

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



**“LODGE PARA FOMENTAR LA ACTIVIDAD AGROECOLÓGICA Y CULTURAL
EN LA COMUNIDAD KICHWA DE AGATO DEL CANTÓN OTAVALO -
ECUADOR”**

Trabajo de Grado previo a la obtención del título de Licenciado
en Turismo

AUTORAS:

Chuquin Guaman Rosa Adela

Remache Cushcagua Jenny Marisol

DIRECTOR:

Galo Oswaldo Echeverría Cachipueno MSc.

Ibarra - 2023



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:	DE	1004033872	
APELLIDOS Y NOMBRES:	Y	Chuquin Guaman Rosa Adela	
DIRECCIÓN:		San Clemente - La Esperanza	
EMAIL:		rachuqing@utn.edu.ec	
TELÉFONO FIJO:		TELÉFONO MÓVIL:	0988870875

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	"LODGE PARA FOMENTAR LA ACTIVIDAD AGROECOLÓGICA Y CULTURAL EN LA COMUNIDAD KICHWA DE AGATO DEL CANTÓN OTAVALO - ECUADOR"
AUTORAS:	Remache Cushcagua Jenny Marisol Chuquin Guaman Rosa Adela
FECHA: DD/MM/AAAA	09 de enero del 2023
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Licenciatura en Turismo
ASESOR /DIRECTOR:	MSC. CEVALLOS CALAPI RAUL CLEMENTE

2. CONSTANCIAS

Las autoras manifiestan 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 son los titulares de los derechos patrimoniales, por lo que asumen la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrán en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 10 días del mes de abril de 2023

LA AUTORA:


.....
CHUQUIN GUAMA ROSA ADELA



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:	1050172301		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Remache Cushcagua Jenny Marisol		
DIRECCIÓN:	Agato Alto		
EMAIL:	jmremachec@utn.edu.ec		
TELÉFONO FIJO:	062690924	062690924	062690924

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	"LODGE PARA FOMENTAR LA ACTIVIDAD AGROECOLÓGICA Y CULTURAL EN LA COMUNIDAD KICHWA DE AGATO DEL CANTÓN OTAVALO - ECUADOR"
AUTORAS:	Remache Cushcagua Jenny Marisol Chuquin Guaman Rosa Adela
FECHA: DD/MM/AAAA	09 de enero del 2023
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Licenciatura en Turismo
ASESOR/DIRECTOR:	MSC. CEVALLOS CALAPI RAUL CLEMENTE

2. CONSTANCIAS

Las autoras manifiestan 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 son los titulares de los derechos patrimoniales, por lo que asumen la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrán en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.


Ibarra, a los 18 días del mes de abril de 2023

EL AUTORAS:

REMACHE CUSHCAGUA JENNY MARISOL

APROBACIÓN DE TRABAJO DEL TRABAJO DE GRADO

En calidad de Director del Trabajo de “**LODGE PARA FOMENTAR LA ACTIVIDAD AGROECOLÓGICA Y CULTURAL EN LA COMUNIDAD KICHWA DE AGATO DEL CANTÓN OTAVALO - ECUADOR**”, de autoría de las señoritas: Chuquin Guaman Rosa Adela, con cédula de ciudadanía número 100403387-2, y Remache Cushcagua Jenny Marisol, con cédula de ciudadanía número 105017230-1, tengo a bien manifestar que el documento contiene los requisitos académicos e investigativos pertinentes para que sea sometido a defensa pública, por lo que autorizo que se realicen los trámites consiguientes.



.....
DOCENTE

MsC. Galo Oswaldo Echeverría Cachipundo
C.I. 1713642666

RESUMEN EJECUTIVO

Este trabajo aborda el estudio de factibilidad de implementación de un *lodge* en Agato una comunidad rural indígena de Otavalo, la creación surge como idea para brindar un servicio de hospedaje, el emprendimiento contiene servicios de pernoctación, restauración y actividades complementarias. El fin de los servicios es lograr que el visitante pueda satisfacer sus necesidades de ocio, descanso o trabajo en un lugar rustico, tranquilo y acogedor. La comunidad de Agato no posee un establecimiento de alojamiento, la cual resulta esencial para brindar al turista un servicio más íntegro, por ello se muestra como una idea innovadora en el mercado turístico. El documento se compone de 6 capítulos con información sustancial para su realización, se visualiza un desarrollo factible dentro del emprendimiento, la metodología que se usa tanto la cuantitativo como la investigación descriptiva, para la obtención del mercado objetivo de las encuestas realizadas, las cuales sirvieron para la recolección de datos verídicos, gustos preferenciales, segmentación de mercado y también conocer los precios concretos a pagar en los servicios que oferta el establecimiento. Además, un capítulo que muestra el plano arquitectónico para una mejor visibilidad de la proyección del emprendimiento en la cual se definen las áreas que se implementaran dentro del establecimiento, también se analiza el análisis de gestión ambiental para mostrar que es un proyecto que busca minimizar los impactos negativos que genera la construcción y operación. Por tanto, el resultado obtenido es aceptable debido a los resultados económicos arrojados dentro de un periodo mayor a 6 años son positivos.

Palabras Clave: *Lodge*-alojamiento—Restauración-gastronomía

ABSTRACT

This work deals with the feasibility study of the implementation of a lodge in Agato, an indigenous rural community Otavalo, the creation arises as an idea to provide a lodging service, the undertaking contains overnight services, restoration and complementary activities. The purpose of the services is to ensure that the visitor can satisfy their needs for leisure, rest or work in a rustic, quiet and cozy place. The Agato community does not have a lodging establishment, which is essential to provide tourists with a more complete service, which is why it is shown as an innovative idea in the tourism market. The document is made up of 6 chapters with substantial information for its realization a feasible development is visualized within the enterprise, the methodology that is used both quantitative and descriptive research, to obtain the target market of the surveys carried out, which served to collect true data, preferential tastes, market segmentation and also know the specific prices to pay for the services offered by the establishment. In addition, a chapter that shows the architectural plan for a better visibility of the projection of the enterprise in which the areas that will be implemented within the establishment are defined, the analysis of environmental management is also analyzed to show that it is a project that seeks to minimize the negative impacts generated by construction and operation. Therefore, they result in a positive development in terms of the acceptance of the project, with profitable economic results in a period greater than 6 years.

Keywords: *Lodge-accommodation-Restaurant-gastronomy*

DEDICATORIA

Detrás de este proyecto está un largo proceso y dedicación, el resultado que se obtuvo es el mejor debido a que permitió recoger datos que pueden apoyar a los lectores. Nuestro lugar de estudio ha proporcionado instalaciones modernas y tecnológicas para fortalecer nuestra educación, docentes por otorgarnos sus conocimientos para ser profesionales de calidad y excelencia.

Dedicamos esta tesis a la Universidad Técnica del Norte por permitirnos enriquecernos de sabiduría durante nuestra vida universitaria, como también por habernos permitido vivir momentos importantes que nos han forjado como seres humanos.

Chuquin Adela & Remache Jenny

AGRADECIMIENTO

Doy gracias principalmente a mi madre por ser padre y madre a la vez, hermanos y hermanas, pues han sido un apoyo incondicional en el transcurso de mi vida dándome ejemplo de humildad, superación y constancia; enseñándome a valorar mis raíces. A mi amiga por todos los momentos compartidos dentro y fuera del aula.

Agradezco a mi tutor de tesis, por la confianza, paciencia y cariño, pues ha sido un excelente profesor y guía a lo largo de mi carrera universitaria y sobre todo al realizar el presente trabajo de titulación.

Chuquin Adela

Agradezco a mis padres por ser mi apoyo incondicional, el pilar y ejemplo de vida; a mi familia, amiga/compañera de tesis por haber confiado en mí, mantenerse cerca en momentos difíciles, por tantas alegrías y alientos. Todo esto me ha enseñado el significado de amor, y el resultado ha sido impresionante.

Agradezco a mi tutor de tesis por haberme ayudado e instruido en la realización del presente proyecto de grado, su sincera amistad y por su confianza. También, agradezco al director de tesis por su paciencia y enseñanza para culminar la tesis.

Remache Jenny

ÍNDICE

AUTORIZACIÓN	I
AUTORIZACIÓN	III
APROBACIÓN DE TRABAJO DEL TRABAJO DE GRADO.....	IV
RESUMEN EJECUTIVO	V
<i>ABSTRACT</i>	VI
DEDICATORIA.....	VII
AGRADECIMIENTO.....	VIII
ÍNDICE	X
INTRODUCCIÓN	XVIII
OBJETIVOS	XX
UNIDAD 1. IDEA DE NEGOCIO	21
1.1. Justificación de la idea de negocios	21
1.1.1. El problema	21
1.1.2. Desarrollo de la idea.....	23
1.2. Producto o servicio para ofrecer	25
1.3. Análisis PEST	26
1.3.1. Político legal	26
1.3.2. Socio cultural	27
1.3.3. Económico.....	28
1.3.4. Tecnológico	28
1.3.5. Medioambiente	29
1.4. Cinco fuerzas de PORTER	29
1.4.1. Competidores potenciales	29
1.4.2. Compradores.....	29
1.4.3. Productos sustitutos	30
1.4.4. Proveedores	30
1.4.5. Competidores en el sector.....	30

1.5. Matriz AOOR	31
UNIDAD 2. MODELO DE NEGOCIO	32
2.1. Lienzo <i>Canvas</i>	32
2.1.1. Segmentos de mercado.....	32
2.1.2. Propuesta de valor.....	32
2.1.3. Canales	32
2.1.4. Relaciones con clientes	33
2.1.5. Fuentes de ingreso	33
2.1.6. Recursos clave	33
2.1.7. Actividades clave	34
2.1.8. Asociaciones clave	34
2.1.9. Estructura de costos	34
2.2. Modelo de negocio	36
UNIDAD 3 ESTUDIO DE MERCADO	39
3. Estudio de mercado.....	39
3.1. Diseño de la investigación.....	39
3.1.1. Investigación exploratoria	39
3.1.2. Investigación descriptiva.....	39
3.2. Técnicas e instrumentos de recolección	40
3.2.1. Encuesta.....	40
3.3. Diseño del plan muestral.....	40
3.4. Segmentación de mercados.....	42
3.5. Análisis del producto	45
3.6. Análisis de la demanda	54
3.7. Análisis de la oferta	54
3.8. Demanda insatisfecha o nivel de aceptación del producto.....	56
UNIDAD 4. ESTUDIO TÉCNICO ORGANIZACIONAL.....	58
4.1. Estudio técnico - tamaño óptimo del negocio.....	58
4.2. Localización	60
4.2.1. Macro localización	60

4.2.2. Micro localización	63
4.3. Identificación y descripción de los procesos	64
4.3.1. Caracterización y diseño del producto/servicio.....	64
4.3.2. Descripción del proceso productivo o prestación del servicio.....	74
4.3.3. Proceso de reserva directa del restaurante:	80
4.3.4. Proceso de reserva mediante medios tecnológicos del restaurante:..	82
4.4. Ingeniería del proyecto.....	84
4.4.1. Distribución de la planta	84
4.4.2. Requerimientos por áreas	91
4.4.3. Insumos.....	95
4.4.4. Capital de trabajo.....	101
4.5. Inversiones y capital de trabajo.....	102
4.6. Estructura organizativa y administrativa.....	103
4.6.1. Misión	103
4.6.2. Visión.....	103
4.6.3. Políticas	103
4.6.4. Valores	105
4.6.5. Marca e imagen corporativa	105
4.6.6. Propuesta mercadológica	105
4.6.7. Identidad corporativa	106
4.6.8. Marca.....	106
4.6.9. Aplicación de la identidad en papelería corporativa.....	108
4.6.10. Materiales publicitarios	109
4.6.11. Organigramas.....	110
4.7. Constitución de la empresa y propiedad intelectual	113
4.7.1. Constitución legal del establecimiento según el tipo de compañía ..	113
4.8. Propuesta comercial.....	114
UNIDAD 5. ESTUDIO AMBIENTAL	116
5.1. Objetivos	116
5.2. Descripción de las acciones del emprendimiento	116

5.3. Factores ambientales para interrelacionar en el EIA.....	118
5.4. Descripción del método a aplicar	120
5.5. Escalas o rangos de valoración ambiental para el EIA	120
5.6. Interrelación entre las acciones y factores ambientales del emprendimiento turístico	122
5.7. Determinación de la magnitud, importancia, severidad o significancia ..	123
5.8. Jerarquización de los impactos ambientales según la evaluación	141
5.9. Matriz del plan de manejo ambiental \ jerarquización ambiental	142
UNIDAD 6. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO	145
6.1. Balance de situación inicial	145
6.2. Tabla de Amortización financiera	147
6.3. Tabla del costo de capital.....	147
6.4. Detalle económico del flujo de un año.....	148
6.5. Proyección económica de flujo del año 10	151
6.6. Evaluación financiera tasa interna de rentabilidad (TIR) y El valor actual neto (VAN).....	151
6.7. Punto de equilibrio.....	152
CONCLUSIONES.....	154
RECOMENDACIONES	156
ANEXOS	157
Bibliografía	162

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Lluvia de ideas	24
Tabla 2. Matriz AOOD	31
Tabla 3 Lienzo Canvas.....	35
Tabla 4 Mercados receptores.....	41
Tabla 5 Segmentación de mercado.....	43
Tabla 6 Demanda potencial.....	54
Tabla 7 Oferta en el mercado de Cuenca de la competencia.....	55
Tabla 8 Oferta en el mercado de Quito de la competencia	55
Tabla 9 Oferta en el mercado de Imbabura de la competencia.....	56
Tabla 10 Proyección de la demanda insatisfecha, competencia y demanda potencial	57
Tabla 11 Demanda objetiva proyectada.....	57
Tabla 15 Detalles de habitación	67
Tabla 16 Características de menú de desayunos	68
Tabla 17 Características de menú almuerzo	69
Tabla 18 Características menú cena.....	70
Tabla 19 Características menú platos a la carta	70
Tabla 20 Recorridos	72
Tabla 21 Actividad complementaria	73
Tabla 22 Productos del taller.....	73
Tabla 23 Proceso de reservación.....	77
Tabla 24 Proceso de check in - check out.....	79
Flujograma 3. Tabla 25 Proceso de reserva directa de restaurante	81
Flujograma 3 Tabla 26 Proceso de reserva mediante medios tecnológicos del restaurante	83
Tabla 27 Infraestructura	89
Tabla 28 Maquinaria y Equipo.....	91
Tabla 29 Insumos y requerimientos	95
Tabla 30 Capital de trabajo	101

Tabla 31 Inversión.....	102
Tabla 12 Tipografía	107
Tabla 13 Papelería corporativa	109
Tabla 14 Herramientas publicitarias	110
Tabla 32 acciones del emprendimiento	116
Tabla 33 Acciones físicas del establecimiento	118
Tabla 34 Factores e impactos ambientales.....	118
Tabla 35 Rangos negativos.....	120
Tabla 36 Rangos positivos	120
Tabla 37 Escala interpretativa de valoración.....	122
Tabla 38 Acondicionamiento de habitaciones	123
Tabla 39 Acondicionamiento de restaurante	125
Tabla 40 Área de instrumentos	126
Tabla 41 Adecuación de huertos.....	128
Tabla 42 Servicio de hospedaje	129
Tabla 43 Servicio restaurante.....	130
Tabla 44 Servicio recorridos.....	132
Tabla 45 Servicio instrumentos	134
Tabla 46 Convivencia gastronómica	136
Tabla 47 Resumen de evaluación	138
Tabla 48 Jerarquización general	141
Tabla 49 Plan de manejo.....	142

ÍNDICE FIGURAS

Figura 1. En su último viaje turístico dentro del país, ¿Cuál fue el principal tipo de destino visitado.....	45
Figura 2 Cruce de pregunta nº13 y nº17: La última vez que viajó por más de un día, ¿Qué tipo de alojamiento utilizó?, ¿Cuánto fue el costo por personas y por noche del establecimiento de alojamiento que ocupó en su último viaje?	46
Figura 3. Cruce entre las preguntas nº13 y nº6: La última vez que viajó por más de un día, ¿Qué tipo de alojamiento utilizó?	47
Figura 4. Cruce entre las preguntas nº13 y nº7: La última vez que viajó por más de un día, ¿Qué tipo de alojamiento utilizó?	48
Figura 5. Cruce entre las preguntas nº13 y nº7: La última vez que viajó por más de un día, ¿Qué tipo de alojamiento utilizó?	49
Figura 6. Cruce entre las preguntas nº13 y nº3: La última vez que viajó por más de un día, ¿Qué tipo de alojamiento utilizó?	50
Figura 7. ¿Considera usted que la Comunidad de Agato posee atractivos turísticos?	52
Figura 8. Cruce entre las preguntas nº22 y nº23: ¿Conoce usted sobre los saberes ancestrales del Pueblo Kichwa Otavalo?, ¿Qué manifestaciones culturales conoce?	52
Figura 10. Macro localización.....	61
Figura 11. Micro localización	63
Figura 12. Planos de la instalación/infraestructura.....	88
Figura 13. Imagen corporativa.....	105
Figura 14. Tabla de situación inicial	146
Figura 15. Tabla de amortización	147
Figura 16. Costo de capital.....	147
Figura 17. Detalles flujo del año uno	150
Figura 18. Proyección de flujo del año 10	151
Figura 19. Evaluación financiera TIR y VAN	152
Figura 20. Punto de equilibrio.....	153
Figura 21. Gráfico del punto de equilibrio.....	153
Figura 22. Árbol de problemas	157
Figura 23. Parqueadero render	157

Figura 24. Área exterior del restaurante	158
Figura 25. Renders exteriores del Lodge	158
Figura 26. Render zona de fogatas	159
Figura 27. Habitación triple Kimsa.....	160
Figura 28. Habitación familiar Ayllu	160
Figura 29. Área restaurante.....	161
Figura 30. Área de manufacturación de instrumentos.....	161

INTRODUCCIÓN

Un establecimiento de alojamiento pretende brindar al cliente un sitio de pernoctación, relajación, además, busca distracción con atractivos turísticos, por tanto, este proyecto se basa en brindar un servicio de calidad en un sector rural. Agato¹ es una comunidad ubicada en la provincia de Imbabura, a la cual varios turistas ya sea nacionales e internacionales visitan el sector en las distintas fechas del año debido a la forma de vida de los pobladores, los atractivos que posee dentro de la zona, permite crear un ambiente armónico y de paz para descansar.

La importancia de un buen entorno para descansar ha permitido crear la idea de negocio en la comunidad de Agato, para esto se ha estudiado; los factores sociales, demográficos, ambientales, estructurales y financieros, para la puesta en marcha un emprendimiento sustancial en el turismo. Un *lodge* permite facilitar al turista su estancia en el sitio, por ende, se optó por el análisis del servicio de hospedaje, restauración y actividades complementarios con servicio de calidad.

Los seis capítulos de los cuales están subdivididos en este documento, permitirán indagar de mejor manera el tema. Se iniciará por la investigación teórica de los antecedentes del tema escogido, para después proseguir con el capítulo II que posibilita conocer los gustos y preferencias, una visión más amplia de los gustos del cliente, para esto se utilizará la metodología de investigación descriptiva y cuantitativa de la cual se optará por el uso de instrumentos a través de un muestreo total de la población para la realización de encuestas. Al igual que se analiza el segmento de mercado que se proyecta como un público objetivo.

¹ Agato es una comunidad rural perteneciente a la provincia de Imbabura, cantón Otavalo. Esta compuesta por 1500 personas, la administración organizativa está conformada por los cabildos (comisión electoral).

Dentro del capítulo III se define el análisis y determinación de la localización del emprendimiento, consecuentemente se analizará el diseño de los servicios a ofertar. Seguidamente, se estudia la ingeniería del proyecto, la redistribución, adecuaciones y requerimientos de cada área, al igual que la inversión y capital de trabajo que se empleará. A continuación, se halla la misión, visión, políticas, valores, marca e imagen corporativa, organización del proyecto internamente.

Para continuar en el IV capítulo permite analizar el plan de comercialización y marketing para la promoción y difusión del *Lodge*, las herramientas que se usará para los paneles publicitarios, páginas webs, redes sociales que permita ser reconocido al establecimiento. Seguidamente, el capítulo V, proporciona un análisis de los impactos negativos del funcionamiento del proyecto para lo cual se hace uso del método de Leopold modificado, también de adentra la jerarquización de los aspectos positivos y negativos, al igual que la realización de un plan de manejo para analizar las medidas de mitigación que intervengan en la operación y construcción del *lodge*.

Finalmente, en el capítulo VI se conoce el análisis financiero, se detalla varios puntos, desde la entidad financiera con la que se va a trabajar, puntos tales como; el balance de situación inicial, costo de capital de trabajo, flujo proyectado, tabla de amortización y el punto de equilibrio, hasta evidenciar si los datos totales resultan positivos la cual precisa que es factible el emprendimiento.

OBJETIVOS

Objetivo general

Diseñar un establecimiento de alojamiento de categoría *lodge* por medio del estudio técnico de factibilidad para verificar si es un emprendimiento realizable en la comunidad de Agato.

Objetivos específicos

- Establecer el modelo de negocio para activar la economía del emprendimiento
- Identificar la oferta y la demanda que producirá el diseño del *lodge*, mediante un estudio de mercado
- Realizar un estudio técnico con la finalidad de mostrar todos los requerimientos para el adecuado funcionamiento del establecimiento.
- Diseñar un estudio administrativo para determinar aspectos organizativos que deberá considerar en la idea de negocio.
- Identificar los posibles efectos del proyecto mediante un estudio de impacto ambiental, para evitar la sobreexplotación de recursos.
- Determinar la factibilidad del proyecto mediante un estudio financiero para una mayor rentabilidad.

UNIDAD 1. IDEA DE NEGOCIO

1.1. Justificación de la idea de negocios

1.1.1. El problema

El *lodge* es un emprendimiento innovador dentro de la comunidad de Agato, proporcionando al cliente servicios de alojamiento con un elevado estándar de calidad, satisfaciendo sus necesidades. Las diversas actividades ofertadas permitirán al visitante encontrar un sitio de distracción familiar y relajación dentro de un entorno natural.

Según el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia Doctor Miguel Egas Cabezas (2015 – 2019) La comunidad no cuenta con sitios de pernoctación y recreación para el posible consumidor, la falta de conocimiento en el ámbito de alojamiento turístico por parte de la población local ha dificultado aún más en el desarrollo del turismo rural. La existencia de obstáculos para el acceso a la formación de profesionales de turismo y hotelería en el sitio, escasos recursos económicos e inversionistas que planteen proyectos de emprendimiento que favorezcan la creación de nuevas empresas.

La existencia de productos turísticos adecuados para la llegada del turista y la falta de sitios de pernoctación ocasiona el no retorno de visita al mismo sector. El limitante financiamiento económico local, impide la creación de emprendimientos turísticos no funcionales, como efecto, dentro de la comunidad no existe propuestas técnicas de emprendimiento.

La comunidad kichwa de Agato ha recibido una gran cantidad de visitantes, sobre todo en las fiestas tradicionales de los solsticios de cada año; mes de junio las fiestas de agradecimiento a la *Pachamama (Inti Raymi)*, mes de noviembre día de los difuntos, mes de abril las tradiciones religiosas, y demás meses del año permite conocer las formas de vida de la comunidad y demás sitios en los que habitan la población indígena, a pesar de esto, la baja plazas de alojamiento ha

hecho que los turistas tengan que retornar a sus sitios de residencia el mismo día o pernoctar en sitios cercanos de la comunidad. Por tanto, los turistas acuden a la comunidad en eventos sumamente importantes, para concluir se puede mencionar que la puesta en marcha del emprendimiento permitirá la creación de plazas de alojamiento para satisfacer las necesidades y comodidades de los turistas en un entorno rural.

El diseño de un *lodge* busca que el visitante encuentre un sitio de pernoctación dentro de la comunidad de Agato², su estancia en el sector sea mayor a un día para el disfrute de los eventos culturales. Este proyecto también sea beneficioso para la población, ya sea directa o indirectamente, debido a que se pretende usar productos o materia prima (Productos comestibles; semillas, tubérculos, vegetales, madera para muebles, vestimenta tradicional) hechos por la misma comunidad.

El presidente de la comunidad Fabian Vega menciona que “Con el pasar de los años la comunidad ha ido teniendo problemas económicos provocando la migración de la población, a pesar de poseer grandes recursos naturales y culturales (Viviendas con infraestructuras antiguas, tradiciones, costumbres, belleza paisajista, piedra (*Huantun Rumi*) para realizar escaladas). La inexistencia y la limitada plaza de alojamiento turísticos ha hecho que los viajeros no tomen en cuenta a la comunidad como un sitio de pernoctación, Debido a esto la comunidad continua con las mismas carencias causando el no progreso del desarrollo turístico comunitario”.

² Agato es una comunidad rural perteneciente a la provincia de Imbabura, cantón Otavalo. Esta compuesta por 1500 personas, la administración organizativa está conformada por los cabildos (comisión electoral).

1.1.2. Desarrollo de la idea

El presente documento propone el planteo teórico del diseño de un *lodge* con enfoque cultural y agroturismo en la comunidad de Agato – Otavalo, esta idea combina varias actividades que se encuentran dentro del lugar que pueden brindar descanso y armonía para el cliente...

Los autores, Zamorano, L., Cabral, A., & Aguilar, A. (2015) concluyen lo siguiente:

El agroturismo ha sido definido como una actividad realizada en explotaciones agrarias (granjas o plantaciones), donde los actores complementan sus ingresos con alguna forma de turismo, facilitando alojamiento y/o alimentación, con el fin de brindar al turista la oportunidad de familiarizarse con los trabajos agropecuarios. (p. 186)

La empresa turística ofrecerá actividades agrarias en la cual los turistas formen parte de las prácticas culturales instruyendo el respeto hacia la Madre Tierra (*Pachamama*) disfrutando de un nuevo entorno; experimentando una manera de vida diferente, deleitándose en la proximidad de la naturaleza, de una vida tradicional, gastronomía, rituales ancestrales, con la esencia propia de la sabiduría Kichwa-Otavalo.

Andrea Grefa (2017), menciona que:

La intención es rescatar la música, danza y demás tradiciones para que la juventud Kichwa la practique y la conserve como un legado de los ancestros. Los jóvenes Kichwas en la actualidad dan poca importancia a esta situación, y lo que se pretende con esta investigación es incentivar la importancia y el uso emocional en la sociedad para comprender el curso de la vida de los antepasados, logrando desarrollar habilidades a la hora de rescatar y cultivar la música Kichwa, la danza y otros rituales con el objetivo de cultivar la música Kichwa. (p. 18)

El emprendimiento consta de un área de gran extensión, baño privado, jacuzzi (hab. matrimoniales), restauración, un espacio para la demostración de la manufacturación de instrumentos de vientos, áreas verdes de esparcimiento, áreas de huertos para la interpretación de la parte agrícola del establecimiento.

Este proyecto está alineado principalmente al alojamiento, con un enfoque a la recreación y relajación de los visitantes en un entorno rural, busca brindar un

servicio de calidad para la satisfacción del turista. También, permitirá no perjudicar al entorno, y fortalecer la importancia de la cultura dentro del establecimiento.

Tabla 1 Lluvia de ideas

IDEA	CRITERIO ECONOMICO (rango 1 - 5)	CONOCIMIENTO DEL NEGOCIO (rango 1 - 5)	PROXIMIDAD AL MERCADO (rango 1 - 5)	TOTAL
Cabañas con diseño tradicional en la comunidad de San Clemente	1	2	3	6
Refugio en la comunidad San Clemente	1	4	3	8
Taller de instrumentos de viento en la comunidad de Agato	4	3	4	11
Lodge para fomentar la actividad agroecológica y cultural en la comunidad de Agato	3	5	4	12

Fuente: Elaboración de las autoras

1. Lo más difícil
2. Medianamente difícil
3. Indiferente
4. Medianamente fácil
5. Lo más fácil

El uso de la herramienta de lluvia de ideas o *brainstorming*, permitió seleccionar el tema del proyecto, como se puede visualizar el resto de ideas no fueron rentables debido a factores de competitividad, demanda de turistas nacionales como extranjeros en la comunidad, debido a esto se puede llegar a la conclusión que la idea del diseño de un *lodge* en la comunidad de Agato no genera

aspectos negativos durante el desarrollo del establecimiento, puesto a ser un emprendimiento apegado al entorno rural.

1.2. Producto o servicio para ofrecer

El diseño del *lodge* será un establecimiento dentro de la comunidad kichwa de Agato, además la no existencia de un sitio de alojamiento permitirá la llegada de visitantes al establecimiento. De tal manera se considera a este proyecto como un emprendimiento innovador, debido al servicio que se brindará, para satisfacer las necesidades del turista, tales como; el hospedaje en diversos tipos de habitaciones con comodidades únicas en un sitio alejado de la ciudad, restauración, actividades complementarias; interpretación de instrumentos de viento, huertos agrícolas, fogatas.

La idea de negocio consta de satisfacer las necesidades de relajación en el cual abarca todas las actividades de ocio, alojamiento, gastronómico, el interés de los saberes culturales y ancestrales de la comunidad.

La “Q” de calidad es la marca que garantiza la calidad de los productos y servicios ofrecidos en establecimientos de turismo, permite ser distinguido en el ámbito nacional e internacional, es reconocido después de superar pruebas rigurosas y objetivas en su compromiso con la calidad. Según Medina (2016) menciona:

Los Sistemas de Calidad Turística proporcionan un marco de referencia para los establecimientos de los estándares de calidad mínimos, que diferencian una empresa comprometida con el servicio al cliente y la mejora continua de sus procesos, y, por tanto, de su organización, es importante mencionar que es necesario mantener vigente el estatus del certificado. (p.203)

El mismo autor, corrobora que “de la misma manera, el emprendimiento busca la obtención del sello “Q” de Calidad Turística, debido a su significado, la otorgación de este distintivo muestra la calidad, seguridad y profesionalidad de los servicios que se ofertan en los establecimientos de servicio.

1.3. Análisis PEST

El análisis de los factores Políticos, Económicos, Sociales y Tecnológicos (PEST) que se va a realizar a continuación, sirve para conocer factores externos del emprendimiento, puesto que abarca ámbitos políticos, económicos, sociales y tecnológicas, estos componentes influyen de alguna manera en el proyecto y es necesario investigarlos.

1.3.1. Político legal

El Ministerio de Turismo es el principal ente regulador del emprendimiento, debido a la categoría que presenta dentro del Reglamento de alojamiento turístico, *lodge*, también es quien establece cada requisito y especificación que debe contener el establecimiento para operar adecuadamente.

Dentro del reglamento de alojamiento establece en el Art.5 de la Ley de Turismo como actividad turística al servicio de alojamiento, además también de acuerdo con Art. 12 se registra (2015) que *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. (Ley de Turismo, p.9)

El servicio de alojamiento es un ámbito muy importante al momento de viajar, por ello el Reglamento de alojamiento ha sido metódico al imponer normas concretas para brindar el servicio de hospedaje, de esta forma se ha categorizado a los establecimientos con distintas categorizaciones, dependiendo del servicio que oferta, de manera que el turista logre satisfacer sus necesidades. El *lodge Kawsakunchimari* (seguimos existiendo) es un establecimiento rústico que oferta servicios de alojamiento dentro de una comunidad indígena donde los visitantes

formen parte de las manifestaciones culturales, desarrollando actividades asociadas a la sostenibilidad y sustentabilidad del medio ambiente.

1.3.2. Socio cultural

La función de este emprendimiento dentro de la comunidad es, servir como una fuente de empleos y nuevos emprendedores en el sector, debido a que el *lodge* será motivadora del incremento de productos turísticos. Tal es la forma que el área geográfica podrá beneficiarse directa o indirectamente en el aspecto económico. Además, los futuros turistas apreciarán un sitio de descanso rústico natural, de tal forma su descanso será armónico y de aprendizaje, también la vista y experiencias adentradas con la naturaleza, de tal manera el sitio ofrezca paz, relajación, y aprendizaje. El *lodge* ofrecerá al turista experiencias de acorde a la cultura del sector, actividades de turismo vivencial que permitirá al visitante incrustarse de acorde a nuevas costumbres, tradiciones y formas de vida, de modo que el sitio sea apropiado para recreación, aprendizaje y descanso.

También dentro del establecimiento se establecerá convivencias con los clientes para mostrar formas de vida, tradiciones, creencias y costumbres de la cultura Kichwa del sector, tales como; la representación de sueños, el matrimonio Kichwa, gastronomía tradicional, de esta manera enfocar el emprendimiento al ámbito cultural armónico.

Cómo menciona el libro de la Cosmovisión Andina de Cotacachi (2017): “El maíz, además de ser un buen alimento, no falla en el estante hogareño para necesidades cotidianas y festivas, por su carácter ritual y sagrado. Desde la siembra hasta la cosecha es atendido como una propia deidad, durante el día y la noche. Se construyen talanqueras o casas al interior de la *chakra*, para cuidarla íntegramente. Las mejores mazorcas se seleccionan para la semilla; se realiza el ritual de la *wayunka* y se engancha en la entrada de las viviendas como una forma de reverenciarlas, por parte de propios y extraños” (pág. 140).

La cosmovisión Andina es amplia y uno de los principales alimentos con significados muy ambiguos es el maíz, un producto esencial en la gastronomía tradicional, además; sus derivados la harina, la chicha, tostado, otros. El proceso para la obtención de los productos finales tiene una serie de actividades así también como con sus respectivos nombres y significados.

1.3.3. Económico

El proyecto en la comunidad de Agato tiene como objetivo generar economía mediante la contratación y capacitación del personal de servicio, la generación de fuentes de empleo y emprendimientos; tales como: restaurantes, cafeterías, y demás sitios turísticos con orientación cultural que beneficien a la comunidad en general.

1.3.4. Tecnológico

El uso de paneles solares para la obtención de luz eléctrica en el establecimiento siendo así una de las formas para evitar calefactores que no es amigable con el medio ambiente, la implementación de prácticas ancestrales (hornos de leña, cocina en fuego) permitirá minorar el uso de objetos tecnológicos y a la vez aprovechar la energía que posee la luz del sol.

El uso de plataformas de difusión donde se ofertarán diferentes actividades, paquetes turísticos al cual podrá cada persona acceder y contactarse directamente con la persona encargada del *lodge* para realizar cambios de los paquetes si ese es el caso, y de la misma manera realizar publicidad en todas las plataformas virtuales más visitadas, tales como: *Tik tok, Instagram, Blogs, Facebook, YouTube*, entre otras.

1.3.5. Medioambiente

Este proyecto busca, hacer uso de actividades no perjudiciales para el ecosistema, tales como: el manejo sostenible de aguas residuales y saneamiento que permite la disminución de consumo del agua potable, el uso adecuado del reciclaje de desperdicios orgánicos, inorgánicos y clasificación de plásticos.

A la vez el cuidado de su flora y fauna nativa, mediante la clasificación y utilización de los desechos orgánicos mediante el proceso de composta donde se elabora abono orgánico para las plantas de esta manera fomentando a la población en la importancia del cuidado y mantenimiento de sus terrenos. También se realizará interpretaciones de las plantas medicinales que existen en el sector, donde se dará a conocer los beneficios y las funciones de cada planta, impulsando al visitante hacer uso de la medicina ancestral como fuente de sanación.

1.4. Cinco fuerzas de PORTER

Después de haber detallado el análisis PESTA, se procederá a realizar el análisis de Porter y cada uno de las fuerzas que lo componen, debido a que permitirá a la empresa conocer la competencia que tiene dentro de la comunidad en la que va a opera.

1.4.1. Competidores potenciales

En Otavalo existen una gran cantidad de sitios que ofrecen servicios de alojamiento y alimentación, con enfoques diferentes al que ofrece el emprendimiento. Algunos de estos establecimientos son: *Urku Wasi*, las cabañas del Lago, el hostal *Aya Huma* son considerados competidores potenciales ya que son instalaciones reconocidas. Pero no ofrecen las mismas prestaciones que el *lodge*.

1.4.2. Compradores

En cuanto a los compradores, las ofertas serán dirigidas a clientes que estén interesadas en experimentar el turismo cultural y el agroturismo, de esta manera

atraer y diferenciar nuestro producto y servicio del resto de establecimientos, con precios al alcance de los turistas, desde un precio bajos y precios más elevados dependiendo de la habitación que requiera el visitante, de esta manera ofrecer al cliente la variedad de servicios en el establecimiento.

1.4.3. Productos sustitutos

Los sitios que ofertan los mismos servicios de alojamientos son los productos sustitutos del emprendimiento, entre los cuales está el emprendimiento *Pakarinka* el cual lleva varios años realizando actividades turísticas. También la oportunidad de generar nuevos emprendimientos implica la existencia de competencias con los establecimientos en funcionamiento, los nuevos productos que surjan en el transcurso del tiempo, la oferta de los productos aumentara y llegaran a reemplazar los servicios que se oferta dentro del *Lodge*.

1.4.4. Proveedores

La población de la misma comunidad serán componentes esenciales para proveer productos para el establecimiento, puesto que las personas de este lugar realizan productos de calidad. De esta manera la población de Agato³ interviene como un agente potencial, logrando la facilidad de adquisición de materia prima para el proyecto, de tal forma desarrollar ingresos económicos para las familias del lugar.

1.4.5. Competidores en el sector

Dentro del sector no existen establecimientos de pernoctación cercanos, aunque a unos 500m se encuentra un centro turístico llamado *Pakarinka* que brindan servicios de turismo vivencial, pero no cuentan con una infraestructura acorde a las necesidades de los turistas.

³ Agato es una comunidad rural perteneciente a la provincia de Imbabura, cantón Otavalo. Esta compuesta por 1500 personas, la administración organizativa está conformada por los cabildos (comisión electoral).

1.5. Matriz AOOR

El diagnóstico situacional AOOR, se hizo uso debido a ser un establecimiento sin implementar, se conocerá los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos, se presenta a continuación.

Tabla 2. Matriz AOOR

<p style="text-align: center;">ALIADOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ministerio de turismo • Cámara de comercio • Gobierno Autónimo Descentralizado Miguel Egas Cabezas • Cabañas <i>Pakarinka</i> 	<p style="text-align: center;">OPONENTES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Desinterés por parte de la comunidad de Agato • Cambios de cabildos • Deficiencia en el ámbito educativo • Escases económica de la comunidad
<p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Interés por parte del ministerio de turismo en emprendimientos turísticos rurales • Crecimiento del turismo rural • Desarrollo de nuevas tecnologías • Aprovechamiento del patrimonio cultural de Agato 	<p style="text-align: center;">RIESGOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Situación económica del país • El alza de los impuestos • Rebrote de una nueva ola de virus (Coronavirus) • Deficiencias en la coordinación y colaboración entre empresas públicas y privadas • Incremento de las competencias

Fuente: *Elaboración de las autoras*

UNIDAD 2. MODELO DE NEGOCIO

2. Modelo de negocio

2.1. Lienzo *Canvas*

A través de nueve pasos el modelo *Canvas* explica la idea de negocio que se pretende aplicar en el emprendimiento turístico en la Comunidad de Agato, ayuda a organizar estas ideas, analizar su encaje en el negocio y a aterrizarlas de manera que las puedan implementar y desarrollar, a continuación, se describe las pautas.

2.1.1. Segmentos de mercado

El emprendimiento tiene como objetivo segmentar personas nacionales y extranjeras interesadas en el descanso en un entorno natural, además, el interés en el turismo cultural, vivencial y ecológico. De esta manera, se crea valor significativo y apreciación, donde los turistas se involucren en las actividades complementarias del establecimiento.

2.1.2. Propuesta de valor

La propuesta de valor para el proyecto se enfoca en los productos y servicios a ofertar, dentro de los cuales se adentran en presentar un espacio confortable de descanso y el turismo vivencial como una base importante para atraer al cliente, de esta manera cumplir con las expectativas de la empresa hacia el turista, también ofrecer servicios de calidad a precios justos y sobre todo que el visitante pueda ampliar su conocimiento sobre las culturas y tradiciones de la comunidad indígena de Agato.

2.1.3. Canales

La empresa optará con diferentes canales de difusión donde se ofertará las actividades y paquetes turísticos al cual podrán acceder todas las personas, como también podrán contactarse directamente con el gerente del *lodge* para realizar cambios de los paquetes si ese es el caso, y de la misma manera realizar publicidad

en todas las plataformas virtuales más visitadas, tales como: *Tik tok, Instagram, Blogs, Facebook, YouTube*, entre otras, donde podrán realizar las reservas en el cual estarán las diferentes ofertas turísticas.

2.1.4. Relaciones con clientes

Las relaciones con el cliente dentro de la empresa serán realizadas por personas capacitadas en el servicio al cliente, donde los turistas podrán interactuar directamente con la persona encargada de la recepción, además las personas podrán comunicarse con la empresa desde cualquier parte del mundo por los diferentes canales de difusión.

2.1.5. Fuentes de ingreso

La empresa tendrá diferentes fuentes de ingresos puesto que se tomará en cuenta las temporadas altas y temporadas bajas, donde se evidenciará las ofertas y demandas del turista. Otro factor para tomar en cuenta será la variación de edad de los visitantes, de esta manera ofrecer precios justos, de tal forma ofrecer promociones variados tanto para niños como para personas de la tercera edad.

2.1.6. Recursos clave

Los recursos claves son recurso humano siendo un punto esencial para el servicio al cliente con la finalidad de satisfacer las necesidades del cliente, dentro de los cuales se capacitará al personal en su respectivo lugar de desempeño. Otro recurso clave es la infraestructura dado que la comunidad de Agato no cuenta con establecimientos turísticas en su alrededor, puesto que es indispensable la ordenación territorial del sector. Dentro de los recursos económicos tenemos la determinación de los montos de inversión inicial de tal forma sea rentable para los pagos de las entidad públicas y privadas.

2.1.7. Actividades clave

El proyecto consta de actividades claves: proporcionar al turista la reserva de manera efectiva y sobre todo el ofrecimiento de servicios post venta eficaz, como también la implementación de una red de anfitriones y administrar hospedaje, de esta manera satisfacer las necesidades de los clientes

2.1.8. Asociaciones clave

Dentro de los asociados claves tenemos la alianza estrategias esenciales para el desarrollo del emprendimiento tales como: convenios con agencias de marketing y publicidad, el ministerio de Turismo, también con proveedores de materiales para la creación del establecimiento, acuerdos con entidades educativas con la finalidad de capacitar al personal operativo.

2.1.9. Estructura de costos

En la estructura de costos se tomará en cuenta los salarios de todos los trabajadores del establecimiento, como también los costos publicitarios. Costos de limpieza del *lodge* y el valor de las actividades ofertadas.

Posteriormente, se presenta el lienzo Canvas de lo mencionado en anteriores párrafos, de esta manera analizar con mayor facilidad la idea de negocio:

Tabla 3 Lienzo Canvas

Asociaciones claves	Actividades claves	Propuestas de valor	Relaciones con clientes	Segmento de mercados
<ul style="list-style-type: none"> • Ministerio de Turismo • Convenios con agencias de marketing y publicidad • Proveedores • Entidades educativas 	<ul style="list-style-type: none"> • Reservas • Servicios post venta • Red de anfitriones • Administración de hospedaje • Manufacturación de instrumentos <div style="text-align: center; background-color: #fff9c4; padding: 5px;">Recursos claves</div> <ul style="list-style-type: none"> • Personal capacitado • Ubicación geográfica • Familias anfitrionas 	<ul style="list-style-type: none"> • Turismo vivencial • Calidad de servicios • Precios justos • Aprendizaje 	<ul style="list-style-type: none"> • Personal capacitado en el servicio al cliente • Difusión de actividades culturales y naturales de interés hacia el cliente • Promociones y ofertas <div style="text-align: center; background-color: #fff9c4; padding: 5px;">Canales</div> <ul style="list-style-type: none"> • Asistencia personalizada • Páginas web, redes sociales • Teléfono 	<ul style="list-style-type: none"> • Personas nacionales y extranjeras • Turistas con interés culturales vivencial y ecológico
Estructura de costes			Fuentes de ingreso	
<p>Costos fijos: Salarios, impuestos, publicidad</p> <p>Costos variados: Limpieza, recepción, actividades</p>			<ul style="list-style-type: none"> • Se tomará en cuenta el descuento según el rango de edad, también las fechas festivas de la comunidad • Pago: efectivo, vía deposito o transferencia y tarjeta 	

Fuente: Elaboración de las autoras

2.2. Modelo de negocio

. *Johnson*: el modelo de las cuatro cajas (*Johnson*, citado en *Queensland University of Technology, Australia & Fiel*, 2011)

Esta metodología propuesta en 2010 por el autor *Mark Johnson* se centra en aprovechar aquellos “espacios en blanco”, que se generan cuando una compañía desea aprovechar nuevas oportunidades de negocios que no están relacionadas con las habilidades o el corazón del negocio. Este modelo de negocios debe proporcionar una estructura para descubrir y clasificar todas las cuestiones que se deben abordar en el espacio en blanco 18 donde, relativamente, existen muchos supuestos y se posee poco conocimiento. El modelo de las cuatro cajas consiste en:

- Propuesta de valor: ofrecer de manera efectiva, económica, confiable y conveniente, soluciones que permitan tratar los problemas o necesidades de los clientes. En esta caja se desprenden dos elementos: el trabajo que debe hacerse (*job to be done*) y, por otro lado, la oferta, la cual satisface el problema o trabajo, definiendo no sólo lo que debe venderse sino también el cómo debe venderse.
- Fórmula de obtención de beneficios: se refiere al plan económico que define cómo la empresa creará valor para sí misma y sus accionistas. Especifica los activos y la estructura de costos fijos, así como los márgenes y la velocidad de recursos necesaria para alcanzar los niveles de producción y ventas deseados.
- Recursos clave: en este aspecto se incluyen a las personas, la tecnología, los activos, la infraestructura y los productos para entregar la proposición de valor a clientes.
- Procesos clave: el medio por el cual una empresa ofrece la propuesta de valor al cliente de una manera sostenible, repetible y manejable. Esta caja incluye los siguientes aspectos:
 - Procesos: diseño y desarrollo de productos, *outsourcing*, fabricación, comercialización, contratación y capacitación de personal.
 - Reglas de negocio y métricas de éxito: márgenes requeridos para inversión, condiciones de financiamiento y términos con proveedores.
 - Normas de conducta: tamaño de la oportunidad, necesario para realizar inversiones, acercamiento y relacionamiento con clientes y canales de distribución.

Las cuatro cajas propuestas para el modelo de negocio, según el autor menciona que es una metodología que abarca los siguientes componentes esenciales para relacionar y encajar los recursos; la propuesta de valor, fórmula de obtención de beneficios, recursos y procesos clave. De tal forma proporcionar a los clientes y proveedores un balance que permita a la empresa alcanzar el éxito, también fortalece las normas de conducta para mantener intercaladas las cajas y darle mayor valor al emprendimiento.

- **Propuesta de valor:** El proyecto propone servir de manera eficiente y audaz al cliente brindando un servicio de gran calidad, habitaciones de diferentes tipos; matrimoniales, familiares y triples, cada área contiene baño y ducha, en el caso de las matrimoniales, contiene *jacuzzi*, miradores con excelentes vistas, un restaurante que ofrece una rica gastronomía, sitios de esparcimiento, áreas de huertos, debido a ofertar varias actividades dentro del mismo establecimiento. Además, los diferentes incentivos al momento de la llegada y salida del lugar. Tales como: un recuerdo del sitio, un bocadillo tradicional del sector o alguna artesanía realizados por las mismas personas del establecimiento.
- **Fórmula de obtención de beneficios:** *Kawsakunchimari* ofrecerá un producto satisfactorio para sus inversionistas, el objetivo es mostrar que la rentabilidad de la empresa a largo plazo. Entonces, la propuesta para la obtención de ésta es lanzar al mercado un producto con los mejores estándares de calidad e infraestructura vanguardista dentro de un entorno rural y una oferta tentadora para el cliente tanto en el costo como el emprendimiento, puesto que genere demanda de clientes al establecimiento y sea reconocido. De esta manera alcanzar el punto de equilibrio de la empresa.
- **Recursos clave:** El *lodge* capta valor sobre sí mismo por medio de instalaciones rústicas, el establecimiento estará rediseñado con tapia,

pajonales, piedras, madera, paneles solares, otros. Permitirá al visitante incrustarse al medio que lo rodea, además, las habitaciones serán confortables y de calidad para el disfrute, miradores con vistas atractivas. Los precios accesibles para los distintos niveles sociales.

- **Procesos clave:** El emprendimiento estará conformado con personal capacitado en las ventas y servicio, de modo que el turista ponga en preferencia al sitio para visitar en su próximo viaje, al igual que las ganancias para la empresa será con la debida planificación de los costos de ingresos y costos de salida en la empresa, de esta manera se obtendrá movimientos sustentables dentro del establecimiento.

UNIDAD 3 ESTUDIO DE MERCADO

3. Estudio de mercado

3.1. Diseño de la investigación

Para el diseño de este emprendimiento se utiliza estos tipos de investigación que mencionan a continuación:

3.1.1. Investigación exploratoria

Sampieri, D. R. H., Collado, D. C. F., & Lucio, D. M. del P. B. (2014):

Los estudios exploratorios sirven para familiarizarnos con fenómenos relativamente desconocidos, obtener información sobre la posibilidad de llevar a cabo una investigación más completa respecto de un contexto particular, indagar nuevos problemas, identificar conceptos o variables promisorias, establecer prioridades para investigaciones futuras, o sugerir afirmaciones y postulados. (p. 91)

Inicialmente se usa la investigación exploratoria visto que el autor menciona en su definición que el análisis tiene por objetivo estudiar un problema que no está claramente definido; posibilita una investigación general sobre el tema, establece las bases para un análisis profundo y preciso, por ende, es fundamental aplicarlo dentro del emprendimiento.

3.1.2. Investigación descriptiva

Sampieri, D. R. H., Collado, D. C. F., & Lucio, D. M. del P. B. (2014):

Con frecuencia, la meta del investigador consiste en describir fenómenos, situaciones, contextos y sucesos; esto es, detallar cómo son y se manifiestan. Con los estudios descriptivos se busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir, únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren, esto es, su objetivo no es indicar cómo se relacionan éstas. (p. 92)

Seguidamente el uso de la investigación descriptiva es fundamental, puesto que es un método que ayuda a estudiar el proyecto mediante un análisis de datos y una serie de preguntas, en este caso se hace uso de encuestas para identificar las

características; económico, ambiental, político y cultural de la comunidad Kichwa de Agato.

3.2. Técnicas e instrumentos de recolección

3.2.1. Encuesta

Según, Ureta (2017) define a encuesta como:

“En la investigación social, la encuesta se considera en primera instancia como una técnica de recogida de datos a través de la interrogación de los sujetos cuya finalidad es la de obtener de manera sistemática medidas sobre los conceptos que se derivan de una problemática de investigación previamente construida”. (Ureta, pg. 8)

La identificación del mercado y tamaño de muestra para el emprendimiento se desarrolla, mediante una herramienta netamente necesaria para la obtención de datos indispensables, al igual que el alcance de los objetivos dispuestos. Las encuestas constan de 32 preguntas de opción múltiple y a criterio de cada usuario, el cuestionario contiene la respectiva validación del docente tutor.

Las encuestas son estratégicas ya que su contenido es amplio permitiendo; la obtención de datos del perfil consumidor, resolver interrogantes acerca del emprendimiento, datos que muestran el interés por un establecimiento dentro de la comunidad, los servicios factibles y más usados por los posibles clientes, las cifras aproximadas que se requiere para el estudio de cálculos. En la aplicación de este instrumento de recolección de datos se puede visualizar que el emprendimiento no contiene competencias directas.

3.3. Diseño del plan muestral

Para obtener el número de muestreo se usa la fórmula del cálculo de la muestra, de acuerdo con la población seleccionada se segmenta a turistas nacionales provenientes de: Quito, Cuenca, Carchi, Imbabura y extranjeros tanto

residentes como visitantes, que más recurren a la ciudad de Otavalo. El método de muestreo es no probabilístico ya que el estudio usado es exploratorio y cualitativo, puesto que la encuesta en el tamaño de la muestra se basa en juicio subjetivo.

Tabla 4 Mercados receptores

Mercados receptores de turismo			
Ciudad	Número	Porcentaje	Encuestas
Quito	2.239.191	74.81%	237 encuestas
Cuenca	603.269	20.16%	64 encuestas
Imbabura	476.257	14%	50 encuestas
Carchi	165,211	5%	17 encuestas
Visitantes extranjeros	149.792	5%	16 encuestas
Residentes extranjeros	700	0.02338%	0 encuestas
Población total	3634420		
PEA	214.430.780(18-65)	59%	
MUESTRA	385		

Fuente: Elaboración de las autoras

Para obtener las cifras se usa el número de población de acuerdo al último censo en los diferentes sectores. En el cálculo de muestreo se aplica la siguiente fórmula:

3.3.1. Fórmula para el cálculo de la muestra de la población finita.

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{e^2 * (N - 1) + 1.96^2 * p * q}$$

Simbología:

N = población

n = muestra

p = probabilidad a favor

q = probabilidad en contra

z = nivel de confianza

e = margen de error

Donde:

N: 3634420

n: 214.430.780

P:0.5

q:0.5

z:95%-1.95

e: 5%

Total, encuestas: 385

Por tanto, de acuerdo con los datos calculados, se necesitará un total de 385 encuestas para poder obtener información del objeto de estudio.

3.4. Segmentación de mercados

Para la obtención del segmento del mercado se realiza un análisis de acuerdo a los datos de las encuestas llevadas a cabo en las diferentes provincias, en la que se determina el perfil del cliente objetivo para el proyecto. El proceso se inició con los datos obtenidos de las encuestas y cruces de variables (obtenida con

la aplicación IBM SPSS Statistics 22), de esta manera se obtiene respuestas más claras del mercado objetivo para el emprendimiento.

Por tanto, el uso de la presente matriz permite la visualización del perfil del consumidor, se muestra a continuación:

Tabla 5 Segmentación de mercado

SEGMENTACIÓN DE MERCADOS			
Producto turístico: Establecimiento de alojamiento en Imbabura			
Segmentación Geográfica			
	Variable	Número	Porcentaje
<i>País:</i>	Ecuador	17 510 643	100%
<i>Región:</i>	Sierra	7 847 136	43,9%
<i>Provincias:</i>	Pichincha, Carchi, Imbabura, Azuay	4 603 486	26.29%
<i>Ciudad:</i>	Quito, Cuenca, Tulcán, Otavalo	3 483 928	19.9%
1er Resultado: 3 483 928 personas de Pichincha, Carchi, Imbabura y Azuay.			
<i>Segmentación Demográfica (verificar el % correspondiente a los segmentos de edades en el INEC Proyecciones Poblacionales (ecuadorencifras.gob.ec))</i>			
	Variable	Número	Porcentaje
<i>Género:</i>	Masculino y femenino	3 483 928	100%
<i>Edad:</i>	26-65	1 564 283	44.9%
<i>Estado civil:</i>	Solteros, casados y viudos	1 564 283	100%

Empleados públicos, privados, Ocupación: empresarios y estudiantes	1 564 283	Ref.	100%
>401 usd			
Ingresos:	1 173 212		75%

2do Resultado: 1 564 283 hombres y mujeres en edades de 26 a 65 años de estado civil solteros, casados y viudos, que trabajan y ganan más de \$600.

Segmentación Conductual

<i>Variable</i>	<i>Número</i>	<i>Porcentaje</i>
Estilo de Preferencia de alojamiento en vida <i>lodge</i>	211 178	18%

Mercado meta: 211 178 hombres y mujeres que viven en las provincias de Pichincha, Carchi, Imbabura y Azuay, entre 26 a 65 años de edad, solteros y casados, que trabajan y ganan más de \$401, que viajan por turismo.

Fuente: Elaboración de las autoras

La tabla anterior presenta datos relevantes y claros sobre el segmento del mercado, hace mención a los siguientes datos: 211 178 hombres y mujeres que viven en las provincias de Pichincha, Carchi, Imbabura y Azuay, entre 26 a 65 años de edad, solteros y casados, con ingresos económicos de mayor a \$401 pertenecientes al nivel medio alto, que viajan por turismo y requieren el uso de establecimientos de estadía *lodge*. Por tanto, el perfil del cliente está enfocado a las características analizadas en la matriz.

Es importante mencionar que los visitantes del exterior que recurren a la ciudad de Otavalo son residentes y visitantes extranjeros de nacionalidad; española, cubana, estadounidense y canadiense con el 0.02338% y el 0,5% de la población muestral, tomada en cuenta dentro del segmento del mercado, es un valor mínimo en comparación del número de encuestas realizadas a nivel nacional. Es por ello

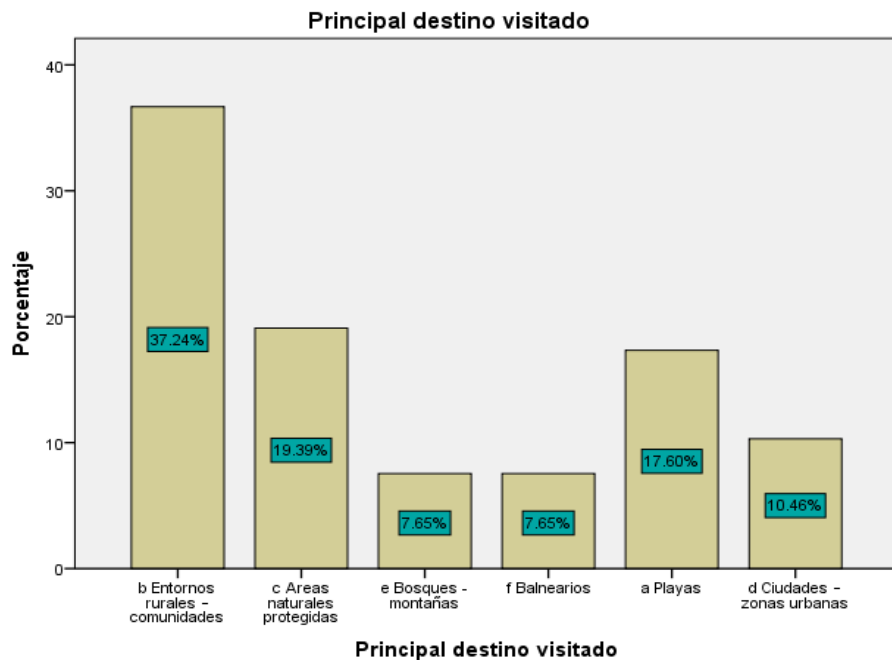
que se ha visto conveniente tomar en cuenta solamente la población nacional como clientes potenciales para el establecimiento.

3.5. Análisis del producto

Dentro de la encuesta existen 385 variables diferentes, las cuales permiten el estudio del mercado del establecimiento turístico, desde su perfil hasta sus prioridades de viajes. Hay preguntas que indagan; el desplazamiento, acompañamiento, preferencia en servicios, tipos de transporte, alojamiento, otros. A continuación, se realiza un análisis de los datos más relevantes acorde al proyecto de estudio.

En primera parte se aborda la pregunta [11] del cuestionario, debido a ser una de las interrogantes que repercute con mayor alcance en base al objeto de estudio. La pregunta incide a la preferencia del destino de visita en el último viaje dentro del país, obteniendo los siguientes datos.

Figura 1. En su último viaje turístico dentro del país, ¿Cuál fue el principal tipo de destino visitado

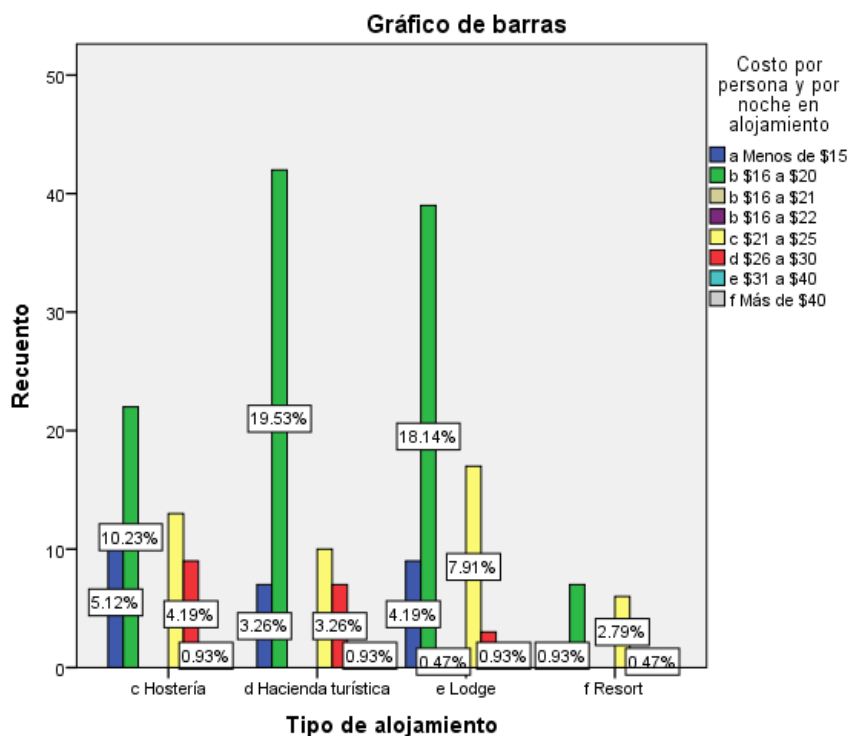


Fuente: Elaboración de las autoras

El 37, 24% de la población total del muestreo, arrojaron como su principal destinos de interés a los entornos naturales – comunidades, el 19,39% tienen preferencia por áreas naturales protegidas, de tal manera hace mención los usuarios han recurrido a sectores alejados a la zona urbano. Con la información recaudada se dedujo que la factibilidad del diseño de un establecimiento de alojamiento dentro de zonas rurales es alto.

De acorde a esta pregunta, se opta por conocer mediante un gráfico de barras; el tipo de establecimiento de alojamiento usado y la cantidad económica costeadada por noche, por ende, los encuestados en sus últimos viajes responden con exactitud las respuestas seleccionadas. Para realizar esto se usó la herramienta *IBM SPSS Statistics 22*.

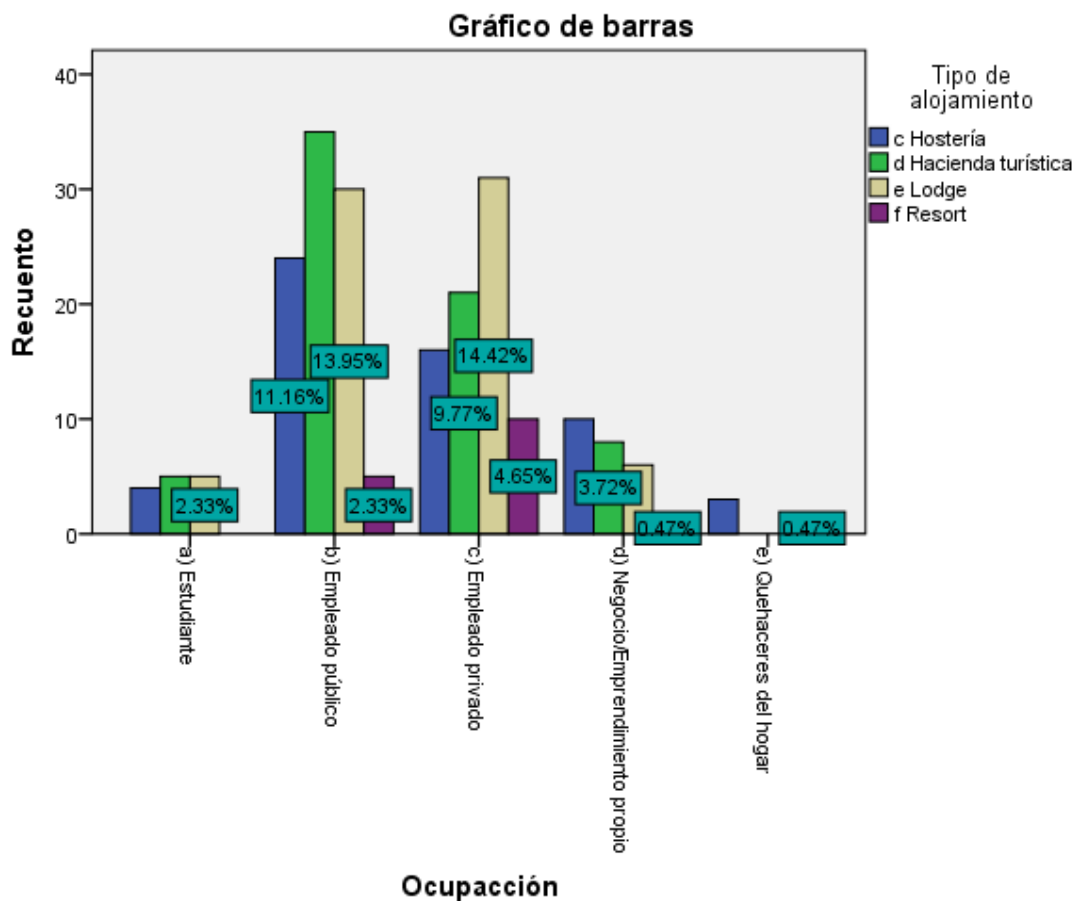
Figura 2 Cruce de pregunta n°13 y n°17: La última vez que viajó por más de un día, ¿Qué tipo de alojamiento utilizó?, ¿Cuánto fue el costo por personas y por noche del establecimiento de alojamiento que ocupó en su último viaje?



Fuente: Elaboración de las autoras

En la figura se puede observar que la mayoría de los posibles consumidores están dispuestos a pagar una cantidad de \$16 a \$20 en establecimientos de alojamiento *lodge*. Como se visualiza el 18,14% de los encuestados prefieren el uso de *lodge* para su pernoctación, en contexto el diseño de una infraestructura de esta categoría es rentable dentro de la comunidad.

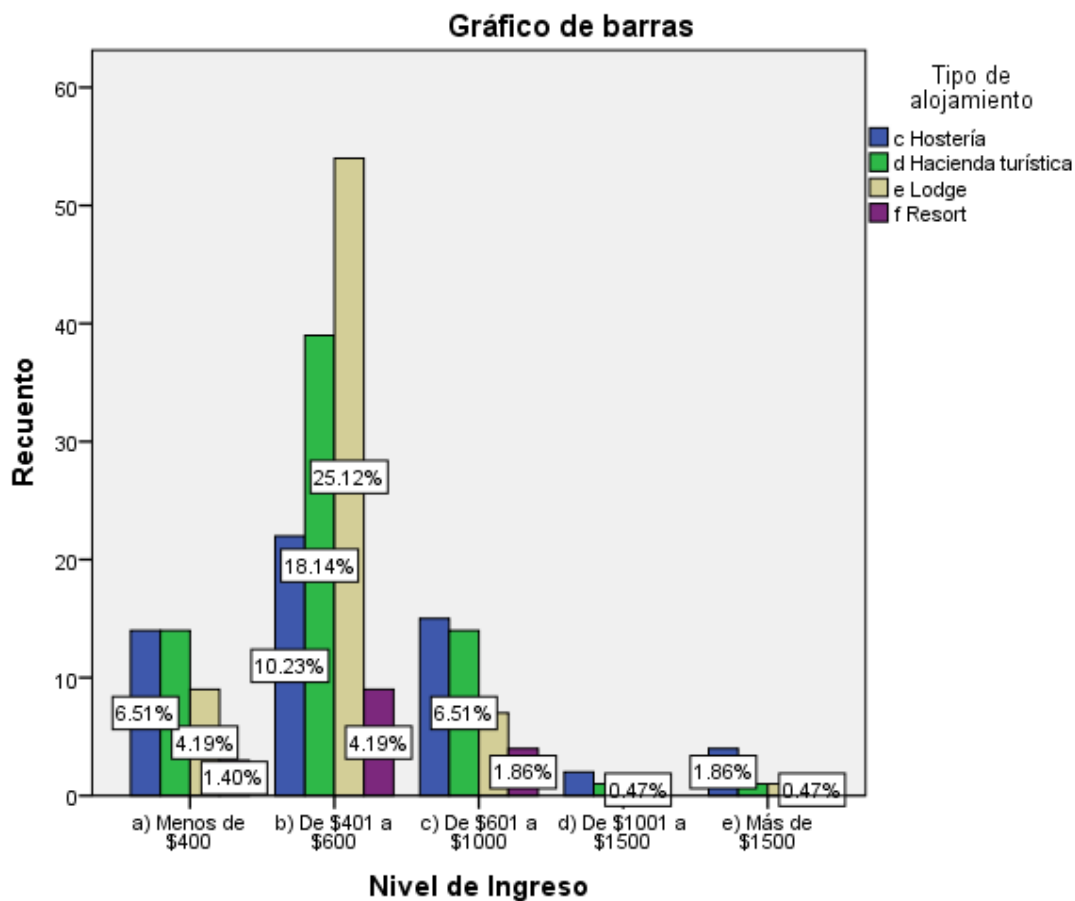
Figura 3. Cruce entre las preguntas n°13 y n°6: La última vez que viajó por más de un día, ¿Qué tipo de alojamiento utilizó?



Fuente: Elaboración de las autoras

De acuerdo con los datos observados entre los usuarios de secundaria, tercer nivel y cuarto nivel, existen variación entre los sitios de alojamientos de preferencia, pero los mayores consumidores de *lodge* son empleados públicos 13,95% y los empleados privados 14,42%, por lo que se puede evidenciar que el uso de este tipo de hospedaje es funcional.

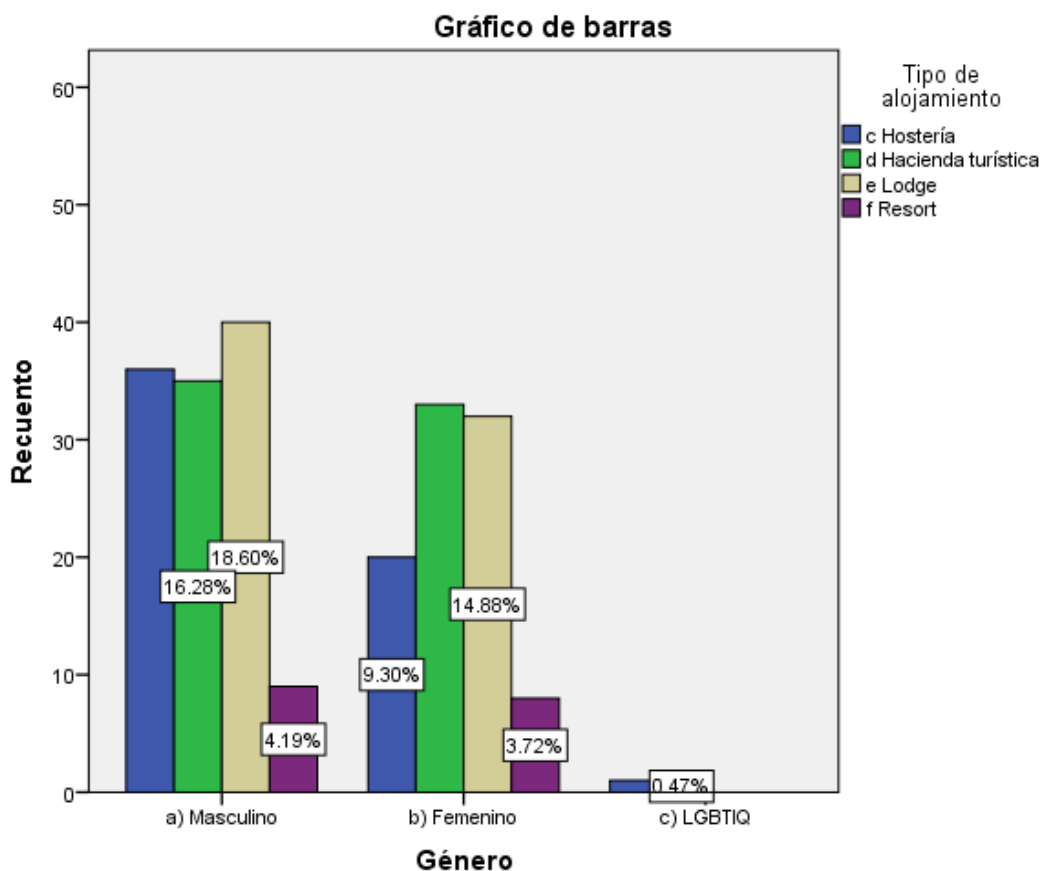
Figura 4. Cruce entre las preguntas nº13 y nº7: La última vez que viajó por más de un día, ¿Qué tipo de alojamiento utilizó?



Fuente: Elaboración de las autoras

Los usuarios con ingresos desde \$401 hasta \$600, 25,12%, tienden a usar sitios de estadía denominados *lodge*, dando como resultado que la mayor parte de los encuestados visitan este tipo de establecimiento por ende existen una gran parte de la población que son económicamente activa.

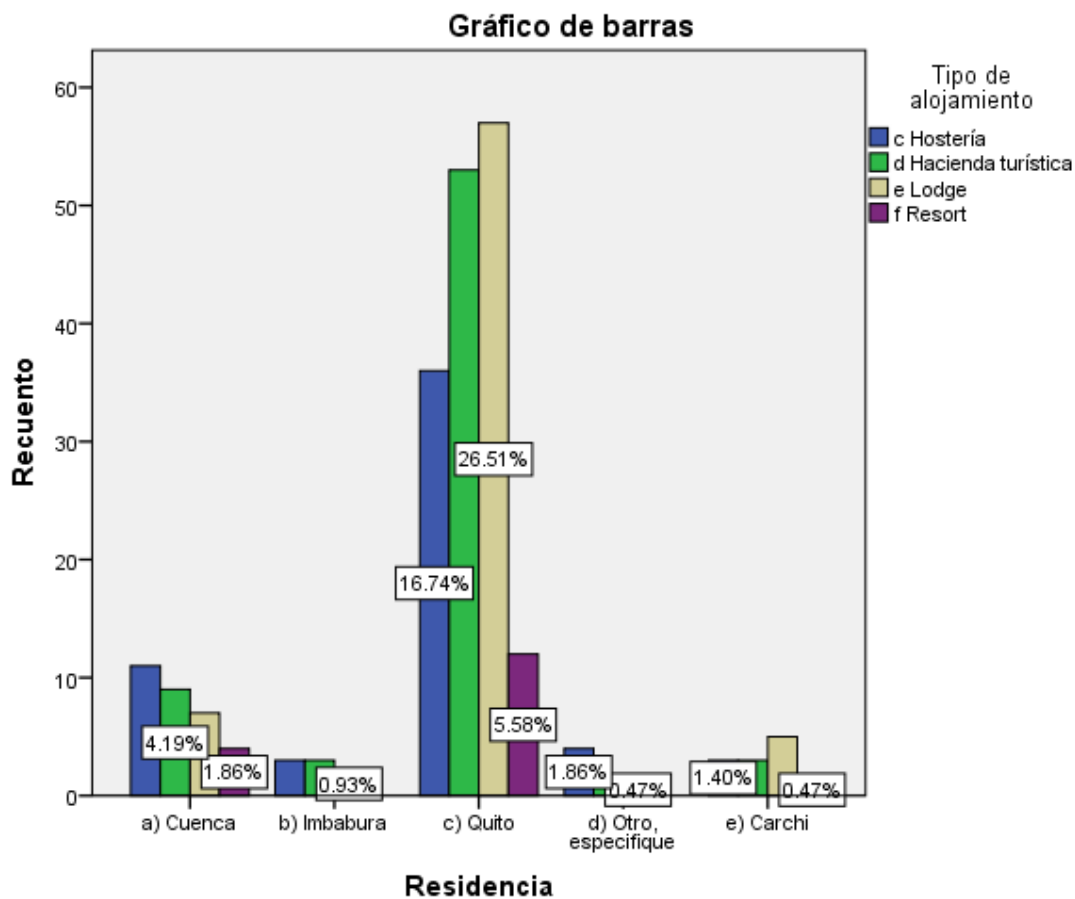
Figura 5. Cruce entre las preguntas nº13 y nº7: La última vez que viajó por más de un día, ¿Qué tipo de alojamiento utilizó?



Fuente: Elaboración de las autoras

En la siguiente figura se puede observar que tanto el género masculino con 18,60% y femenino con el 14,88%, de toda la población muestral consumen los servicios de estadía en categoría *lodge* en sus viajes. De esta forma se conoce la importancia de un establecimiento de alojamiento en la comunidad de Agato.

Figura 6. Cruce entre las preguntas nº13 y nº3: La última vez que viajó por más de un día, ¿Qué tipo de alojamiento utilizó?

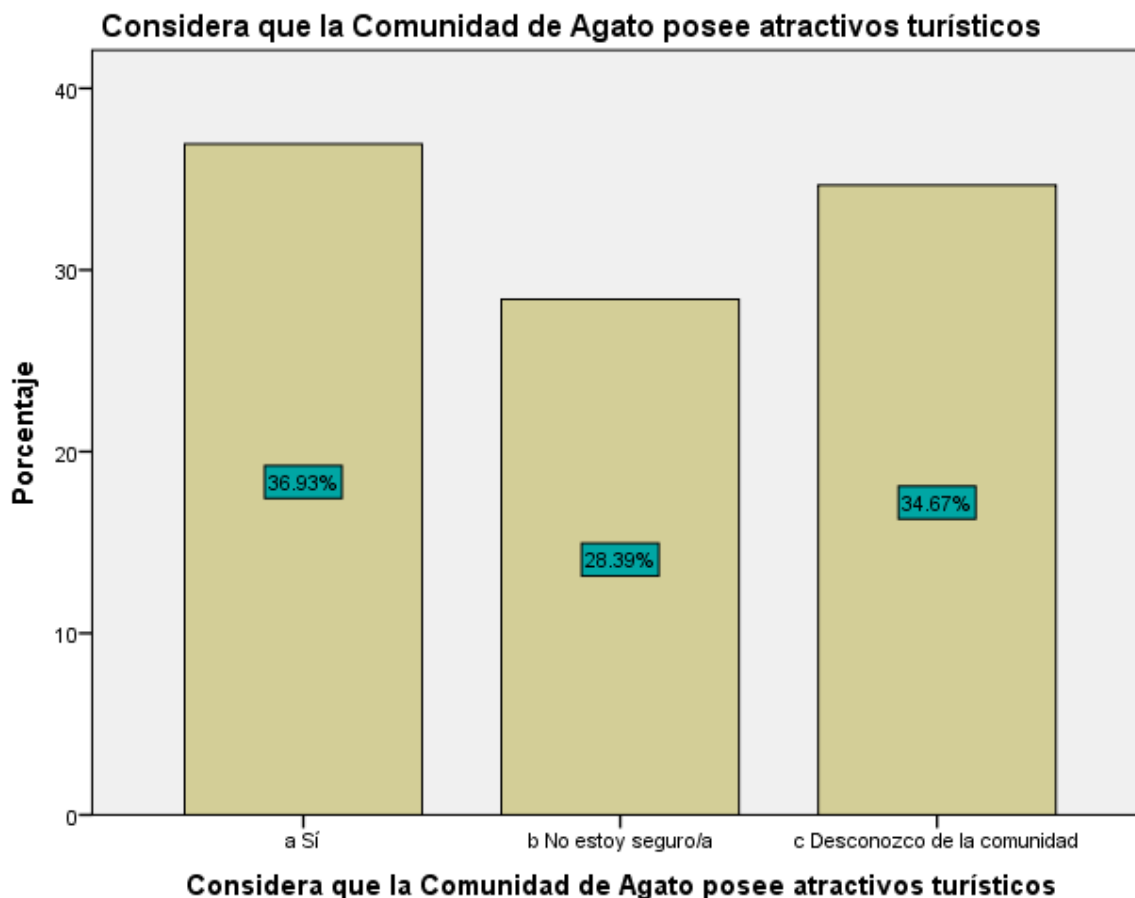


Fuente: Elaboración de las autoras

Como se puede observar en la figura, existe una gran diferencia enorme entre las formas en que los Quiteños que se desplazan y seleccionan el establecimiento de alojamiento siendo los mayores consumidores de *lodge*, con un 26,51% de la población total muestral, por tanto, hay una elevada acogida en este tipo de establecimientos.

De acuerdo a las preguntas analizadas anteriormente, es necesario considerar dentro del estudio a la comunidad Kichwa de Agato en la que se va a realizar el proyecto, por ende, se ha tomado en cuenta las siguientes preguntas:

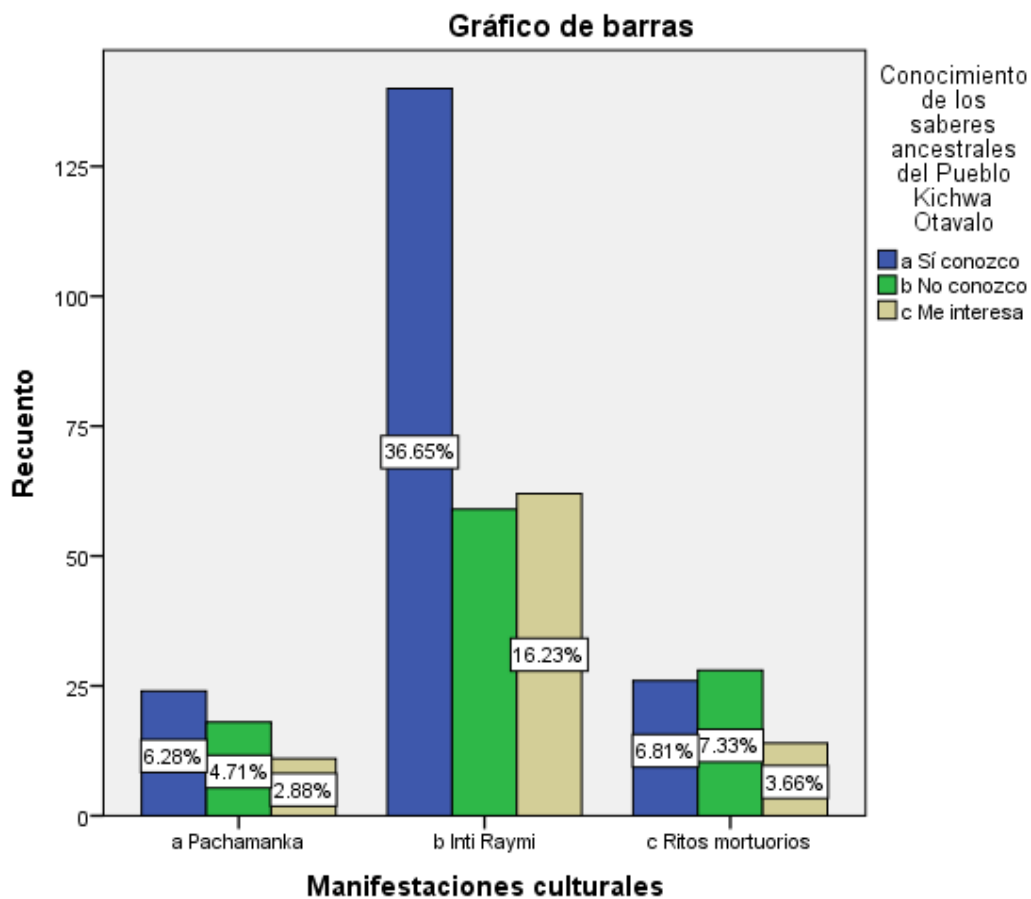
Figura 7. ¿Considera usted que la Comunidad de Agato posee atractivos turísticos?



Fuente: Elaboración de las autoras

Como se visualiza en la gráfica, la comunidad posee recursos por explotar, pero una gran parte de la población encuestada desconoce de este sector 34,67%, en contexto, la comunidad de Agato a pesar de contener sitios turísticos, el desconocimiento por personas de otras provincias no permite el rendimiento adecuado de las actividades turísticas.

Figura 8. Cruce entre las preguntas nº22 y nº23: ¿Conoce usted sobre los saberes ancestrales del Pueblo Kichwa Otavalo?, ¿Qué manifestaciones culturales conoce?



Fuente: Elaboración de las autoras

Las manifestaciones culturales según la población total muestral, arrojan datos del conocimiento y del interés de los saberes ancestrales del Pueblo Kichwa Otavalo 36,65%, en el cual se evidencia que la mayor parte de la población conocen de la tradición del *Inty Raymi*, por tanto, la necesidad de divulgar los conocimientos de la cosmovisión andina es fundamental para no perder el legado de la comunidad indígena.

De acuerdo con los análisis de producto realizados en las anteriores figuras, se concluye que el diseño de un establecimiento *lodge* son escogidos por gran parte de la provincia de Pichincha, además de la factibilidad de realizar este tipo de

alojamiento en un sector rural es rentable, debido a que la población opta por los sectores alejados de la zona urbana.

3.6. Análisis de la demanda

La demanda potencial del emprendimiento se determinó de acuerdo al segmento de mercado en la que se adentra la población con preferencias de alojamiento *lodge*, los datos son obtenidos a través de las encuestas realizadas. Para determinar este análisis se toma el tamaño poblacional muestral dividida por el número de personas promedias al perfil de la población tomada en cuenta.

Tabla 6 Demanda potencial

Demanda potencial	
Población mercado objetivo de la Comunidad Agato Kichwa Otavalo	3 483 928
DEMANDA POTENCIAL	211.178

Fuente: Encuesta-investigación de mercado (Elaboración propia)

3.7. Análisis de la oferta

Dentro del análisis de la oferta del mercado se basa en la competencia y los servicios que ofrecen en los establecimientos con categoría *lodge*, dentro de las provincias elegidas, es decir; Quito, Cuenca, Carchi e Imbabura. De esta manera, se pudo recabar información de los distintos sitios de hospedaje que existe en las áreas mencionadas.

Cabe mencionar que hay sitios con tal denominación, pero, no existen establecimientos con las características de diseño, tales como; paquetes con aprendizaje de rituales y manifestaciones ancestrales, taller de manufacturación de instrumentos, prácticas agrícolas, por tanto, no existe competencia directa. A

continuación, se presenta la lista de los establecimientos *lodge* en las diferentes provincias (sustraídas de la página de catastros, 2022):

Tabla 7 Oferta en el mercado de Cuenca de la competencia

Nombre	Número de habitaciones	Capacidad de alojamiento de personas	Categoría Estrellas
Nuestra Casa- Our Home by A2CC - Cuenca	6	12	3 Estrellas
Nuestra Casa- Our Home by A2CC - Tarqui	4	12	3 Estrellas
Nuestra Casa- Our Home by A2CC - Yunguilla	4	13	3 Estrellas
Inti Kamari	20	50	3 Estrellas

Fuente: Elaboración de las autoras

Tabla 8 Oferta en el mercado de Quito de la competencia

Nombre	Número de habitaciones	Capacidad de alojamiento de personas	Categoría Estrellas
Hacienda las Cuevas Terra Lodge	8	18	5 ESTRELLAS
Tandayapa Bird Lodge	12	25	3 ESTRELLAS
Bellavista Cloud Forest	14	41	4 ESTRELLAS
Mashpi Lodge	24	45	5 ESTRELLAS

Fuente: Elaboración de las autoras

Tabla 9 Oferta en el mercado de Imbabura de la competencia

Nombre	Número de habitaciones	Capacidad de alojamiento de personas	Categoría Estrellas
Cielo Verde	8	16	3 estrellas

Fuente: Elaboración de las autoras

Como se puede visualizar en los cuadros anteriores, existe varios sitios de alojamiento *lodge*, pero la competencia no es cercana a la comunidad de Agato en la que se encuentra el establecimiento del proyecto, por ello, no representa una competencia directa ante el emprendimiento. Aunque, existe un sitio de hospedaje dentro de la provincia de Imbabura, pero, únicamente ofertan servicios de alojamiento. Es necesario mencionar que el emprendimiento está enfocado al alojamiento, en un entorno fuera de la ciudad.

Además, los usuarios encuestados arrojan respuestas sobre el interés de manifestaciones culturales y saberes ancestrales (ritos, manufacturación de instrumentos, otros), aunque, se visualiza que ninguno de los establecimientos *lodge* ofrece al cliente este tipo de servicios.

3.8. Demanda insatisfecha o nivel de aceptación del producto

El análisis de la demanda y la oferta mencionada en los anteriores párrafos, permite calcular la cantidad de posibles clientes que hagan uso del emprendimiento, por tanto, es sustancial el conocimiento de la demanda insatisfecha y su demanda objetiva, como muestra la figura su número es de 159 338, debido a esto, es necesario trabajar más para alcanzar los objetivos de venta futuro. A continuación, se muestra la tabla con los resultados:

Tabla 10 Proyección de la demanda insatisfecha, competencia y demanda potencial

Año	Demanda potencial	Competencia	Demanda insatisfecha
Año 1	211 178	52 200	158 978

Fuente: Elaboración de las autoras

Procedimiento para la obtención de la demanda insatisfecha

Para obtener el resultado se realizó la suma total de la capacidad anual de los 9 *lodge* dando como resultado 52 200 este número representa la competencia del establecimiento. Luego, para obtener el número de la demanda insatisfecha se realiza la operación resta entre las variables demanda potencial y competencia, de esta forma se obtiene el resultado 158 978.

Tabla 11 Demanda objetiva proyectada

Año	Demanda insatisfecha	Demanda objetiva proyectada
Año 1	158 978	6 264

Fuente: Elaboración de las autoras

Procedimiento para la obtención de la demanda objetiva

Para obtener este resultado se requiere del #8 de habitaciones del establecimiento, también, la capacidad de personas, la cual se clasifican de la siguiente manera:

- 4 Habitaciones matrimoniales----- capacidad 8 personas
- 1 Habitación triple-----capacidad 3 personas
- 2 Habitaciones familiares -----capacidad 12 personas

Seguidamente se realiza la operación multiplicación (*) del número de mes y los 12 meses de año, por último, todo el resultado se multiplica por el 0,6 (Debido a que ningún establecimiento pasa lleno todos los días de año) obteniendo este resultado:

$$(T_p * \text{mes} * \text{año}) 0.6\%$$

$$\text{Total: } 10\,440 = 6\,264$$

Después de analizar los datos de la demanda insatisfecha, seguidamente, se visualiza la demanda objetiva proyectada al año es de 6 264, por tanto, se concluye según los análisis del producto en el mercado, los sitios de pernoctación de categoría *lodge* son utilizados por la población, por tanto, existe un gran porcentaje de la población encuestada que harían uso de este tipo establecimientos dentro de sectores rurales.

UNIDAD 4. ESTUDIO TÉCNICO ORGANIZACIONAL

4. Estudio técnico

4.1. Estudio técnico - tamaño óptimo del negocio

El emprendimiento se encuentra situado en la provincia de Imbabura, cantón Otavalo, comunidad Agato, tiene una dimensión de 6,051.11 m² de herencia familiar, esta área cuenta con el espacio idóneo para realizar la implementación de un *lodge*. Por tanto, la instalación cubrirá todas las necesidades y comodidades que un consumidor necesita dentro de un establecimiento de alojamiento.

El proyecto va a constar de un área de recepción donde se encontrará una sala de estar, también el área de restaurante en el que se localizará el espacio de cocina, bar, área de limpieza, área de frigoríficos, lavandería y un pequeño escenario.

Por otra parte, el emprendimiento también constará de cómodas habitaciones desde una plaza triple, cuatro dormitorios matrimoniales y dos habitaciones

familiares en la cual tendrá una capacidad total para 23 personas, por tanto, cada dormitorio mide aproximadamente de 4.00m² a 4.50m² dependiendo del tipo de habitación que requiera el cliente. También, cuenta con un espacio de esparcimiento, *garage*, un centro de interpretación y un sitio específico para los cultivos de raíces, hortalizas, vegetales, tubérculos, frijoles arbóreos, maíces, quinoa, y muchas otras semillas nativas de los llamados “cultivos perdidos de los Incas”, que serán cosechados y producidos dentro del establecimiento, de esta manera brindar una alimentación sana, con productos de la zona netamente orgánicos, más aún apreciar la importancia de las labores agrícolas que realizan las familias indígenas del sector.

En base a las encuestas realizadas anteriormente se ha podido evidenciar que existe un número significativo de personas interesadas en el turismo rural, específicamente en un establecimiento de alojamiento denominado *lodge*. El mercado potencial considerado para el establecimiento son personas entre las edades de 26 a 65 años de edad, solteros y casados, con una educación de tercer y cuarto nivel superior, que trabajan y ganan un sueldo mayor al básico de \$401, siendo un mercado económicamente activa. De acuerdo al segmento de mercado, la población objetiva de la comunidad es de 3.483.928, dando como resultado una demanda potencial de 211.178 que se adentra a la población.

El proyecto esta básicamente alineado a diversas actividades dentro del mismo establecimiento, tales como; alojamiento, actividades culturales, naturales y agricultura, de tal forma permitirá al turista compartir la cultura indígena Otavaleña, disfrutar de un nuevo entorno, experimentar una manera de vida diferente y deleitarse en la proximidad de la naturaleza y de una vida tradicional, todo en un marco mutuo. Por tanto, es perceptible la dimensión, infraestructura y financiamiento de gran tamaño que se requiere para el diseño del emprendimiento.

A pesar de existir un sitio de alojamiento en la comunidad de Peguche a una distancia de 4 kilómetros “Hostal *Aya Huma*” que ofrece servicios de alojamiento y

otras actividades, cabe recalcar que su sitio de ubicación no ofrece la vista y tranquilidad del emprendimiento. El espacio con el que se cuenta tiene la extensión necesaria para la construcción de los espacios que se explicó en anteriores párrafos.

El financiamiento para el diseño del establecimiento de alojamiento de categoría *lodge* es muy elevado es por eso que se va optar por hacer una inversión económica, se estima realizar un crédito con la entidad financiera BanEcuador debido a que su tasa de interés es del 10,21%.

4.2. Localización

4.2.1. Macro localización

Dentro de la Agenda zonal de la secretaria nacional de planificación y desarrollo se encuentra la zona 1 Norte, conformada por las provincias de; Carchi, Esmeraldas, Imbabura y Sucumbíos. Se localiza en el extremo norte de la República del Ecuador y tiene una superficie de 42 259,66 km², lo que representa un 16,5% de la superficie nacional. Limita al norte con la República de Colombia y sus departamentos de Nariño y Putumayo; al este con la República del Perú y su región Loreto; al sur con la Zona 2.

Figura 9. Macro localización



Fuente: Tomado de la página web ONG *Guaguacuna*

La Provincia de Imbabura es un sitio de paz, en la que se puede respirar tranquilidad y vivir plenamente y en armonía con el *Sumak Kawsay*, cuenta con 6 cantones, con sus respectivas parroquias tanto urbanas como rurales, el cual posee patrimonios culturales y naturales, tales como; lagos, volcanes, páramos, valles, cascadas y pueblos indígenas, reconocidos por la Organización de las Naciones Unidas (ONU). Cabe mencionar que, el 17 de abril del 2019 la Unesco declaró oficialmente a Imbabura como el primer geoparque en el Ecuador.

Al pertenecer a esta red de desarrollo sostenible de geoparques mundiales, la provincia de Imbabura ha ido evolucionando en el ámbito turístico, puesto que, a lo largo de su territorio cuenta con diversidad de culturas. La cordillera de los Andes en la región norte del país forma una parte esencial para el fortalecimiento de los emprendimientos turísticos y sobre todo para la generación de economía, de esta

manera contribuyendo a la conservación de las lenguas y costumbres que se han venido manteniendo desde mucho antes de la Conquista española. De tal forma demostrar que Imbabura es una provincia con un gran potencial turístico.

Cabe mencionar que Imbabura cuenta con el mercado artesanal más grande de Latinoamérica, siendo un lugar estratégico para visitar y conocer sobre uno de los pueblos kichwa hablantes del país, el territorio también es caracterizado por ser la única provincia donde habitan seis grupos étnicos en un mismo territorio.

El área geográfica cuenta con tres estaciones climáticas, desde el cálido seco en el Valle de Chota atravesando por el clima templado del cantón Ibarra, cabecera cantonal de la provincia. Asimismo; el frío en el cerro Imbabura, Cotacachi y la estación cálido húmedo en el sector de Intag y Lita. Por lo general la temperatura varía de 13°C hasta el 24°C, por tanto, esta región es definida con clima cálido-templado.

El clima no es perjudicial para visitar este sector, debido a que se puede apreciar los diferentes paisajes en las distintas estaciones del año, los hábitos de siembra, cosecha y recolección de productos agrícolas de la comunidad. Como se mencionó, el lugar está situado en un área fuera de peligro de desastres naturales, ya que no hay probabilidades de erupción volcánica ni deslizamientos cerca del territorio.

Toda la información existente sobre la comunidad de Agato se encuentra en las plataformas digitales ya sea en redes sociales o en las páginas web, otra manera de obtener información sobre esta comunidad es por las vías telefónicas, el uso de los objetos tecnológicos permite conocer un pequeño relato sobre este sector; ubicación, tradiciones, costumbres, otros., que practican los pobladores de este lugar.

Además, la llegada al sector es sencilla y económica, debido a que, por las calles principales de la ciudad de Otavalo, transitan buses de la cooperativa 8 de

septiembre (color azul) cada 20 minutos e *Imbaburapak* (color rojo) cada 5 minutos que permiten la llegada al centro de la comunidad y su costo es de 0,30 centavos por persona y 0,15 para personas preferenciales. Este sitio cuenta con los servicios públicos necesarios para el diario vivir, así como; luz, agua, alcantarillado y línea telefónica.

Agato posee un gran número de personas que producen sus propias mercaderías, vestimentas, productos alimenticios y de equipamiento, tales como, chales, vestimenta tradicional, armarios, camas, cómodas, puertas, otros. También, la cosecha de semillas (trigo, maíz, cebada, quinua...), tubérculos (papás, zanahorias, remolacha...) y vegetales (acelga, col, espinaca, apio...). Por tanto, la distancia para la obtención de insumos está cercana al establecimiento de alojamiento, facilitando la obtención de productos de primera necesidad, aunque existen una gran parte de materia prima y de calidad que no se produce dentro comunidad, pero es importante mencionar que la ciudad de Otavalo se encuentra a tan solo 5 km de longitud, no muy lejos del establecimiento.

4.2.2. Micro localización

Figura 10. Micro localización



Fuente: Elaborada por autoras

Dentro del cantón Otavalo hay 11 parroquias: El Jordán, San Luís, Dr. Miguel Egas, Eugenio Espejo, Gonzáles Suárez, San José de Quichinche, San Juan de Ilumán, San Pablo del Lago, San Pedro de Pataquí, San Rafael y

Selva Alegre. Dr. Miguel Egas Cabezas contiene, cada una de ellas posee sus distintas comunidades. En el caso de la parroquia Miguel Egas Cabezas contiene 7 comunidades, Peguche, Agato, Quinchuqui, *Yacu Pata*, *Arias Ucu*, *Fakcha Llakta*.

Como se menciona en anteriores párrafos el costo de transporte es accesible, los proveedores de los insumos y productos serán las personas de la misma comunidad tal es la forma existirá beneficio indirecta o directamente los pobladores. Los costos de servicios en comunicaciones son netamente creados por profesionales en publicidad, de esta manera poseer páginas web atractivas y de fácil acceso para los posibles consumidores, en la que detalle cuidadosamente las ofertas, promociones, eventos de la empresa.

Mejorar aspectos turísticos y ambientales son consideraciones para tomar en cuenta durante el funcionamiento del establecimiento. Las competencias cercanas son factores no fundamentales debido a ser sitios distanciados a la comunidad, aunque la más cercana está a 4 kilómetros el “Hostal *Aya Huma*” que oferta servicios de alojamiento y conocimiento a turistas sobre dos rituales de la cultura andina, entonces, el proyecto será el único sitio de pernoctar en la comunidad de Agato.

4.3. Identificación y descripción de los procesos

4.3.1. Caracterización y diseño del producto/servicio

El establecimiento conllevará un diseño amplio y armonioso, su estructura estará formada de madera, vidrio, bambú y ladrillo. Dentro del diseño del alojamiento se proyecta instaurar 7 habitaciones: cuatro habitaciones matrimoniales, dos familiares y una habitación triple, por tanto, se pretende diseñar para 23 personas. La clasificación se realiza de acuerdo al estudio de mercado, sobre el número de personas que acompañó en su último desplazamiento, en su mayoría fueron en familia, aunque hay un porcentaje muy significativo sobre el viaje entre dos personas, ya sea su pareja, amigo o familiar. Por tal motivo el alojamiento

no puede contar con menos de 7 habitaciones ya que en las encuestas realizadas existe una gran demanda por el producto a diseñar, por otro lado, la expansión del área geográfica no permite el aumento plazas de pernoctación, debido a que el alojamiento propone contar con otras áreas para actividades complementarias de interés para el cliente.

El detalle de cada habitación incluirá una ambientación de estilo rústico, elegante, dando a la estancia una sensación cálida y acogedora. Al igual que se proyecta crear espacios de recreación, áreas de esparcimiento, fotografías, *garage*, área de lectura y un cuarto de recepción con chimenea, además el *lodge* contará con buen sitio escenográfico, por lo que puede ser un aspecto de valor adicional del establecimiento de alojamiento.

4.3.1.1. Ambientación temática

- ***Color***

Para obtener un ambiente armónico y pacífico el color es uno de los elementos esenciales, por tanto, los colores de la mayor parte del establecimiento será de tono beige el cual juega con el color de la naturaleza y el ladrillo (café óxido) que se usará en la mayor parte de las paredes, este tono usado dentro de un lugar de estancia contribuye en la tranquilidad y relajación del visitante

- ***Materiales***

Dentro del área demográfica en el que se pretende ubica el emprendimiento es un sector rodeado de naturaleza, por tanto, es primordial el uso de materiales adecuados para no afectar drásticamente el ecosistema de la comunidad. Los espacios del establecimiento serán realizados con materiales de ladrillo, madera de pino, tejas, tierra, vidrio, piedra y bambú. Por otro lado, los objetos para amoblar las habitaciones serán varias, tales como; tornillos, clavos, cables de

luz, enchufes, pintura, interruptor, tuercas, entre otros. Estos componentes, además, permiten la obtención de instalaciones con ambientación rústico y cómodo para el cliente.

A continuación, los detalles de cada producto:

Producto 1-Habitación matrimonial “Huyashun”: En el caso del cuarto matrimonial consta de un sitio de gran dimensión para la comodidad del cliente; además, baño privado, bañera tipo *yacuzzi*, secador de cabello, 4 toallas sintéticas; para el baño, el cabello, manos y cuerpo, productos de aseo (*shampoo*, jabón y papel higiénico), espejo de 1.80 m x 60 cm con marcos rústicos tallados , mirador con una excelente vista paisajista, cama *King size* (cama doble grande con un colchón de un tamaño de 200-203 x 210 cm) hecho de bambú, cobijas térmicas y ropero de madera con estilo rústico, TV *Smart Samsung Crystal 4 K Ultra HD* y red *Wifi* inalámbrica . La estadía incluirá el almuerzo, cena, desayuno con alimentos orgánicos netamente cosechadas y producidos dentro del establecimiento y adicionalmente se obsequiar un souvenir, el costo de esta habitación es de 50 dólares por noche, siendo así un total de 100 dólares por la pareja.

Producto 2-Habitación familiar “Ayllu”: la habitación familiar tendrá una capacidad para 6 personas, su costo será de 20 dólares la noche, entonces, el total a pagar por grupo de familia será de 120 dólares sin alimentación, el precio empleado se adentra a una amplia área en la pieza; contiene baño y ducha privada, toallas sintéticas para el baño, el cabello, manos y cuerpo, espejo 1.20 m x 80 cm estilo rústico tallado, productos de aseo (*shampoo*, jabón y papel higiénico), 3 camas literas de una plaza, colchones *chaide* y *chaide*, mirador con una vista hacia la ciudad de Otavalo y un anaquel hecho a base de bambú.

Producto 3-Habitación triple “Kimsa”: El dormitorio triple abarcará un amplio espacio; con baño y ducha privada, toallas sintéticas, productos de aseo (*shampoo*, jabón y papel higiénico), un espejo con dimensiones de 1.20 m x 80 cm estilo rústico tallado, 1 cama individual de una plaza más una cama litera de una plaza, mirador hecho de madera y un anaquel hecho a base de bambú. Su decoración estará enfocado al ecosistema que lo rodea, esta habitación tendrá un costo de 20 dólares la noche por persona, por tanto, el valor total será de 60 dólares.

Tabla 12 Detalles de habitación

N°	DETALLES	PRECIO TOTAL
4	Habitación matrimonial “ <i>Huyashun</i> ”	\$100
2	Habitación familiar “ <i>Ayllu</i> ”	\$120
1	Habitación triple “ <i>Kimsa</i> ”	\$60

Fuente: Elaboración por autoras

El *check in* se realizará a partir de las 2 de la tarde y el *check out* deberá realizarse antes de las 11 de la mañana, de esta manera mantener el orden de ingreso y salida de los visitantes. Los precios mencionados responden al estudio de mercado, donde los posibles clientes mencionan que están dispuestos a pagar 20 dólares por pernoctación, sin alimentación. Además, el alojamiento procura contar con todas las comodidades que el visitante necesita para satisfacer sus necesidades.

Producto 4 - Área de restaurante: El restaurante acogerá una capacidad para 50 personas disponibilidad de 4 personas por mesa (7), y 8 mesas para dos personas, los muebles de esta área estarán hechas a base

de madera de pino y ciprés, haciendo uso de técnicas tradicionales dándole un aspecto de antigüedad. El establecimiento dispondrá con un menú muy variado en desayunos, almuerzos y cenas, para esto se hará uso de los productos cosechados en los huertos del *lodge*, que serán servidas en vajillas de barro, cubiertos y cucharas de madera con diseños coloridos. Dentro de los menús para ofrecer constarán los siguientes:

DESAYUNOS

Tabla 13 Características de menú de desayunos

N°	CARACTERÍSTICAS	PRECIO
Menú 1:	Tortillas tiesto, ensalada de frutas (piña, plátano y papaya), café, chocolate, yogurt, leche, huevos, queso, cereal, miel o mermelada de mora, té de planta medicinales, jugo de mora.	\$7
Menú 2:	Empanadas (queso y plátano), ensalada de frutas (mango, plátano y kiwi), café, chocolate, yogurt, leche, huevos, queso, cereal, miel o mermelada de fresa, té planta medicinales, Jugo de tomate de árbol.	\$7

Fuente: Elaboración por autoras

El producto fundamental para los desayunos será la elaboración de tortillas de tiestos de manera tradicional, el uso de café de haba y cebada, la leche ordeñada de la ubre de la vaca, el *lodge* contará con un enjambre de abejas de donde se obtendrá la miel. Todos estos alimentos serán elaborados de manera tradicional dentro del mismo establecimiento dando un sabor único y especial.

ALMUERZO**Tabla 14 Características de menú almuerzo**

N°	CARACTERÍSTICAS	PRECIO
Menú 1	<ul style="list-style-type: none"> • Entrada: Camote con maní • Sopa: Crema de haba • Plato fuerte: tortillas de papas con verduras (vainita, brócoli, zanahoria y alverja) • Postre: Plátano con chocolate • Jugo: Taxo con avena 	\$7
Menú 2	<ul style="list-style-type: none"> • Entrada: Chochos con tostado • Sopa: Crema de tomate de riñon • Plato fuerte: Corvina frita salteada con verduras • Postre: tomaste de árbol en almíbar • Jugo: Chicha 	\$7

Fuente: Elaboración por autoras

En cuanto a los alimentos necesarios; verduras, hortalizas, granos para la preparación y cocción de los almuerzos, provendrá de los huertos implementados dentro del establecimiento, así mismo las carnes y mariscos serán obtenidas mediante un distribuidor.

CENA

Tabla 15 Características menú cena

N°	CARACTERÍSTICAS	PRECIO
Menú 1	<ul style="list-style-type: none"> • Entrada: mote con queso • Sopa: Sopa de Quinoa • Plato fuerte: Llapingacho, pechuga a la plancha, ensalada de verduras • Postre: babaco en almíbar 	\$7
Menú 2	<ul style="list-style-type: none"> • Entrada: alverja con ensalada • Sopa: Sopa de Quinoa con verduras • Plato fuerte: Tilapia apanada, verduras, papas salteadas con perejil • Postre: dulce de trigo 	\$7

Fuente: Elaboración por autoras

PLATOS A LA CARTA

Tabla 16 Características menú platos a la carta

N°	CARACTERÍSTICAS	PRECIO
Menú 1	Pachamanca	\$10
Menú 2	Platillo tradicional Cuy con papas	\$12

Menú 3	Caldo de gallina de campo	\$10
---------------	---------------------------	------

Fuente: Elaboración por autoras

De igual manera la preparación de los platos para la cena o merienda, vendrán de los sembríos realizados por el establecimiento de alojamiento, la quinoa, el mote, el trigo son alimentos importantes, ya que los mismos serán cosechados de manera orgánica, cuidando la alimentación los visitantes.

Los costos de los menús serán de \$7 cada desayuno, almuerzo y cena. El establecimiento también ofertará platos a la carta como la pachamanca su costo es de \$10 por persona. El precio colocado responde a la pregunta realizada en el estudio de mercado, el precio adecuado a pagar por el tipo de alimentación, donde los encuestados están dispuestos a pagar hasta \$10 por la adquisición de alimentos. Como también venderá aguas a \$ 0.50, colas a \$0.75, snacks a \$1.00, entre otros.

Actividad complementaria 1- Áreas de cultivo: La oferta dentro del proyecto está involucradas a la cultura y la naturaleza, de acuerdo con esto el *lodge* ofertará actividades complementarias para cliente, así como; prácticas agrícolas (basado en el calendario andino) donde el turista tendrá la oportunidad de obtener conocimientos básicos del uso de la *Chakana*. Para esto el alojamiento contará con tres áreas de cultivo:

- **Área de cultivo número 1:** En esta primera área se hará la producción verduras y hortalizas tales como; lechuga, zanahorias, albahaca, cebolla larga, acelga, apio, nabo, coles, remolacha, coliflor, cilantro, col morada, perejil, vinagre, rábano, brócoli, calabacín, jícama, que serán usadas dentro de la preparación de los diferentes platillos para el consumo de los visitantes.
- **Área de cultivo numero 2:** Por otra parte, esta zona será usada para la siembra y cultivo de plantas medicinales, así como; manzanilla,

orégano, cerotes, toronjil, cedrón, anís del campo, llantén, linaza, menta, valeriana, que sirven como fuente curativa, para dolores de estómago, gripe, riñones, dolor de cabeza, que estará implementado dentro de los menús, con denominación de té, en la parte de bebidas de los desayunos y cenas.

- **Área de cultivo número 3:** Dependiendo de las estaciones de verano e invierno en esta última área se plantará granos tales como; maíz, frijoles, habas, alverja, quinua, mellocos, diferentes variadas edades de papas, ocas, alverja, chochos, canguil, amaranto.
- **Área de cultivo número 4:** En esta zona se hará la siembra de plantas frutales como: granadilla, durazno, manzana, taxo, claudias, mandarinas, limón, tomate de árbol, babaco, mora, guabas, capulí.

Tabla 17 Recorridos

RECORRIDO	DURACIÓN	PRECIO
Caminata por los huertos y explicación de la Chakana	1:30 minutos	\$10 por persona

Fuente: Elaboración por autoras

El recorrido tendrá una duración de 1:30 minutos aproximadamente, el valor colocado del trayecto responde a la pregunta del precio a pagar por recorrido en entornos naturales realizadas en el estudio de mercado, donde la mayor parte está dispuesta a pagar \$10 por persona, ya que durante el recorrido interpretativo se explicará sobre la *Chakana* y beneficios de cada una de las plantas medicinales, además, contará con un guía nativo, y un guía traductor.

Actividad complementaria 2–Área de manufacturación de instrumentos:

En cuanto a la exhibición y demostración de manufacturación de instrumentos, los visitantes podrán observar cómo se realiza las diferentes artesanías, desde la adquisición de material prima hasta la culminación del producto final, esta actividad complementaria se basará principalmente en el trabajo en equipo. El taller también se encargará de vender instrumentos a un precio adicional, tales como:

Tabla 18 Actividad complementaria

Producto	Precio	Incluye
Recorrido por el taller de manufacturación de instrumentos de viento	\$7	Guía traductor, interpretación del producto.

Fuente: Elaboración por autoras

Productos adicionales

Tabla 19 Productos del taller

PRODUCTO	PRECIO
Zampoña sicus	\$12
Zampoña completa	\$18
Rondador Mi	\$12
Rondador La	\$12

Flauta de pan	\$18
Palos de lluvia	\$8
Quena	\$8

Fuente: Elaboración por autoras

El precio establecido para este recorrido responde al precio a pagar por la visita a un taller de manufacturación de instrumentos de viento, ya que en las encuestas realizadas las personas están prestos a pagar el valor de \$7 por esta actividad. El costo colocado responderá a los gastos de adquisición de materia prima, mano de obra, cintas, borlas, piola, tijeras necesarias para la obtención de estos artículos para su respectiva venta.

4.3.2. Descripción del proceso productivo o prestación del servicio

Lodge Kawsakunchimari, ofrece al visitante la prestación de servicios de calidad, para brindar una estancia agradable y sin dificultades, la empresa se encarga de ejecutar una serie de procesos para la realización de reservas, *check in* - *check out* y restauración:

- 1. Proceso de reservas:** Para realizar una reserva el cliente debe de comunicarse con la empresa, directamente con el personal de recepción, ya sea; por medio de redes sociales (Facebook, Instagram, Tik Tok, otros), páginas webs o números telefónicos, el objetivo es ser eficiente para la prestación de este servicio. Luego de comunicarse a través de cualquiera de esos canales de comunicación, el usuario deberá averiguar sobre el tipo de habitación que requiere usar y el día para tener conocimiento si existe la disponibilidad de los detalles a elección.

Posteriormente, si el usuario está de acuerdo con la disponibilidad que le brinda el establecimiento, de esta manera, la parte administrativa se encargará de conocer el tipo de reservación que requiere el cliente para proseguir con el proceso, de la siguiente manera:

- *Reservación estándar:* en este caso el cliente no deja ninguna garantía de su reserva, ya sea; el 50% de su pago por adelantado, datos de su tarjeta de crédito, entonces, la empresa pondrá un límite de hora para que se cancele el costo de la habitación o pasa a estar disponible nuevamente.
- *Reservación garantizada:* Este tipo de reservación es conocida de esta manera por que el cliente deja de garantía del 50% del costo total, además, es esencial mencionar que una vez que el usuario no fue la fecha indicada o existe cancelación de reserva, el costo de garantía no es reembolsable. Una vez pasada las horas que se pretendía que el cliente realice el *check out* la habitación quedará disponible para el público. En el caso de existir algún cambio de fecha de reserva, solamente se podrá resolver si se realiza con tiempo anticipado antes de la entrega del producto, además, se adaptará a las disponibilidades que posee el establecimiento.

Después de describir las diferentes reservaciones, si existe el pago por reservación se procede a continuar, en la cual se solicita los datos personales del usuario: correo electrónico, número telefónico, pasaporte o cédula de identificación. Posteriormente el pago se realiza por medio de transferencia bancaria, la identidad con la que se plantea trabajar es el Banco Pichincha, debido a estar en disponibilidad del cliente por diferentes plataformas (banca móvil, transferencias electrónicas) y poseen mayores sucursales (bancos vecinos) para depósitos. Seguidamente, la empresa debe verificar si el pago se realizó para el envío oportuno de la factura electrónica de pago de reserva a través de su e-mail.

Para finalizar, una vez de aprobar la reserva al cliente se procede a preparar la habitación por parte de camarería:

1. Acomodar y tender camas con sábanas nítidas.
2. Acomodar y limpiar partes exteriores de la habitación, es decir, miradores en perfecto estado, pisos camino a la estancia, sitios de esparcimiento y lectura.
3. Limpieza y desinfección minuciosa de suelos y ventanas.
4. Limpieza de polvos dentro y fuera de la habitación completa.
5. Revisión de orden de insumos y arreglos de habitación.
6. Ventilación de cuartos por medio de ventanas y puertas abiertas.

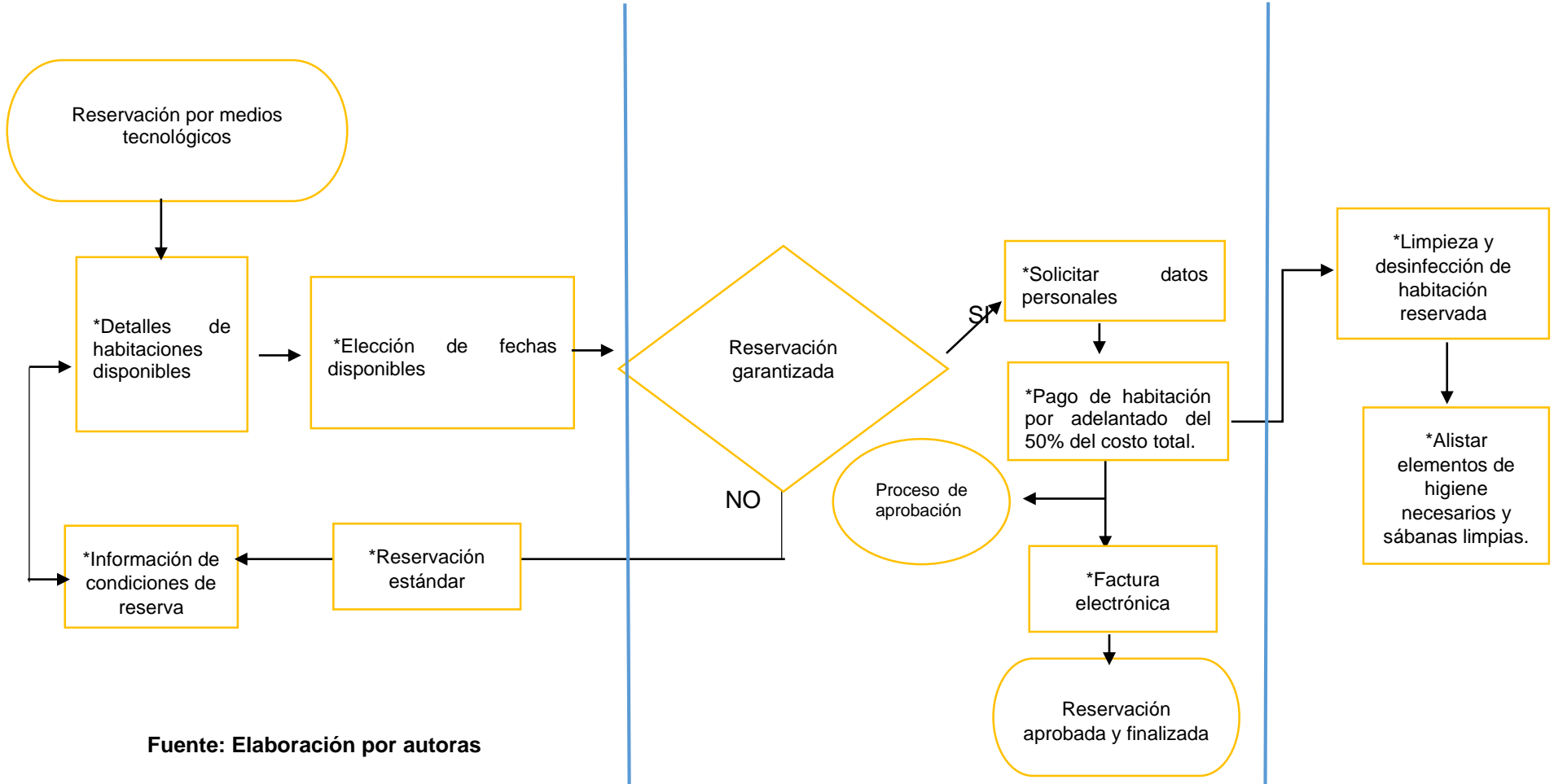
Tal es la forma que la entrega de la habitación sea de calidad para la llegada del visitante. En el siguiente flujograma 1 explica con exactitud como se plantea atender al cliente al momento de realizar una reserva en el establecimiento.

Tabla 20 Proceso de reservación

RECEPCIÓN

ADMINISTRACIÓN

CAMARERÍA



Fuente: Elaboración por autoras

2. Proceso de check in – check out:

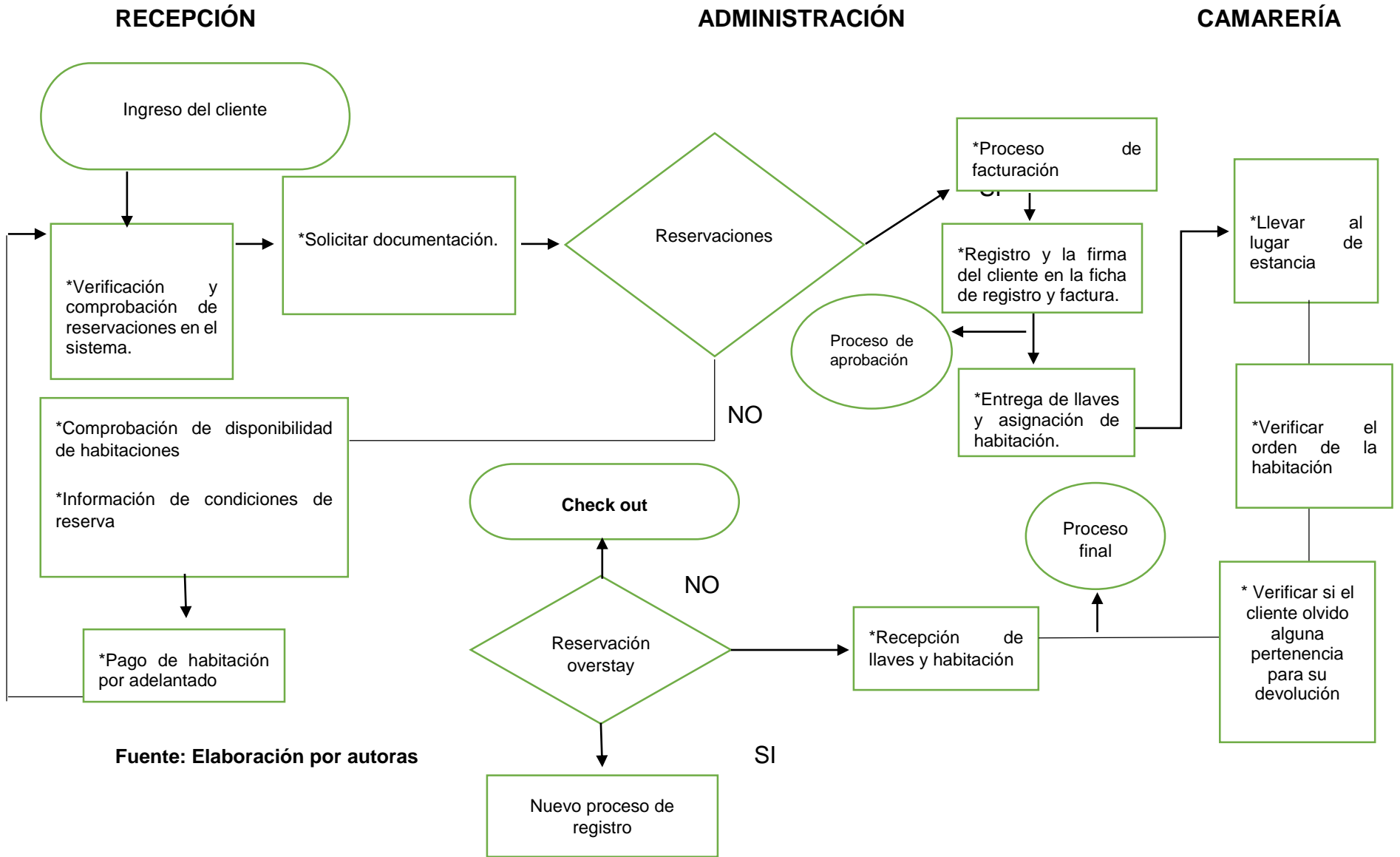
La visita del cliente al establecimiento para la entrega del servicio se efectuará de acuerdo a los siguientes procedimientos impuestos por el *lodge*, primeramente, se saluda y le da bienvenida por parte de la empresa, de esta manera proceder a realizar el respectivo *check in*, por lo que se solicitará al cliente sus respectivos documentos personales y la factura electrónica que se realizó durante la reserva. Después por parte de la oficina administrativa se realiza la respectiva verificación de poseer una reserva, se procede a realizar la firma correspondiente de la factura y registro de entrada, con el pago total del costo de alojamiento.

A continuación, se realiza la entrega de las llaves de la habitación correspondiente, posteriormente, camarería se encarga de llevar a los clientes a sus habitaciones también se encarga de verificar si la estancia está en perfectas condiciones, además, brinda la debida información de las características que posee su sitio de pernoctación. Tal es la forma que después de terminar su estancia dentro del establecimiento, la misma área de camarería se encarga de verificar si el cliente se olvidó alguna de sus pertenencias. Mientras el cliente realiza su *check out*, se realiza la entrega de llaves de habitación.

Aunque, en el caso que el usuario quiere alargar su período de estancia (*overstay*), se realizará en la misma área de recepción, además, debe realizar el pago total de días que quiere pernoctar con su debida facturación. De este modo el cliente podrá pedir nuevamente sus insumos y pedir limpieza – desinfección del área en el cual se quiera hospedar.

El flujograma 2 que se visualiza a continuación explica con palabras claves de los procesos de *check in – check out* dentro del *lodge Kawsakunchimari*.

Tabla 21 Proceso de check in - check out



Fuente: Elaboración por autoras

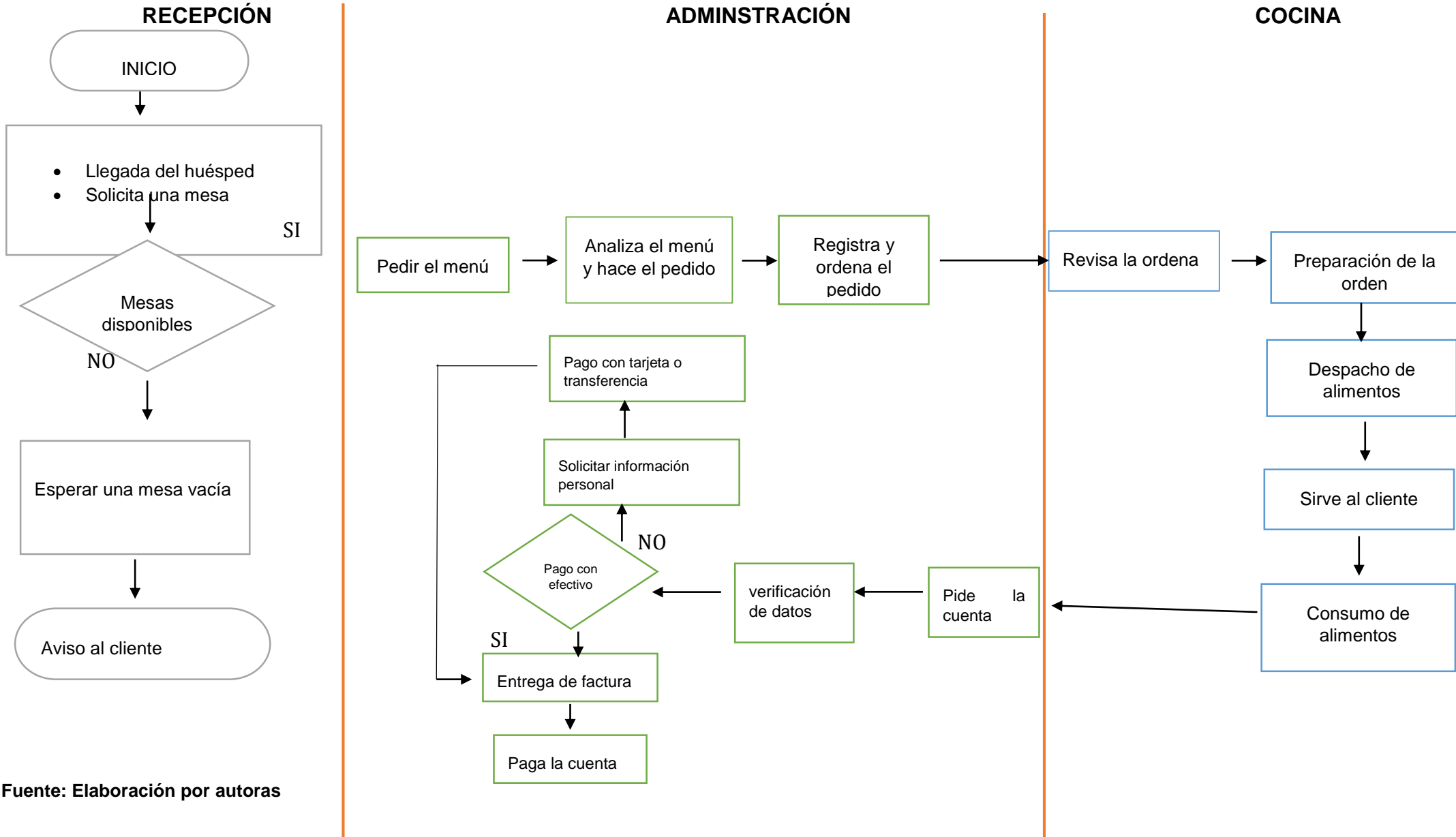
4.3.3. Proceso de reserva directa del restaurante:

En el flujograma se detalla el proceso de reserva de los departamentos de recepción, administración y cocina del restaurante del establecimiento de alojamiento denominado *lodge*, Desde su primer acercamiento cliente- recepción hasta la entrega del producto. El establecimiento cuenta con un departamento encargado de supervisar los diferentes procesos: Empezando por el primer acercamiento hacia la recepción donde los visitantes podrán solicitar una mesa, seguidamente el departamento de recepción revisa la disponibilidad de mesas, si no existiera mesas disponibles se explicara la cliente que por el momento no cuenta con una mesa disponible, sugiriendo que espere un momento hasta que los comensales termine de consumir sus alimentos.

En el caso de existir disponibilidad se prosigue con el departamento de administración donde se hace entrega del menú con todos los menús y platos a la carta existentes, el cliente revisa los precios y la carta, procediendo a solicitar la orden mediante el registro del pedido, continuando con el proceso de cocina donde se encargan de revisar la orden del cliente, haciendo la respectiva cocción y preparación de los platos solicitados, en cuanto esté listo se procede a despachar los alimentos, con la ayuda de un mesero se procederá a la entrega del menú solicitado por parte del cliente, de inmediato el cliente procede a consumir los alimentos.

En cuanto el consumidor pide la cuenta se regresa al departamento de administración donde se realizara la respectiva verificación de datos para la respectiva factura, si el cliente no cuenta con lago en efectivo se procederá a solicitar la respectiva información personal, de esta manera el consumidor pueda realizar el pago con tarjeta o transferencia, si el pago es en efectivo se continua directamente a realizar la respectiva entrega de la factura y pago de la cuenta para así culminar con el proceso por parte del establecimiento, de tal manera mantener el orden y entregar un producto de calidad al cliente, de esta manera demostrar que el alojamiento cuenta con servicios de calidad y rápido para satisfacer las necesidades del cliente y sobre todo que el visitante se encuentre a gusto con la atención brindada.

Flujograma 3. Tabla 22 Proceso de reserva directa de restaurante



Fuente: Elaboración por autoras

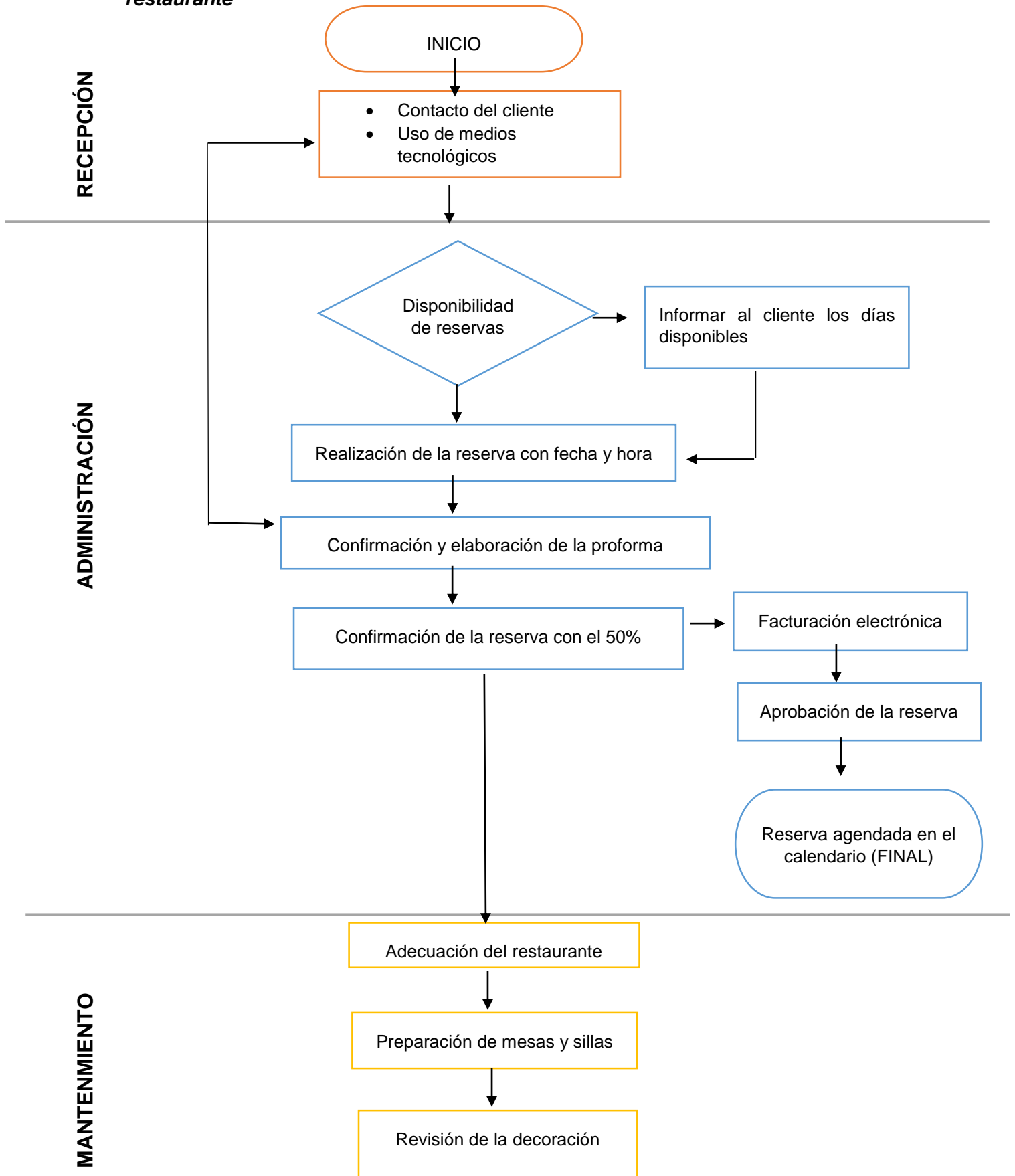
4.3.4. Proceso de reserva mediante medios tecnológicos del restaurante:

En este proceso el cliente se comunicará con el restaurante del establecimiento mediante el uso de la página web, WhatsApp, booking o directamente vía telefónica, contemplada por los tres departamentos; recepción, administración y mantenimiento.

Al contactarse con el departamento de recepción los clientes podrán obtener toda la información de los menús, platos a la carta que ofrece el restaurante, como también los descuentos y promociones, seguidamente el departamento de recepción se comunicara con el departamento de administración donde se verificara de la disponibilidad de reservas, informando al cliente de los días que podrían hacer uso de este establecimiento, si no es el caso se proseguirá directamente a realizar la reserva con la fecha y hora, continuando se procederá a la confirmación y elaboración de la proforma que será enviada al cliente como también al departamento de recepción para que quede constancia del proceso realizado.

Al realizar este procedimiento de inmediato se realiza por parte del cliente el abono del %50 del total a pagar mediante una transferencia, de esta manera aprobar y agendar la reserva en el calendario. Ya para finalizar se procede con el proceso de mantenimiento donde se realizará las respectivas adecuaciones y arreglos solicitados por parte del cliente, la preparación y revisión de las sillas y mesas solicitadas.

Flujograma 3 Tabla 23 Proceso de reserva mediante medios tecnológicos del restaurante



4.4. Ingeniería del proyecto

4.4.1. Distribución de la planta

Kawsakunchimari lodge estará ubicado en la parroquia de Miguel Egas Cabezas, comunidad Agato, en un terreno horizontal de 6.219.51 m² que tendrá una distribución de 7 espacios, es sustancial mencionar que los espacios de los caminos que van hacia las habitaciones serán de 2.50m de ancho, hechos de piedras pequeñas y contendrá la respectiva señalética fabricadas de madera de pino, de esta manera el visitante no tendrá inconvenientes para la llegada a la habitación. Además, se encontrarán espacios de lectura y espacios de fogata cercanos a el área de camping, estos sitios serán hechos de piedra.

Entonces la distribución de las instalaciones será de la siguiente manera:

- **Área de parqueadero**

Al ingreso del establecimiento se encontrará el parqueadero con dimensiones de 69.36m x 13.00m, la capacidad de esta área será de 10 autos pequeños con dimensiones de 3 metros de ancho por 4 metros de largo y 2 buses o busetas de hasta 15 metros de largo. Además, estará ubicado a pocos pasos de la entrada de recepción, tendrá una iluminación de luces led, el espacio mantendrá una señalización de franjas blancas en el piso para el uso adecuado, tendrá una garita de seguridad y estará rodeado por plantas.

- **Área de recepción**

La zona de recepción poseerá dimensiones de 4.00m x 6.00m, el espacio necesario para acomodar a nuestros futuros clientes, una chimenea de leña con estilo rústico hecho de tapia, ladrillo y piedra, dentro de la misma se halla el sitio de espera, el lugar estará acomodado para la relajación del visitante y será un espacio de distracción debido a que se dispondrá en la mesa central varias revistas sobre las actividades que se realiza en el establecimiento, información, lugares que se

puede visitar, manualidades de observación, entre otros. Además, el área estará iluminado con luz natural debido a que el establecimiento tendrá grandes ventanales y un traga luz, poseerá sus respectivos sillones cómodos.

- **Área de restaurante**

Al lado derecho de la recepción se encontrará el restaurante, dentro de la misma estará dos baños (hombre-mujer), cocina, bodega, espacios de frigoríficos, cuarto de limpieza, comedores interiores y exteriores, pequeño escenario y un minibar, la dimensión total es de 15.80m x 15.60m. Dentro de esta área el comedor es el esencial para el visitante su extensión de 15.60m x 6.70m espacio apto para 40 personas, sus paredes serán de madera, ladrillo y grandes ventanales, el comedor exterior estará diseñada del techo traga luz y plantas pequeñas a su alrededor, todos los comedores, barra, sillas, pisos y mostrador de licores tendrá la temática del sitio por tanto su diseño es elegante hecho de madera, con el debido tratamiento. Sus decoraciones serán de objetos que usaban nuestros antepasados para la cocina o para guardar sus alimentos (vasijas de barro, cucharones de madera, entre otros.), agricultura (arado, yugo, yunta, palondras, entre otros), pinturas que expongan la cosmovisión andina.

- **Área de exposición**

En la parte izquierda del restaurante se encuentra la zona de exposición, este sitio se adaptará para dos actividades, la manufacturación de instrumentos y un pequeño museo acoplado a las prácticas artesanales de la etnia indígena kichwa Otavalo, sus dimensiones son de 6.43m x 4.00m. Estará sujeto a la temática rústica, los paneles de exposición hechos de madera, esta área se encontrará con poca luz natural, por tanto, la iluminación se hará uso de luces led de color blanco cálido para brindar un ambiente natural.

- **Habitación matrimonial “*Huyashun*”**

Continuando con las áreas del *lodge* están las habitaciones en este caso es *Huyashun* un área de 4.50m x 6.00m de longitud, esta estancia posee un baño amplio con su bañera tipo *yacuzzi*, un mirador, estará situado en uno de los puntos con mayores vistas, todo este espacio causará un ambiente armónico y placentero debido a los materiales que se usa (madera, ladrillo) y los grandes ventanales, además su decoración será romántico y a la vez arraigado a la cultura es decir, las cortinas, cobijas, cojines, cama, ropero, alfombras y lámpara, serán de hechos de materiales naturales, tales como: lana, bambú, totora, impermeable y otros elementos que usan los indígenas para producir sus vestimentas o artesanías. La plaza de cama será el *King size* (cama doble grande con un colchón de un tamaño de 200-203 x 210 cm), un espacio cómodo para el disfrute de la televisión, un sillón para dos personas de color café, de este modo, brindar un servicio satisfactorio para una pareja.

- **Habitación familiar “*Ayllu*”**

Esta área permitirá pernoctar una familia, esta adecuado para 6 personas por tanto, sus dimensiones son de 4.50m x 8.00m que permite el espacio necesario para la acomodación del cliente, además tendrá un mirador, ducha y baño independiente, un anaquel, una mesa central, en este espacio su decoración de planteará la ambientación rústica ya que se usa el bambú, madera, ladrillo y vidrio, pisos de madera, ventanales grandes, contendrá tres piezas de camas literas de una plaza, que permitirá disfrutar de la estancia.

- **Habitación triple “*Kimsa*”**

Kimsa es una habitación con dimensiones de 4.00m x 4.50m, este espacio comprenderá de un baño, ducha, mirador, una cama litera, una cama de una plaza, de este modo aprovechar el espacio de la habitación, ya que contendrá una mesa central, tendrá una pintura que muestre modos de vida de la cultura kichwa con un

marco elegante - rústico. Todos los muebles, y decoraciones serán formados de madera y bambú.

- **Área de *camping***

Esta área tendrá grandes dimensiones debido a que permitirá al visitante realizar actividades de recreación, como es el esencial, *camping*, juegos de pelota, juegos en familia. Esta área mide aproximadamente 1.306m², el césped de esta zona será tratado con frecuencia.

- **Área de cultivo**

El área de cultivo se subdivide en tres partes debido a que se empleará para diferentes usos, permitirá al turista visitar y conocer mejor los productos de la zona. Las dimensiones son de 17.24m x 30.16m cada área de cultivo lo que da un total de 69.36m x 17.24m. Estos espacios estarán a disposición de los clientes, por lo que, se trabajará para mantener unos excelentes productos y una buena vista paisajística.

Figura 11. Planos de la instalación/infraestructura



Fuente: Elaborado por el centro de estudio de arquitectura Inside

Tabla 24 Infraestructura

Adecuaciones/ construcciones	Características	Cantidad	Valor unitario	Total
Habitación matrimonial "Huyashun"	Construcción estilo rústico de madera, ladrillo visto grandes ventanales Dimensiones: 4.50m x 6.00m	4	2365.35	9461.4
Habitación familiar "Ayllu"	Construcción estilo rústico de madera, ladrillo visto grandes ventanales Dimensiones: 4.50m x 8.00m	2	1578.96	3.157.92
Habitación triple "Kimsa"	Construcción estilo rústico de madera, ladrillo visto grandes ventanales Dimensiones: 4.00m x 4.50m	1	1259.27	1259.27
Restaurante	Construcción de estilo rustico, ventanales grandes Dimensiones: 69.36m x 13.00m	1	\$ 3.956,22	\$ 3.956,22

Parqueadero	<p>Construcción a base piedra y ladrillo</p> <p>Área Rectangular</p> <p>Dimensiones: 69.36m x 13.00m</p>	1	1022.38	1022.38
Recepción	<p>Esta área está realizada a base de ladrillo.</p> <p>Dimensiones: 4.00m x 6.00m</p>	1	\$ 1066,21	\$ 1066,21
Área de camping	<p>Dentro de este espacio se conservará el césped natural.</p> <p>Dimensiones: 1.306m²</p>	1	500	500
Sala de exposición	<p>Área Rectangular, paneles de exposición, pisos de madera.</p> <p>Dimensiones:</p>	1	\$2.243,34	\$2.243,34
Área de cultivo	<p>A este campo se realizará las respectivas camas de cultivo.</p>	4	250	1.000

	Dimensiones: 69.36m x 17.24m			
TOTAL PRESUPUESTO				23.694,44

Fuente: Elaborado por las autoras

4.4.2. Requerimientos por áreas

Tabla 25 Maquinaria y Equipo

ÁREA	EQUIPO	CANTIDAD	CARACTERÍSTICAS	VALOR
RESTAURACIÓN	Cocina	1	Industrial seis quemadores horno convencional HBB 535	\$610,35
	Refrigeradora	1	<i>Ref sidebyside 28p/759lt inv, gris inox</i>	\$1437,09
	Congelador	1	Congelador <i>Frost</i> horizontal opción dual 780Lt	\$1150,97
	Mantelería	15	Sintéticos, colores cálidos elaborados en telares circulares	\$225,00
	Tostadora	1	Tostadora <i>Easyline</i> Para 2 Rebanadas - TMB21	\$48,00
	Cafetera	1	Cafetera <i>Easyline</i> Para 10 Tazas - CMB21	\$59,00

Licuadaora	1	Licuadaora Electrolux 700w con vaso de vidrio <i>TruFlow Experience Technology</i>	\$69,00
Tanques de gas	3	Tanque de gas <i>Indurama</i>	\$144,00
Microondas	1	Microondas De 28Lt Con <i>Grill</i> Potencia 1500W - EMDN28G3MLG	\$159,01
Mesas	13	Mesa rústica de madera mediana	\$1560,00
Lavavajillas	1	Lavavajillas de Libre Instalación para 10 Sets 115	\$709,01
Basureros	3	Basureros de madera moderna	\$150,00
Kit de limpieza	1	Escoba, trapeador, recogedor, papel y toallas de manos	\$20,00
Focos	13	<i>Leds</i> ahorradores	\$22,10
Sillas	40	Silla de madera y cojines acolchados	\$720,00
Repisa	3	Repisa De Pared O Estante Cubos Intersecados.	\$150,00

HABITACIONES	Cama de una plaza literas	5	Camas literas de madera envejecida	\$1100,00
	Cama King	4	Camas de madera 200 cm de ancho por 200 cm de largo	\$800,00
	Televisores	4	TV <i>Smart Samsung Crystal 4 K Ultra HD</i> y red <i>Wifi</i> inalámbrica	\$4356,00
	Sofá camas	2	Sofá cama de totora	\$450,00
	Almohadas	30	Almohadas de algodón	\$300,00
	Sofá	4	Sofá de 2 personas totora y cojines de tapices acolchonados, buenos acabados	\$480,00
	Sillas	7	Silla de madera y cojines acolchados	\$126,00
	Mesas	7	Mesa rústica de madera pequeña	\$406,00
	Cortinas de baño	7	Cortinas de material sintético, blancas	\$175,00
	Duchas	7	Ducha Plástica Articulada – 15 cm. E120.45 DH	\$189,28

	Cortinas de la habitación	14	Cortinas de material sintético, blancas	\$490,00
	Focos	25	Leds ahorradores	\$42,5
	Espejos	7	Espejo de 80 x 100	\$820,00
	Basureros	7	Basureros de madera moderna	\$70,00
	Lavamanos	7	Modular Con Espejo y lavamanos de madera	\$1925,00
	Inodoros	7	Inodoro <i>Kingsley Advance</i> Alargado - Cerámica y Porcelana	\$2096,08
RECEPCIÓN	Inodoro	1	Inodoro <i>Kingsley Advance</i> Alargado - Cerámica y Porcelana	\$299,44
	Lavamanos	1	Modular y lavamanos de madera	\$195,99
	Impresora Epson	1	Impresora multifuncional con <i>Wifi</i> incluido	\$223,00
	Mesa de escritorio PC oficina	1	Mesa de madera, <i>vintage</i> oficina	\$225,00

	Computador	1	Computador <i>Gamer Lenovo Legion 5 Pro</i> I7 11va + 16gb + 512 Ssd + Rtx 4gb	\$1050,00
	Sofá de espera	1	Sala de 10 personas, de totora y cojines de tapices acolchonados, buenos acabados	\$950,00
	Teléfono	1	Teléfono Inalámbrico <i>Panasonic</i> + Identificador De Llamadas	\$44,99
	Mesa	1	Mesa rústica de madera	\$10,00

Fuente: Elaborado por las autoras.

4.4.3. Insumos

Tabla 26 Insumos y requerimientos

ÁREA	INSUMO	CANT	CARACTERÍSTICAS	VALOR UNIT.	TOTAL, usd
HABITACIONES	Edredones	20	Edredones microfibra blancas	55	\$1100
	Toallas pequeñas para manos color blanco	56	Toallas sintética y algodón, de color blanco	5	\$280
	Jabón líquido para manos	14	jabón líquido para manos EO productos, <i>hand soap savon</i>	6.50	\$91

			<i>meyer</i> limón + mandarina - 12.75 oz. fl.		
	Jabones Velvet	5doc.	Jabón de barra mineral del mar muerto suave <i>salvia</i> de limón exfoliante - 7 oz.	0.50	\$30
	Colchones una plaza	5	Marca Paraíso	95	\$475
	Colchones King	4	Marca Paraíso	125	\$500,000
	Toallas blancas	56	Toallas sintética y algodón, de color blanco	7	\$392
	Sábanas blancas	56	Algodón productos textiles	15	\$840
	Protector de Colchón	20	<i>Chaide y Chaide</i> Impermeable	30	\$600
Cocina	Tamizador	3	Juego de 6 Tamiz cónico de acero inoxidable	10	\$30
	Cuchillos	2	Juego de cuchillos	11	\$22
	Cucharas de madera	3	Set de cucharas de madera antiadherentes de	29	\$87

			madera de teca natural		
	Cucharas medidoras	2	Cucharas de Medición <i>Cuisinart</i>	9.45	\$18.9
	Tablas de cortar (madera)	1	Set de 3 tablas de cortar de madera	15	\$15
	Tablas de cortar (plástico)	1	Set de 3 tablas de cortar de plástico	10	\$10
	Pinzas de cocina de metal	2	Pinzas de cocina de acero inoxidable (2 unidades, 9 - 12 pulgadas / 23 y 30.5 cm, con cerradura de metal, agarre antideslizante), color negro	4.50	\$9
	Pinzas de cocina de plástico	2	Juego de 3 pinzas de plástico para alimentos – pinzas de cocina pequeñas, medianas y grandes	8	\$16

	Pinzas de cocina de acero inoxidable	2	Pinza <i>Utility</i> Acero Inoxidable <i>Tramontina</i>	4.50	\$9
	Pinza para servir	2	<i>PINZA TANSUNG AC55B010</i>	3.50	\$7
	Pinza de tijera.	2	Pinzas de cocina <i>Hiash</i> de acero inoxidable resistente para cocinar pinzas, alicates de bufé de 11 pulgadas	5	\$10
	Pinza de repostería	2	<i>PINZA TANSUNG AC55B013</i>	3	\$6
	Pinzas de cocina de madera	2	pinzas para comida, herramientas de cocina	2	\$4
	Pinzas de precisión	1	Juego de pinzas <i>Kingsdun</i> de 9 piezas de acero inoxidable	15	\$15
	Bowls	4	<i>Bowl Palladio 24 Savona - CP1</i>	8	\$32
	Sartenes de teflón	2	Set de Sartenes Inducción <i>Warenhaus</i> x2	33	\$66
	Sartenes de titanio	2	Set de Sartenes <i>UMCO</i> x2	28	\$56

	Sartenes de acero	2	Sarten <i>Triply</i> Acero Inoxidable <i>MasterChef Umco</i> 24 cm	35	\$70
	Sartenes de porcelana	2	Set de Sartenes <i>Warenhaus</i> x2	36	\$72
	Sartenes de hierro	2	Sartén de metal <i>Warenhaus Cromata</i> Negro	18	\$36
	Sartenes de aluminio	2	Sartén de aluminio <i>Umco</i> 24 cm	13	\$26
Restaurante	Cristalería (vaso 12oz)	100	Vaso de cristal redondo zafiro marca cristal	0.60	\$60
	Copa de vino tinto	100	Copa cuello corto ovalado marca <i>Schott Zwiesel</i> .	0.90	\$90
	Cristalería (taza de cerámica)	100	Taza de cerámica (tamaño grande, 22 oz), color blanco	0.80	\$80
	Vajillas de barro (platos)	150	Vajilla de barro artesanal con diseños coloridos	2.50	\$375

	Vajillas de barro (plato llano)	150	Vajilla de barro artesanal con diseños coloridos	2.50	\$375
	Cubiertos(tenedores) de madera	150	Cubiertos de madera de estilo rustico artesanal	1	\$150
	Cubiertos(cucharas) madera	150	Cubiertos de madera de estilo rustico artesanal	1	\$150
	Cubiertos de mango de madera (cuchillos)	200	cubiertos de mango de madera rústico, cubiertos de acero inoxidable	1	\$150
	Saleros y pimenteros	20	<i>JoyJolt</i> Salero y pimentero, juego de 2 unidades, cristal duradero de calidad <i>premium</i> , elegante diseño triangular	6	\$120
	Jarras de cristal	15	Jarra de Vidrio <i>Luminarc Longchamp</i> 1.5 Litros	8	\$120
	Jarra de barro	5	Jarra de barro rustico artesanal	12	\$60
	Servilletas blancas	15	<i>LEKOCH</i> 50 servilletas desechables blancas con bolsillo integrado para cubiertos	4.50	\$67.5

TOTAL					14,112 .69

Fuente: Elaborado por las autoras.

4.4.4. Capital de trabajo

Tabla 27 Capital de trabajo

Área	Rubro	Cantidad	Características	Valor Unitario	Total USD
Servicios básicos	Luz	1	Luz comercial	\$60.00	\$60.00
	Internet	2	Red corporativa, empresa Saitel, se usará dos redes con el fin de obtener una buena conexión.	\$40.00	\$80.00
	Agua	1	Agua potable	\$50.00	\$50.00
	Teléfono	1	Empresa CNT EP	\$60.00	\$60.00
Salarios	Administrador	3	Recepcionista	\$400.00	\$800.00
			Gerente general	\$400.00	
	Personal operativo	4	Intérprete	\$400.00	\$1194
			Ama de llaves	\$394.00	
			Cocinero/a	\$400.00	
Personal de aseo	2	Camarería	\$394.00	\$788.00	

	Personal de medio tiempo	2	Conductor de furgoneta	\$394.00	\$394.00
Marketing y comercialización	Motores de reserva	2	Mensajería Plataformas para la publicidad (booking, Airbnb)	\$60.00	\$60.00
	Administrador de redes	1	Facebook Instagram Páginas web Páginas de reserva	\$168.00	\$165.00
	Generación de contenidos multimedia	1	YouTube Tik Tok	\$120.00	\$120.00
Materias primas	Servicio de alojamiento	1	Habitaciones rústicas	\$5000	\$35000
	Servicio de restauración	1	Espacio de gran dimensión rústico	\$ 5.956	\$3.956
TOTAL				\$81. 989	

Fuente: Elaborado por las autoras.

4.5. Inversiones y capital de trabajo

Consolidación de valores provenientes del presupuesto descrito en las tablas anteriores

Tabla 28 Inversión

Construcción/adequaciones	23.694,44 USD
Maquinaria y equipos	23.868,53USD
Insumos y requerimientos	15,112.69 USD
Capital de trabajo	81. 989 USD
TOTAL	143.829 USD

Fuente: Elaboración autoras

Nota: El valor total debe coincidir con el total de activos fijos en el balance de situación inicial del estudio económico (cap. 6)

4.6. Estructura organizativa y administrativa

4.6.1. Misión

Kawsakunchimari somos una empresa que brinda servicios de alojamiento, alimentación, áreas de recreación con estándares de calidad destinado a turistas locales, nacionales y extranjeros que busquen salir de su rutina diaria hacia un lugar rural, de esta forma alcanzar las expectativas de nuestros clientes, además, ofrecemos experiencias únicas con la naturaleza y productos autóctonos con buenas prácticas de turismo sostenible.

4.6.2. Visión

La empresa *Kawsakunchimari* será reconocida en un periodo de 5 años por los estándares de calidad que oferta el establecimiento, cumpliendo con las necesidades de nuestros clientes, de esta manera lograr un posicionamiento de prestigio a nivel nacional e internacional, obtenido mediante una gestión de calidad, asegurando una rentabilidad responsable.

4.6.3. Políticas

Políticas de Alojamiento

- El *lodge* funcionará con reglamentos para cada área, el cual serán claramente especificadas a nuestros clientes.
- La sanción por la destrucción rayones de paredes, será de acuerdo al daño realizado.
- Horarios establecidos por el establecimiento.
- Check in: 13:00
- Check out: 12:00

Políticas del restaurante

- Desayuno de 8:00 a 10:30
- Almuerzo de 12:30 a 14:30
- Cena: 19:00 a 20:30
- En caso de realizar una cancelación, no habrá devoluciones del anticipo realizado

Políticas de niños

- Los clientes menores de 13 años pagan dentro del establecimiento a mitad de precio.
- Clientes menores de 3 años entran sin costo.

Políticas de cancelación

- Si se realiza una anulación de reservas antes de los 8 días no existe costo adicional.
- La anulación o cancelación de reservas antes de los 4 días es del 10%, del costo total.
- Si la cancelación es de 1 día antes se cobrará el 50% del costo total.

Cancelaciones en temporada alta y días festivos

- La cancelación antes de los 20 días tiene un valor del 10% del costo total.
- Reservas antes de los 13 días habrá un cargo del 40%.
- La cancelación de los 8 días tiene un cargo del 50% del costo total.

4.6.4. Valores

- **Honestidad:** Ofrecer con honestidad los servicios y costos del establecimiento
- **Solidaridad:** Aportar al cuidado del medio ambiente y social.
- **Puntualidad:** Ser un establecimiento que respete los cronogramas establecidos dentro de la empresa.
- **Amabilidad:** nuestros visitantes tendrán un trato amable por parte del personal de trabajo.
- **Responsabilidad:** Respetar los horarios de trabajo y sueldos de los trabajadores del establecimiento.

4.6.5. Marca e imagen corporativa

Figura 12. Imagen corporativa



Fuente: Elaborado por autoras

4.6.6. Propuesta mercadológica

En este capítulo, se determinan las medidas estratégicas de comercialización como búsqueda de canales de distribución del servicio y las estrategias de marketing. De esta manera dar a conocer el establecimiento denominado *Kawsakunchimari* (seguimos existiendo), en la cual se aplicarán diferentes medios de promoción y difusión para la propuesta mercadológica

4.6.7. Identidad corporativa

El *lodge* denominado *Kawsakunchimari* (proveniente del kichwa), como su nombre lo indica es un establecimiento exclusivo debido a ser el primer emprendimiento de alojamiento turístico en la comunidad de Agato, con el objetivo de mostrar las manifestaciones culturales y agroecológica del pueblo Kichwa Otavalo. Asimismo, su *slogan*; “Somos tierra, vida y cultura”, representa la cultura, agricultura, cosmovisión y manifestaciones autóctonas de la comunidad. Como se puede visualizar en la siguiente imagen.



4.6.8. Marca

El establecimiento de categoría *Lodge* se titula “*Kawsakunchimari*”, la palabra proviene del vocablo kichwa el cual se traduce “Seguimos existiendo”, al idioma español. El nombre busca mostrar que la población indígena kichwa Otavalo coexiste, es decir, las tradiciones, formas de vida, se siguen conservando, a pesar de ello con el transcurso del tiempo la comunidad ha abandonado sus saberes y costumbres ancestrales.

Este proyecto tiene como propósito ofertar un servicio innovador para el consumidor, el cual cuenta de diferentes actividades tanto cultural y natural, donde el turista disfrute del entorno en el que se encuentra. Además, la interacción con el visitante mediante la preparación de alimentos propiamente de la localidad, haciendo partícipes en todas las actividades del establecimiento.

Los elementos del logo se describen a continuación:

Tabla 29 Tipografía

	Colores	Slogan	Caligrafía	Imagen
■	El color negro transmite elegancia, formalidad y poder.	<p>“Somos tierra, vida y cultura”.</p> <p>Representa:</p> <p>Tierra: La <i>Pachamama</i> (Madre tierra) simboliza fuente de</p>	<p>Somos tierra, vida y cultura</p>  <p>KAWSAKUNCHIMARI</p>	
■	El color rojo representa valor y energía, además, en la cultura Kichwa se asocia a la sangre que derramaron de los líderes indígenas, por defender los derechos del pueblo.	<p>vida, armonía y paz. La existencia del equilibrio con la cosmovisión indígena permite ser útil a las generaciones actuales y futuras.</p> <p>Vida: <i>Sumak kawsay</i> (Vivir Bien) simboliza una vida plena con la comunidad, manteniendo el respeto con la</p>	<p>La letra usada para la marca es de tipo “<i>elegant</i>”, es una caligrafía llamativa y brinda una vista atractiva.</p> <p>También la letra para el <i>slogan</i> es de tipo “Arial” de fácil visualización.</p>	<p>La figura que muestra el logo, permite conocer que el sitio es un establecimiento de alojamiento turístico de categoría <i>lodge</i>, además hace referencia que es realizado de</p>

		naturaleza y cosmos. Cultura: En el Ecuador existe una variedad de culturas que comparten una conexión entre su identidad y su estilo de vida.		manera rústica natural.
--	--	--	--	----------------------------

Fuente: Elaboración de las autoras

4.6.9. Aplicación de la identidad en papelería corporativa

Para el emprendimiento es sustancial el uso de la papelería corporativa, puesto que, la marca de la empresa debe estar identificada la parte externa e interna del establecimiento. Es importante mencionar que los objetos están diseñados con productos apegados con el medio rural, de tal manera, no afecte el ecosistema.

Como se muestra en la siguiente tabla, se puede evidenciar el diseño de los objetos, pero no el material:

Tabla 30 Papelería corporativa

Objeto/Descripción	Imagen
<p>Tarjetas de presentación: Objeto para entregar a sus consumidores, como forma de presentación empresarial.</p>	
<p>Sobres: Instrumento para enviar documentos del establecimiento.</p>	
<p>Gafetes: Instrumento para identificación del personal del proyecto.</p>	

Fuente: Elaboración de las autoras

4.6.10. Materiales publicitarios

En esta sección se menciona los artículos en las que se difunden las actividades, promociones y servicios a ofertar por parte del establecimiento. Las páginas webs, redes sociales son las herramientas virtuales más usadas por los consumidores, por tanto, sirve para llegar al cliente. Además, objetos que distinga a la empresa, en su difusión y venta, tales como: bolsas biodegradables, camisetas, gorras, termos, entre otros.

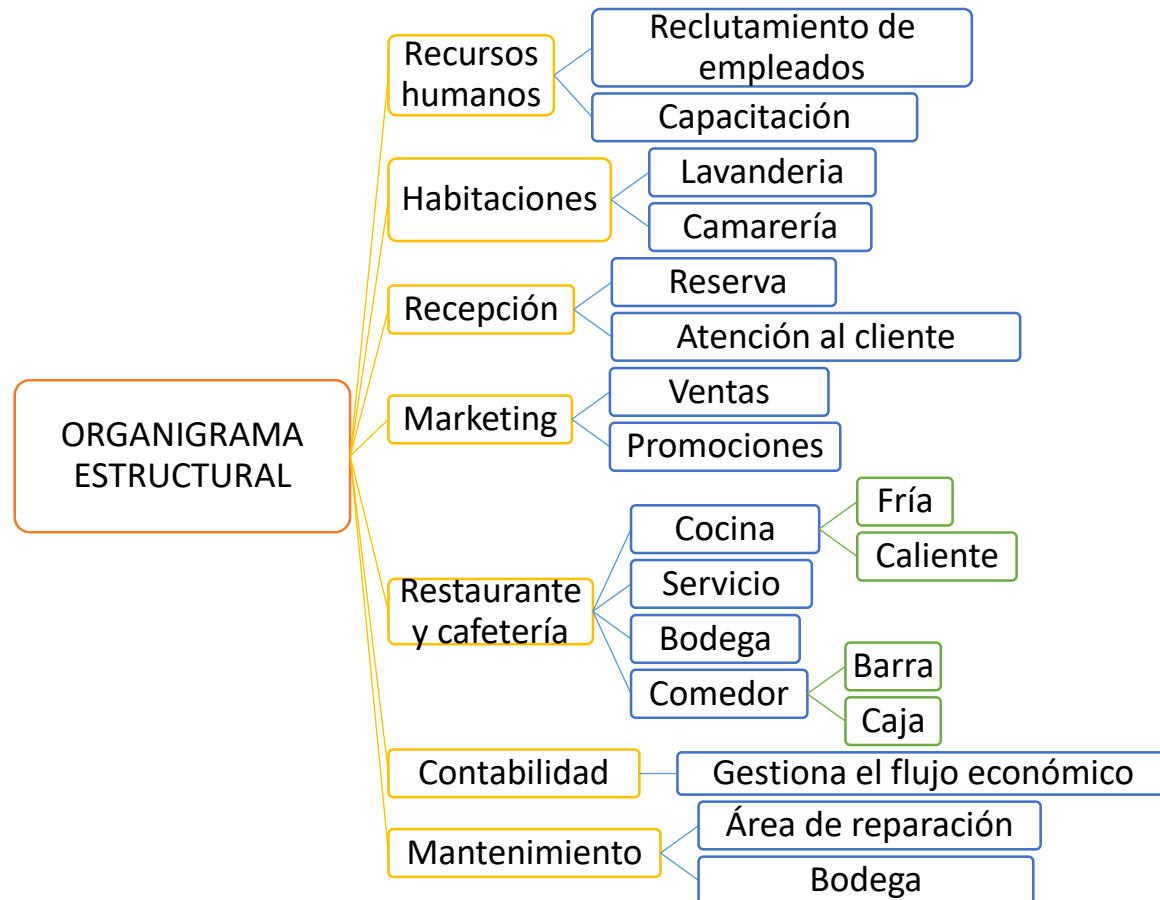
Tabla 31 Herramientas publicitarias

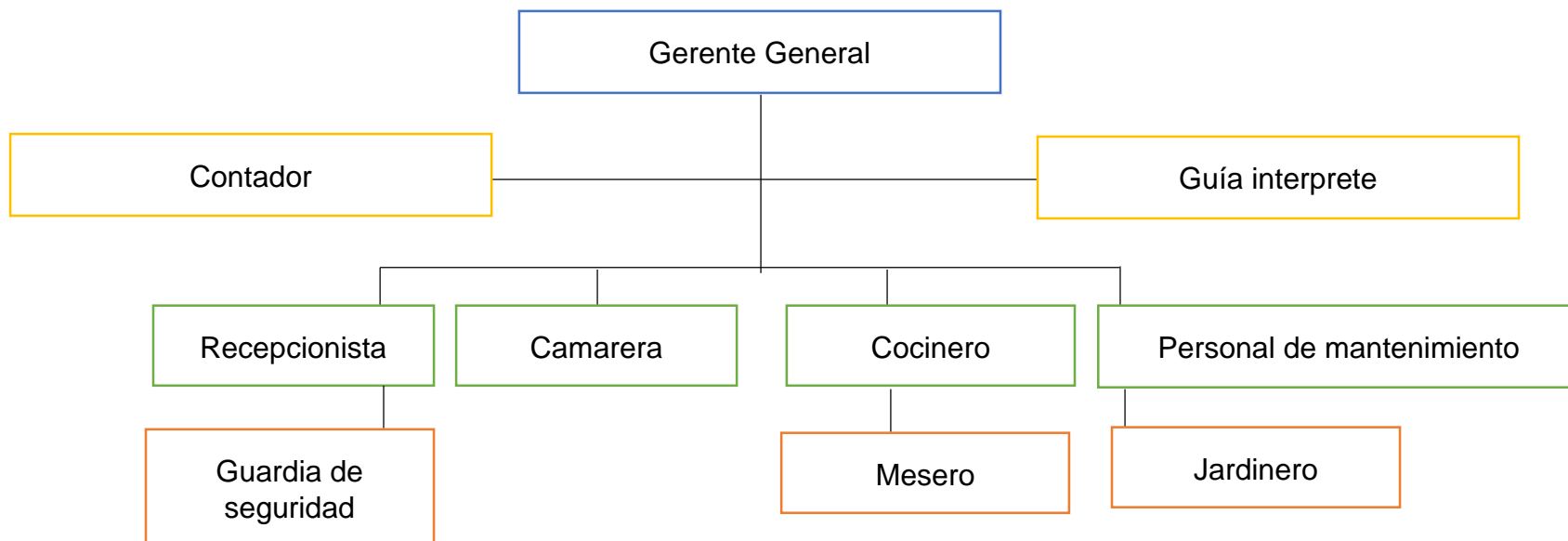
Herramientas	Imagen
Redes sociales	
Página web de la empresa	
Artículos de publicidad del <i>Lodge Kawsakunchirami</i>	

Fuente: Elaboración de las autoras

4.6.11. Organigramas

La operación dentro de *Lodge Kawsakunchirami* se plantea dos organigramas con las estructuras de las funciones y áreas del personal que trabajará en el interior del establecimiento, de esta manera se reflejará el orden de servicio.

Organigrama 1. Estructural

Organigrama 2. Personal

4.7. Constitución de la empresa y propiedad intelectual

Para el diseño del establecimiento *Kawsakunchimari* se toma los siguientes parámetros de la resolución obligatoria para la respectiva legalización de la empresa:

La certificación de Registro de Turismo de acuerdo a los parámetros registrados en la Ley de Turismo y sus reglamentos, para esto se hace uso de la plataforma SITURIN, donde se solicita:

- ✓ Registro Único de Contribuyentes (RUC)
- ✓ Permiso de uso de suelo
- ✓ Tarifas rack

Pasos para realizar el trámite SITURIN:

- Ingresar a la plataforma
- Crear un usuario en plataforma

Cumplir 3 pasos que le presenta el sistema:

- Información de la Persona Natural
- Información del Establecimiento
- Información del registro

Es importante llenar de acuerdo a la clasificación y categoría del emprendimiento

Para finalizar, se debe enviar la solicitud a Ministerio de Turismo mediante la Plataforma SITURIN (MINISTERIO DE TURISMO, 2022).

4.7.1. Constitución legal del establecimiento según el tipo de compañía

El registro a la superintendencia de compañías, valores y seguros menciona que la compañía está constituida por dos personas particulares, es decir, pertenece al tipo de sociedad por acciones simplificadas. Para esto es necesario:

- Reserva de denominación
- Contrato constitutivo.
- Nombramiento de Representante Legal.
- Petición de inscripción con toda la información necesaria básica para el registro del usuario en el sistema, siendo así: los nombres completos, cédula, teléfono, etc
- Certificados electrónicos de los accionistas y representantes. estos documentos deben estar en formato de archivo

Pasos a seguir para la realización del trámite:

- Ingresar al portal www.supercias.gob.ec sección GUIAS PARA EL USUARIO, seguidamente descargar los formularios de documentos: Contrato y Nombramiento.
- Al haber terminado de llenar todos los campos habilitados se debe hacer uso de la firma electrónica.
- Para culminar se debe enviar los documentos al correo electrónico de la oficina.

Los documentos requeridos son:

- Solicitud de Constitución.
- Archivo PDF donde debe constar Contrato Privado + Reserva, archivo PDF por cada nombramiento que debe constar con la firmada electrónica.
- Archivo PDF con la nómina de accionistas y administradores.
- Copia de las cédulas o pasaportes.

4.8. Propuesta comercial

Lodge Kawsakunchimari es un espacio que ofertará alojamiento en un sitio natural alejada de las ciudades, para esto se pretende tener convenios con empresas mayoristas y minoristas la cual permita el beneficio común. Además, se encontrarán varias formas para facilitar la llegada a los visitantes al establecimiento, es decir

mantener un contacto directo entre empresa y cliente. A continuación, se especificará cada propuesta comercial que mantendrá el *lodge*.

Mayoristas. – La empresa trabajara mediante contratos con proveedores de las agencias de viajes del sector turístico, para que se encarguen de vender a las agencias minoristas a precios competitivos, de esta forma obtener reconocimiento a nivel nacional creando fidelización con las empresas y clientes.

Minoristas. – El *lodge* también optará por hacer uso de empresas minoristas para la comercialización de los servicios del establecimiento, con la finalidad de ampliar nuestro mercado por ende aumentar las ventas y permitir a los clientes gestionar de manera directa actividades y costos de la empresa.

Contacto directo. - El establecimiento contará con un área de recepción al cual el cliente podrá acceder a cualquier hora del día ya sea a realizar reservaciones o a buscar información sobre los servicios que oferta el *lodge*, de esta manera tener una conexión cliente-empresa.

Medios de comercialización (Online). – Los medios tecnológicos será una herramienta fundamental que el establecimiento hará uso para dar a conocer a los clientes; promociones, precios, actividades, eventos a realizarse dentro del establecimiento. Para esto, se inclinará a las siguientes redes sociales:

- WhatsApp
- Facebook
- Tik Tok
- YouTube
- Instagram
- Página web

UNIDAD 5. ESTUDIO AMBIENTAL

5. Estudio ambiental

El establecimiento pretende hacer uso de materiales y realizar actividades preservando el ecosistema del sector a través de materiales como: bambú, madera, instrumentos para luz los paneles solares, cisternas de agua, comunicando al visitante el uso adecuado del agua, recolección de desechos, luz, medio ambiente, con el fin de minimizar los impactos ambientales negativos.

5.1. Objetivos

Objetivo general

Realizar la evaluación de impacto ambiental de la fase de operación y construcción del *lodge Kawsakunchimari* con el fin de analizar los impactos positivos y negativos que generan en el funcionamiento del establecimiento.

Objetivos específicos

- Valoración de las actividades que se establece dentro del emprendimiento.
- Establecer los factores ambientales e impactos ambientales en la fase de operación del *lodge*.
- Elaborar un plan de manejo ambiental sobre la base en la aplicación con los resultados obtenidos del MLM.

5.2. Descripción de las acciones del emprendimiento

El *lodge* cuenta con varias partes para cada actividad con capacidad de 30 personas, la cual se subdividen en dos tablas construcción y operación:

Tabla 32 acciones del emprendimiento

Actividades de Kawsakunchimari		
ETAPA:	ÁREAS	DESCRIPCIÓN
CONSTRUCCIÓN	Acondicionamiento de infraestructura de habitaciones	El establecimiento posee infraestructura rústica, aunque es necesario la implementación de espacios necesarios tales como adecuación de habitaciones (4 hab. Matrimoniales, 2 hab. Familiares y 1 hab. Triple), baños y ducha independientes, ventanales y miradores. Para brindar servicios de hospedaje.
	Acondicionamiento de restaurante	El restaurante <i>Kawsakunchimari</i> requiere de áreas separadas, espacios de lavandería, para las distintas actividades debido a que se posee un cuarto en condición no apta para realizar actividades gastronómicas.
	Implementación de taller de instrumentos	La construcción de un taller dentro del <i>lodge</i> se hará uso de materiales no perjudiciales para el medio que lo rodea. Un área sencilla y confortable de exposición.
	Cimentación y adecuación de infraestructuras de huertos agrícolas y áreas de esparcimiento (sitios de fogatas)	Con la implementación de infraestructuras cada una adecuada para realizar varias actividades, tales como: actividades de agricultura, entre otros.

Fuente: Elaborado por autoras

- Partes, acciones y obras físicas Infraestructura

Tabla 33 Acciones físicas del establecimiento

Lodge Kawsakunchimari	
ETAPA	OPERACIÓN
ACTIVIDADES	Hospedaje
	Restauración
	Recorridos por los huertos agrícolas
	Interpretación de manufacturación de instrumentos
	Convivencia gastronómica

Fuente: Elaborado por autoras

5.3. Factores ambientales para interrelacionar en el EIA

De los principales factores e impactos ambientales que el territorio contempla del emprendimiento contempla son: biofísicos, bióticos y económicos.

Tabla 34 Factores e impactos ambientales

FACTORES AMBIENTALES	FACTOR	IMPACTOS AMBIENTALES	DESCRIPCIÓN
Biofísicos	Atmósfera	Contaminación ocasionada por la monóxido de carbono y químicos	Lámparas portátiles o faroles usadas por los visitantes
			Posible quema o tala de árboles.
			Quema de carbón o madera.
			Alta demanda de turistas, mayor al rango permitido
	Suelo	Erosión	Exceso de vehículos
			Incremento de los procesos erosivos
			Cambio del suelo actual

			Contaminación de los suelos por desechos líquidos y sólidos generados por la actividad turística
			Afectación local del hábitat de la fauna y flora
	Agua	Contaminación del agua, mayor uso de agua	Descuido del uso adecuado del agua y contaminación
			Acumulación de residuales sólidos en los Hoteles tanto orgánicos como inorgánicos
			Acumulación de plásticos, botellas, vasos, otros en el sector.
	Biótico	Paisaje	Alteración de localidad paisajística
Flora		Destrucción de flora nativa del sector	El descuido por parte de los visitantes del cuidado y conservación de la flora autóctona de la comunidad
Fauna		Abandono de hábitat de los animales de la comunidad	Fauna nativa se alejan de su hábitat por la demanda de personas que visiten sus alrededores.
Económicos	Social	Generación de empleo	Aumento de trabajo para las personas de la localidad, nuevos emprendimientos, mayores ingresos económicos.
	Cultural	Incremento y mayor conocimiento del ámbito cultural	Las actividades del establecimiento permitirán al turista aprender más de la cultura de la localidad por ende la cultura se diversifica.
	Actividades recreativas	Generar ingresos	Son ingresos por parte de las actividades que oferta el establecimiento desde su ingreso hasta su salida

	Generación de empleos	Ingresos económicos	Nuevas plazas de empleo, o emprendimientos
	Urbanización	Aculturación por parte de la comunidad local	La persona de la comunidad se podría ver afectado por la adaptación de nuevas culturas.

Fuente: Elaborado por autoras

5.4. Descripción del método a aplicar

La Matriz de Leopold modificada permitirá identificar el impacto inicial del proyecto en un entorno natural ya que es método que analiza en dos entradas la relación de causa-efecto para la evaluación de los impactos ambientales. Además, estructura la implementación, ejecución y los efectos que podría causar el proyecto.

5.5. Escalas o rangos de valoración ambiental para el EIA

Algoritmo usado. - Este algoritmo contiene los caracteres de los cuales se basa para la calificación adecuada de los impactos, por tanto, su aplicación permite ver resultados cuantitativos que hacen posible analizar los efectos que ocasiona la puesta en marcha el emprendimiento.

Índice de impacto

$$= 2*Ex+Si+Pe+2*Rv+2*Rc$$

Tabla 35 Rangos negativos

RANGOS DEL ÍNDICE DE IMPACTO	IMPACTO NEGATIVO
-24 a -23	Crítico
-22 a -20	Severo
-19 a -15	Moderado
-14 a -8	Compatible

Fuente: Elaborado por autoras

Tabla 36 Rangos positivos

RANGOS DEL ÍNDICE DE IMPACTO	IMPACTO POSITIVO
8 a 14	Bajo

15 a 19	Medio
20 a 22	Alto
23 a 24	Muy Alto

Fuente: Elaborado por autoras

Nota: En las tablas muestra los rangos de índice de impactos positivos y negativos con su respectiva valoración cromática.

5.6. Interrelación entre las acciones y factores ambientales del emprendimiento turístico

Tabla 37 Escala interpretativa de valoración

Criterio	Categoría	Definición	Valor
Extensión (Ex)	Efecto local	Área ocupada por las facilidades del proyecto	1
	Efecto amplio	Más allá del área ocupada por las instalaciones en tierra y en su entorno próximo	3
Sinergia (Si)	Efecto simple	Un componente ambiental y no induce efectos acumulativos ni sinérgicos	1
	Efecto múltiple	Se manifiesta en varios componentes ambientales a la vez	3
Persistencia (Pe)	Efecto temporal	Alteración limitada a corto plazo (1 año o menos)	1
	Ef. Mediano plazo	Alteración durante el mediano plazo (aprox. 1 a 5 años)	2
	Efecto permanente o a largo plazo	Alteración del entorno indefinida o prolongada a largo plazo (más de 5 años), desde que se inició el proyecto	3
Reversibilidad (Rv)	Efecto reversible	En los procesos naturales a corto plazo (menos de 1 año)	1
	Efecto medianamente Reversible	Asimilable por los procesos naturales a mediano/largo plazo (más de 1 año)	2
	Efecto irreversible	Aquel supone la imposibilidad de retomar por medios naturales a la situación anterior a la acción que produce	3
Recuperabilidad (Rc)	Efecto recuperable	Puede eliminarse o remplazarse por la acción humana a corto plazo	1
	Efecto medianamente Recuperable	Puede eliminarse o remplazarse por la acción humana a mediano/largo plazo	2
	Efecto irrecuperable	Cuando la alteración del medio o pérdida que supone es imposible de recuperar por la acción humana	3

Fuente: Elaboración por autoras

5.7. Determinación de la magnitud, importancia, severidad o significancia

Tabla 38 Acondicionamiento de habitaciones

ETAPA DE CONSTRUCCIÓN											
Acondicionamiento de habitaciones											
Objetivo: Aplicar el Método Leopold Modificado en la etapa de construcción											
Lugar de aplicación: Comunidad de Agato											
Responsable: Tesistas											
Factor	Medios	Impactos ambientales	(+/-)	2*EX	Si	Pe	2*Rv	2*Rc	Valor	Impacto	
Factores biofísicos	Agua	Contaminación del Agua	(-)	1	3	2	2	2	-15	Moderado	
		Cantidad de agua	(-)	-2	-1	-1	-1	-1	-8	Compatible	
	Suelo	Erosión	(-)	-1	-3	-3	-2	-1	-14	Compatible	
	Atmosfera	Generación de ruido	(-)	-1	-1	-1	-1	-1	-8	Compatible	
Factores bióticos	Flora	Dstrucción de plantas Nativas	-	-	-	-	-	-	-	-	
	Fauna	Abandono de especies	-	-	-	-	-	-	-	-	
	Paisaje	Alteración del paisaje	(-)	-1	-3	-1	-2	-1	-11	Compatible	
Factor cultural – recreativo	Plazas de empleo	Generación de empleo (Manos de obra)	(+)	3	3	3	2	3	16	Medio	
	Actividades recreativas	Ingresos al sector en general	(+)	3	3	3	1	3	20	Alto	
	Socioeconómico	Generación de nuevas fuentes de empleo	(+)	3	3	3	3	1	20	Alto	

Fuente: Realizado por autoras

Tabla 39 Acondicionamiento de restaurante

ETAPA DE CONSTRUCCIÓN											
Acondicionamiento de restaurante											
Objetivo: Aplicar el Método Leopold Modificado en la etapa construcción											
Lugar de aplicación: Comunidad de Agato											
Responsable: Tesistas											
Factor	Medios	Impactos ambientales	(+/-)	2*EX	Si	Pe	2*Rv	2*Rc	Valor	Impacto	
Factores biofísicos	Agua	Contaminación del Agua	(-)	1	3	2	2	2	-15	Moderado	
		Cantidad de agua	(-)	-3	-1	-1	-1	-1	-10	Compatible	
		Calidad de agua	(+)	3	3	3	3	3	23	Muy alto	
	Suelo	Erosión	(-)	-1	-3	-3	-2	-1	-14	Compatible	
	Atmosfera	Generación de ruido	(-)	-2	-2	-2	-1	-1	-10	Compatible	
Factores bióticos	Flora	Destrucción de plantas Nativas	-	-	-	-	-	-	-	-	
	Fauna	Abandono de especies	-	-	-	-	-	-	-	-	
	Paisaje	Alteración del paisaje	(+)	1	3	1	2	1	11	Bajo	
Factor cultural –recreativo	Plazas de empleo	Generación de empleo (Manos de obra)	(+)	3	3	3	2	3	16	Medio	
	Actividades recreativas	Ingresos al sector en general	(+)	3	3	3	1	3	20	Alto	
	Socioeconómico	Generación de nuevas fuentes de empleo	(+)	3	3	3	3	1	20	Alto	

Fuente: Realizado por autoras

Tabla 40 Área de instrumentos

ETAPA DE CONSTRUCCIÓN												
Tabla de valoración de implementación de área de manufacturación de instrumentos												
Objetivo: Aplicar el Método Leopold Modificado en la etapa construcción												
Lugar de aplicación: Comunidad de Agato												
Responsable: Tesistas												
	Factor	Medios	Impactos ambientales	(+/-)	2*EX	Si	Pe	2*Rv	2*Rc	Valor	Impacto	
	Factores biofísicos	Agua	Contaminación del Agua	(-)	-1	-1	-1	-1	-1	-8	Compatible	
			Cantidad de agua	(-)	-3	-1	-1	-1	-1	-10	Compatible	
		Suelo	Erosión	(-)	-1	-3	-3	-3	-1	-16	Moderado	
		Atmosfera	Generación de ruido	(-)	-2	-1	-1	-1	-1	-10	Compatible	
	Factores bióticos	Flora	Destrucción de plantas Nativas	(-)	-1	-2	-3	-2	-2	-15	Moderado	
			Fauna	Abandono de especies	(-)	-1	-2	-3	-2	-2	-15	Moderado
		Paisaje	Alteración del paisaje	(+)	1	3	1	2	1	11	Bajo	
	Factor cultural –recreativo	Plazas de empleo	Generación de empleo (Manos de obra)	(+)	3	3	3	2	3	16	Medio	
		Actividades recreativas	Ingresos al sector en general	(+)	3	3	3	3	1	20	Alto	
		Socioeconómico	Generación de nuevas fuentes de empleo	(+)	3	3	3	3	1	20	Alto	

Fuente: Realizado por autoras

Tabla 41 Adecuación de huertos

ETAPA DE CONSTRUCCIÓN												
Tabla de valoración de Cimentación y adecuación de infraestructuras de huertos agrícolas y áreas de esparcimiento												
Objetivo: Aplicar el Método Leopold Modificado en la etapa construcción												
Lugar de aplicación: Comunidad de Agato												
Responsables: Tesistas												
Factores ambientales y culturales	Factor	Medios	Impactos ambientales	(+/-)	2*EX	Si	Pe	2*Rv	2*Rc	Valor	Impacto	
	Factores biofísicos	Agua		Contaminación del Agua	(-)	1	3	2	2	2	-15	Moderado
				Cantidad de agua	(-)	-3	-1	-1	-1	-1	-10	Compatible
		Suelo		Erosión	(-)	-1	-3	-3	-2	-1	-14	Compatible
		Atmosfera		Generación de ruido	(-)	-1	-1	-1	-1	-1	-8	Compatible
	Factores bióticos	Flora		Destrucción de plantas Nativas	(-)	-1	-1	-1	-3	-1	-10	Compatible
		Fauna		Abandono de especies	(-)	-3	-3	-3	-3	-2	-21	Severo
		Paisaje		Alteración del paisaje	(+)	3	3	1	2	1	15	Medio
	Factor cultural –recreativo	Plazas de empleo		Generación de empleo (Manos de obra)	(+)	3	3	3	2	3	16	Medio
		Actividades recreativas		Ingresos al sector en general	-	-	-	-	-	-	-	-
		Socioeconómico		Generación de nuevas fuentes de empleo	(+)	3	3	3	3	1	20	Alto

Fuente: Realizado por autoras

Tabla 42 Servicio de hospedaje

ETAPA DE OPERACIÓN												
Tabla de valoración de hospedaje												
Objetivo: Aplicar el Método Leopold Modificado en la etapa de Operación												
Lugar de aplicación: Comunidad de Agato												
Responsable: Tesistas												
Evaluación de Impacto Ambiental	Factor	Medios	Impactos ambientales	(+/-)	2*EX	Si	Pe	2*Rv	2*Rc	Valor	Impacto	
	Factores biofísicos	Agua		Contaminación del Agua	(-)	-1	-2	-1	-2	-1	-11	Moderado
				Cantidad de agua	(-)	-3	-2	-1	-2	-1	-15	Moderado
		Suelo		Erosión	-	-	-	-	-	-	-	-
		Atmosfera		Generación de ruido	(-)	-1	-1	-1	-1	-1	-8	Compatible
	Factores bióticos	Flora		Dstrucción de plantas Nativas	-	-	-	-	-	-	-	-
		Fauna		Abandono de especies	-	-	-	-	-	-	-	-
		Paisaje		Alteración del paisaje	(-)	-1	-3	-1	-2	-1	-11	Compatible
	Factor cultural –recreativo	Guianza		Generación de empleo (Guianza)	(+)	1	3	3	1	1	12	Bajo
		Actividades recreativas		Ingresos al sector en general	(+)	3	3	3	3	1	20	Alto
		Socioeconómico		Generación de nuevas fuentes de empleo	(+)	3	3	3	3	1	20	Alto

Fuente: Realizado por autoras

Tabla 43 Servicio restaurante

ETAPA DE OPERACIÓN												
Tabla de valoración de Restauración												
Objetivo: Aplicar el Método Leopold Modificado en la etapa de Operación												
Lugar de aplicación: Comunidad de Agato												
Responsable: Tesistas												
	Factor	Medios	Impactos ambientales	(+/-)	2*EX	Si	Pe	2*Rv	2*Rc	Valor	Impacto	
	Factores biofísicos	Agua	Contaminación del Agua	(-)	-1	-1	-1	-1	-1	-8	Compatible	
			Cantidad de agua	(-)	-1	-1	-1	-1	-1	-8	Compatible	
		Suelo	Erosión	-	-	-	-	-	-	-	-	-
		Atmosfera	Generación de ruido	(-)	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-8	Compatible
	Factores bióticos	Flora	Destrucción de plantas Nativas	-	-	-	-	-	-	-	-	-
			Fauna	Abandono de especies	-	-	-	-	-	-	-	-
		Paisaje	Alteración del paisaje	(+)	2	2	2	2	2	16	Medio	
	Factor cultural –recreativo	Socioeconómico	Guianza	Generación de empleo (Guianza)	(+)	3	3	3	3	3	23	Muy alto
			Actividades recreativas	Ingresos al sector en general	(+)	3	3	3	3	1	20	Alto
			Generación de nuevasfuentes de empleo	(+)	3	3	3	3	1	20	Alto	

Fuente: Realizado por autoras

Tabla 44 Servicio recorridos

ETAPA DE OPERACIÓN											
Tabla de valoración recorridos por los huertos agrícolas											
Objetivo: Aplicar el Método Leopold Modificado en la etapa de Operación											
Lugar de aplicación: Comunidad de Agato											
Responsable: Tesistas											
	Factor	Medios	Impactos ambientales	(+/-)	2*EX	Si	Pe	2*Rv	2*Rc	Valor	Impacto
Factores biofísicos	Agua		Contaminación del Agua	-	-	-	-	-	-	-	-
			Cantidad de agua	-	-	-	-	-	-	-	-
	Suelo		Erosión	-	-	-	-	-	-	-	-
	Atmosfera		Generación de ruido	(-)	-1	-1	-1	-1	-1	-8	Compatible
Factores bióticos	Flora		Destrucción de plantas Nativas	(-)	-1	-2	-3	-2	-2	-15	Moderado
	Fauna		Abandono de especies	(-)	-3	-2	-2	-3	-1	-18	Moderado
	Paisaje		Alteración del paisaje	(+)	3	3	3	3	3	23	Muy alto
Factor cultural –recreativo	Guianza		Generación de empleo (Guianza)	(+)	3	3	3	3	3	23	Muy alto
	Actividades recreativas		Ingresos al sector en general	(+)	3	3	3	3	1	20	Alto
	Socioeconómico		Generación de nuevas fuentes de empleo	(+)	3	3	3	3	1	20	Alto

Fuente: Realizado por autoras

Tabla 45 Servicio instrumentos

ETAPA DE OPERACIÓN											
Tabla de valoración de interpretación de manufacturación de instrumentos											
Objetivo: Aplicar el Método Leopold Modificado en la etapa de Operación											
Lugar de aplicación: Comunidad de Agato											
Responsable: Tesistas											
Factor	Medios	Impactos ambientales	(+/-)	2*EX	Si	Pe	2*Rv	2*Rc	Valor	Impacto	
Factores biofísicos	Agua	Contaminación del Agua	-	-	-	-	-	-	-	-	
		Cantidad de agua	-	-	-	-	-	-	-	-	
	Suelo	Erosión	-	-	-	-	-	-	-	-	
	Atmosfera	Generación de ruido	(-)	-1	-1	-1	-1	-1	-8	Compatible	
Factores bióticos	Flora	Destrucción de plantas Nativas	-	-	-	-	-	-	-	-	
	Fauna	Abandono de especies	-	-	-	-	-	-	-	-	
	Paisaje	Alteración del paisaje	-	-	-	-	-	-	-	-	
Factor cultural – recreativo	Guianza	Generación de empleo (Guianza)	(+)	3	3	3	3	3	23	Muy alto	
	Actividades recreativas	Ingresos al sector en general	(+)	3	3	3	3	1	20	Alto	
	Socioeconómico	Generación de nuevas fuentes de	(+)	3	3	3	3	1	20	Alto	



Fuente: Realizado por autoras

Tabla 46 Convivencia gastronómica

ETAPA DE OPERACIÓN											
Tabla de valoración de convivencia gastronómica											
Objetivo: Aplicar el Método Leopold Modificado en la etapa de Operación											
Lugar de aplicación: Comunidad de Agato											
Responsable: Tesistas											
	Factor	Medios	Impactos ambientales	(+/-)	2*EX	Si	Pe	2*Rv	2*Rc	Valor	Impacto
	Factores biofísicos	Agua	Contaminación del Agua	-	-	-	-	-	-	-	-
			Cantidad de agua	(-)	-1	-1	-1	-1	-1	-8	Compatible
		Suelo	Erosión	-	-	-	-	-	-	-	-
		Atmosfera	Generación de ruido	(-)	-1	-1	-1	-1	-1	-8	Compatible
	Factores bióticos	Flora	Destrucción de plantas Nativas	-	-	-	-	-	-	-	-
		Fauna	Abandono de especies	-	-	-	-	-	-	-	-
		Paisaje	Alteración del paisaje	(-)	-1	-1	-1	-1	-1	-8	Compatible
	Factor cultural –recreativo	Guianza	Generación de empleo (Guianza)	(+)	3	3	3	3	3	23	Muy alto
		Actividades recreativas	Ingresos al sector en general	(+)	3	3	3	3	1	20	Alto
		Socioeconómico	Generación de nuevas fuentes de empleo	(+)	3	3	3	3	1	20	Alto

Fuente: Realizado por autoras

Tabla 47 Resumen de evaluación

RESUMEN DE LA MATRIZ DE EVALUACIÓN												
IMPACTOS AMBIENTALES	Operación y construcción										VALOR	IMPORTANCIA
	Acondicionamiento de infraestructura	Acondicionamiento de restaurante	Implementación de taller de instrumentos	Cimentación y adecuación de infraestructuras de	Hospedaje	Restauración	Recorridos por los huertos agrícolas	Interpretación de manufacturación de instrumentos	Convivencia gastronómica	NATURALEZA		
Contaminación del agua	-15	-15	-8	-15	-11	-8	-	-	-	(-)	72	10,67
Cantidad de agua	-8	-10	-10	-10	-15	-8	-	-	-8	(-)	69	9,86
Calidad de agua	-	23	-	-	-	-	-	-	-	(+)	23	23
Erosión	-14	-14	-16	-14	-	-	-	-	-	(-)	58	14,5

Generación de ruido	-8	-10	-10	-8	-8	-8	-8	-8	-8	(-)	76	8,4
Destrucción de plantas nativas	-	-	-15	-10	-	-	-15	-	-	(-)	40	13,3
Abandono de especies	-	-	-15	-21	-	-	-18	-	-	(-)	54	18
Alteración del paisaje	-11	-	-	-	-11	-	-	-	-8	(-)	30	10
Alteración del paisaje	-	11	11	15	16	23	-	-	-	(+)	76	15,2
Generación de empleo (Guianza)	16	16	16	16	12	23	23	23	23	(+)	136	15,1

Ingresos al sector en general	20	20	20	-	20	20	20	20	20	20	(+)	160	20
Generación de nuevas fuentes de empleo	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	(+)	180	20

Fuente: Realizado por autoras

5.8. Jerarquización de los impactos ambientales según la evaluación

Tabla 48 Jerarquización general

Naturaleza	Factores	Impactos ambientales	Jerarquización
(+)	Factor cultural –recreativo	Generación de nuevas fuentes de empleo	180
(+)		Ingresos al sector en general	160
(+)		Generación de empleo (Guianza)	136
(-)	Biótico	Contaminación del agua	72
(+)		Alteración de paisaje	76
(-)	Factores biofísicos	Generación de ruido	72
(-)		Cantidad de agua	69
(-)	Biótico	Erosión	58
(-)		Abandono de especies	54
(-)		Destrucción de plantas	40
(-)	Factores biofísicos	Alteración de paisaje	30
(+)		Calidad de agua	23

Fuente: Realizado por autoras

5.9. Matriz del plan de manejo ambiental \ jerarquización ambiental

Tabla 49 Plan de manejo

ACTIVIDADES	FACTORES AMBIENTALES	IMPACTOS POTENCIALES POSITIVOS Y NEGATIVOS	MEDIDAS DE MITIGACIÓN	MEDIDAS DE MAXIMIZACIÓN	RESPONSABLES	COSTO	TIEMPO
Acondicionamiento de infraestructura de habitaciones	Biótico	Mejorar la calidad de hospedaje	Uso de materiales no dañinos para el ecosistema	Uso de pisos ya usados	Socios externos	\$5000	4 meses
Acondicionamiento de restaurante	Biótico	Mejorar la calidad de servicio	Uso de materiales no dañinos para el ecosistema	Señalización de cuidados en el sector	Socios internos	\$2000	2 meses
Implementación de taller de instrumentos	Biótico	Generación de empleos	Uso de materiales no dañinos para el ecosistema	Área adecuada	Socios internos	\$300	2 meses

Cimentación y adecuación de infraestructuras de huertos agrícolas y áreas de esparcimiento	Biótico	Generación de empleos	Énfasis al cuidado del ecosistema	División de áreas para los servicios	Socios internos	\$200	2 meses
Hospedaje	Actividades recreativas	Generación de empleos	No maltratar el medio rural	Señalética de recomendaciones y precauciones	Socios internos	\$120 - \$70	Indefinido
Restauración	Actividades recreativas	Generación de empleos, nuevos emprendimientos	Énfasis al cuidado del ecosistema	Espacios de las áreas	Socios internos	\$16	Indefinido
Recorridos por los huertos agrícolas	Guianza	Generación de empleos	Énfasis al cuidado del ecosistema	Calidad de servicio	Socios internos	\$25	Indefinido
Interpretación de manufacturación de instrumentos	Guianza	Generación de empleos	Valoración de la cultura	Calidad de servicio	Socios internos	\$25	Indefinido

Convivencia gastronómica	Guianza	Generación de empleos	Uso de materiales no dañinos para el ecosistema	Señaléticas interpretativas	Socios internos	\$500	Indefinido
--------------------------	---------	-----------------------	---	-----------------------------	-----------------	-------	------------

Fuente: Realizado por autoras

UNIDAD 6. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

6. Estudio económico financiero

El establecimiento contará con un estudio económico financiero que permita el análisis y movimientos contables con la finalidad de inspeccionar la situación económica de la empresa, por tanto, se optó por hacer uso de las siguientes tablas para el análisis respectivo: detalle de activo, capital de trabajo, balance de situación inicial, tabla de amortización, costo, capital, flujo anual, proyección flujo de 10 años y el punto de equilibrio, de esta manera visualizar la viabilidad del emprendimiento y aplicar medidas correctivas si los resultados son negativos.


6.1. Balance de situación inicial

El balance de situación inicial formará parte del establecimiento que se requerirán para el funcionamiento adecuado, en la cual los activos constarán de total de activos circulantes de \$14000 por otro lado los activos fijos constan de: terreno, construcción, mobiliaria y equipo, vehículo, maquinaria, equipo de cómputo, gastos de instalación, papelería, publicidad, dando un total activo fijo de \$143.829. Siendo así la suma total de activos de \$157,829.92.

En cuanto a los pasivos circulantes, se pretende realizar un préstamo a la Entidad Bancaria BanEcuador para el financiamiento de la empresa tienen un total de \$119.428 con un porcentaje de 75,67%.

Dentro del patrimonio se encuentran los bienes inmuebles, el terreno con un total de \$17.000 además están los bienes muebles las cuales corresponden a la papelería y utilería, equipos de cómputo y la maquinaria que, además se encuentra el aporte en efectivo de \$4000 en conjunto la suman asciende a un total de \$38.401, este valor representa al 24,3307% del monto de inversión requerida, por tanto, la suma del pasivo más patrimonio es de \$157.828,92 este valor permitirá el funcionamiento necesario de los primeros de la empresa.

Figura 13. Tabla de situación inicial financiera

			EMPRESA KAWSAKUNCHIMARI		
			BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL AL 1 DE ENERO DE 2022		
ACTIVO			PASIVO		
Activo Circulante			Pasivo Circulante		
Caja		\$4.000	Proveedores		
BANCOS		\$10.000	Prestamo al Banco de Guayaquil		\$119.428,07
			Intereses por pagar		
			ISR por pagar		
			Anticipo de clientes		
Total Activo Circulante		\$14.000,00	Total Pasivo Circulante		\$119.428
Activo Fijo			Pasivo a Largo Plazo		
Terrenos		\$17.000	Documentos por pagar a largo plazo		\$0
Edificios/construcciones		\$65.386	Total Pasivo Circulante		\$0
Mobiliario y equipo		\$16.877			
Vehiculos		\$25.000,00			
Maquinaria		\$15.030			
Equipos de cómputo		\$2.242,99			
Gastos de instalación		\$460			
Papelería y utilería		\$128			
Propaganda o publicidad		\$1.705,00			
Total Activo Fijo		\$143.829			
Otros activos			PATRIMONIO		
Rentas pagadas por anticipado			BIENES INMUEBLES		\$17.000
Derechos de marca de empresa			BIENES MUEBLES		\$17.401
Total Otros Activos		\$0	APORTE EN EFECTIVO		\$4.000
			Total Capital contable		\$38.401
SUMA DEL ACTIVO		\$157.828,9			24,3307%
			SUMA DEL CAPITAL CONTABLE		\$38.401
			SUMA DEL PASIVO + PATRIMONIO		\$157.828,92
					100%

Fuente: Elaboración propia

6.2. Tabla de Amortización financiera

Para la inversión de la empresa como se muestra en el balance de situación inicial se requiere un valor de \$119.428 como capital financiado el cual se recurrirá a la entidad bancaria BanEcuador a través del programa de créditos para PYMES, con una tasa de interés del 10.21%, dentro de la tabla de amortización se visualiza se estima la cantidad de \$2.101,26 de pagos mensuales a un plazo de 78 meses correspondientes a 6 años y medio.

Figura 14. Tabla de amortización

Plazo	78
Monto	119.428
Tasa anual	10,21%
Tasa mensual	0,85%
Pago mensual	\$2.101,26

Fuente: Elaboración propia

6.3. Tabla del costo de capital

Para el emprendimiento dentro del cálculo respectivo, el monto total de la inversión tiene un valor de \$ 157828,92, el 24 % corresponde al capital propio, esto en valores es \$ 38400,85 y el restante 76% corresponde al financiamiento por el monto de \$119428,07.

El interés pasivo registrado a Julio del 2022 es de 5,61% que se atribuye al capital propio; y el interés del capital financiado es de 10,21, con lo que se obtiene un costo de capital de la inversión por el 9,09%.

Figura 15. Costo de capital

CÁLCULO DEL COSTO DE CAPITAL					
	VALORES	PARTICIPACIÓN	INTERÉS	EQUIVALENCIA	COSTO DE CAPITAL DE LA INVERSIÓN
INVERSIÓN	157828,92	100%		9,09%	9,09%
IMPUESTO A LA RENTA				0%	
CAPITAL PROPIO	38400,85	24%	5,61%	1,36%	
FINANCIAMIENTO	119428,07	76%	10,21%	7,73%	

Fuente: Elaboración propia

6.4. Detalle económico del flujo de un año

El establecimiento de alojamiento *Kawsakunchimari* contará con tres tipos de habitaciones: 4 matrimoniales, 2 familiares y 1 triple respectivamente, la unidad de venta oscila entre los \$60 hasta los \$100 dependiendo de la categoría. El porcentaje de ocupación para la venta de las habitaciones oscila entre el 20% al 30% dependiendo de los meses de mayor ocupación, siendo así en los meses de febrero, julio, junio y diciembre el periodo con más afluencia de visitantes, por otra parte, los meses bajos en visitas están entre los meses de abril y mayo debido a que en estas fechas existe un limitado concurrencia de visitas.

El precio estimado para la venta de la habitación matrimonial es \$100, la habitación familiar tiene un costo de 120 y la tarifa de la habitación triple es de \$60 con lo que se obtiene un volumen de venta anual \$66450. Los desayunos, almuerzos y cenas con un valor de \$7 por platillo, al igual que los platos a la carta o también llamados platos fuertes con un precio de \$12 respectivamente con lo que se obtiene un volumen de venta anual de \$72660

La estabilidad del emprendimiento en el primer año se incrementa por la parte de ingresos con un valor de \$139110. lo que indica que el flujo de efectivo tiene rentabilidad en este año haciendo al proyecto sea factible para la construcción,

En cuanto a los egresos de la habitación matrimonial tiene un egreso anual de 6696, igualmente la habitación familiar tiene un egreso anual de 11160, asimismo el egreso de la habitación triple es de 2079. De igual manera en egresos de los alimentos que se ofrecerá dentro del establecimiento es de 1160.25 entre los desayunos, almuerzos y cenas, de la misma forma el egreso por parte del mantenimiento es de 1800.

En cuanto a los sueldos y salarios se tendrá un egreso anual de 9600, dentro del cual se encuentra el pago al IESS de 1070.4 y por tanto los décimos anuales constará de 1600. El pago del permiso que se efectuará al año tendrá un gasto de 1200, de igual importancia los egresos anuales que se realizarán en cuanto al chofer será 1200, de forma similar el egreso anual del personal de aseo abarcará los 1440 anualmente. Por otra parte, la publicidad tendrá un egreso de 4815, así mismo el egreso de los servicios básicos poseerá un valor de 3000

anuales y por último el mayor egreso para el emprendimiento es de 25215.07322 anuales, ya que contempla los valores a pagar del préstamo realizado a la entidad bancaria. De manera que los egresos representan un gasto anual de \$ 112644,47 para el emprendimiento.

Figura 16. Detalles económicos flujo del año uno

INGRESOS	Precio	unidad a la venta	mes 1	mes 2	mes 3	mes 4	mes 5	mes 6	mes 7	mes 8	mes 9	mes 10	mes 11	mes 12	TOTAL ANUAL
			25%	30%	25%	20%	20%	30%	30%	25%	25%	25%	25%	30%	
Habitación matrimonial (4)	100	120	3000	3600	3000	2400	2400	3600	3600	3000	3000	3000	3000	3600	37200
Habitación familiar (2)	120	60	1800	2160	1800	1440	1440	2160	2160	1800	1800	1800	1800	2160	22320
Habitación triple (1)	60	30	1800	540	450	360	360	540	540	450	450	450	450	540	6930
Desayunos	7	255	1785	1785	1785	1785	1785	1785	1785	1785	1785	1785	1785	1785	21420
Almuerzos	7	255	1785	1785	1785	1785	1785	1785	1785	1785	1785	1785	1785	1785	21420
Cenas	7	255	1785	1785	1785	1785	1785	1785	1785	1785	1785	1785	1785	1785	21420
Platos fuertes	12	60	480	720	720	720	720	720	720	720	720	720	720	720	8400
TOTAL INGRESOS			12435	12375	11325	10275	10275	12375	12375	11325	11325	11325	11325	12375	139110
EGRESOS															
Costo hab simple			900	1080	900	720	720	1080	1080	900	900	900	900	1080	11160
Costo hab doble			540	648	540	432	432	648	648	540	540	540	540	648	6696
Costo hab triple			540	162	135	108	108	162	162	135	135	135	135	162	2079
Costo Desayunos			1160,25	1160,25	1160,25	1160,25	1160,25	1160,25	1160,25	1160,25	1160,25	1160,25	1160,25	1160,25	13923
Costo Almuerzos			1160,25	1160,25	1160,25	1160,25	1160,25	1160,25	1160,25	1160,25	1160,25	1160,25	1160,25	1160,25	13923
Costo Cenas			1160,25	1160,25	1160,25	1160,25	1160,25	1160,25	1160,25	1160,25	1160,25	1160,25	1160,25	1160,25	13923
Manenimiento			150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	1800
pago al IIES			89,2	89,2	89,2	89,2	89,2	89,2	89,2	89,2	89,2	89,2	89,2	89,2	1070,4
Decimos										800				800	1600
Permisos			1200												1200
Sueldos y salarios			800	800	800	800	800	800	800	800	800	800	800	800	9600
Chofer			100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	1200
personal de aseo			120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	1440
Publicidad			\$3.000,00	165	165	165	165	165	165	165	165	165	165	165	4815
Servicios Básicos			250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	3000
PAG DE PRESTAMO			\$2.101,26	\$2.101,26	\$2.101,26	\$2.101,26	\$2.101,26	\$2.101,26	\$2.101,26	\$2.101,26	\$2.101,26	\$2.101,26	\$2.101,26	\$2.101,26	25215,07322
TOTAL EGRESOS			13271,21	9146,21	8831,21	8516,21	8516,21	9146,21	9146,21	9631,21	8831,21	8831,21	8831,21	9946,21	112644,47
FLUJO DE CAJA			-836,21	3228,79	2493,79	1758,79	1758,79	3228,79	3228,79	1693,79	2493,79	2493,79	2493,79	2428,79	26465,53
FLUJO ACUMULADO			-836,21	2392,59	4886,38	6645,18	8403,97	11632,76	14861,56	16555,35	19049,15	21542,94	24036,73	26465,53	26465,53

Fuente: Elaboración por autoras

6.5. Proyección económica de flujo del año 10

Dentro del flujo proyectado a 10 años, existe un alza anual del 5%, obteniendo un monto total de ingresos y egresos, generando una acumulación de flujo al sexto año por \$ 180016,21. Se toma en cuenta la proyección de 10 años debido a ser un establecimiento de alojamiento que pretende tener una estabilidad económica a largo plazo, debido al préstamo con la entidad bancaria BanEcuador.

Figura 17. Proyección de flujo del año 10

Detalle	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5	año 6	año 7	año 8	año 9	año 10	
Ingresos	139110.00	146065.50	153368.78	161037.21	169089.07	177543.53	186420.70	195741.74	205528.83	215805.27	
Egresos	112644.47	118276.70	124190.53	130400.06	136920.06	143766.06	150954.37	158502.09	166427.19	174748.55	
Flujo de caja	26465.53	27788.80	29178.24	30637.16	32169.01	33777.46	35466.34	37239.65	39101.64	41056.72	
	-157828.92	26465.53	27788.80	29178.24	30637.16	32169.01	33777.46	35466.34	37239.65	39101.64	41056.72
FLUJO ACUMULADO	26465.53	54254.33	83432.57	114069.73	146238.74	180016.21	215482.54	252722.20	291823.83	332880.55	

Fuente: Elaboración propia

6.6. Evaluación financiera tasa interna de rentabilidad (TIR) y El valor actual neto (VAN)

La rentabilidad del proyecto tiene un costo de capital del 9,09% y una inversión de \$ 157828,92, para esto se procede a realizar la evaluación financiera con la información del flujo, de los cuales aplicando fórmulas respectivas se obtiene el valor actual neto, al igual que la tasa interna de retorno dentro del flujo de 10 años, concluyendo con un valor actual neto de 47671,00 y su tasa interna de retorno al 15,04 %.

La tasa interna de rentabilidad (TIR), es la encargada de medir de manera porcentual la rentabilidad que tendrá el proyecto, para el diseño del establecimiento se requiere 15,04 % de inversión de acuerdo al flujo de efectivo que se proyecta a lo largo de los 10 años. Por otro lado, el valor actual neto (VAN) permite determinar si la inversión es factible o no, tomando en cuenta la tasa interna de rentabilidad y los flujos de efectivo proyectados. Proporcionando

un VAN positivo de 47671,00, por lo que se puede referir que el emprendimiento es rentable superando el 6 año de funcionamiento.

Figura 18. Evaluación financiera TIR y VAN

Incremento anual	5%
Costo de capital	9.09%
Inversión	157828.92
VAN	47671.00
TIR	15.04%

Fuente: Elaboración propia

6.7. Punto de equilibrio

El punto de equilibrio sobrepasa en el año sexto, el total de unidades vendidas es de 59,121 se detalla el precio y costo unitario. Teniendo en cuenta un precio promedio ponderado de \$13,27 un costo promedio ponderado de \$6 y un margen de contribución ponderado de \$7. La inversión tiene un monto de \$ 157,829 y los costos fijos del periodo de seis años ascienden a \$ \$74.400, el punto de equilibrio se alcanzaría con la venta de 59,121 unidades vendidas que conciernen a \$439,884.

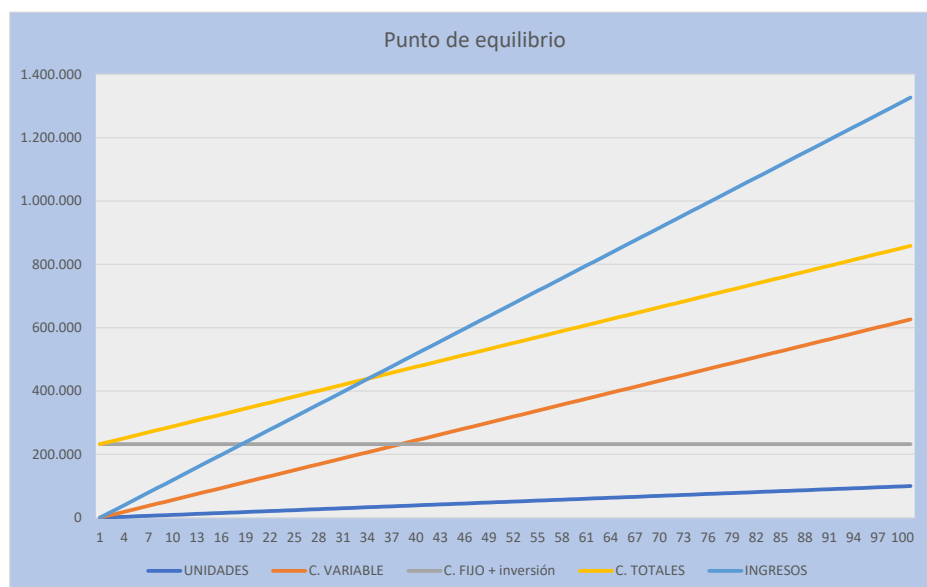
Figura 19. Punto de equilibrio financiero

	Producto 1	Producto 2	Producto 3	Producto 4	Producto 5	Producto 6
UNIDADES VENDIDAS EN EL PERÍODO	2,232	1,116	693	18,360	18,360	18,360
TOTAL UNIDADES		59,121				
% PARTICIPACIÓN/PRODUCTO VENDIDO	3.78%	1.89%	1.17%	31.05%	31.05%	31.05%
PRECIO VENTA UNITARIO	\$100	\$120	\$60	\$7	\$7	\$7
COSTO VENTA UNITARIO	\$30.00	\$36.00	\$18.00	\$4.55	\$4.55	\$4.55
PRECIO PROMEDIO PONDERADO		\$13.27				
COSTO PROMEDIO PONDERADO		\$6				
COSTO FIJO DEL PERÍODO		\$74,400				
INVERSIÓN		\$157,829				
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN	\$70.00	\$84.00	\$42.00	\$2.45	\$2.45	\$2.45
MÁRGEN CONTRIBUCIÓN PONDERADO		\$7				
PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES		33,160				
PUNTO EQUILIBRIO POR INGRESOS		\$439,884				
PUNTO EQUILIBRIO PRODUCTO / UNIDADES	1,252	626	389	10,298	10,298	10,298
PUNTO EQUILIBRIO PRODUCTO / DOLARES	\$125,191	\$75,114	\$23,322	\$72,086	\$72,086	\$72,086

Fuente: Elaboración propia

Nota: El punto de equilibrio es el total de ventas como mínimas para que el proyecto recupere la inversión que se realizó, por tanto, se puede observar en la anterior tabla que a partir del sexto año la empresa cubriría con la venta 59,121 unidades a un precio promedio ponderado de \$13.27, además a partir del año diez se visualiza la utilidad para el emprendimiento.

Figura 20. Gráfico del punto de equilibrio



Fuente: Elaboración por autoras

CONCLUSIONES

- Para la obtención de materia prima para el establecimiento tales como; verduras, hortalizas, materiales complementarios para la adecuación etc. se realizará mediante productores directos que se encuentran dentro de la comunidad, de igual manera para los productos cárnicos se tendrá un convenio con distribuidores que abastecerán al establecimiento, sin embargo, también se contará con unos cuatro huertos agroecológicos que abastecerán de productos orgánicos. La comercialización de los productos del establecimiento se realizará mediante diferentes canales de distribución, como es el caso del uso de reservaciones haciendo mediante plataformas digitales, teléfono, contacto directo cliente empresa, como también la gestión con operadores turísticos, agencias de viajes minoristas para la venta de los paquetes a través de acuerdos con una ganancia porcentual del 3% para las entidades de agencias de viajes y obtener la promoción y reconocimiento del *lodge* por parte del mercado, teniendo de esta manera una colaboración mutua entre ambos.
- El segmento de mercado identificado en el estudio son hombres y mujeres que viven en las provincias de Pichincha, Carchi, Imbabura y Azuay, entre 26 a 65 años de edad, solteros y casados, que trabajan con un sueldo mayor a \$401, que viajan por turismo, correspondiendo a una demanda de 211.178 personas. En la oferta se pudo reflejar que no existe una competencia directa, ya que los productos a ofertar son distintos. El *lodge* tendrá todas las comodidades que el consumidor necesite, de igual manera estará situado en un lugar estratégico desde donde se podrá observar tanto el volcán Imbabura, Cotacachi, lago san pablo, Mojanda, por ende, el diseño será de manera rústica apegado con el medio natural que lo rodea, siendo factible el diseño de un establecimiento de alojamiento en la comunidad de Agato, ya que existe una gran acogida por parte de los viajeros.
- En lo que compete al estudio técnico el emprendimiento, cubrirá todas las necesidades del cliente, puesto que estará dividida en varias áreas tales como; recepción, sala de espera, restaurante, cocina, zona de fogata, 4 habitaciones matrimoniales, 2 habitaciones familiares, 1 habitación triple, zonas agroecológicas, las cuales reflejan una distribución espaciada adecuada para el buen funcionamiento del establecimiento.

- El estudio administrativo constara con un personal total de 7 personas; 1 recepcionista, 1 chofer, 2 personal de aseo, 1 gerente general, 1 administrador de redes, 1 chef, las cuales se encargarán de que el establecimiento funcione de manera ordenada brindando un servicio de calidad. La empresa será de tipo privado ya que pertenecerá a dos socios las cuales aportaran con patrimonio hereditario y de manera económica, obteniendo ganancias para ambas partes.
- El análisis del método Leopold Modificado ha proporcionado conocer detalladamente cada uno de los impactos que ocasiona la creación de algunas actividades en la zona, en este caso el diseño de un *lodge* en el sector rural de Agato, genera varios aspectos positivos en la parte biótica pero aún más en la parte de actividades recreativas que, permite la conservación del medio en su estado natural, de esta manera contribuir en la minimización de los impactos ambientales negativos en la zona.
- El proyecto tendrá una inversión total por \$157,829.92 en activos correspondientes al requerimiento de activos y capital de trabajo, de los cuales el 24,34% es patrimonio y el restante 75,67% corresponde al capital financiado. El financiamiento se consigue a través del programa de créditos PYMES con 11.21% de interés a un plazo de 72 meses, de esta manera se puede mencionar que la proyección de flujo para el emprendimiento es de 10 años, con un incremento de 5% anual. Teniendo en cuenta estos valores se puede señalar que la acumulación de flujo será al superar el sexto año por \$ 180016,21, esto debido a que el emprendimiento realizará un préstamo bancario, lo que incide en tener una estabilidad económica a largo plazo. De acuerdo al punto de equilibrio de los 6 productos que se ofrecerá en el emprendimiento será de \$ 59,121, considerando un precio promedio ponderado de \$13,27, con un costo promedio de \$6 por cada producto, con una contribución de \$7, es importante mencionar que el punto de equilibrio se alcanzara con una venta de 59,121 unidades dentro de los 6 años. Teniendo en cuenta lo mencionado anteriormente se puede decir que el emprendimiento es factible y rentable

RECOMENDACIONES

- Una vez concluida con el desarrollo del emprendimiento, se presenta algunas recomendaciones que son importantes para el buen funcionamiento del establecimiento de alojamiento.
- En primer término, el *lodge* debe tener un mínimo de 5 habitaciones, para que sea considerada como un establecimiento de alojamiento con esta denominación, como también debe estar situado en un entorno natural manteniendo la armonización con el medio ambiente, donde se pueda apreciar tanto la biodiversidad natural y cultural, esto juntamente con el servicio de alimentación.
- Se recomienda que al ingreso del establecimiento exista una o dos personas que se encuentren recibiendo y guiando a los visitantes hacia el área de recepción, dando un acompañamiento personal, de esta manera lograr un espacio agradable donde los huéspedes se sientan involucrados, demostrando a cada uno de los clientes lo importante que es su visita para el establecimiento.
- El departamento de publicidad debe estar en constante actualización de las plataformas publicitarias para promocionar de manera llamativa los eventos culturales, gastronómicos y festivos, para atraer el interés de los turistas en visitar el *lodge*. Como también poner énfasis en la constante capacitación del personal administrativo en cuanto a la atención al cliente.

ANEXOS

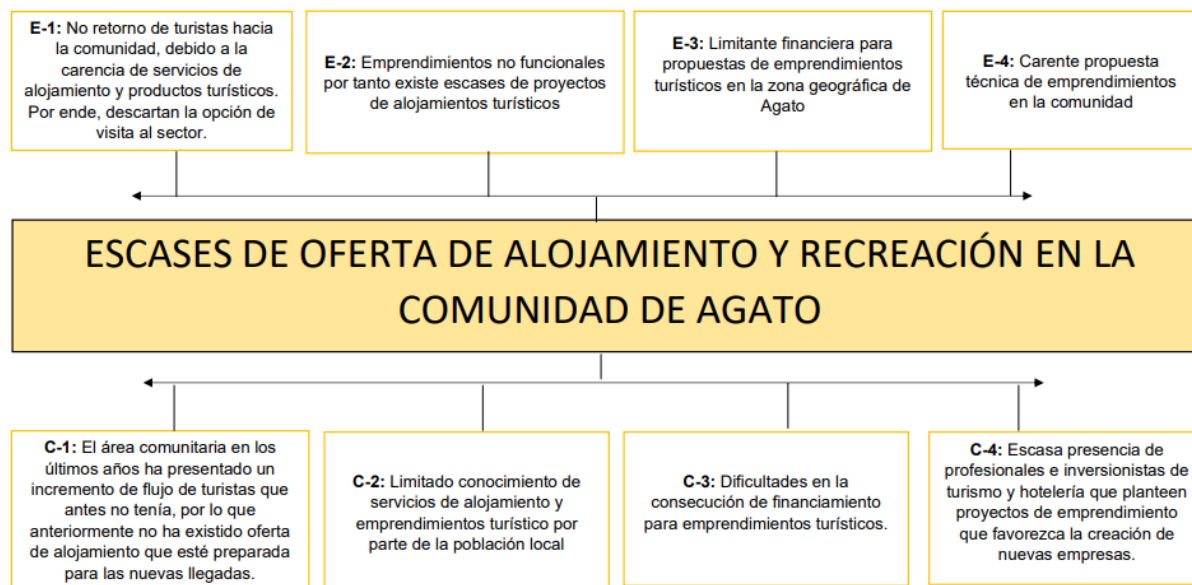


Document Information

Analyzed document	LODGE EN LA COMUNIDAD KICHWA DE AGATO-Chuquin-Remache.pdf (D148465007)
Submitted	2022-11-02 20:58:00
Submitted by	ECHEVERRIA CACHIPUENDO GALO OSWALDO
Submitter email	goecheverria@utn.edu.ec
Similarity	1%
Analysis address	goecheverria.utn@analysis.arkund.com

Figura 21. Árbol de problemas

Tema: "LODGE PARA FOMENTAR LA ACTIVIDAD AGROECOLÓGICA Y CULTURAL EN LA COMUNIDAD KICHWA DE AGATO DEL CANTÓN OTAVALO - ECUADOR"



Fuente: Elaborado por autoras

Figura 22. Parqueadero render



Fuente: Elaborado por el centro de estudio de arquitectura Inside

Figura 23. Área exterior del restaurante



Fuente: Elaborado por el centro de estudio de arquitectura Inside

Figura 24. Renders exteriores del Lodge



Fuente: Elaborado por el centro de estudio de arquitectura Inside

Figura 25. Render zona de fogatas



Fuente: Elaborado por el centro de estudio de arquitectura Inside

Figura 26. Habitación triple Kimsa



Fuente: Elaborado por el centro de estudio de arquitectura Inside

Figura 27. Habitación familiar Ayllu



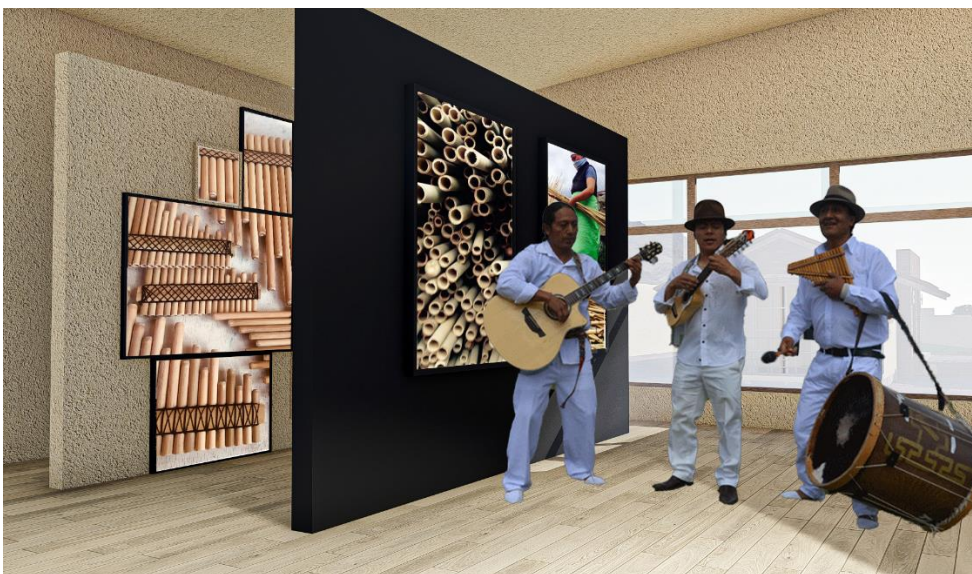
Fuente: Elaborado por el centro de estudio de arquitectura Inside

Figura 28. Área restaurante



Fuente: Elaborado por el centro de estudio de arquitectura Inside

Figura 29. Área de manufacturación de instrumentos



Fuente: Elaborado por el centro de estudio de arquitectura Inside

Bibliografía

Consejo Nacional de Planificación. (2017). Plan Nacional del Buen vivir 2017-2021. *Educational Research*, 1, 150. <http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/07/Plan-Nacional-para-el-Buen-Vivir-2017-2021.pdf>

Cevallos, R., Bedón, I., Posso, M., Naranjo, M., & Soria, R. (2017). en Cotacachi (Universida). file:///C:/Users/user/Downloads/Cosmovision_de_Cotacachi.pdf

Medina, L., Hernández, E., & Morini, S. (2016). Q de calidad y satisfacción del turista en el sector hotelero español. *Cuadernos de Turismo*, 37, 203–226. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39845353009>

Osterwalder, A. (2015). Alexander Osterwalder y el Business Model Canvas (BMC). *Mundo empresarial*.

- Turismo, M. de. (2016). Manual de aplicación del reglamento de alojamiento turístico. *Lexis, Acuerdo Mi*(465 de 24-mar.2015), 1–17.
<https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/06/REGLAMENTO-DE-ALOJAMIENTO-TURISTICO.pdf>
- OMT. (2021). UNWTO Tourism Definitions. En OMT, *UNWTO Tourism Definitions* (pág. 15). United States: Shall prevailiti.
- Sanagustín Fons, M. T. (2018). Social Perception of Rural Tourism Impact: A Case Study - MDPI. *A case Study. Sustainability*, 10, 339, 1-25.
- turismo, M. d. (2016). REGLAMENTO DE ALOJAMIENTO TURISTICO. En M. d. turismo, *REGLAMENTO DE ALOJAMIENTO TURISTICO* (págs. 1–17). Quito: Lexis.
- Zambrano, L., Cabral, A., & Aguilar, A. (2015). Revista mexicana de agronegocios agroturismo y competitividad, como oferta diferenciadora: El caso de la ruta agrícola de Agriturismo and competitiveness , as differentiating offer : the case of the agricultural road San Quintin , Baja California. *Revista Mexicana de Agronegocios*, 37, 185–195.
- Grefa, A. M. (2017). La Música Kichwa En La Practica De Danzas Ancestrales De Los Estudiantes De La Escuela De Educación Básica Tarqui De La Comunidad Tambayacu, Cantón Archidona, Provincia De Napo, Año 2014 - 2015. In *Universidad Tecnológica Indoamérica*.
- Sampieri, D. R. H., Collado, D. C. F., & Lucio, D. M. del P. B. (2014). *Metodología de la investigación*.<https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Pablo, J., & González, R. (2015). *Diseño de un modelo de negocio para el montaje de un hotel en el municipio de Puerto Colombia , Atlántico Diseño de un modelo de negocio para el montaje de un hotel en el municipio de Puerto Colombia , Atlántico*.
- Ureta, Í. G. (2017). La Encuesta: *Éxito*, 58–62.<https://doi.org/10.2307/j.ctt1v2xt4b.8>
- MINISTERIO DE TURISMO. (13 de Junio de 2022). *Gob.ec portal único de trámites ciudadanos*. Obtenido de <https://www.gob.ec/mintur/tramites/emision-certificado-registro-turismoprimeravezalojamiento-persona-natural>
- Echeverría O., & Manosalvas A. (2016). *Modelo de desarrollo turístico para la región de Pesillo, parroquia Olmedo-Cayambe*. (Tesis de maestría no publicada). Universidad de las Fuerzas Armadas

