comunidades y grupos en función de su entorno, su interacción con la naturaleza y su historia. Este tipo de patrimonio se recrea constantemente y su transmisión se realiza principalmente por vía oral, que es también considerada un bien cultural inmaterial.

Muchos elementos del patrimonio cultural inmaterial pueden estar amenazados debido a los efectos de la globalización y la falta de medios de valorización y de entendimiento, factores que conducen al deterioro de las funciones y a la falta de interés hacia ellos entre las nuevas generaciones. Por

eso es importante crear conciencia en los jóvenes, niños y adolescentes acerca del valor del patrimonio inmaterial.

Dentro de los ámbitos del patrimonio cultural inmaterial se registran:

- Tradiciones y expresiones orales
- Artes del espectáculo
- Usos sociales rituales y actos festivos
- Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo
- Técnicas, artesanales y tradicionales

### 1.7. Marco legal

Para la creación del presente emprendiendo se revisó las normativas vigentes en el Ecuador, de los cuales se tomaron en cuenta artículos de la Constitución, la Ley de Turismo, el Reglamento a la Ley de Turismo, Ley de compañías y esencialmente en el Reglamento de Alojamiento Turístico como se detalla en la siguiente tabla:

**Tabla 5**

*Esquema para la fundamentación legal*

Norma	Artículos
Constitución de la República del Ecuador	<p><b>Art. 25.-</b> Las personas tienen derecho a gozar de los beneficios y aplicaciones del progreso científico y de los saberes ancestrales.</p>
	<p><b>Art. 57.-</b> 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:</p>
	<p><b>12.</b> Mantener, proteger y desarrollar los conocimientos colectivos; sus ciencias, tecnologías y saberes ancestrales; los recursos genéticos que contienen la diversidad biológica y la agrobiodiversidad; 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.</p> <p><b>13.</b> Mantener, recuperar, proteger, desarrollar y preservar su patrimonio cultural e histórico como parte indivisible del patrimonio del Ecuador. El Estado proveerá los recursos para el efecto.</p>

---

**Art. 57.-** Los gobiernos municipales tendrán las siguientes competencias exclusivas sin perjuicio de otras que determine la ley:

8. Preservar, mantener y difundir el patrimonio arquitectónico, cultural y natural del cantón y construir los espacios públicos para estos fines.

---

**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.

---

**Art. 3:** Son principios de la actividad turística, los siguientes:

a) La iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional;

b) La participación de los gobiernos provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de la descentralización;

c) El fomento de la infraestructura nacional y el mejoramiento de los servicios públicos básicos para garantizar la adecuada satisfacción de los turistas;

d) La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país; y,

e) La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afroecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en esta Ley y sus reglamentos.

Ley de Turismo



---

**De las actividades turísticas y de quienes las ejercen**

**Art. 5.-** Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:

- a. Alojamiento;
- b. Servicio de alimentos y bebidas;
- c. Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito;
- d. Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento;
- e. La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones; y, f. Casinos, salas de juego (bingo-mecánicos) hipódromos y parques de atracciones estables.

---

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

Reglamento a la Ley de Turismo

a) Alojamiento Se entiende por alojamiento turístico, 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; b) Servicio de alimentos y bebidas 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.

---

**Capítulo III**

**De la clasificación y categorización de los establecimientos de alojamiento turístico**

Reglamento de alojamiento turístico

**Art. 12.-** Clasificación de alojamiento turístico y nomenclatura. - Los establecimientos de alojamiento turístico se clasifican en:

c.3. *Lodge*. - Establecimiento de alojamiento turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje en habitaciones o cabañas privadas, con cuarto de baño y

---

---

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

---

Nota: Con base en Constitución del Ecuador (2008), Ley de Turismo (2014), Reglamento a la Ley de Turismo (2015), y el Reglamento de Alojamiento Turístico (2016).

## CAPÍTULO II

### 2. Estudio de mercado

El presente capítulo tiene la finalidad de definir y delimitar la cantidad de turistas que visitan la parroquia de Angochagua y que estarían dispuestos a adquirir el servicio de hospedaje o las actividades complementarias que ofrece el *Lodge* ubicado en la comuna La Rinconada.

El estudio de mercado consiste en la recolección de información relevante que permite asegurar si el proyecto en desarrollo tendrá acogida o no ante el público; es decir, su comportamiento de consumo ante un producto o servicio. Para tal efecto, Miranda (2003) argumenta que:

Se trata de la recopilación y análisis de antecedentes que permita determinar la conveniencia o no de ofrecer un bien o servicio para atender una necesidad, ya sea que esta se manifieste a través de la disposición de la comunidad a cubrir los precios o tarifas, o que se detecte a través de presiones sociales ejercidas por la comunidad. (p. 90)

#### 2.1. Diseño de la investigación de mercado

Para establecer el diseño de la investigación de mercado de una forma correcta es fundamental seleccionar la metodología a la necesidad informativa que requiere el proyecto, el enfoque propicio, el tipo de investigación que responde al área de estudio, el tipo de muestreo y junto a ello los instrumentos de recolección de datos aplicados *in situ*.

Palich (2010) propone que “la investigación de mercados puede definirse como la reunión, procesamiento, reporte e interpretación de la información de los mercados” (p. 188).

La investigación de mercado ayuda a la naciente empresa a tomar decisiones correctas en cuanto a los servicios ofertados, esta herramienta permitirá determinar cuáles son las tendencias y necesidades que se prevé satisfacer. También las características de sus componentes hacen del diseño de investigación un medio eficaz y eficiente con el cual cuenta el estudio de mercados, presentados a continuación:

**Tabla 6***Componentes de la investigación de mercados*

<b>1</b>	<b>Diseñar las fases exploratorias descriptiva y/o causal de la investigación</b>
<b>2</b>	Definir la información que se necesita
<b>3</b>	Especificar los procedimientos de medición y escalamiento
<b>4</b>	Construir y hacer la prueba piloto de un cuestionario (forma de entrevista) o una forma apropiada para la recolección de datos
<b>5</b>	Especificar el proceso de muestreo y el tamaño de la muestra
<b>6</b>	Desarrollar un plan para el análisis de los datos

**2.1.1. Tipos de enfoques**

Ante una sociedad cambiante se requiere de procesos dinámicos que permitan obtener menos errores al momento del cual el departamento de marketing resuelve tomar una decisión. A continuación, se describen los dos enfoques y el tercero que es la fusión de ambos.

**2.1.1.1. Enfoque cualitativo**

El enfoque cualitativo permite visualizar los gustos y preferencias que las personas buscan en un producto o servicio, caracterizada por puntualizar hasta el mínimo detalle de su comportamiento y aplicado en una población pequeña. Desde la posición de Vargas (2017) el enfoque cualitativo:

Se encarga de indagar en la mente del consumidor con el fin de conocer sus motivaciones y percepciones sobre su toma de decisiones en relación con los bienes y servicios que compra y/o utiliza. El objetivo es explorar las actitudes de los consumidores, el comportamiento y experiencias en general. Se caracteriza por ser rica en información y por profundizar en la información solicitada. (p. 17)

**2.1.1.2. Enfoque cuantitativo**

Si el anterior determinaba las características y cualidades de los consumidores el cuantitativo permite contar con información estadística, y permitiendo obtener indicadores numéricos confirmatorios, inferenciales y deductivos. Citando al mismo autor, el enfoque cuantitativo:

Busca obtener información de los hábitos de compra de los consumidores, indagando qué marcas prefieren los consumidores, datos como el qué, cuándo y dónde compran los bienes y servicios. La característica principal de este tipo de investigación es que los datos recolectados permiten obtener información estadística. Esto debido a que la información obtenida son datos en cantidades considerables de personas y permiten tomar decisiones de forma más rápida. ( Vargas, 2017, p. 18)

### **2.1.1.3. Enfoque mixto**

En este caso, para el estudio de mercado se utilizará el enfoque mixto porque permite identificar características cualitativas y cuantitativas, tomando en cuenta que la visibilización de la identidad *karanki* en temas de arquitectura y prácticas propias parcialmente conocidas por los habitantes locales y en mayor parte por los turistas. Empleando las palabras de Fernández & Pila (2014):

La integración sistemática de los métodos cuantitativo y cualitativo en un solo estudio con el fin de obtener una “fotografía” más completa del fenómeno, y señala que éstos pueden ser conjuntados de tal manera que las aproximaciones cuantitativa y cualitativa conserven sus estructuras y procedimientos originales. (p. 534)

Con respecto al concepto de los autores, el enfoque mixto es la fusión de los dos primeros, el cual proporciona una panorámica más completa del mercado meta, que posibilita la integración y análisis de los resultados.

### **2.1.2. Tipos de investigación**

Para un análisis más detallado se agregan dos componentes adicionales, que forman parte del diseño de investigación y a su vez favorecen su comprensión; puesto que, no todas las personas tienen las mismas exigencias al momento de elegir un producto o servicio turístico.

#### **2.1.2.1. Descriptiva**

Como el nombre lo indica, esta tipología permite explicar de manera minuciosa las características principales, elementos fundamentales y las funciones del mercado que no se pueden cuantificar, y que aportarán información clave para el desarrollo de la investigación.

Tal como lo define Malhotra (2008) “Es un tipo de investigación concluyente que tiene como principal objetivo la descripción de algo, por lo regular las características o funciones del mercado” (p. 79).

### **2.1.2.2. Exploratoria**

El mismo autor afirma que el objetivo principal de la investigación exploratoria es proporcionar información y comprensión del problema que enfrenta el investigador. Este tipo de investigación se utiliza en los casos donde es necesario definir el problema con más precisión, identificar los cursos de acción pertinentes y obtener información adicional antes de que pueda desarrollarse un enfoque. (Malhotra, 2008)

El concepto antes mencionado establece y encaja en la necesidad del proyecto, ya que las aplicaciones de los instrumentos de recolección de información permitirán delimitar la situación actual de la oferta turística que propone el *Lodge*.

### **2.1.3. Tipos de muestreo y cálculos de la muestra**

Para el presente trabajo, el muestreo será de gran utilidad al momento de calcular el tamaño de la muestra de acuerdo con la población, además se utilizará el método de muestreo no probabilístico y finito por conveniencia. La finalidad es estudiar el segmento de turistas que visitan la comuna La Rinconada y qué porcentaje estarían dispuestos a adquirir los servicios de hospedaje, restauración y actividades complementarias de un *Lodge* identitario. Gutiérrez (2016) indica que el muestreo es un procedimiento que responde a la necesidad de información estadística precisa sobre la población y los conjuntos de elementos que la conforman; el muestreo trata con investigaciones parciales sobre la población que apuntan a inferir a la población completa.

#### **2.1.3.1. Población (N)**

Es el gran conjunto de elementos, objetos o sujetos, con características definidas. Las poblaciones pueden ser finitas e infinitas.

El tamaño de la población se calculó de acuerdo al número de visitantes que ingresaron en los cuatro últimos meses del año 2020 (registro de ingreso de turistas proporcionado por el cabildo de la comuna La Rinconada); con estos datos se procedió a obtener la media ( $X$ ), cabe mencionar que este registro corresponde al número de turistas que visitaron esta comuna durante los fines

de semana, así como días festivos, que por lo general son fechas donde existe un mayor desplazamiento hacia los destinos turísticos.

**Tabla 7**

*Cálculo de la población*

Mes	Nro. de visitas
Septiembre	150
Octubre	365
Noviembre	390
Diciembre	200

*Nota:* Los valores de la tabla corresponden a datos proporcionados por el cabildo de la comuna La Rinconada.

$$X = \frac{X_1 + X_2 + X_3 + X_4}{N} = \frac{150 + 365 + 390 + 200}{4} = 276.25$$

Al efectuar los cálculos correspondientes, se determinó que la media de la población es igual a 276.25 y redondeando este valor se obtiene el resultado final de la media (X) son 276 personas. Luego de esto se proceden a realizar las demás operaciones para conocer el número de personas ideal del tamaño de la muestra.

### 2.1.3.2. Muestra (n)

Es una parte o subconjunto de una población seleccionada de tal modo que ponga en manifiesto las propiedades de la población a la que pertenece. Ante la imposibilidad de estudiar toda la población, la muestra es una buena alternativa para recabar datos, esto permite que los investigadores usen una cantidad representativa para obtener resultados certeros.

#### Cálculo del tamaño de la muestra

Una vez calculada la población, el siguiente paso es la obtención de la muestra, para lo cual se utiliza la fórmula de acuerdo con la autora Aguilar (2005).

$$n = \frac{N Z^2 S^2}{d^2 (N-1) + Z^2 S^2}$$

Dónde:

**n** = tamaño de la muestra

**N** = tamaño de la población

**Z** = valor de Z crítico, calculado en las tablas del área de la curva normal.

Llamado también nivel de confianza.

**S** = varianza de la población en estudio (que es el cuadrado de la desviación estándar y puede obtenerse de estudios similares).

**d** = nivel de precisión absoluta. Referido a la amplitud del intervalo de confianza deseado en la determinación del valor promedio de la variable en estudio.

El nivel de confianza deseado (Z): Indica el grado de confianza que se tendrá de que el valor verdadero del parámetro en la población se encuentre en la muestra calculada. Cuanta más confianza se desee, será más elevado el número de sujetos necesarios; por lo general se utiliza 1,96; sin embargo, este valor varía de acuerdo con la necesidad.

**Tabla 8**

*Valor de Z de acuerdo con el nivel de confianza*

<b>% error</b>	<b>Nivel de confianza</b>	<b>Valor de Z calculado en tablas</b>
<b>1</b>	99	2.58
<b>5</b>	95	1.96
<b>10</b>	90	1.645

La precisión absoluta (d) es la amplitud deseada del intervalo de confianza a ambos lados del valor real de la diferencia entre las dos proporciones.

**Tabla 9**

*Valor de d según el nivel de confianza*

<b>%</b>	<b>Valor d</b>
<b>90</b>	0.1
<b>95</b>	0.05
<b>99</b>	0.001



**Aplicación**

**n**= tamaño de la muestra

**N**= 276

**S** = 0.3

**Z**= 1,96

**d**= 0,05

$$n = \frac{N Z^2 S^2}{d^2 (N-1) + Z^2 S^2} = \frac{(276) (1,96)^2 (0,3)^2}{(0,05)^2 (276- 1) +(1,96)^2 (0,3)^2} = 92.358$$

**2.1.4. Instrumentos para la recolección de datos**

La recolección de datos se refiere a la gran variedad de técnicas y herramientas que pueden ser utilizadas por el analista al momento de obtener información, existen muchos recursos a utilizar de acuerdo con las necesidades, entre ellos destacan: encuestas, entrevistas, observación, diagrama de flujos, *focus group* entre otros.

**2.1.4.1. La encuesta**

En la aplicación de la encuesta es indispensable recopilar los datos mediante un cuestionario estructurado, de lo cual se comprende que “es una investigación realizada sobre una muestra de sujetos representativa de un colectivo más amplio, utilizando procedimientos estandarizados de interrogación con el fin de obtener mediciones cuantitativas de una gran variedad de características objetivas y subjetivas de la población” (Gutiérrez , 2016).

Aplicar una encuesta a una muestra representativa de la población es con el ánimo de obtener resultados que luego puedan ser trasladados al conjunto de la población. Entre las características fundamentales de una encuesta se destacan:

- 1.- La encuesta es una observación no directa de los hechos por medio de lo que manifiestan los interesados.
- 2.- Es un método preparado para la investigación.
- 3.- Permite una aplicación masiva que mediante un sistema de muestreo pueda extenderse a una nación entera.

4.- Hace posible que la investigación social llegue a los aspectos subjetivos de los miembros de la sociedad.

Para el presente emprendimiento se ha diseñado una encuesta conformada por 32 preguntas que se plantearon estratégicamente para conocer el perfil del consumidor y mediante esto determinar el mercado meta de las personas que les puede interesar el *Lodge* con identidad *karanki*. Sin duda, el estudio de mercado permitirá plantear en el estudio económico financiero y de esta manera demostrar la factibilidad de la propuesta de negocio.

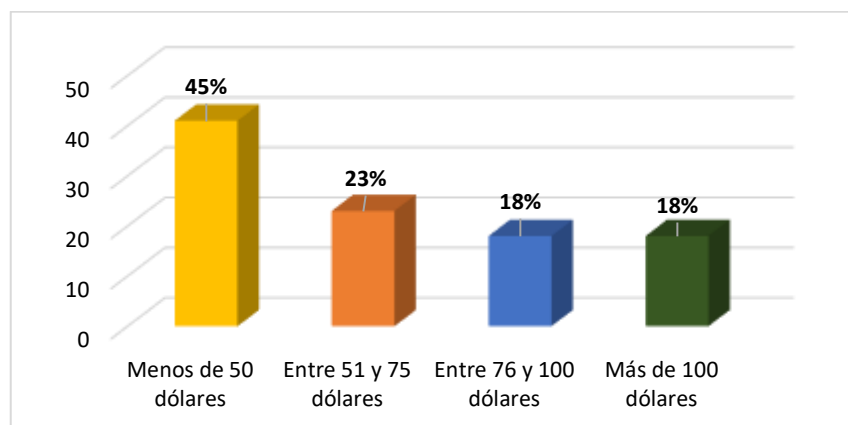
### **2.1.5. Resultados y discusión**

Se aplicaron un total de 100 encuestas a turistas nacionales, de los cuales el 50% se realizó *in situ* en el control de ingreso a la comuna La Rinconada y sus alrededores, el 50% restante se efectuó vía *on line* a los contactos telefónicos registrados en la base de datos de los últimos cuatro meses del año 2020, perteneciente a la comuna; permitiendo así, obtener información clave para este emprendimiento.

A continuación, se muestran las preguntas más relevantes del cuestionario mismas que se encuentran en el anexo (3). En primera instancia, la pregunta 10 hace referencia al porcentaje de los ingresos económicos destinados al turismo y actividades afines.

**Figura 2**

*Ingresos destinados para actividades turísticas*



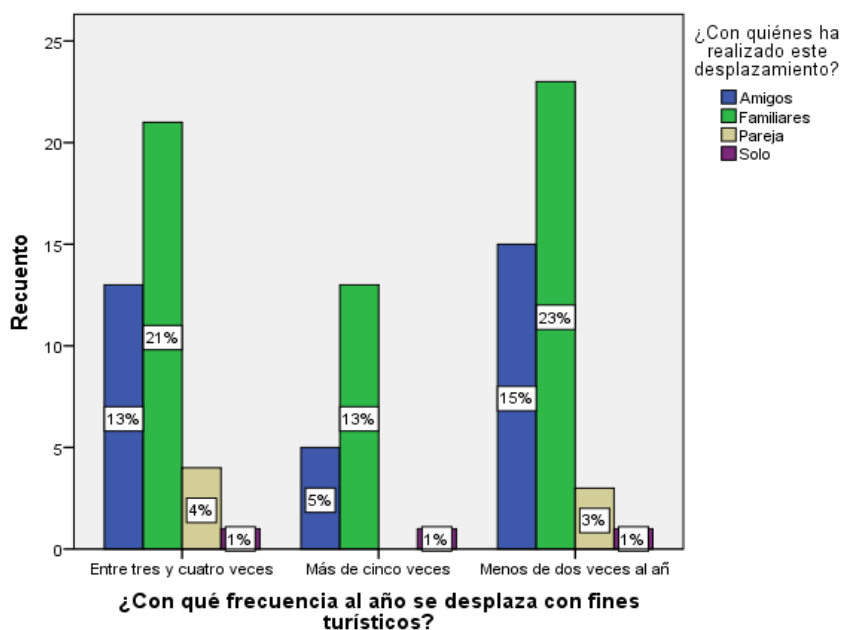
Con respecto a esta pregunta, es posible afirmar que la mayor parte de los encuestados asignan un porcentaje significativo de sus ingresos a las

actividades turísticas, cabe mencionar que este valor varía de con el tiempo de permanencia y las actividades que se realicen en el lugar de destino.

De acuerdo con el boletín informativo de Ibarra turística (2016) los turistas gastan un promedio de 30 USD solamente en alojamiento, este mismo valor para la alimentación, transporte, compra de artesanías y actividades recreativas por persona. Dichos datos son fundamentales para llevar a cabo el presente emprendimiento, pues las personas que visitan La Rinconada tienen un poder adquisitivo favorable; desde luego, ellos exigen calidad en los servicios.

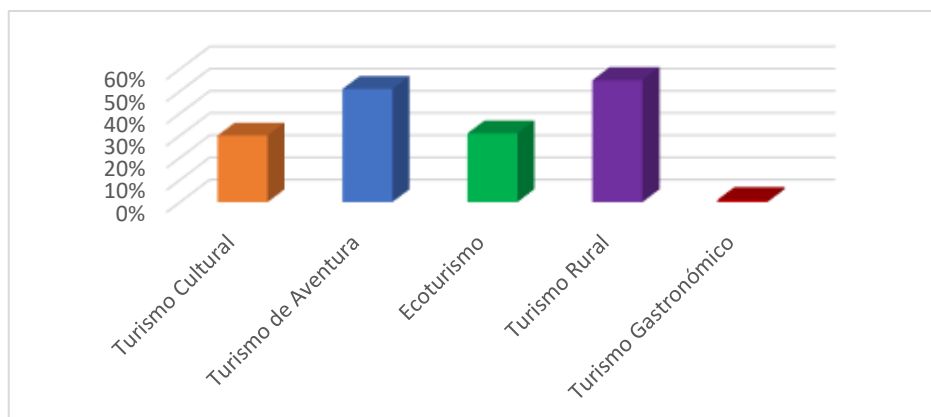
### Figura 3

*Frecuencia de desplazamiento y personas que acompañan en el viaje (pregunta 11 y 16)*



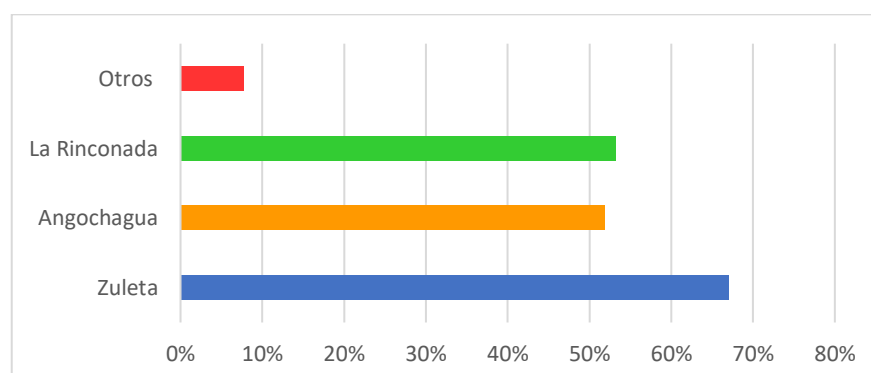
Según con la gráfica, los resultados demuestran que más del 50% de las personas encuestadas prefieren realizar sus desplazamientos acompañados de su círculo familiar; además, durante los desplazamientos comprendidos en un año, la tercera parte de los turistas que visitan La Rinconada viajan acompañados de un grupo de amigos.

Sin embargo, las personas que se desplazan menos de dos veces al año mayormente tienden en ir acompañados de sus amigos a diferencia de aquellos que viajan más de tres veces al año. Dentro de este segmento de mercado, no se considera relevante el desplazamiento en compañía de su pareja y mucho menos sólo.

**Figura 4***Preferencias del tipo de turismo*

Conforme a los resultados obtenidos, el turismo rural sobresale en primer lugar indicando que 55 de cada 100 personas prefieren practicarlo, este valor significativo sustenta la oportunidad de implementar el *Lodge* con actividades complementarias en un ambiente natural; en segundo lugar, se encuentra el turismo de aventura sobrepasando la mitad más uno del grado de aceptación, ratificando que estos dos tipos de turismo son apropiados para desarrollarse en el sector rural.

El turismo rural ha sido uno de los productos ganadores, a pesar de la difícil situación que se vive a nivel mundial. La periodista española Porras (2020) manifiesta que tras meses de confinamiento y la necesidad de poner distancia con el resto de los viajeros, son muchos los españoles que han optado por entornos rurales y de naturaleza para disfrutar de sus vacaciones; esta es una realidad en varios países; es por ello por lo que la OMT ha declarado al 2020 como el “Año del Turismo y desarrollo rural”.

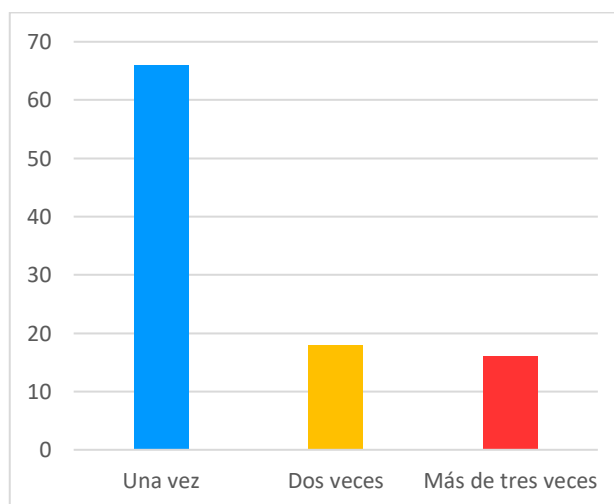
**Figura 5***Lugares visitados anteriormente para practicar el turismo rural*

Según el portal web de Turismo es Ibarra (2021) en las parroquias rurales se concentra el potencial turístico de Ibarra por su riqueza paisajística, diversidad de climas, flora, fauna, gastronomía, música, danza y artesanías distintivas de cada lugar y esencialmente por la presencia de los *kichwa karanki*; por consiguiente, los turistas optan por visitar las comunidades más representativas del cantón, es así que la comuna La Rinconada tiene una aceptación importante para la aplicación de este proyecto.

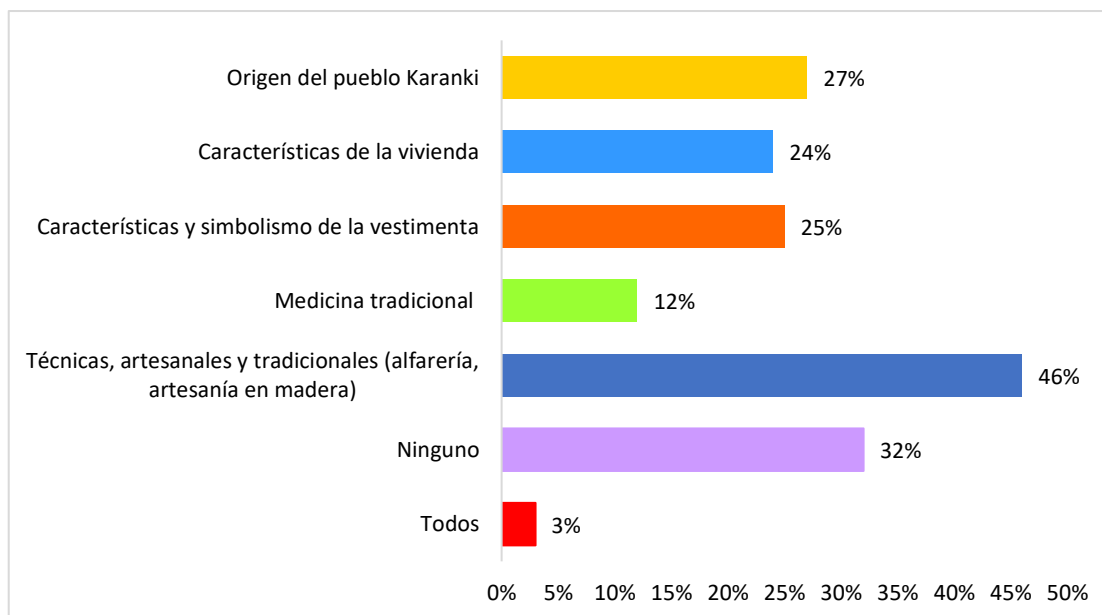
El diario El Comercio (2017) menciona que, gracias a la ubicación geográfica, en un ángulo formado por montañas, es posible realizar un sinnúmero de actividades para el disfrute de los turistas, como caminatas por senderos hacia las cascadas, avistamiento de flora y fauna; sin duda, es el hogar de hábiles artesanos, talladores de madera, bordadoras y alfareros.

### Figura 6

*Número de visitas a La Rinconada durante el año 2020*



El turismo rural en Ecuador es una herramienta clave para la dinamización socioeconómica de muchos territorios. Ante la crisis sanitaria del COVID19, las previsiones apuntan a que el turismo rural, podría ser uno de los primeros nichos turísticos en recuperarse, por desarrollarse en zonas poco masificadas y que cuentan con una amplia oferta de actividades en espacios naturales y al aire libre. En el caso de las visitas a la Rinconada mayormente se refleja la opción una vez, esto debido al creciente interés por descubrir nuevos lugares.

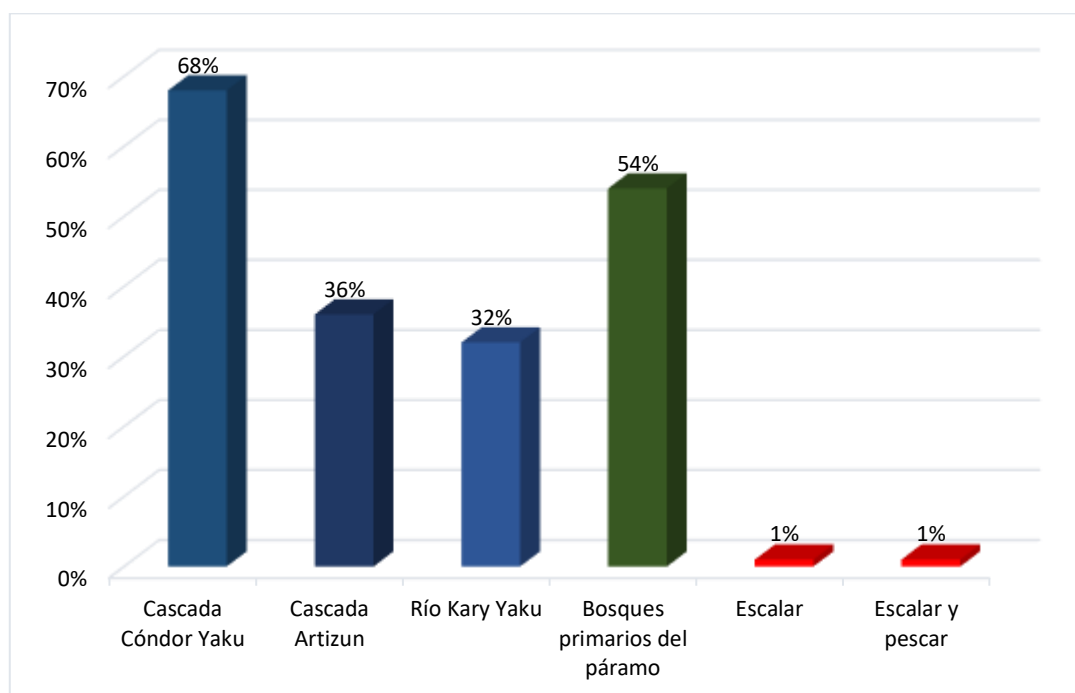
**Figura 7***Manifestaciones culturales de La Rinconada*

Los visitantes encuestados afirman que conocen mayormente las técnicas artesanales y tradicionales que están más relacionadas con la cerámica y artesanías de madera, representativas de la comuna La Rinconada; lo cual es imprescindible manifestar que son actividades productivas que benefician a las comunidades vecinas, actualmente dicho grupo continúa utilizando las ollas de barro, los tiestos, las cucharas de palo, los yugos de madera entre otros productos que solo se realizan en dicha comuna.

Sin embargo, un porcentaje significativo desconoce las características identitarias de los *kichwa karanki*; con base en estos resultados, es eminente observar que dicho pueblo no ha logrado mantener a cabalidad su esencia identitaria ante la sociedad; solamente se han conservado aquellas prácticas que han sido sinónimo de resistencia, transmitidas mediante la oralidad de los ancestros prevalecen hasta la actualidad.

**Figura 8**

*Atractivos naturales localizados en La Rinconada*



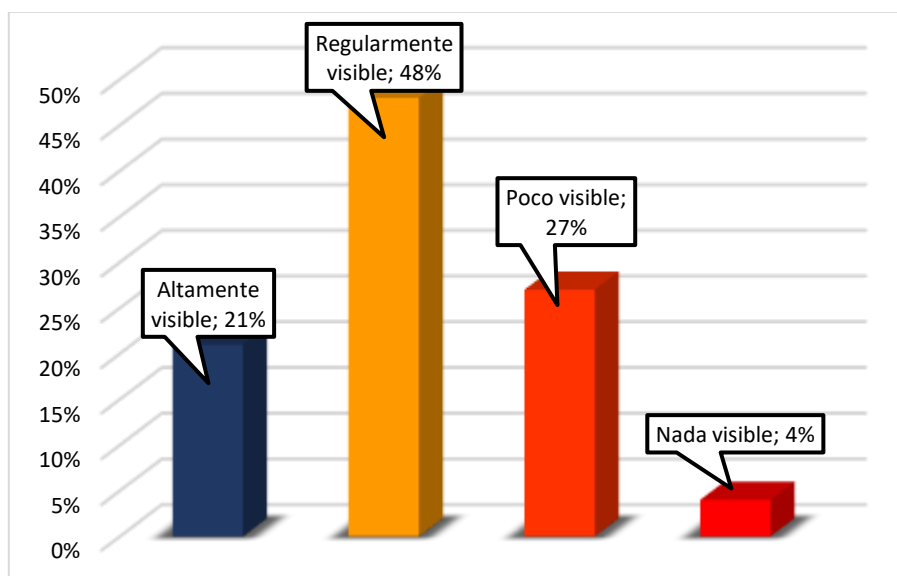
Estudios realizados en la parroquia Miguel Egas Cabezas sobre el perfil de los turistas que visitan la Cascada de Peguche, menciona que el 50% lo realiza por motivos de recreación, el 29 % por relajación y contemplación del paisaje y un 19% por realizar deporte (Trujillo, Lomas & Moncada, 2019).

Como se puede apreciar en el gráfico anterior, las personas que visitan la comuna La Rinconada se sienten atraídos por la cascada Cóndor *Yaku*; en segundo lugar, se encuentra el bosque primario que está ubicado al contorno de la comuna y en tercer lugar la cascada Artizun, esta última forma parte de la propuesta del *Lodge* juntamente con el diseño del sendero hacia la misma y a las orillas del río.

Si se relaciona con el estudio de la cascada de Peguche y los lugares naturales de la comuna La Rinconada que más llaman la atención de los visitantes, los dos casos presentan que el turista busca lugares naturales y en especial cascadas, donde puedan realizar actividades de recreación y disfrutar de la naturaleza. El tiempo libre (ocio) representa una de las prioridades de la sociedad, por lo cual busca lugares donde invertir su tiempo. Estos resultados dan un panorama atractivo a la propuesta del *Lodge*.

**Figura 9**

Percepción acerca de la identidad karanki



Ecuador desde sus inicios como República y aun siglos atrás, ha sido la cuna de culturas con tradiciones y características propias, cosmovisión, elementos culturales entre otros, que se diferenciaban la una de la otra. En un análisis de estadísticas sociodemográficas, Guerrero (2000) menciona que “el Estado ecuatoriano desarrolló procesos de conteo de la población nacional, incluida la indígena. Según el autor, para el año de 1846 se determinó que, del total de habitantes en la Real Audiencia de Quito, el 52% eran indios” (citada en Chisaguano 2016).

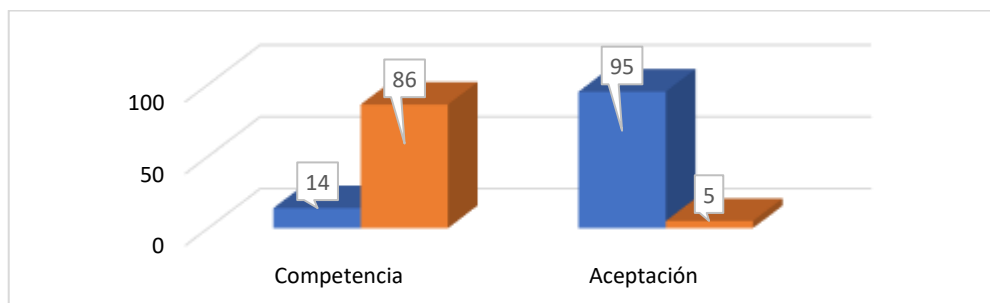
Con relación a los datos expuestos en la gráfica, un porcentaje representativo de visitantes afirman que las manifestaciones del pueblo *kichwa* karanki están latentes regularmente; sin embargo, sumando los dos porcentajes que lo secundan; es decir, el 31% asegura que es poco y casi nada evidente ante la sociedad la visualización de la identidad *kichwa*.

Con respecto al 21% que afirma la visibilidad de la identidad *karanki* se apoya en el uso de la indumentaria lo cual no representa en su totalidad la identidad. Por tanto, se comprueba que la visibilidad de la identidad *karanki* va disminuyendo, un ejemplo es la lengua, según el censo del 2001 señala que el 60,1% de los niños son *kichwa* hablantes, mientras que en el censo del 2010 solo el 57,5% hablan dicha lengua.



**Figura 10**

*Competencia y aceptación del proyecto (pregunta 23 y 24)*

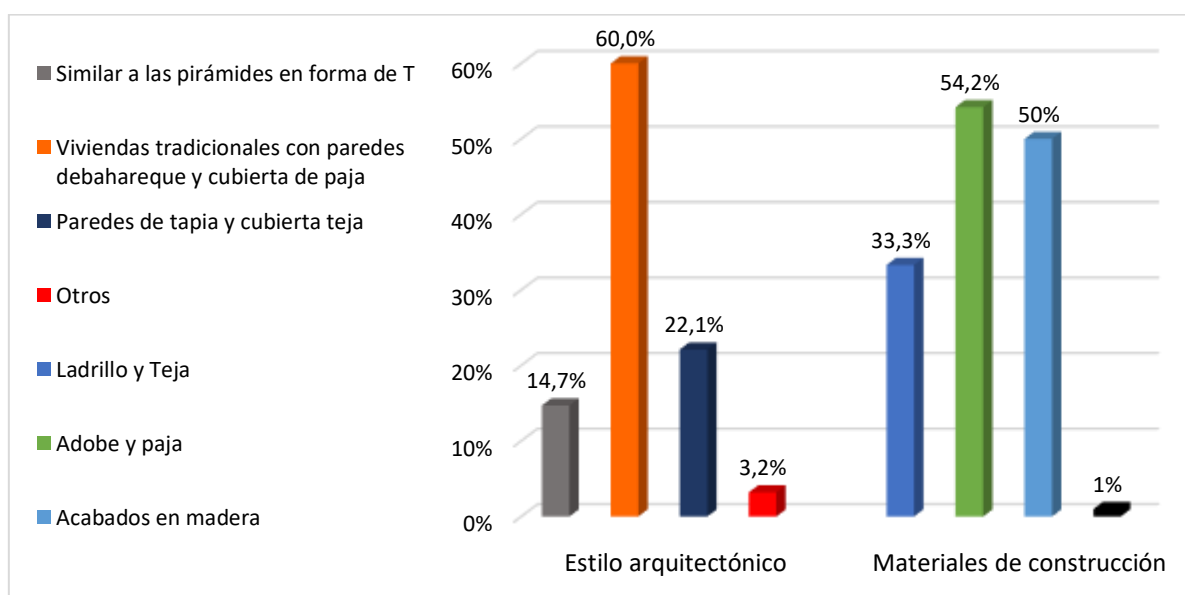


En la pregunta 23 el porcentaje menor afirma conocer un alojamiento con identidad *kichwa karanki*, que en mayor proporción lo relaciona solamente con la vestimenta y gastronomía local, características identitarias que se encuentran visibles en los emprendimientos gastronómicos. En efecto, queda en evidencia que no existe un establecimiento de alojamiento que promueva las tradiciones de dicho pueblo.

La revitalización identitaria de este pueblo emblemático es el tema fundamental que persigue el proyecto, y afortunadamente hay resultados favorables, pues lo ancestral y tradicional despiertan el interés de los visitantes, los cuales están dispuestos a adquirir productos turísticos que aporten al fortalecimiento de la identidad que gozan los pueblos multiétnicos del Ecuador.

**Figura 11**

*Estilo arquitectónico y preferencias para la construcción*



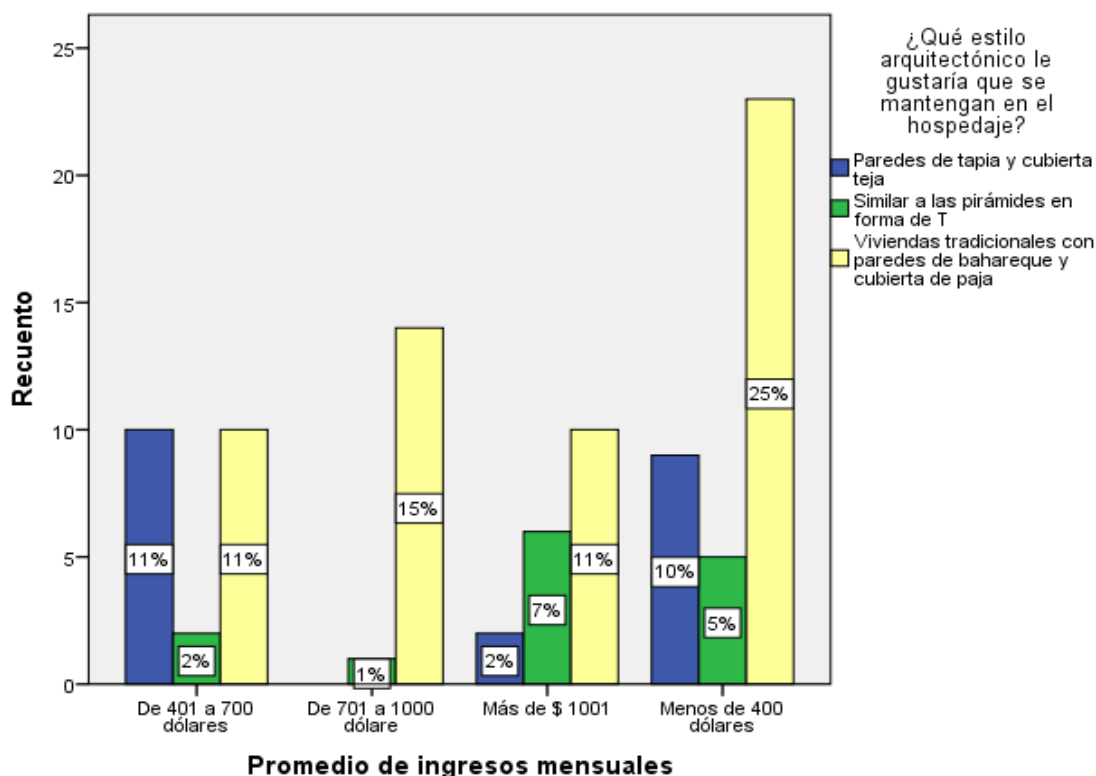
Según los estudios del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC, 2016), en los principales materiales que se utilizan para la construcción fueron: hormigón armado con hierro en un 90%, las paredes en un 63,7% con bloque. Esto hace referencia en que los materiales tradicionales solo se utilizaron por debajo del 10%, rompiendo así con la armonía de la zona rural.

De acuerdo con la pregunta 25, la mayoría de los encuestados se decide por un establecimiento de alojamiento con características propias del lugar, en este caso las viviendas tradicionales con paredes de paja y bahareque (arquitectura vernácula) que son representativas de este pueblo milenario; cabe recalcar que las técnicas de construcción se han conservado en la memoria de los “*taytakuna*” los cuales enseñaban a sus hijos; sin embargo, esta última generación ha dejado de aprender y enseñar debido a las nuevas formas de construcción.

Se realiza un cruce con la pregunta 26, con respecto a los materiales a utilizar, donde se considera gradualmente la afinidad de los visitantes por los materiales tradicionales como es el adobe y la paja, seguido con el 50% del uso de la madera, por lo general del sector.

**Figura 12**

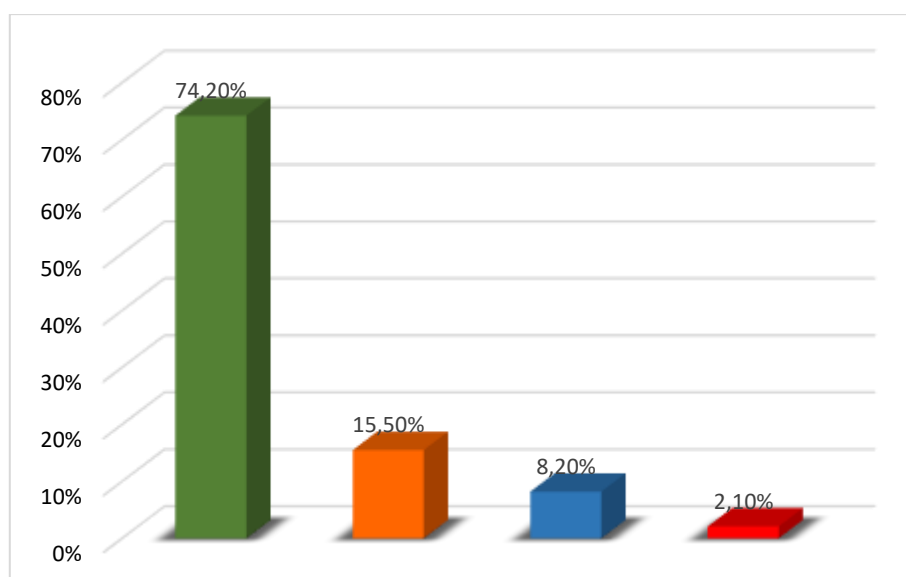
*Ingresos mensuales y el estilo arquitectónico del establecimiento (preguntas 9 y 25)*



En lo que refiere al estilo arquitectónico del hospedaje, los resultados indican que las viviendas tradicionales con paredes de bahareque y cubierta de paja tienen una gran acogida por las personas, lo que representa el 62% del total de los encuestados; sin duda, los turistas de los diferentes estatus sociales desean hospedarse en un lugar que se muestren características identitarias del lugar que visitan. Así también, el estilo arquitectónico donde predominan las paredes de tapia y cubierta de teja, al igual que similar a las pirámides en forma de T alcanzan un porcentaje significativo, estos respaldan a la idea inicial de un *Lodge*.

**Figura 13**

*Características de las instalaciones*



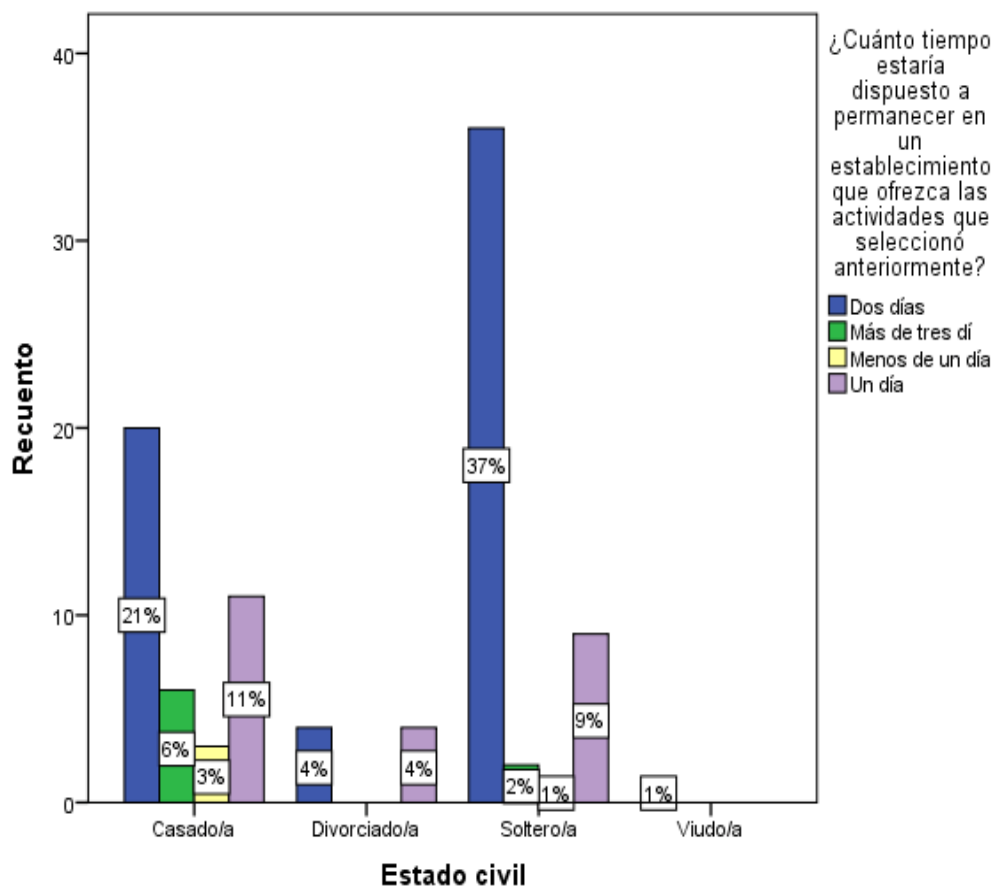
El estilo rústico tiene cierta similitud con el término ecológico o más de campo. Conforme con una encuesta dirigida por el portal de reservas Booking, “el 62% de los encuestados confirmaron su intención de permanecer en un alojamiento sostenible dentro del mismo año y el 50% consideran un destino al que de otro modo no estarían interesados debido a la aplicación de prácticas sostenibles” (Booking, 2016).

Además, se observa que el porcentaje representativo de personas que se hospedarían en el *Lodge* optarían por instalaciones con adecuaciones rústicas, ya que como se menciona anteriormente, los materiales son naturales y no generan impactos adversos al medio ambiente. Por otra parte, no se debe excluir

el tema de comodidad y la calidad dentro de la oferta turística por lo que se observa en la gráfica a un 23,8% con preferencias relacionadas al confort.

**Figura 14**

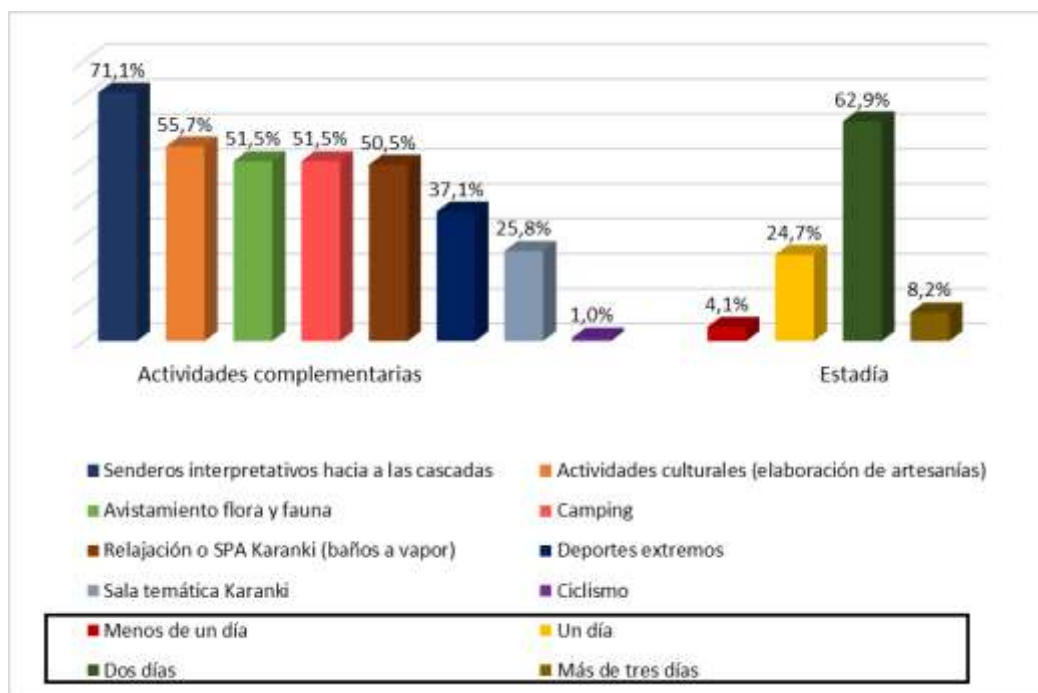
*Estado civil y la estadía en el establecimiento (preguntas 3 y 29)*



De acuerdo con la gráfica, los resultados indican que las solteros y casados, permanecerían más tiempo en el establecimiento, teniendo una mayor aceptación del público joven; esto es debido a la variedad de actividades que se proponen. A continuación, se encuentra la opción de 1 día de estadía, este comportamiento obtiene un porcentaje relativamente bajo por los dos grupos antes mencionados. Por otra parte, las personas casadas que generalmente están acompañadas por menores de edad muestran que su estadía se puede extender hasta los tres días, no así los demás grupos.

**Figura 15**

*Relación de las actividades con el tiempo de estadía*



*Nota:* La gráfica muestra la relación de la estadía turística con las actividades que se desarrollaran en el *Lodge*. Tomado de *encuestas*, por los autores, 2020, Forms Office.

Un estudio realizado en Sangolquí sobre la actividad física y su relación con el senderismo por Mosquera (2017) comprueba que dentro del rango etario entre 41-55 años, el 55 % asegura que su condición física se mantiene o incluso mejora gracias a la práctica de caminata o senderismo.

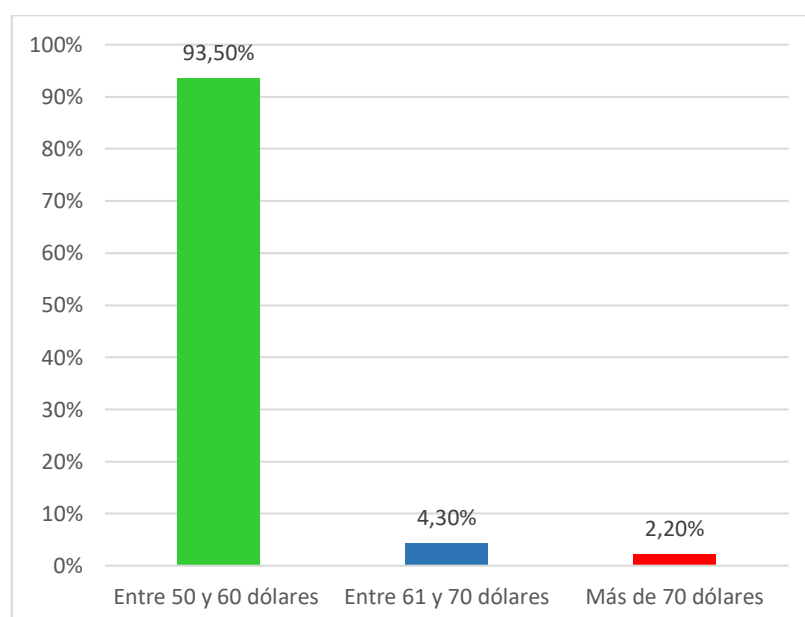
En la pregunta 28 se ratifica esta aceptación por parte de los visitantes que, al verse rodeado de una riqueza natural, característica del sector, optan por realizar esta actividad por esparcimiento y salud física. También se visualiza que más de la mitad de los encuestados prefieren realizar actividades culturales relacionadas a la elaboración de cerámica y artesanías en madera.

Consecuentemente la mitad de los visitantes también buscan sitios naturales para acampar y para el desarrollo de la observación de la flora y fauna. Estas cifras dan un visto bueno para la realización del proyecto ya que dentro de la propuesta se presentó dichas actividades complementarias como fundamentales para su ejecución.

Se realiza el cruce con la pregunta 30 que provee información acerca de la permanencia del visitante en el establecimiento la cual permite relacionar con las actividades complementarias que tiene el *Lodge*. El 62,9% de los turistas eligen quedarse dos días, lo cual para la actual propuesta de emprendimiento es rentable porque durante este lapso de tiempo podrá desarrollar las actividades que están dentro de la oferta; el 24,7% menciona que se quedaría un día, relacionando este dato con el segmento de mercado la mayoría de las personas que visitan la Rinconada viajan en familia y pues este segmento es semisedentario y en los dos casos los días que llegan a la comuna son los fines de semana y feriados.

**Figura 16**

*Disponibilidad de pago*



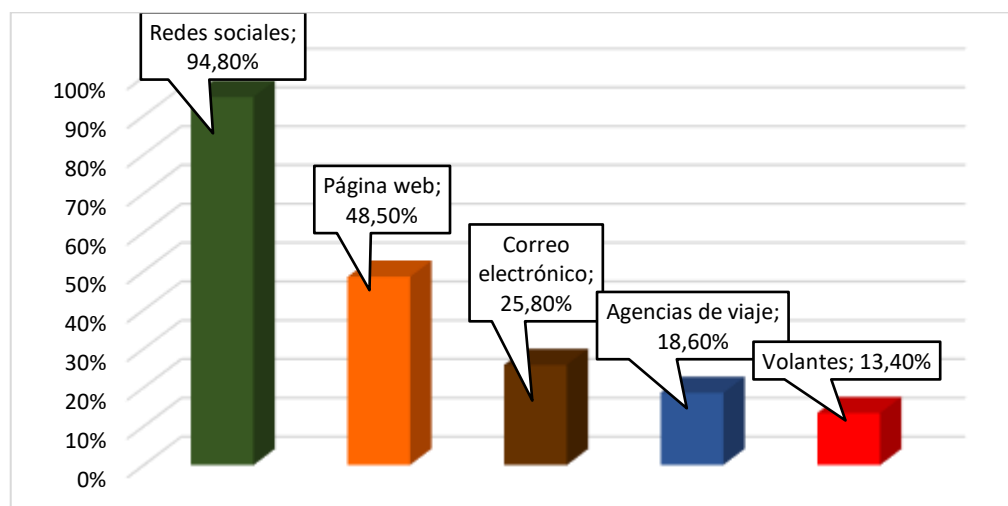
La siguiente pregunta presenta la disponibilidad de pago por noche en el *Lodge*, este dato permitirá determinar las tarifas, posibles promociones, promedio de ingresos y consecuentemente la utilidad para la empresa que ayudarán a verificar si la actividad de alojamiento es rentable.

En la comuna no se presenta una competencia directa a este tipo de alojamiento, sin embargo, existe el servicio de hospedaje de manera informal; para constatar cuanto está pagando el turista por su estadía en el sector se toma como referencia la tarifa básica de Urku Wasi que según la plataforma Booking.com indica que es de 45 USD por persona por una noche, lo cual según

la tabla sobrepasaría el rango escogido en la encuesta que a pesar de ser baja la mayor parte de las personas que decidieron hospedarse están dispuestos a pagar.

**Figura 17**

*Canales de difusión*



En el rango de edad que está especificado en la segmentación de mercado se puede destacar a dos grupos generacionales mayoritarios, tales como los *millennials* y los *Centennials*, los cuales se destacan características comunicación tecnológicas, pasan mayor tiempo navegando en internet y propagando contenido en redes sociales y mayormente se identifican por requerir de servicios personalizados y con estilos de vida menos convencional. (Multiconversión, 2019)

Es por eso que la gráfica reitera la realidad del público objetivo donde en su gran mayoría prefiere recibir la información acerca de los servicios que ofertará el *Lodge* con identidad *karanki* por redes sociales y páginas web, algo muy característico para el mercado meta; no obstante, existe un menor porcentaje que indica la utilización del correo, electrónico, los servicios de una agencias de viajes y los volantes, esto permite entender que existe un grupo pequeño que comprende la generación de los *baby boomers*.

## 2.2. Segmentación de mercados

Con base en las encuestas realizadas se determinó el perfil del mercado meta en el presente emprendimiento. Los datos que se visualizan en la segmentación geográfica, con relación a las variables de pernoctación por destino (nacional y provincial) y el flujo turístico internacional, fueron obtenidos de la plataforma del Mintur (2018) pues hasta la fecha no existen cifras actualizadas sobre la dinámica turística local, nacional e internacional. Los valores reflejados en el flujo turístico de la comuna fueron proporcionados por el cabildo; cabe recalcar, que ellos contaban con un registro de los últimos meses del año 2020.

Una vez que se calculó la población para un periodo de cuatro meses (Tabla 6), se obtuvo un resultado de 276,25, multiplicando este valor por 12 meses se obtiene el flujo de turistas que representa la población anual. A continuación, se detalla el cálculo realizado:

<b>Datos:</b>	<b>N= n * t</b>
n= 276,25	N= 276, 25 x 12
t= 12 meses	N= 3.315

**Tabla 10**

*Segmentación de mercados*

<b>SEGMENTACIÓN DE MERCADOS</b>			
<b>Producto Turístico:</b> Lodge con identidad <i>karanki</i> para promover el turismo rural en la comuna La Rinconada-Angochagua-Imbabura-Ecuador.			
<b>Segmentación geográfica</b>			
	<b>Variable</b>	<b>Número</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Pernoctaciones por destino</b>	Ecuador	112'153.552	100%
<b>Flujo turístico</b>	Internacional	2'427.660	2,16%
<b>Pernoctaciones por destino</b>	Imbabura	4'055.179	3,62%
<b>Flujo turístico</b>	La Rinconada	3.315	0,08%
<b>Procedencia</b>	Nacional	3.016	91%
<b>Primer resultado:</b> 3016 personas que visitan la comuna La Rinconada, en su mayoría son turistas nacionales.			
<b>Segmentación demográfica</b>			
	<b>Variable</b>	<b>Número</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Género</b>	Masculino	1.659	55%
	Femenino	1.357	45%



<b>Edad</b>	Entre 18 y 35 años	1.930	64%
<b>Estado civil</b>	Soltero	1.478	49%
	Casados	1.267	42%
<b>Instrucción</b>	Tercer nivel-Superior	1.870	62%
	Cuarto nivel	633	21%
<b>Ocupación</b>	Empleado de tiempo completo	1.267	42%
	Trabajador por cuenta propia	845	28%
<b>Ingresos</b>	Entre 400 y 1000 dólares	1.840	61%

**Segundo resultado:** Hombres y mujeres entre 18 y 35 años, en su mayoría son turistas nacionales, que tienen un sueldo entre 400 y 1000 dólares, solteros y casados, con estudios de tercer (superior) y cuarto nivel (posgrado), que son empleados de tiempo completo y trabajadores por cuenta propia.

#### **Segmentación Psicográfica**

<b>Variable</b>		<b>Número</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Estatus social</b>	Medio bajo	1.840	61%

**Tercer resultado:** Hombres y mujeres entre 18 y 35 años, en su mayoría son turistas nacionales, que tienen un sueldo entre 400 y 1000 dólares, solteros y casados, con estudios de tercer (superior) y cuarto nivel (posgrado), que son empleados de tiempo completo y trabajadores por cuenta propia, que pertenecen a un estatus medio bajo.

#### **Segmentación conductual**

<b>Variable</b>		<b>Número</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Preferencia de viaje</b>	En familia	1.719	57%
	Amigos	995	33%
<b>Cantidad</b>	Más de cuatro personas	1.387	46%
	Tres	905	30%
<b>Modalidad de turismo</b>	Turismo rural	1.598	53%
<b>Frecuencia de desplazamiento</b>	Entre 3 y 5 veces al año	1.749	58%
<b>Tiempo de estancia</b>	Dos días	1.900	63%
<b>Días de visita</b>	Fines de semana	2.262	75%

#### **Mercado meta:**

Hombres y mujeres entre 18 y 35 años, en su mayoría son turistas nacionales, que tienen un sueldo entre 400 y 1000 dólares, solteros y casados, con estudios de tercer (superior) y cuarto nivel (posgrado), que son empleados de tiempo completo y trabajadores por cuenta propia, que pertenecen a un estatus medio bajo. Se desplazan entre 3 y 5 veces al año, les gusta viajar en familia y amigos (grupos de más de 4 personas) y prefieren realizar turismo rural por un período de dos días, especialmente los fines de semana.

*Nota:* Los porcentajes que se muestran en la última columna son los resultados de las encuestas.

El análisis realizado a través de la matriz permitió establecer el segmento de mercado (target) para el presente emprendimiento, donde se determinó que el mercado meta está constituido por hombres y mujeres entre 18 y 35 años, en su mayoría son turistas nacionales, que tienen un sueldo entre 400 y 1000 dólares, solteros y casados, con estudios de tercer (superior) y cuarto nivel (posgrado), que son empleados de tiempo completo y trabajadores por cuenta propia, que pertenecen a un status medio bajo. Se desplazan entre 3 y 5 veces al año, les gusta viajar en familia y amigos (grupos de más de 4 personas) y prefieren realizar turismo rural por un período de dos días, especialmente los fines de semana.

### 2.3. Análisis de la oferta

En este apartado, se ha tomado como referencia a los establecimientos que ofertan servicios afines al presente proyecto, para lo cual se consideraron cuatro emprendimientos que cuentan con el servicio de alojamiento; dos de ellos están localizados en la comuna La Rinconada y los dos restantes ubicados en las comunidades aledañas, tales como La Magdalena en el caso de Pondo Wasi y Zuleta para el Hospedaje Carmita.

Dichas ofertas no representarían una competencia directa, ya que en los dos casos el giro de negocio es el servicio de restaurante (Paradero Jhon, Pondo Wasi y); por otra parte, Malta Huasi brinda los servicios de un museo cultural y por último el Hospedaje Carmita (Ver anexos, entrevista a la competencia).

Cabe mencionar que, dentro de la oferta, los atractivos turísticos de la comuna La Rinconada representan el motivo principal de su visita (pregunta 21 de la encuesta); también como su ubicación etnohistórica ha permitido mantener sus manifestaciones culturales a través del tiempo, que a su vez despiertan el interés de los visitantes. A continuación, se muestran los atractivos naturales y culturales más representativos.

**Tabla 11**

*Atractivos turísticos de la comuna La Rinconada.*

<b>Nombre</b>	<b>Categoría</b>	<b>Tipo</b>	<b>Subtipo</b>	<b>Distancia al Lodge</b>
Cascada Cónдор Yaku	Atractivos naturales	Ríos	Cascada	4 km
Cascada Artizun	Atractivos naturales	Ríos	Cascada	3.5 km

Río Kariyaku	Atractivos naturales	Ríos	Río	200 m
Alfarería “La Rinconada”	Manifestaciones culturales	Acervo cultural popular	Artesanías y artes	In situ
Artesanías en madera	Manifestaciones culturales	Acervo cultural popular	Artesanías y artes	100 m

*Nota:* Elaborado con base en las fichas de inventario, Ilustre Municipio de Ibarra (2018).

Los atractivos que se describen en la tabla representan las principales características que diferencia a la comuna La Rinconada de las demás que conforman la parroquia Angochagua. Entre las ventajas del emprendimiento se encuentra la localización en un radio de 3km- 4km de los atractivos naturales existentes, además todo el proceso de elaboración de artesanías en cerámica forma parte de la oferta del *Lodge*, la cual se desarrolla entorno a sus instalaciones.

Dada su importancia, los atractivos descritos son parte esencial en el desarrollo de actividades recreativas y de esparcimiento, visita a sitios naturales, actividades al aire libre, actividades de relajación que permiten al visitante coleccionar las mejores experiencias en un ambiente rural, alejados del quehacer cotidiano.

### **Tabla 12**

#### *Oferta de actividades*

<b>Modalidades</b>	<b>Nomenclatura</b>	<b>Organización</b>
Escalada	ES	Haca Pungo
Pesca deportiva	S/N	Chawpi Yaku
Cabalgata	CD	Cóndor Yaku
Trekking	S/N	
Trekking	S/N	Urku Runa

*Nota:* La tabla hace referencia a las principales actividades que se desarrollan en la localidad.

La ubicación privilegiada del lugar hace posible la práctica de actividades recreativas y de aventura, observación de la flora y fauna, apreciación de la belleza paisajística del sector entre otras. Con relación a la tabla, se muestran las actividades que desarrollan los emprendimientos recientes.

Con base en la investigación realizada en campo (encuestas y entrevistas) e información de fuentes secundarias se presentan los datos obtenidos con respecto la oferta de la competencia:

**Tabla 13***Oferta de la competencia*

<b>Nombre</b>	<b>Servicios</b>	<b>Ubicación</b>	<b>Nro. de plazas</b>	<b>Promedio de turistas 2019</b>	<b>Categoría</b>	<b>Precio referencial alojamiento</b>	<b>Precio referencial alimentación</b>
Malta Huasi	Exposición museográfica y alojamiento	La Rinconada	4	75	Ninguno	15 USD	8 USD
Paradero Jhon	Restaurante Y alojamiento	La Rinconada	8	70	Ninguno	15USD	8 USD
Hospedaje Carmita	Hostería	Zuleta	11	90	Ninguno	20USD	10 USD
Pondo Wasi	Restaurante y Lodge	La Magdalena	10	550	Ninguno	25 USD	10 USD

*Nota:* El promedio de turistas del año 2019 representa el primer año de los tres emprendimientos a excepción de Hospedaje Carmita. Los precios varían de acuerdo con los paquetes y promociones de cada establecimiento.

Tomando en cuenta los emprendimientos ubicados en La Rinconada, estos representan una competencia indirecta de alojamiento para los turistas que llegan a la comuna; tanto el museo como el restaurante se enfocan en actividades propias de su denominación. Por otra parte, el Hospedaje Carmita si brinda el servicio de alojamiento y restauración, pero no representa una competencia directa debido a que se encuentra en otra comunidad y con respecto a Pondo Wasi presenta el mismo caso, sin embargo, este último cuenta con actividades complementarias características de un *Lodge*.

Por tal motivo, el presente emprendimiento da a conocer una alternativa innovadora en la comuna con relevancia y haciendo hincapié en la revitalización de la identidad *karanki* y el fortalecimiento de la cultura local, cabe mencionar que los emprendimientos analizados anteriormente no se relacionan por completo con el tema identitario.

#### **2.4. Proyección de la competencia**

Para obtener la proyección de la competencia se toma en cuenta los datos recabados a través de la entrevista la cuál presenta el número de turistas que adquieren los servicios de alojamiento en el año 2019 respectivamente; es preciso mencionar que dichos establecimientos, excepto el Hospedaje Carmita, no cuentan con registros de los años anteriores debido a que son emprendimientos recientes.

**Tabla 14**

*Cantidad de turistas que utilizaron los servicios de la competencia.*

<b>Nombre del establecimiento</b>	<b>Cant. de turistas 2019</b>
Malta Huasi	75
Paradero Jhon	70
Hospedaje Carmita	90
Pondo Wasi	550
<b>TOTAL</b>	<b>785</b>
Promedio anual	<b>196</b>

*Nota:* La tabla demuestra la oferta actual de los emprendimientos que brindan el servicio de alojamiento con el respectivo promedio anual.

A continuación, se presenta la proyección de la oferta futura conforme a la siguiente fórmula:  $C_n = C_o (1+i)^n$ . Para ello se utilizará los datos del Mintur relacionado a la tasa de crecimiento del turismo en el Ecuador en el 2018 que representa el 11%.

Dónde:

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

**C<sub>o</sub>**= Oferta actual

**i**= Tasa de crecimiento

**n**= Año proyectado

Ejemplo:

**C<sub>n</sub> = C<sub>o</sub> (1+i)<sup>n</sup>**

$$C_1 = 196 * (1 + 0,11)^1 = 218$$

$$C_2 = 196 * (1 + 0,11)^2 = 241$$

$$C_3 = 196 * (1 + 0,11)^3 = 268$$

$$C_4 = 196 * (1 + 0,11)^4 = 298$$

$$C_5 = 196 * (1 + 0,11)^5 = 330$$

$$C_6 = 196 * (1 + 0,11)^6 = 367$$

$$C_7 = 196 * (1 + 0,11)^7 = 407$$

$$C_8 = 196 * (1 + 0,11)^8 = 452$$

$$C_9 = 196 * (1 + 0,11)^9 = 501$$

$$C_{10} = 196 * (1 + 0,11)^{10} = 557$$

Debido a que el presente proyecto requiere de una inversión representativa, se ha dispuesto realizar la proyección para 10 años. En la siguiente tabla se presentan los datos de la proyección de la oferta.

**Tabla 15**

*Proyección de la oferta*

Años	Oferta $C_n = C_o (1+i)^n$
0	196
1	218
2	241
3	268
4	298
5	330
6	367
7	407
8	452
9	501
10	557

*Nota:* Para el cálculo de la oferta en los 10 años se tomó como referencia el promedio anual basado en la competencia (83).

## 2.5. Análisis de la demanda

Para establecer la demanda potencial que existe en la comuna La Rinconada con relación al servicio de alojamiento, se utiliza el mercado meta resultante del cuadro de la segmentación de mercado; además se toma como referencia la población del mercado objetivo de turistas que visitan la comuna y por último el porcentaje de aceptación del producto turístico. Enseguida se expone el resultado de la demanda potencial:

**Tabla 16**

*Demanda potencial del emprendimiento*

<b>Variable</b>	<b>Cantidad</b>
Población mercado objetivo del flujo de turistas que visitan la comuna La Rinconada	3.116
% de intención de compra del producto	94%
<b>DEMANDA POTENCIAL</b>	<b>2.929</b>

*Nota:* El % de intención de compra se deriva de la población mercado objetivo.

La demanda potencial del producto turístico como tal, está constituida por 2.929 turistas, principalmente nacionales, que visitan la comuna La Rinconada al igual que a sus atractivos y se muestran interesadas por adquirir los servicios de un *Lodge*.

### 2.5.1. Demanda por servicio

Dentro de los servicios que oferta el *Lodge* se distinguen cuatro paquetes, el paquete 1 se caracteriza porque engloba mayormente los servicios del establecimiento; por su parte, el paquete 2 contiene actividades relacionadas con el patrimonio cultural; el paquete 3 está destinado para estudiantes y excursionistas, pues contempla actividades de recreación y el paquete 4 todo lo inherente a la gastronomía tradicional.



Tabla 17

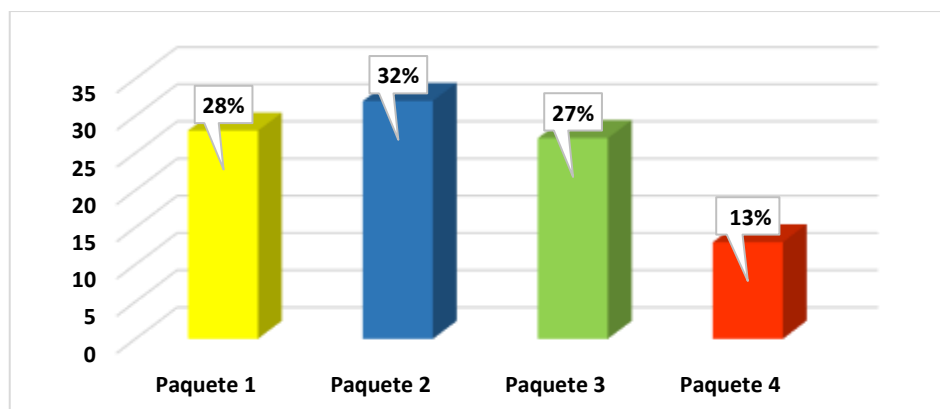
Servicios por paquete

Paquetes	Descripción
1 Dos días una noche	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alojamiento</li> <li>• Alimentación</li> <li>• Deportes de aventura (canyoning)</li> <li>• Elaboración de artesanías</li> <li>• Recorrido por la sala temática</li> <li>• Noche cultural</li> <li>• Juegos tradicionales</li> <li>• Recreación de cuentos locales</li> <li>• Bebida de cortesía</li> </ul>
2	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alojamiento</li> <li>• Alimentación</li> <li>• Senderos interpretativos</li> <li>• Actividades lúdicas</li> <li>• Caminata con antorchas hacia el mirador</li> </ul>
3	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Almuerzo</li> <li>• Caminata hacia los senderos interpretativos</li> <li>• <i>Canyoning</i> por la cascada</li> <li>• Recorrido por la sala temática</li> </ul>
4	<b>Gastronomía tradicional</b>

Nota: Para la oferta gastronómica ver la figura 19.

Figura 18

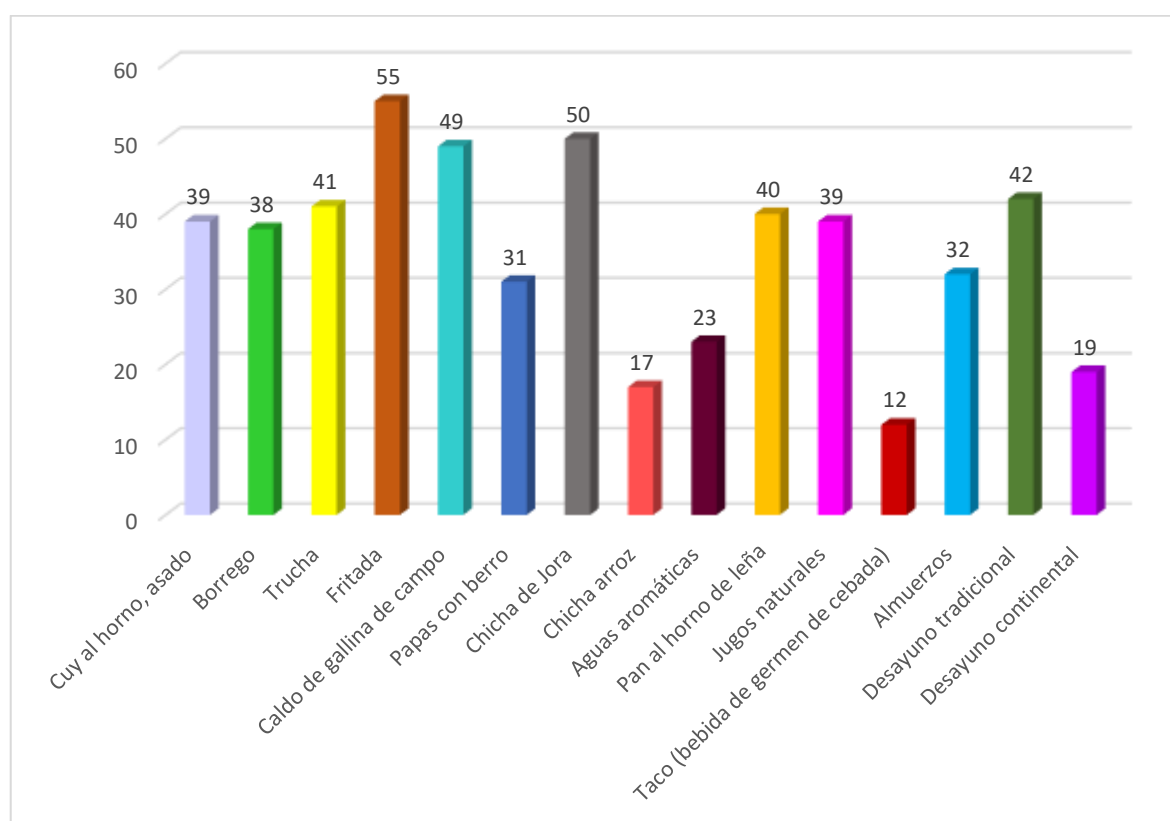
Demanda por servicios



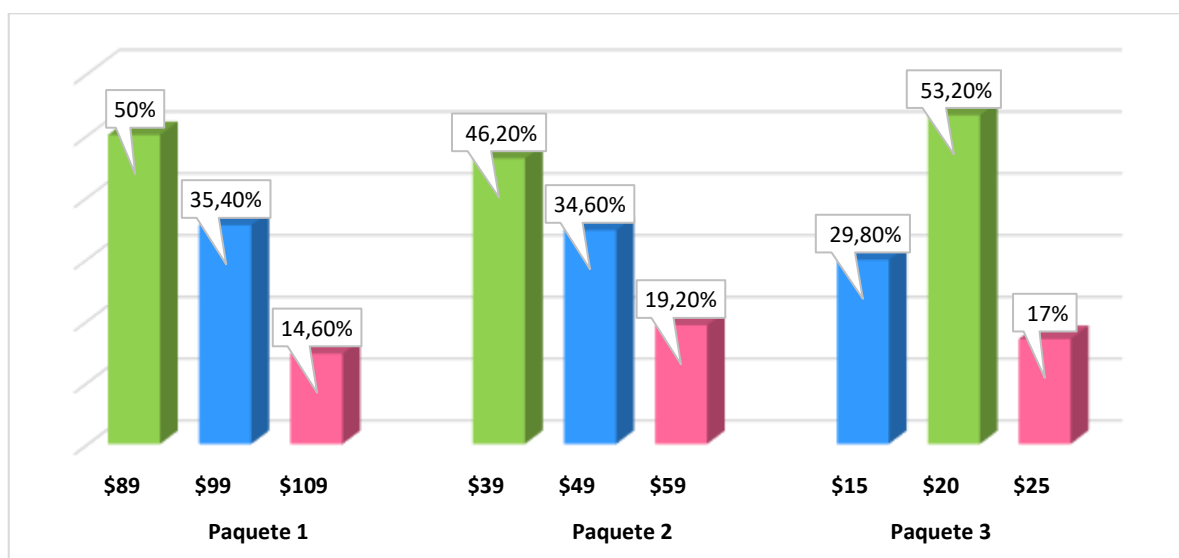
Luego de realizar las encuestas, se determinó los turistas prefieren el paquete dos, considerando que la estadía es relativamente corta y las actividades destinadas para el transcurso del tiempo de permanencia en el *Lodge*; con respecto al paquete uno y tres presentan un nivel de aceptación similar, además existe un porcentaje considerable de personas que se motivan por la oferta gastronómica.

**Figura 19**

*Oferta gastronómica del Lodge.*



Los datos obtenidos en la presente tabla indican que la gastronomía tradicional tiene una aceptación relevante, entre ellos se destacan la fritada y la chicha de Jora, platos icónicos de la provincia imbabureña; existe menor acogida de platos que son comunes y los puede encontrar en la zona urbana.

**Figura 20***Precios por cada paquete*

*Nota:* No se muestra el paquete 4 por la variación de los precios en cada plato tradicional.

La gráfica presenta los precios para cada paquete, de los cuales el paquete de excursión tiene mayor acogida, juntamente con el precio intermedio. Por otra parte, los paquetes que contienen el servicio de alojamiento muestran una disponibilidad de pago del valor mínimo.

**Tabla 18***Referencia de la demanda por servicio para el primer año de funcionamiento*

<b>Criterio</b>	<b>Frecuencia de visita</b>	<b>Demanda anual</b>	<b>Precio promedio</b>	<b>Precio total</b>
Paquete 1	28%	820	\$88	\$72.980
Paquete 2	32%	937	\$39	\$36.543
Paquete 3	27%	791	\$20	\$15.820
Paquete 4	13%	381	\$15	\$5.715
	100%	<b>2.929</b>	Demanda anual monetaria	<b>\$131.058</b>

*Nota:* El precio total variará en el estudio económico.

La demanda anual corresponde a la demanda potencial obtenida en la tabla 13, la misma que se encuentra distribuida para el porcentaje de aceptación de cada paquete, al igual que el precio promedio de cada uno. El precio total es el resultado de estos dos valores para un año.

## 2.6. Proyección de la demanda

En esta sección se procede a calcular la proyección de la demanda que tendrá el emprendimiento, con el mismo proceso de cálculo realizado en la proyección de la oferta, tomando en cuenta los 10 años proyectados. El número de clientes iniciales representa la demanda potencial obtenida en el ítem anterior, además se recurre al índice de crecimiento turístico del año 2018. Para ello se utiliza la misma fórmula anterior:

Dónde:

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

**C<sub>o</sub>** = Número de clientes iniciales (demanda potencial)

**i** = Índice de crecimiento turístico (dato del MINTUR)

**Demanda C<sub>n</sub> = C<sub>o</sub> (1+i)<sup>n</sup>**

**n** = Años a proyectar (años proyectados)

Ejemplo:

**C<sub>n</sub> = C<sub>o</sub> ( 1+i )<sup>n</sup>**

$$C_1 = 2.929 (1+0,11)^1 = 3.251$$

$$C_2 = 2.929 (1+0,11)^2 = 3.609$$

$$C_3 = 2.929 (1+0,11)^3 = 4.006$$

$$C_4 = 2.929 (1+0,11)^4 = 4.446$$

$$C_5 = 2.929 (1+0,11)^5 = 4.936$$

$$C_6 = 2.929 (1+0,11)^6 = 5.478$$

$$C_7 = 2.919 (1+0,11)^7 = 6.081$$

$$C_8 = 2.929 (1+0,11)^8 = 6.750$$

$$C_9 = 2.929 (1+0,11)^9 = 7.493$$

$$C_{10} = 2.929 (1+0,11)^{10} = 8.307$$

**Tabla 19**

*Proyección de la demanda*

Años	Demanda C <sub>n</sub> = C <sub>o</sub> ( 1+i ) <sup>n</sup>
0	2.929
1	3.251
2	3.609

<b>3</b>	4.006
<b>4</b>	4.446
<b>5</b>	4.936
<b>6</b>	5.478
<b>7</b>	6.081
<b>8</b>	6.750
<b>9</b>	7.493
<b>10</b>	8.307

*Nota:* Se puede apreciar un crecimiento constante desde el primer año.

## **2.7. Demanda insatisfecha**

Para calcular la demanda insatisfecha, se tomaron los datos obtenidos previamente (2.4 y 2.6), donde se resta la proyección de la competencia a la proyección de la demanda potencial.

**Tabla 20**

*Proyección de la demanda insatisfecha*

<b>Año</b>	<b>Demanda potencial</b>	<b>Oferta de la competencia</b>	<b>Demanda insatisfecha</b>
<b>1</b>	3.251	218	3.033
<b>2</b>	3.609	241	3.368
<b>3</b>	4.006	268	3.738
<b>4</b>	4.446	298	4.148
<b>5</b>	4.936	330	4.606
<b>6</b>	5.478	367	5.111
<b>7</b>	6.081	407	5.674
<b>8</b>	6.750	452	6.298
<b>9</b>	7.493	501	6.992
<b>10</b>	8.307	557	7.750

*Nota:* La demanda insatisfecha es el resultado de la demanda potencial menos la oferta de la competencia, correspondientes a cada año respectivamente.

El estudio señala que, para el décimo año, luego de implementar el proyecto, existirá una demanda insatisfecha de 7.750 a las cuales la oferta no ha logrado cubrir con el servicio de alojamiento. Por lo tanto, existe un porcentaje elevando de demanda insatisfecha asociada a la poca oferta de alojamiento.

**Tabla 21***Porcentaje para captar la demanda insatisfecha*

Datos		Número	Porcentaje
Demanda	insatisfecha	3.033	100%
año 1			
Capacidad	de carga	1.560	51%
anual			
Competencia		785	26%

*Nota:* La capacidad de carga anual es el resultado de las 30 plazas distribuidas en el *Lodge* multiplicadas por las 52 semanas (un año).

El porcentaje que se deriva de la demanda insatisfecha con relación a la capacidad de carga del emprendimiento representa el porcentaje a captar de la demanda objetiva. Seguidamente se desarrolla el cálculo mediante la siguiente fórmula:

$$\% \text{ a captar} = \frac{\text{Capacidad de producción (1er año)}}{\text{Demanda insatisfecha (1er año)}} * 100 = \frac{1.560}{3.033} * 100 = 51\%$$

Al efectuar las operaciones correspondientes se obtiene un 51% de la demanda insatisfecha a captar mediante la implementación del emprendimiento; luego, este valor se reemplaza en la fórmula que permitirá el cálculo de la demanda objetiva.

$$\text{Demanda objetiva} = \frac{\text{Demanda insatisfecha} * \% \text{ a captar}}{100\%}$$

$$\text{Demanda objetiva (año 1)} = \frac{3.033 \times 51}{100} = 1.547$$

**Tabla 22***Proyección de la demanda objetiva*

Año	Demanda insatisfecha	Demanda objetiva
1	3.033	1.547
2	3.368	1.718

<b>3</b>	3.738	1.906
<b>4</b>	4.148	2.115
<b>5</b>	4.606	2.349
<b>6</b>	5.111	2.607
<b>7</b>	5.674	2.894
<b>8</b>	6.298	3.212
<b>9</b>	6.992	3.566
<b>10</b>	7.750	3.953

*Nota:* La tabla muestra los resultados de la demanda objetiva comprendida en los 10 años.

La demanda objetiva refleja los valores que se anhela cubrir a través de la capacidad de carga que tiene el *Lodge* propuesto en el presente proyecto en los 10 años a partir del primer año de funcionamiento. Para finalizar con el estudio de mercado, se procede a integrar en una sola tabla los resultados de las variables correspondientes a la demanda potencial, oferta de la competencia, demanda insatisfecha y demanda objetiva prevista para los diez años desde el funcionamiento de la empresa.

### **Tabla 23**

#### *Proyección de la demanda objetiva*

<b>Año</b>	<b>Demanda potencial</b>	<b>Oferta de la competencia</b>	<b>Demanda insatisfecha</b>	<b>Demanda objetiva</b>
1	3.251	218	3.033	1.547
2	3.609	241	3.368	1.718
3	4.006	268	3.738	1.906
4	4.446	298	4.148	2.115
5	4.936	330	4.606	2.349
6	5.478	367	5.111	2.607
7	6.081	407	5.674	2.894
8	6.750	452	6.298	3.212
9	7.493	501	6.992	3.566
10	8.307	557	7.750	3.953

*Nota:* La demanda insatisfecha es la diferencia de la demanda potencial y la oferta de la competencia, mientras que la demanda objetiva se desarrolló en la tabla 22.

La última tabla justifica la viabilidad del proyecto con respecto a todo lo referente al estudio de mercado. Presenta desde el primer año una demanda potencial importante que llega a duplicarse; frente a ello, la oferta de la competencia cubre solamente el 7%, dando como resultado un 93% de demanda insatisfecha.

Estas referencias construyen un momento propicio para cubrir el 51% de la demanda insatisfecha, porcentaje correspondiente a la capacidad de carga del establecimiento dentro del primer año que considera la ocupación de 30 plazas por semana. Cabe señalar que la capacidad de carga es de 180 plazas semanales.



## CAPÍTULO III

### 3. Estudio Técnico administrativo

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

##### 3.1.1. Macro localización

La implementación del presente proyecto “Kárun Lodge” estará ubicado en el siguiente contexto, localizado en el cantón Ibarra, provincia de Imbabura, región Sierra, Ecuador en América del Sur.

**Tabla 24**

*Ubicación del proyecto*

<b>Continente</b>	<b>América del Sur</b>
País	Ecuador
Región	Sierra
Provincia	Imbabura
Cantón	Ibarra

**Figura 21**

*Macro Localización de la provincia de Imbabura*



*Nota:* Ubicación cartográfica de la provincia de Imbabura.

##### 3.1.1.1. Evaluación de las condiciones para la ubicación del proyecto

Ecuador al encontrarse en Sudamérica y en esencia en la mitad del mundo y la Cordillera de los Andes atravesando el país de norte a sur hace que su territorio este constituido por diversos pisos climáticos que proporcionan una

gran variedad de productos y una biodiversidad que, comparada con su tamaño, lo sitúa como uno de los países megadiversos por km cuadrado.

Además, es preciso mencionar que los aborígenes del Reino de Quito ya conocían dicho sitio por sus conocimientos de astronomía y que hasta el día de hoy se reflejan en sus celebraciones de los solsticios y equinoccios, a la vez manejan fechas exactas en cuanto a la siembra y la cosecha de los productos de la zona, (todo esto refiriéndose a los pueblos de la Sierra ecuatoriana), entre otros eventos, sin duda todo este conjunto patrimonial natural y cultural caracteriza a Ecuador como un futuro destino turístico (Yépez, 1977).

Según la publicación del MINTUR, con relación al perfil de turismo internacional (2017) presenta en los datos recolectados que el turismo internacional creció en un 6.1% en comparación al año anterior; al mismo tiempo, dicho grupo muestra un interés que sobrepasa el 50% hacia el turismo cultural y consecuentemente le sigue el ecoturismo con un 20%.

Todos estos antecedentes fortalecen la idea de incorporar un establecimiento de alojamiento que busca revalorizar el patrimonio cultural y natural de un pueblo específico, debido a que, conocer nuevos estilos de vida y variedad de costumbres y tradiciones motivan a los turistas a desplazarse a estos destinos singulares.

En primera instancia se considera importante ejecutar el proyecto en la provincia de Imbabura por la declaratoria obtenida como Imbabura Geoparque Mundial (IGM), tal como lo afirmó la UNESCO el 17 de abril del 2019, cuando publicó la resolución de la Junta Ejecutiva, donde se dan a conocer los nuevos geoparques mundiales, entre ellos Imbabura de Ecuador (Imbabura Geoparque Mundial, 2021).

Según IGM (2021) un Geoparque es: “un territorio debidamente delimitado, que posee un patrimonio geológico notable, donde confluyen lagos y volcanes, páramos, valles, cascadas; es decir, con el resto del patrimonio natural y se fortalece con todo el paisaje cultural y artesanal de sus pueblos” (sp.).

Imbabura contando con notables peculiaridades facilita potencializar actividades turísticas, en especial por promover el Geoturismo, que forma parte de sus tres ejes fundamentales, también, se promueve la Geoconservación la cual consiste en sensibilizar a la sociedad de los espacios naturales y culturales para su conservación.

Éstas dos razones que se desglosan de la actual declaratoria brindan ventajas para los establecimientos que ofertan servicios turísticos, de los dos ejes se puede apreciar la importancia de la materia prima que forma parte esencial para generar turismo.

### 3.1.1.2. Ubicación de los consumidores y vías de acceso.

El Aeropuerto Internacional Mariscal Sucre está localizado en el cantón Tababela, provincia de Pichincha y es la principal puerta de entrada al Ecuador, se encuentra a 93.8 km de distancia de la comuna La Rinconada, con un tiempo de viaje de 1 hora y 50 minutos; por su cercanía, posibilita la captación de arribos nacionales e internacionales.

**Tabla 25**

*Localización de los posibles consumidores del emprendimiento*

<b>Origen</b>	<b>Distancia (Km)</b>	<b>Tiempo (Horas)</b>	<b>Tipos de vías</b>	<b>Transporte público</b>
Aeropuerto Internacional Mariscal Sucre	93.8	1:50	Primer orden: Vía E28B (89.8 km) Tercer orden: <i>Sigsiloma</i> - La Rinconada (4 km)	- Cooperativa de transporte Flor del Valle - Compañía de transportes 24 de junio S.A.
Quito	102.5	2:50	Primer orden: Vía E28B (98.5 km) Tercer orden: <i>Sigsiloma</i> - La Rinconada (4 km)	- Cooperativa de transporte Flor del Valle - Compañía de transportes 24 de junio S.A. - Cooperativa de transportes Otavalo.
Cayambe	35.5	0:55	Primer orden: Vía E28B (31.5 km) Tercer orden: <i>Sigsiloma</i> - La Rinconada (4 km)	- Compañía de transportes 24 de junio S.A.
Ibarra	18.3	0:37	Primer orden: Vía E28B (14.3 km) Tercer orden: <i>Sigsiloma</i> - La Rinconada (4 km)	- Compañía de transportes 24 de junio S.A. - Cooperativa de transportes La Esperanza.
Otavalo	39	1:05	Primer orden: Vía la Troncal de la Sierra E35 (21 km) y la vía E28B (14) Tercer orden: <i>Sigsiloma</i> - La Rinconada (4 km)	- Cooperativa de transportes Otavalo. - Compañía de transporte Intraprovincial <i>Imbaburapac Churimi canchic</i> S.A

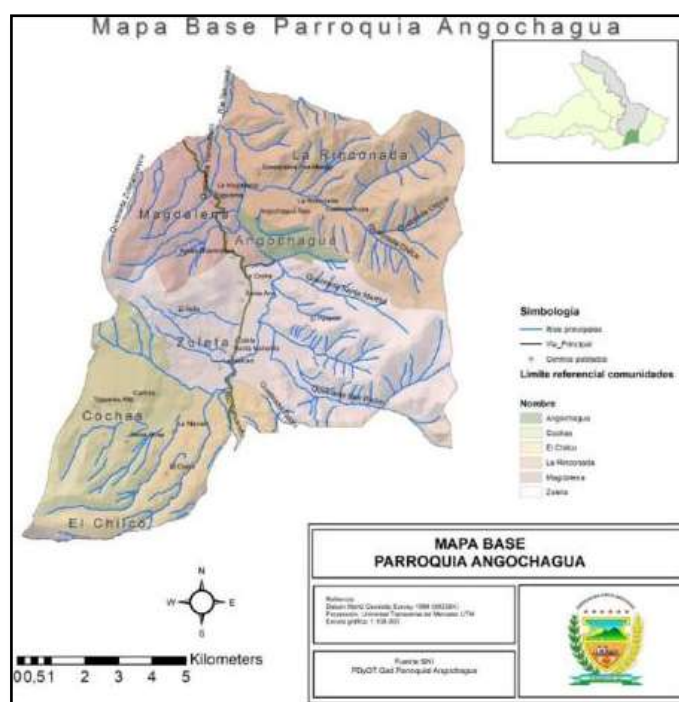
*Nota:* Con relación al transporte, en la parroquia Angochagua existen tres compañías de camionetas que brindan su servicio: *Nukanchik Ñan S.A*, Quebrada seca y Trans. Zuleta.

Según el estudio de mercado, que se detalla en el capítulo anterior (Tabla 10), Quito, la capital del país es un posible mercado consumidor teniendo en cuenta que es uno de los centros turísticos de distribución más importante del país y a su vez está próxima a la provincia de Los Lagos. Por otra parte, Ibarra la capital provincial también se presenta como un futuro mercado consumidor, debido a que el emprendimiento estará localizado en una de sus parroquias rurales más antiguas. Asimismo, los cantones de Cayambe y Otavalo simbolizan la población moderada de consumidores.

Es importante destacar que los posibles consumidores se encuentran en los cantones más representativos de las provincias de Pichincha e Imbabura, entorno a dichos indicios se pronostica que las dos provincias formen parte de un futuro mercado.

## Figura 22

*Localización de la parroquia de Angochagua.*



*Nota:* Mapa de localización de la parroquia Angochagua, PDYOT 2020.

### 3.1.1.3. Localización de la materiales e insumos.

La ciudad de Ibarra es el poblado más cercano a la parroquia de Angochagua, y por ende se considera el sitio estratégico para la adquisición de los materiales e insumos que requiera el proyecto. Sin embargo, se toma a consideración ciertos elementos provisionados en el sector, a continuación, se detalla los requerimientos en las dos etapas que tendrá el establecimiento:

**Tabla 26**

*Materiales e insumos de acuerdo con las etapas que tendrá el Lodge*

Etapa	Materiales	Localización	Insumos	Localización
Construcción	Pétreos (arcilla y barro)	Mina Luis (Caranqui) La Rinconada	Insumos de materiales	Ibarra
	Cerámicos y vidrios	Santa Rosa del tejtar, Ibarra	Insumos de herramientas	La Rinconada
	Materiales metálicos y plásticos	Ibarra	Insumos de maquinarias	Ibarra
	Materiales biodegradables ( <i>suru, madera de eucalipto, paja</i> )	La Rinconada, La Magdalena-Angochagua		
Operación	Suministros de oficina	Ibarra	Insumos de producción	Angochagua
	Equipos de oficina y computo	Ibarra	Insumos de consumo	La Rinconada
	Muebles y enseres	Ibarra Angochagua		

*Nota:* La integración de las comunidades de Angochagua en la localización de insumos y materiales muestra el aprovechamiento de lo característico de la zona.

### 3.1.1.4. Aspectos generales de la parroquia Angochagua.

Con base en el PDYOT del Gad parroquial de Angochagua (2020) se describen los siguientes ámbitos y características que influyen en la localización del proyecto:

#### **Infraestructura de servicios públicos**

Existe una alta cobertura de energía eléctrica; sin embargo, la disponibilidad de telefonía convencional o fija es baja, la única operadora con algo de cobertura

es Claro; así también, el internet en la parroquia es relativamente bajo y muy pocas familias tienen este servicio. El transporte público o buses entre comunas es de muy baja frecuencia. La problemática existente en este sector se focaliza en los índices bajos de dotación de servicios básicos como el agua potable, alcantarillado y saneamiento ambiental.

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

Para atender las necesidades antes mencionadas se han establecido políticas a nivel parroquial, por ejemplo: Promover la protección de la naturaleza, tierras y territorios ancestrales para garantizar el cuidado del medio ambiente, el auto sustento y la identidad cultural del pueblo karanki; fortalecer y potenciar las actividades turísticas, a fin de preservar y proteger el patrimonio cultural y natural de la parroquia.

Por ello, resulta fundamental trabajar en aspectos como la conectividad y la dotación de infraestructura adecuada, esto implica vigilar la calidad en la prestación de los servicios públicos educativos, de salud, agua, saneamiento, energía, conectividad y movilidad; además de fortalecer la organización comunitaria para el bien común.

### **Tendencias de desarrollo de la región**

Para la parroquia de Angochagua su visión de desarrollo se ha enmarcado en llegar a consolidarse como un territorio sostenible y sustentable, que cuida, protege, maneja y aprovecha los recursos naturales, que se reconoce como un destino turístico rural para todo tipo de visitantes; que mantiene y preserva su riqueza cultural expresada en su lengua nativa, su vestimenta, su gastronomía, sus celebraciones, su medicina ancestral y su cosmovisión como.

Caracterizado por un gobierno local que desarrolla actividades en función de las necesidades de la comunidad y busca la mejora continua de servicios básicos y conectividad, fomentando una participación intercultural y respetando los derechos de hombres y mujeres y la naturaleza.

### **Condiciones climáticas, ambientales, suelos**

#### **Características climáticas**

Su clima es ecuatorial de alta montaña, con una temperatura de 10° C. (varía según la temporada), tiene una precipitación de 2250-2500 mm los meses de mayor precipitación van de febrero a mayo, y de menor precipitación de octubre a enero, se observa la presencia de frecuentes neblinas y lluvias en la zona.

### **Características geológicas**

La Geología del lugar es esencialmente volcánica donde sobresale la formación de la Cordillera de Angochagua, mismo que ocupa un 42,1% del territorio parroquial. Las formaciones importantes también tienen relación con la cangagua y los depósitos que representan el 16,6% y 16,8 % independientemente. Cabe mencionar que existen fallas geológicas, riesgos volcánicos y movimientos en masa.

### **Características del suelo y agua**

El agua proviene de las partes altas de la cordillera de Angochagua, generalmente es un poco turbia y en la temporada lluviosa aumenta el caudal, este caudal está destinado para el riego; sin embargo, existen importantes vertientes para uso doméstico, los cuales se encuentran a cargo de la Junta de Agua de la comuna.

El suelo es de proyección volcánica, son ricos en materia orgánica, con presencia de carbono, calcio, potasio; son suelos blandos con un promedio de profundidad de 1 metro; de textura fina, coloración negra, caracterizadas por alta retención de humedad. En cuanto a la taxonomía de suelos están formados por materiales líticos de naturaleza volcánica.

### **Interés de fuerzas sociales y comunitarias.**

En la parroquia existen organizaciones con base comunitaria que son las comunas o cabildos, de las cuales se desprenden diferentes asociaciones de producción agrícola, artesanal, textil y agropecuaria, entre las principales se encuentran las siguientes: Organización Comunitaria de Producción Artesanal de Mujeres de Bordados Zuleta y Asociación Agropecuaria Manuel Freile Barba La Magdalena.

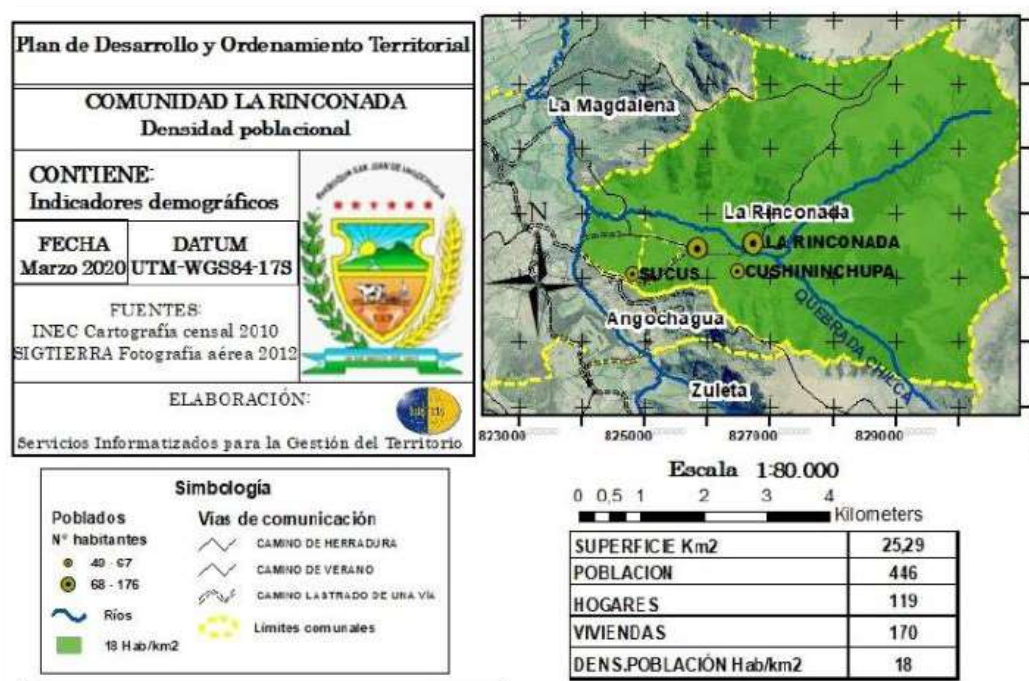
Las actividades o ramas económicas principales de la parroquia están en el sector agrícola, pecuario, artesanal; aunque en los últimos años se ha incrementado la oferta turística (centros de oferta de alimentos preparados, hospedaje y otras actividades. Respecto a entidades financieras, existe una Cooperativa de Ahorro y Crédito "Cooperativa Rural Sierra Norte", cuya agencia se encuentra en comuna La Magdalena.

#### **3.1.2. Micro localización**

El presente proyecto estará ubicado en el sector de *Angukuchu*- La Rinconada- Angochagua con las siguientes coordenadas.

Figura 23

Mapa geográfico de la comuna de la Rinconada



Nota: Tomado de los indicadores demográficos La Rinconada, PDYOT Angochagua 2020.

Tabla 27

Coordenadas de la ubicación del "Kárun Lodge"

Dirección	Coordenadas	
	X	Y
N/O	17N 0826681	UTM0026968
N/E	17N 0826698	UTM0027041
S/O	17N 0826729	UTM0027035
SE	17N 0826723	UTM0027005

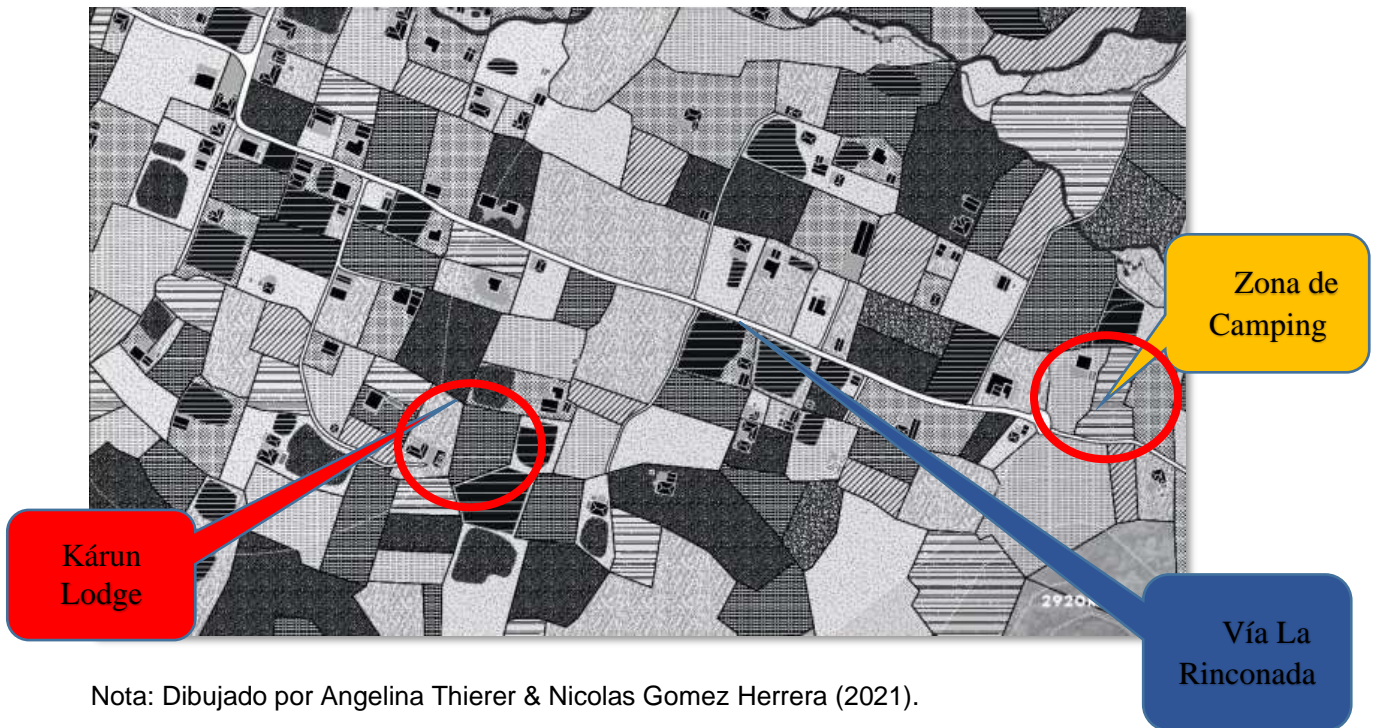
Nota: Los puntos de referencia se tomaron con base en el polígono que forma el terreno.

Los factores que intervienen en la puesta en marcha del proyecto tales como: situación competitiva, limitaciones tecnológicas, consideraciones medio ambientales, aspecto sociocultural y económico están detalladas en el capítulo 1 (Tabla 2); con respecto a la ubicación y la oferta de la competencia se establece un análisis minucioso en el capítulo anterior (Tabla 13).



**Figura 24**

*Croquis de los predios en los cuales se implementará el proyecto*

**Figura 25**

*Lote donde se ejecutará el proyecto*



### 3.2. Identificación y descripción de los procesos

En este apartado se describe todo el proceso relacionado al establecimiento, los servicios con los que cuenta el *Lodge*, sus respectivas instalaciones al igual que el diseño. Además, se detalla, el servicio de alojamiento, la oferta gastronómica y las actividades complementarias.

#### 3.2.1. Caracterización y diseño del producto

La oferta de “Kárun Lodge” está constituida por alojamiento y restauración, de manera primordial busca revalorizar la identidad *karanki* haciéndola visible en las técnicas de construcción ancestrales y tradicionales, técnicas culinarias, técnicas artesanales entre otras, que forman parte de la decoración y adecuación de todo el establecimiento. En lo que respecta a los productos complementarios, facilitan la comprensión de la parte intangible, como son los conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo presentes en la memoria de los *kichwa karanki*; además cuenta con actividades de recreación que se desarrollan en un entorno natural adecuado para el aprendizaje y el esparcimiento familiar.

En cuestión a los atractivos turísticos de la comuna La Rinconada que se encuentran descritos anteriormente (tabla 11) forman parte del patrimonio natural y cultural de dicho sitio.

**Tabla 28**

*Productos de “Kárun Lodge”*

Producto	Detalle	Servicios
Alojamiento	Cuatro cabañas de estilo <i>Muyuy Wasi</i> (semi ovaladas) y una cabaña estilo <i>Chuklla</i> (Bohío)	Recepción
Restauración	Menú tradicional con base en técnicas culinarias del sector.	Área multiuso Planchado
Taller de alfarería	Elaboración de artesanías en arcilla de carácter lúdico.	lavandería
Sala etnográfica	Exposición permanente de la cultura <i>karanki</i> .	Parqueadero Áreas verdes
Senderos interpretativos	Sendero interpretativo guiado y autoguiado.	<i>Wifi</i>
Zona de camping y huertos orgánicos	Lugar próximo al establecimiento con vista panorámica.	
Canyoning	Con un grado de dificultad medio.	

*Nota:* En el área multiuso se llevarán a cabo actividades culturales como: ferias comunitarias, festividades y rituales.

El *Lodge* comprende en su totalidad un área de 8.857m<sup>2</sup> distribuidos en tres áreas específicas, como son: área de alojamiento, área multiuso que se encuentra integrada por el restaurante, el taller de alfarería, parqueadero, administración y recepción; por último, está la zona de camping que a la vez comparte su espacio con el huerto orgánico.

El establecimiento brinda como productos principales, los servicios de alojamiento y restauración; con respecto al primero, ofrece un ambiente natural con una vista panorámica acompañada de un diseño arquitectónico (distribución del espacio) en forma de espiral, a su vez este símbolo representa la cosmovisión del pueblo *karanki*, donde cada cabaña mantiene un ambiente de privacidad que a la vez armoniza con el lugar, que incluye el área de fogata localizada en el centro de las edificaciones, que en su conjunto evoca paz y tranquilidad al turista. De la misma manera, el servicio de restauración cuenta con gastronomía tradicional de la zona, esto conlleva a fomentar el consumo de productos locales aportando al desarrollo económico del mismo.

En relación con los productos complementarios, se distinguen dos grupos correspondientes a revalorizar el patrimonio natural y cultural, inicialmente se encuentran los senderos interpretativos, *canyoning*, la zona de *camping* y huertos orgánicos, debido a que las características del paisaje, relieve, clima, recursos naturales, y ubicación geográfica facilitan el desarrollo de estas actividades. Por otra parte, el taller de alfarería y la sala etnográfica son servicios que engloban los ámbitos culturales pertenecientes a este pueblo milenario.

La información recopilada mediante el estudio de mercado facilita la definición de precios que tendrá cada producto, para ello se implementó una encuesta con cuatro paquetes; entre ellos, la propuesta de mayor aceptación fue “**El sol que moja**” con una disponibilidad de pago de \$45. El siguiente paquete “**A la sombra de la kurikinga**” se posiciona en segundo lugar y refleja una predisposición de pago de \$88 mayormente. Y por último la oferta de excursión “**Sacando la pereza**” obtuvo una acogida considerable por la cual estarían dispuestos a pagar de \$20 en adelante.

A continuación, se presentan los precios por servicios:

**Tabla 29***Descripción de los precios referenciales*

<b>Paquete</b>	<b>Incluye</b>	<b>Precio por servicio</b>	<b>Precio total</b>
A la sombra de la kurikinga: (dos días una noche)	Alojamiento	\$20.00	\$88.00
	Alimentación	\$33.00	
	Canyoning por la cascada	\$10.00	
	Elaboración de artesanías	\$3.00	
	Recorrido por la sala etnográfica	\$2.00	
	Noche cultural	\$10.00	
	Juegos tradicionales		
	Dramatización de cuentos locales	\$10, 00	
	Bebida de cortesía		
El sol que moja: (un día)	Alojamiento	\$20.00	\$45.00
	Alimentación	\$14.00	
	Senderos interpretativos	\$5.00	
	Actividades lúdicas	\$3.00	
	Caminata con antorchas hacia el mirador	\$3.00	
Sacando la pereza (Full day)	Almuerzo	\$4.00	\$20.00
	Caminata hacia los senderos interpretativos	\$5.00	
	Canyoning por la cascada	\$9.00	
	Recorrido por la sala etnográfica	\$2.00	

*Nota:* No incluye transporte, bebidas extras u otros servicios adicionales a los estipulados.

### 3.2.1.1. Alojamiento

El área de alojamiento se encontrará diseñada con base en los parámetros identitarios del sector y los estándares de calidad que definen a un establecimiento de alojamiento turístico, rústico y confortable; se encontrará en la parte lateral del establecimiento constituido por cinco cabañas de estilo *muyuy wasi*<sup>8</sup> y *chuklla*<sup>9</sup> interconectadas entre sí.

<sup>8</sup> Casa semi-ovalada

<sup>9</sup> Casa de paja a modo de cono

**Tabla 30***Descripción y caracterización de las cabañas*

<b>Nombre de las cabañas</b>	<b>Servicios incluidos</b>	<b>Habitación</b>	<b>P.U.</b>	<b>P.T.</b>	<b>Utilidad</b>	<b>Costo+ IVA</b>
<i>Kusaku</i> <sup>10</sup>	Alojamiento Desayuno Yacuzzi	Suit (2)	\$30,00	\$60,00	\$17,40	\$12,60
<i>Atuk</i> <sup>11</sup> Familiar	Alojamiento Desayuno	Doble (1)	\$20,00	\$40,00	\$11,60	\$8,40
		Triple (2)	\$18,00	\$54,00	\$10,44	\$7,56
<i>Lani</i> <sup>12</sup> Familiar	Alojamiento Desayuno	Doble (2)	\$20,00	\$40,00	\$11,60	\$8,40
		Triple (1)	\$18,00	\$54,00	\$10,44	\$7,56
<i>Ango</i> <sup>13</sup> Familiar	Alojamiento Desayuno	Doble (2)	\$20,00	\$40,00	\$11,60	\$8,40
		Triple (1)	\$18,00	\$54,00	\$10,44	\$7,56
<i>P'akcha</i> <sup>14</sup> Familiar	Alojamiento Desayuno	Doble (2)	\$20,00	\$40,00	\$11,60	\$8,40
		Triple (1)	\$18,00	\$54,00	\$10,44	\$7,56

*Nota:* Los precios son referenciales, obtenidos a través del estudio de mercado. El servicio contará con una debida de cortesía.

Otro dato adicional del estudio de mercado es el porcentaje de aceptación del establecimiento, siendo un valor representativo el 94% y la disposición de pago que sobrepasó el 50% de los encuestados con un valor a pagar de hasta \$60.00.

Para la elección del estilo arquitectónico que dispondrán las cabañas, se tomó como referencia el estudio de mercado (figura 11) donde existe una tendencia marcada hacia las construcciones con materiales propios como: adobe, bahareque y techo de paja, a ello se complementa los acabados de madera, proporcionando un ambiente rústico.

La cabaña matrimonial es de estilo *chuklla*, que se caracteriza por la construcción de dos niveles en un mismo cuerpo; con un área de 16m<sup>2</sup>, presenta

<sup>10</sup> Expresión de cariño hacia el ser querido

<sup>11</sup> Lobo de páramo

<sup>12</sup> Persona que dirigía la construcción de una casa de paja y bahareque

<sup>13</sup> De la familia lingüística barbacoa, centinela, guardián del territorio

<sup>14</sup> Del kichwa, cascada

una base cuadrada y al inicio del segundo nivel toma la forma de un cono, su fachada frontal está direccionada hacia el volcán Imbabura, que permite divisar los ocasos. El primer nivel se encontrará interconectado por una escalera en forma de espiral; adicionalmente la sala de estar con una pequeña chimenea, el baño privado y el jacuzzi ocuparán esta primera sección.

El nivel superior estará destinado como habitación de descanso, misma que contará con una cama *Queen* y un closet. A cada cabaña se le ha asignado un nombre acorde a su ambientación, en este caso se la denomina como "*Kusaku*", palabra utilizada para expresar afecto a la pareja y a su vez se relaciona con el estilo de construcción, ya que anteriormente, la utilizaban para ceremonias matrimoniales.

Las cuatro cabañas restantes, de tipo familiar, compartirán el estilo arquitectónico de *muyuy wasi*, particularmente conocidas como viviendas *karanki*; con respecto a su infraestructura estará diseñada con paredes semi-panorámicas de un techo prominente con cuatro caídas de agua, en dos de ellas se encontrarán tragaluces circulares que doten de luz natural al interior, la entrada principal estará dispuesta en sentido del espiral.

El área total de 42m<sup>2</sup> se distribuirá de la siguiente manera: la sala de estar con 6m<sup>2</sup>, adicional una hamaca; en el interior de la cabaña (primer nivel) con un área de 36m<sup>2</sup>, se incorpora una chimenea, tiene de dos a tres camas dependiendo la temática de estas, dos sofás cama, una nevera y un espacio para bebidas; en la parte superior se asignarán camas plegables respondiendo a la temática establecida.

Los nombres asignados a este último estilo de cabañas serán los siguientes: *Atuk*, aborda la temática de los mitos y leyendas de los *ñawpak taytakuna* (ancianos de la comuna) relacionadas con este personaje al cual se le atribuye una serie de desgracias junto a otros animales. Por ello, la ambientación y decoración giran en torno a los personajes y eventos de dichas expresiones orales como son: el conejo, el caracol, el mirlo, flautas entre otros que recreen las historias.

La segunda cabaña *Lani* por su decoración a base de herramientas utilizadas en la construcción de casas de paja como la azuela, el hacha, el *kuti*<sup>15</sup>, las

---

<sup>15</sup> Herramienta similar al azadón con cabo de aro.

*huaskas*<sup>16</sup>, la pala de madera, así como utensilios de cocina como la *malta* de chicha, batea, *pilchi*<sup>17</sup>, y el mate. Otro de los elementos decorativos consiste en cuadros fotográficos que representarán el proceso de construcción.

La tercera cabaña llevará el nombre de *Ango* que alude a un mirador natural, su decoración a base de tapices tejidos a mano que reflejan las materias primas más utilizadas en su construcción, tales como: la paja, el *suru*<sup>18</sup> y las lianas. La última cabaña se denomina *P'akcha* y su decoración principal es un adorno de jardinería de la cascada *Aritizun*, a escala, ubicada al ingreso; en su interior se disponen fichas informativas de las especies de flora y fauna local más relevantes, entre ellos: el oso andino, *taruga*<sup>19</sup>, arrayán, almurián etc.

### Características

- Baño privado con agua caliente
- Servicio telefónico
- Internet
- Caja de seguridad en la habitación
- Chimenea
- Corredor de lectura.
- Área de fogata

### Restauración

El *Lodge* dispondrá de un restaurante ubicado en la parte principal que conecta a todo el establecimiento por medio del área multiuso. Además, las instalaciones se encontrarán decoradas con la temática *karanki* en todo lo que respecta a mobiliaria, adornos y los utensilios.

**Tabla 31**

*Menú del establecimiento*

Tiempo	Descripción	Precio
Entrada	<b>Tostado con berro</b>	\$1.50
	<b>Bledo con salsa de pepa de zambo</b>	\$1.50
	<b>Uchu api</b> (colada de maíz tostado con churos)	\$3.00
	<b>Choclo mote:</b> Choclo y fréjol acompañado de queso.	\$1.50

<sup>16</sup> Cuero vacuno a manera de soga

<sup>17</sup> Recipiente hecho con el fruto del árbol de mate

<sup>18</sup> Especie de carrizo presentes en los páramos

<sup>19</sup> Especie de venado

Plato fuerte	<b>Cuy al horno o asado</b>	\$20.00
	Con papas torneadas, tostado, mote y ensalada fresca.	
	<b>Borrego asado</b>	\$6.00
	Con papas, mellocos, habas con cáscara, tostado y ensalada.	\$5.00
	<b>Trucha frita</b>	
	Papas con cáscara, tostado, ensalada y patacones.	\$5.00
Bebidas	<b>Fritada</b>	
	Papas con cáscara, choclo, ensalada, tostado y queso.	\$4.00
	<b>Caldo de gallina de campo</b>	
	<b>Chicha de Jora (jarra)</b>	\$4.00
	Bebida fermentada, a base de maíz germinado.	
	<b>Chicha de arroz (jarra)</b>	\$4.00
Postres	<b>Jugos naturales</b>	\$2.00
	Con frutos de la zona	
	<b>Aguas aromáticas</b>	\$1.50
	Con plantas medicinales	
Platos a la carta	<b>Dulce de oca</b>	\$1.50
	<b>Papatanda</b>	\$2.00
Otros	Pan con papa y oca rallada envuelto en una hoja de <i>vicundo</i> <sup>20</sup> .	
	<b>Chuleta a la plancha</b>	\$5.00
	Acompañado de papas salteadas, ensalada fresca y salsas	
	<b>Lomo a la plancha</b>	\$5.00
Otros	Arroz, papas fritas, ensaladas, y salsas.	
	<b>Gordon blue de pollo</b>	\$6.00
	Relleno de queso y tocino, acompañado de ensalada.	
	<b>Desayuno tradicional</b>	\$4.50
	Café o agua, jugo, pan en horno de leña, huevos de campo, fruta picada y seco de carne/pollo.	
Otros	<b>Desayuno continental</b>	\$3.50
	Café o agua, jugo, pan en horno de leña, huevos y fruta picada	\$4.00
	<b>Almuerzos</b>	\$1.00
	<b>Pan en horno a leña.</b>	

*Nota:* Los precios son referenciales y fueron obtenidos a través del estudio de mercado.

El menú se caracterizará por el uso de alimentos propios de la zona 100% orgánicos que son preparados bajo estrictas medidas de higiene. Cabe mencionar que se utilizarán técnicas de cocción en leña, los utensilios de barro

<sup>20</sup> Bromelia que se encuentra en los bosques andinos



y las cocciones en piedra que le da un sabor especial a los alimentos. Además, se incluye un menú con platos a la carta, para satisfacer las exigencias de aquellos comensales que no gustan de la comida tradicional.

En el estudio de mercado se resalta significativamente la aceptación hacia la gastronomía tradicional, razón por la cual se dispuso a ofertar platos característicos de la zona, se han asignado precios referenciales con relación en la competencia y sobre todo en función de la disponibilidad de consumo que sobrepasa los \$15.00.

### **Taller de alfarería**

La alfarería consiste en una de las actividades más representativas de la comuna La Rinconada, pero hoy en día existen muy pocos portadores de este conocimiento; por ello, se ha considerado de vital importancia preservar y recrear esta actividad. El 55% de los encuestados muestran interés por desarrollar actividades culturales como la elaboración de artesanías; razón sustancial para implementar dicha actividad.

**Tabla 32**

*Actividades lúdicas.*

<b>Producto/servicio</b>	<b>Detalle</b>	<b>Tiempo (Horas)</b>	<b>Precio</b>
Elaboración de artesanías	Desarrollo de piezas a base de arcilla, incluye recuerdo.	cuatro	\$3.00
Venta de souvenirs (cerámica).	Tiestos, pundos, ollas de barro, vajillas entre otros.		\$1.00- \$100.00

Las personas que realicen esta actividad tendrán la oportunidad de crear un contacto con la *Pachamama*; este noble trabajo, permitirá que los turistas experimenten el proceso que conlleva crear el arte de la cerámica y finalmente se harán acreedores a un recuerdo. Como parte del taller de alfarería se ubicará la tienda de souvenirs, donde se expondrán todo tipo de utensilios, adornos y creaciones de los artesanos, los precios varían de acuerdo con la complejidad de los objetos, los detalles que contengan y el tiempo que conlleva su elaboración.

El proceso técnico de elaboración de objetos de cerámica parte desde la obtención de la materia que es la arcilla, la cual se encuentra en las estribaciones

montañosas (1Km); el siguiente paso es secar la arcilla para posteriormente desmenuzarla y tamizarla. Luego, se procede a mezclar con agua hasta obtener una masa homogénea, para ello se utiliza la fuerza de los pies sobre un cuero vacuno; a continuación, se moldea según la forma requerida, en este paso se aplican varias técnicas que dotan a la pieza de calidad y brillo; en la parte final, se secan los objetos de forma natural para su respectiva quema.

### **Sala etnográfica.**

Para describir la vida, lucha, evolución e importancia de los *kichwa karanki* se adecuará una sala donde se evidencie cada aspecto; aquí se exhibirán piezas de cerámica, fotografías y otros elementos como vestimentas que han cambiado con el pasar del tiempo, todo esto acompañado con mensajes interpretativos. Además, se ubicará en un espacio estratégico comprendida en dos habitaciones de 18m<sup>2</sup> cada una, dispuestas en un primer y segundo nivel que conecta al taller de alfarería y a la *tienda de souvenirs*.

**Tabla 33**

*Recorridos de la sala etnográfica*

<b>Servicio</b>	<b>Detalle</b>	<b>Tiempo (horas)</b>	<b>Precio</b>
Recorrido guiado	Exposición permanente del pueblo <i>karanki</i> con guía nativo.	0:30	\$2.00
Recorrido autoguiado	Exposición permanente del pueblo <i>karanki</i> por medio de fichas interpretativas	0:30	\$1.50

*Nota:* La instalación contará con un área para proyecciones de material audiovisual.

Se considerarán dos tipos de recorridos, uno que contará con un guía nativo y otro autoguiado, de las dos maneras, el turista se transportará al pasado y comprenderá de qué manera los *karanki runakuna* veían su entorno, temas como la vida cotidiana, familiar, instrumentos utilizados en el desarrollo económico, social como también en el ámbito cultural y gastronómico.

El espacio estará distribuido de la siguiente manera, en el primer nivel se encuentra una recreación de la vivienda *karanki*, la familia, junto a ella la *tullpa*<sup>21</sup> que representa el lugar de encuentro y enriquecimiento de la tradición oral;

<sup>21</sup> Espacios destinados para la cocción de alimentos y sitio de reunión familiar

además, contiene piezas en cerámica, textil, madera y piedra que cumplían diferentes funciones.

### Senderos interpretativos

Los senderos interpretativos forman parte de los caminos ancestrales, más conocidos como *chaki ñan* que conectaban las poblaciones de Mariano Acosta (Pimampiro) con la actual Angochagua. Particularmente el sendero “*Artizun*” cuenta con un camino de piedra en zigzag por donde la comuna transitaba con materiales para la construcción de viviendas (paja, madera de monte, llanas, *suru*).

La actividad complementaria con mayor aceptación (69%) amerita la implementación de dos senderos interpretativos, uno de larga distancia y duración y el segundo de menor dificultad que responda a las necesidades de nuestro segmento de mercado conformado mayormente por familias.

**Tabla 34**

*Caracterización de los senderos interpretativos*

<b>Nombres de los senderos</b>	<b>Dificultad</b>	<b>Técnicas interpretativas</b>	<b>Distancia (kilómetro)</b>	<b>Tiempo (Horas)</b>	<b>Precio</b>
Sendero <i>Artizun</i>	Medio	Dinámica de juego, uso del misterio	4	Tres	\$5.00
Sendero <i>Muyu</i>	Bajo	Cuentos, personificación	0,3	Una	\$2.00

En el recorrido de los cuatro kilómetros se encontrarán localizadas siete paradas en distancias de 400 metros, dichos puntos son los siguientes: inicia en las instalaciones del *Lodge*, sigue hacia la piscina ritual, continua por el río *Karyaku* hasta llegar a *Haka Punku*, continuando con el trayecto pasa al *Allpa Utku* de donde se extrae la arcilla, luego se divisa *Suru Pamba* para finalmente llegar a la cascada *Artizun*.

La característica de los senderos interpretativos se basa en los mensajes y la forma original para dar a conocer los atractivos que se encuentran en dicha ruta; existen innumerables técnicas interpretativas, de acuerdo con el público, que se pueden usar con la finalidad de ofrecer una experiencia diferente, como son juegos, uso del misterio, personificación que pueden captar de mejor manera la atención de los turistas.

## Camping

La zona de camping estará ubicada en la periferia comunal a 300 metros del establecimiento conducido por un sendero, desde este punto se puede divisar los tres volcanes referenciales del sector, el Imbabura, el Cubilche, y el Cunrro, por la mitad atraviesa un canal de agua que forma parte de la ambientación de fuentes de agua (adornos de cascada) que a la vez ayudará al sistema de riego de los huertos orgánicos.

En la parte principal se ubicarán dos baños simples comprendidos en 6 m<sup>2</sup> con un diseño bohío, en la parte central estará el área de parrillada que incorpora una construcción semiovalada y panorámica de 20 m<sup>2</sup> que cuenta con dos parrillas a carbón de 1.20m<sup>2</sup> cada uno, y una mesa central del tronco de un árbol.

**Tabla 35**

*Caracterización de la zona de camping.*

<b>Producto</b>	<b>Área total (m<sup>2</sup>)</b>	<b>Capacidad por persona</b>	<b>Capacidad por tiendas</b>	<b>Precio</b>
<i>Kasha Tula</i>	2.210	33 personas	Nueve tiendas de 4 pax	\$ 5.00

La zona de camping formará parte del huerto orgánico, cada uno comprenderá un área de 2.210 m<sup>2</sup> donde es posible cultivar hortalizas, plantas medicinales y aromáticas, mismos que serán usados para el consumo del establecimiento. Se contará con un proceso de bio cultivo a base de los residuos orgánicos del restaurante, así como la materia orgánica de animales menores.

## Canyoning

Como última actividad complementaria que ofertará el *Lodge* se dispone el *canyoning* por la cascada, con una distancia de 200m de descenso, su topografía es de dificultad media lo cual es factible para grupos de todas las edades, adicionalmente forma parte del sendero *Artizun*.

**Tabla 36***Canyoning por la cascada*

<b>Servicio</b>	<b>Lugar</b>	<b>Tiempo (horas)</b>	<b>Dificultad</b>	<b>Incluye</b>	<b>Requerimientos</b>	<b>Precio</b>
<i>Canyoning</i>	Cascada <i>Artizun</i> ( <i>Kiviantsi</i> )	4	Media	Equipamiento Guía Fotografía	Traje de baño Toalla Calzado cómodo Ropa extra	\$10.00

**Principales proveedores**

Para el aprovisionamiento de la empresa se ha considerado importante adquirir los productos, servicios y prestaciones de los emprendimientos aledaños a la parroquia Angochagua y La Esperanza, estimando aportar primeramente al desarrollo local. Para el caso de los materiales y equipamiento que no se encuentre en la zona se contará con las empresas que se encuentran en la ciudad de Ibarra o Quito.

**Tabla 37***Descripción de los principales proveedores*

<b>Requerimientos</b>	<b>Proveedor</b>	<b>Detalle</b>	<b>Dirección</b>
Equipamiento Industrial	Supermercado ferretero Kywi	Equipos para la cocina, materiales de construcción y herramientas.	Av. Mariano Acosta 21-47 y Victoria Plaza Shopping-Ibarra
Equipamiento para canyoning	Magma equipos	Implementos de seguridad.	Toledo N 23-126 y Madrid, edificio Munich, tercer piso, oficina # 9. Quito
Mobiliario	Maderas maderos	y Muebles artesanales a base de árboles madereros.	Calle Galo Plaza Lazo-Zuleta
Enseres y menaje	Distribuidora Reina del Cisne	Implementos de cocina.	Av. Pérez Guerrero y Olmedo (fabrica: Huertos Familiares, calle Esmeraldas-Ibarra
Lencería/ menaje	Asociación de bordadoras Artesanos Zuleta	y Mantelería personalizada en los bordados.	Calle Galo Plaza Lazo-Zuleta

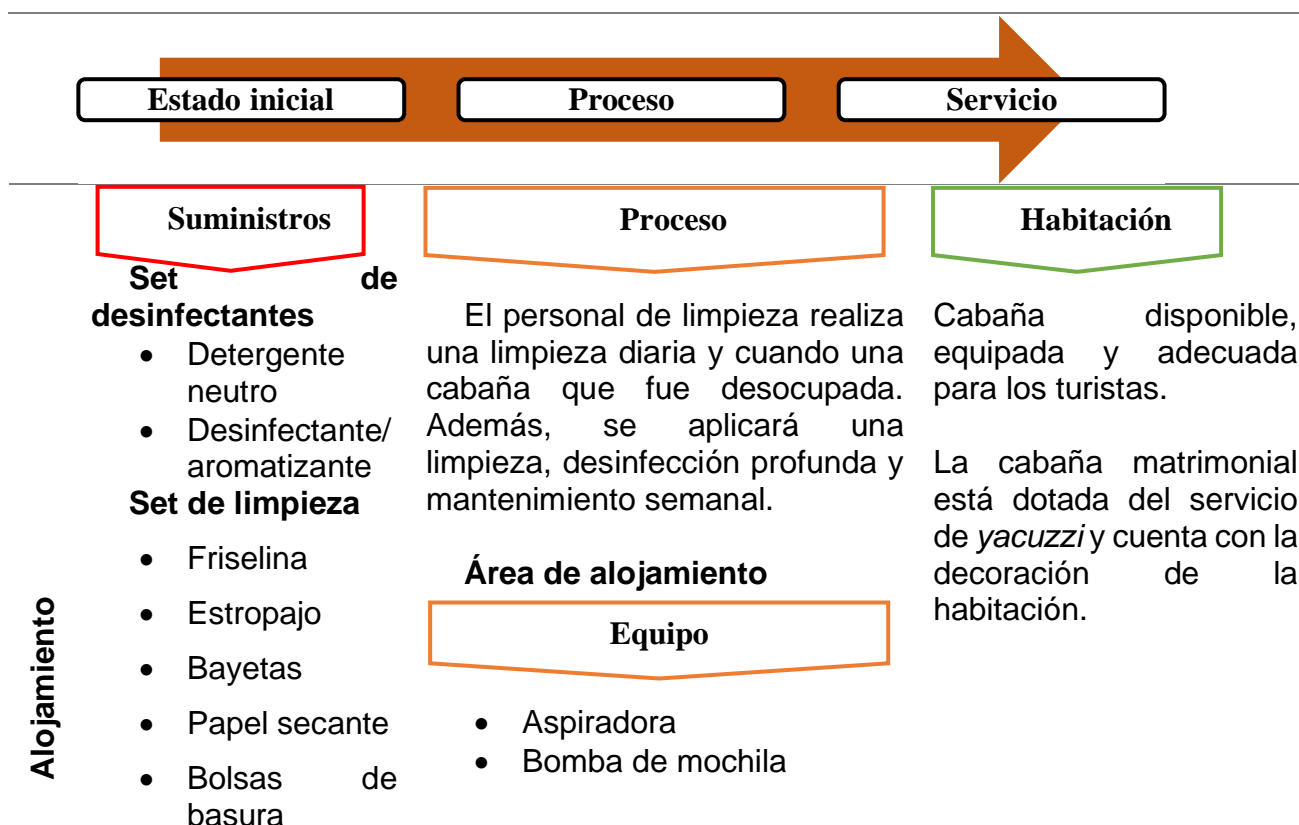
Suministros de oficina	Almacenes Astra	Materiales para recepción y administración.	Sánchez y Cifuentes 943 y Oviedo, Ibarra
Insumos y suministros	Santa Anita del Carmen	Abastos	Av. Pérez Guerrero No. 7-75 entre, Sánchez y Cifuentes, Ibarra.
Materias primas	Productores locales	Hortalizas, legumbres, cereales.	Angochagua
	Mercado mayorista		Avenida Cristóbal de Troya y Jaime Roldós-Ibarra

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

En el siguiente fragmento se referencia el proceso al cual se someten los productos y servicios que dispone “Kárun Lodge”, separados respectivamente; en dicho espacio la materia prima, los insumos y suministros son procesados en sus respectivas instalaciones y equipos obteniendo el producto o servicio.

**Tabla 38**

*Detalle del proceso por producto/ servicio*



	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Limpiadores de cristales</li> </ul> <p><b>Materiales de limpieza</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mopa</li> <li>• Escoba</li> <li>• Recogedor</li> <li>• Cubos de ocho litros</li> <li>• Botellas pulverizadoras</li> </ul>	<p><b>Vestuario</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Guantes de goma</li> <li>• Mascarilla</li> <li>• Uniforme</li> </ul> <p><b>Organización</b></p>	
		<p><b>Talento humano (departamento de alojamiento)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Recepcionista</li> <li>• Dos camareras</li> </ul>	
Taller de alfarería	<p><b>Suministros</b></p>	<p><b>Proceso</b></p> <p>El proceso se divide en siete fases: 1 extracción de la arcilla; 2 limpieza; 3 mezcla y amasado; 4 moldeado; 5 alisado; 6 secado y 7 el quemado de las piezas.</p>	<p><b>Experiencia interpretativa</b></p> <p>Experiencia vivencial del proceso alfarero prehispánico. Obsequio de un recuerdo en cerámica. Objetos de cerámica para la venta de <i>souvenirs</i>.</p>
	<p><b>Materia prima</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Arcilla roja</li> <li>• Arcilla negra</li> <li>• Arcilla anaranjada</li> <li>• Leña</li> <li>• Paja</li> </ul>	<p><b>Taller de alfarería</b></p>	
	<p><b>Insumos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sacos de polipropileno</li> <li>• Cuero vacuno</li> </ul>	<p><b>Equipo</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pala y pico</li> <li>• Carretilla</li> <li>• Herramientas de mano como piedras planas, pelo de caballo, piezas de cerámica, cuchillos y bruñidores.</li> </ul>	
		<p><b>Organización</b></p> <p><b>Talento humano</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Recepcionista</li> <li>• Guía nativo</li> </ul>	
Sala etnográfica	<p><b>Suministros</b></p>	<p><b>Proceso</b></p> <p>Se realiza una limpieza diaria del espacio, luego se enciende los equipos. Una vez que llega el visitante se dispone dos opciones, el guiado o el autoguiado, si opta por la primera se asigna un guía.</p>	<p><b>Exposición museográfica</b></p> <p>Aprendizaje interpretativo sobre cultura del pueblo <i>karanki</i>.</p> <p>Conocimiento de las técnicas de arquitectura, cerámica y madera.</p>
	<p><b>Set de limpieza</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Friselina</li> <li>• Bolsas de basura</li> <li>• Desinfectante</li> </ul>	<p><b>Material interpretativo</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Paneles de exhibición</li> </ul>	

<b>Materiales de limpieza</b>	de	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dioramas, <i>maniqués</i></li> <li>• Piezas de cerámica y líticas</li> <li>• Guion</li> </ul>
		<b>Equipo</b>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Laptop</li> <li>• Proyector</li> </ul>
		<b>Organización</b>
		<b>Talento humano</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Recepcionista</li> <li>• Guía nativo</li> </ul>

<b>Senderos interpretativos</b>	<b>Suministros</b>	<b>Proceso</b>	<b>Recorrido por el sendero</b>
	<b>Vestuario</b>	Comienza con una inspección previa al recorrido, se consulta las condiciones meteorológicas, luego se prepara todo el equipo para empezar el recorrido desde las instalaciones.	Experiencia de aprendizaje lúdico de las especies de flora y fauna juntamente con los mitos y leyendas.
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ropa <i>trekking</i></li> <li>• Botas de montaña</li> <li>• Mochila</li> <li>• Poncho de agua</li> </ul>	<b>Equipo</b>	Se disponen de un recorrido de dificultad media y tres horas de duración y el segundo de dificultad baja con un tiempo de una hora.
	<b>Accesorios para juegos</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cuerdas</li> <li>• Cestas y de pelotas goma</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Botiquín de primeros auxilios</li> <li>• Boqui-toquis</li> <li>• Cámara fotográfica</li> <li>• Celular con código QR</li> </ul>	
		<b>Organización</b>	
		<b>Talento humano</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Guía especializado en senderismo</li> </ul>	



Zona de camping y huertos	<p><b>Suministros</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Botiquín de primeros auxilios</li> <li>• Lámparas</li> <li>• Linternas</li> <li>• Parrilla</li> <li>• Leña</li> <li>• Encendedor</li> </ul>	<p><b>Procesos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Limpiar el lugar.</li> <li>- Armar las carpas adecuadamente</li> </ul> <p><b>Organización</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Talento humano</li> <li>-Guardia</li> </ul>	<p><b>Servicio de camping</b></p> <p>Espacio dispuesto para acampar. Actividades de fogata, parrillada y baños.</p>
	Canyoning	<p><b>Suministros</b></p> <p><b>Vestuario</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Traje de neopreno</li> <li>• Botas de montaña</li> <li>• Mochila</li> <li>• Poncho agua</li> </ul>	<p><b>Proceso</b></p> <p>Al inicio se aplica una revisión minuciosa de todo el equipo y al llegar al punto de inicio se revisa los puntos de sujeción previo al descenso.</p> <p><b>Equipo</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Casco</li> <li>• Arnese</li> <li>• Mosquetón</li> <li>• Cuerdas</li> <li>• Cintas</li> <li>• Traje de neopreno</li> <li>• Poleas</li> </ul> <p><b>Organización</b></p> <p><b>Talento humano</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Guía especializado deportes de aventura</li> </ul>

**Tabla 39***Entradas para el restaurante*

Estado inicial	Estado transformador	Estado final
<p><b>Insumos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Abarrotes: harinas, sal, condimentos, salsas.</li> <li>- Carnes</li> <li>- Productos lácteos</li> <li>- Semillas de sambo</li> <li>- Verduras</li> <li>- Agua</li> <li>- Granos secos y tiernos</li> <li>- Especias</li> </ul>	<p><b>Proceso</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Selección de los productos a usar</li> <li>- Limpiar y desinfectar los productos</li> <li>- Realizar el <i>mise en place</i></li> <li>- Cocción de los alimentos a una temperatura óptima</li> <li>- Preparar los alimentos</li> <li>- Rectificar sabores</li> <li>- Elegir la vajilla adecuada</li> <li>- Emplatarse con elegancia</li> <li>- Servir los platillos</li> </ul>	<p><b>Producto</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Tostado con berro</li> <li>- Bledo con salsa de pepa de zambo</li> <li>- <i>Uchu api</i></li> <li>- Choclo mote</li> </ul>
<p><b>Suministros</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Servilletas</li> <li>- Vajilla de barro</li> <li>- Cucharas</li> <li>- Cucharones</li> <li>- Cuchillo y tabla de cortar</li> <li>- Colador</li> <li>- Ollas de barro</li> <li>- Sartén</li> <li>- Leña</li> </ul>	<p><b>Equipos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Licuadora</li> <li>- Cocina industrial</li> <li>- Cocina de leña</li> </ul> <p><b>Organización</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Chef</li> <li>Ayudante de cocina</li> <li>Camarero</li> </ul>	

**Tabla 40***Platos fuertes*

Estado inicial	Estado transformador	Estado final
<p><b>Insumos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Abarrotes: sal, condimentos, salsas.</li> <li>- Aceite</li> <li>- Vino, cerveza.</li> <li>- Carnes: rojas y blancas</li> <li>- Pescado</li> <li>- Productos lácteos</li> <li>- Semillas de sambo</li> <li>- Granos secos y tiernos</li> <li>- Verduras</li> <li>- Tubérculos</li> <li>- Agua</li> </ul>	<p><b>Proceso</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Selección de los productos a usar</li> <li>- Limpiar y desinfectar los productos</li> <li>- Realizar el <i>mise en place</i></li> <li>- Cocción de los alimentos a una temperatura óptima</li> <li>- Preparar los alimentos</li> <li>-Rectificar sabores</li> <li>- Elegir la vajilla adecuada</li> <li>- Emplatarse con elegancia</li> <li>- Servir los platillos</li> </ul>	<p><b>Producto</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Cuy al horno o asado</li> <li>- Borrego asado</li> <li>- Trucha frita</li> <li>- Fritada</li> <li>- Caldo de gallina de campo</li> </ul>
<p><b>Suministros</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Servilletas</li> <li>- Vajilla de barro</li> <li>- Cucharas</li> <li>- Cubiertos</li> <li>- Vasos de cristal</li> <li>- Cucharones</li> <li>- Cuchillo y tabla de cortar</li> <li>- Ollas de aluminio</li> <li>- Sartén</li> <li>- Ollas de barro</li> <li>- Sartén</li> <li>- Leña</li> <li>- Colador</li> </ul>	<p><b>Equipos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Licuadora</li> <li>- Cocina industrial</li> <li>- Cocina de leña</li> </ul> <p><b>Organización</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Chef</li> <li>Ayudante de cocina</li> <li>Camarero</li> </ul>	

**Tabla 41***Bebidas y postres*

Estado inicial	Estado transformador	Estado final
<p><b>Insumos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Harina de maíz.</li> <li>- Panela</li> <li>- Azúcar</li> <li>- Frutas</li> <li>- Tubérculos</li> <li>- Agua</li> <li>-Plantas medicinales</li> <li>- Especies de dulce</li> </ul>	<p><b>Proceso</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Selección de los productos a usar</li> <li>- Limpiar y desinfectar los productos</li> <li>- Realizar el <i>mise en place</i></li> <li>- Cocción de los alimentos a una temperatura óptima</li> <li>- Preparar los alimentos</li> <li>- Elegir el recipiente adecuado</li> <li>-Verificar que la vajilla esté limpia</li> <li>- Servir las bebidas</li> </ul>	<p><b>Producto</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Chicha de Jora</li> <li>- Chicha de arroz</li> <li>- Jugos naturales</li> <li>- Aguas aromáticas</li> <li>- Dulce de oca</li> <li>- <i>Papatanda</i></li> </ul>
<p><b>Suministros</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Servilletas</li> <li>- Sorbetes</li> <li>- Vasos de cristal</li> <li>- Tazas</li> <li>- Plato base</li> <li>- Hielo</li> <li>- Cucharas para postre</li> <li>- Cucharón de palo</li> <li>- Cuchillo y tabla de cortar</li> <li>- Colador</li> <li>- Ollas de barro</li> <li>- Leña</li> </ul>	<p><b>Equipos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Licuadora</li> <li>- Cocina industrial</li> <li>- Cocina de leña</li> </ul> <p><b>Organización</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Chef</li> <li>Ayudante de cocina</li> <li>Camarero</li> </ul>	

Tabla 42

Menú del día

Estado inicial	Estado transformador	Estado final
<p><b>Insumos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Abarrotes: harina, sal, azúcar, condimentos, salsas.</li> <li>- Aceite</li> <li>- Vino, cerveza.</li> <li>- Carnes: rojas y blancas</li> <li>- Productos lácteos</li> <li>- Huevos</li> <li>- Frutas</li> <li>- Granos secos</li> <li>- Verduras</li> <li>- Tubérculos</li> <li>- Agua</li> <li>- Colador</li> </ul>	<p><b>Proceso</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Selección de los productos a usar</li> <li>- Limpiar y desinfectar los alimentos</li> <li>- Realizar el <i>mise en place</i></li> <li>- Cocción de los alimentos a una temperatura óptima</li> <li>- Preparar los alimentos</li> <li>- Corregir sabores</li> <li>- Elegir la vajilla adecuada</li> <li>- Emplatar con elegancia</li> <li>- Servir los platillos</li> </ul>	<p><b>Producto</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Desayuno tradicional</li> <li>-Desayuno continental</li> <li>- Almuerzos</li> <li>- Pan en horno a leña.</li> </ul>
<p><b>Suministros</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Servilletas</li> <li>- Vajilla de barro</li> <li>- Cucharas</li> <li>- Cubiertos</li> <li>- Vasos de cristal</li> <li>- Cucharones</li> <li>- Cuchillo y tabla de cortar</li> <li>- Ollas de aluminio</li> <li>- Sartén</li> <li>- Ollas de barro</li> <li>- Sartén</li> <li>- Leña</li> <li>- Colador</li> </ul>	<p><b>Equipos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Licuadora</li> <li>- Cocina industrial</li> <li>- Cocina de leña</li> </ul> <p><b>Organización</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Chef</li> <li>Ayudante de cocina</li> <li>Camarero</li> </ul>	

### 3.3. Ingeniería del proyecto

El siguiente apartado presenta a detalle la distribución de los espacios requeridos para el funcionamiento de la empresa, los planos arquitectónicos de las construcciones, mismos que se realizaron en el programa *Auto Cad 2021* con la supervisión y asesoramiento técnico y empírico de un maestro en arquitectura vernácula; finalmente están los detalles que tratan sobre los requerimientos y el equipamiento de cada área.

#### 3.3.1. Distribución de la planta

La planta de “Kárun Lodge” cuenta con una superficie total de 8.857 m<sup>2</sup>, situada a 2868 m.s.n.m., el área dispondrá de un diseño en espiral de toda la zona de alojamiento visto desde arriba. Se ha considerado determinar áreas específicas de acuerdo con las necesidades de cada servicio o actividad, las cuales estarán distribuidas de la siguiente manera:

**Tabla 43**

*Distribución general del establecimiento*

Número	Área (espacio)	Infraestructuras	Área (m <sup>2</sup> )
1	Ingreso y parqueadero	Puerta principal con cubierta	180
2	Área de limpieza	Bodega, baño social y lavandería	90
3	Área de recepción y cultura	Recepción, sala etnográfica y taller de alfarería.	220
4	Área multiuso	Monumento Nakzacota Puento	190
5	Restaurante	Cocina y comedor	110
6	Área de alojamiento	Cuatro cabañas familiares y una matrimonial.	2.133
7	Espacios verdes		808
8	Área de <i>camping</i>	Baños, cabaña <i>barbecue</i>	2.210
9	Área de huertos orgánicos		2.210
10	Camino internos		90
11	Vivienda local		576
<b>Total</b>			<b>8.857</b>

Las áreas que configuran el establecimiento se situarán en espacios estratégicos; el área multiuso se encontrará al inicio y limitará con el área de hospedaje, este último se encuentra a un extremo superior para mayor privacidad, mismo que contará con una vista panorámica del sector. Para una mejor comprensión se procede a presentar cada área por separado y cada uno de sus criterios de implementación y funciones:

### **Ingreso y parqueadero**

El ingreso dispondrá de una puerta de madera con visera, además de un letrero de bienvenida en *kichwa*, español e inglés, se incorporará una escultura de arcilla de una mujer con un *maltillo*<sup>22</sup> de agua brindando en un *pilchi* (tipo cascada) representando la hospitalidad el establecimiento, sin avanzar más allá del portón está el parqueadero con piedras planas (lajas) y especies de flores como el trompetillo que limita a cada espacio.

### **Área de limpieza**

Integrada por el baño social, uno para hombres y otro para mujeres con los requerimientos básicos como inodoros, lavamanos; también, en la parte posterior del mismo está adecuada la bodega donde se guarda todas las herramientas, repuestos y suministros de trabajo y mantenimiento del *Lodge*. Asimismo, a ello se incorpora un corredor donde tiene lugar la lavandería que además cuenta con una lavadora.

### **Área de recepción y cultura**

Comprende una estructura arquitectónica contemporánea de dos niveles, el segundo es la mitad de la primera planta a la cual se le ha incorporado un balcón mirador, construido a base de ladrillo madera y teja vidriada, en la cual funciona las oficinas de recepción y administración, mismas que estratégicamente están ubicadas a lado del parqueadero, siendo el primer punto de interacción con el turista.

Luego se encuentra el taller de alfarería "*Manka Llakta*" conectado con la tienda de souvenirs desarrollan la actividad alfarera; para ingresar a sala etnográfica se transcurre por el pasillo de la recepción, evitando que se ingrese sin control de parte del establecimiento, considero se de esta forma por el valor del material interpretativo y equipos que está dotado el mencionado espacio.

---

<sup>22</sup> Similar a un pondo pequeño utilizado para servir chicha

### **Área multiuso**

El área multiuso alude a una *Kuri kancha*, espacio circular con el monumento de Nazacota Puento que representa la resistencia *karanki* contra la invasión incaica, un lugar de encuentro e intercambio cultural. Su ubicación dentro del establecimiento es clave porque permite conectar a todas las demás áreas a excepción de la zona de camping y los huertos orgánicos.

El lugar es adecuado para instalar carpas en las cuales se efectuarán ferias y actividades, dispuestas a realizarse en los días festivos y solo cuenta con bancas de descanso en sus cuatro frentes. El diseño del piso estará hecho a base de piedras lajas que el mismo lugar las provee, las cuales resaltan el espiral desde el centro.

### **Restaurante**

Para determinar la ubicación del restaurante se tomó en cuenta el criterio de visibilidad del lugar y la accesibilidad, es independiente de las demás áreas porque cuenta con ingreso desde el parqueadero, pero a la vez conectado con el área multiuso. Se determinará un diseño octagonal rústico con ladrillo visto, paredes semi panorámicas en toda su circunferencia, el techo será de teja, puertas y ventanas de madera. Los materiales utilizados serán: ladrillo, material pétreo, madera de eucalipto y vidrio entre los principales.

### **Área de alojamiento y fogata**

Lo característico del hospedaje será su diseño de planta en forma de espiral que inicia en el área de fogata, dotado con bancas de madera ubicadas en un radio de cinco metros y cortados por sus cuatro vértices para ingresar. Además, está conectada con el área multiuso por una escalinata de siete escalones que inicia al final del espiral donde las cinco cabañas se ubican de manera secuencial. Los materiales requeridos para su construcción principalmente son el adobe, la paja de páramo, el *llunlli*, madera de eucalipto y materiales industrializados como chova, pinturas, accesorios para baños etc.

### **Espacios verdes**

Las áreas verdes estarán distribuidas por todo el establecimiento, especialmente los ingresos a cada infraestructura dotarán de plantas ornamentales, medicinales locales y nativas y especies arbustivas que producen flores en mayor tiempo al año, lo que genera la presencia de especies de aves y polinizadores. A continuación, se detallan las siguientes:



Tabla 44

*Especies consideradas para la implementación en los espacios verdes*



Margaritas  
(*Diplostegium hartwegii*  
Hieron.e)



Achicoria (*Hypochaeris*  
*sessiliflora* Kunth)



Ñakcha Sisa (*Bidens*  
*andicola* Kunth)



Yurak Tane  
(*Hypochaeris*  
*sonchoides* Kunth)



Sacha rosas (*Vallea*  
*stipularis* L.f.)



Urku tauri (*Lupinus*  
*pubescens* Benth.)



Maty Killkana  
(*Hypericum laricifolium*  
Juss.)



Aya  
Ramos (*Orthrosanthus*  
*chimboracensis* (Kunth)  
Baker)



Urku P'ichana  
(*Brachyotum alpinum*  
Cogn.)





Puka chaklla  
(*Brachyotum ledifolium*  
(Desr.) Triana)



Chalchik Vara  
(*Lamourouxia virgata*  
Kunth)



Chulku (*Oxalis lotoides*  
Kunth)



Llantén (*Plantago*  
*australis* Lam.)



Siksi (*Cortaderia nitida*  
Pilg.)



Ivilan (*Monnina*  
*crassifolia* Kunth)



Lirios de agua  
(*Zantedeschia*  
*aethiopica*)



Ataco (*Amaranthus*)



Lavanda (*Lavandula*)

*Nota:* Las especies arbustivas no sobrepasan el 1.50m, y como barrera protectora del contorno se dispondrán especies como el arrayán y el aliso que no son de gran tamaño. Información recopilada de la guía de plantas útiles de los páramos de Zuleta (Aguilar, Hidalgo, & Ulloa, 2009).

### Área de Camping

Se encuentra a una distancia de 300 m del establecimiento para mayor privacidad y tranquilidad de los visitantes. La zona se caracteriza por una belleza paisajística única, desde ahí se puede apreciar al majestuoso volcán Imbabura, además otras elevaciones importantes como el volcán Cubilche y Cunrru. Este espacio dispondrá de baterías sanitarias y una ducha; también se ha considerado un área de parrillada, ideal para compartir momentos en familia y amigos. Adicionalmente, se designará un vigilante.

### Área de huertos orgánicos

Los huertos orgánicos comparten el espacio con el área de camping, el cual estará destinado al cultivo de hortalizas, legumbres, frutas y otros para el restaurante del establecimiento; todo esto con base con el conocimiento agrícola de los habitantes de la comuna, entre las técnicas se destacan el uso de abonos y compuestos orgánicos, así como el riego por goteo.

### Caminos internos

Los caminos tendrán un ancho de huella de 1.80m por todas las líneas de acceso lo cual permita transitar en las dos direcciones, los materiales a utilizarse principalmente son las rocas planas o lajas para adecuar el sendero, tendrá una inclinación de 5cm desde el centro y canales de recolección de aguas lluvias. Además, cuenta con una escalinata de siete escalones de 0.28m de alto, 0.40m de huella y 1.80m de ancho asegurado con dos pasamanos de madera. A continuación, se describe la señalización del *Lodge*.

**Tabla 45**

*Descripción de la señalética del establecimiento*

Áreas	Distintivos	Detalle	Material
Ingreso y parqueadero	Panel informativo y de bienvenida. Letrero del parqueadero	La bienvenida, el nombre del establecimiento y sus características en los tres idiomas prescritos. slogan	Sustrato o material pétreo para los cimientos. Madera de eucalipto, pino o ciprés.
Área de limpieza	Letreros	Baños, bodegas, lavandería	Suministros de construcción como pernos, tuercas y pinturas.
Área de recepción y cultura	Letreros	Recepción <i>Allpa Manka</i> <i>karankikuna</i>	
Área multiuso	Tótem	Nakzacota Puento	
Restaurante	Letrero	<i>Raymikuna</i>	

Área de alojamiento	Letreros	<i>Lany, Ango, Atuk, Pákcha, Kusaku</i>
Espacios verdes	Mesas interpretativas	Las especies de flora y sus usos
Área de Camping y huertos orgánicos	Panel informativo	Caracterización del sitio
Caminos internos	Señales de aproximación y precaución	

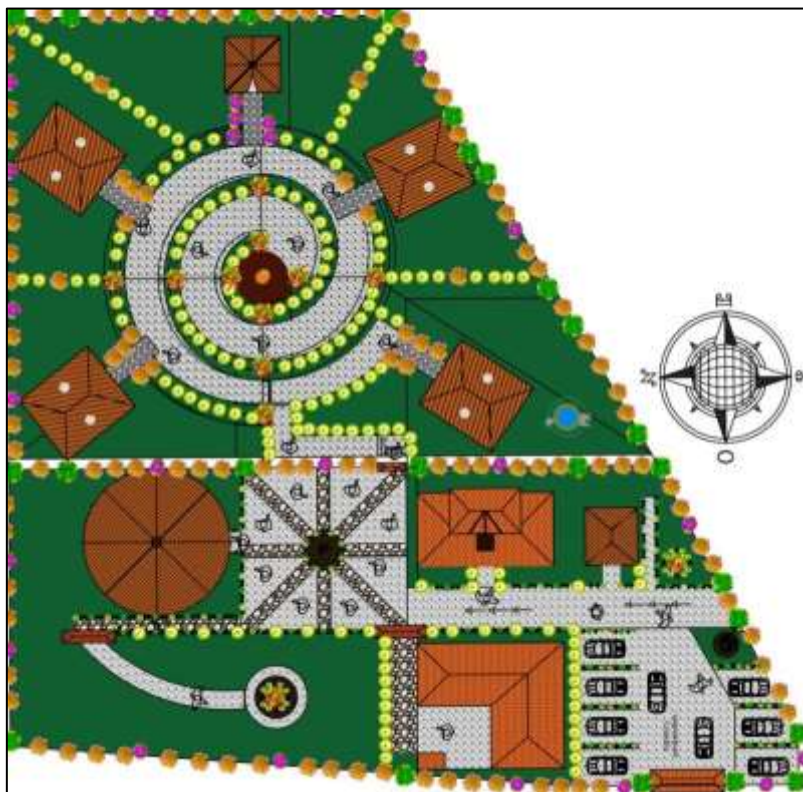
*Nota:* La información estará en tres idiomas; *kichwa*, español e inglés, y en el caso los nombres científicos de las especies de flora.

### 3.3.2. Diseño planimétrico de la planta

En la siguiente sección se presenta la distribución de las áreas descritas anteriormente, desde un corte superior permite identificar la ubicación dentro del establecimiento, el cual cuenta con dos áreas principales, el establecimiento con todos los servicios y el área de camping.

**Figura 26**

*Plano general de "Kárun Lodge"*



**Proyecto:** Lodge con identidad *karanki*  
**Título:** Distribución del establecimiento con servicios  
**Escala:** 1-250      **Sup. T:** 4437m<sup>2</sup>      **Nº:** 01  
**Fecha:** 25/06/21      **Clave:** PG  
**Elaborado:** David Guamán, Jeniffer Morales

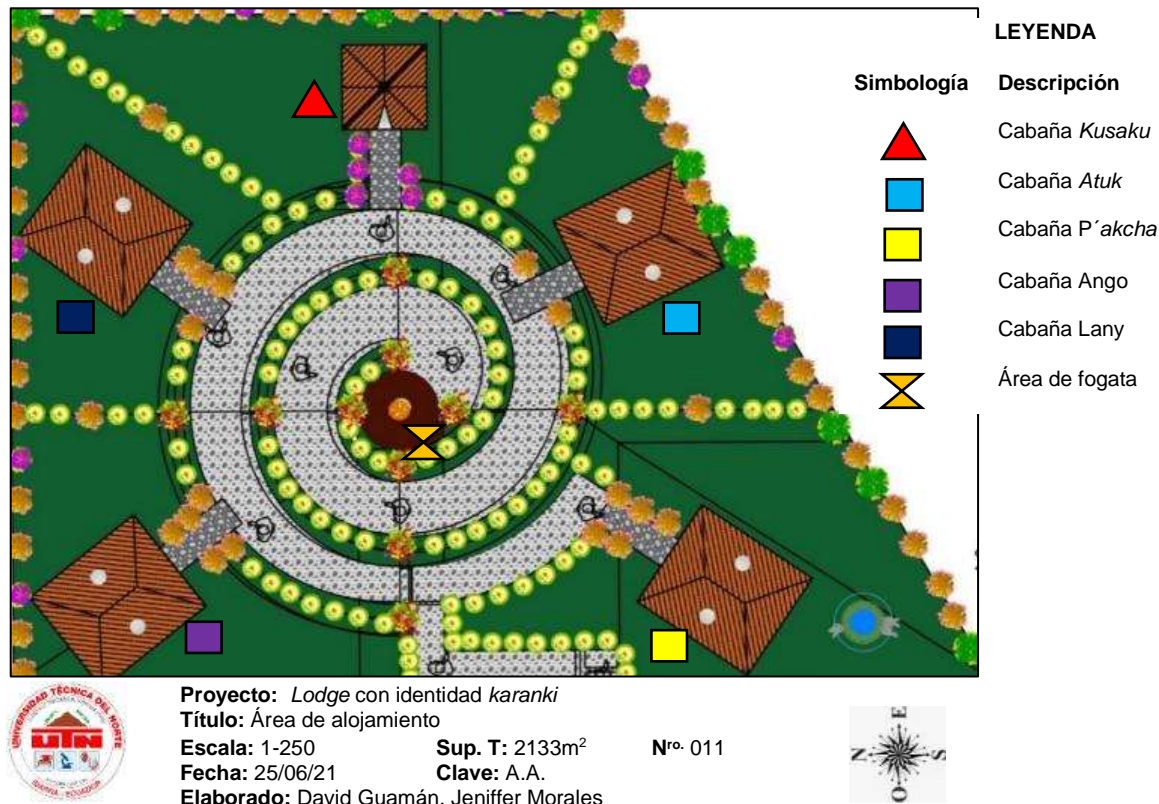




Con el fin de generar una mejor comprensión en la simbología, se subdivide al plano general en dos áreas, la primera relacionada a la parte de alojamiento y la segunda que comprende los espacios de interacción. Con respecto al área de camping y huertos orgánicos, se ubicarán a 300 m del establecimiento.

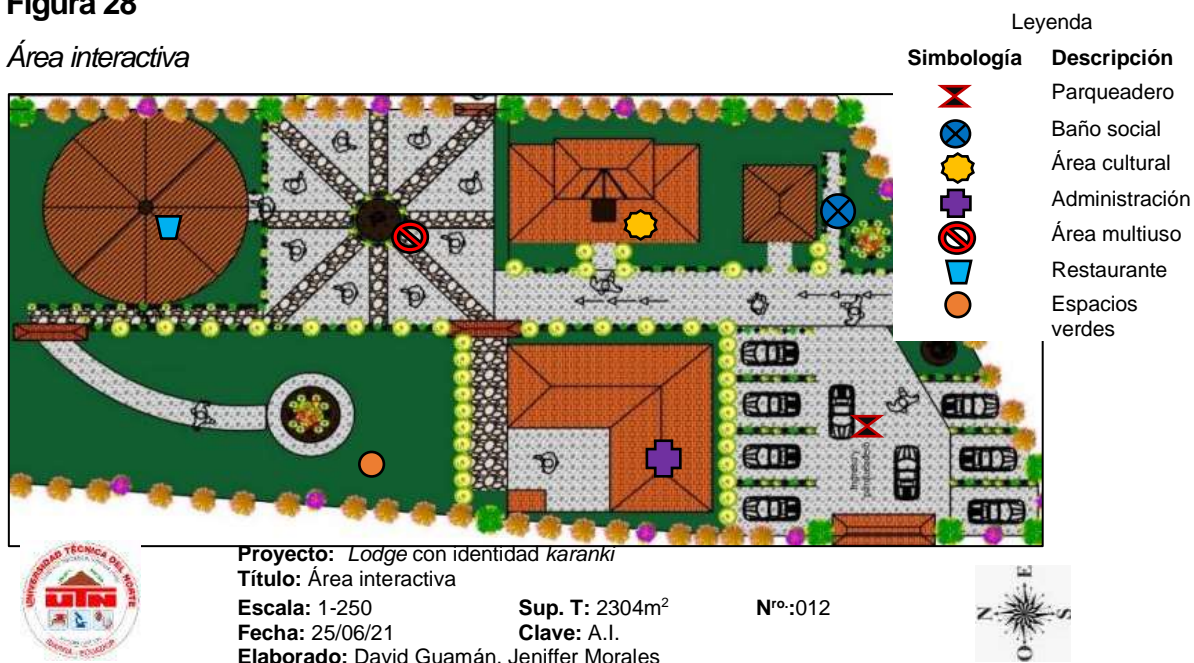
**Figura 27**

*Área de alojamiento*



**Figura 28**

*Área interactiva*



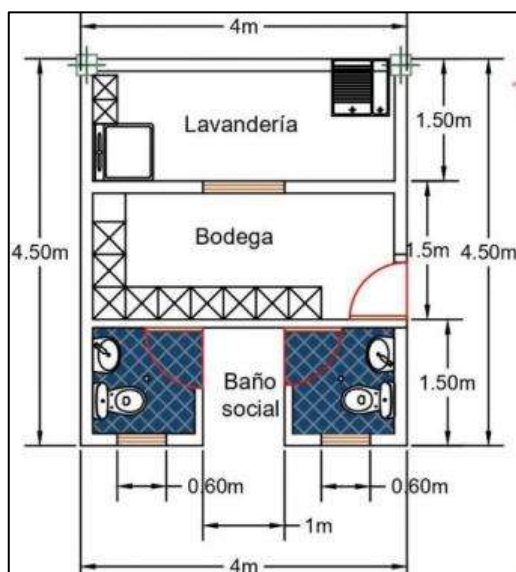
**Figura 29***Área de camping y huertos orgánicos*



### 3.3.2.1. Planos arquitectónicos

**Figura 30**

*Baño social, bodega y lavandería*



**Proyecto:** Lodge con identidad karanki

**Título:** Área de limpieza

**Escala:** 1-250

**Sup. T:**

**Nº:**0121

**Fecha:** 25/06/21

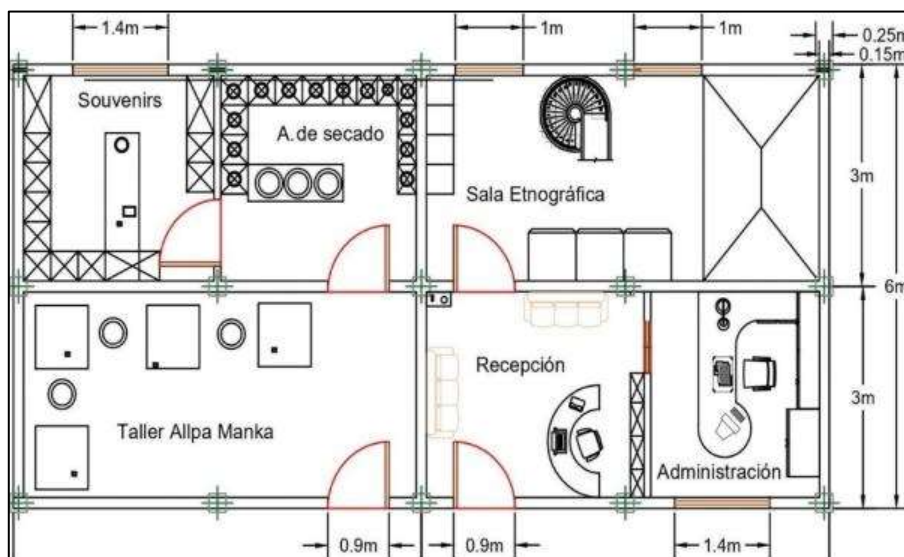
**Clave:** A.L.

**Elaborado:** David Guamán, Jeniffer Morales



**Figura 31**

*Área cultural (primera planta)*



**Proyecto:** Lodge con identidad karanki

**Título:** Área cultural (primera planta)

**Escala:** 1-250

**Sup. T:** 144m<sup>2</sup>

**Nº:**0122

**Fecha:** 25/06/21

**Clave:** A.C1.

**Elaborado:** David Guamán, Jeniffer Morales



Figura 32

Área cultural (segunda planta)

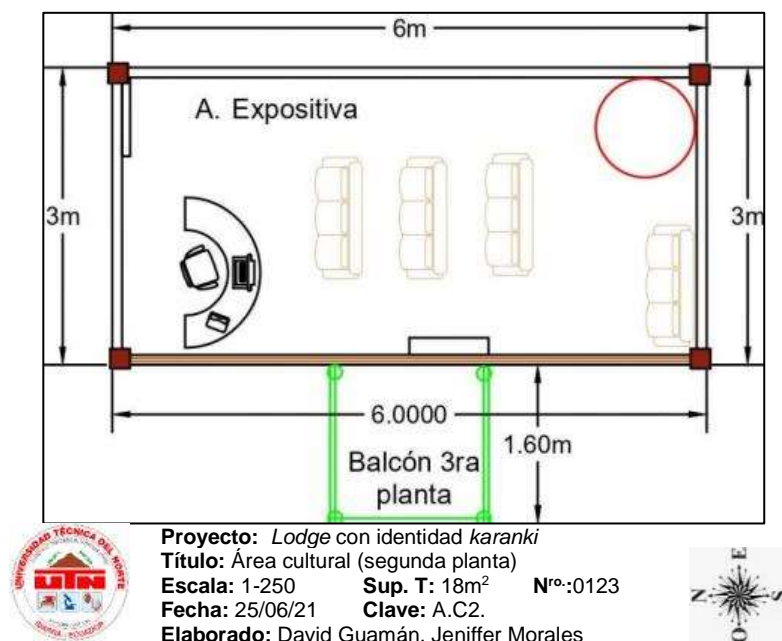
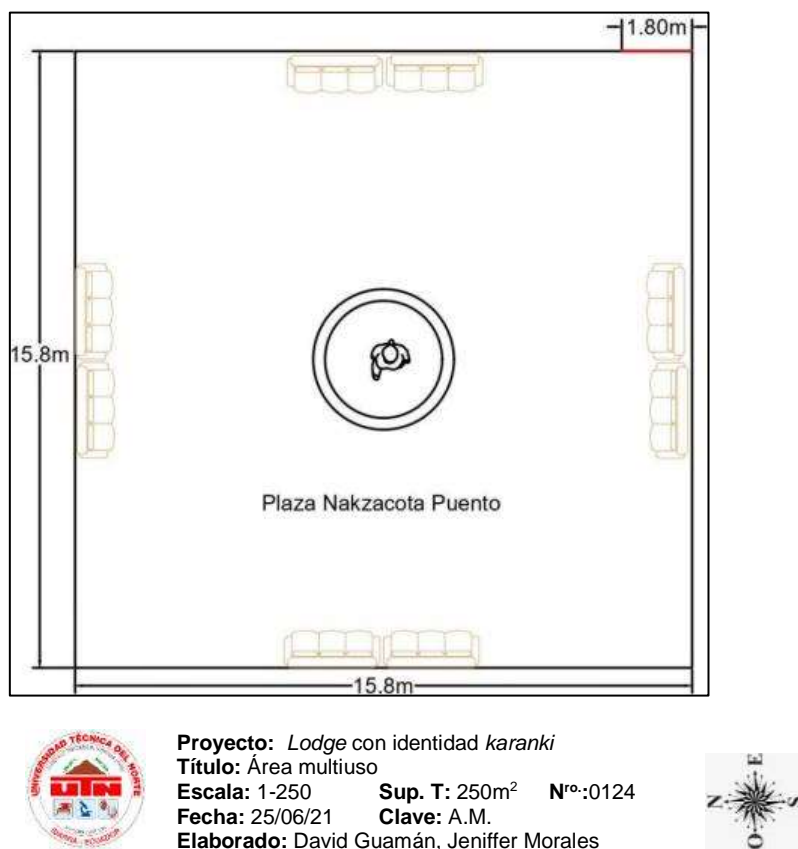


Figura 33

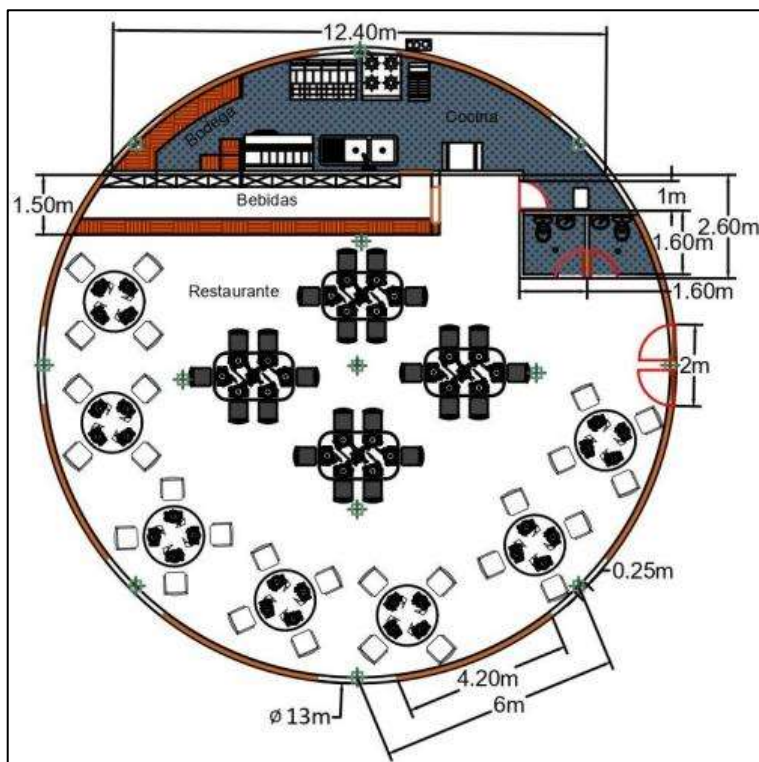
Área multiuso





**Figura 34**

Área de restaurante

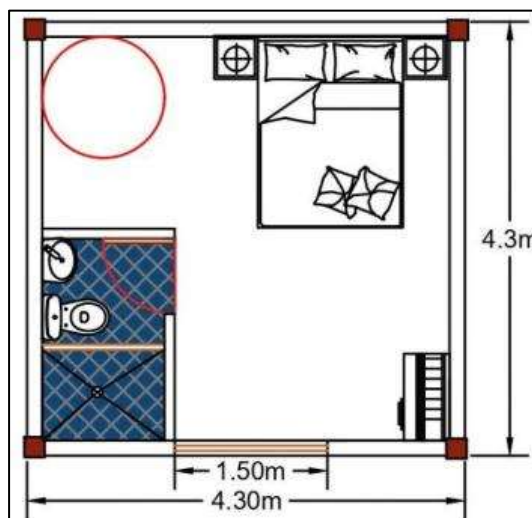
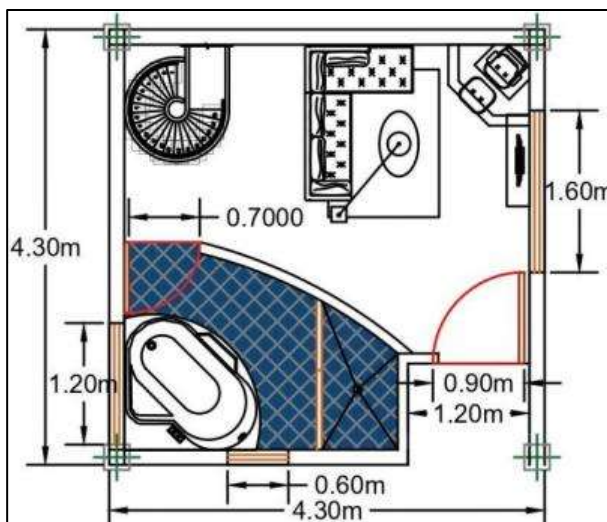


**Proyecto:** Lodge con identidad karanki  
**Título:** Área de restaurante  
**Escala:** 1-250 **Sup. T:** 169m<sup>2</sup> **Nº:** 0125  
**Fecha:** 25/06/21 **Clave:** A.R.  
**Elaborado:** David Guamán, Jeniffer Morales



**Figura 35**

Cabaña estilo chuklla primera planta (izq) y segunda planta (dch)



**Proyecto:** Lodge con identidad karanki  
**Título:** Cabaña chuklla (primera y segunda planta)  
**Escala:** 1-250 **Sup. T:** 19m<sup>2</sup> en cada planta **Nº:** 0111  
**Fecha:** 25/06/21 **Clave:** A.A.1  
**Elaborado:** David Guamán, Jeniffer Morales



Figura 36

Cabaña estilo Muyuy wasi (primera planta)

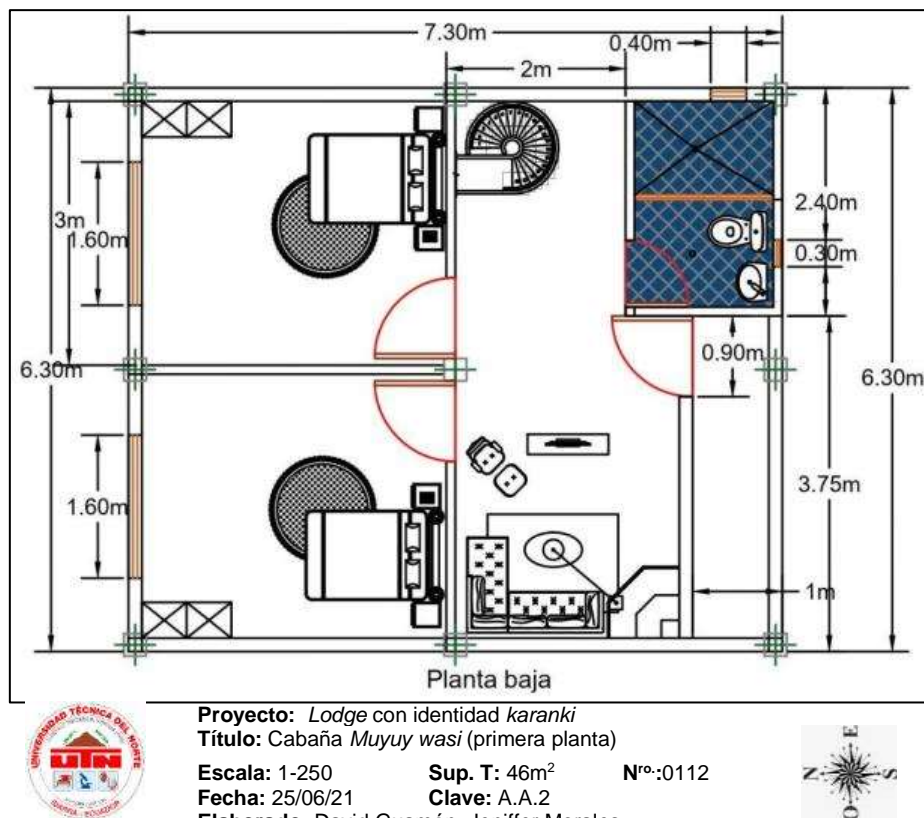


Figura 37

Cabaña estilo Muyuy wasi (segunda planta)

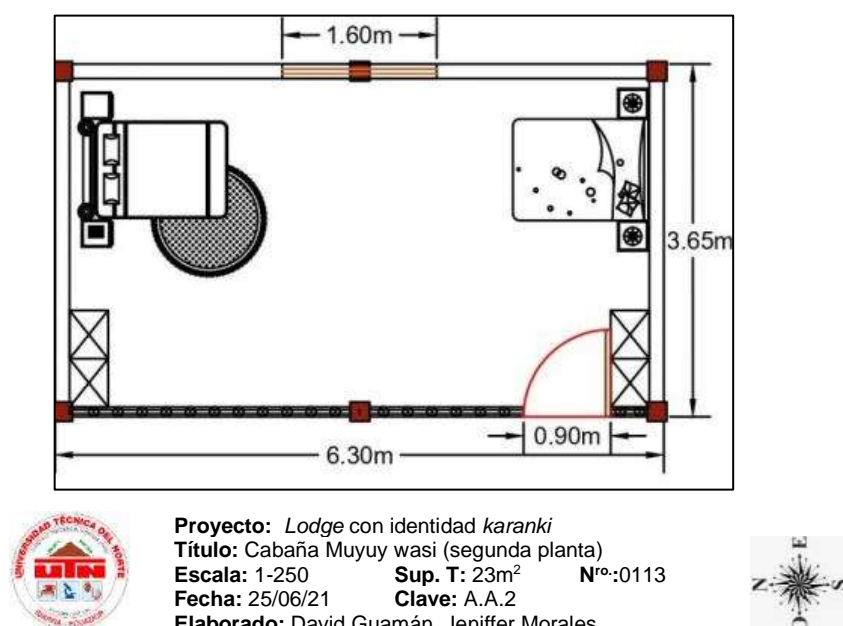
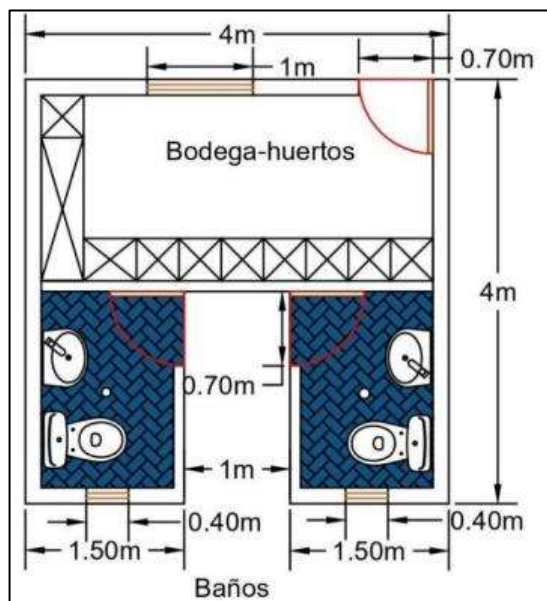


Figura 38

Baños y bodega en el área de camping



**Proyecto:** Lodge con identidad karanki

**Título:** Baños en el área de camping

**Escala:** 1-250      **Sup. T:**      **Nº:**021

16m<sup>2</sup>

**Fecha:**  
25/06/21

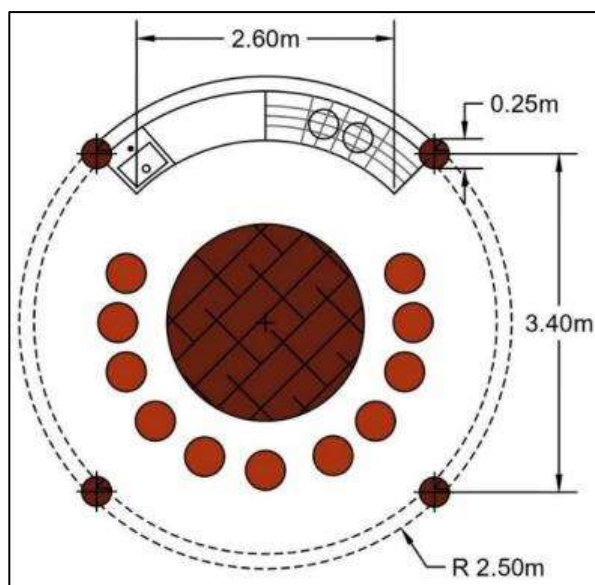
**Clave:** A.P.

**Elaborado:** David Guamán, Jeniffer Morales



Figura 39

Área de parrillada



**Proyecto:** Lodge con identidad karanki

**Título:** Área de parrillada

**Escala:** 1-250      **Sup. T:** 25m<sup>2</sup>      **Nº:**022

**Fecha:** 25/06/21      **Clave:** A.P.1

**Elaborado:** David Guamán, Jeniffer Morales



### 3.3.3. Requerimientos por áreas

En el siguiente apartado se detallan los requerimientos necesarios para el funcionamiento de la empresa, donde sobresalen equipos, vehículos, mobiliario, equipos de cómputo, lencería y menaje con sus respectivas características y proveedores, mismos que se encuentran en las ciudades de Ibarra y Quito.

**Tabla 46**

*Requerimientos de equipos para “Kárun Lodge”*

Área	Detalle	Características	Proveedor
Lavandería	Lavadora semi industrial	Lavadora Wirlpool 18kh 40 lbs turbo power	Artefacta
	Plancha manual	Imaco plancha antiadherente	Artefacta
Bodega	Moto guadaña stihl	Moto guadaña Stihl Fs 560	Aurón S. A
	Generador Honda 2.2 Kwa.	Generador eléctrico a gasolina Honda Gm 2 500	Su ferretero
Recepción	Cafetera eléctrica	Mastertech cafetera/5 Tazas	Artefacta
Cabañas	Aspiradora	Karcher aspiradora /1200W	Artefacta
	Calefactor eléctrico	Calefactor 1500w	Mercado Líder Gold
	Detector de humo	Detector de humo sensor Hagroy 4 hilos contra incendios	Mercado Líder Gold
	Mini neveras	Congelador pequeño 60 x 55x 90 cm	Artefacta
	Microondas	Indurama microondas 700W	Artefacta
	Tina de hidromasaje	Jacuzzi / hidromasaje Renazzo, radio y luces led multicolor.	Rosamytheescobart Rivio
Cocina	Cocina industrial múltiple	Freidora, horno, 4 quemadores, fogón, plancha	Metálicas Lozada
	Refrigerador	Indurama refrigerador 16 pies	Artefacta
	Licuada semi industrial	Oster licuadora 600 W	Artefacta
	Batidora	Imaco batidora 100W	Artefacta

	Cafetera tazas	45	Cafetera Hamilton Beach 45 tazas- acero inoxidable	Kissu
	Vitrina frigorífica panorámica		Indurama congelador 15 pies cúbicos	Artefacta
	Exprimidor de jugos	de	Exprimidor de jugos Oster 75 watts	Kissu
	Microondas		Indurama microondas 700W	Artefacta
	Tostadora		Indurama tostador 2 rebanadas	Artefacta
	Cilindros de gas industrial		Cilindros de gas para cocina industrial	Metálicas Lozada
Jardinerías	Bomba de mochila 20 l	de	Bomba mochila para fumigar 20 litros- super	Kywi
	Rastrillo		Lastrillo Forest manga 48	Kywi
	Manguera con pistola	con	Manguera para jardín 15 metros	Kywi
	Pala		Pala cuadrada cabo corto	Kywi
	Azadón		Azadón 1.8 libras Truper	Kywi
	Escoba de jardín	de	Escoba de jardín 22d - Truper	Kywi
	Tijeras		Tijera 2 manos Truper	Kywi
	Carretilla de metal	de	Carretilla Truper 220 Kg	Kywi

**Tabla 47***Requerimiento de vehículo*

Detalle	Características	Proveedor
Camioneta doble cabina	Mazda BT 50 color azul	Mercado libre

**Tabla 48***Requerimientos de mobiliario para "Kárun Lodge"*

Área	Detalle	Características	Proveedor
Ingreso y parqueadero	Estatua de arcilla ( <i>Shamupay</i> )	Monumento de bienvenida al establecimiento	Allpa Manka
	Pondos	Pondo pequeño de cerámica	Allpa Manka
	<i>Kutana rummy</i> (Piedra de moler)	Piedra de moler tradicional	Allpa Manka

	Espejos		Espejo 50 x 50 cm	Vidriería Los Ceibos
	Basureros		Basurero plástico con pedal 10 litros	Megaplastic Ibarra
	Dispensador de papel higiénico		Dispensador para rollo de papel higiénico industrial	Kywi
	Dispensador de jabón		Dispensador de jabón líquido 800 ml	Kywi
Lavandería	Estantes para artículos de limpieza y lavandería.	de	Organizador para lavandería- estante de lavadora 3 niveles	Imar creaciones
	Contenedor		Contenedor de plástico 50 litros	Artefacta
	Cestas lavandería	de	Cesta multiuso 30 x 62 x 45 cm	Pycca
Bodega	Estantería		Estantería metálica 200 x 94 x 33	Imar creaciones
Área de recepción y administración	Counter de recepción	de	Escritorio Nilo roble claro 0.76 x 1.12 x 1.37 m	Muebles El Bosque
	Minijuego de sala en madera		Minijuego de sala: asiento esquinero largo, 1 butaca de dos, 1 butacón, 1 mesa de centro.	Maderas y maderos
	Archivadores		Archivador 4 cajones Kantor 1.41 x 0.45 m	Muebles El Bosque
	Mueble servicio de café		Mueble para cafetera 100 x 60 x 60 cm	Maderas y maderos
	Escritorio oficina	de	Escritorio Kantor secretaria 77 x 1.20 x 70 m	Muebles El Bosque
	Banco tallado		Banco de madera	Maderas y maderos
	Basureros		Basurero plástico con pedal 10 litros	Megaplastic Ibarra
	Dispensador de gel		Dispensador de gel 600 ml	Kywi
	Pediluvios		Rodapie ecoalf	Kywi
Sala etnográfica	Exhibidores de vidrio	de	Vitrina panorámica 150 x 0.70 x 0.50 m	Imar creaciones

	Atuendos tradicionales	-Indumentaria antigua -Indumentaria cotidiana actual. -Indumentaria de uso festivo	Allpa Manka
	Piezas de cerámica prehispánicas.	Pondos, ollas de barro.	Allpa Manka
	Instrumentos musicales	Flautas, ocarinas, <i>virgüela</i> <sup>23</sup> , instrumentos de viento.	Allpa Manka
	Fotografías etnohistóricas	Cuadros fotográficos en diferentes tamaños	Lesly Fichamba
	Maniquí interpretativo	Maniquís cuerpo completo	Mercado libre
	Vitrina de mesa	Mostrador panorámico de metal y vidrio	Imar creaciones
	Banco tallado	Banco de madera	Maderas y maderos
	Utensilios de cocina	<i>Wishas</i> <sup>24</sup> , bateas, cedazos, <i>uchu rumi</i> <sup>25</sup> .	Allpa Manka
	Herramientas de trabajo	<i>Kuti</i> , pala, oz, <i>walmo</i> <sup>26</sup> , <i>palondra</i> <sup>27</sup> .	Allpa Manka
	<i>Kawlla</i> tradicional	Telar de cintura	Allpa Manka
	<i>Piruro</i>	Hilador de mano	Allpa Manka
Taller de alfarería	Piedras planas grandes	Piedra laja de origen volcánico	Allpa Manka
	Piedras planas pequeñas	Piedra laja de origen volcánico	Allpa Manka
	Moldes de arcilla	Ollas, pondos, <i>puñu</i> <sup>28</sup> , tiestos.	Allpa Manka
	Herramientas manuales	Arnero, <i>makapu</i> <sup>29</sup> , <i>llunkuna</i> <sup>30</sup> , paño.	Allpa Manka
	Cuero vacuno	Cuero de vaca sin curtir	Allpa Manka

<sup>23</sup> Instrumento musical de cuerda, similar a la guitarra.

<sup>24</sup> Cucharones de madera.

<sup>25</sup> Piedra de moler ají.

<sup>26</sup> Herramienta de madera que se utiliza para sembrar.

<sup>27</sup> Pala de madera.

<sup>28</sup> Cántaro con base plana utilizado para cargar agua.

<sup>29</sup> Herramienta de arcilla cocida en forma de paleta que sirve para alisar las piezas.

<sup>30</sup> Piedra de río lisa que sirve para bruñir la cerámica.

	Recipientes	Cuenco, lavacaras, baldes.	Allpa Manka
	Estantería de madera	Estantería de madera 200 x 94 x 33	Allpa Manka
Almacén de <i>souvenirs</i>	Estanterías de madera	Estantería de madera 200 x 94 x 33	Maderas y maderos
	Vitrina de mesa	Mostrador panorámico de metal y vidrio	Imar creaciones
	Banco tallado	Banco tallado con diseños andinos	Maderas y maderos
Área multiuso	Troncos Huecos	Sillas de madera tallada	Maderas y maderos
	Monumento de arcilla Nakzakota Puento	Estatua de arcilla cuerpo completo	Maderas y maderos
Restaurante	Mesa redonda	Mesa redonda trípode 1.4 m de diámetro	Maderas y maderos
	Mesa rectangular	Mesa rectangular 1m x 2m	Maderas y maderos
	Banco tallado	Banco tallado con diseños andinos	Maderas y maderos
	Yugo de madera	Yugo a escala 1=0,5 m	Maderas y maderos
	Arado de madera	Arado a escala 1=0,5 m	Maderas y maderos
	Wiksha	Set de cucharas de palo (grande, mediana, pequeña)	Maderas y maderos
	Pala de hueso	Material óseo vacuno con cabo de madera	Allpa Manka
	Cedazos	Cedazos de cola de caballo.	Maderas y maderos
	Adornos de madera	Adornos de madera	Maderas y maderos
	Decoración para mesas	Figuras de madera decorativas	Maderas y maderos
	Pediluvio	Rodapie	Kywi
	Dispensador de gel	Dispensador de gel 600 ml	Kywi
	Mueble para vajilla	Cristalera natural 1.80 x 0.70 x 0.38 m	Muebles El Bosque
Espejos	Espejo oscuro 70 x 60 cm	Kywi	



	Basureros		Basurero plástico con pedal 10 litros	Megaplastic Ibarra
	Dispensador de papel higiénico		Industrial	Kywi
	Dispensador de jabón		Dispensador de jabón líquido 800 ml	Kywi
Cocina	Alacena dispensera funcional de vidrio		Alacena con repisas regulables 90 x 171 x 31 cm	Kywi
	Mesa de trabajo central		Mesa de trabajo central 2.50m x 1m (2 niveles)	Imar creaciones
	Mueble de pared para bodega		Medidas de 0.50m x 3m x 1.70m	Maderas y maderos
Zona de cabañas estilo <i>Muyuy wasi</i>	Cama de plazas	3	Cama Queen 1.02 m x 1.67 m x 2.12 m	Maderas y maderos
	Cama de plazas	2	Cama con dos cajones 1.40 m x 1.43 m x 2.10 m	Maderas y maderos
	Cama de plazas	1.5	Cama 1.05 m x 1.15 m x 2 m	Maderas y maderos
	Litera		Litera desmontable plaza y media 1.05 m x 1.90 m	Maderas y maderos
	Cama abatible		Cama Sotelo con cama auxiliar- cama principal 1 plaza y media, cama interior 1 plaza.	Maderas y maderos
	Armario con puertas	dos	Armario con espejos- Castaño Wood	Maderas y maderos
	Velador		Velador Jacaranda 56 cm x 35 cm x 47 cm	Maderas y maderos
	Mueble de pared		Soporte de pared 59 cm x 25.7 cm x 60 cm	Maderas y maderos
	Juego de sala		Minijuego de sala: asiento esquinero largo, 1 butaca de dos, 1 butacón, 1 mesa de centro	Maderas y maderos
	Lámparas de noche		Lámpara de mesa beige	Kywi
	Basureros		Basurero plástico con pedal 10 litros	Megaplastic Ibarra

		Cuadros fotográficos	Impresiones Photo paper con marco de madera	Lesly Fichamba
		Smart Tv	Smart TV 43 pulgadas / Riviera	Artefacta
		Espejos	Espejo oscuro 70 cm x 60 cm	Kywi
		Dispensador de toallas de papel	Soporte circular de 10 cm de radio	Kywi
		Dispensador de jabón	Dispensador de jabón líquido 800 ml	Kywi
Zona de camping		Espejos	Espejo oscuro 70 cm x 60 cm	Kywi
		Basureros	Basurero plástico con pedal 10 litros	Megaplastic Ibarra
		Dispensador de papel higiénico	Industrial	Kywi
		Dispensador de jabón	Dispensador de jabón líquido 800 ml	Kywi
		Parrillas	Parrillas asadores	Artefacta
Canyoning		Casco de seguridad	Casco protector deportes extremos y aventura	Vertical
		Arnés	Arneses de seguridad con 7 puntos para sujetar, carga máxima 150 kg.	Vertical
		Chalecos salvavidas	Chaleco flotador salvavidas	Vertical
		Mosquetón	Mosquetón de aluminio para deportes	Vertical
		Descendedor	Descendedor para barrancos	Vertical
		Cuerda	Cuerda dinámica 9.4 mm por 20 m	Vertical
		Guantes	Guantes para deporte extremo poli cuero resistente	Vertical

**Tabla 49***Requerimientos de equipos de cómputo para “Kárun Lodge”*

Área	Detalle	Descripción	Proveedor
Administración, recepción, restaurante	Cámaras de seguridad	RadioShack	Artefacta
	Computadora de mesa	Procesador Core i5 Memoria Ram de 4GB Disco Duro de 1 TB Monitor de 19,5 Sistema operativo Windows 10	Erover PC
	Laptop	Procesador Intel® Core i3 8va generación Memoria Ram 4Gb Almacenamiento interno de 128 Gb Pantalla led de 14” Windows 10 home (64 Bits)	
	Impresora Epson L3150	Conexión a wifi Sistema original del tanque de tinta ecotank	
Sala etnográfica	Laptop	Procesador Intel® Core i3 8va generación Memoria Ram 4Gb Almacenamiento interno de 128 Gb Pantalla led de 14”	
	Proyector	Tecnología Epson 3LCD de 3 chips 3.300 lúmenes color 3.00 lúmenes blanco y negro	
	Parlantes	Altavoces de alta fidelidad Genius	
	Micrófono inalámbrico	RadioShack micrófono con receptor portable	TVentas
	Teléfono inalámbrico	Panasonic	

**Tabla 50***Requerimientos de menaje y lencería para “Kárun Lodge”*

Menaje y lencería			
Área	Detalle	Descripción	Proveedor
Administración	Cortinas	Cortinas	Asociación de
Sala etnográfica		- 1,40 x 1,20 m	bordadoras
		- 1,80 x 1,20 m	Zuleta

- 2 x 1,80 m				
Restaurante y cocina	Vajilla cerámica	de	Plato hondo, plato plano, taza y plato base	<i>Allpa Manka</i>
	Platos para postre		Plato cuadrado para postre 19 cm	Pycca
	Vasos de cristal		Juego de 6 vasos de cristal 325 ml	TVentas
	Juego cubiertos	de	Treinta piezas jieyang (cuchara, cuchillo, tenedor, cucharita y tenedor para pescado).	TVentas
	Cucharas de palo		Docena de cucharas de palo	Artesanías Toby
	Cucharones palo	de	Cucharones de palo	Artesanías Toby
	Azucarera porcelana	de	Color blanco	Pycca
	Salero		Saleros de cristal	Pycca
	Ajiceros		Ajiceros de barro	Kury Manka
	Servilletero blanco		Servilleteros de madera	Maderas y maderos
	Juego de cuchillos 8 piezas		Cuchillos 8 piezas – Tramontina plenus	TVentas
	Ralladores metálicos		Rallador de acero inoxidable Sunnex	Pycca
	Rodillo de madera		Rodillo de madera para amasar	Pycca
	Juego de ollas		Juego de ollas brilliance Umco 8 piezas	Pycca
	Bowl		Set de bowls de acero 18, 22 y 26 cm	Pycca
	Olla de presión Umco		Olla de presión Umco-6 litros	Kywi
	Set de 3 sartenes de teflón		Sartenes antiadherentes 20, 24 y 28 cm	TVentas
	Espátula plancha	para	Espátula calada Tansung	Kywi

	Tablas de picar		Tres tablas de picar (Grande, mediana, pequeña)	TVentas
	Pinzas metálicas		Pinzas multiuso de metal	Pycca
	Tamizador de alimentos		Tamizador de alimentos en aluminio	Pycca
	Bandeja grande		Bandeja de servicio en madera	Maderas y maderos
	Ollas de barro		Ollas de barro 6 lt	Kury Manka
	Tiestos		Tiestos de barro medianos	Kury Manka
	Mantel de mesa 1.40 m		Mantel de mesa con bordados a mano 1,80 x 1,80 m.	Asociación de bordadoras Zuleta
	Mantel de mesa 1x2 m		Mantel de mesa con bordados a mano 1,20 m x 2,20 m.	Asociación de bordadoras Zuleta
Habitaciones	Colchón plazas	3	Chaide y Chaide colchón continental	Artefacta
	Colchón plazas	2	Chaide Chaide colchón Imperial	Artefacta
	Colchón 1 plaza y media		Chaide Chaide colchón Imperial	Artefacta
	Colchón 1 plaza		Chaide Chaide colchón Imperial	Artefacta
	Juego de sábanas plazas	3	Sábana ajustable, sobre sábana y funda de almohada.	Pycca
	Juego de sábanas plazas	2	Sábana ajustable, sobre sábana y funda de almohada.	Pycca
	Juego de sábanas plaza y media	1	Sábana ajustable, sobre sábana y funda de almohada.	Pycca
	Juego de sábanas plaza	1	Sábana ajustable, sobre sábana y funda de almohada.	Pycca
	Cobijas		Cobijas térmicas	Distribuidora Reina del Cisne
	Edredón plazas	3	Edredón estampado Liria	Pycca

Edredón plazas	2	Edredón Liria	estampado	Pycca
Edredón plaza y media	1	Edredón Liria	estampado	Pycca
Edredón plaza	1	Edredón Liria	estampado	Pycca
Almohadas individuales		Dos almohadas 50 cm x 70 cm	Stylo	Pycca
Toalla de baño		Toalla tocador 48 cm x 90 cm; baño: 90 cm x 160 cm		Distribuidora del Cisne
Alfombra para baño		Medidas 40 cm x 60 cm		Pycca
Cortina de baño		Estampada coral	circulo	Pycca
Cortinas		Cortinas 2 m x 1,40 m		Asociación de bordados Zuleta.

### 3.4. Inversiones y capital de trabajo

En este apartado se abordará la relación del cálculo de inversión que demanda toda la implementación del “Kárun Lodge” con respecto a la obra civil, la maquinaria y equipo que requiere para su funcionamiento, el capital de trabajo requerido, que consolidando todos estos rubros dará el total de inversión para el proyecto.

#### 3.4.1. Obra civil necesaria

La siguiente sección presenta la inversión que requerirá implementar el establecimiento con relación a la obra civil y el equipamiento de esta. Se ha previsto consultar de forma simultánea a *tayta*, Manuel Belensaca, oriundo de la comuna La Rinconada y conocedor de la arquitectura vernácula, junto a Nicolás Gomes en calidad de arquitecto y Javier Chuquín como maestro mayor.

La obra tendrá lugar en un terreno propio de 8.857 m<sup>2</sup> el cual no generará costos de compra, cuenta con suelo húmifero y presencia grava volcánica (lajas), en la cual, además, se encuentran plantas nativas decorativas y medicinales. El nivel de la propiedad se divide en dos bloques por una altura de dos metros y cada uno con un desnivel de 0.8 m, esto permite optimizar el material.

Dentro de los materiales a utilizarse se consideran los siguientes:

- Paja de páramo

- Especies de árboles madereros: el eucalipto, el pino y el ciprés.
- Material pétreo: piedra, grava, arena, barro, arcilla.
- Materiales procesados: ladrillo, adobe, adoquines de ladrillo, cemento, hormigón, vidrio, cerámica para baños y cocina, alambre de cobre para las instalaciones eléctricas.
- Materiales sintéticos: impermeabilizantes y aislantes para el techo (choba), pinturas de agua para interior y exterior, esmaltes para la madera, grifería y tubería PVC.

En primer lugar, se plantea el cálculo del volumen de cada uno de los rubros (ver anexos) que tendrán lugar en la etapa de construcción, para ello se ha dispuesto el procesamiento de datos y la denominación por áreas siendo las siguientes: área de limpieza (A.L), área cultural (A.C.), área de restaurante (A.R.), área de alojamiento (A.A.), *muyuy wasi* (A.1), *chuklla* (A.2) y área de camping (A.P.).

La siguiente tabla presenta los valores que representa a cada rubro en cuanto al material, el costo de mano de obra, el equipo con relación a la unidad, la cual puede ser en metros lineales, cuadrados o cúbicos, quintales y unidades. De esta manera se calcula el costo directo por unidad.

**Tabla 51**

*Listado de rubros con el material, mano de obra y equipo por unidad*

LISTADO DE RUBROS							
N°	COD.	RUBRO	U	MAT	M.O.	E.Q.	C.D.
<b>2 OBRAS PRELIMINARES</b>							
1	2,01	Limpieza manual del terreno	m <sup>2</sup>	-	0,22	0,05	0,27
2	2,02	Replanteo y nivelación con equipo topográfico	m <sup>2</sup>	0,20	0,30	0,03	0,53
3	2,06	Bodega de madera	m <sup>2</sup>	5,00	0,30	0,03	5,33
<b>Sub total</b>							6,13
<b>4 MOVIMIENTOS DE TIERRAS</b>							
<b>4,01 EXCAVACIONES</b>							
4	4,0101	Desbanque manual	m <sup>3</sup>		3,00	0,05	3,05
5	4,0102	Excavación manual en cimientos y plintos	m <sup>3</sup>		3,00	0,05	3,05
6	4,0103	Excavación h = 3 a 4 m a máquinas (excavadora)	m <sup>3</sup>		4,00	0,10	4,10

7	4,0104	Excavación de zanjas a mano	m <sup>3</sup>		3,00	0,10	3,10
<b>Sub total</b>							13,30
<b>5</b>	<b>ESTRUCTURA</b>						
<b>5,01</b>	<b>HORMIGÓN NO ESTRUCTURAL</b>						
8	5,0102	Replanteo h.s.180 kg/cm <sup>2</sup> . Equipo: concretera un saco	m <sup>3</sup>	80,00	1,50	0,02	81,52
9	5,0103	Hormigón ciclópeo 60% h.s. y 40% piedra f'c= 210kg/cm <sup>2</sup>	m <sup>3</sup>	20,00	3,00	0,02	23,02
<b>Sub total</b>							104,54
<b>5,02</b>	<b>HORMIGÓN ESTRUCTURAL</b>						
10	5,0104	Hormigón en riostras, f'c=210kg/cm <sup>2</sup> , no incluye encofrado	m <sup>3</sup>	90,00	3,00	0,02	93,02
11	5,0105	Hormigón simple plintos f'c=210 kg/cm <sup>2</sup> , no inc. Encofrado	m <sup>3</sup>	90,00	3,00	0,02	93,02
12	5,0106	Hormigón simple columnas f'c=240 kg/cm <sup>2</sup> , no inc. Encofrado	m <sup>3</sup>	90,00	3,00	0,02	93,02
13	5,0107	Columnas de madera de eucalipto	m	1,00	4,00	0,05	5,05
14	5,0108	Vigas de madera de eucalipto	m	0,90	3,00	0,05	3,95
15	5,0109	Gradas de madera mixta	m	1,00	5,00	0,05	6,05
16	5,0110	Viguetas segunda planta	m	0,80	2,00	0,05	2,85
17	5,0111	Entablado segunda planta	m <sup>2</sup>	10,00	2,00		12,00
<b>Sub total</b>							308,96
<b>5,03</b>	<b>ACERO</b>						
18	5,0301	Acero de refuerzo fy= 4200 kg/cm <sup>2</sup> , 12 mm con alambre galv. N°18	qq	58,00	2,60	0,02	60,62
19	5,0302	Acero de refuerzo fy= 4200 kg/cm <sup>2</sup> , 8 mm con alambre galv. N°18	qq	54,00	2,60	0,02	56,62
20	5,0303	Perno sin fin de 1/2	u	6,40	2,00	0,02	8,42
<b>Sub total</b>							125,66
<b>6</b>	<b>ENCOFRADOS DE ELEMENTOS ESTRUCTURALES</b>						
<b>6.02</b>	<b>MADERA DE MONTE</b>						
21	6,0201	Encofrado para columnas de 0,30 cm x 0,30 cm o 0,25 cm x 0,25 cm.	u	2,50	0,01	0,02	2,53
<b>Sub total</b>							2,53
<b>7</b>	<b>ALBAÑILERÍA</b>						
<b>7.01</b>	<b>DETALLES Y MAMPOSTERÍA</b>						



22	7,0101	Bordillo de ducha de 0,5 x 15	m	10,00	2,00	0,02	12,02
23	7,0102	Mesa de cocina hormigón armado encofrado a= 0,5 m	m	13,00	13,00	0,02	26,02
24	7,0103	Mampostería de Ladrillo (VISTO) prensado de 0,15 x 0,27	m <sup>2</sup>	10,50	6,00	0,02	16,52
25	7,0104	Mampostería de adobe de 0,15 x 0,30	m <sup>2</sup>	10,00	6,00	0,02	16,02
26	7,0105	Lavandería de ladrillo	m <sup>2</sup>	150,00	78,00	0,02	228,02
27	7,0106	Picado y resane en pared para instalaciones	m	0,01	2,00	0,02	2,03
28	7,0107	Dintel 0,1 x 0,15 x 1,1 M,F´C=180 KG/cm2	u	12,00	4,00	0,02	16,02
29	7,0108	Hornos y cocina de leña	m <sup>2</sup>	30,00	35,00	0,05	65,05
<b>Sub total</b>							381,70
<b>8</b>	<b>ENLUCIDOS Y MASILLADOS</b>						
30	8,0101	Enlucido de fajas a=0,15x0,10 o 0,30	m	1,00	2,00	0,02	3,02
31	8,0102	Enlucido vertical interior, paleteado fino, mortero 1:4,e=1.5cm	m <sup>2</sup>	1,50	3,00	0,02	4,52
32	8,0103	Recubrimiento vertical interior con mezcla de barro (llunlly)	m <sup>2</sup>	1,00	2,00	0,02	3,02
33	8,0104	Recubrimiento vertical exterior con mezcla de barro (chukutu)	m <sup>2</sup>	1,00	2,00	0,02	3,02
<b>Sub total</b>							13,58
<b>9</b>	<b>PISO</b>						
34	9,0101	Contra piso h.s. f´c=180kg/cm2 e=6cm, piedra bola e=10cm, polietileno	m <sup>2</sup>	2,50	1,00	0,02	3,52
35	9,0102	Masillado alisado de pisos, mortero 1:3, e=5cm	m <sup>2</sup>	1,80	4,00	0,02	5,82
36	9,0103	Empedrado con piedras laja a=,05-0,10m	m <sup>2</sup>	2,50	1,00	0,02	3,52
<b>Sub total</b>							12,86
<b>10</b>	<b>RECUBRIMIENTOS</b>						
37	10,0101	Mesón de granito nacional, Blanco Castelo pulido, de 2 cm de espesor.	m <sup>2</sup>	41,00	3,00	0,02	44,02
38	10,0102	Cerámica nacional 0,30x0,30 para paredes	m <sup>2</sup>	12,00	4,00	0,02	16,02
<b>Sub total</b>							60,04
<b>10.01</b>	<b>RECUBRIMIENTOS EN PISOS</b>						
39	10,0103	Adoquín de ladrillo de 0,30x0,30x0,05	m <sup>2</sup>	2,5	4	0,02	6,52
40	10,0104	Cerámica nacional para pisos 30x30cm	m <sup>2</sup>	12,00	4,00	0,02	16,02
<b>Sub total</b>							22,54

<b>10.02 RECUBRIMIENTOS EN PAREDES</b>							
41	10,0201	Barniz acrílico (MK1) interiores para ladrillo visto	m <sup>2</sup>	0,5	1,5	0,02	2,02
42	10,0202	Barniz acrílico (MK1) exteriores para ladrillo visto	m <sup>2</sup>	0,6	1,5	0,02	2,12
43	10,0203	Barniz acrílico preparado (MK1) interiores para adobe	m <sup>2</sup>	0,50	1,50	0,02	2,02
44	10,0204	Barniz acrílico preparado (MK1) exteriores para adobe	m <sup>2</sup>	0,60	1,50	0,02	2,12
45	10,0205	Laca y maderol indulaca para madera	Gal	70,00	5,00	0,20	75,20
<b>Sub total</b>							83,48
<b>11 CUBIERTAS</b>							
46	11,0101	Madera de eucalipto preparada	m	0,3	1,00	0,05	1,35
47	11,0102	Cubierta de teja	m <sup>2</sup>	3,17	1,00	0,02	4,19
48	11,0103	Cubierta de paja	m <sup>2</sup>	5,00	2,00	0,02	7,02
49	11,0104	Esteras de totora de 1,20x2,00	m <sup>2</sup>	3,00	0,50	0,02	3,52
<b>Sub total</b>							16,08
<b>12 INSTALACIONES HIDROSANITARIAS</b>							
<b>12,01 INSTALACIONES SANITARIAS AGUAS SERVIDAS</b>							
50	12,0101	Caja de revisión de ladrillo mambrón (0.60X0.60X0.6 M) con tapa	u	40,00	30,00	0,02	70,02
51	12,0102	Tubería pvc (DESAGÜE) 2" Y 4"	u	7,50	1,20	0,02	8,72
52	12,0103	DESAGÜE: codos, yes, uniones	u	2,00	0,80	0,02	2,82
<b>Sub total</b>							81,56
<b>12,02 APARATOS SANITARIOS</b>							
53	12,0201	Lavamanos en mueble de tronco , incluye grifería	u	32	10	0,02	42,02
54	12,0202	Inodoro, incluye accesorios y grifería	u	50	15	0,02	65,02
55	12,0203	Lavaplatos 1 pozo grifería tipo cuello de ganzo	u	50	15	0,02	65,02
<b>Sub total</b>							172,06
<b>12,03 GRIFERÍA</b>							
56	12,0301	Duchas eléctricas	u	20	10	0,02	30,02
<b>Sub total</b>							30,02
<b>13 INSTALACIONES ELÉCTRICAS</b>							
<b>13,01 TUBERÍA Y CABLEADO</b>							
57	13,0101	Tubería-luz de media	u	30	2	0,02	32,02
58	13,0102	Cableado	u	40	3	0,02	43,02
59	13,0103	Instalaciones	u	3,5	8	0,12	11,62
<b>Sub total</b>							86,66

<b>14 INSTALACIONES DE AGUA</b>							
<b>14,01 TUBERÍA</b>							
60	14,0101	Tubería pvc roscable de 1/2"	u	5,34	5	0,02	10,36
<b>Sub total</b>							10,36
<b>14,02 ACCESORIOS</b>							
61	14,0201	Tubería de 1/2", codos, tes, uniones	u	1,5	3	0,02	4,52
<b>Sub total</b>							4,52
<b>15 INSTALACIÓN DE PUERTAS Y VENTANAS</b>							
<b>1,01 CARPINTERÍA</b>							
62	15,0101	Puertas	u	60,00	70,00	5,00	135,00
63	15,0102	Ventanas	u	20,00	35,00	5,00	60,00
64	15,0201	Vidrio	m <sup>2</sup>	8,00	5,00	1,00	14,00
<b>Subtotal</b>							209,00
<b>16 OBRAS EXTERIORES</b>							
65	16,0101	Esculturas	u	150	400	0,10	550,10
66	16,0102	Fuentes de agua	u	80	130	0,02	210,02
67	16,0103	Senderos Interpretativos	u	150	300	0,1	450,10
68	16,0104	Limpieza final de la obra	m <sup>2</sup>		0,3	0,05	0,35
<b>Sub total</b>							1.210,6

*Nota:* Los cálculos de valores por unidad se realizaron con el apoyo del Tnlgo. Javier Chuquín.

Con los valores obtenidos anteriormente del costo directo por cada rubro se procede a cuantificar el subtotal referente a cada código, se toma en cuenta el volumen de construcción multiplicado por el costo directo para así llegar a calcular el total de inversión en el área de construcción.

**Tabla 52**

*Presupuesto total de la obra civil*

<b>PRESUPUESTO DE OBRA</b>						
<b>N°</b>	<b>COD.</b>	<b>RUBRO</b>	<b>U</b>	<b>CD</b>	<b>CANT.</b>	<b>ST</b>
1	2,01	Limpieza manual del terreno	m <sup>2</sup>	0,27	1.176,49	317,65
2	2,02	Replanteo y nivelación con equipo topográfico	m <sup>2</sup>	0,53	1.176,49	623,54
3	2,06	Bodega de madera	m <sup>2</sup>	5,33	12,00	63,96
4	4,0101	Desbanque manual	m <sup>3</sup>	3,05	10,29	31,38
5	4,0102	Excavación manual en cimientos y plintos	m <sup>3</sup>	3,05	42,11	128,44

6	4,0103	Excavación h = 3 a 4 m a máquinas (excavadora)	m <sup>3</sup>	4,10	40,00	164,00
7	4,0104	Excavación de zanjas a mano	m <sup>3</sup>	3,10	24,66	76,45
8	5,0102	Replanteo h.s.180 kg/cm <sup>2</sup> . Equipo: concretera un saco	m <sup>3</sup>	81,52	4,42	359,99
9	5,0103	Hormigón ciclópeo 60% h.s. y 40% piedra f'c= 210kg/cm <sup>2</sup>	m <sup>3</sup>	23,02	11,64	267,95
10	5,0104	Hormigón en riostras, f'c=210kg/cm <sup>2</sup> , no incluye encofrado	m <sup>3</sup>	93,02	11,92	1.108,80
11	5,0105	Hormigón simple plintos f'c=210 kg/cm <sup>2</sup> , no inc. Encofrado	m <sup>3</sup>	93,02	5,99	556,82
12	5,0106	Hormigón simple columnas f'c=240 kg/cm <sup>2</sup> , no inc. Encofrado		93,02	7,95	739,51
13	5,0107	Columnas de madera de eucalipto	m	5,05	33,80	170,69
14	5,0108	Vigas de madera de eucalipto	m	3,95	310,00	1.224,50
15	5,0109	Gradas de madera mixta	m	6,05	183,60	1.110,78
16	5,0110	Viguetas 2da planta	m	2,85	132,00	376,20
17	5,0111	Entablado 2da planta	m <sup>2</sup>	12,00	134,25	1.611,00
18	5,0301	Acero de refuerzo fy=4200kg/cm <sup>2</sup> , 12 mm con alambre galv. N°18	qq	60,62	92,00	5.577,04
19	5,0302	Acero de refuerzo fy=4200kg/cm <sup>2</sup> , 8 mm con alambre galv. N°18	qq	56,62	11,00	622,82
20	5,0303	Perno sin fin de 1/2	u	8,42	10,00	84,20
21	6,0201	Encofrado para columnas de 0,30x0,30 o 0,25x0,25	u	2,53	28,00	70,84
22	7,0101	Bordillo de ducha de 0,5x,15	m	12,02	9,15	109,98
23	7,0102	Mesa de cocina hormigón armado encofrado a=0,5m	m	26,02	9,00	234,18
24	7,0103	Mampostería de Ladrillo (VISTO) prensado de 0,15x0,27	m <sup>2</sup>	16,52	226,80	3.746,74
25	7,0104	Mampostería de adobe de 0,15x0,30	m <sup>2</sup>	16,02	378,40	6.061,97
26	7,0105	Lavandería de ladrillo	m <sup>2</sup>	228,02	0,96	218,90
27	7,0106	Picado y resane en pared para instalaciones	m	2,03	117,00	237,51
28	7,0107	Dintel 0,1x0,15x1,1M,F'c=180 KG/cm <sup>2</sup>	u	16,02	27,00	432,54
29	7,0108	Hornos y cocina de leña	m <sup>2</sup>	65,05	10,40	676,52
30	8,0101	Enlucido de fajas a=0,15x0,10 o 0,30	m <sup>2</sup>	3,02	435,00	1.313,70
31	8,0102	Enlucido vertical interior, paleteado fino, mortero 1:4,e=1.5cm	m <sup>2</sup>	4,52	448,80	2.028,58

32	8,0103	Recubrimiento vertical interior con mezcla de barro (llunlly)	m <sup>2</sup>	3,02	352,00	1.063,04
33	8,0104	Recubrimiento vertical exterior con mezcla de barro (chukutu)	m <sup>2</sup>	3,02	352,00	1.063,04
34	9,0101	Contra piso h.s. f'c=180kg/cm <sup>2</sup> e=6cm, piedra bola e=10cm, polietileno	m <sup>2</sup>	3,52	476,33	1.676,68
35	9,0102	Masillado alisado de pisos, mortero 1:3, e=1cm	m <sup>2</sup>	5,82	292,41	1.701,83
36	9,0103	Empedrado con piedras laja a=,05- 0,10m	m <sup>2</sup>	3,52	702,25	2.471,92
37	10,0101	Mesón de granito nacional, Blanco Castelo pulido, de 2 cm de espesor.	m <sup>2</sup>	44,02	4,50	198,09
38	10,0102	Cerámica nacional 0,30x0,30 para paredes	m <sup>2</sup>	16,02	448,80	7.189,78
39	10,0103	Adoquín de ladrillo de 0,30x0,30x0,05	m <sup>2</sup>	6,52	184,00	1.199,68
40	10,0104	Cerámica nacional para pisos 30x30cm	m <sup>2</sup>	16,02	81,48	1.305,31
41	10,0201	Barniz acrílico (MK1 interiores) para ladrillo visto	m <sup>2</sup>	2,02	226,80	458,14
42	10,0202	Barniz acrílico (MK1 exteriores) para ladrillo visto	m <sup>2</sup>	2,12	226,80	480,82
43	10,0203	Barniz acrílico preparado (MK1 interiores) para adobe	m <sup>2</sup>	2,02	378,40	764,37
44	10,0204	Barniz acrílico preparado (MK1 exteriores) para adobe	m <sup>2</sup>	2,12	378,40	802,21
45	10,0205	Laca y maderol indulaca para madera	Gal	75,20	59,00	4.436,80
46	11,0101	Madera de eucalipto preparada	m	1,35	2.293,40	3.096,09
47	11,0102	Cubierta de teja	m <sup>2</sup>	4,19	308,00	1.290,52
48	11,0103	Cubierta de paja	m <sup>2</sup>	7,02	505,82	3.550,86
49	11,0104	Esteras de totora de 1,20x2,00	m <sup>2</sup>	3,52	505,82	1.780,49
50	12,0101	Caja de revisión de ladrillo mimbrón (0.60X0.60X0.6 M) con tapa	u	70,02	2,00	140,04
51	12,0102	Tubería pvc (DESAGÜE)	u	8,72	30,00	261,60
52	12,0103	DESAGÜE: codos, yes, uniones	u	2,82	70,00	197,40
53	12,0201	Lavamanos en mueble de tronco , incluye grifería	u	42,02	11,00	462,22
54	12,0202	Inodoro, incluye accesorios y grifería	u	65,02	11,00	715,22
55	12,0203	Lavaplatos 1 pozo grifería tipo cuello de ganzo	u	65,02	2,00	130,04
56	12,0301	Duchas eléctricas	u	30,02	5,00	150,10

57	13,0101	Tubería-luz de media	u	32,02	3,00	96,06
58	13,0102	Cableado	u	43,02	6,00	258,12
59	13,0103	Instalaciones	u	11,62	254,00	2.951,48
60	14,0101	Tubería pvc roscable de 1/2"	u	10,36	10,00	103,60
61	14,0201	Tubería de 1/2", codos, tes, uniones	u	4,52	142,00	641,84
62	15,0101	Puertas	u	135,00	28,00	3.780,00
63	15,0102	Ventanas	u	60,00	28,00	1.680,00
64	15,0201	Vidrio	m <sup>2</sup>	14,00	51,00	714,00
65	16,0101	Esculturas	u	550,10	2,00	1.100,20
66	16,0102	Fuentes de agua	u	210,02	2,00	420,04
67	16,0103	Senderos Interpretativos	u	450,10	2,00	900,20
68	16,0104	Limpieza final de la obra	m <sup>2</sup>	0,35	1.176,49	411,77
<b>TOTAL COSTO DIRECTO</b>						79.990,77
<b>COSTO INDIRECTO</b>					<b>5%</b>	3.999,54
<b>COSTO TOTAL DE OBRA</b>						<b>83.990,32</b>
<b>ÁREA DE CONSTRUCCIÓN</b>						1.176,49
<b>COSTO DIRECTO POR M2</b>						67,99

Nota: El costo indirecto por sugerencia del maestro mayor, donde se suma al costo directo.

**Tabla 53**

*Rubro de infraestructura turística*

Rubro	Área	Costo unitario	Costo total
Terreno	8857 (m <sup>2</sup> )	4,00	35.428,00
Infraestructura turística	1176 (m <sup>2</sup> )	67,99	83.990,32
			119.418,32

Nota: El terreno se considera como un valor informativo para la inversión, ya que este no generara ningún valor al ser propiedad de los autores. El precio unitario de la infraestructura turística no contempla el costo indirecto.

### **3.4.2. Maquinaria y equipos**

En el siguiente apartado se presenta una descripción de los requerimientos de equipo, mobiliario, equipos de oficina, menaje y lencería, señalética y vehículo, señalando el valor unitario y el valor total para cada área. En cada uno de los rubros está incluido el Impuesto de Valor Agregado (IVA).

**Tabla 54***Requerimientos para el ingreso, parqueadero y área multiuso*

<b>Cantidad</b>	<b>Detalle</b>	<b>V.U</b>	<b>V.T</b>
6	Pondos	15,00	90,00
2	<i>Kutana rummy</i> (Piedra de moler)	30,00	60,00
2	Espejos	10,00	20,00
2	Basureros	3,75	7,50
2	Dispensador de papel higiénico	10,66	21,32
2	Dispensador de jabón	19,04	38,08
8	Troncos huecos	9,00	72,00
	<b>TOTAL</b>		<b>308,90</b>

**Tabla 55***Requerimientos para el área de administración y recepción*

<b>Cantidad</b>	<b>Detalle</b>	<b>V.U</b>	<b>V.T</b>
3	Cámaras de seguridad Kaspersky	42,48	127,44
1	Cafetera eléctrica- 4 tazas	10,99	10,99
1	<i>Counter</i> de recepción	99,00	99,00
1	Minijuego de sala		255,00
		255,00	
1	Archivador	99,00	99,00
1	Mueble servicio de café	30,00	30,00
1	Escritorio de oficina	89,00	89,00
2	Banco tallado	12,00	24,00
2	Basureros	3,75	7,50
1	Dispensador de gel	17,93	17,93
1	Extintor de incendios de 10 libras	22,00	22,00
1	Pediluvio	15,00	15,00
1	Computadora de mesa ASUS		790,00
		790,00	
1	<i>Laptop</i> ASUS		545,12
		545,12	
1	Impresora Epson L3150		230,00
		230,00	
2	Cortinas 1,40 m x 1,20 m	15,00	30,00
2	Cortinas 1,80 m x 1,20 m	19,00	38,00
	<b>TOTAL</b>		<b>2.429,98</b>

**Tabla 56***Requerimiento el área de lavandería, bodega y jardinería*

<b>Cantidad</b>	<b>Detalle</b>	<b>V.U</b>	<b>V.T</b>
1	Lavadora semi industrial	489,00	489,00
2	Planchas manuales	18,00	36,00
1	Motoguadaña	170,00	170,00
1	Generador Honda 2.2 Kwa.	320,00	320,00
1	Bomba de mochila 20 l	25,90	25,90
1	Rastrillo	10,23	10,23
1	Manguera con pistola	20,00	20,00
2	Pala y azadón	12,37	32,02
1	Escoba de jardín	5,10	5,10
1	Tijera	10,79	10,79
1	Carretilla de metal	64,99	64,99
1	Estantes para lavandería.	23,98	23,98
2	Contenedores	10,00	20,00
5	Cestas de lavandería	7,56	37,80
1	Estanterías de madera	55,00	55,00
<b>TOTAL</b>			<b>1.319,81</b>

**Tabla 57***Requerimientos para el área de alojamiento*

<b>Cantidad</b>	<b>Detalle</b>	<b>V.U</b>	<b>V.T</b>
1	Aspiradora	90,99	90,99
5	Calefactor eléctrico	56,99	284,95
7	Detector de humo Opalux	39,94	279,58
5	Minineveras	150,00	750,00
5	Microondas	89,00	445,00
1	Tina de hidromasaje	899,00	899,00
1	Cama de 3 plazas	279,00	279,00
6	Cama de 2 plazas	219,00	1.314,00
6	Cama de 1 plaza	199,00	1.194,00
1	Litera	194,00	194,00
4	Cama plegable	225,00	900,00
5	Armario dos puertas	114,00	570,00
5	Velador	35,00	175,00
5	Mueble de pared	40,00	200,00
5	Minijuego de sala	255,00	1.275,00
10	Lámparas de noche	34,90	349,00
14	Basureros de plástico	5,00	70,00
24	Cuadros fotográficos	12,00	288,00
5	Smart TV 43	380,00	1.900,00



5	Espejos	20,00	100,00
5	Dispensador de toallas de papel	18,95	94,75
5	Dispensador de jabón	19,04	95,20
5	Extintores de fuego 10 libras	22,00	110,00
1	Colchón 3 plazas	303,00	303,00
6	Colchón 2 plazas	141,29	847,74
6	Colchón 1 plaza y media	120,67	724,02
10	Colchón 1 plaza	80,00	800,00
2	Juego de sábanas 3 plazas	24,99	49,98
12	Juego de sábanas 2 plazas	20,98	251,76
12	Juego de sábanas 1 plaza y media	18,98	227,76
20	Juego de sábanas 1 plaza	15,98	319,60
30	Cobijas llana estilo habano	18,98	569,40
2	Edredón 3 plazas	44,98	89,96
12	Edredón 2 plazas	35,99	431,88
12	Edredón 1 plaza y media	27,98	335,76
20	Edredón 1 plaza	22,98	459,60
15	Dos almohadas	15,98	239,70
20	Toallas de baño: tocador y baño	18,30	366,00
10	Alfombra de baño	8,90	89,00
10	Cortinas de baño	9,98	99,80
15	Cortinas 2 m x 1.40 m	19,00	285,00
<b>TOTAL</b>			<b>18.347,43</b>

**Tabla 58**

*Requerimientos para el área de restaurante y cocina*

<b>Cantidad</b>	<b>Detalle</b>	<b>V.U</b>	<b>V.T</b>
1	Cocina industrial múltiple	489,00	489,00
1	Refrigerador	579,00	579,00
1	Congeladora	573,00	573,00
2	Licuadaora semi industrial	85,00	170,00
1	Batidora	24,00	24,00
1	Cafetera de 45 tazas	54,99	54,99
1	Vitrina frigorífica panorámica	948,00	948,00
1	Exprimidor de jugos	45,00	45,00
1	Microondas	89,00	89,00
1	Tostadora	40,00	40,00
5	Cilindros de gas	50,00	250,00
7	Mesa redonda trípode	40,00	280,00
4	Mesa rectangular	55,00	220,00

55	Banco tallado	5,00	275,00
1	Yugo a escala 1=0,5 m	12,00	12,00
1	Arado a escala 1=0.5	10,00	10,00
1	Wiksha (set de cucharas de palo)	10,00	10,00
1	Pala de hueso	10,00	10,00
1	Cedazos de cola de caballo	5,00	5,00
8	Adornos de madera	8,00	64,00
11	Decoración para mesas	5,00	55,00
1	Pediluvio	15,00	15,00
1	Dispensador de gel	17,93	17,93
1	Mueble para vajilla	310,00	310,00
2	Espejos	10,00	20,00
2	Basureros	3,75	7,50
2	Dispensador de papel higiénico	10,66	21,32
2	Dispensador de jabón	19,04	38,08
1	Alacena despensera funcional de vidrio	109,00	109,00
1	Mesa de trabajo central	200,00	200,00
1	Extintor de fuego 10 libras	22,00	22,00
1	Mueble de pared para bodega	153,00	153,00
50	Vajilla de barro cocido	6,80	340,00
50	Plato cuadrado para postre	1,89	94,50
9	Juego de 6 vasos de cristal	4,70	42,30
2	Juego de cubiertos 30 piezas	24,90	49,80
1	Docena de cucharas de palo	10,00	10,00
5	Cucharones de palo	12,00	60,00
5	Azucarera de porcelana	2,50	12,50
12	Saleros	1,10	13,20
12	Ajiceros	1,00	12,00
12	Servilletero de madera	2,00	24,00
1	Juego de cuchillos 8 piezas	28,99	28,99
2	Ralladores de acero inoxidable	8,99	17,98
2	Rodillo de madera para amasar	5,00	10,00
2	Juego de ollas Umco 8 piezas	58,98	117,96
5	Set de <i>bowls</i> 18, 22 y 26 cm	14,90	74,50
2	Ollas de presión Umco	52,94	105,88
1	Set de 3 sartenes de teflón	28,41	28,41
1	Espátula de plancha	1,98	1,98
1	Set de 3 tablas de picar	16,90	16,90
1	Pinza multiuso de silicón	1,99	1,99
2	Cernidor de aluminio	7,99	15,98
4	Bandeja grande	8,00	32,00

2	Ollas de barro 6 lt	30,00	60,00
2	Tiestos medianos	10,00	20,00
14	Mantel para mesa 1.40 m	25,00	350,00
8	Mantel para mesa 1 x 2 m	30,00	240,00
<b>TOTAL</b>			6.897,69

**Tabla 59**

*Requerimientos para el área de la sala etnográfica, taller de alfarería y tienda de souvenirs.*

<b>Cantidad</b>	<b>Detalle</b>	<b>V.U</b>	<b>V.T</b>
6	Exhibidores de vidrio	50,00	300,00
2	Indumentaria cotidiana antigua	100,00	200,00
2	Indumentaria cotidiana actual.	100,00	200,00
2	Indumentaria de uso festivo	120,00	240,00
4	Piezas de cerámica prehispánicas.	30,00	120,00
7	Instrumentos musicales	25,00	175,00
20	Cuadros fotográficos	12,00	240,00
4	Maniquí interpretativo	120,00	480,00
2	Vitrina de mesa	120,00	240,00
1	Banco tallado	12,00	12,00
8	Utensilios de cocina	15,00	120,00
6	Herramientas de trabajo	18,00	108,00
1	<i>Kallwa</i> (telar de cintura)	40,00	40,00
1	<i>Piruro</i> (Hilador de mano)	10,00	10,00
4	Piedras planas	21,00	64,00
10	Moldes de arcilla	12,00	120,00
8	Herramientas manuales	10,00	80,00
1	Cuero vacuno	15,00	15,00
4	Recipientes	5,00	20,00
3	Estanterías de madera	55,00	165,00
1	Banco tallado	12,00	12,00
1	<i>Laptop</i> ASUS	545,12	545,12
1	Proyector	458,00	458,00
2	Parlantes	8,00	16,00
2	Micrófonos inalámbricos	39,41	78,82
2	Cortinas de 2 x 1,80 m	21,00	42,00
<b>TOTAL</b>			4.090,94

**Tabla 60***Capital de materia prima para el área de camping y canyoning*

<b>Cantidad</b>	<b>Detalle</b>	<b>V.U</b>	<b>V.T</b>
2	Espejos	10,00	20,00
2	Basureros	3,75	7,50
2	Dispensador de papel higiénico	10,66	21,32
2	Dispensador de jabón	19,04	38,08
2	Parrillas asadores	45,00	90,00
5	Casco de seguridad	40,00	200,00
3	Arneses	99,00	297,00
5	Chalecos salvavidas	25,00	125,00
10	Mosquetones	18,00	180,00
2	Descendedores	38,00	76,00
2	Cuerda dinámica 9.4 mm, 20 m	76,90	153,80
5	Guantes policuero resistente	5,84	29,20
<b>TOTAL</b>			<b>1.237,90</b>

**Tabla 61***Requerimiento de señalética para el establecimiento*

<b>Cantidad</b>	<b>Detalle</b>	<b>V.U</b>	<b>V.T</b>
1	Panel de bienvenida ( <i>Shamupay</i> )	30,00	30,00
9	Panel informativo	45,00	405,00
4	Letreros direccionales	5,00	20,00
12	Letreros de identificación	10,00	120,00
1	<i>Tótem</i> Nakzacota Puento	80,00	80,00
2	Mesas interpretativas	50,00	100,00
19	Señales de aproximación y precaución	10,00	190,00
			<b>945,00</b>

**Tabla 62***Requerimiento de vehículo para "Kárun Lodge"*

<b>Vehículo</b>			
<b>Cantidad</b>	<b>Detalle</b>	<b>V.U</b>	<b>V.T</b>
1	Camioneta doble cabina azul	13.500,00	13.500,00

### 3.4.3. Capital de trabajo (Contrato de trabajadores, materia prima, insumos, servicios básicos, etc.)

#### 3.4.3.1. Pagos de operación

En este apartado se menciona los elementos necesarios para la operación de la empresa desde la partida del negocio, además de los costos de permisos pertinentes. En primer lugar, están los servicios básicos como el agua potable, energía eléctrica, teléfono, internet y gas que son indispensables para el desarrollo de las actividades turísticas; estos servicios se deben cancelar mensualmente y se ha calculado un costo para un periodo de seis meses como se muestra a continuación.

**Tabla 63**

*Requerimientos de costo por servicios básicos*

Servicios básicos		
Servicio	Costo mensual	Costo semestral
Agua potable	30,00	180,00
Energía eléctrica	50,00	300,00
Teléfono	15,00	90,00
Internet	25,00	150,00
Gas	24,00	144,00
<b>TOTAL</b>		<b>864,00</b>

**Tabla 64**

*Requerimientos de costo por sueldos y salarios*

Cargo	Salario mensual	Salario anual	Décimo tercero	Décimo cuarto	Vacaciones	Fondo de reserva 8,33%	Aporte al IESS patronal 11,15%	Remuneración anual total
Gerente	600,00	7.200,00	600,00	400,00	300,00	599,76	802,80	9.902,56
Recepcionista	400,00	4.800,00	400,00	400,00	200,00	399,84	535,20	6.735,04
Chef	500,00	6.000,00	500,00	400,00	250,00	499,80	669,00	8.318,80
Guía	400,00	4.800,00	400,00	400,00	200,00	399,84	535,20	6.735,04
Camarero	400,00	4.800,00	400,00	400,00	200,00	399,84	535,20	6.735,04
<b>TOTAL</b>	<b>2.300,00</b>	<b>27.600,00</b>	<b>2.300,00</b>	<b>2.000,00</b>	<b>1.150,00</b>	<b>2.299,08</b>	<b>3.077,40</b>	<b>38.426,48</b>

*Nota:* El valor total del salario mensual se multiplica por seis.

De la misma manera, los sueldos y salarios representan un costo que se debe realizar cada mes de acuerdo con el cargo que desempeña, para el establecimiento se han considerado cinco personas de planta, obteniendo así un valor de 13.800,00 por un periodo de seis meses.

#### **3.4.3.2. Materia prima, insumos y suministros**

La materia prima es fundamental en la industria turística. Para el servicio de restauración y demás se han considerado a los proveedores locales, quienes proporcionarán productos agrícolas de muy buena calidad como es el caso de las papas, maíz, choclo, habas, entre otros; además de pequeños emprendimientos que proveerán de otros insumos como huevos, productos lácteos y carnes; para otros alimentos de primera necesidad se recurrirá al Supermercado Santa Anita del Carmen y al mercado mayorista ubicados en la ciudad de Ibarra.

**Tabla 65**

*Capital de materia prima para el área de alimentación*

<b>Materia prima</b>				
<b>Producto</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Proveedor</b>	<b>V.U</b>	<b>V.T</b>
Una arroba de arroz	1	Sta. Anita del Carmen	10,50	10,50
Dos arrobas de harina	2	Sta. Anita del Carmen	8,00	16,00
Dos arrobas de azúcar	2	Sta. Anita del Carmen	9,00	18,00
Quintal de papas	3	Local	12,00	36,00
Quintal de maíz	1	Local	70,00	70,00
Bulto de choclo	2	Local	25,00	50,00
Funda de habas	2	Local	28,00	56,00
Costalillo de cebolla roja	1	Local	15,00	15,00
Costalillo de zanahoria	1	Mayorista	3,50	3,50
Costalillo de ajo	1	Local	30,00	30,00
Caja de tomates	1	Local	15,00	15,00
Aceite vegetal GL	2	Sta. Anita del Carmen	7,50	15,00
Sal de 2kg	10	Sta. Anita del Carmen	0,85	8,50

Leche (litros)	30	Local	0,40	12,00
Quesos	25	Local	2,00	50,00
Nescafé 50 g	5	Sta. Anita del Carmen	2,49	12,45
Huevos de campo	10	Local	7,50	75,00
Frutas Kg	10	Local	4,00	40,00
Cartón de manteca 5 kg	1	Sta. Anita del Carmen	6,00	6,00
Carnes (lb)	100	Mercado	2,25	225,00
Pollo de campo (lb)	75	Local	1,35	101,25
Trucha (lb)	50	<i>Chaupi Yaku</i>	1,50	75,00
Paquete de gaseosas	10	Sta. Anita del Carmen	15,50	155,00
Paquete de agua Dasani	10	Sta. Anita del Carmen	4,50	45,00
Paquete de Guitic 500 ml	10	Sta. Anita del Carmen	5,00	50,00
Jaba de cerveza	5	Sta. Anita del Carmen	20,00	100,00
<b>TOTAL</b>				<b>1.290,20</b>

*Nota:* Los costos indicados varían de acuerdo con la temporada.

El valor resultante indica el costo de la materia prima para un mes es de \$1.290,20 y al igual que en los demás puntos se realiza una cuantía para seis meses, entonces se obtiene un valor de \$7.741,20 considerando que el *Lodge* cuenta con una huerta orgánica que también proveerá de ciertos productos al restaurante, como es el caso de hortalizas, especias y hierbas aromáticas.

Los insumos de limpieza representan otro costo mensual de \$158,67 y para ello, se ha considerado un costo semestral que representan \$952,02. Sin embargo, algunos insumos descritos no requieren una compra mensual, como es el caso de las escobas, palas de basura, trapeador y balde trapeador; por lo tanto, los valores variarán de acuerdo con el nivel de operación del establecimiento.

**Tabla 66***Capital de insumos para "Kárún Lodge"*

<b>Insumos de limpieza</b>				
<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Proveedor</b>	<b>V.U</b>	<b>V.T</b>
Escobas de coco	2	SEREC	1,25	2,50
Escoba suave	3	SEREC	2,67	8,01
Pala de basura con bastón	3	SEREC	1,50	4,50
Trapeador copa redonda	3	SEREC	2,94	8,82
Balde escurridor trapeador	3	SEREC	5,87	17,61
Guantes caucho máster	2	SEREC	1,85	3,70
Detergente en polvo 5 kg	1	SEREC	13,00	13,00
Detergente líquido para ropa GL	1	SEREC	7,00	7,00
Desinfectante varios aromas	3	SEREC	3,50	10,50
Galón de cloro desinfectante	1	SEREC	4,06	4,06
Limpiador de vidrios GL	1	SEREC	4,27	4,27
Gel antiséptico sin aroma GL	1	SEREC	6,47	6,47
Alcohol industrial al 76% GL	1	SEREC	9,00	9,00
Ambiental en pastilla 95g	10	SEREC	1,10	11,00
Jabón líquido Liwpia galón	2	SEREC	8,58	17,16
Crema lavavajilla balde 5kg	1	SEREC	13,25	13,25
Papel higiénico Jumbo 250m	3	SEREC	3,25	9,75
Cepillo limpieza inodoro con base	3	SEREC	2,69	8,07
<b>TOTAL</b>				158,67

Por otra parte, se encuentran los suministros de oficina que son necesarios para el desarrollo de actividades administrativas y de gerencia, para ello se ha considerado la siguiente lista con un valor de \$435,96 para un periodo de seis meses. Al igual que en el caso anterior, existen elementos que se comprarán una sola vez; por tal motivo los valores se reformarán en todo el año.



**Tabla 67***Capital de suministros de oficina para "Kárun Lodge"*

<b>Suministros de oficina</b>				
<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Proveedor</b>	<b>V.U</b>	<b>V.T</b>
Resmas de papel	2	Papelería Popular	2,75	5,50
Grapadora	2	Papelería Popular	3,01	6,02
Perforadora	1	Papelería Popular	1,75	1,75
Folders	6	Papelería Popular	0,75	4,50
Agenda	2	Papelería Popular	12,00	24,00
Bolígrafos	12	Papelería Popular	0,30	3,60
Calculadora científica	1	Papelería Popular	18,00	18,00
Clips	1	Papelería Popular	0,35	0,35
Grapas	1	Papelería Popular	0,80	0,80
Etiquetas adhesivas	1	Papelería Popular	0,99	0,99
Citas de embalaje	6	Papelería Popular	0,48	2,88
Almohadilla	1	Papelería Popular	1,16	1,16
Apoyamanos	3	Papelería Popular	0,76	2,28
Chinche color Eagle	1	Papelería Popular	0,83	0,83
<b>Total</b>				<b>72,66</b>

**3.4.3.3. Publicidad**

En lo que respecta a la publicidad, se estima un costo de \$1.380 contemplados para seis meses, de los cuales el diseño de las plataformas digitales y la marca son costos únicos. Por el contrario, los valores del material impreso, gráfico, videográfico y audiovisual corresponden a pagos mensuales

**Tabla 68***Capital de publicidad para "Kárun Lodge"*

<b>Descripción</b>	<b>V.T</b>
Material impreso	580,00
Plataformas digitales y marca	500,00
Material gráfico, videográfico y audiovisual	300,00
<b>TOTAL</b>	<b>1.380,00</b>

**3.4.3.4. Permisos de funcionamiento**

Consisten en documentos otorgados por las diferentes entidades para avalar el cumplimiento de los requerimientos necesarios de operación, los mismos que se deben pagar de forma anual; entre ellos se encuentran la patente municipal, permiso del Cuerpo de Bomberos, la Licencia Única de Funcionamiento (LUAF). En el caso del registro de la actividad turística es un valor que se debe cancelar una sola vez, al iniciar con la prestación de servicios turísticos.

**Tabla 69***Permisos de funcionamiento para "Kárun Lodge"*

<b>Permisos</b>	
<b>Detalle</b>	<b>Costo</b>
Inscripción registro mercantil	37,00
Patente municipal	51,00
Permisos de construcción m <sup>2</sup>	94,08
Permiso de bomberos	25,00
Permiso ARCOSA	254,00
Licencia anual de funcionamiento LUAF	82,00
<b>TOTAL</b>	<b>543,08</b>

Conjuntamente se describen los costos únicos, relacionados con la instalación de servicios básicos y el estudio profesional que realiza el arquitecto en la fase de construcción del establecimiento y que genera un valor significativo. Cabe mencionar que la instalación del agua estará a cargo de la Junta de Agua de la comuna.

**Tabla 70***Costos de instalación para "Kárun Lodge"*

<b>Costos únicos</b>		
	<b>Detalle</b>	<b>Costo</b>
<b>Instalación</b>	Agua potable	200,00
	Energía eléctrica	40,00
	Teléfono	50,00
	Internet	90,00
<b>Otros</b>	Estudio profesional (arquitecto)	2.500,00
<b>TOTAL</b>		<b>2.880,00</b>

**3.4.4. Total de inversión**

Una vez analizado cada apartado se ha obtenido un valor estimado para el presente proyecto, tal y como se detalla a continuación.

**Tabla 71***Inversión para "Kárun Lodge"*

<b>Descripción</b>	<b>Total</b>
Obra civil	119.418,32
Maquinaria y equipo	49.160,87
Gastos de instalación y otros	2.880,00
Capital de trabajo	25.099,94
<b>TOTAL</b>	<b>196.559,13</b>

*Nota:* Los valores totales fueron comparados con los totales del estudio económico

**Total de la inversión estimada: \$196.559,13**

**3.4.5. Plan de financiación, recursos propios, prestamos, subvenciones de otras entidades y capitalización.**

En la siguiente tabla se detallan las cuentas pertenecientes al patrimonio con el que constituirá la empresa; de ellos el valor para el financiamiento representa el 33.14% de la inversión total estimada. Cabe señalar que los siguientes valores están representados en el balance de situación inicial.

**Tabla 72**

*Detalle del plan de financiamiento para “Kárun Lodge”.*

<b>Descripción</b>	<b>Valor</b>	<b>Porcentaje</b>
Bienes inmuebles	66.177,54	33,67%
Aporte accionario	30.000,00	15,26%
Vehículo	13.500,00	6,87%
Mobiliarios	1.737,00	0,88%
Aporte capital	20.000,00	10,18%
Préstamo bancario	65.144,59	33,14%
<b>Inversión estimada</b>	<b>196.559,13</b>	<b>100%</b>

### **3.5. Estructura organizativa y administrativa**

El fin primordial que tiene este proyecto es revalorizar el patrimonio cultural de la comuna local, alineándose al servicio de un alojamiento temático que ofrezca actividades culturales y de naturaleza propios un ambiente rural, aprovechando su ubicación ancestral y astronómica, donde facilite visualizar la forma de vida, arquitectura, historia, prácticas, conocimiento, con una oferta de calidad e identidad enfocada en la investigación de la cultura, conservación y preservación de la riqueza natural presente en la localidad.

#### **3.5.1. Misión**

Somos un establecimiento que ofrece servicios de alojamiento y actividades turísticas en el valle de *Cochikaranki*, un lugar rodeado por la cordillera de Angochagua que da paso a escenarios como valles, páramos, ríos y cascadas. Sus instalaciones temáticas basadas en el pueblo *kichwa karanki* fueron creadas con el fin de brindar una atención de calidad y nuevas experiencias que garanticen la estadía única de los turistas nacionales y extranjeros en un contexto rural, permitiendo la revalorización del patrimonio natural y cultural de La Rinconada.

#### **3.5.2. Visión**

Para el año 2027, “Kárun Lodge” será un establecimiento de alojamiento turístico que integre actividades culturales y recreativas en un mismo lugar, reconocido a nivel cantonal por los estándares de calidad en sus servicios y por contribuir a la preservación y difusión de la identidad *kichwa karanki*; además del

compromiso medioambiental presente en sus instalaciones y actividades operativas.

### **3.5.3. Políticas**

Para el funcionamiento del establecimiento se incorporarán las siguientes políticas que servirán de base para el correcto desempeño empresarial:

- Brindar un servicio de calidad, seguridad a nuestros clientes mediante la oferta de experiencias memorables, aplicando las medidas de bioseguridad pertinentes.
- Construir relaciones sólidas y fidelizar a los clientes internos, valorando a la comuna local y apoyando en la preparación y tecnificación de los productos y servicios.
- Afianzar al equipo de trabajo a través de la formación continua en la atención al cliente, garantizando un comportamiento ético dentro y fuera de la empresa.
- Revalorizar la identidad del pueblo *karanki* aprovechando la memoria ancestral.
- Generar un turismo rural sostenible para el desarrollo de oportunidades en la comuna y la protección de la biodiversidad.

### **3.5.4. Valores**

Al igual que las políticas con las que cuenta la empresa desempeñan un rol importante en sus funciones, los valores complementan la forma indicada de llevar adelante el *Lodge* y son:

#### **Honestidad**

Es el compromiso de los trabajadores el comportarse y expresarse de manera coherente y sincera con relación a la verdad.

#### **Integridad**

Actuar de manera correcta en el desenvolvimiento laboral, cumpliendo las obligaciones en presencia del personal administrativo y en su ausencia.

#### **Responsabilidad**

Es el deber de todo el equipo de trabajo para ofrecer al cliente un servicio que cumpla e incluso supere sus expectativas.

**Seguridad**

Contar con un grupo humano de excelencia, que se preocupa por dar al cliente un servicio de calidad.

**Empatía**

Priorizar al cliente en todo sentido, conocer cuáles son sus aspiraciones y requerimientos y adaptarse a cada uno de ellos.

**Comunicación**

Fomentar un ambiente adecuado en el cual se integre a todos los miembros de trabajo y plantear los objetivos y la planificación de trabajo conjugando ideas.

**3.5.5. Organigrama****3.5.5.1. Organigrama de la empresa**

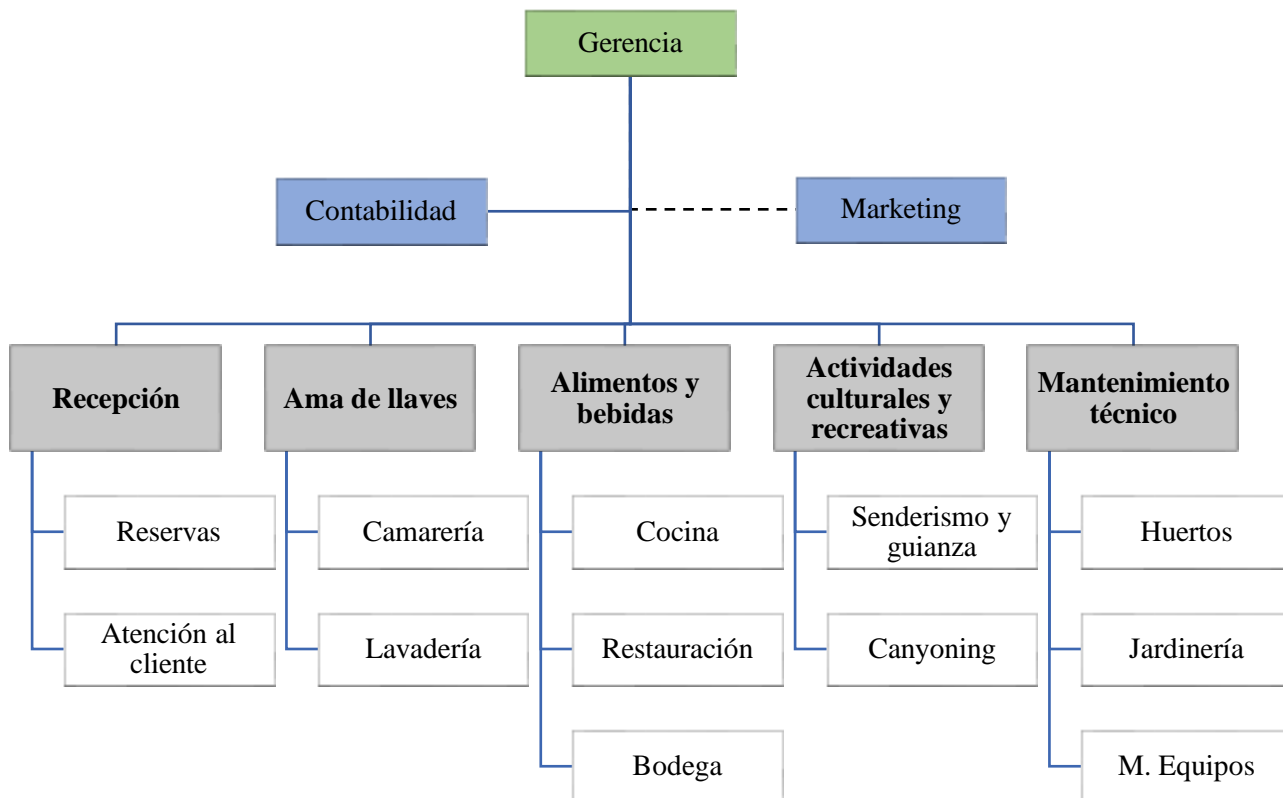
Para el desarrollo exitoso de “*Kárun Lodge*” se proponen dos modelos, el primero corresponde a las funciones que permitirán coordinar las actividades de forma organizada. Los organigramas que comprenden este apartado son de tipo micro administrativos, informativo y formal.

**3.5.5.2. Organigrama de funciones**

Con base en los requerimientos del *Lodge*, se asignó las principales funciones de acuerdo con sus respectivas áreas, así como la interrelación que mantienen con la gerencia y sus funciones de apoyo.

**Figura 40**

*Organigrama funcional para "Kárun Lodge".*

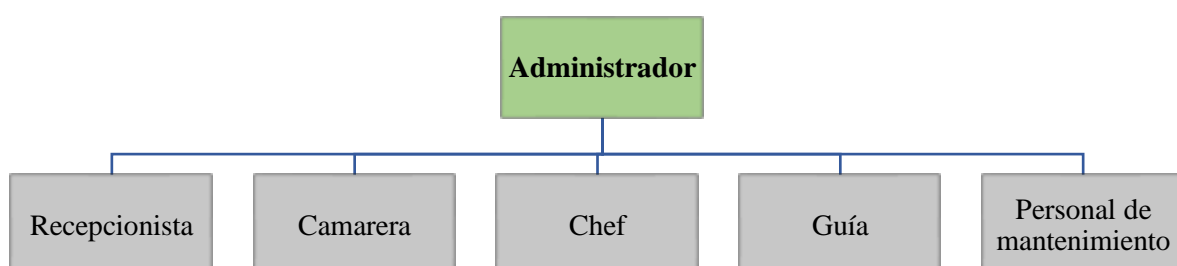


### 3.5.5.3. Organigrama jerárquico

De acuerdo con lo establecido en la gráfica anterior se señala el número de personas necesarias que tienen una interdependencia con el administrador un mismo nivel. Para los fines de semana, feriados y días festivos se ha considerado un ayudante de cocina, con la finalidad de cubrir la demanda de esos días.

**Figura 41**

*Organigrama de puestos para "Kárun Lodge".*



Dentro de las competencias del personal se señalan las siguientes actividades:

- Mantener la limpieza del área de alimentos y bebidas
- Contribuir con la preparación de los alimentos y montaje de estos.
- Supervisar las reservas de materias primas e insumos existentes en bodega.

En lo que respecta al personal de mantenimiento, éste será contratado la primera semana de cada mes (cinco días hábiles), pues; dentro de sus responsabilidades se encuentran las siguientes:


- Limpieza y mantenimiento de las unidades de alojamiento
- Cuidado y conservación del edificio, instalaciones, equipo y maquinaria del *Lodge*.
- Establece un programa de mantenimiento preventivo de los diferentes equipos de la empresa
- Planea, dirige y supervisa la realización del mantenimiento técnico.

### 3.5.6. Manual de funciones

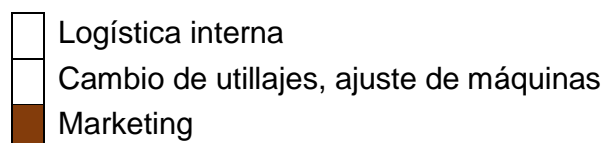
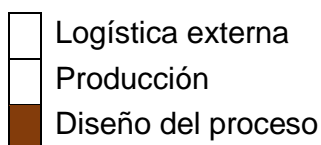
En relación con el manual de funciones, se establecen fichas de trabajo solo para el personal de planta que está conformado por cinco personas: gerente, recepcionista, guía, chef y camarero. Adicional a ello, el área operativa requiere de los servicios de dos personas, en el área de restauración y de mantenimiento técnico respectivamente.

**Tabla 73**

*Ficha de trabajo para el gerente administrador*

	FICHA DE PUESTO DE TRABAJO	Código:	FT.01		
		Edición:	1		
		Fecha:	20/06/21		
DENOMINACIÓN DEL PUESTO		Gerente /Administrador			
TIEMPO DE TRABAJO		Indefinido			
<b>FUNCIONES:</b> <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 50%; vertical-align: top;"> <div style="display: flex; flex-direction: column; gap: 5px;"> <div style="display: flex; align-items: center;"><span style="width: 15px; height: 15px; background-color: #8B4513; margin-right: 5px;"></span> Relaciones públicas</div> <div style="display: flex; align-items: center;"><span style="width: 15px; height: 15px; background-color: #8B4513; margin-right: 5px;"></span> Comercial / Atención al cliente</div> <div style="display: flex; align-items: center;"><span style="width: 15px; height: 15px; background-color: #8B4513; margin-right: 5px;"></span> Calidad</div> </div> </td> <td style="width: 50%; vertical-align: top;"> <div style="display: flex; flex-direction: column; gap: 5px;"> <div style="display: flex; align-items: center;"><span style="width: 15px; height: 15px; background-color: #8B4513; margin-right: 5px;"></span> Contabilidad / Finanzas</div> <div style="display: flex; align-items: center;"><span style="width: 15px; height: 15px; background-color: #8B4513; margin-right: 5px;"></span> RR.HH. / Administración</div> <div style="display: flex; align-items: center;"><span style="width: 15px; height: 15px; background-color: #8B4513; margin-right: 5px;"></span> Mantenimiento &amp; Almacén</div> </div> </td> </tr> </table>				<div style="display: flex; flex-direction: column; gap: 5px;"> <div style="display: flex; align-items: center;"><span style="width: 15px; height: 15px; background-color: #8B4513; margin-right: 5px;"></span> Relaciones públicas</div> <div style="display: flex; align-items: center;"><span style="width: 15px; height: 15px; background-color: #8B4513; margin-right: 5px;"></span> Comercial / Atención al cliente</div> <div style="display: flex; align-items: center;"><span style="width: 15px; height: 15px; background-color: #8B4513; margin-right: 5px;"></span> Calidad</div> </div>	<div style="display: flex; flex-direction: column; gap: 5px;"> <div style="display: flex; align-items: center;"><span style="width: 15px; height: 15px; background-color: #8B4513; margin-right: 5px;"></span> Contabilidad / Finanzas</div> <div style="display: flex; align-items: center;"><span style="width: 15px; height: 15px; background-color: #8B4513; margin-right: 5px;"></span> RR.HH. / Administración</div> <div style="display: flex; align-items: center;"><span style="width: 15px; height: 15px; background-color: #8B4513; margin-right: 5px;"></span> Mantenimiento &amp; Almacén</div> </div>
<div style="display: flex; flex-direction: column; gap: 5px;"> <div style="display: flex; align-items: center;"><span style="width: 15px; height: 15px; background-color: #8B4513; margin-right: 5px;"></span> Relaciones públicas</div> <div style="display: flex; align-items: center;"><span style="width: 15px; height: 15px; background-color: #8B4513; margin-right: 5px;"></span> Comercial / Atención al cliente</div> <div style="display: flex; align-items: center;"><span style="width: 15px; height: 15px; background-color: #8B4513; margin-right: 5px;"></span> Calidad</div> </div>	<div style="display: flex; flex-direction: column; gap: 5px;"> <div style="display: flex; align-items: center;"><span style="width: 15px; height: 15px; background-color: #8B4513; margin-right: 5px;"></span> Contabilidad / Finanzas</div> <div style="display: flex; align-items: center;"><span style="width: 15px; height: 15px; background-color: #8B4513; margin-right: 5px;"></span> RR.HH. / Administración</div> <div style="display: flex; align-items: center;"><span style="width: 15px; height: 15px; background-color: #8B4513; margin-right: 5px;"></span> Mantenimiento &amp; Almacén</div> </div>				



**RESPONSABILIDADES:**

- Administrar el funcionamiento de la empresa en el ámbito de planeación, dirección, organización y funcionamiento.
- Dirigir el área financiera del *Lodge* para aumentar sus beneficios y la rentabilidad.
- Arreglar, revisar y dar por aprobado el presupuesto destinado a las áreas con el objetivo de brindar seguimiento y control del movimiento económico.
- Ejecutar y apoyar políticas de manejo del recurso humano y selección de personal.
- Ejercer control y seguimiento a las demás áreas que conforma la empresa.
- Propender y promover políticas de gestión de calidad en todas las áreas del establecimiento y especialmente en servicio al cliente y huéspedes que permitan el fortalecimiento de la imagen empresarial.
- Fomentar el equilibrio de los procesos productivos y comerciales que suceden en la operación hotelera con el cuidado del entorno ecológico y responsabilidad social que de la actividad se genera, acorde con las normas de sostenibilidad.
- Construir relaciones sólidas en conformación de alianzas con promotores locales de la actividad turística.

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

- Lic. en Turismo.
- Conocimientos básicos sobre la cultura *karanki*.
- Hablar *kichwa*.
- Con un nivel de inglés B1.
- Conocimientos de marketing y publicidad.

**EXPERIENCIA**

Experiencia en administración de empresas turísticas como mínimo un año.

**APTITUDES**

Capacidad de trabajo en equipo, comunicación fluida, liderazgo, paciencia.


OBSERVACIONES:

Firma:

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


Tabla 74

Ficha de trabajo el recepcionista/ caja recepción

	FICHA DE PUESTO DE TRABAJO	Código:	FT.02												
		Edición:	1												
		Fecha:	20/06/21												
DENOMINACIÓN DEL PUESTO		Recepcionista / caja de recepción													
TIEMPO DE TRABAJO		8 horas													
<b>FUNCIONES:</b> <table border="0" style="width: 100%;"> <tr> <td><input type="checkbox"/> Compras</td> <td><input type="checkbox"/> Contabilidad / Finanzas</td> </tr> <tr> <td><input checked="" type="checkbox"/> Comercial / Atención al cliente</td> <td><input checked="" type="checkbox"/> Auxiliar de guianza</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> Calidad</td> <td><input type="checkbox"/> Mantenimiento &amp; Almacén</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> Logística externa</td> <td><input checked="" type="checkbox"/> Logística interna</td> </tr> <tr> <td><input checked="" type="checkbox"/> Secretaría</td> <td><input type="checkbox"/> Cambio de utillajes, ajuste de máquinas</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> Diseño del proceso</td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> </table>				<input type="checkbox"/> Compras	<input type="checkbox"/> Contabilidad / Finanzas	<input checked="" type="checkbox"/> Comercial / Atención al cliente	<input checked="" type="checkbox"/> Auxiliar de guianza	<input type="checkbox"/> Calidad	<input type="checkbox"/> Mantenimiento & Almacén	<input type="checkbox"/> Logística externa	<input checked="" type="checkbox"/> Logística interna	<input checked="" type="checkbox"/> Secretaría	<input type="checkbox"/> Cambio de utillajes, ajuste de máquinas	<input type="checkbox"/> Diseño del proceso	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Compras	<input type="checkbox"/> Contabilidad / Finanzas														
<input checked="" type="checkbox"/> Comercial / Atención al cliente	<input checked="" type="checkbox"/> Auxiliar de guianza														
<input type="checkbox"/> Calidad	<input type="checkbox"/> Mantenimiento & Almacén														
<input type="checkbox"/> Logística externa	<input checked="" type="checkbox"/> Logística interna														
<input checked="" type="checkbox"/> Secretaría	<input type="checkbox"/> Cambio de utillajes, ajuste de máquinas														
<input type="checkbox"/> Diseño del proceso	<input type="checkbox"/>														
<b>RESPONSABILIDADES:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Presentar facturas de compra de insumos al gerente.</li> <li>• Coordinar el trabajo con el personal.</li> <li>• Supervisar el horario de trabajo del personal.</li> <li>• Planificación del trabajo y elección de los procedimientos a seguir.</li> <li>• Dar la bienvenida a los turistas y explicarles los servicios.</li> <li>• Registrar el ingreso del huésped (<i>check-in</i>).</li> <li>• Acomodar al huésped en la habitación.</li> <li>• Controlar el acceso a las habitaciones.</li> <li>• Apoyar al huésped en caso de emergencia.</li> <li>• Apoyar a la administración en el área de secretaría.</li> <li>• Efectuar los procedimientos de salida del huésped (<i>check-out</i>).</li> <li>• Realizar trabajos de auditoría del <i>Lodge</i>.</li> <li>• Entregar la recepción al turno correspondiente.</li> <li>• Cuidar el área de recepción.</li> <li>• Actuar como nexo entre el huésped y otros departamentos del establecimiento.</li> <li>• Velar por la seguridad y privacidad del huésped y del establecimiento.</li> <li>• Asegurar la satisfacción del cliente.</li> </ul>															
COMPETENCIA NECESARIA PARA EL PUESTO DE TRABAJO															
FORMACIÓN															
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocimientos en atención al cliente.</li> <li>• Técnicas de secretariado gerencial.</li> <li>• Manejo del sistema de documentación y archivo.</li> <li>• Conocimientos básicos de guianza.</li> <li>• Hablar <i>kichwa</i> e inglés básico.</li> </ul>															
EXPERIENCIA															


Mínima de seis meses en gestión documental.	
APTITUDES	
Capacidad de trabajo, responsabilidad, y atención.	
OBSERVACIONES:	Firma:  Fecha: __/__/__

**Tabla 75***Ficha de trabajo para el guía*

	FICHA DE PUESTO DE TRABAJO	Código:	FT.03		
		Edición:	1		
		Fecha:	20/06/21		
DENOMINACIÓN DEL PUESTO		Guía			
TIEMPO DE TRABAJO		8 horas			
<b>FUNCIONES:</b> <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 50%; border: none;"> <input checked="" type="checkbox"/> Interpretación  <input type="checkbox"/> Comercial / Atención al cliente  <input checked="" type="checkbox"/> Actividades Lúdicas  <input type="checkbox"/> Logística externa  <input checked="" type="checkbox"/> Producción  <input type="checkbox"/> Diseño del proceso         </td> <td style="width: 50%; border: none;"> <input checked="" type="checkbox"/> Mantenimiento &amp; Almacén  <input type="checkbox"/> RR.HH. / Administración  <input type="checkbox"/> Contabilidad / Finanzas  <input checked="" type="checkbox"/> Logística interna  <input type="checkbox"/> Cambio de utillajes, ajuste de máquinas         </td> </tr> </table>				<input checked="" type="checkbox"/> Interpretación <input type="checkbox"/> Comercial / Atención al cliente <input checked="" type="checkbox"/> Actividades Lúdicas <input type="checkbox"/> Logística externa <input checked="" type="checkbox"/> Producción <input type="checkbox"/> Diseño del proceso	<input checked="" type="checkbox"/> Mantenimiento & Almacén <input type="checkbox"/> RR.HH. / Administración <input type="checkbox"/> Contabilidad / Finanzas <input checked="" type="checkbox"/> Logística interna <input type="checkbox"/> Cambio de utillajes, ajuste de máquinas
<input checked="" type="checkbox"/> Interpretación <input type="checkbox"/> Comercial / Atención al cliente <input checked="" type="checkbox"/> Actividades Lúdicas <input type="checkbox"/> Logística externa <input checked="" type="checkbox"/> Producción <input type="checkbox"/> Diseño del proceso	<input checked="" type="checkbox"/> Mantenimiento & Almacén <input type="checkbox"/> RR.HH. / Administración <input type="checkbox"/> Contabilidad / Finanzas <input checked="" type="checkbox"/> Logística interna <input type="checkbox"/> Cambio de utillajes, ajuste de máquinas				
<b>RESPONSABILIDADES:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dirigir los grupos en los senderos preestablecidos.</li> <li>• Revisar y constatar el buen estado y funcionamiento del equipo y los senderos.</li> <li>• Coordinar las actividades en la sala etnográfica y el taller de alfarería.</li> <li>• Elaborar el material interpretativo juntamente con los respectivos itinerarios.</li> <li>• Actualizarse e investigar sobre temas de interés sobre patrimonio local y nacional.</li> </ul>					
COMPETENCIA NECESARIA PARA EL PUESTO DE TRABAJO					
<b>FORMACIÓN</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dominar el idioma inglés y el <i>kichwa</i>.</li> <li>• Tener conocimiento de técnicas de manejo grupales.</li> <li>• Conocer técnicas interpretativas.</li> <li>• Conocimientos sobre la flora y fauna.</li> </ul>					
<b>EXPERIENCIA</b>					
Si se requiere, mínimo seis meses en interacción con grupos.					


APTITUDES	
Habilidades interpersonales	
OBSERVACIONES:	Firma:
	Fecha: __/__/__

**Tabla 76***Ficha de trabajo para el chef*

	FICHA DE PUESTO DE TRABAJO	Código:	FT.04		
		Edición:	1		
		Fecha:			
DENOMINACIÓN DEL PUESTO: Chef					
<b>FUNCIONES:</b> <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 50%; border: none;"> <div style="display: flex; flex-direction: column; align-items: center;"> <div style="width: 10px; height: 10px; background-color: #8B4513; margin-bottom: 5px;"></div> <div style="width: 10px; height: 10px; background-color: white; margin-bottom: 5px;"></div> <div style="width: 10px; height: 10px; background-color: #8B4513; margin-bottom: 5px;"></div> <div style="width: 10px; height: 10px; background-color: white; margin-bottom: 5px;"></div> <div style="width: 10px; height: 10px; background-color: #8B4513; margin-bottom: 5px;"></div> <div style="width: 10px; height: 10px; background-color: white; margin-bottom: 5px;"></div> </div> <ul style="list-style-type: none"> <li>Compras</li> <li>Comercial / Atención al cliente</li> <li>Calidad</li> <li>Logística externa</li> <li>Producción</li> <li>Diseño del proceso</li> </ul> </td> <td style="width: 50%; border: none;"> <div style="display: flex; flex-direction: column; align-items: center;"> <div style="width: 10px; height: 10px; background-color: white; margin-bottom: 5px;"></div> <div style="width: 10px; height: 10px; background-color: white; margin-bottom: 5px;"></div> <div style="width: 10px; height: 10px; background-color: #8B4513; margin-bottom: 5px;"></div> <div style="width: 10px; height: 10px; background-color: #8B4513; margin-bottom: 5px;"></div> <div style="width: 10px; height: 10px; background-color: white; margin-bottom: 5px;"></div> <div style="width: 10px; height: 10px; background-color: white; margin-bottom: 5px;"></div> </div> <ul style="list-style-type: none"> <li>Contabilidad / Finanzas</li> <li>RR.HH. / Administración</li> <li>Mantenimiento &amp; Almacén</li> <li>Logística interna</li> <li>Cambio de utillajes, ajuste de máquinas</li> </ul> </td> </tr> </table>				<div style="display: flex; flex-direction: column; align-items: center;"> <div style="width: 10px; height: 10px; background-color: #8B4513; margin-bottom: 5px;"></div> <div style="width: 10px; height: 10px; background-color: white; margin-bottom: 5px;"></div> <div style="width: 10px; height: 10px; background-color: #8B4513; margin-bottom: 5px;"></div> <div style="width: 10px; height: 10px; background-color: white; margin-bottom: 5px;"></div> <div style="width: 10px; height: 10px; background-color: #8B4513; margin-bottom: 5px;"></div> <div style="width: 10px; height: 10px; background-color: white; margin-bottom: 5px;"></div> </div> <ul style="list-style-type: none"> <li>Compras</li> <li>Comercial / Atención al cliente</li> <li>Calidad</li> <li>Logística externa</li> <li>Producción</li> <li>Diseño del proceso</li> </ul>	<div style="display: flex; flex-direction: column; align-items: center;"> <div style="width: 10px; height: 10px; background-color: white; margin-bottom: 5px;"></div> <div style="width: 10px; height: 10px; background-color: white; margin-bottom: 5px;"></div> <div style="width: 10px; height: 10px; background-color: #8B4513; margin-bottom: 5px;"></div> <div style="width: 10px; height: 10px; background-color: #8B4513; margin-bottom: 5px;"></div> <div style="width: 10px; height: 10px; background-color: white; margin-bottom: 5px;"></div> <div style="width: 10px; height: 10px; background-color: white; margin-bottom: 5px;"></div> </div> <ul style="list-style-type: none"> <li>Contabilidad / Finanzas</li> <li>RR.HH. / Administración</li> <li>Mantenimiento &amp; Almacén</li> <li>Logística interna</li> <li>Cambio de utillajes, ajuste de máquinas</li> </ul>
<div style="display: flex; flex-direction: column; align-items: center;"> <div style="width: 10px; height: 10px; background-color: #8B4513; margin-bottom: 5px;"></div> <div style="width: 10px; height: 10px; background-color: white; margin-bottom: 5px;"></div> <div style="width: 10px; height: 10px; background-color: #8B4513; margin-bottom: 5px;"></div> <div style="width: 10px; height: 10px; background-color: white; margin-bottom: 5px;"></div> <div style="width: 10px; height: 10px; background-color: #8B4513; margin-bottom: 5px;"></div> <div style="width: 10px; height: 10px; background-color: white; margin-bottom: 5px;"></div> </div> <ul style="list-style-type: none"> <li>Compras</li> <li>Comercial / Atención al cliente</li> <li>Calidad</li> <li>Logística externa</li> <li>Producción</li> <li>Diseño del proceso</li> </ul>	<div style="display: flex; flex-direction: column; align-items: center;"> <div style="width: 10px; height: 10px; background-color: white; margin-bottom: 5px;"></div> <div style="width: 10px; height: 10px; background-color: white; margin-bottom: 5px;"></div> <div style="width: 10px; height: 10px; background-color: #8B4513; margin-bottom: 5px;"></div> <div style="width: 10px; height: 10px; background-color: #8B4513; margin-bottom: 5px;"></div> <div style="width: 10px; height: 10px; background-color: white; margin-bottom: 5px;"></div> <div style="width: 10px; height: 10px; background-color: white; margin-bottom: 5px;"></div> </div> <ul style="list-style-type: none"> <li>Contabilidad / Finanzas</li> <li>RR.HH. / Administración</li> <li>Mantenimiento &amp; Almacén</li> <li>Logística interna</li> <li>Cambio de utillajes, ajuste de máquinas</li> </ul>				
<b>RESPONSABILIDADES:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Planificar los menús.</li> <li>• Realizar las adquisiciones necesarias para la bodega.</li> <li>• Vigilar el consumo de las materias primas para evitar desperdicios.</li> <li>• Gestionar que los pedidos de los clientes salgan de acuerdo con la comanda.</li> <li>• Verificar que los platos cumplan con las condiciones mínimas como: porción completa, temperatura adecuada, cocción adecuada y presentación óptima.</li> <li>• Supervisar los horarios de entrada y salida del personal de cocina.</li> <li>• Distribuir el trabajo entre su equipo.</li> <li>• Controlar el aseo de tanto de equipos como de instalaciones físicas.</li> <li>• Guardar estricta confidencialidad de materias primas e insumos utilizados para la elaboración de sus productos y toda aquella información interna.</li> <li>• Es el encargado de llevar el inventario de la cocina.</li> </ul>					
COMPETENCIA NECESARIA PARA EL PUESTO DE TRABAJO					
FORMACIÓN					
Profesional de tercer nivel o tecnólogo, con buena formación en técnicas culinarias.					

<b>EXPERIENCIA</b>	
Mínimo 2 años de experiencia.	
<b>APTITUDES</b>	
Capacidad de trabajo en equipo, responsabilidad, y atención.	
<b>OBSERVACIONES:</b>	Firma:  Fecha: __/__/__

**Tabla 77***Ficha de trabajo para el camarero*

	<b>FICHA DE PUESTO DE TRABAJO</b>	<b>Código:</b> FT.05
		<b>Edición:</b> 1
		<b>Fecha:</b>
<b>DENOMINACIÓN DEL PUESTO:</b> Camarero		
<b>FUNCIONES:</b>		
<input type="checkbox"/> Compras <input type="checkbox"/> Comercial / Atención al cliente <input checked="" type="checkbox"/> Calidad <input type="checkbox"/> Logística externa <input type="checkbox"/> Producción <input type="checkbox"/> Diseño del proceso	<input type="checkbox"/> Contabilidad / Finanzas <input type="checkbox"/> RR.HH. / Administración <input checked="" type="checkbox"/> Mantenimiento & Almacén <input type="checkbox"/> Logística interna <input type="checkbox"/> Cambio de utillajes, ajuste de máquinas	
<b>RESPONSABILIDADES:</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Responsable del correcto montaje de las mesas.</li> <li>• Conocer el correcto montaje de la vajilla, cubertería y la cristalería.</li> <li>• Tener surtidas las estaciones de servicio con todo lo necesario para el mismo: servilletas, saleros, azucareras, cubertería, etc.</li> <li>• Acomodar a los comensales en sus respectivas mesas.</li> <li>• Tomar órdenes de bebidas y servir los alimentos a los clientes.</li> <li>• Mantener las mesas siempre limpias y debidamente montadas.</li> <li>• Limpiar, ordenar y asear las habitaciones asignadas.</li> <li>• Encargada del lavado, secado y planchado de la lencería de la empresa.</li> <li>• Efectuar controles y registro de las habitaciones ocupadas.</li> </ul>		
<b>COMPETENCIA NECESARIA PARA EL PUESTO DE TRABAJO</b>		
<b>FORMACIÓN</b>		

Conocimientos de técnicas en limpieza de habitaciones y baños.	
EXPERIENCIA	
No indispensable	
APTITUDES	
Responsabilidad, y atención.	
OBSERVACIONES:	Firma:

### **3.5.7. Flujograma de actividades**

La siguiente sección presenta los organigramas de procesos con relación a los principales servicios turísticos producidos en “Kárun Lodge” que son: alojamiento, restauración y actividades turísticas, en lo que respecta al último, se considera generar un flujograma que represente el proceso de dichas actividades debido a su similitud.

Figura 42

Flujograma para el servicio de alojamiento

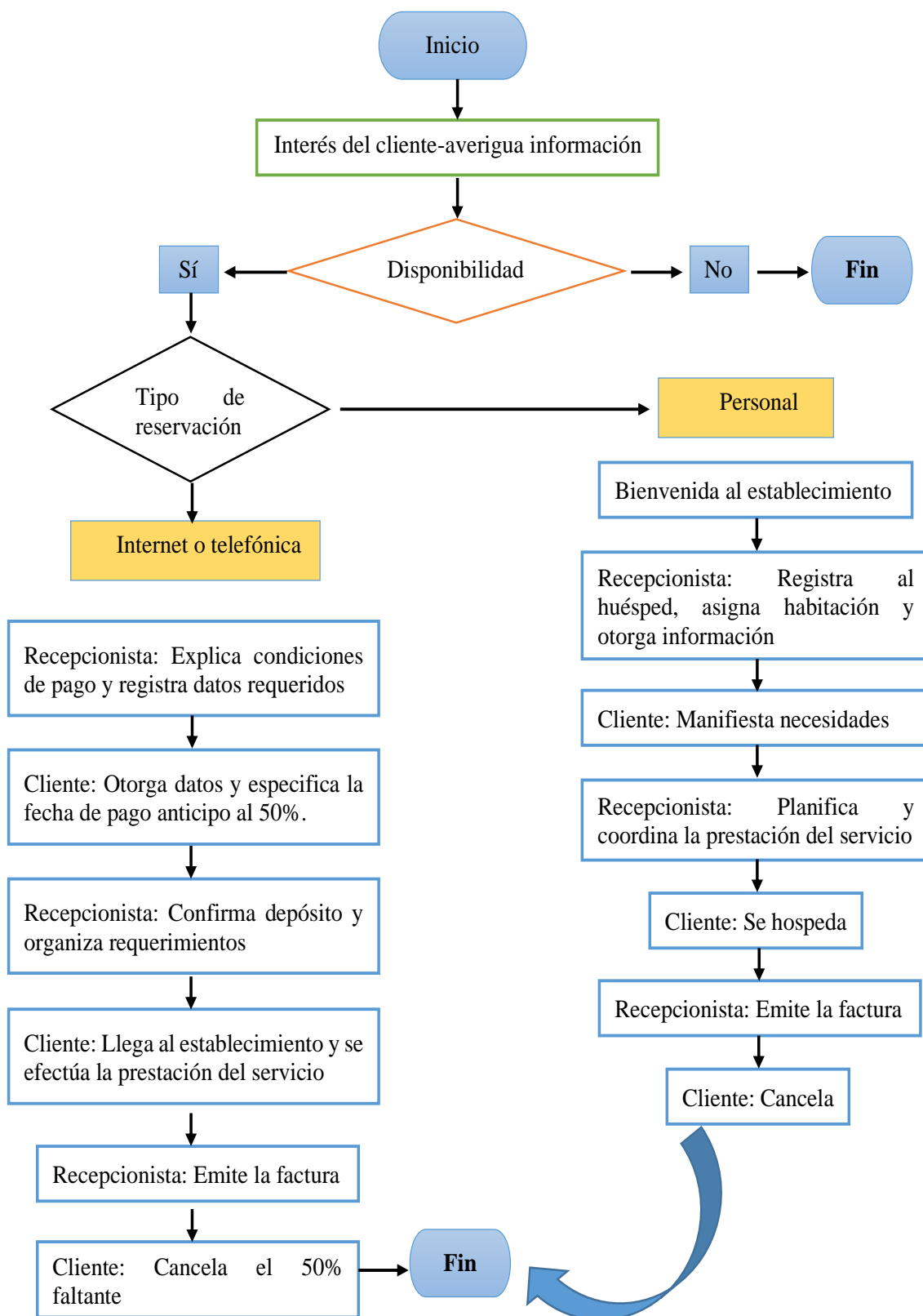
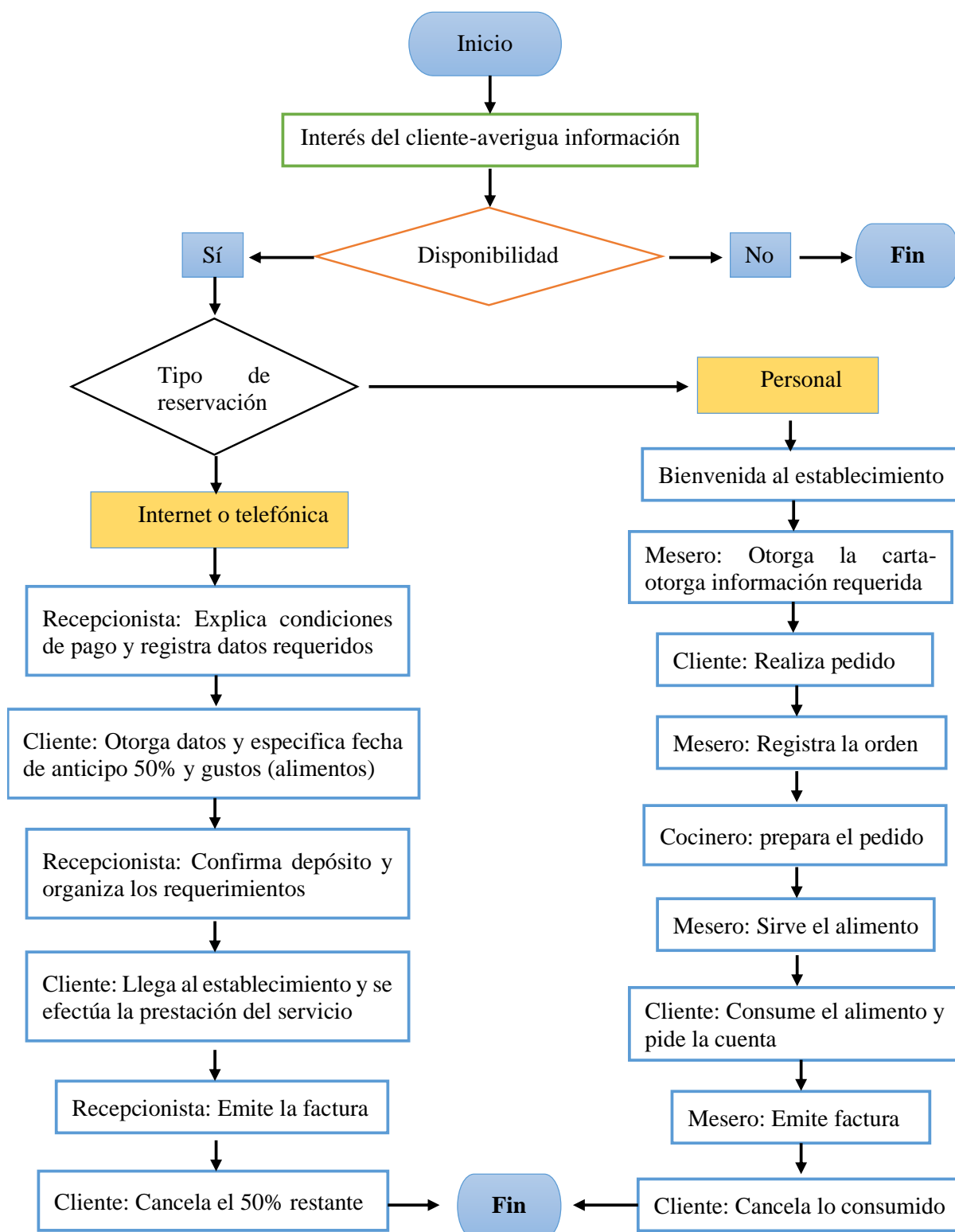


Figura 43

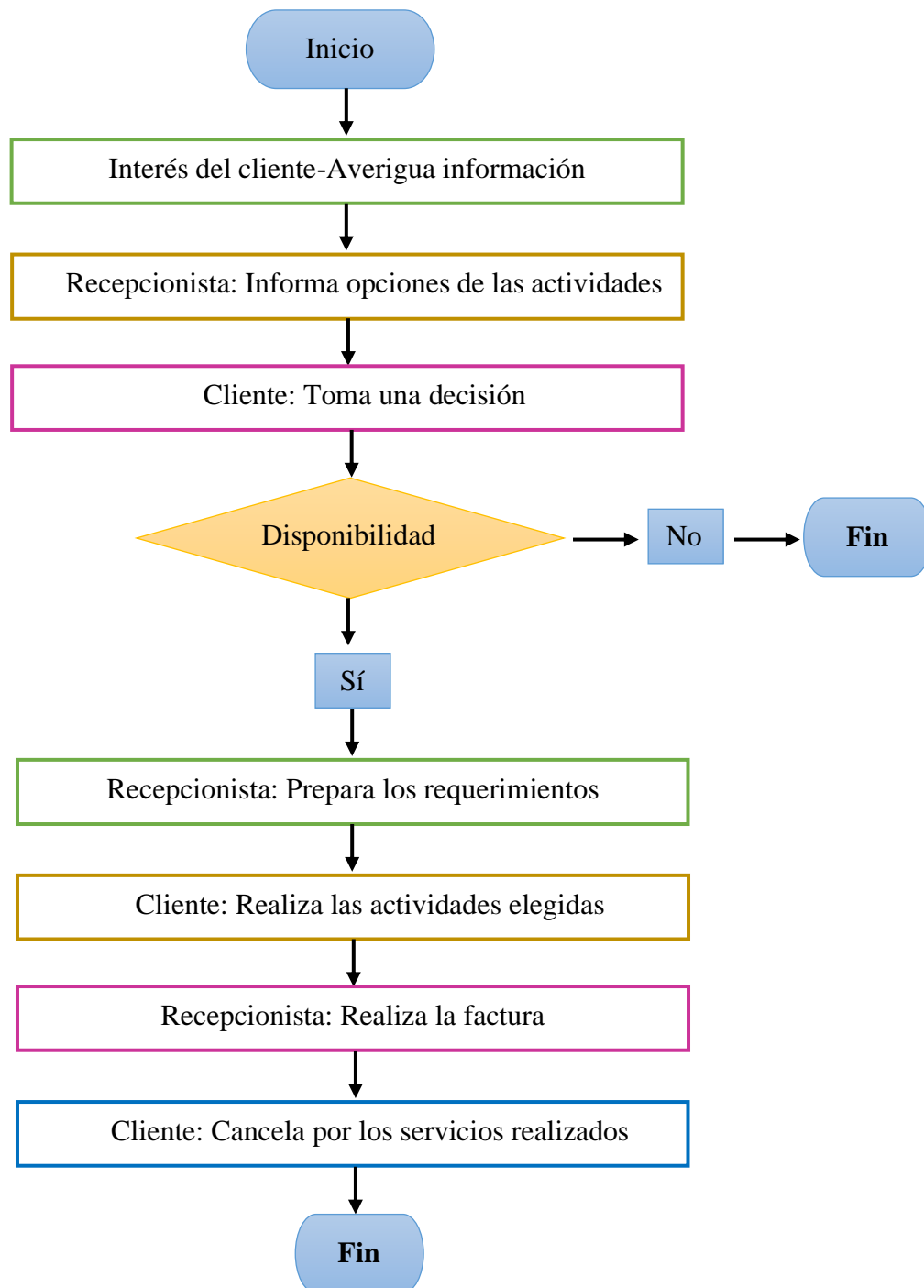
Flujograma para el servicio de restauración





**Figura 44**

*Flujograma para las actividades complementarias del establecimiento*



### **3.6. Constitución legal de la empresa y propiedad intelectual**

Lo correspondiente a la constitución legal de la empresa, en cuanto a la marca llevará el nombre de “Kárun Lodge” mismo que es de autoría propia. Posteriormente se indicará los requisitos y procedimientos para su conformación legal y el respaldo de la propiedad intelectual de la marca.

#### **3.6.1. Constitución legal de la empresa**

Para el presente emprendimiento se ha considerado crear una Compañía Limitada (Cía Ltda). La Ley de Compañías (2017) define a la Compañía Limitada como: “La compañía que se contrae entre dos o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva” (p. 23).

En efecto, “Kárun Lodge” será constituido conforme a la siguiente premisa, tal como se menciona en el Art. 136 de la Ley de Compañías (2017):

1. La compañía se constituirá mediante escritura pública que será inscrita en el Registro Mercantil del cantón en el que tenga su domicilio principal la compañía.
2. La compañía existirá y adquirirá personalidad jurídica desde el momento de dicha inscripción.
3. La compañía solo podrá operar a partir de la obtención del Registro Único de Contribuyentes otorgado por parte del SRI. Todo pacto social que se mantenga reservado será nulo.
4. El Registrador Mercantil del cantón donde tuviere su domicilio principal, remitirá los documentos correspondientes con la razón de la inscripción a la Superintendencia de Compañías y Valores a fin de que el Registro de Sociedades incorpore la información en sus archivos.
5. La constitución también podrá realizarse mediante el proceso simplificado de constitución por vía electrónica de acuerdo con la regulación que para el efecto dictará la Superintendencia de Compañías y Valores.

Una vez que se ha definido el nombre del establecimiento, se procede al registro de ésta en la Superintendencia de Compañías, como se muestra a continuación:

1. Ingresar al siguiente enlace: <https://www.supercias.gob.ec/portalscvsv/>

2. Seleccionar la opción “Regístrese en la SUPER” y llenar los datos necesarios para la creación de usuario como información personal y dirección.

### **3.2.1. Propiedad intelectual**

El Servicio Nacional de Derechos Intelectuales (SENADI), en su página oficial dispone del siguiente proceso para el registro de la marca:

1. Ingresar en la página del SENADI: [www.derechosintelectuales.gob.ec](http://www.derechosintelectuales.gob.ec)
2. Seleccionar “Programa/servicios”
3. Ingresar opción “Casillero virtual”
4. Llenar los datos que le solicitan en el “Casillero virtual” (Si es persona natural ponga sus datos con su número de cédula de ciudadanía y si es persona jurídica coloque los datos con el Ruc de la empresa).
5. Luego de este procedimiento le llegara a su correo el usuario y contraseña; así como un enlace de “Mi casillero” para proceder a cambiar la contraseña; obteniendo su casillero Virtual.
6. Regresar a la página principal e ingresar a “Solicitudes en línea”
7. Ingresar con su usuario y contraseña
8. Luego opción “Pagos”
9. Opción “Trámites no en línea”
10. Opción “Generar comprobante”
11. Llenar los datos solicitados e ingresar el código o al menos 3 caracteres de la descripción de la Tasa de Pago: (Ingrese el código 1.1.10.)
12. Ingresar los datos y Botón “Generar comprobante”
13. Imprimir el comprobante
14. Asistir al “BANCO DEL PACIFICO” a pagar la tasa de \$16,00 o realizar el pago en línea (Manual de uso).
15. Escanear los comprobantes de pago (tanto el impreso del IEPI, como el que se entregó en el Banco del Pacífico después de haber pagado).
16. Enviar vía mail a la siguiente dirección [foneticoquito@senadi.gob.ec](mailto:foneticoquito@senadi.gob.ec), así como el “Nombre exacto de la marca”, que se desea verificar.
17. Se le enviará el informe de búsqueda a su correo.

## CAPÍTULO IV

### 4. PLAN DE COMERCIALIZACIÓN Y MARKETING

La siguiente sección puntualiza los caracteres que comprende las acciones que se prevé implementar en el *Lodge* como plan de comercialización. Se describen los aspectos en función de la creación del nombre y la marca empresarial, los canales de distribución del servicio hacia el cliente objetivo, publicidad, proyectos futuros y los métodos de mercadeo.

#### 4.1. Nombre comercial de la empresa (branding)

##### ➤ Nombre

La denominación que distingue al establecimiento es “Kárun<sup>31</sup> Lodge<sup>32</sup>”, el primer sintagma conformado por ka de *karanki* que hace alusión a la zona de estudio y run de *runakuna* que es un lexema genérico pluralizador que representa al conjunto de personas y hace referencia a los seres humanos.

Este sintagma lexical compuesto por “Kárun” responde a la cosmovisión del pueblo *kichwa karanki* versus el lexema *Lodge* que es un anglicismo (palabra inglesa), lo cual contrapone el conjunto de costumbres, tradiciones y saberes de dicho pueblo ante la calidad y exclusividad que demanda el cliente.

##### ➤ Slogan

Se determinó la siguiente frase como el slogan empresarial: “*Una pausa hacia el pasado*”, esta afirmación contrapone a dos ideas en distintos tiempos, una pausa por su lado representa un momento de detenerse y hace referencia a la quietud, la tranquilidad; por otra parte, hacia el pasado permite transportarse a otros tiempos. El mensaje principal para la audiencia es brindar experiencias memorables con relación al legado cultural del lugar, en un ambiente natural único y que brinde un respiro a las personas que adquieran los servicios.

##### ➤ Símbolo / logotipo de la empresa

Para desarrollar la marca se tomó en cuenta los colores que caracterizan al pueblo *karanki*, además el diseño busca llegar al segmento obtenido en el

---

<sup>31</sup> Contracción lingüística compuesta por dos lexemas *karanki runakuna*.

<sup>32</sup> Es un acuñamiento lingüístico del inglés que hace referencia a un tipo de “alojamiento constituido por varias unidades en un ambiente natural, construido con materiales del lugar” (Marrero, 2016, p.90).

estudio de mercado que apunta a un grupo familiar donde se incorpora personas de todas las edades.

### Figura 45

Logotipo de la empresa



#### ➤ Componentes

Los elementos que integran la marca son dos tipos de textos, donde cada uno representa su función, dos imágenes que aluden a todo lo que oferta el *Lodge*.

### Tabla 78

Componentes del logotipo

Componente	Significado
Techo	Representa un lugar de refugio, el cual cubre y resguarda todos los servicios del establecimiento, la forma puntiaguda alude al estilo de construcción característico de los bohíos de paja.
Espiral	Más conocido en el mundo indígena como <i>churu</i> , símbolo distintivo de la cultura <i>karanki</i> que significa el inicio y la continuidad de la vida dentro de la cosmovisión de este pueblo, es utilizado en los rituales y representaciones artísticas y artesanales como en los bordados y la alfarería. Dicha forma busca agrupar todas aquellas expresiones culturales de los <i>karanki</i> .
Nombre	“Kárun Lodge”, distintivo conformado por el lema que en esencia manifiesta la vida del pueblo local. Además, sintetiza la riqueza histórica, cultural y simbólica de este pueblo.

#### ➤ Gama cromática de la empresa

La elección de los colores está singularmente relacionada con el entorno cultural y natural presente en el sector, estas tonalidades se identificaron con

base en la investigación de campo, las cuales enmarcan las características representativas de las personas que habitan en el sector.

**Tabla 79**

*Gama cromática del Lodge*

<b>Color</b>	<b>Significado</b>
Naranja	<p>Color que representa la fuerza y los años de experiencia, encontrado de manera natural en las puestas del sol, representativo de los techos tanto de las casas de paja y teja, y sobre todo característico del barro cocido de sus artesanías.</p> <p>Con relación a lo cultural representa viveza, diversión, curiosidad, creatividad, asociado a la Economía naranja que es el conjunto de actividades que consisten en la transformación de ideas en bienes y servicios de carácter cultural.</p>
Rojo (sangría)	<p>Tono singular que diferencia al pueblo que habita la localidad y de importancia cultural, para los <i>karanki</i> significa autoridad, dominio, además simboliza la misma vida. Se encuentra representada en la vestimenta del varón en el poncho donde cada comuna se distingue con otros colores y diferentes diseños en la lista o franja, en los mullos que acompañan las manillas de la mujer, la mama chumbi y el debajero (pollera) llamado así por algunas comunidades.</p> <p>Evoca energía, vigor, furia, fuerza de voluntad, valor, capacidad de liderazgo. En otro sentido, también representa añoranza.</p>
Negro	<p>Sinónimo de fertilidad, abundancia y representa las tierras mejor cultivadas donde no falta la humedad. Se distingue dentro de la vestimenta, en los anacos que visten las mujeres y otros elementos utilizados para las festividades; además hace referencia a la elegancia y exclusividad del entorno.</p>
Verde	<p>Representa toda la riqueza natural de Angochagua, lugar sagrado desde tiempos pasados exclusivo por sus paisajes con una tonalidad fuerte y permanente todo el año. El color describe el lugar relajante, tranquilo y acogedor.</p>
Blanco	<p>Simboliza la pureza espiritual, donde compagina la dualidad del hombre y la mujer, es así como se lo encuentra en la vestimenta de la mujer y el hombre, además representa el agua pura que emerge de sus vertientes. Además, el color blanco se asocia a emociones divertidas.</p>

#### **4.2. Canales de distribución**

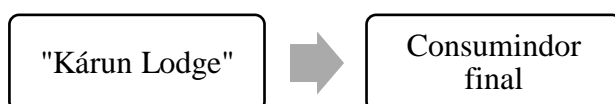
En vista de los resultados obtenidos en el estudio de mercado, con relación a los medios de comunicación sobresalen las redes sociales, seguida de la página web como los principales canales de difusión, lo que significa que el público

podrá encontrar información en estos medios. “El canal es el medio a través el cual un sistema de libre mercado realiza la transferencia de propiedad de bienes y servicios” (Eslava, 2017, p. 28).

**a). - Canal directo:**

Este canal se caracteriza porque los fabricantes llegan con sus productos a los consumidores con sus propios medios; de esta forma, precio final del producto no se adicionan otros costes inherentes a su distribución. (Martínez & Jiménez, 2010)

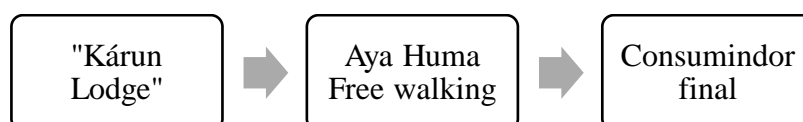
Mediante esta forma de venta “Kárun Lodge” comercializará su gama de productos directamente entre el productor y consumidor final; dado que los turistas nacionales y extranjeros planean su viaje por cuenta propia, haciendo uso de las plataformas digitales y las redes sociales. Por otro lado, se definirá este canal debido a la presencia concurrida de visitantes hacia el lugar, sea de manera voluntaria e independiente o a su vez por sugerencia de amigos o familiares.



**b). – Canal indirecto corto:**

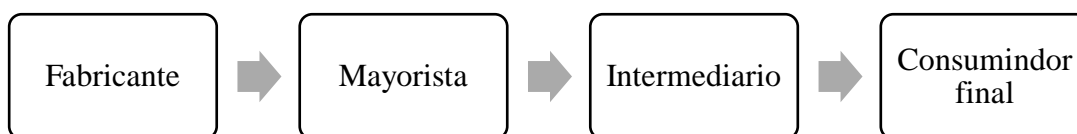
En “Kárun Lodge” también se utilizará la venta indirecta, este canal de distribución se caracteriza por comercializar los productos a través de intermediarios, el productor y el consumidor final, “en mercados de consumo, este nivel es normalmente un minorista o detallista” (Kotler, Bowen , & Makens, 2015, p. 337). Los intermediarios pueden ser agencias de viaje dual u operadoras de turismo, éstos se encargan de difundir la información del establecimiento y de esta manera comercializar los productos.

Dentro de los convenios de intermediación de las principales ciudades del mercado meta se considerarán a Ecosierra (Ibarra), *Aya Huma Free Walking* (Otavalo), Firentour (Quito); a esto se sumará la plataforma digital de *Tripadvisor*, puesto que es un referente de evaluación del servicio hotelero.



### c). Canal indirecto largo:

Finalmente, el canal largo “está representado por más de tres niveles, entre los cuales intervienen el fabricante, el mayorista, el minorista, y el consumidor final” (Acosta, 2017, p. 16). A lo cual se cree comúnmente que mientras más intermediarios interactúan mayor será el costo con el que llegue al consumidor. Sin embargo, este mismo autor menciona que cuando se observa “más de cerca, podemos evidenciar que las labores realizadas por los intermediarios aportan mucho más que un incremento en el precio, ya que ponen a disposición del consumidor una oferta concentra de productos, dándole la posibilidad de elegir” (p. 16).



## 4.3. Publicidad

### 4.3.1. Material de infraestructura

Se ha previsto colocar un tótem informativo en la vía principal Ibarra-Cayambe-Quito, a la entrada de la comuna La Rinconada, el mismo que invite a conocer el lugar y los atractivos naturales y culturales que se ofrecen en el establecimiento. Es preciso mencionar que, con la mejora de esta vía, se ha incrementado el tráfico de automóviles de manera considerable.

### 4.3.2. Material impreso

Los materiales impresos ofrecen una diversidad de opciones que la marca de la empresa utiliza para dar a conocer sus productos o servicios; este recurso del marketing puede captar mayor atención y las personas confían más en los medios tradicionales a la hora de tomar una decisión de compra. Además, se pueden incluir elementos como imágenes relevantes y códigos Qr, mismos que proporcionan más información. Entre los principales materiales impresos para “Kárun Lodge” se encuentran:

#### a). Tarjetas de presentación



Figura 46

Modelo de las tarjetas de presentación



## b). Afiches publicitarios

Figura 47

Modelo de afiche publicitario



### 4.3.3. Plataformas digitales

#### a). Campañas de promoción

Una vez que se han definido los productos del establecimiento, es indispensable ofrecer promociones para captar la atención del público objetivo, para ello se plantean promociones por festividades y para familias, los mismos que se darán a conocer a través de la página web y las redes sociales con las que cuenta “Kárun Lodge”.

#### a). Paquetes de productos en oferta

Dentro del establecimiento, existe una amplia gama de servicios como restaurante, actividades culturales, deportes, senderos interpretativos, camping y actividades lúdicas; para integrar todo esto se ha previsto la creación de paquetes turísticos para vivir una experiencia completa; los mismos que tendrán promociones por temporada, festividades, fines de semana, grupos, número de personas, rango de edades. Sin duda, los servicios adicionales captan la atención de los turistas a la hora de elegir un destino turístico.

#### Figura 48

*Paquete turístico a la sombra de la kurikinga*



**KÁRUN LODGE**  
Una pausa hacia el pasado

## A la sombra de la Kurikinga

**Disfruta tu viaje**

Este viaje es ideal para grupos familiares o amigos.

Kárun Lodge ha diseñado este paquete turístico para los amantes de la naturaleza, cultura y aventura.

¡Un lugar exclusivo espera por ti!

**¿Qué incluye?**

- ✓ Alojamiento en las cabañas de estilo "Muyuy wasi"
- ✓ Alimentación
- ✓ Canyoning por la cascada
- ✓ Noche cultural
- ✓ Juegos tradicionales y dramatizaciones
- ✓ Recorrido por la sala etnográfica

**Reserva ahora**  
0980038636-0991929429

La Rinconada - Angochagua - Ibarra  
www.karunlodge.com

f w i

Figura 49

Paquete turístico "Sacando la pereza" (Full day)

**KÁRUN LODGE**  
Una pausa hacia el pasado

# "Sacando la pereza"

## FULL DAY

Incluye:  
- Almuerzo  
- Senderos interpretativos  
- Canyoning  
- Sala etnográfica.

**!RESERVA YA!**

0980038636 - 0991929429

www.karunlodge.com

Figura 50

Paquete turístico "El sol que moja"

**KÁRUN LODGE**  
Una pausa hacia el pasado

# "El sol que moja"

¡Disfruta de una estancia memorable!

Incluye:  
- Alojamiento  
- Alimentación  
- Senderos interpretativos  
- Actividades lúdicas  
- Ca, minatas con antorchas hacia el mirador

La Rinconada-Angochagua- Ibarra 0980038636- 0991929429

www.karunlodge.com

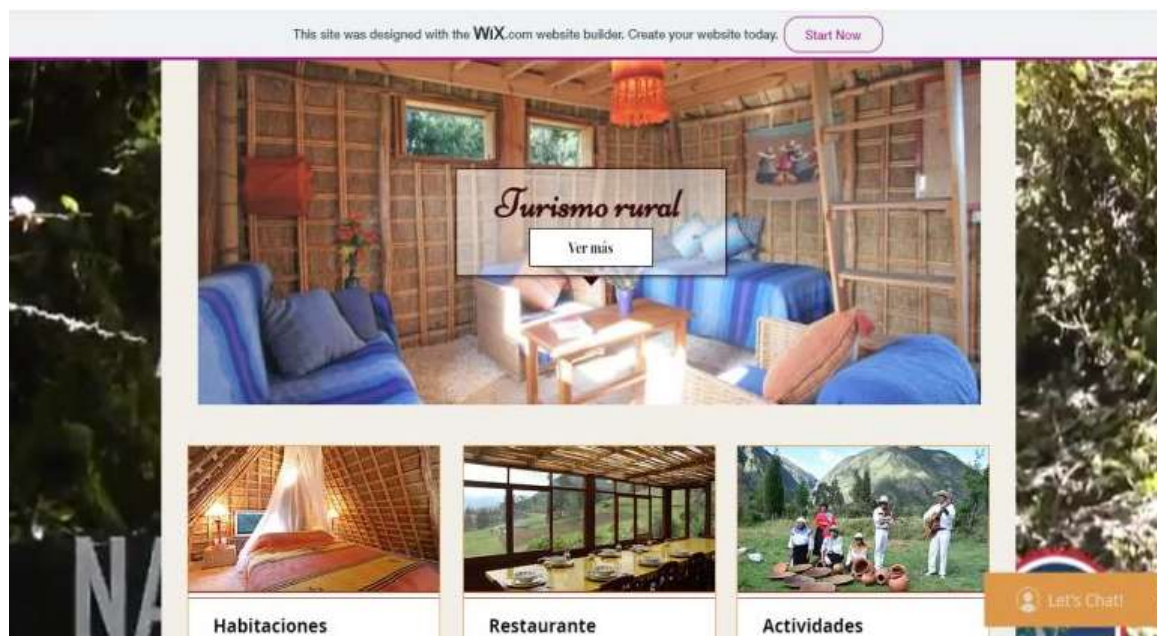


## b). Marketing digital

- Portal web “Kárun Lodge”, página web en constante actualización.
- Redes sociales: Fan Page en Facebook, Instagram actualizado permanentemente.

**Figura 51**

*Modelo de la página web para “Kárun Lodge”*



### 4.4. Ampliación posible de la gama de productos

En un futuro, se ha considerado incluir un salón de eventos, el mismo que formará parte del restaurante de “Kárun Lodge”. En este lugar se prestarán servicios para reuniones de empresas, fiestas familiares, matrimonios, entre otros momentos especiales; el ambiente natural, la decoración y la atención del personal serán esenciales para que todo el servicio cuente con la calidad que lo caracteriza.

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

#### 4.5.1. Fam trip

Dada la importancia de los viajes de familiarización, se pretende incluir esta estrategia en el presente emprendimiento; para ello se plantea realizar un *fam trip influencer* con personajes como Damián Bernal “El Champ”, un youtuber quiteño que ha ganado popularidad por vender al Ecuador como destino turístico y gastronómico.

Otro personaje reconocido es Cristian Norris un productor de contenidos de turismo rural, que ha formado parte de programas de turismo como: Travesía, Rodando Ecuador y Rodando Ecuador Leyendas filmado-verdaderas experiencias de viaje y conociendo a la gente y lugares más increíbles de nuestro país para demostrarlo al mundo. Dentro de su grupo, cuentan con la plataforma “Kay treck” de visibilización y reactivación del turismo rural para promocionar, publicitar y capacitar a las comunidades y sus emprendimientos.

#### **4.5.2. Alianzas-convenios estratégicos**

Realizar alianzas y convenios con el sector público y privado que aporten mayor reconocimiento, donde se dé a conocer los productos y servicios, mejorar las ventas, colaboren en el proceso de desarrollo y posicionamiento, contribuyan con ideas innovadoras y apoyen a la promoción turística local. A continuación, se presenta los principales actores que formaran parte de las alianzas:

**Tabla 80**

*Entidades dentro del marco de alianzas*

<b>Institución</b>	<b>Objetivo</b>	<b>Relación</b>	<b>Acción</b>
Itur Ibarra	Difundir la actividad turística cantonal	Localización dentro del área	Promoción de los servicios.
Ecosierra	Ofertar paquetes turísticos	Canal de ventas de los productos y servicios	Mejorar el grado de ventas
Policía Nacional ECU911	Velar por la seguridad ciudadana	Interdependencia del bienestar humano	Contar con el apoyo en eventos o actividades
Instituciones educativas	Incorporar técnicas para el mejoramiento del conocimiento e investigación	Enseñanza, aprendizaje mediante la practica	Desarrollar Actividades lúdico practicas correspondientes al tema cultural

#### **4.5.3. Auspicios en eventos**

Con respecto a los auspicios se prevé formar parte en la actividades turísticas y afines que correspondan al desarrollo cultural como, las fiestas que constan dentro del calendario andino que se desarrollan a nivel parroquial, eventos de fundaciones parroquiales y cantonales, eventos educativos y programas de desarrollo social entre otros.

#### **4.5.4. Eventos de actividades familiares**

En la localidad se está impulsando actividades familiares organizadas como la práctica del ciclismo, *trekking*, cabalgatas, pesca deportiva, al mismo tiempo se plantea realizar eventos donde promocióne los servicios que oferta el *Lodge* aprovechando esta tendencia. Para lograr la participación de los grupos familiares se pretende entregar incentivos a aquellos que muestren el mejor desempeño las actividades establecidas.

#### **4.5.5. Ferias agro-artesanales**

Participar y organizar encuentros que promuevan temas relacionados al turismo rural, tales como el agropecuario, artesanal, cultural y gastronómico, donde participen productores locales, con el propósito de mostrar los productos generados en el establecimiento y de esta manera obtener un reconocimiento en el mercado.

## CAPÍTULO V


### 5. Estudio económico

#### 5.1. Balance de situación inicial

El balance de la situación inicial es un documento contable que presenta la situación patrimonial para el establecimiento; una vez que se han realizado los estudios correspondientes se determinó que los activos de la empresa son equivalentes a \$196.559,13. En lo que respecta al patrimonio se encuentran los bienes inmuebles, mobiliario, un vehículo, el aporte de capital y el aporte de un accionario que en conjunto suman \$130.414,54 este valor representa al 66,86% del monto de inversión requerida; el porcentaje restante corresponde al pasivo y para ello se realizará un préstamo bancario.

**Figura 52**

*Situación inicial de “Kárun Lodge”*

			<b>KÁRUN LODGE</b>		
			<b>BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL AL 1 DE ENERO DE 2021</b>		
<b>ACTIVO</b>			<b>PASIVO</b>		
<b>Activo Circulante</b>			<b>Pasivo Circulante</b>		
Caja		1.000,00	Proveedores		
BANCOS		24.099,94	Prestamos		
Inventarios			Intereses por pagar		
			ISR por pagar		
			Anticipo de clientes		
<b>Total Activo Circulante</b>		<b>25.099,94</b>	<b>Total Pasivo Circulante</b>		-
<b>Activo Fijo</b>			<b>Pasivo a Largo Plazo</b>		
Terrenos		35.428,00	Prestamo al CFN	\$65.145	65.144,59
Edificios/construcciones		83.990,32	Documentos por pagar a largo plazo		
Maquinaria		6.375,55	<b>Total Pasivo Circulante</b>		-
Mobiliario y equipo		17.085,77			
Lencería y menaje		8.380,83			
Equipos de cómputo		2.790,50			
Papelera y útiles		33,71			
Insumos de limpieza		49,51			
Señalética		945,00			
Vehículos		13.500,00			
Gastos de instalación y otros		2.880,00			
<b>Total Activo Fijo</b>		<b>171.459,19</b>			
<b>Otros activos</b>			<b>SUMA DEL PASIVO</b>		
Rentas pagadas por anticipado				<b>65.144,59</b>	33,14%
Derechos de marca de empresa		-			
<b>Total Otros Activos</b>		-	<b>PATRIMONIO</b>		
			BIENES INMUEBLES		66.177,54
			APORTE ACCIONARIO		30.000,00
			VEHÍCULO		13.500,00
			MOBILIARIOS		1.737,00
			APORTE CAPITAL		20.000,00
			<b>Total Capital contable</b>		<b>131.414,54</b>
					66,86%
			<b>SUMA DEL CAPITAL CONTABLE</b>		
				<b>131.414,54</b>	
			<b>SUMA DEL PASIVO + PATRIMONIO</b>		
				<b>196.559,13</b>	100%
<b>SUMA DEL ACTIVO</b>					
		<b>196.559,13</b>			
ACTIVOS			= PASIVOS + PATRIMONIO		

## 5.2. Tabla de amortización

Se ha previsto realizar un préstamo a la entidad Corporación Financiera Nacional (CFN) para un plazo de ocho años, con una tasa de interés anual de 11,83%; por lo tanto, el valor a cancelar mensualmente será de \$1,144,07 dólares. A continuación, se muestran los respectivos datos para calcular este valor y los detalles para el pago de la deuda.

**Tabla 81**

*Tabla de amortización para el préstamo bancario*

Plazo	96 meses
Monto	\$65.145
Tasa anual	11,83%
Tasa mensual	0,99%
Pago mensual	\$1.052,71

Nota: La tasa de interés corresponde a la tasa efectiva máxima productivo PIMES.

El programa que se consideró para el crédito se denomina “CFN apoyo total” destinada a actividades financiables como el turismo, con un monto mínimo desde \$20.000 hasta \$900.000. Al tratarse de activos fijos, el plazo máximo es de 10 años con una tasa de amortización mensual, trimestral y semestral.

## 5.3. Cálculo del costo del capital

El monto total de inversión asciende a \$196.559,13 de los cuales el 67% corresponde al capital propio y el 33% restante pertenece al financiamiento por parte de la entidad bancaria (CFN), con una tasa de interés del 11,83%; es decir, \$131.414,54 y \$66.145 respectivamente. Con respecto al capital propio se tomó como referencia la tasa pasiva del 5,95% que permite calcular el costo de la inversión total del 7,90%.

**Tabla 82**

*Cálculo del costo de capital*



#### 5.4. Flujo de efectivo del año 1

En el primer año describen los ingresos y egresos de la empresa “Kárun Lodge”, entre los ingresos se encuentran 17 productos que generan \$158.828 en el primer periodo y un total de egresos de \$114.467, obteniendo como resultado de \$44.361 dólares en el flujo acumulado del año de inicio.

#### Figura 53

*Ingresos en el flujo del año 1 para “Kárun Lodge”*

INGRESOS	Precio	unidad a la venta	TOTAL ANUAL	UNIDADES VENDIDAS
hab doble (8)	40	240	35.808	895
Hab triple (4)	54	120	24.170	448
Suite (1)	60	30	6.714	112
Desayunos	5,5	255	5.231	951
Almuerzos	4,5	300	5.036	1.119
Entradas	2,25	75	629	280
Platos tradicionales	12	405	18.128	1.511
Platos a la carta	8	180	5.371	671
Bebidas	3	225	2.518	839
Postres	2,5	60	560	224
Taller de alfarería	3	225	2.518	839
Venta de artesanías menores	20	240	17.904	895
Venta de artesanías mayores	45	36	6.043	134
Visita a la sala etnográfica	3	170	1.902	634
Senderos interpretativos	6	150	3.357	560
Camping	5	990	18.464	3.693
Canyoning	10	120	4.476	448
<b>TOTAL INGRESOS</b>			<b>158.828</b>	

CÁLCULO DEL COSTO DE CAPITAL					
	VALORES	PARTICIPACIÓN	INTERÉS	EQUIVALENCIA	COSTO DE CAPITAL DE LA INVERSIÓN
<b>INVERSIÓN</b>	196.559,13	100%		7,90%	<b>7,90%</b>
<b>IMPUESTO A LA RENTA</b>				<b>0%</b>	
<b>CAPITAL PROPIO</b>	131.414,54	67%	5,95%	3,95%	
<b>FINANCIAMIENTO</b>	65.144,59	33%	11,83%	3,98%	

**Figura 54***Egresos en el flujo del año 1 para "Kárun Lodge"*

<b>EGRESOS</b>				<b>C. fijos</b>	<b>C. variables</b>
Costos hab doble		10.742	V		10.742,40
Costos Hab triple		7.251	V		7.251,12
Costos Suite		2.014	V		2.014,20
Costos Desayunos		3.139	V		3.138,80
Costos Almuerzos		3.021	V		3.021,30
Costos entradas		378	V		377,66
Costos Platos tradicionales		10.877	V		10.876,68
Costos Platos a la carta		3.223	V		3.222,72
Costos Bebidas		1.511	V		1.510,65
Costos Postres		336	V		335,70
Costos Taller de alfarería		1.259	V		1.258,88
Costos Venta de artesanías menores		7.162	V		7.161,60
Costos Venta de artesanías mayores		2.417	V		2.417,04
Costos sala etnográfica		571	V		570,69
Costos Senderos interpretativos		1.343	V		1.342,80
Costos Camping		5.539	V		5.539,05
Costos Canyoning		1.790	V		1.790,40
Mantenimiento		300	F	300	
Sueldos y salarios		27.600	F	27.600	
Decimos		4.300	F	4.300	
IESS		3.077			
Permisos		361	F	361	
Impuestos		84			
Publicidad		2.100	F	2.100	
Servicios Básicos		1.440	F	1.440	
PAG DE PRÉSTAMO		12.633			
		-			
<b>TOTAL EGRESOS</b>		<b>114.467</b>		<b>36.101</b>	<b>62.571,68</b>
<b>FLUJO DE CAJA</b>					
<b>FLUJO ACUMULADO</b>		<b>44.361</b>			

## 5.5. Flujo de caja

En la siguiente ilustración se observa el cálculo de la Tasa Interna de Retorno (TIR) proyectadas para diez años debido a una inversión importante de \$ 196.559,13 dólares americanos con un incremento de 3% según la inflación, donde en el año cinco sobrepasa el costo de inversión. Las estimaciones de entradas y salidas de efectivo presupuestado son una base que permiten evaluar la liquidez o solvencia del emprendimiento.

**Figura 55**

*Flujo proyectado para diez años*

Incrmento anual	3%	
Costo de capital	7,90%	
Inversión	\$196.559,13	
VAN	\$144.052,69	
TIR	21,37%	

Detalle	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5	año 6	año 7	año 8	año 9	año 10	
Ingresos	\$158.828,06	\$164.069,39	\$169.483,68	\$175.076,64	\$180.854,17	\$186.822,36	\$192.987,49	\$199.356,08	\$205.934,83	\$212.730,68	
Egresos	\$114.466,59	\$118.243,99	\$122.146,04	\$126.176,86	\$130.340,70	\$134.641,94	\$139.085,13	\$143.674,94	\$148.416,21	\$153.313,94	
Flujo de caja	\$44.361,47	\$45.825,40	\$47.337,64	\$48.899,78	\$50.513,47	\$52.180,41	\$53.902,37	\$55.681,15	\$57.518,62	\$59.416,74	
TIR	-\$196.559,13	\$44.361,47	\$45.825,40	\$47.337,64	\$48.899,78	\$50.513,47	\$52.180,41	\$53.902,37	\$55.681,15	\$57.518,62	\$59.416,74
<b>FLUJO</b>											
<b>ACUMULADO</b>	\$44.361,47	\$90.186,87	\$137.524,50	\$186.424,28	\$236.937,75	\$289.118,16	\$343.020,53	\$398.701,68	\$456.220,30	\$515.637,04	

## 5.6. Evaluación del proyecto VAN y TIR

El Valor Actual Neto (VAN) equivale a \$144.052,69, este valor es mayor a cero, por lo tanto, el proyecto si es factible y rentable para su ejecución. Por su parte, la Tasa Interna de Retorno (TIR) genera la inversión a largo de su vida; es decir, es el rendimiento anual en porcentaje que se obtiene del capital que se ha invertido; de acuerdo con el cálculo de la TIR, el emprendimiento tendrá una proyección del 21,37% durante los 10 años desde la puesta en marcha del proyecto.

**Tabla 83**

*Detalle del VAN y TIR*

Incremento anual	3%
Costo de capital	7,90%
Inversión	\$196.559,13
VAN	\$144.052,69
TIR	21,37%

## 5.7. Punto de equilibrio multi producto

El punto de equilibrio es el nivel de producción en que los beneficios por ventas son iguales a la suma de los costos fijos y variables. El proyecto de hecho en este punto genera ni utilidad ni pérdida. Para lo cual se considera conveniente ubicar el punto de equilibrio a los cinco años, donde presenta un valor de \$236.937,75 que sobrepasa el costo de inversión.

Para no tener pérdidas, “Kárun Lodge” debe elaborar \$55.831 unidades de su oferta de productos principales como los secundarios, relacionados con alojamiento, restaurante y actividades complementarias; mismo que deben generar un valor aproximado de \$622.176 en el lapso de cinco años.

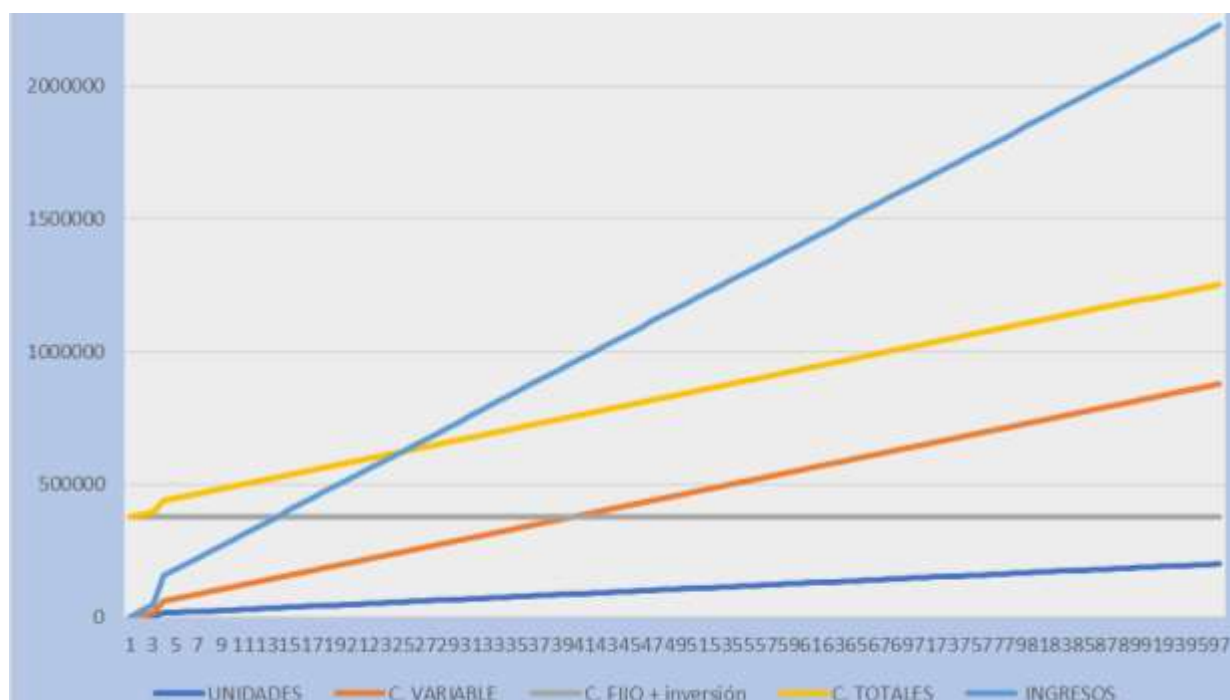
Figura 56

Punto de equilibrio para "Kárun Lodge"

AÑO ESTIMADO PUNTO EQUILIBRIO	5		
	Producto 1	Producto 2	Producto 3
UNIDADES VENDIDAS EN EL PERÍODO	4.476	2.238	560
TOTAL UNIDADES		<b>71.262</b>	
% PARTICIPACIÓN/PRODUCTO VENDIDO	<b>6,28%</b>	<b>3,14%</b>	<b>0,79%</b>
PRECIO VENTA UNITARIO	\$40	\$54	\$60
COSTO VENTA UNITARIO	\$12,00	\$16,20	\$18,00
PRECIO PROMEDIO PONDERADO		<b>\$11,14</b>	
COSTO PROMEDIO PONDERADO		<b>\$4,39</b>	
COSTO FIJO DEL PERÍODO		<b>\$180.505</b>	
INVERSIÓN		<b>\$196.559</b>	
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN	<b>\$28,00</b>	<b>\$37,80</b>	<b>\$42,00</b>
MARGEN CONTRIBUCIÓN PONDERADO		<b>\$6,75</b>	
PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES		<b>55.831</b>	
PUNTO EQUILIBRIO POR INGRESOS		<b>\$622.176</b>	
PUNTO EQUILIBRIO PRODUCTO / UNIDADES	<b>3.507</b>	<b>1.753</b>	<b>438</b>
PUNTO EQUILIBRIO PRODUCTO / DOLARES	\$140.270	\$94.682	\$26.301

Figura 57

Ilustración del punto de equilibrio



## CAPÍTULO VI

### 6. ESTUDIO AMBIENTAL

#### 6.1. Título

Evaluación del impacto ambiental del *Lodge* con identidad *karanki* para promover el turismo rural en la comuna La Rinconada, Angochagua, Imbabura, Ecuador, mediante la matriz de Leopold simplificado.

#### 6.2. Objetivos

##### General

- Realizar la evaluación de Impacto Ambiental que tendrá con la implementación de un *Lodge* en la comuna de La Rinconada.

##### Específicos

- Identificar los impactos ambientales del proyecto
- Jerarquizar los impactos ambientales.
- Realizar un Plan de Manejo aplicado a las potencialidades y problemas identificados en la evaluación.

#### 6.3. Diagnóstico del lugar

La Rinconada es una comuna que forma parte de la parroquia rural de Angochagua, está localizada al suroriente del cantón Ibarra a 14,3 km, siguiendo la vía asfaltada Ibarra-Zuleta hasta el desvío de Sigsiloma para continuar en una vía empedrada. Cuenta con atractivos importantes como cascadas, páramos de bosques primarios, y elevaciones volcánicas, además de la riqueza cultural connotada en el pueblo *karanki*. Cuenta con un clima ecuatorial de alta montaña, su temperatura es de 10° C (varía según la temporada), tiene una precipitación de 2250-2500 mm.

El 92% de la población se identifica como *kichwa* hablante, entre sus características identitarias destacan su arquitectura, gastronomía, prácticas agrícolas, artesanías entre otras. Este pueblo ancestral ha pasado por varios cambios, producto de la historia, desde su desarrollo, la invasión incaica, la colonización y el régimen de hacienda, este último insidió en que la población vaya perdiendo su identidad a cambio han asimilado prácticas y costumbres occidentales.

Para la implementación de este proyecto es primordial identificar los requerimientos necesarios para la etapa de construcción, así como las actividades turísticas a desarrollar en la etapa de operación. Cabe destacar que se hará uso de materiales de la zona como una alternativa de conservación.

#### 6.4. Definición de las acciones y actividades del emprendimiento

Para analizar las actividades del *Lodge* se han considerado las etapas de construcción y operación; en la primera se aborda la implementación de infraestructuras y ambientación del lugar y la segunda hace referencia a la parte operativa; para ello, se crea una lista que permita identificar los impactos de mayor relevancia.

**Tabla 84**

*Actividades del Lodge en la etapa de construcción y operación*

<b>Etapa</b>	<b>Actividades del Lodge</b>
<b>Construcción</b>	Inspección del terreno
	Contratación de mano de obra
	Desbroce y desalojo
	Nivelación y movimiento de tierras
	Abastecimiento del material de construcción
	Cimentación, colocación y levantamiento de estructuras.
	Acabados (pintura, cerámica, puertas y ventanas)
	Montaje: conexión de servicios básicos, equipamiento y señalética.
<b>Operación</b>	Parqueadero
	Visita al taller de alfarería
	Venta de artesanías de cerámica
	Servicio de guianza
	Sala etnográfica
	Servicio de alimentación
	Servicio de alojamiento
	Servicio de camping
	Caminata por los senderos interpretativos
	<i>Canyoning</i>
	Visita a los huertos orgánicos
	Mantenimiento de instalaciones
Fogatas	

Un primer aspecto de la etapa de construcción es la inspección del terreno como un primer acercamiento, en segunda instancia se da paso a la contratación

de mano de obra, de preferencia local, quienes inician con la limpieza de malezas, movimiento y nivelación del suelo. Luego se realiza la cimentación que comprende las actividades de armazón de estructuras, mampostería, enlucidos y cubiertas; posteriormente los acabados interiores y exteriores que comprenden pintura, colocación de cerámica, puertas, ventanas, baños; por último, la conexión de servicios básicos (luz, agua, teléfono e internet), incorporación del equipo y mobiliario; además de la señalética requerida en cada área.

Para la parte operativa se ha dispuesto un parqueadero al ingreso del establecimiento, seguido está en el taller de alfarería se presenta todo el proceso práctico de la cerámica que adicionalmente cuenta con un almacén de artesanías donde se exponen utensilios de cocina y decoración; al mismo tiempo se encuentra un espacio cultural que plasma la identidad de los *kichwa karanki* como su vida cotidiana, cosmovisión, vestimenta, música y festividades.

Acerca de los servicios que se ofertarán, el alojamiento se compone de cinco cabañas con arquitectura vernácula caracterizadas por su decoración y terminado de sus interiores rústico-modernos; para complementar existirá un restaurante con comida tradicional, preparada con técnicas culinarias de la zona. Al mismo tiempo, el servicio de guianza formará parte de los recorridos por la sala etnográfica, el taller de alfarería y los senderos interpretativos con guías locales. También se contemplarán las actividades de *canyoning* en la cascada Artizun, el servicio de camping que cuenta con baños, un área de parrilladas y la zona de fogatas.

Para terminar esta sección, el mantenimiento representa el control y seguimiento de las instalaciones que garantizará la calidad en todos sus servicios y el tema de limpieza y adecuación de los espacios verdes que se darán en un tiempo de seis y tres meses respectivamente.

### **6.5. Factores ambientales del proyecto**

Con respecto a los factores ambientales se han considerado aquellos que tienen relación a la ubicación del proyecto, así como a la finalidad de la propuesta de emprendimiento; entre ellas se distinguen el paisaje, recreación y cultura; adicionalmente los factores generales.



**Tabla 85***Identificación de los factores*

<b>Factores ambientales y culturales</b>	<b>Factor biofísico</b>	<b>Agua</b>
		Suelo
		Atmósfera
		Flora
	Factor biótico	Fauna
		Paisaje
	Factor cultural recreativo	Recreación Cultura
	Factor económico	Socioeconómico

A

continuación, se enlistan los impactos ambientales positivos y negativos que tienen afinidad con las actividades en cada etapa: el consumo del recurso hídrico, la generación de desechos sólidos como el material restante, escombros y plástico; con respecto a la generación de partículas en suspensión se encuentran la emisión de CO<sub>2</sub> y polvo. Por otra parte, las vistas panorámicas comprenden escenarios culturales y naturales; además, los espacios abiertos corresponden a la zona de camping, cascada y los jardines dentro del establecimiento.

**Tabla 86**

*Identificación de los impactos ambientales en la etapa de construcción.*

En lo que respecta a la relación de los impactos en la etapa de construcción se visualizan 27 interacciones en los impactos negativos de los cuales sobresalen: la generación de ruido, seguido de la generación de desechos sólidos y con un valor moderado en la compactación del suelo; en cambio, los impactos positivos reflejan 16 interacciones, con valores significativos acentuados en el factor socio económico. Con todo lo anterior, se presentan 43

Etapa de construcción													
Impactos ambientales		Acciones		Inspección del terreno	Abastecimiento del material de	Contratación de mano de obra	Desbroce y desalojo	Nivelación y movimiento de tierras	Cimentación e infraestructuras.	Acabados	Montaje	Σ TOTAL	
Factores ambientales y culturales	Biofísico	Agua	Disminución del recurso hídrico						-	-		2	
		Suelo	Generación de desechos sólidos				-	-	-	-	-		5
			Compactación del suelo		-		-	-	-				4
		Atmósfera	Generación de ruido		-	-	-	-	-	-	-		7
			Generación de partículas en suspensión		-		-	-	-				4
	Bióticos	Flora	Preservación de la flora nativa										
		Fauna	Perturbación de las especies	-			-						2
		Paisaje	Vistas panorámicas										
	Modificación del paisaje			-		-	-						3
	Cultural recreativo	Actividades recreativas	Espacios abiertos										
			Diversificación de actividades										
		Cultura	Revalorización del patrimonio										
	Económico	Socio económico	Generación de ingresos		+	+	+	+	+	+	+	+	8
Generación de empleo				+	+	+	+	+	+	+	+	8	
		<b>Σ TOTAL</b>		4	6	2	8	7	7	5	4	43	

interacciones en la etapa inicial del proyecto.

Tabla 87

Identificación de los impactos ambientales en la etapa de operación

Etapa de operación																		
Impactos ambientales			Acciones													Σ TOTAL		
			Parqueadero	Visita al taller de alfarería	Venta de artesanías	Servicio de guianza	Sala etnográfica	Servicio de alimentación	Servicio de alojamiento	Servicio de camping	Caminata por los senderos	Canyoning	Visita a los huertos	Mantenimiento Lodge	Fogatas			
Factores ambientales y culturales	Biofísico	Agua	Disminución del recurso hídrico		-				-	-	-				-		5	
		Suelo	Generación de desechos sólidos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	13
			Compactación del suelo	-			-			-	-	-	-	-	-			7
		Atmósfera	Generación de ruido	-				-			-	-	-	-				5
	Generación de partículas en suspensión		-	-					-	-					-	-	6	
	Bióticos	Flora	Preservación de la flora nativa				+	+		+		+	+	+			6	
		Fauna	Perturbación de las especies				-					-		-			3	
		Paisaje	Vistas panorámicas				+					+	+	+	+			5
			Modificación del paisaje										-					1
	Cultural recreativo	Actividades recreativas	Espacios abiertos	+				+			+	+	+	+		+	7	
			Diversificación de actividades		+		+	+	+	+	+	+	+	+			9	
		Cultura	Revalorización del patrimonio		+		+	+	+	+	+		+		+		7	
	Económico	Socio económico	Generación de ingresos		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	12
Generación de empleo				+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	12	
Σ TOTAL			5	7	3	9	8	7	9	9	12	9	10	5	5	98		

Por otra parte, la etapa de operación presenta 62 interacciones en los impactos positivos, los más relevantes son: la generación de ingresos y empleo, la diversificación de actividades, los espacios abiertos y la revalorización del patrimonio. Para los impactos negativos se identificaron 36 interacciones, los de mayor magnitud son: generación de residuos sólidos, compactación del suelo y la generación de partículas en suspensión; dando un total de 98 interacciones en la etapa operativa.

## 6.6. Definición de método

Para describir el método de Leopold modificado Ramos (2004) lo define como: Uno de los primeros métodos sistemáticos de evaluación de impactos ambientales, es la matriz de Leopold, fue diseñada para la evaluación de impactos asociados con casi cualquier tipo de proyectos de construcción. Es importante como precursor de trabajos posteriores y porque su método a menudo es utilizado para el análisis de impactos ambientales en una primera instancia. Razón por la cual, se implementa previo a la ejecución del proyecto en sus dos etapas. (p. 29)

Otra característica del método es una matriz “en la cual las entradas de las columnas son las actividades del proyecto que pueden alterar el medio y las entradas de las filas son los factores ambientales susceptibles de alterarse” (Ramos, 2004, p. 29), permitiendo las interacciones existentes.

Para el estudio de impacto ambiental, el autor antes mencionado plantea que este método se calcula mediante el siguiente algoritmo que representa el nivel de impacto según la actividad:  $\text{Índice de Impacto} = (2 \cdot \text{EX} + \text{SI} + \text{PE} + 2 \cdot \text{RV} + 2 \cdot \text{RC})$  mismo que abarca los criterios descritos en la siguiente tabla. A continuación, se especifican valores para cada uno de ellos.

**Tabla 88**

*Escala interpretativa de valoración*

<b>CRITERIO/RANGO</b>	<b>CALF.</b>	<b>CRITERIO/RANGO</b>	<b>CALF.</b>
<b>NATURALEZA</b>		<b>EXTENSIÓN (EX)</b> (Area de influencia)	
Impacto benéfico	+	Efecto Local	1
Impacto perjudicial	-	Efecto Amplio	3
<b>SINERGIA (SI)</b>		<b>RECUPERABILIDAD (MC)</b>	
Efecto Simple	1	Efecto Recuperable	1

Efecto Múltiple	3	Efecto Recuperable	Medianamente	2
		Efecto Irrecuperable		3
<b>PERSISTENCIA (P)</b> <b>(Permanencia de efecto)</b>		<b>REVERSIBILIDAD (RV)</b>		
Efecto Temporal	1	Efecto Reversible		1
Efecto de Mediano Plazo	2	Efecto Medianamente Reversible		2
Efecto Permanente	3	Efecto Irreversible		3

*Nota:* Con base en Ramos (2004).

### 6.6.1. Clasificación de rangos para impactos

Los impactos positivos se clasificaron en bajo (8-14), medio (15-19), alto (20-22) y muy alto (23-24) y los impactos negativos en compatible (-8 a -14), moderado (-15 a -14), seevero de (-20 a -22) y crítico de (-23 a -24) en un rango de 8 a 24 correspondiente a los valores mínimos y máximos que determina la fórmula.

**Tabla 89**

*Escala de evaluación del índice de impactos positivos*

Rango		Positivo
8	14	Bajo
15	19	Medio
20	22	Alto
23	24	Muy alto

**Tabla 90**

*Escala de evaluación del índice de impactos negativos*

Rango		Negativo
-24	-23	Crítico
-22	-20	Severo
-19	-15	Moderado
-14	-8	Compatible

La selección de la gama cromática se establece a fin de ubicar categóricamente los impactos generados en cada actividad de las dos etapas del proyecto, en el índice de impacto positivo se han utilizado colores fríos con

valores mayores a cero; por su parte, los impactos negativos comprenden los colores cálidos que a su vez tienen valores menores a cero.

### 6.7. Aplicación del método de Leopold modificado

En cuanto a la aplicación del método se utilizó una matriz para identificar los impactos generados por cada factor (biofísico, biótico, cultural recreativo y socio económico), en la cual tuvo lugar el cálculo del índice de impacto con base en el logaritmo preescrito. Las actividades descritas provienen de los resultados obtenidos en la matriz de interacción con su respectivo impacto, que además son diferentes en las etapas de construcción y operación respectivamente.

#### Etapa de construcción

**Tabla 91**

*Evaluación de los impactos del medio biofísico en la etapa de construcción*

Valoración de impactos en el medio biofísico												
Elementos	Impacto	Actividad		+/-	Ex	Si	Pe	Rv	Rc	Valor	Clasificación	
Agua	Disminución del recurso hídrico	Cimentación		-1	1	1	1	2	1	-10	Compatible	
		Acabados		-1	1	1	1	2	1	-10	Compatible	
Suelo	Generación de desechos sólidos	Desbroce y desalojo		-1	1	1	1	1	1	-8	Compatible	
		Nivelación y movimiento de tierras		-1	1	1	1	1	1	-8	Compatible	
		Cimentación		-1	1	1	1	2	1	-10	Compatible	
		Acabados		-1	1	1	1	2	1	-10	Compatible	
		Montaje		-1	1	1	1	2	1	-10	Compatible	
	Compactación del suelo	Abastecimiento del material		-1	1	1	1	2	1	-10	Compatible	
		Desbroce y desalojo		-1	1	1	1	1	1	-8	Compatible	
		Nivelación y movimiento de tierras		-1	1	1	1	1	1	-8	Compatible	
		Cimentación		-1	1	1	3	3	2	-16	Moderado	
					-1	1	1	1	1	1	-8	Compatible
Atmósfera	Generación de ruido	Inspección del terreno		-1	1	1	1	1	1	-8	Compatible	
		Abastecimiento del material		-1	1	1	1	1	1	-8	Compatible	
		Desbroce y desalojo		-1	1	1	1	1	1	-8	Compatible	
		Nivelación y movimiento de tierras		-1	1	1	1	1	1	-8	Compatible	
		Cimentación		-1	3	1	1	1	1	-12	Compatible	
		Acabados		-1	1	1	1	1	1	-8	Compatible	
		Montaje		-1	1	1	1	1	1	-8	Compatible	
	Generación de partículas en suspensión	Abastecimiento del material		-1	1	1	1	1	1	-8	Compatible	
		Desbroce y desalojo		-1	1	1	1	1	1	-8	Compatible	
		Nivelación y movimiento de tierras		-1	1	1	1	1	1	-8	Compatible	
		Cimentación		-1	3	1	1	1	1	-12	Compatible	
					-1	1	1	1	1	1	-8	Compatible
					-1	1	1	1	1	1	-8	Compatible

*Nota:* La compactación de suelo revela un impacto negativo moderado en la actividad de cimentación, al igual que una calificación compatible en los demás impactos.

**Tabla 92**

*Evaluación de los impactos del medio biótico en la etapa de construcción*

Valoración de impactos en el medio biótico										
Elemento	Impacto	Actividad	+/-	Ex	Si	Pe	Rv	Rc	Valor	Clasificación
Fauna	Perturbación de las especies	Inspección del terreno	-1	1	1	1	1	1	-8	Compatible
		Desbroce y desalojo	-1	1	3	3	2	2	-16	Compatible
Paisaje	Modificación del paisaje	Abastecimiento del material	-1	1	1	1	1	1	-8	Compatible
		Desbroce y desalojo	-1	1	1	3	3	3	-18	Moderado
		Nivelación y movimiento de tierras	-1	1	1	2	2	2	-13	Compatible

*Nota:* La modificación del paisaje muestra el valor más alto, pero sigue siendo un impacto moderado, relacionado con el desbroce y desalojo.

**Tabla 93**

*Evaluación de los impactos del medio económico en la etapa de construcción*

Valoración de impactos en el medio económico										
Elemento	Impacto	Actividad	+/-	Ex	Si	Pe	Rv	Rc	Valor	Clasificación
Socio económico	Generación de ingresos	Inspección del terreno	1	1	1	1	1	1	8	Bajo
		Abastecimiento del material	1	3	1	1	1	2	14	Bajo
		Contratación de mano de obra	1	3	3	2	2	2	19	Medio
		Desbroce y desalojo	1	1	1	1	1	1	8	Bajo
		Nivelación y movimiento de tierras	1	1	1	1	1	1	8	Bajo
		Cimentación	1	3	3	2	2	2	19	Medio
		Acabados	1	3	1	2	2	2	17	Medio
		Montaje	1	3	1	2	2	2	17	Medio
	Generación de empleo	Inspección del terreno	1	1	1	1	1	1	8	Bajo
		Abastecimiento del material	1	3	1	1	1	2	14	Bajo
		Contratación de mano de obra	1	3	3	2	2	2	19	Medio
		Desbroce y desalojo	1	1	1	1	1	1	8	Bajo
		Nivelación y movimiento de tierras	1	1	1	1	1	1	8	Bajo
		Cimentación	1	3	3	2	2	2	19	Medio
Acabados	1	3	1	2	2	2	17	Medio		
Montaje	1	3	1	2	2	2	17	Medio		

*Nota:* La contratación de mano de obra y las actividades que corresponden a la implementación de la infraestructura denotan una calificación media en los impactos del factor económico.

## Etapa de operación

**Tabla 94**
*Evaluación de los impactos del medio biofísico en la etapa de operación*

Valoración de impactos en el medio biofísico										
Elemento	Impacto	Actividad	+/-	Ex	Si	Pe	Rv	Rc	Valor	Clasificación
Agua	Disminución del recurso hídrico	Visita al taller de alfarería	-1	1	1	1	1	1	-8	Compatible
		Servicio de alimentación	-1	1	1	3	2	2	-14	Compatible
		Servicio de alojamiento	-1	1	3	2	2	2	-15	Moderado
		Servicio de camping	-1	1	1	1	1	1	-8	Compatible
		Mantenimiento <i>Lodge</i>	-1	1	1	1	1	1	-8	Compatible
Suelo	Generación de desechos sólidos	Parqueadero	-1	1	1	1	1	1	-8	Compatible
		Visita al taller de alfarería	-1	1	1	2	1	1	-9	Compatible
		Venta de artesanías	-1	1	1	1	1	1	-8	Compatible
		Servicio de guianza	-1	1	1	2	1	2	-11	Compatible
		Sala etnográfica	-1	1	1	1	1	1	-8	Compatible
		Servicio de alimentación	-1	1	3	3	2	2	-16	Moderado
		Servicio de alojamiento	-1	1	1	3	1	1	-10	Compatible
		Servicio de camping	-1	1	3	3	1	1	-12	Compatible
		Caminata por los senderos	-1	1	3	2	1	2	-13	Compatible
		Canyoning	-1	1	1	2	1	1	-9	Compatible
		Visita a los huertos	-1	1	1	2	1	1	-9	Compatible
	Mantenimiento <i>Lodge</i>	-1	1	3	3	2	2	-16	Moderado	
	Fogatas	-1	1	1	2	1	2	-11	Compatible	
	Compactación del suelo	Parqueadero	-1	1	1	3	2	2	-14	Compatible
		Servicio de guianza	-1	1	3	2	1	2	-13	Compatible
		Servicio de alojamiento	-1	1	3	3	1	2	-14	Compatible
		Servicio de camping	-1	1	1	2	1	2	-11	Compatible
Caminata por los senderos		-1	1	3	2	2	2	-15	Moderado	
Canyoning		-1	1	1	2	2	2	-13	Compatible	
Visita a los huertos		-1	1	1	1	1	1	-8	Compatible	
Atmósfera	Generación de ruido	Parqueadero	-1	1	1	1	1	1	-8	Compatible
		Sala etnográfica	-1	1	1	2	1	1	-9	Compatible
		Servicio de camping	-1	3	3	2	1	1	-15	Moderado
		Caminata por los senderos	-1	3	1	2	1	1	-13	Compatible
		Canyoning	-1	1	1	2	1	1	-9	Compatible
	Generación de partículas en suspensión	Parqueadero	-1	1	1	2	1	1	-9	Compatible
		Visita al taller de alfarería	-1	3	1	2	1	1	-13	Compatible
		Servicio de alimentación	-1	1	1	3	1	1	-10	Compatible
		Servicio de alojamiento	-1	1	1	2	1	1	-9	Compatible
		Mantenimiento <i>Lodge</i>	-1	1	3	3	1	1	-12	Compatible
Fogatas	-1	1	1	2	1	1	-9	Compatible		

*Nota:* La disminución del recurso hídrico es notoria en los servicios de alojamiento y restauración, para este último se incorpora la generación de residuos sólidos, que a su vez es producto del mantenimiento del *Lodge*. De la misma forma, la generación de ruido en la zona de camping y compactación de suelo.



**Tabla 95***Evaluación de los impactos del medio biótico en la etapa de operación*

Valoración de impactos en el medio biótico										
Elemento	Impacto	Actividad	+/-	Ex	Si	Pe	Rv	Rc	Valor	Clasificación
Flora	Preservación de la flora nativa	Servicio de guianza	1	1	3	2	2	2	15	Medio
		Sala etnográfica	1	1	1	1	1	1	8	Bajo
		Servicio de alojamiento	1	1	3	3	2	2	16	Medio
		Caminata por los senderos	1	1	3	2	2	3	17	Medio
		Canyoning	1	1	3	2	2	2	15	Medio
		Visita a los huertos	1	1	1	2	1	1	9	Bajo
Fauna	Perturbación de las especies	Servicio de guianza	-1	1	1	2	1	2	-11	Compatible
		Caminata por los senderos	-1	1	1	2	1	2	-11	Compatible
		Visita a los huertos	-1	1	1	2	1	2	-11	Compatible
Paisaje	Vistas panorámicas	Servicio de guianza	1	3	3	2	1	2	17	Medio
		Servicio de camping	1	3	1	2	2	2	17	Medio
		Caminata por los senderos	1	3	3	2	2	2	19	Medio
		Canyoning	1	1	1	2	1	1	9	Bajo
		Visita a los huertos	1	1	1	2	1	1	9	Bajo
	Modificación del paisaje	Caminata por los senderos	-1	1	1	2	2	1	-11	Compatible

Nota: Con relación al medio biótico se presenta una calificación baja en la perturbación de las especies y por el contrario la preservación de la flora nativa y vistas panorámicas son favorables.

**Tabla 96***Evaluación de los impactos del medio cultural recreativo en la etapa de operación*

Valoración de impactos en el medio cultural recreativo										
Elemento	Impacto	Actividad	+/-	Ex	Si	Pe	Rv	Rc	Valor	Clasificación
Actividades recreativas	Espacios abiertos	Parqueadero	1	1	1	3	2	2	14	Bajo
		Sala etnográfica	1	1	3	3	2	2	16	Medio
		Servicio de camping	1	1	3	3	2	2	16	Medio
		Visita a los huertos	1	1	1	2	1	2	11	Bajo
		Caminata por los senderos	1	1	3	2	1	2	13	Bajo
		Canyoning	1	1	1	2	1	2	11	Bajo
		Fogatas	1	1	1	2	1	2	11	Bajo
	Diversificación de actividades	Visita al taller de alfarería	1	1	3	3	2	3	18	Medio
		Servicio de guianza	1	1	3	2	2	2	15	Medio
		Sala etnográfica	1	1	3	3	3	3	20	Alto
		Servicio de alimentación	1	1	3	2	2	1	13	Bajo
		Servicio de alojamiento	1	1	3	3	3	2	18	Medio
		Servicio de camping	1	1	3	2	2	3	17	Medio
		Caminata por los senderos	1	1	3	2	2	3	17	Medio

		Canyoning	1	1	1	2	2	2	13	Bajo
		Visita a los huertos	1	1	1	2	1	1	9	Bajo
Cultura	Revalorización del patrimonio	Visita al taller de alfarería	1	3	3	2	3	3	23	Muy alto
		Servicio de guianza	1	1	1	2	2	2	13	Bajo
		Sala etnográfica	1	3	3	3	3	2	22	Alto
		Servicio de alimentación	1	1	3	2	2	2	15	Medio
		Servicio de alojamiento	1	3	3	3	2	3	22	Alto
		Caminata por los senderos	1	3	3	2	2	3	21	Alto
		Visita a los huertos	1	1	1	1	2	1	10	Bajo

*Nota:* Todos los impactos generados en el medio cultural ratifican una calificación propicia que sustenta la idea de la revalorización del patrimonio.

**Tabla 97**

*Evaluación de los impactos del medio económico en la etapa de operación*

Valoración de impactos en el medio económico										
Elementos	Impacto	Actividad	+/-	Ex	Si	Pe	Rv	Rc	Valor	Clasificación
Socio económico	Generación de ingresos	Visita al taller de alfarería	1	3	3	2	2	3	21	Alto
		Venta de artesanías	1	3	1	2	2	3	19	Medio
		Servicio de guianza	1	3	1	2	2	2	17	Medio
		Sala etnográfica	1	3	3	3	2	2	20	Alto
		Servicio de alimentación	1	3	3	3	3	3	24	Muy alto
		Servicio de alojamiento	1	3	3	3	3	3	24	Muy alto
		Servicio de camping	1	3	1	2	2	2	17	Medio
		Caminata por los senderos	1	3	3	2	3	3	23	Muy alto
		Canyoning	1	3	1	2	2	2	17	Medio
		Visita a los huertos	1	3	1	1	1	2	14	Bajo
		Mantenimiento <i>Lodge</i>	1	3	1	1	1	1	12	Bajo
	Fogatas	1	3	1	1	1	1	12	Bajo	
	Generación de empleo	Visita al taller de alfarería	1	1	3	2	2	1	13	Bajo
		Venta de artesanías	1	1	1	2	2	1	11	Bajo
		Servicio de guianza	1	1	3	3	3	3	20	Alto
		Sala etnográfica	1	1	3	2	2	2	15	Medio
		Servicio de alimentación	1	1	3	3	3	3	20	Alto
		Servicio de alojamiento	1	1	3	3	3	3	20	Alto
		Servicio de camping	1	1	1	2	2	2	13	Bajo
		Caminata por los senderos	1	1	3	2	2	3	17	Medio
		Canyoning	1	1	3	2	2	2	15	Medio
		Visita a los huertos	1	1	3	2	2	2	15	Medio
Mantenimiento <i>Lodge</i>		1	1	1	1	1	2	10	Bajo	
Fogatas	1	1	1	1	1	1	8	Bajo		

*Nota:* El medio económico se caracteriza por tener una valoración positiva alta y muy alta con respecto a los servicios que se han considerado para la etapa operativa.

### 6.7.1. Matriz resumen

Con base en las tablas de evaluación de impactos en cada medio se procede a integrar los valores correspondientes a la etapa de construcción y operación en una matriz de importancia para ambas. Este consolidado cuenta con la gama cromática que permitirá identificar los impactos positivos y negativos más relevantes.

**Tabla 98**

Impactos ambientales	Etapa de construcción								Naturaleza	Importancia
	Actividades									
	Inspección del terreno	Abastecimiento del material de construcción	Contratación de mano de obra	Desbroce y desalojo	Nivelación y movimiento de tierras	Cimentación,	Acabados	Montaje		
Disminución del recurso hídrico	0	0	0	0	0	-10	-10	0	(-)	-20
Generación de desechos sólidos	0	0	0	-8	-8	-10	-10	-10	(-)	-46
Compactación del suelo	0	-10	0	-8	-8	-16	0	0	(-)	-42
Generación de ruido	-8	-8	0	-8	-8	-12	-8	-8	(-)	-60
Generación de partículas en suspensión	0	-8	0	-8	-8	-12	0	0	(-)	-36
Preservación de la flora nativa	0	0	0	0	0	0	0	0	(+)	0
Perturbación de las especies	-8	0	0	-16	0	0	0	0	(-)	-24
Vistas panorámicas	0	0	0	0	0	0	0	0		0
Modificación del paisaje	0	-8	0	-18	-13	0	0	0	(-)	-39
Espacios abiertos	0	0	0	0	0	0	0	0	(+)	0
Diversificación de actividades	0	0	0	0	0	0	0	0	(+)	0
Revalorización del patrimonio	0	0	0	0	0	0	0	0	(+)	0
Generación de ingresos	8	14	19	8	8	19	17	17	(+)	110
Generación de empleo	8	14	19	8	8	19	17	17	(+)	110

*Matriz de resumen cromática para la fase de construcción*

*Nota:* Los valores más representativos darán lugar a la jerarquización y posteriormente a la elaboración del plan de manejo ambiental.

Tabla 99

Matriz de resumen cromática para la fase de operación.

Impactos ambientales	Etapa de operación													Naturaleza	Importancia
	Actividades														
	Parqueadero	Visita al taller de alfarería	Venta de artesanías	Servicio de guía	Sala etnográfica	Servicio de alimentación	Servicio de alojamiento	Servicio de camping	Caminata por los senderos	Canyoning	Visita a los huertos	Mantenimiento del Lodge	Fogatas		
Disminución del recurso hídrico	0	-8	0	0	0	-14	-15	-8	0	0	0	-8	0	(-)	-53
Generación de desechos sólidos	-8	-9	-8	-11	-8	-16	-10	-12	-13	-9	-9	-16	-11	(-)	-140
Compactación del suelo	-14	0	0	-13	0	0	-14	-11	-15	-13	-8	0	0	(-)	-88
Generación de ruido	-9	0	0	0	-9	0	0	-15	-13	-9	0	0	0	(-)	-55
Generación de partículas en suspensión	-9	-13	0	0	0	-10	-9	0	0	0	0	-12	-9	(-)	-62
Preservación de la flora nativa	0	0	0	15	8	0	16	0	17	15	9	0	0	(+)	80
Perturbación de las especies	0	0	0	-11	0	0	0	0	-11	0	-11	0	0	(-)	-33
Vistas panorámicas	0	0	0	17	0	0	0	17	19	9	9	0	0	(+)	71
Modificación del paisaje	0	0	0	0	0	0	0	0	-11	0	0	0	0	(-)	-11
Espacios abiertos	14	0	0	0	16	0	0	16	11	13	11	0	11	(+)	92
Diversificación de actividades	0	18	0	15	20	13	18	17	17	13	9	0	0	(+)	140
Revalorización del patrimonio	0	23	0	13	22	15	22	0	21	0	10	0	0	(+)	126
Generación de ingresos	0	21	19	17	20	24	24	17	23	17	14	12	12	(+)	220
Generación de empleo	0	13	11	20	15	20	20	13	17	15	15	10	8	(+)	177

Nota: Los valores más representativos darán lugar a la jerarquización y posteriormente a la elaboración del plan de manejo ambiental.

### 6.7.2. Jerarquización

En este apartado se describen la clasificación de los impactos positivos y negativos en la etapa de construcción del establecimiento.

**Tabla 100**

*Jerarquización de los impactos en la etapa de construcción*

Etapa de construcción			
Naturaleza	Sub factor	Impacto	Jerarquización
+	Socioeconómico	Generación de ingresos	110
		Generación de empleo	110
-	Atmósfera	Generación de ruido	-60
	Suelo	Generación de desechos sólidos	-46
		Compactación del suelo	-42
	Paisaje	Modificación del paisaje	-39
	Atmósfera	Generación de partículas en suspensión	-36
	Fauna	Perturbación de las especies	-24
	Agua	Disminución del recurso hídrico	-20

**Figura 58**

*Jerarquización de los impactos positivos y negativos en la etapa de construcción*

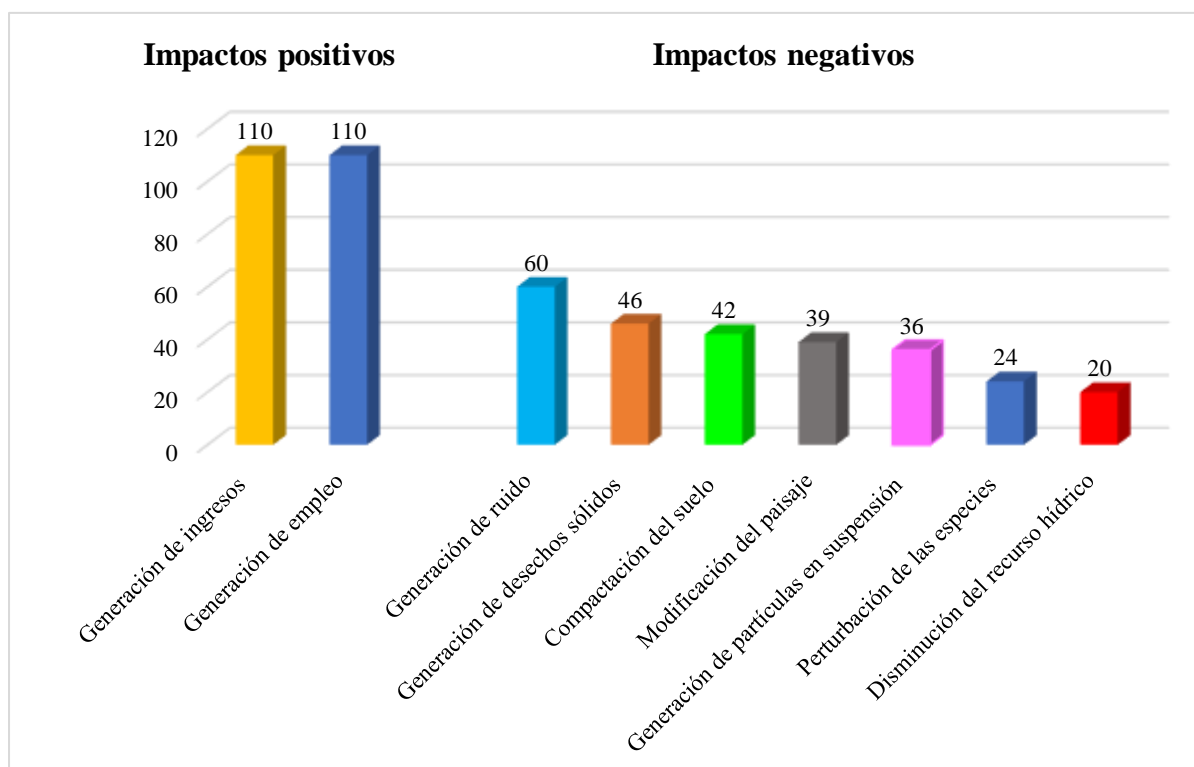


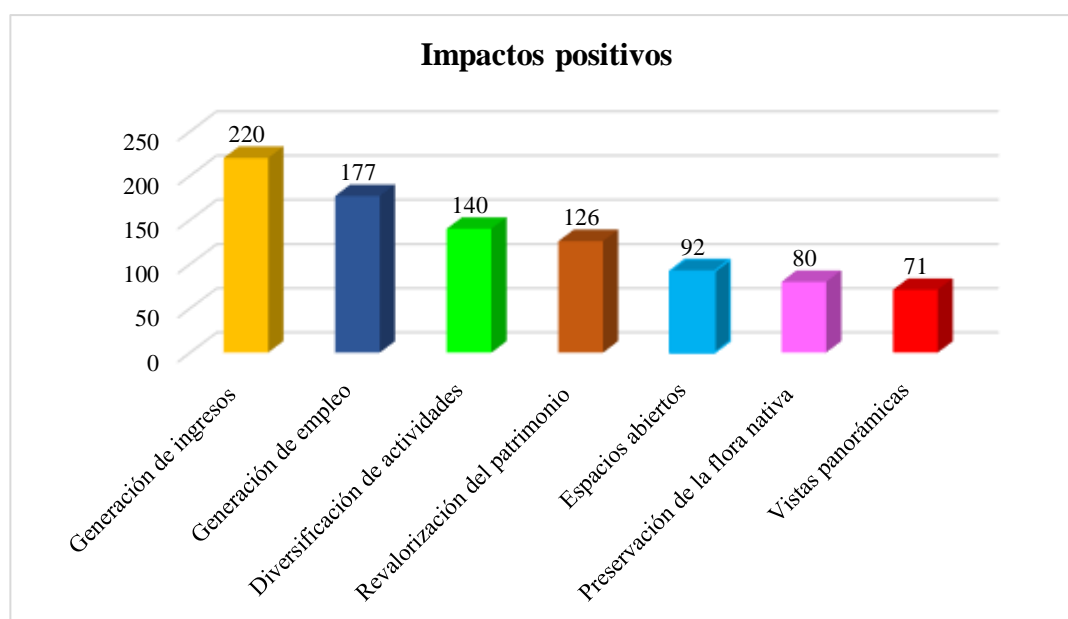
Tabla 101

*Jerarquización de los impactos en la etapa de construcción*

Etapa de operación			
Naturaleza	Sub factor	Impacto	Jerarquización
+	Socio económico	Generación de ingresos	220
		Generación de empleo	177
	Actividades recreativas	Diversificación de actividades	140
	Cultura	Revalorización del patrimonio	126
	Actividades recreativas	Espacios abiertos	92
	Flora	Preservación de la flora nativa	80
	Paisaje	Vistas panorámicas	71
-	Suelo	Generación de desechos sólidos	-140
		Compactación del suelo	-88
	Atmósfera	Generación de partículas en suspensión	-62
		Generación de ruido	-55
	Agua	Disminución del recurso hídrico	-53
	Fauna	Perturbación de las especies	-33
	Paisaje	Modificación del paisaje	-11

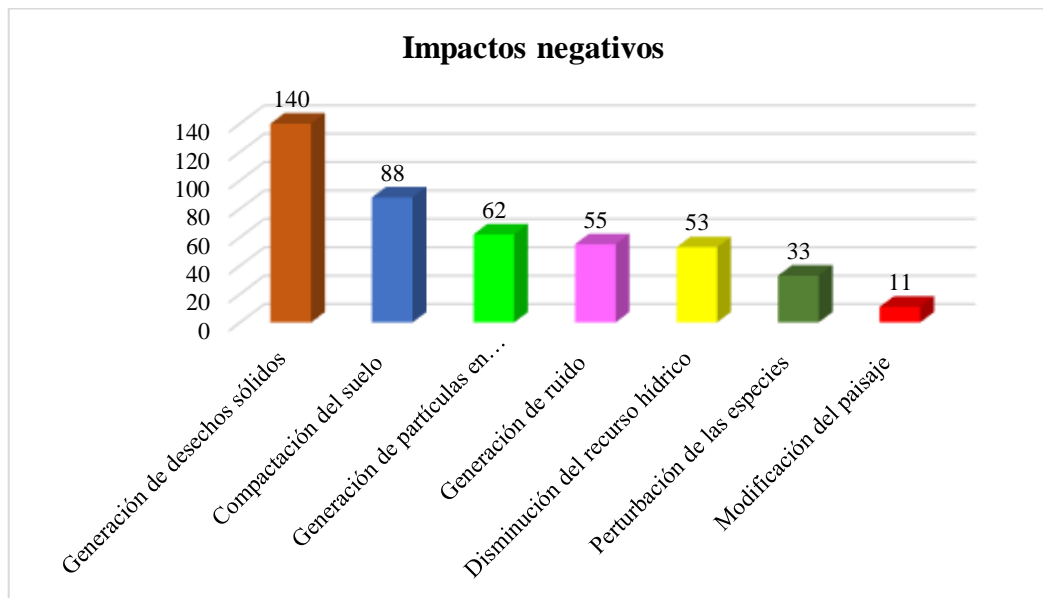
Figura 59

*Impactos positivos en la etapa de operación*



**Figura 60**

*Impactos negativos en la etapa de operación*



## 6.8. Plan de manejo ambiental

Tabla 102

Plan de manejo ambiental

Actividades	Sub factores	Impactos potenciales (+) (-)	Medidas de mitigación	Medidas de maximización	Responsable	Costo	Tiempo	Observación
<b>Etapa de construcción</b>								
<b>Contratación de mano de obra</b>	Socio económico	Generación de ingresos Generación de empleo		Identificación de maestros de construcción locales.	Gerente y contratista	\$ 20	Seis meses	Especialistas en arquitectura tradicional
<b>Desbroce y desalojo</b>	Fauna	Perturbación de las especies	Reubicación de especies		Socios	\$ 60	Un mes	No utilizar elementos dañinos
	Paisaje	Modificación del paisaje	Reforestación de los espacios verdes		Personal de mantenimiento		Indefinido	Se utilizará plantas nativas
<b>Cimentación y estructuras</b>	Suelo	Compactación del suelo	Delimitar el área de construcción		Contratista	-	Dos meses	No utilizar maquinaria pesada
	Socio económico	Generación de ingresos Generación de empleo		Elegir la temporada seca para la construcción	Gerente y contratista	-	Indefinido	Finales de mayo
<b>Etapa de operación</b>								
<b>Visita al taller de alfarería</b>	Cultural	Revalorización del patrimonio		Crear contenido videográfico	Gerente y guía	\$ 50	Una semana	Publicación semestral



				sobre las técnicas artesanales				
	Socio económico	Generación de ingresos		Integración de los productos en ferias	Gerente y guía	\$ 20	Indefinido	Ferias comunitarias y eventos
<b>Servicio de guianza</b>	Socio económico	Generación de empleo		Promoción del servicio a instituciones educativas	Gerente	\$ 80	Indefinido	Detallar el contenido de los recorridos
<b>Sala etnográfica</b>	Actividades recreativas	Diversificación de actividades		Incorporar juegos tradicionales	Guías locales	\$ 20	Indefinido	
	Cultural	Revalorización del patrimonio		Recuperación de elementos culturales	Gerente y socios	-	indefinido	Lo inherente a vestimenta, piezas.
	Socio económico	Generación de ingresos		Implementar dramatizaciones y recreaciones	Gerente y socios	-	Indefinido	Cuentos, leyendas y mitos
<b>Servicio de alimentación</b>	Socio económico	Generación de ingresos		Compra de materias e insumos a productores locales	Gerente y chef	-	Todo el año	
	Suelo	Generación de desechos sólidos	Clasificar los desechos orgánicos		Personal de mantenimiento	\$ 30	Todo el año	Se utilizará en los huertos como compost

<b>Servicio de alojamiento</b>	Cultural	Revalorización del patrimonio		Personalizar el uniforme de todo el personal	Gerente y camarera	\$ 480	Cada año	Se preverá la vestimenta tradicional
	Socio económico	Generación de ingresos		Contratación de personal local	Gerente	-	indefinido	De preferencia <i>kichwa</i> hablante
<b>Servicio de camping</b>	Atmósfera	Generación de ruido	Establecer políticas que eviten el malestar a la localidad		Gerente y socios	-	Indefinido	Uso de equipos electrónicos en horarios establecidos
<b>Caminata por los senderos</b>	Socio económico	Generación de ingresos		Capacitar a los emprendimientos que están dentro de las rutas	Gerente y socios	\$ 90	Dos veces al año	Temas relacionados a la atención al turista
	Cultural	Revalorización del patrimonio		Realizar un inventario de especies de flora local.	Guías locales	\$ 50	Una vez al año	Identificar el comportamiento
<b>Mantenimiento Lodge</b>		Generación de desechos sólidos	Limitar el uso de químicos dañinos al ambiente		Socios y camarera	-	Indefinido	Priorizar la compra de insumos de limpieza orgánicos

## 7. Conclusiones

El presente proyecto de factibilidad refleja el trabajo cuidadoso y persistente, a la par de la investigación de campo, en el cual se ha comprobado la latencia cultural del sector transferida a través de la memoria oral que a su vez está en descenso, el rol que cumple la actividad turística con el mercado actual para así revalorizar del patrimonio y mejorar la dinámica turística del sector rural y con ello la viabilidad para la implementación de un *Lodge* con identidad *karanki* para promover el turismo rural en la comuna La Rinconada-Angochagua- Imbabura-Ecuador.

La Rinconada se caracteriza por la presencia del pueblo *kichwa karanki*, que goza de una riqueza cultural importante que se puede aprovechar con fines turísticos, un lugar propicio para la implementación del presente emprendimiento. Además, se registran cinco atractivos turísticos, de ellos tres son naturales y corresponden a la tipología de ríos; los dos restantes son manifestaciones culturales que pertenecen a la tipología de acervo cultural y popular.

Mediante un estudio de mercado se estableció que el segmento consumidor para el *Lodge* son hombres y mujeres entre 18 y 35 años, en su mayoría son turistas nacionales, que tienen un sueldo de entre 400 y 1000 dólares. Con estudios de tercer (superior) y cuarto nivel (posgrado), que son empleados de tiempo completo y trabajadores por cuenta propia, que pertenecen a un estatus medio bajo. El comportamiento de consumo muestra que se desplazan entre 3 y 5 veces al año, les gusta viajar en familia y amigos (grupos de más de 4 personas) y prefieren realizar turismo rural por un período de dos días, especialmente los fines de semana.

El proyecto tendrá lugar en un ambiente rural, propiedad de los autores; mismo que cuenta con un área total de 8.857m<sup>2</sup> distribuidos en tres áreas específicas: área de alojamiento, área multiuso y la zona de *camping* con los huertos orgánicos. El diseño será mixto, donde prevalecerá el estilo *muyuy wasi* y *chuklla* (bohío, adobe y paja) y el estilo tradicional de ladrillo, teja con acabados en madera. Además, en la decoración se visibilizarán elementos propios de la cultura local que responde a la aceptabilidad del segmento de mercado 94%.

Más del 50% de los encuestados apoyan a la implementación de una construcción rústica, de estilo tradicional, con materiales como el adobe y la paja; esta técnica permite que las viviendas mantengan sus características térmicas. El material utilizado para las mismas genera un impacto moderado por encontrarse en grandes cantidades.

El nombre para el establecimiento será “Kárun Lodge”, contracción lingüística compuesta por dos lexemas: *karanki runakuna*, que destacan su cosmovisión ante la exclusividad de los servicios, ratificado por el slogan “una pausa hacia el pasado”. Aquí se utilizarán plataformas digitales y redes sociales como: Facebook, Instagram y WhatsApp; además del material impreso como afiches. Entre las estrategias de promoción destacan el apoyo de *influencers*, auspiciar eventos, otorgar incentivos en actividades familiares, organizar ferias agroecológicas y establecer alianzas/convenios los servicios con entidades públicas y privadas.

Para la ejecución del emprendimiento se requiere una inversión inicial de \$196.559,13 de los cuales el 67% pertenece al capital de los tres socios y el 33% restante corresponde a un crédito a la Corporación Financiera Nacional (CFN). Además, se demuestra que existe una tasa interna de retorno del 21,37%, porcentaje mayor al 7,90% del costo del capital, este valor indica que dentro de los cinco primeros años de funcionamiento se recuperará la inversión a través de la venta de 55.831 unidades que generen \$ 622.176 de ingresos.

Se realizó un estudio ambiental con base en el método de Leopold simplificado para las etapas de construcción y operación del establecimiento, mediante la matriz de interacción se determinó que existen 63 interacciones con impactos negativos y 78 con impactos positivos. Entre los impactos positivos destacan la generación de empleo y a su vez la generación de ingresos, que benefician a la localidad; por su parte, el mayor impacto ambiental negativo es la generación de residuos sólidos, que se generan de las actividades realizadas.

Después del análisis se ha determinado impactos positivos y negativos que tuvieron relevancia los mismos que fueron incluidos en el plan de manejo ambiental para tomar acciones de mitigación y maximización respectivamente, y así causar el menor impacto posible.

## **8. Recomendaciones**

Para el buen funcionamiento del establecimiento, es necesario integrar a los emprendimientos de la comuna que posean afinidad con las actividades turísticas, en coordinación con el cabildo y el Gad parroquial, por medio de un trabajo mancomunado para lograr un desarrollo local.

Resulta indispensable aplicar un nuevo estudio de mercado al que se realizó en el contexto de la emergencia sanitaria (Covid 19) debido a que actualmente, el sector turístico se está reactivando progresivamente. Esto contribuirá a la toma de decisiones más reales.

Al inicio del funcionamiento del proyecto es necesario invertir en publicidad tanto en recursos digitales como en material impreso, con el propósito de alcanzar el reconocimiento dentro del mercado, lo cual permite cubrir las ventas necesarias para llegar al punto de equilibrio en cinco años.

Dar cumplimiento al plan de manejo ambiental priorizando el tratamiento de los desechos sólidos. Es fundamental desarrollar programas de educación ambiental para los visitantes que llegan al sitio, además dentro del establecimiento es necesario implementar productos que sean amigables con el medio ambiente con el fin de fomentar el cuidado del planeta.

## 9. Bibliografía

- Aguilar, Z., Hidalgo, P., & Ulloa, C. (2009). *Plantas útiles de los Páramos de Zuleta, Ecuador. Proyecto de Manejo y Aprovechamiento Sustentable de Alpacas en los Páramos de Zuleta*. Quito: PPA-EcoCiencia.
- Andrade, C. (26 de Mayo de 2021). El significado de la palabra Angochagua. Ibarra.
- Angochagua, G. P. (2020). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial*. Ibarra.
- Benítez, N., Hernández, A. M., Gurría, J., Cisneros, F., & Cisneros, L. (2016). Hechos y realidades de los pueblos Kichwas de Imbabura: a partir de la historia, el territorio ancestral, de la constitución e indicadores de desarrollo en la última década. *Turydes: Turismo y Desarrollo*(21). Obtenido de <http://hdl.handle.net/20.500.11763/turydes21kichwas>
- Booking.com. (25 de Abril de 2016). *Booking.com*. Obtenido de Booking.com: <https://www.booking.com/country/ar.es>
- Borchart de Moreno, C. (2007). *El corregimiento de Otavalo: territorio, población y producción textil (1535-1808)*. Otavalo: Centro de investigaciones de la Universidad de Otavalo .
- Bray, T., & Echeverría, J. (2010). *La arquitectura de poder: investigaciones en el sitio imperial Inca-Caranqui, cantón Ibarra, provincia de Imbabura Fase III*. Ibarra: Instituto Nacional de Patrimonio Cultural.
- Carrasco, C. (2020). *Caranqui origen etno-histórico*. Ibarra: Casa de la Cultura Ecuatoriana "Benjamín Carrión" Nucleo de Imbabura.
- Chisaguano, S. (2016). *Análisis de estadísticas socio-demográficas*.
- Eslava, A. (2017). *Canales de distribución lingüístico logístico - comerciales*. Bogotá, Colombia: Ediciones de la U. Obtenido de <https://elibro.net/es/ereader/utnorte/70308?page=5>.
- Espinosa, W. (1988). *LOS CAYAMBES Y CARANGUES: Siglos XV-XVI El Testimonio de la Etnohistoria*". Otavalo: Instituto Otavaleño de Antropología.
- Fernández, C., & Pila, L. (2014). *Metodología de la Investigación* (Sexta ed.). México D.F.: McGRAW-HILL. Obtenido de <file:///C:/Users/User/AppData/Local/Temp/Investigacion.pdf>
- GAD Parroquial Angochagua . (2020). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial*. Ibarra: GAD Parroquial Angochagua .

- Guerrero, P., & Ramos, R. (2015). *Introducción al Turismo*. México DF.: Grupo Editorial Patria. Obtenido de <https://elibro.net/es/ereader/utnorte/39409?page=64>.
- Gutiérrez, A. (2016). *Estrategias de muestreo: diseño de encuestas y estimación de parámetros*. Bogotá, Colombia: Ediciones de la U. Obtenido de <https://elibro.net/es/ereader/utnorte/70287?page=23>.
- Gutiérrez, M., & Gerritsen, P. (2011). *Turismo rural sustentable: Estudio de caso de la Costa Sur de Jalisco*. México DF: Centro Universitario de la Costa Sur. Obtenido de <https://elibro.net/es/ereader/utnorte/39021?page=27>.
- Haro, S. (1979). *Arqueología de Imbabura Ecuador*. Ibarra: Gallo Capitán.
- Huertas, N. (2015). *Turismo rural comunitario como una propuesta metodológica de innovación social para comunidades en conflicto. Caso Montes de María*. España: Universidad de Girona. Obtenido de <https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/378657/tnch1de1.pdf?sequence=6&isAllowed=y>
- Imbabura Geoparque Mundial. (20 de Mayo de 2021). *Geoparque Imbabura*. Obtenido de Geoparque Imbabura: <http://geoparque.imbabura.gob.ec/index.php>
- INEC. (15 de enero de 2016). *INEC*. Obtenido de INEC: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/compendio-estadistico-2016/>
- Knap, G. (1987). *Riego precolonial en la Sierra Norte*. Quito.
- Kotler, P., Bowen, J., & Makens, J. (2015). *Marketing turístico* (Sexta ed.). Madrid: Pearson Education. Obtenido de <https://elibro.net/es/lc/utnorte/titulos/57152>
- Lozano, A. (1991). *Quito ciudad milenaria, Forma y Símbolo*. Quito: ABYA-YALA.
- Lozano, P. (2016). Oferta de alojamientos turísticos en la Provincia del Chubut, Argentina: Evolución, estructura e índices de concentración geográfica. *Transitare*, 101-115.
- Malhotra, N. K. (2008). *Investigación de Mercados* (Quinto ed.). Pearson Educación. Obtenido de [file:///C:/Users/User/AppData/Local/Temp/\[PD\]%20Libros%20-%20Investigacion%20de%20Mercados.pdf](file:///C:/Users/User/AppData/Local/Temp/[PD]%20Libros%20-%20Investigacion%20de%20Mercados.pdf)
- Marrero, F. (2016). *Glosario de términos hoteleros, turísticos y relacionados*. España: Copyright.

- Martínes de Anguita, P. (2006). *Desarrollo rural sostenible*. Madrid, España.: McGraw-Hill. Obtenido de Recuperado de <https://elibro.net/es/ereader/utnorte/50134?page=147>.
- Martínez, J., & Jiménez, E. (2010). *Marketing*. Miami FL: Firms Press. Obtenido de <https://elibro.net/es/ereader/utnorte/36395?page=56>.
- Ministerio Coordinador de Patrimonio. (2012). *Introducción al patrimonio cultural*. Quito: Noción.
- Miranda, J. J. (2003). *Gestión de Proyectos* (Quinta ed.). Bogotá, Colombia : MM editores.
- Multiconversion. (27 de Mayo de 2019). *Multiconversion*. Obtenido de Multiconversion: <https://multiconversion.com/millennials-generacion-z-generaciones-marketing/>
- Oberem, U. (1981). *Los Caranquíes de la Sierra norte del Ecuador y su incorporación al Tahuantinsuyu*. Otavalo: "Gallo capitán".
- Palich, L. M. (2010). *Administración de Pequeñas Empresas* (Edició 14° ed.). Ciudad de México, México: Cengage Learning.
- Pérez, S. (2010). El valor estratégico del turismo rural como alternativa sostenible de desarrollo territorial rural. *Agronomía Colombiana*, 28(3), 107-113. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180320698018>
- Trujillo, C., Lomas, R., & Ali, J. (2019). Estudio del perfil del visitante del Bosque Protector "Cascada Peguche". *ResearchGate*, 24.
- Turismo, M. d. (12 de Diciembre de 2020). *MINTUR*. Obtenido de MINTUR: <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwjX1JiJx8jtAhWOLAKHXJyBZIQFjAAegQIARAC&url=https%3A%2F%2Fwww.turismo.gob.ec%2Fwp-content%2Fuploads%2F2016%2F06%2FREGLAMENTO-DE-ALOJAMIENTO-TURISTICO.pdf&usg=AOvVaw0Ts>
- Vargas, A. (2017). *Investigación de Mercados*. Bogotá: Fundación Universitaria del Área Andina. Obtenido de <file:///C:/Users/User/AppData/Local/Temp/326425903.pdf>
- Villegas, R. (1977). *La Nación Caranqui*. Ibarra: Casa de la Cultura Ecuatoriana.
- Yépez, M. (1977). La línea equinoccial en el territorio de la República del Ecuador. *CARTILLAS DE DIVULGACION ECUATORIANA*, 1-22. Obtenido de



<https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwiTndzVhdvwAhU7TjABHXu7D50QFjAOegQIChAD&url=https%3A%2F%2Frepositorio.flacsoandes.edu.ec%2Fxmlui%2Fbitstream%2Fhandle%2F10469%2F11904%2FCCE-CDE-N14-1977.pdf%3Fsequence>

## 10. Anexos

### Anexo 1: Atractivos turísticos de La Rinconada



Alfarrería La Rinconada (Allpa Manka)



Cascada Condor Yaku



Artesanías en madera (Toby)



Arquitectura vernacula



Río Kary Yaku (Kary Wayku)



Mirador Mucha Naju Rumi

**Anexo 2:** Ficha de observación

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**FACAE**  
**CARRERA DE TURISMO**

**FICHA DE OBSERVACIÓN**

Ficha de observación sobre la identidad karanki en la comunidad La Rinconada-Angochagua

Fecha: 26-12-2019

Lugar: La Rinconada

Hora:

11:00

<b>Tema</b>	La Identidad Karanki en la comunidad La Rinconada-Angochagua			
<b>Fecha</b>	Año: 20 20	Mes: diciembre	Día: 12	Duración: 12 horas
<b>Lugar</b>	La Rinconada			
<b>Observadores</b>	Jeniffer Morales, David Guamán			

<b>Características</b>	Visibilidad cultural			
	<b>Alta</b>	<b>Regular</b>	<b>Poco</b>	<b>Nada</b>
Vivienda			X	
Vestimenta tradicional		X		
Idioma		X		
Actividades económicas			X	
<b>Conocimientos</b>				
Técnicas de construcción de la vivienda			X	
Técnicas artesanales y tradicionales			X	
Medicina			X	
<b>Agricultura</b>				
Cultivo de semillas autóctonas			X	
Ciclo lunar		X		
<b>Tradiciones</b>				
Actos festivos		X		
Ceremonias rituales				X

**Anexo 3: La encuesta**

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

**Encuesta dirigida a turistas nacionales**

**Tema:** Lodge con identidad Karanki para promover el turismo rural en la comunidad La Rinconada-Angochagua- Imbabura-Ecuador.

**Objetivo:** Determinar el perfil del turista para garantizar la implementación de un Lodge con identidad Karanki que promueva el turismo rural en la comunidad La Rinconada-Angochagua-Imbabura-Ecuador.

**Instrucciones:**

Por favor lea detenidamente cada ítem y seleccione con una (X) una o varias respuestas según corresponda.

**Encuesta****1. Información demográfica****1.1. Género**

- a) Femenino
- b) Masculino
- c) Otros

**1.2. Edad**

- a) Menos de 25 años
- b) 26-35 años
- c) 36-45 años
- d) 46-55 años
- e) Más de 56 años

**1.3. Estado civil**

- a) Soltero/a
- b) Casado/a
- c) Divorciado/a
- d) Viudo/a
- e) Unión de Echo

**1.4. Nivel de instrucción**

- a) Primaria
- b) Secundaria
- c) Tercer Nivel- superior
- d) Cuarto nivel- postgrado
- e) Ninguna
- f) Otras

Especifique.....

**2. Información geográfica**

**2.1. Lugar de procedencia**

- a) Local
- b) Nacional
- c) Extranjero

**2.2.1. Si usted es un turista nacional, ¿de qué ciudad procede?**

- a) Quito
- b) Ibarra
- c) Cayambe
- d) Otavalo
- e) Otras   ¿Cuál?.....

**2.2.2. Si usted es un turista extranjero, señale el país de procedencia:**

- a) España
- b) EE.UU.
- c) Colombia
- d) Francia
- e) Gran Bretaña
- f) Otras   ¿Cuál?.....

**3. Información socioeconómica****3.1. Situación laboral actual**

- a) Empleado medio tiempo
- b) Empleado tiempo completo
- c) Desempleado
- d) Trabajador por cuenta propia
- e) Ama de casa

**3.2. Promedio de ingresos mensuales**

- a) Menos de 400 dólares
- b) De 401 a 700 dólares
- c) De 701 a 1000 dólares
- d) Más de \$ 1001

**3.2.1. ¿Qué cantidad de sus ingresos están destinados para actividades turísticas?**

- a) Menos de 50 dólares
- b) Entre 51 y 75 dólares
- c) Entre 76 y 100 dólares
- d) Más de 100 dólares

**3.2.2. ¿Con qué frecuencia al año se desplaza con fines turísticos?**

- a) Menos de dos veces al año
- b) Entre tres y cuatro veces
- c) Más de cinco veces

#### 4. Hábitos y preferencias

##### 4.1. ¿Qué tipo de turismo prefiere realizar?

- a) Turismo Cultural
- b) Turismo de Aventura
- c) Ecoturismo
- d) Turismo Rural
- e) Otros


Especifique

.....

##### 4.1.1. Si eligió el turismo rural, ¿qué lugares ha visitado anteriormente?

- a) Zuleta
- b) Angochagua
- c) La Rinconada
- d) Otro


¿Cuál?.....

##### 4.2. ¿Cuántas veces ha visitado La Rinconada durante este año?

- a) Una vez
- b) Dos veces
- c) Más de tres veces


##### 4.3. ¿Hace que tiempo realizó la última visita?

- a) En el último mes
- b) Hace tres meses
- c) Hace seis meses
- d) Más de un año


##### 4.4. ¿Con quiénes ha realizado este desplazamiento?

- a) Familiares
- b) Pareja
- c) Amigos
- d) Solo


##### 4.4.1. ¿Cuántas personas se han desplazado con usted en este viaje?

- a) Uno
- b) Dos
- c) Tres
- d) Más de cuatro


##### 4.5. ¿Qué día prefiere visitar la Rinconada?

- a) De lunes a viernes
- b) Fines de semana
- c) Días festivos

**4.6. ¿Qué le motiva visitar la Rinconada y las áreas cercanas?**

- a) Gastronomía local
- b) Artesanías
- c) Hospedaje
- d) Ferias agroecológicas
- e) Fiestas
- f) Otras
- .....
- Especifique

**4.7. ¿Cuál de las siguientes manifestaciones culturales de la comunidad La Rinconada conoce usted?**

- a) Origen del pueblo Karanki
- b) Características de la vivienda
- c) Características y simbolismo de la vestimenta
- d) Medicina tradicional
- e) Técnicas, artesanales y tradicionales (alfarería, artesanía en madera)
- f) Ninguno
- g) Todos
- h) Otro

¿Cuál?.....

**4.8. ¿Cuál de los siguientes recursos naturales de la comunidad La Rinconada le llama la atención?**

- a) Cascada Cóndor Yaku
- b) Cascada Artizun
- c) Rio Kary Yaku
- d) Bosques primarios del páramo
- e) Otro
- ¿Cuál?.....

**4.9. De acuerdo a su percepción, ¿Cuán viva se mantiene la tradición del pueblo Kichwa Karanki (vivienda, productos agrícolas, vestimenta, medicina tradicional, artesanías, idioma)?**

- a) Altamente visible
- b) Regularmente visible
- c) Poco visible
- d) Nada visible

**4.10. ¿Conoce algún establecimiento de alojamiento que promueva las tradiciones del pueblo Kichwa Karanki?**

- a) Si
- b) No

Si su respuesta es sí, ¿Cuál?.....

**4.11. ¿Usted se alojaría en un Lodge localizado en la comunidad La Rinconada con características identitarias del pueblo kichwa Karanki?**

- a) Si
- b) No

Si su respuesta es no, por favor finalice la encuesta

Si su respuesta es sí, ¿Por qué? .....

**4.12. ¿Qué estilo arquitectónico le gustaría que se mantengan en el hospedaje?**

- a) Similar a las pirámides en forma de T
- b) Viviendas tradicionales con paredes de bahareque y cubierta de paja
- c) Paredes de tapia y cubierta teja
- d) Otra

¿Cuál?.....

**4.13. ¿Qué tipo de materiales preferiría para la construcción de este establecimiento identitario del pueblo Karanki?**

- a) Ladrillo y Teja
- b) Adobe y paja
- c) Acabados en madera
- d) Otro

¿Cuál?.....

**4.14. ¿Qué características se deberían mantener en las instalación y equipamiento interno?**

- a) Rústico
- b) Moderno
- c) Térmicas
- d) Iluminada

**5.13. ¿Cuáles de las siguientes actividades le gustaría realizar en este alojamiento?**

- a) Actividades culturales (elaboración de artesanías)
- b) Relajación o SPA Karanki (baños a vapor)
- c) Deportes extremos
- d) Senderos interpretativos hacia a las cascadas
- e) Camping
- f) Avistamiento flora y fauna
- g) Sala temática Karanki
- h) Otra

¿Cuál?.....

**5.14. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar en promedio por una noche de hospedaje en el establecimiento antes mencionado?**

- a) Entre 50 y 60 dólares
- b) Entre 61 y 70 dólares
- c) Más de \$70



**5.15. ¿Cuánto tiempo estaría dispuesto a permanecer en un establecimiento que ofrezca las actividades que seleccionó anteriormente?**

- a) Menos de un día
- b) Un día
- c) Dos días
- d) Más de tres días


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

- a) Gastronomía típica del lugar (caldo de gallina, fritada, cuy, trucha)
- b) Platos a la carta
- c) Menú del día
- d) Otro


¿Cuál?.....

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

- a) Redes sociales
- b) Correo electrónico
- c) Página web
- d) Agencias de viaje
- e) Volantes


**¡Gracias por su colaboración!**

#### Anexo 4: Aplicación de las encuestas *in situ*



#### Anexo 5: Entrevista a la competencia



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE  
FACAE  
CARRERA DE TURISMO**

**Entrevista dirigida a los establecimientos de alojamiento en la comuna  
La Rinconada y sus alrededores**

Fecha:.....Hora:.....

Lugar (sitio específico):.....

Entrevistador (a):.....

Entrevistado (a):.....

El siguiente trabajo aborda el tema de alojamiento en cuanto a los turistas que visitan la comunidad, la planta turística y actividades complementarias que posee

el establecimiento, el flujo turístico de turistas en los años posteriores, con el objetivo de conocer la dinámica turística del sector.

La entrevista cuenta de seis preguntas que con su consentimiento se permitirá utilizar para fines académicos, lo cual tiene una duración de 10 minutos.

1. Nombre del establecimiento

-----

2. ¿Qué tiempo ofrece el servicio de hospedaje?

-----

3. ¿Cuál es el número de plazas y habitaciones?

# Plazas -----

# Habitaciones-----

4. ¿Qué actividades complementarias posee el establecimiento?

-----

5. ¿Cuántos turistas aproximadamente tuvieron en los tres últimos años?

2018-----

2019-----

2020-----

6. ¿Cuál es la procedencia de los turistas que visitan su establecimiento

Local-----

Nacional-----

Extranjeros-----

7. Según sus registros. ¿Cuántos turistas se hospedan en su establecimiento?

Cuantos por semana-----

Cuantos por mes-----

Agradecemos su amable colaboración y le recordamos que la información se utilizara para fines académicos.

## Anexo 6: Entrevista a personales clave



## Anexo 7: Justificativos de volúmenes de la obra (estudio técnico)

JUSTIFICATIVOS DE VOLÚMENES DE OBRA						
<b>2</b>	<b>OBRAS PRELIMINARES</b>					
<b>RUBRO:</b>	Limpieza manual del terreno	<b>CÓDIGO :</b>	2,01	<b>U:</b>	m2	
<b>DETALLE</b>	<b>l (m)</b>	<b>a(m)</b>	<b>h(m)</b>	<b>#</b>	<b>Total</b>	<b>U</b>
Implantación	34,30	34,30		1	1176,49	m2
<b>Total volumen de Obra</b>					<b>1176,49</b>	<b>m2</b>
<b>RUBRO:</b>	Replanteo y nivelación con equipo topográfico	<b>CÓDIGO :</b>	2,02	<b>U:</b>	m2	
<b>DETALLE</b>	<b>l (m)</b>	<b>a(m)</b>	<b>h(m)</b>	<b>#</b>	<b>Total</b>	<b>U</b>
PB.CIMETACIÓN	34,30	34,30		1	1176,49	m2
<b>Total volumen de Obra</b>					<b>1176,49</b>	<b>m2</b>
<b>RUBRO:</b>	Bodega de madera	<b>CÓDIGO :</b>	2,06	<b>U:</b>	m2	
<b>DETALLE</b>	<b>l (m)</b>	<b>a(m)</b>	<b>h(m)</b>	<b>#</b>	<b>Total</b>	<b>U</b>
PERÍMETRO LOTE	3,00	4,00		1	12,00	m2
<b>Total volumen de Obra</b>					<b>12,00</b>	<b>m2</b>
<b>4</b>	<b>MOVIMIENTOS DE TIERRAS</b>					
<b>4,01</b>	<b>EXCAVACIONES</b>					
<b>RUBRO:</b>	Desbanque manual	<b>CÓDIGO :</b>	4,0101	<b>U:</b>	m3	
<b>DETALLE</b>	<b>l (m)</b>	<b>a(m)</b>	<b>h(m)</b>	<b>#</b>	<b>Total</b>	<b>U</b>
ÁREA	34,30	34,30	0,30	1	10,29	m3
<b>Total volumen de Obra</b>					<b>10,29</b>	<b>m3</b>

<b>RUBRO:</b>	Excavación manual en cimientos y plintos	<b>CÓDIGO :</b>	4,0102	<b>U:</b>	m3	
<b>DETALLE</b>	<b>l (m)</b>	<b>a(m)</b>	<b>h(m)</b>	<b>#</b>	<b>Total</b>	<b>U</b>
PLINTO A.C.	0,80	0,80	1,00	15	9,60	m3
PLINTO A.R.	0,80	0,80	0,80	13	6,66	m3
PLINTO A.A.	0,80	0,80	1,00	40	25,60	m3
PLINTO A.P.	0,40	0,40	0,40	4	0,26	m3
<b>Total volumen de Obra</b>					<b>42,11</b>	<b>m3</b>
<b>RUBRO:</b>	Excavación h = 3 a 4 m a máquinas (excavadora)	<b>CÓDIGO :</b>	4,0103	<b>U:</b>	m3	
<b>DETALLE</b>	<b>l (m)</b>	<b>a(m)</b>	<b>h(m)</b>	<b>#</b>	<b>Total</b>	<b>U</b>
REUBICACIÓN DE TIERRA	5,00	4,00	2,00	1	40,00	m3
<b>Total volumen de Obra</b>					<b>40,00</b>	<b>m3</b>
<b>RUBRO:</b>	Excavación de zanjas a mano	<b>CÓDIGO :</b>	4,0104	<b>U:</b>	m3	
<b>DETALLE</b>	<b>l (m)</b>	<b>a(m)</b>	<b>h(m)</b>	<b>#</b>	<b>Total</b>	<b>U</b>
ÁREA C.	3,00	0,30	0,30	18	4,86	m3
ÁREA R.	6,00	0,30	0,30	8	4,32	m3
ÁREA A.	3,00	0,30	0,30	52	14,04	m3
ÁREA P.	4,00	0,30	0,30	4	1,44	m3
<b>Total volumen de Obra</b>					<b>24,66</b>	<b>m3</b>
<b>5</b>	<b>ESTRUCTURA</b>					
<b>5,01</b>	<b>HORMIGÓN NO ESTRUCTURAL</b>					
<b>RUBRO:</b>	Replanteo h.s.180 kg/cm2. Equipo: concretera un saco	<b>CÓDIGO :</b>	5,0102	<b>U:</b>	m3	
<b>DETALLE</b>	<b>l (m)</b>	<b>a(m)</b>	<b>h(m)</b>	<b>#</b>	<b>Total</b>	<b>U</b>
PLINTO A.C.	0,80	0,80	0,10	15	0,96	m3
PLINTO A.R.	0,80	0,80	0,10	13	0,83	m3
PLINTO A.A.	0,80	0,80	0,10	40	2,56	m3
PLINTO A.P.	0,40	0,40	0,10	4	0,06	m3
<b>Total volumen de Obra</b>					<b>4,42</b>	<b>m3</b>
<b>RUBRO:</b>	Hormigón ciclópeo 60% h.s. y 40% piedra f'c= 210kg/cm2	<b>CÓDIGO :</b>	5,0103	<b>U:</b>	m3	
<b>DETALLE:</b>	<b>l (m)</b>	<b>a (m)</b>	<b>h (m)</b>	<b>#</b>	<b>Total</b>	<b>U</b>
CADENA A.C.	3,00	0,20	0,20	18	2,16	m3
CADENA A.R.	6,00	0,20	0,20	12	2,88	m3
CADENA A.A.	3,00	0,20	0,20	52	6,24	m3
CADENA A.P.	4,00	0,15	0,15	4	0,36	m3
<b>Total Volumen de Obra</b>					<b>11,64</b>	<b>m3</b>
<b>5,02</b>	<b>ESTRUCTURAL</b>					
<b>RUBRO:</b>	Hormigón en riostras, f'c=210kg/cm2, no incluye encofrado	<b>CÓDIGO :</b>	5,0104	<b>U:</b>	m3	
<b>DETALLE:</b>	<b>l (m)</b>	<b>a (m)</b>	<b>h (m)</b>	<b>#</b>	<b>TOTAL</b>	<b>U</b>
CADENA A.C	3,00	0,20	0,20	18	2,16	m3
CADENA A.R	6,00	0,20	0,20	12	2,88	m3



CADENA A.A.	3,00	0,20	0,20	52	6,24	m3
CADENA A.P.	4,00	0,20	0,20	4	0,64	m3
<b>Total Volumen de Obra</b>					<b>11,92</b>	<b>m3</b>
Hormigón simple plintos						
<b>RUBRO:</b>	f'c=210 kg/cm2, no inc. Encofrado	<b>CÓDIGO:</b>	5,0105	<b>U:</b>	m3	
<b>DETALLE:</b>	<b>l(m)</b>	<b>a(m)</b>	<b>h(m)</b>	<b>#</b>	<b>TOTAL</b>	<b>U</b>
PLINTO A.C.	0,30	0,30	1,00	15	1,35	m3
PLINTO A.R.	0,30	0,30	0,80	13	0,94	m3
PLINTO A.A.	0,30	0,30	1,00	40	3,60	m3
PLINTO A.P.	0,25	0,25	0,40	4	0,10	m3
<b>Total Volumen de Obra</b>					<b>5,99</b>	<b>m3</b>
Hormigón simple						
<b>RUBRO:</b>	columnas f'c=240 kg/cm2, no inc. Encofrado	<b>CÓDIGO :</b>	5,0106	<b>U:</b>	m3	
<b>DETALLE:</b>	<b>l (m)</b>	<b>a (m)</b>	<b>h (m)</b>	<b>#</b>	<b>TOTAL</b>	<b>U</b>
COLUMNA A.C.	0,25	0,25	2,20	13	1,79	m3
COLUMNA A.R.	0,25	0,25	2,40	9	1,35	m3
COLUMNA A.A.	0,25	0,25	2,20	35	4,81	m3
<b>Total Volumen de Obra</b>					<b>7,95</b>	<b>m3</b>
Columnas de madera de eucalipto						
<b>RUBRO:</b>	Columnas de madera de eucalipto	<b>CÓDIGO:</b>	5,0107	<b>U:</b>	m	
<b>DETALLE:</b>	<b>l(m)</b>	<b>a(m)</b>	<b>h(m)</b>	<b>#</b>	<b>TOTAL</b>	<b>U</b>
COLUMNA A.C.	0,30	0,30	2,20	2	4,40	m
COLUMNA A.R	0,30	0,30	2,40	4	9,60	m
COLUMNA A.A.	0,30	0,30	2,20	5	11,00	m
COLUMNA A.P.	0,25	0,25	2,20	4	8,80	m
<b>Total volumen de obra</b>					<b>33,80</b>	<b>m</b>
Vigas de madera de eucalipto						
<b>RUBRO:</b>	Vigas de madera de eucalipto	<b>CÓDIGO :</b>	5,0108	<b>U:</b>	m3	
<b>DETALLE:</b>	<b>l (m)</b>	<b>a (m)</b>	<b>h (m)</b>	<b>#</b>	<b>TOTAL</b>	<b>U</b>
V. AREA C.	3,00	0,20	0,20	18	54,00	m
V. AREA R.	6,00	0,20	0,20	14	84,00	m
V. AREA A.	3,00	0,20	0,20	52	156,00	m
V. AREA P.	4,00	0,15	0,15	4	16,00	m
<b>Total volumen de obra</b>					<b>310,00</b>	<b>m</b>
Gradas de madera mixta						
<b>RUBRO:</b>	Gradas de madera mixta	<b>CÓDIGO :</b>	5,0109	<b>U:</b>	m	
<b>DETALLE:</b>	<b>l (m)</b>	<b>a (m)</b>	<b>h (m)</b>	<b>#</b>	<b>TOTAL</b>	<b>U</b>
ESCALONES	1,20	0,40	0,05	72	86,40	m
CUARTONES	1,00	0,10	0,10	72	72,00	m
PILAR CENTRAL	2,20	0,15	0,15	6	13,20	m
PASAMANO N.	2,00	0,06	0,06	6	12,00	m
<b>TOTAL VOLUMEN DE OBRA</b>					<b>183,60</b>	<b>m</b>
Viguetas 2da planta						
<b>RUBRO:</b>	Viguetas 2da planta	<b>CÓDIGO :</b>	5,0110	<b>U:</b>	m	
<b>DETALLE</b>	<b>l (m)</b>	<b>a(m)</b>	<b>h(m)</b>	<b>#</b>	<b>Total</b>	<b>U</b>
AREA C.	3,00	0,10	0,12	6	18,00	m
AREA A.1	4,50	0,10	0,12	4	18,00	m
AREA A.2	4,00	0,10	0,12	24	96,00	m
<b>Total volumen de Obra</b>					<b>132,00</b>	<b>m</b>

<b>RUBRO:</b>	Enablado 2da planta	<b>CÓDIGO :</b>	5,0111	<b>U:</b>	m2	
<b>DETALLE</b>	<b>l (m)</b>	<b>a(m)</b>	<b>h(m)</b>	<b>#</b>	<b>Total</b>	<b>U</b>
ÁREA C.	6,00	3,00		1	18,00	m2
ÁREA A.1	4,50	4,50		1	20,25	m2
ÁREA A.2	6,00	4,00		4	96,00	m2
<b>Total volumen de Obra</b>					<b>134,25</b>	<b>m2</b>
<b>5,03</b>	<b>ACERO</b>					
<b>RUBRO:</b>	Acero de refuerzo fy=4200kg/cm2, 12 mm y alambre galv. N°18	<b>CÓDIGO :</b>	5,0301	<b>U:</b>	qq	
<b>DETALLE</b>	<b>l (m)</b>	<b>a(m)</b>	<b>h(m)</b>	<b>#</b>	<b>Total</b>	<b>U</b>
PLANI. ACEROS					92	qq
<b>Total volumen de Obra</b>					<b>92</b>	<b>qq</b>
<b>RUBRO:</b>	Acero de refuerzo fy=4200kg/cm2, 8 mm y alambre galv. N°18	<b>CÓDIGO :</b>	5,0302	<b>U:</b>	qq	
<b>DETALLE</b>	<b>l (m)</b>	<b>a(m)</b>	<b>h(m)</b>	<b>#</b>	<b>Total</b>	<b>U</b>
PLANI. ACEROS					11,00	qq
<b>Total volumen de Obra</b>					<b>11,00</b>	<b>qq</b>
<b>RUBRO:</b>	Perno sin fin de 1/2	<b>CÓDIGO :</b>	5,0303	<b>U:</b>	u	
<b>DETALLE</b>	<b>l (m)</b>	<b>a(m)</b>	<b>h(m)</b>	<b>#</b>	<b>Total</b>	<b>U</b>
PLANI. ACEROS				10	10	u
<b>Total volumen de Obra</b>					<b>10</b>	<b>u</b>
<b>6</b>	<b>ENCOFRADOS DE ELEMENTOS ESTRUCTURALES</b>					
<b>6.02</b>	<b>Madera de monte</b>					
<b>RUBRO:</b>	Encofrado para columnas de 0,30x0,30 o 0,25x0,25	<b>CÓDIGO :</b>	6,0201	<b>U:</b>	u	
<b>DETALLE</b>	<b>l (m)</b>	<b>a(m)</b>	<b>h(m)</b>	<b>#</b>	<b>Total</b>	<b>U</b>
ÁREA C.	2,40	0,25		5	5	u
ÁREA R.	2,40	0,25		7	7,00	u
ÁREA A.	2,40	0,25		16	16,00	u
<b>Total volumen de Obra</b>					<b>28,00</b>	<b>u</b>
<b>7</b>	<b>ALBAÑILERÍA</b>					
<b>7.01</b>	<b>DETALLES Y MAMPOSTERIA</b>					
<b>RUBRO:</b>	Bordillo de ducha de 0,5x,15	<b>CÓDIGO :</b>	7,0101	<b>U:</b>	m	
<b>DETALLE</b>	<b>l (m)</b>	<b>a(m)</b>	<b>h(m)</b>	<b>#</b>	<b>Total</b>	<b>U</b>
ÁREA A.1	1,60			4	6,40	m
ÁREA A.2	1,25			1	1,25	m
ÁREA A.3	1,50			1	1,50	m
<b>Total volumen de Obra</b>					<b>9,15</b>	<b>m</b>
<b>RUBRO:</b>	Mesa de cocina hormigón armado encofrado a=0,5m	<b>CÓDIGO :</b>	7,0102	<b>U:</b>	m	
<b>DETALLE</b>	<b>l (m)</b>	<b>a(m)</b>	<b>h(m)</b>	<b>#</b>	<b>Total</b>	<b>U</b>
RESTAURANTE	6,00			1	6,00	m
ÁREA P.	3,00			1	3,00	m
<b>Total volumen de Obra</b>					<b>9,00</b>	<b>m</b>

<b>RUBRO:</b>	Mampostería de Ladrillo (VISTO) prensado de 0,15x0,27	<b>CÓDIGO :</b>	7,0103	<b>U:</b>	m2	
<b>DETALLE</b>	<b>l (m)</b>	<b>a(m)</b>	<b>h(m)</b>	<b>#</b>	<b>Total</b>	<b>U</b>
ÁREA L.	4,00		2,10	5	42,00	m2
ÁREA C.	3,00		1,20	18	64,80	m2
ÁREA P.	4,00		2,10	4	33,60	
ÁREA R.	6,00		1,20	12	86,40	m2
<b>Total volumen de Obra</b>					<b>226,80</b>	<b>m2</b>
<b>RUBRO:</b>	Mampostería de adobe de 0,15x0,30	<b>CÓDIGO :</b>	7,0104	<b>U:</b>	m2	
<b>DETALLE</b>	<b>l (m)</b>	<b>a(m)</b>	<b>h(m)</b>	<b>#</b>	<b>Total</b>	<b>U</b>
ÁREA A.1	4,00		2,20	4	35,20	m2
ÁREA A.2	3,00		2,20	52	343,20	m2
<b>Total volumen de Obra</b>					<b>378,40</b>	<b>m2</b>
<b>RUBRO:</b>	Lavandería de ladrillo	<b>CÓDIGO :</b>	7,0105	<b>U:</b>	m2	
<b>DETALLE</b>	<b>l (m)</b>	<b>a(m)</b>	<b>h(m)</b>	<b>#</b>	<b>Total</b>	<b>U</b>
ÁREA L.	1,20	0,80		1	1	m2
<b>Total volumen de Obra</b>					<b>0,96</b>	<b>m2</b>
<b>RUBRO:</b>	Picado y resane en pared para instalaciones	<b>CÓDIGO :</b>	7,0106	<b>U:</b>	m	
<b>DETALLE</b>	<b>l (m)</b>	<b>a(m)</b>	<b>h(m)</b>	<b>#</b>	<b>Total</b>	<b>U</b>
Cada 100m2 de construcción 10m de picado					117	m
<b>Total volumen de Obra</b>					<b>117</b>	<b>m</b>
<b>RUBRO:</b>	Dintel 0,1x0,15x1,1M,F´C=180 KG/cm2	<b>CÓDIGO :</b>	7,0107	<b>U:</b>	u	
<b>DETALLE</b>	<b>l (m)</b>	<b>a(m)</b>	<b>h(m)</b>	<b>#</b>	<b>Total</b>	<b>U</b>
ÁREA L.				3	3	u
ÁREA C.				6	6	u
ÁREA R.				5	5	u
ÁREA A.1				2	2	u
ÁREA A.2				8	8	u
ÁREA P.				3	3	u
<b>Total volumen de Obra</b>					<b>27</b>	<b>u</b>
<b>RUBRO:</b>	Hornos y cocina de leña	<b>CÓDIGO :</b>	7,0108	<b>U:</b>	m2	
<b>DETALLE</b>	<b>l (m)</b>	<b>a(m)</b>	<b>h(m)</b>	<b>#</b>	<b>Total</b>	<b>U</b>
COCINA	2,00	0,70			1,40	m2
HORNO	3,00	3,00			9,00	m2
<b>Total volumen de Obra</b>					<b>10,40</b>	<b>m2</b>



<b>8 ENLUCIDOS Y MASILLADOS</b>						
<b>RUBRO:</b>	Enlucido de fajas a=0,15x0,10 o 0,30		<b>CÓDIGO :</b>	8,0101	<b>U:</b>	m
DETALLE	l (m)	a(m)	h(m)	#	Total	U
A.L. puertas-ventanas	19,00	0,25		1	19,00	m
A.L. barrederas	16,00	0,30		1	16,00	m
A.C. puertas-ventanas	48,00	0,25		1	48,00	m
A.C. barrederas	102,00	0,30		1	102,00	m
A.R. puertas-ventanas	75,00	0,25		1	75,00	m
A.R. barrederas	120,00	0,30		1	120,00	m
A.P. puertas-ventanas	23,00	0,25		1	23,00	m
A.P. barrederas	32,00	0,30		1	32,00	m
<b>Total volumen de Obra</b>					<b>435,00</b>	<b>m</b>
<b>RUBRO:</b>	Enlucido vertical interior, paleteado fino, mortero 1:4,e=1.5cm		<b>CÓDIGO :</b>	8,0102	<b>U:</b>	m2
DETALLE	l (m)	a(m)	h(m)	#	Total	U
ÁREA L. baño	6,00		2,10	2	25,20	m2
ÁREA R. baño	6,00		2,40	2	28,80	m2
ÁREA R. cocina	132,00		2,40	1	316,80	m2
ÁREA A.1 baño	8,00		2,20	2	35,20	m2
ÁREA A.2 baño	8,00		2,20	1	17,60	m2
ÁREA P. baño	6,00		2,10	2	25,20	m2
<b>Total volumen de Obra</b>					<b>448,80</b>	<b>m2</b>
<b>RUBRO:</b>	Recubrimiento vertical interior con mezcla de barro (llunlly)		<b>CÓDIGO :</b>	8,0103	<b>U:</b>	m2
DETALLE	l (m)	a(m)	h(m)	#	Total	U
ÁREA A. 1	16,00		2,20	1	35,20	m2
ÁREA A. 2	144,00		2,20	1	316,80	m2
<b>Total volumen de Obra</b>					<b>352,00</b>	<b>m2</b>
<b>RUBRO:</b>	Recubrimiento vertical exterior con mezcla de barro (chukutu)		<b>CÓDIGO :</b>	8,0104	<b>U:</b>	m2
DETALLE	l (m)	a(m)	h(m)	#	Total	U
ÁREA A. 1	16,00		2,20	1	35,20	m2
ÁREA A. 2	144,00		2,20	3	316,80	m2
<b>Total volumen de Obra</b>					<b>352,00</b>	<b>m2</b>
<b>9 PISO</b>						

<b>RUBRO:</b>	Contra piso h.s. f'c=180kg/cm2 e=6cm, piedra bola e=10cm, polietileno	<b>CÓDIGO :</b>	9,0101	<b>U:</b>	m2	
<b>DETALLE</b>	<b>l (m)</b>	<b>a(m)</b>	<b>h(m)</b>	<b>#</b>	<b>Total</b>	<b>U</b>
Subsuelo	21,82	21,83		1	476,3306	m2
<b>Total volumen de Obra</b>					<b>476,33</b>	<b>m2</b>
<b>RUBRO:</b>	Masillado alisado de pisos, mortero 1:3, e=1cm	<b>CÓDIGO :</b>	9,0102	<b>U:</b>	m2	
<b>DETALLE</b>	<b>l (m)</b>	<b>a(m)</b>	<b>h(m)</b>	<b>#</b>	<b>Total</b>	<b>U</b>
Subsuelo	17,10	17,10		1	292,41	m2
<b>Total volumen de Obra</b>					<b>292,41</b>	<b>m2</b>
<b>RUBRO:</b>	Empedrado con piedras laja a=,05-0,10m	<b>CÓDIGO:</b>	9,0103	<b>U:</b>	m2	
<b>DETALLE</b>	<b>l(m)</b>	<b>a(m)</b>	<b>h(m)</b>	<b>#</b>	<b>Total</b>	<b>U</b>
Plaza y caminos	26,50	26,50		1	702,25	m2
<b>Total volumen de obra</b>					<b>702,25</b>	<b>m2</b>
<b>10</b>	<b>RECUBRIMIENTOS</b>					
<b>RUBRO:</b>	Mesón de granito nacional, Blanco Castelo pulido, de 2 cm de espesor.	<b>CÓDIGO :</b>	10,0101	<b>U:</b>	m2	
<b>DETALLE</b>	<b>l (m)</b>	<b>a(m)</b>	<b>h(m)</b>	<b>#</b>	<b>Total</b>	<b>U</b>
Cocina	9,00		0,5	1	4,50	m2
<b>Total volumen de Obra</b>					<b>4,50</b>	<b>m2</b>
<b>RUBRO:</b>	Cerámica nacional 0,30x0,30 para paredes	<b>CÓDIGO :</b>	10,0102	<b>U:</b>	m2	
<b>DETALLE</b>	<b>l (m)</b>	<b>a(m)</b>	<b>h(m)</b>	<b>#</b>	<b>Total</b>	<b>U</b>
ÁREA L. baño	6,00	2,10		2	25,20	m2
ÁREA R. baño	6,00	2,40		2	28,80	m2
ÁREA R. cocina	132,00	2,40		1	316,80	m2
ÁREA A.1 baño	8,00	2,20		2	35,20	m2
ÁREA A.2 baño	8,00	2,20		1	17,60	m2
ÁREA P. baño	6,00	2,10		2	25,20	m2
<b>Total volumen de Obra</b>					<b>448,80</b>	<b>m2</b>
<b>10.01</b>	<b>RECUBRIMIENTOS EN PISOS</b>					
<b>RUBRO:</b>	Adoquín de ladrillo de 0,30x0,30x0,05	<b>CÓDIGO :</b>	10,0103	<b>U:</b>	m2	
<b>DETALLE</b>	<b>l (m)</b>	<b>a(m)</b>	<b>h(m)</b>	<b>#</b>	<b>Total</b>	<b>U</b>
ÁREA A.1	4,00	4,00		1	16,00	m2
ÁREA A.2	7,00	6,00		4	168,00	m2
<b>Total volumen de Obra</b>					<b>184,00</b>	<b>m2</b>
<b>RUBRO:</b>	Cerámica nacional para pisos 30x30cm	<b>CÓDIGO :</b>	10,0104	<b>U:</b>	m2	
<b>DETALLE</b>	<b>l (m)</b>	<b>a(m)</b>	<b>h(m)</b>	<b>#</b>	<b>Total</b>	<b>U</b>
ÁREA L. baño	1,50	1,20		2	3,60	m2
ÁREA R. baño	1,50	1,50		2	4,50	m2
ÁREA R. cocina	12,00	4,00		1	48,00	m2
ÁREA A.1 baño	2,50	1,50		2	7,50	m2

ÁREA A.2 baño	2,50	1,50		4	15,00	m2
ÁREA P. baño	1,20	1,20		2	2,88	m2
<b>Total volumen de Obra</b>					<b>81,48</b>	<b>m2</b>
<b>10.02</b>	<b>RECUBRIMIENTOS EN PAREDES</b>					
<b>RUBRO:</b>	Barniz acrílico (MK1) interiores para ladrillo visto		<b>CÓDIGO :</b>	10,0201	<b>U:</b>	m2
<b>DETALLE</b>	<b>l (m)</b>	<b>a(m)</b>	<b>h(m)</b>	<b>#</b>	<b>Total</b>	<b>U</b>
ÁREA L.	4,00		2,10	5	42,00	m2
ÁREA C.	3,00		1,20	18	64,80	m2
ÁREA P.	4,00		2,10	4	33,60	m2
ÁREA R.	6,00		1,20	12	86,40	m2
<b>Total volumen de Obra</b>					<b>226,80</b>	<b>m2</b>
<b>RUBRO:</b>	Barniz acrílico (MK1) exteriores para ladrillo visto		<b>CÓDIGO :</b>	10,0202	<b>U:</b>	m2
<b>DETALLE</b>	<b>l (m)</b>	<b>a(m)</b>	<b>h(m)</b>	<b>#</b>	<b>Total</b>	<b>U</b>
ÁREA L.	4,00		2,10	5	42,00	m2
ÁREA C.	3,00		1,20	18	64,80	m2
ÁREA P.	4,00		2,10	4	33,60	m2
ÁREA R.	6,00		1,20	12	86,40	m2
<b>Total volumen de Obra</b>					<b>226,80</b>	<b>m2</b>
<b>RUBRO:</b>	Barniz acrílico preparado (MK1) interiores para adobe		<b>CÓDIGO :</b>	10,0203	<b>U:</b>	m2
<b>DETALLE</b>	<b>l (m)</b>	<b>a(m)</b>	<b>h(m)</b>	<b>#</b>	<b>Total</b>	<b>U</b>
ÁREA A.1	4,00		2,20	4	35,20	m2
ÁREA A.2	3,00		2,20	52	343,20	m2
<b>Total volumen de Obra</b>					<b>378,40</b>	<b>m2</b>
<b>RUBRO:</b>	Barniz acrílico preparado (MK1) exteriores para adobe		<b>CÓDIGO :</b>	10,0204	<b>U:</b>	m2
<b>DETALLE</b>	<b>l (m)</b>	<b>a(m)</b>	<b>h(m)</b>	<b>#</b>	<b>Total</b>	<b>U</b>
ÁREA A.1	4,00		2,20	4	35,20	m2
ÁREA A.2	3,00		2,20	52	343,20	m2
<b>Total volumen de Obra</b>					<b>378,40</b>	<b>m2</b>
<b>RUBRO:</b>	Laca y maderol indulaca para madera		<b>CÓDIGO :</b>	10,0205	<b>U:</b>	Gal
<b>DETALLE</b>	<b>l (m)</b>	<b>a(m)</b>	<b>h(m)</b>	<b>#</b>	<b>Total</b>	<b>U</b>
Armazón de madera				24	24,00	Gal
Entablado				10	10,00	Gal
Puertas				15	15,00	Gal
Ventanas				10	10,00	Gal
<b>Total volumen de Obra</b>					<b>59,00</b>	<b>Gal</b>
<b>11</b>	<b>CUBIERTAS</b>					
<b>RUBRO:</b>	Madera de eucalipto preparada		<b>CÓDIGO :</b>	11,0101	<b>U:</b>	m
<b>DETALLE</b>	<b>l (m)</b>	<b>a(m)</b>	<b>A(m)</b>	<b>#</b>	<b>Total</b>	<b>U</b>
Tirantes A.L.	3,50	0,07	0,05	10	35,00	m

Costaneras A.L.	2,40	0,04	0,03	30	72,00	m
Tirantes A.C.	4,00	0,10	0,08	36	144,00	m
Costaneras A.C.	2,40	0,05	0,30	250	600,00	m
Tirantes A.R.	4,00	0,10	0,08	48	192,00	m
Costaneras A.R.	2,40	0,05	0,03	208	499,20	m
Tirantes A.C.1	4,00	0,07	0,05	8	32,00	m
Costaneras A.C.1	2,40	0,04	0,03	32	76,80	m
Tirantes A.C.2	5,00	0,07	0,05	44	220,00	m
Costaneras A.C.2	2,40	0,04	0,30	84	201,60	m
Tirantes A.P.	2,40	0,07	0,05	12	28,80	m
Costaneras A.P.	2,40	0,04	0,03	80	192,00	m
<b>Total volumen de Obra</b>					<b>2293,40</b>	<b>m</b>
<b>RUBRO:</b>	Cubierta de teja	<b>CÓDIGO :</b>	11,0102	<b>U:</b>	m2	
<b>DETALLE</b>	<b>l (m)</b>	<b>a(m)</b>	<b>A(m)</b>	<b>#</b>	<b>Total</b>	<b>U</b>
ÁREA C.	14,00	8,00		1	112,00	m2
ÁREA R.	14,00	14,00		1	196,00	m2
<b>Total volumen de Obra</b>					<b>308,00</b>	<b>m2</b>
<b>RUBRO:</b>	Cubierta de paja	<b>CÓDIGO :</b>	11,0103	<b>U:</b>	m2	
<b>DETALLE</b>	<b>l (m)</b>	<b>a(m)</b>	<b>A(m)</b>	<b>#</b>	<b>Total</b>	<b>U</b>
ÁREA L.	9,58	6,14		1	58,82	m2
ÁREA A.1	7,00	7,00		1	49,00	m2
ÁREA A.2	10	8,00		4	320,00	
ÁREA P.	6	6,50		2	78,00	
<b>Total volumen de Obra</b>					<b>505,82</b>	<b>m2</b>
<b>RUBRO:</b>	Esteras de totora de 1,20x2,00	<b>CÓDIGO :</b>	11,0104	<b>U:</b>	m2	
<b>DETALLE</b>	<b>l (m)</b>	<b>a(m)</b>	<b>A(m)</b>	<b>#</b>	<b>Total</b>	<b>U</b>
ÁREA L.	9,58	6,14		1	58,82	m2
ÁREA A.1	7,00	7,00		1	49,00	m2
ÁREA A.2	10	8,00		4	320,00	
ÁREA P.	6	6,50		2	78,00	m2
<b>Total volumen de Obra</b>					<b>505,82</b>	<b>m2</b>
<b>12</b>	<b>INSTALACIONES HIDROSANITARIAS</b>					
<b>12,01</b>	<b>INSTALACIONES SANITARIAS AGUAS SERVIDAS</b>					
<b>RUBRO:</b>	Caja de revisión de ladrillo mambrón (0.60X0.60X0.6 M) con tapa	<b>CÓDIGO :</b>	12,0101	<b>U:</b>	u	
<b>DETALLE</b>	<b>l (m)</b>	<b>a(m)</b>	<b>h(m)</b>	<b>#</b>	<b>Total</b>	<b>U</b>
PLANTA SUBSUELO N-2.88				2	2	u
<b>Total volumen de Obra</b>					<b>2</b>	<b>u</b>
<b>RUBRO:</b>	Tubería pvc (DESAGÜE)	<b>CÓDIGO :</b>	12,0102	<b>U:</b>	u	
<b>DETALLE</b>	<b>l (m)</b>	<b>a(m)</b>	<b>h(m)</b>	<b>#</b>	<b>Total</b>	<b>U</b>
2"	3,00			15	15	u
4"	3,00			15	15	u
<b>Total volumen de Obra</b>					<b>30</b>	<b>u</b>
<b>RUBRO:</b>	DESAGÜE: codos, yes, uniones	<b>CÓDIGO :</b>	12,0103	<b>U:</b>	u	

DETALLE	l (m)	a(m)	h(m)	#	Total	U
Codos 2"				16	16	u
Y de 2"				16	16	u
Sifón 2"				16	16	u
Codos 4"				11	11	u
Y de 4"				11	11	u
<b>Total volumen de Obra</b>					<b>70</b>	<b>u</b>
<b>12,02</b>	<b>APARATOS SANITARIOS</b>					
<b>RUBRO:</b>	Lavamanos en mueble de tronco , incluye grifería	<b>CÓDIGO :</b>	12,0201	<b>U:</b>	u	
DETALLE	l (m)	a(m)	h(m)	#	Total	U
ÁREA L.					2	u
ÁREA R.					2	u
ÁREA A.					5	u
ÁREA P.					2	u
<b>Total volumen de Obra</b>					<b>11</b>	<b>u</b>
<b>RUBRO:</b>	Inodoro, incluye accesorios y grifería	<b>CÓDIGO :</b>	12,0202	<b>U:</b>	u	
DETALLE	l (m)	a(m)	h(m)	#	Total	U
ÁREA L.					2	
AREA R.					2	
AREA A.					5	
AREA P.					2	u
<b>Total volumen de Obra</b>					<b>11</b>	<b>u</b>
<b>RUBRO:</b>	Lavaplatos 1 pozo grifería tipo cuello de ganzo	<b>CÓDIGO :</b>	12,0203	<b>U:</b>	u	
DETALLE	l (m)	a(m)	h(m)	#	Total	U
AREA R. y P.				2	2	u
<b>Total volumen de Obra</b>					<b>2</b>	<b>u</b>
<b>12,03</b>	<b>GRIFERÍA</b>					
<b>RUBRO:</b>	Duchas eléctricas	<b>CÓDIGO :</b>	140404	<b>U:</b>	u	
DETALLE	l (m)	a(m)	h(m)	#	Total	U
AREA A. 1y2				5	5	u
<b>Total volumen de Obra</b>					<b>5</b>	<b>u</b>
<b>13</b>	<b>INSTALACIONES ELECTRICAS</b>					
<b>13,01</b>	<b>TUBERIA Y CABLEADO</b>					
<b>RUBRO:</b>	Tubería-luz de media	<b>CODIGO :</b>	13,0101	<b>U:</b>	u	
DETALLE	l (m)	a(m)	h(m)	#	Total	U
AREA TOTAL	100			3	3	u
<b>Total volumen de Obra</b>					<b>3</b>	<b>u</b>
<b>RUBRO:</b>	Cableado	<b>CODIGO :</b>	13,0102	<b>U:</b>	u	
DETALLE	l (m)	a(m)	h(m)	#	Total	U
Sólido 12	100				6	u
Sólido de 8 para ducha	100				0,5	u
<b>Total volumen de Obra</b>					<b>6,5</b>	<b>u</b>
<b>RUBRO:</b>	Instalaciones	<b>CODIGO :</b>	15,013	<b>U:</b>	u	
DETALLE	l (m)	a(m)	h(m)	#	Total	U
Cajetines				164	164	u
Medidor de luz				1	1	u

Caja de distribución				1	1	u
Interruptores				30	30	u
Voquillas				27	27	u
Tomacorrientes				31	31	u
<b>Total volumen de Obra</b>					<b>254</b>	<b>u</b>
<b>14</b>	<b>Instalaciones de agua</b>					
<b>14,01</b>	<b>TUBERIA</b>					
<b>RUBRO:</b>	Tubería pvc roscable de 1/2"	<b>CODIGO :</b>	14,0101	<b>U:</b>	u	
<b>DETALLE</b>	<b>l (m)</b>	<b>a(m)</b>	<b>h(m)</b>	<b>#</b>	<b>Total</b>	<b>U</b>
Agua Fría	6,00			9	9	u
Agua Caliente	6,00			1	1	u
<b>Total volumen de Obra</b>					<b>10</b>	<b>u</b>
<b>14,02</b>	<b>ACCESORIOS</b>					
<b>RUBRO:</b>	Tubería de 1/2", codos, tes, uniones	<b>CODIGO :</b>	14,0102	<b>U:</b>	u	
<b>DETALLE</b>	<b>l (m)</b>	<b>a(m)</b>	<b>h(m)</b>	<b>#</b>	<b>Total</b>	<b>U</b>
Agua Fría				110	110	u
Agua Caliente				22	22	u
Llaves de paso				8	8	u
Grifos				2	2	u
<b>Total volumen de Obra</b>					<b>142</b>	<b>u</b>
<b>15</b>	<b>INSTALACION DE PUERTAS Y VENTANAS</b>					
<b>15,01</b>	<b>CARPINTERÍA</b>					
<b>RUBRO:</b>	Puertas	<b>CODIGO :</b>	15,0101	<b>U:</b>	u	
<b>DETALLE</b>	<b>l (m)</b>	<b>a(m)</b>	<b>h(m)</b>	<b>#</b>	<b>Total</b>	<b>U</b>
Ingreso	2,00	5,00		1	1	u
Area L.	2,00	0,90		3	3	u
Area C.	2,00	0,90		6	6	u
Area R.	2,00	0,90		5	5	u
Area A.	2,00	0,90		10	10	u
Area P.	2,00	0,90		3	3	u
<b>Total volumen de Obra</b>					<b>28</b>	<b>u</b>
<b>RUBRO:</b>	Ventanas	<b>CODIGO :</b>	15,0101	<b>U:</b>	u	
<b>DETALLE</b>	<b>l (m)</b>	<b>a(m)</b>	<b>h(m)</b>	<b>#</b>	<b>Total</b>	<b>U</b>
Area L.	0,40	0,40		3	3	u
Area C.	1,00	1,40		4	4	u
Area R.	1,10	3,00		8	8	u
Area A.	1,10	1,60		10	10	u
Area P.	0,40	0,40		3	3	u
<b>Total volumen de Obra</b>					<b>28</b>	<b>u</b>
<b>15,02</b>	<b>VIDRIO</b>					
<b>RUBRO:</b>	Vidrio transparente de 5mm	<b>CODIGO :</b>	15,0201	<b>U:</b>	m2	
<b>DETALLE</b>	<b>l (m)</b>	<b>a(m)</b>	<b>h(m)</b>	<b>#</b>	<b>Total</b>	<b>U</b>
Area L.	0,40	0,40		3	0,48	m2
Area C.	1,00	1,40		4	5,6	m2
Area R.	1,10	3,00		8	26,4	m2
Area A.	1,10	1,60		10	17,6	m2

Area P.	0,40	0,40		3	0,48	m2
<b>Total volumen de Obra</b>					<b>51</b>	<b>m2</b>
<b>16</b>	<b>OBRAS EXTERIORES</b>					
<b>RUBRO:</b>	Esculturas	<b>CODIGO :</b>	16,0101	<b>U:</b>	u	
<b>DETALLE</b>	<b>l (m)</b>	<b>a(m)</b>	<b>h(m)</b>	<b>#</b>	<b>Total</b>	<b>U</b>
Nakzakota			2,00	1	1	u
Shamupay			2,00	1	1	u
<b>Total volumen de Obra</b>					<b>2</b>	<b>u</b>
<b>RUBRO:</b>	Fuentes de agua	<b>CODIGO :</b>	16,0102	<b>U:</b>	u	
<b>DETALLE</b>	<b>l (m)</b>	<b>a(m)</b>	<b>h(m)</b>	<b>#</b>	<b>Total</b>	<b>U</b>
P´akcha			1,50	1	1	u
Shamupay			1,50	1	1	u
<b>Total volumen de Obra</b>					<b>2</b>	<b>u</b>
<b>RUBRO:</b>	Senderos Interpretativos	<b>CÓDIGO:</b>	16,0103	<b>U:</b>	0	
<b>DETALLE</b>	<b>l (m)</b>	<b>a(m)</b>	<b>h(m)</b>	<b>#</b>	<b>Total</b>	<b>U</b>
Artizun				1	1	u
Muyu				1	1	u
<b>Total volumen de Obra</b>					<b>2</b>	<b>u</b>
<b>RUBRO:</b>	Limpieza final de la obra	<b>CÓDIGO:</b>	16,0104	<b>U:</b>	m2	
<b>DETALLE</b>	<b>l (m)</b>	<b>a(m)</b>	<b>h(m)</b>	<b>#</b>	<b>Total</b>	<b>U</b>
Implantación	34,30	34,30		1	1176,49	m2
<b>Total volumen de Obra</b>					<b>1176,49</b>	<b>m2</b>

## Anexo 8: Verificación Urkund



### Document Information

Analyzed document	TRABAJO DE GRADO MORALES -GUAMÁN -KÁRUN LODGE.pdf (D114270679)
Submitted	2021-10-05 02:49:00
Submitted by	ECHEVERRIA CACHIPUENDO GALO OSWALDO
Submitter email	gocheverria@utn.edu.ec
Similarity	0%
Analysis address	gocheverria.utn@analysis.orkund.com

### Sources included in the report



URL: <https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/378657/tnch1de1.pdf?sequence=6&isAllowed=y>  
 Fetched: 2021-10-05 02:50:00

