



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE TURISMO

TEMA:

LODGE COMO ALTERNATIVA DE ALOJAMIENTO EN EL COMPLEJO TURÍSTICO LA PIEDRA PARROQUIA CANGAHUA ,CANTÓN CAYAMBE, PICHINCHA- ECUADOR.

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

AUTOR: Carlos David Gualavisi Coyago

DIRECTOR: Msc. Victoria Geovana Ruiz Erazo

Ibarra, 2023

APROBACIÓN DIRECTOR DE GRADO

Certifico que el Trabajo de Grado **“LODGE COMO ALTERNATIVA DE ALOJAMIENTO EN EL COMPLEJO TURÍSTICO LA PIEDRA PARROQUIA CANGAHUA ,CANTÓN CAYAMBE, PICHINCHA- ECUADOR”**., ha sido realizado en su totalidad por el señor: Gualavisi Coyago Carlos David, el portador de la cédula de identidad número: 172343035-9.



VICTORIA GEOVANNA RUIZ ERAZO

DOCENTE

C.I. 040139385-5



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:	172343035-9		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Gualavisi Coyago Carlos David		
DIRECCIÓN:	Complejo Turístico LA PIEDRA, vía a la Josefina		
EMAIL:	cdgualavisi@utn.edu.ec		
TELÉFONO FIJO:	022127832	TELÉFONO MÓVIL:	0959425890

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	"Lodge como alternativa de alojamiento en el complejo turístico LA PIEDRA, parroquia Cangahua, cantón Cayambe, Pichincha- Ecuador"
AUTOR (ES):	Gualavisi Coyago Carlos David
FECHA: DD/MM/AAAA	10/02/ 2022
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TITULO POR EL QUE OPTA:	Licenciatura en Turismo
ASESOR /DIRECTOR:	Msc. Ruiz Erazo Victoria Geovanna / Msc Cruz Gongora Fabio Elton

2. CONSTANCIAS

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

Ibarra, a los 13 días del mes de junio de 2023

EL AUTOR:

Carlos David Gualavisi Coyago

DEDICATORIA

El presente proyecto de emprendimiento, se lo dedico a mis padres, hermanos y seres queridos, pilares muy fundamentales e importantes para mi crecimiento espiritual, y desarrollo profesional, quienes día a día estuvieron apoyándome a cada instante, bajo diferentes circunstancias, siempre orientándome, motivándome a seguir adelante sin decaer, es por eso, que este logro es gracias a ellos.

Gualavisi David

AGRADECIMIENTO

Al ser supremo en el universo, quien me ha permitido tener la maravilla de vivir y compartir con personas muy importantes para mi vida.

También quiero agradecer a mis docentes, quienes me orientaron durante esta etapa y proceso de formación profesional. Así como a la Universidad Técnica del Norte, por darme la oportunidad y permitirme el honor de pertenecer a tan prestigiosa institución.

Gualavisi David

ÍNDICE

APROBACION DIRECTOR DE GRADO	i
AUTORIZACION DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD	ii
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
RESUMEN EJECUTIVO	xi
ABSTRACT.....	xii
INTRODUCCIÓN.....	xiii
CAPITULO I	1
1.1 Determinación y justificación del problema	1
1.2 Objetivo General.....	3
1.3 Objetivo específico	3
1.4 Propuesta de la idea de negocio.....	3
1.5 Sustentar la innovación de negocio.....	4
1.6 Factores que intervienen en la puesta en marcha de la idea de negocio.....	4
1.7 Diagnóstico del emprendimiento turístico	7
1.8 Matriz Diagnóstica	8
CAPÍTULO II	12
2.1 Fundamentación Teórica	12
2.2 Fundamentación metodológica	28
2.3 Instrumentos y técnicas de investigación	29
2.4 Fundamentación legal de la propuesta.....	30
CAPÍTULO III	33
3.1 Estudio de mercado	33
3.2 Tipo de investigación	33
3.3 Tipo de muestreo y cálculo de la muestra	34
3.4 Instrumentos de recolección.....	36
3.5 Resultados y discusión	36
3.6 Análisis e interpretación de las entrevistas.....	50
3.7 Segmentación de mercados.....	51
CAPITULO IV	56

4.1	Estudio técnico administrativo.....	56
4.2	Análisis y determinación de la localización óptima del proyecto	56
4.3	Análisis y determinación del tamaño óptimo de la empresa	61
4.4	Financiamiento.....	63
4.5	Ingeniería del proyecto	69
4.6	Identificación y descripción de los procesos	78
4.7	Estructura organizativa y administrativa.....	88
4.8	Marca e imagen corporativa	90
4.9	Constitución legal de la empresa (Empresas SAS) y propiedad intelectual	99
4.10	Propuesta de comercialización	104
4.11	Ampliación posible de gama de productos a futuro	113
CAPÍTULO V		115
5.1	Estudio ambiental	115
5.2	Identificación de los Impacto Ambientales	118
5.3	Matriz de interpretación de resultados	124
5.4	Matriz del plan de manejo sobre la base de la jerarquización ambiental.....	126
CAPÍTULO VI		127
6.1	Estudio económico financiero.....	127
6.2	Estados financieros proyectados: situación inicial y de resultados	129
6.3	Análisis y evaluación financiera	134
CONCLUSIONES.....		135
RECOMENDACIONES.....		137
BIBLIOGRAFÍA.....		139
ANEXOS.....		141

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Entrevista Hacienda “Guáchala”	50
Tabla 2	Entrevista Centro turístico “Rincón del Río”	50
Tabla 3	Entrevista 3. Hostería “Los Olivos”	50
Tabla 4	Perfil del turista.....	51
Tabla 5	Segmentación Demográfica	52
Tabla 6	Segmentación Pictográfica.....	52
Tabla 7	Descripción Demanda Potencial	53
Tabla 8	Descripción de Oferta hotelera.....	54
Tabla 9	Proyección de la demanda insatisfecha.....	55
Tabla 10	Proyección de la demanda objetiva	55
Tabla 11	Descripción de la localización del emprendimiento.....	57
Tabla 12	Tecnología (Maquinaria: capacidad producción)	62
Tabla 13	Descripción Sueldo salarios.....	63
Tabla 14	Descripción de servicios básicos	64
Tabla 15	Obra civil de construcción	64
Tabla 16	Capital de Trabajo	65
Tabla 17	Descripción de la inversión	66
Tabla 18	Descripción de la inversión requerida.....	66
Tabla 19	Descripción del área de alojamiento.....	70
Tabla 20	Descripción del área de alojamiento.....	72
Tabla 21	Descripción de los requerimientos de las Cabañas tipo I.....	72
Tabla 22	Descripción de los requerimientos de las Cabañas tipo II.....	73
Tabla 23	Descripción de los requerimientos de la Cabaña tipo III.....	73
Tabla 24	Descripción de los requerimientos del área de recepción	74
Tabla 25	Descripción de los requerimientos del área de lavandería	74
Tabla 26	Descripción de los costos del área de alojamiento	75
Tabla 27	Descripción de los costos del Cabaña Tipo I.....	75
Tabla 28	Descripción de los costos del la Cabaña Tipo II.....	76
Tabla 29	Descripción de los costos del Cabaña Tipo III.....	76

Tabla 30	Descripción de los costos del área de recepción.....	77
Tabla 31	Descripción de los costos del Área de lavandería	77
Tabla 32	Descripción de los costos del Área de limpieza.....	78
Tabla 33	Descripción de los servicios de alojamiento cabaña tipo I.....	80
Tabla 34	Descripción de los servicios de la cabaña tipo II	80
Tabla 35	Descripción de los servicios de alojamiento Cabaña tipo III	81
Tabla 36	Descripción del servicio complementario Cine al aire libre	82
Tabla 37	Descripción del servicio complementario Cicloturismo	83
Tabla 38	Descripción del atractivo La casa del venado.....	85
Tabla 39	Descripción del atractivo La cascada del Tingo	86
Tabla 40	Descripción del atractivo Reloj de Quitsato	87
Tabla 41	Descripción de la composición de colores del logotipo.	105
Tabla 42	Descripción de la composición de colores del logotipo.	106
Tabla 43	Descripción de los canales de distribución	107
Tabla 44	Descripción de otros medios de distribución.....	109
Tabla 45	Descripción de actividades en la fase de construcción del lodge.	115
Tabla 46	Descripción de actividades en la fase de operativa del lodge.....	116
Tabla 47	Descripción de Identificación de factores ambientales	117
Tabla 48	Descripción de la fase de construcción	121
Tabla 49	Descripción de la Fase de operación.....	122

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Figura 1	Mapa de localización del emprendimiento.....	11
Figura 2	Organigrama de la empresa hotelera	23
Figura 3	Evolución de visitas en el PNCC.....	34
Figura 4	Perfil del turista.....	37
Figura 5	Tipo de infraestructura de alojamiento	38
Figura 6	Tipos de servicios complementarios	39
Figura 7	Cuanto estaría dispuesto a pagar por servicios complementarios	40
Figura 8	Qué tipo de ambientación y decoración le gustaría	41
Figura 9	Cuanto estaría dispuesto a pagar por servicios de alojamiento	42
Figura 10	Cruce de variables genero y tipo de alojamiento.....	43
Figura 11	Cruce de variables lugar residencia tipo de alojamiento de preferencia.....	44
Figura 12	Cruce de variables genero y tipo alojamiento de implementación	45
Figura 13	Cruce de variables lugar de residencia y les gustaría que se implemente alojamiento.....	46
Figura 14	Cruce de variables tipo de infraestructura y ambientación	47
Figura 15	Cruces de variables servicios complementarios y costo a pagar.....	48
Figura 16	Mapa del Ecuador	57
Figura 17	Mapa de provincia Pichincha	58
Figura 18	Micro localización del emprendimiento.....	60
Figura 19	Tabla de amortización BanEcuador.....	68
Figura 20	Plano planimétrico	70
Figura 21	Plano 3d de las habitaciones.....	71
Figura 22	Mapa guía ciclo ruta.....	84
Figura 23	Logotipo del emprendimiento	90
Figura 24	Organigrama de la empresa.....	91
Figura 25	Ficha puesto trabajo gerente	92
Figura 26	Ficha puesto trabajo contador	93
Figura 27	Ficha puesto trabajo recepcionista	94
Figura 28	Ficha puesto trabajo diseñador.....	95
Figura 29	Ficha puesto de trabajo Ama de llaves	96

Figura 30	Ficha puesto trabajo mantenimiento.....	97
Figura 31	Flujograma de actividades	98
Figura 32	Logo tipo del emprendimiento	104
Figura 33	Capas del logotipo.....	106
Figura 34	Canales directos de distribución	108
Figura 35	Canales indirectos de distribución	109
Figura 36	Página de Facebook del lodge.....	111
Figura 37	Página web Wix del lodge	111
Figura 38	Merchandising del lodge.....	112
Figura 39	Matriz identificación de impactos ambientales	118
Figura 40	Escala de rangos.....	119
Figura 41	Matriz del plan de manejo ambiental	126
Figura 42	Tabla de cálculo del costo de capital.....	129
Figura 43	Estado de situación inicial	130
Figura 44	Tabla flujo año 1.....	132
Figura 45	Tabla flujo año 5.....	133

RESUMEN EJECUTIVO

El presente emprendimiento tiene como objetivo principal diseñar un lodge como alternativa de alojamiento y que este cumpla con la demanda por requerimiento de los visitantes, cubriendo la satisfacción, otorgando calidad e incentivando a visitar más atractivos y destinos turísticos dentro de la localidad. De tal manera a través de la presente investigación se contempla varios aspectos para determinar la factibilidad del emprendimiento, mediante: El estudio de mercado, estudio técnico, estudio administrativo – legal, estudio económico -financiero, así como el estudio ambiental. Para la determinación del estudio de mercado se obtuvo resultados empleando e investigando varias estadísticas como el ingreso de turistas al cantón, por medio de la obtención del registro de visitas al Parque Nacional Cayambe Coca del 2017, que es de 28.793 turistas, así como la demanda y capacidad de recepción de diferentes establecimientos de alojamiento. La determinación del estudio técnico se instaura a través del tamaño de mercado, donde según la demanda potencial objetiva determina que en la fase de operación del lodge atenderá a 1.584 turistas, cuya localización es dentro de la jurisdicción de la parroquia de Cangahua. El estudio técnico administrativo se determinó a través de la estructura legal y organizacional para la constitución del lodge, así como sus estrategias de comercialización, y difusión. El Estudio Ambiental se definió a través de la utilización métodos de evaluación de impactos ambientales generados por medio de las fases construcción y operación del lodge, las cuales resultaron ser impactos positivos y negativos los cuales han sido evaluados según su magnitud, tomado alternativas de mitigación y compensación en base a la incorporación del plan de manejo ambiental. En el estudio económico – financiero se ha determinado que la inversión a empelarse es de \$ 68.328 en relación a las operaciones, la recuperación del capital se la realizaría en el año dos, con un monto de \$ 75.403 dólares, determinando la viabilidad y factibilidad para la ejecución del presente emprendimiento.

Palabras clave: Turismo, Emprendimiento, Destino turístico, Lodge, Alojamiento.

ABSTRACT

The major objective of this project is to build a lodge as an alternative that fits the needs of guests, ensuring their satisfaction, delivering quality, and encouraging them to visit additional local attractions and tourist places. As a result, numerous factors are considered in the current investigation to establish the feasibility of the firm, including a market study, technical study, administrative-legal study, economic-financial study, and environmental study. The market study's findings were derived by examining and analyzing numerous facts, including tourist admission into the canton, the number of visitors to the Cayambe Coca National Park in 2017, which totaled 28,793 visitors, and the demand and reception capacity of various lodging places. The market size was determined by the technical research, which determined that the lodge's operation phase will serve 1,584 visitors whose location is within the jurisdiction of the parish of Cangahua, based on the objective prospective demand. The technical-administrative study was determined through the legal and organizational structure for the establishment of the lodge, as well as its marketing and dissemination strategies. The environmental study was defined through the use of methods to evaluate the environmental impacts generated by the construction and operation phases of the lodge, which resulted in positive and negative impacts, which have been evaluated according to their magnitude, taking mitigation and compensation alternatives based on the incorporation of the environmental management plan. In the economic-financial study, it has been determined the investment to be made is \$ 68,328 concerning the operations, the recovery of the capital would be made in year two, with an amount of 75,403 dollars, determining the viability and feasibility for the execution of the present enterprise.

Keywords: Tourism, Entrepreneurship, Tourist destination, Lodge, Lodging.

INTRODUCCIÓN

El Ecuador es un país que posee un alto potencial turístico, por contar con diferentes características que lo convierte en un destino turístico cotizado a nivel mundial, país mego diverso con variedad de atractivos turísticos de gran significancia dentro del ámbito natural y cultural”, un pilar fundamental dentro de la economía y desarrollo local del territorio nacional.

La planta turística está determinada por un conglomerado de empresas que están vinculadas con los servicios de quienes se movilizan dentro y fuera del país, siendo así que la actividad turística cuenta con diferentes empresas que se dedican a la oferta de diferentes servicios dentro de las modalidades de turismo como: Hoteles, agencias de viajes, transporte, líneas aéreas, restaurantes, bares, etc., reconociéndose así en la actualidad como un eje importante dentro de la economía social , ya que su desarrollo como industria crece de manera rápida dentro del contexto mundial.

El emprendimiento tiene como objetivo diseñar un lodge como alternativa de alojamiento , así como obtener información relevante para la implementación de los servicios de alojamiento dentro del complejo turístico y el sector de la parroquia de Cangahua , mejorando el desarrollo económico y aumentado la afluencia turística del sector, debido a que el lugar carece de establecimientos de hospedaje que otorgue servicios de calidad y confort a los visitantes, a través de la satisfacción dentro de un entorno natural.

El diseño del proyecto “LA PIEDRA Alpine Lodge” en el complejo turístico “LAPIEDRA” como alternativa de alojamiento requiere etapas de planificación y proceso, así como aplicación de instrumentos metodológicos que verifiquen y se justifique su instauración. A continuación, se presenta los capítulos que se utilizó para desarrollar el emprendimiento.

En el capítulo uno tenemos determinación y justificación del problema donde se describe planteamiento del problema, objetivos generales y específicos, justificación de la idea de negocio.

En el segundo capítulo se desarrolla con la fundamentación teórica, donde se explica todo lo relacionado con el negocio dentro del ámbito turístico, así como el tipo de investigación, investigación exclusiva para estudio de mercado y fundamentación legal para el emprendimiento.

En el tercer capítulo se desarrolla el conjunto de acciones para determinar la propuesta de la segmentación de mercado, determinación del perfil del turista, así como el análisis de: oferta y demanda.

En el cuarto capítulo se desarrolla la localización del lugar donde se implementara el emprendimiento, tanto así su macro y micro localización para determinar el posible éxito o fracaso de un negocio, ya que la decisión de dónde ubicarlo, no solo considera criterios económicos, sino también criterios estratégicos, institucionales, técnicos, sociales, dentro del mismo se caracteriza la ingeniería del proyecto como: capacidad y distribución de la planta, nombre de la empresa, estructura organizacional , canales de distribución , producto , precios y comunicación.

En el quinto capítulo se desarrolla el estudio ambiental necesario para identificar valorar y evaluar los posibles impactos ambientales que se generara en la fase de construcción y operatividad del lodge, así como la mitigación o compensación de las medidas a través de la realización de un plan de manejo ambiental.

En el sexto capítulo se define todos los valores instaurados y detallados con los cuales cuenta y se desarrolla la fase inicial y la fase de operatividad del emprendimiento, determinando los ingresos y egresos conjuntamente con los valores y costes de los mismos, bajo operaciones determinadas en; Estado de situación inicial, Flujo de efectivo, Proyección de ingresos y gastos, Cálculo de VAN ,TIR y Punto de equilibrio, para establecer la rentabilidad económica y la recuperación del capital de inversión.

CAPITULO I

1.1 Determinación y justificación del problema

La provincia de Pichincha cuenta con una gran variedad de recursos naturales a la vez que estos no son aprovechados adecuadamente, su demanda turística se compone de patrimonios culturales, abundante flora y fauna.

Según (GADIP Cayambe , 2018)

El Cantón Cayambe, es una tierra milenaria de Nasacota Puento, Mama Sucta, Dolores Cacuango, Jesús Gualavisí, Humberto Fierro Jarrín, Sergio Mejía Aguirre, David Manangón, Gabriel Meza Velásquez entre otros ciudadanos ilustres, además de ser un pueblo intercultural y pluricultural que posee una de las principales culturas del norte del país como son los Cayambis que eran uno de los principales pueblos de la cultura Caranqui que estaban conformados por tres cacicazgos: Caranquis, Otavalos y nuestra gente los Cayambis. (Cayambe turismo , 2018).

Según (Cayambe turismo , 2018)

Cayambe está ubicado al norte de la provincia de Pichincha a 1 hora y 30min de la capital de la republica Quito, sus límites geográficos son; al norte con la provincia de Imbabura, por el sur con el Cantón Quito, por el este con las provincias de Sucumbíos y Napo y por el oeste con el cantón Pedro Moncayo, está situado entre dos hemisferios norte y sur, ya que cruza la Línea Equinoccial o Ecuador (latitud 0°0'0") en la región interandina.

Según (GADIP Cayambe , 2018)

En relacion a la actividad turística , el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del canton Cayambe 2015-2025(PDyOT) Menciona que la actividad turística en cayambe va adquiriendo importancia como eje de desarrollo economico local. Asi, en los ultimos años se ha venido desarrollando proyectos relacionados al turismo comunitario y cultural.como proyectos agroturisticos, promocion de fiestas.

Según (GADIP Cayambe , 2018) En cuanto a los atractivos Turisticos el canton Cayambe, catalogados se encuentran el nevado cayambe, cascada de cariacu, complejo arqueologico pambamarca y otros atractivos naturales , los cuales aportan al turismo de naturaleza y de aventura.

El turismo dentro del canton esta orientado a activides recreativas y de restauracion , asi como actividades de turismo de naturaleza, las diferentes ofertas de servicios de alojamiento en zonas rurales es limitada , es por esta razon que los visitantes no optan por pernoctar mas de un dia y realizar mas actividades turisticas.

La presente investigacion se enfocara en el estudio de alternativas de reactivacion turistica y economica del complejo turistico "LAPIEDRA", ya que debido a la incidencia e instauracion de la competencia en el sector que oferta servicios de las mismas características ,es decir, servicios de recreación y restauración, en los ultimos años el emprendimiento a percibido baja afluencia turística y por ende la disminucion de ingresos económicos, así como la demanda activa de visitantes que desean contratar servicios de alojamiento dentro del complejo. Así el presente trabajo se enfocara en mejorar la prestación de servicios del emprendimiento, permitiendo mostrar los cambios para su instauración dentro del ámbito turístico local, en base a alternativas diversificadas de servicios turísticos y complementarios dentro del emprendimiento a través de la implementación de un lodge para su reactivación , cubrir la demanda de alojamiento por parte de los visitantes y aumentar su afluencia, contrarrestando a la competitividad e incrementando la solvencia económica dentro del complejo.

1.2 Objetivo General

Diseñar un lodge como alternativa de alojamiento en el complejo turístico “LAPIEDRA” parroquia de Cangahua Canton Cayambe Pichincha-Ecuador.

1.3 Objetivo específico

- Diagnosticar la situación actual del emprendimiento, para el posicionamiento de alojamiento dentro de sus servicios ofertados.
- Determinar la oferta y demanda, así como el grado de aceptación del proyecto mediante un estudio de mercado.
- Implementar los servicios de alojamiento, así como su parte técnica infraestructural.
- Diseñar un estudio técnico de comercialización de marketing y promoción, a través de las estrategias y canales de distribución.
- Diagnosticar los posibles impactos ambientales generados por la ejecución del proyecto, a través de la evaluación y aplicación de métodos de impactos ambientales.
- Determinar el estudio técnico financiero a través de las operaciones determinadas para la rentabilidad y gestión del emprendimiento.

1.4 Propuesta de la idea de negocio

El emprendimiento se enfoca a través de movilización de los turistas de diferentes regiones del país, así como la demanda activa por contratar servicios de alojamiento al visitar el complejo, es por eso que se ha optado por implementar servicios complementarios orientados a la prestación de servicios de alojamiento para los visitantes, cubriendo así la demanda por hospedaje dentro del complejo ,otorgando una experiencia turística favorable mejorando la calidad infraestructural , ya que el alojamiento rural resulta más atractivo , el emprendimiento se orienta a la parte productiva que se encamina para mejorar los ingresos económicos, así

como su reposicionamiento dentro de los servicios turísticos del sector , ofertando servicios de alojamiento, de igual manera se ofertara actividades recreativas, como ciclo turismo, senderismo, áreas de camping y cine al aire libre, haciendo que los visitantes cubran la necesidades físicas y fisiológicas, entre ellas de relajación y libre esparcimiento al contacto con la naturaleza.

1.5 Sustentar la innovación de negocio

El emprendimiento optará por mejorar la calidad de servicios complementarios, e infraestructurales y el incremento de actividad turística a través de la implementación de un lodge, infraestructura que no existe dentro del cantón y del sector, a través de una variante diferente de hospedaje, así como su ubicación estratégica dentro de un entorno natural de fácil acceso, que mantendrá su diseño amigable con el ambiente, dentro del mismo se ofertara actividades recreativas diferentes a otros establecimientos de alojamiento, el proyecto se alinea conjuntamente con los servicios complementarios de turismo, alojamiento y recreación , impulsando la oferta de servicios turísticos dentro y fuera de la localidad.

1.6 Factores que intervienen en la puesta en marcha de la idea de negocio

Análisis de la industria o situación del macro ambiente

Político legal

Según (GADIPMC, 2020)

La sustentación legal dentro del ámbito político y publico de GADIP de Cayambe establece fortalecer la participación ciudadana intercultural, las potencialidades socio culturales, económico productivas, el desarrollo intercultural, el manejo sustentable de los recursos naturales, mediante la implementación de la infraestructura física, la provisión de bienes y servicios,

el ordenamiento y regulación territorial urbano y rural a fin de alcanzar una sociedad solidaria encaminada al Suma Kawsay.

Socio cultural

Según (PDOT Cangahua, 2020)

La población de la parroquia de Cangahua, representa el 19% de la población del cantón Cayambe. Con una población de 20.3671 habitantes, según las proyecciones al 2020 según Instituto Nacional de Estadísticas y Censos - INEC. Debido a temas estadísticos y de acuerdo al flujo de movilidad poblacional, la población de las parroquias no hace una diferenciación entre población urbana y población rural, se ha considerado como población rural al total de la población existente en la parroquia de acuerdo a la caracterización parroquial en el cantón.

Económico

Según (PDOT Cangahua, 2020)

La población de la parroquia mantiene un perfil de emprendimiento ya que desarrolla sus actividades mayormente por cuenta propia en los negocios tradicionales de la zona, muy diferente al anterior esquema donde el un gran grupo desempeñaba funciones de peón o jornalero, bajo condiciones precarias y salarios injustos.

Según (PDOT Cangahua, 2020) Los resultados del Censo del año 2010 señalaban que la población económicamente activa de la parroquia se dedicada de forma mayoritaria a dos actividades, que son Agricultura, Ganadería, silvicultura y pesca en un 63,95% y Construcción con el 10,61%.

Tecnológico

Según (PDOT Cangahua, 2020)

De los datos del INEC, se registra que el 95,02% de las viviendas no contaban con servicios de telefonía fija en el 2010, siendo el porcentaje más alto entre las parroquias rurales del Cantón Cayambe. Lo mismo ocurre con el servicio de telefonía celular donde apenas en el 62,4% de las viviendas disponen de acceso al servicio, siendo el porcentaje más bajo de las parroquias rurales del cantón

Cayambe, aunque es importante señalar que en el año 2020 cuentas con una mayor cobertura de señal.

Según (PDOT Cangahua, 2020) Respecto al acceso a internet según datos del Censo (INEC 2010), el 98,15% de los hogares no dispones del servicio de internet, mismo que en los últimos años ha presentado un importante crecimiento en su cobertura.

La tecnología avanza a medida que el crecimiento demográfico se expande, con diferentes cambios y mejoras para la calidad de vida de la población, otorgando alternativas de desarrollo y progreso.

Medioambiente

Según (PDOT Cangahua, 2020)

En la parroquia se pueden localizar seis tipos de ecosistemas, considerados según MAE 2013, en el cual se puede identificar que el 49,14% de la parroquia se encuentra intervenido, seguido por el 40,65% de Herbazal del Páramo, el 5,89% de Bosque Siempre verde Montano Alto Del Norte De La Cordillera Oriental De Los Andes, el 3,29% de Bosque Y Arbusto Semideciduo Del Norte De Los Valles, el 0,62% de Arbusto Siempreverde Montano Del Norte De Los Andes, el 0,42% de Bosque Siempreverde del Páramo.

Según (PNUMA, 2016)

El medio ambiente natural comprende componentes físicos, tales como aire, temperatura, relieve, suelos y cuerpos de agua, así como componentes vivos, plantas, animales y microorganismos. En contraste con el "medio ambiente natural, también existe el "medio ambiente construido", que comprende todos los elementos y los procesos hechos por el hombre.

El medio ambiente, entorno natural donde converge la vida natural con diferentes entornos de desarrollo de comunidades biológicas, formando un espacio de flora y fauna, así como nichos ecológicos existentes únicos en su entorno.

1.7 Diagnóstico del emprendimiento turístico

1.7.1 Situación competitiva

Las prestaciones de servicio de alojamiento rural en el cantón Cayambe son limitadas, e infraestructura similar a la del emprendimiento a ejecutar son nulas, así como en el sector donde se la implementara. Como posible competidor se tomaría en énfasis al Complejo turístico “Rincón del RIO” que oferta servicios de alojamiento rural, cuya ubicación está a 2km de distancia del lugar de implementación.

1.7.2 Infraestructura

El establecimiento se encuentra ubicado estratégicamente y cuenta con instalaciones y condiciones adecuadas para la prestación de servicios de alojamiento.

1.7.3 Inversiones de la industria

1.7.4 Número de competidores

Actualmente se consideraría como una la posible competencia, al establecimiento ya mencionado, ya que oferta servicios de alojamiento rural y tiene una gradual aceptación de los visitantes.

1.8 Matriz Diagnóstica

1.8.1 Breve descripción del entorno donde se ubicará el emprendimiento

El emprendimiento se lo implementara dentro del sector rural, cuya ubicación se sitúa a tres kilómetros de la urbe del cantón Cayambe, dentro de la distribución política de la parroquia de Cangahua, comunidad la josefina, dentro de los predios donde se encuentra el complejo turístico “LA PIEDRA” con rango altitudinal de 2.732 msnm, con temperatura promedio que oscila entre los 5° a 10°.

1.8.2 Lugar donde se instalará el negocio

El emprendimiento se instaurará dentro de los predios del complejo turístico LA PIEDRA, que se encuentra ubicado dentro de la parroquia de Cangahua, comunidad la Josefina, según los datos obtenidos del PDOT de la parroquia, su población es de 16.231 habitantes, divididos estadísticamente en, 8.311 mujeres y 7.930 hombres, su población económicamente activa es de 7.027, la población dentro del ámbito académico alcanza el nivel de educación primario, la localidad goza de los servicios básicos como acceso a agua potable, energía eléctrica, alcantarillado, , servicio de recolección de desechos , conexión a internet.

La infraestructura, equipamientos de movilidad y seguridad dentro del sector presenta una gradiente de desarrollo, teniendo como frecuencias de transporte público Ruta Cayambe-La Josefina, a través de la compañía de buses Cia. Ayora, así como también de conectividad a través de compañías de taxi, una de la operadora que frecuentan es YANANTAX, dentro de los servicios de salud la unidad más cercana es el subcentro de la parroquia de Juan Montalvo, en el ámbito de seguridad se encuentra el destacamento policial de la parroquia que realiza operativos constantes por el sector.

El sector donde se ubicará el emprendimiento tiene como proximidad de cercanía hacia los centros urbanos, siendo así que encuentra ubicado a 3 km, a un estimado de 10 minutos de la ciudad de Cayambe, y de por medio a 5 minutos de la parroquia de Juan Montalvo, la frecuencia de transporte que opera dentro de estos dos centros urbanos, es la compañía de buses Cía. Ayora, la infraestructura vial por donde transitan es de 2 orden, inclusive hasta el sector donde se implementara el emprendimiento.

Las potencialidades turísticas cercanas que favorecerían al emprendimiento son de carácter natural, como el rio Guáchala, lugar en el cual se puede practicar el tubing o rafting en ciertos meses del año, por la favorable incidencia de su caudal. Como otro recurso natural están las cascadas del tingo, lugar donde se puede realizar senderismo, y la práctica del canyoning.

La posible competencia a considerar y cuya ubicación está a 4 kilómetros del lugar de implantación del emprendimiento, es el Centro turístico “Rincón del Rio” cuya oferta de servicios es de recreación, alimentación y alojamiento, con un segmento de mercado orientado para familias, cuya capacidad de recepción estimada, es para 120 personas.

Dentro de las facilidades turísticas de acceso hacia el emprendimiento se tomaría en énfasis a la georreferenciación del google maps, cuyas coordenadas están registradas para el sector donde se ubicaría el emprendimiento.

Las modalidades de turismo que se practican en el sector, son de carácter amplio como: Ecoturismo, Turismo de naturaleza, Turismo comunitario, Turismo cultural, Turismo de salud y Turismo de aventura, los cuales se desarrollan dentro de los escenarios óptimos para su ejecución, como ríos, montañas, cascadas, bosques, y dentro de las comunidades que desarrollan turismo comunitario, la práctica de estas modalidades se las realizan todo el año. La modalidad que se alinea a la contribución al emprendimiento es el turismo de naturaleza y aventura.

En la actualidad las poblaciones beneficiadas por la actividad turística en el sector son de carácter comunitario, es decir las comunidades, las cuales cuentan con un recurso turístico, cultural, e infraestructura, dentro de ellas se podría mencionar las comunidades de: Chumillos, que cuenta con su complejo arqueológico denominado Pamba marca, San Luis de Guáchala, que cuenta con su centro turístico comunitario cascada del Tingo.

En lo concerniente a los principales problemas de limitación para el emprendimiento se denotaría la falta de gestión de infraestructura turística para emprendimientos, como señalización y señalética de atractivos turísticos, por limitada gestión turística y apoyo a los emprendimientos, así como la falta de capacitación técnica y gestión para capacitación turística de emprendedores.

Mapa de ubicación

Ubicación: cantón Cayambe, parroquia Cangahua **Coordenas:** Latitud 0°0.4990´N Longitud 78°9.0040´O

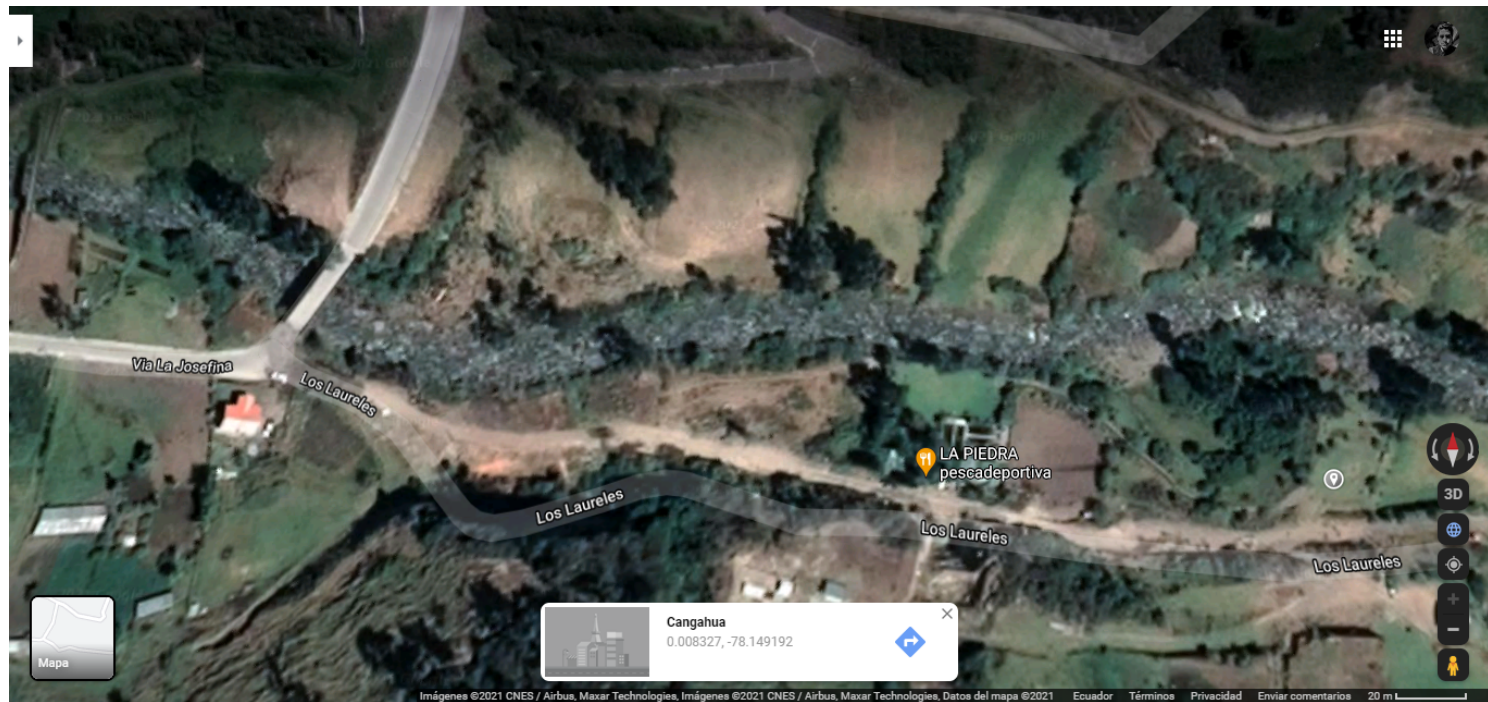


Figura 1 Mapa de localización del emprendimiento

CAPÍTULO II

2.1 Fundamentación Teórica

Los servicios de alojamiento se han ido instaurándose desde tiempos memorables, Ramos menciona que a través del paso de los años, debido a la movilidad de las personas por diferentes circunstancias que lo tenían que realizar, y la prioridad ante la necesidad de hospedarse en ciertas localidades, por su lejanía o por circunstancias naturales a los lugares que se proyectaban llegar, no los podían hacer en un solo día , sino que necesitaban de varios días para aproximarse a ellos, cabe recalcar que la industria hotelera también ya se la ofertaba en la antigüedad como servicios de alojamiento por la realización de competencias deportivas, como los juegos olímpicos de Grecia realizados en el año 776 a.C, otorgando alojamiento a los atletas y distinguidos personajes de la época.

“El Ecuador al ser un país mego diverso posee varios atractivos turísticos de gran significancia dentro del ámbito natural y cultural”, por lo cual se convierte en un país altamente potencial para las actividades turísticas, una de ellas que sobresalen son las actividades de servicios por alojamiento. Existe una gran variedad de infraestructura turística de alojamiento, que va desde lo tradicional hasta lo extravagante, dependiendo del gusto de los visitantes que adquieren este bien, la infraestructura hotelera se ha ido adaptando al entorno durante el paso y desarrollo del tiempo, estos tipos de infraestructuras se han ido acoplado de acuerdo al entorno donde se encuentra mejorando la calidad de sus servicios, al incorporar servicios adicionales o complementarios. (MINTUR, 2014).

El turismo dentro del canton Cayambe, esta orientado a activides recreativas y de restauracion , asi como actividades de turismo de naturaleza, dentro del ambito de hospederia las diferentes ofertas de servicios de alojamiento en zonas rurales son limitadas , es por esta razon que los visitantes no optan por pernoctar mas de un dia y realizar mas actividades turisticas.

Los servicios de hospedería rural en la parroquia de Cangahua están en procesos de formación y desarrollo, tomando como potencialidad a los recursos naturales que poseen y la afluencia de visitantes que llegan desde diferentes puntos del país, estos emprendimientos en base a la necesidad de ofertar servicios de alojamiento se han visto en la obligatoriedad de implementar infraestructura turística de alojamiento. (PDOT Cangahua, 2020)

En base notoria de escases y demanda por alojamiento turístico dentro de la zona rural, se ha tomado como referente al emprendimiento turístico “LA PIEDRA”, quien oferta servicios de recreación y restauración para sus visitantes, quienes se desplazan desde diferentes ciudades dentro y fuera de la provincia, por tal motivo de desplazamiento y demanda activa por contratar servicios de alojamiento, se ha visto en la necesidad de implementar un lodge como alternativa de alojamiento para sus visitantes. Así cubriendo la necesidad por hospedaje y brindando una experiencia favorable a través de la prestación de servicios complementarios dentro del mismo.

2.1.1 Turismo

Según (UWTO, 2021)

El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentren fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocio. Estas personas se denominan visitantes y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico.

Según la Organización Mundial del Turismo (UNWTO, 2005) “El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros”.

El turismo consiste en un desplazamiento temporal de una persona o grupos de personas por motivos de recreación, descanso, cultural o salud.

2.1.2 Turismo rural

Según (UWTO, 2021)

El turismo rural es un tipo de actividad turística en el que la experiencia del visitante está relacionada con un amplio espectro de productos vinculados por lo general con las actividades de naturaleza, la agricultura, las formas de vida y las culturas rurales, la pesca con caña y la visita a lugares de interés.

Según (Ochoa, Valdez & Ochoa, Silva, 2015)

El turismo rural es una oportunidad para ampliar sus fuentes de ingresos, generando afluencia turística al lugar, compartiendo sus saberes y forma de vida con la interacción con los turistas interesados en este segmento de oferta turística, diferente, fresca y novedosa.

Las actividades turísticas en el entorno rural otorgan una experiencia única, ya que están al contacto directo con la naturaleza, dentro de una amplia gama de oferta de servicios complementarios.

2.1.3 Destino turístico

Según (UWTO, 2021)

Un destino turístico es un espacio físico, con o sin una delimitación de carácter administrativo o analítico, en el que un visitante puede pernoctar. Es una agrupación (en una misma ubicación) de productos y servicios, y de actividades y experiencias, en la cadena de valor del turismo, y una unidad básica de análisis del sector. Un destino incorpora a distintos agentes y puede extender redes hasta formar destinos de mayor magnitud. Es además inmaterial, con una imagen y una identidad que pueden influir en su competitividad en el mercado.

Según (Wolleter, 2018)

El destino turístico es un núcleo geográfico y el lugar donde los turistas pernoctan y si así lo deciden, también es el punto de distribución de sus viajes dentro de un área más amplia que puede incluir diversos atractivos y otros destinos.

El entorno donde se desarrollan las actividades turísticas, dentro de un atractivo con múltiples características oferentes para los visitantes.

2.1.4 Alojamiento

Según la (OMT, 2014)

La considera como alojamiento a aquella actividad ejercida por los establecimientos que presten servicios de hospedaje al público a cambio de un pago de forma profesional, este puede ser de modo temporal o permanente y puede incluir otros servicios complementarios.

Según (Poma, 2018)El servicio de alojamiento turístico es la oferta de hospedaje a cambio de un beneficio económico en habitaciones debidamente equipadas, dotadas al menos de una cama, ofrecida como el principal servicio a turistas, viajeros y huéspedes.

Los establecimientos que brindan servicios de hospedería a los visitantes ya sea por motivos de movilidad o ámbitos turísticos.

2.1.5 Modalidades de alojamientos

Las modalidades de alojamiento se distribuyen en diferentes infraestructuras, con múltiples características dependientemente y adaptable al lugar donde se les van a implementar, con una variante infraestructural distinta dentro de los servicios tradicionales de alojamiento.

2.1.6 Lodges

(Vazquez, 2013) Nos dice que “La traducción de lodge, es una casa o cabaña usada ocasionalmente por cazadores, pescadores y esquiadores.”

Según (MINTUR, 2015)

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.

Lodge establecimiento de alojamiento que se encuentra ubicado en zonas rurales con ambientación y decoración según el entorno en el cual esta instaurado que otorga prestación de servicios de estancia a personas que viajan largos periodos.

2.1.7 Bungalows

(Vazquez, 2013), nos dice que “Los Bungalows son construcciones independientes con una recepción; en general cuentan con espacios verdes para cada una de las cabañas” (p.13).

Según (Chavez, Garcia & Montes de oca, Moncayo, 2018)

Un bungalow se trata de una construcción sencilla, de una única planta opiso, que cuenta con las comodidades básicas. Es un tipo de casa muy sencillo, esto no significa que no pueda ser espacioso; de hecho, está pensado para alojar a un mínimo de cuatro personas y suele ser escogido por familias con niños y grupos de amigos.

Infraestructura con una alternativa diferente de alojamiento, con percepción directa al contacto con la naturaleza.

Es una infraestructura que brinda servicios de alojamiento y actividades dentro de un entorno natural, en base a la conservación de la naturaleza.

2.1.8 Oferta turística

Según (Socateli, 2013)

Se define como oferta turística al conjunto de productos y servicios asociados a un determinado espacio geográfico y socio-cultural, que tienen por objetivo permitir, facilitar y propiciar el aprovechamiento de los atractivos turísticos de ese lugar, y cuyos oferentes o vendedores quieren y pueden vender en el mercado a un precio y en un periodo de tiempo determinado, para ser usado o consumido por los turistas.

Según (Alicante, 2018)

Definimos que la oferta turística La oferta turística comprende el conjunto de bienes y servicios capaces de facilitar la comercialización del producto turístico a fin de satisfacer la demanda de los visitantes, en esta condición se entiende por cualquier establecimiento en donde el cliente y/o usuario son principalmente turista.

La oferta turística son todos los productos y servicios asociados a la actividad turística, en vista al aprovechamiento de los atractivos naturales y culturales de una localidad.

2.1.9 Tipos de oferta turística

Según (OMT, 2014) menciona que “este tipo de servicios son suministrados por las empresas turísticas pero los turistas pueden disfrutar de otros bienes no turísticos, comercializándose todo ellos mediante el sistema turístico”. Dentro de estos se encuentran dos tipos: Básica y Complementaria.

Según (OMT, 2014)

La oferta básica son los servicios y bienes que son exclusivamente turísticos (agencias de viajes, alojamientos, transportes, etc.). Y los complementarios son aquellos bienes que no son sólo turísticos, pero son demandados por los turistas y completan el producto turístico final (restauración, ocio, comercio, etc.). Los elementos que la conforman son: Actividades de ocio y atracciones turísticas: parques de atracciones, espectáculos, etc.

La diversidad de servicios turísticos ofertados por las empresas que dan una opción más relevante con diferentes características y alternativas de consumo.

2.1.10 Estudio mercado

Según (Paredes, 2013)

El estudio del mercado trata de determinar el espacio que ocupa un bien o un servicio en un mercado específico. En un estudio de factibilidad sirve como antecedente para la realización de los estudios técnicos, de ingeniería, financiera y económica para determinar la viabilidad de un negocio.

Según (Victor, 2012)

El estudio de mercado es la recopilación y análisis de antecedentes que permiten determinar la conveniencia o no de ofrecer un bien o un servicio para atender una necesidad, además es conveniente tener la noción amplia del mercado incluyendo todo el entorno que rodeara a la empresa consumidores, usuarios, proveedores, competidores y limitaciones de tipo político legal económico o social.

El estudio de mercado es una base fundamental para las empresas de prestación y producción de servicios, ya que en base a esto se determinará la factibilidad de distribución hacia el mercado consumidor mediante un estudio general.

2.1.11 Producto

Según (Quiroga, 2020) Producto todo lo que se produce o lo que resulta del proceso de la producción. Desde el punto de vista económico un producto es todo aquello que se intercambia en el mercado.

Según (Thomson, 2019)

El producto es una de las herramientas más importantes de la mezcla de mercadotecnia (4 p's) porque representa el ofrecimiento de toda empresa u organización (ya sea lucrativa o no lucrativa) a su público objetivo, con la finalidad de satisfacer sus necesidades y deseos, y de esa manera, lograr también los objetivos de la empresa u organización (utilidades o beneficios).

Independiente mente que sea un bien tangible o intangible, un producto es aquello que ofrece al consumidor y por lo que cobra una cantidad de dinero.

2.1.12 Consumidor

Según (Angeles, Ramos & Avikes , Marquez, 2018)

Es la persona que satisface sus necesidades o deseos al adquirir un producto que puede ser tangible (producto) o intangible (servicios). Este concepto no debe confundirse con el de un cliente, que es un comprador que ya tiene una relación con un proveedor.

Las empresas dependen mucho del consumidor ya que debido a este agente se comercializa y se produce los bienes y servicios dependiendo la magnitud de la demanda.

2.1.13 Demanda del producto

Coca (2011), nos dice que “Uno de los conceptos más importantes para analizar, medir o determinar la demanda es el concepto de mercado, en sus diferentes niveles y acepciones “(p.176).

La demanda refleja una intención, mientras que la compra constituye una acción, la demanda tiene que ver con lo que los consumidores desean adquirir, demandar significa estar dispuesto a comprar, mientras que comprar es efectuar realmente la adquisición.

2.1.14 Oferta del producto

Según (Paredes, 2013) Estudia las cantidades que suministran los productores del bien que se va a ofrecer en el mercado. Analiza las condiciones de producción de las empresas productoras más importantes.

El oferente de la producción dentro del mercado determina la cantidad de los niveles factibles de producción.

2.1.15 Precios del producto

Burin (2015), ratifica que “El precio influye en la percepción global del producto y permite comparar ofertas competidoras (p.6).

Se analiza el componente, para la formación de precios del producto insertado en el mercado.

2.1.16 Mercado Potencial

Según (Paredes, 2013) El objetivo del estudio de mercado es proyectar las cantidades del producto que la población estará en capacidad de consumir a los diferentes niveles de precios previstos.

El mercado potencial es fundamental para la comercialización de la prestación de bienes y servicios de una empresa, ya que por medio del cual sus servicios se instauran dentro de un mercado consolidado.

2.1.17 Comercialización

Según Blanco (2010). Son las actividades relacionadas con la transferencia del producto de la empresa productora al consumidor final y que pueden generar costos para el proyecto.

La comercialización es un canal de difusión fundamental dentro del mercado para la distribución de los productos o servicios de una empresa hacia sus potenciales consumidores.

2.1.18 Estudio económico financiero

La realización de un proyecto, sea o no rentable y sí siendo conveniente es necesario realizar estudio económico financiero para tomar criterios que comparan flujos de beneficios y costos, permite determinar si conviene realizar un proyecto, si es conveniente es oportuno ejecutarlo en ese momento o cabe postergar su inicio.

2.1.19 Accionistas, trabajadores y administradores

La estructura organizacional de una empresa o negocio depende de estos actores, cuyo esfuerzo en colectivo logran un objetivo común.

2.1.20 Inversionistas, instituciones financieras

Un colectivo que no forma parte de la empresa, pero que tienen un vínculo con ella para celebraciones de negocio, transacciones o prestaciones de sus servicios, por lo cual están ligados a su proceso como entidad empresarial.

2.1.21 Ingresos

Según Raffino (2021) Los ingresos son el aumento patrimonial de una empresa, ya sea el valor del aumento de sus activos (aumento de sus ganancias) o por la disminución de sus pasivos, como el vencimiento de una deuda.

Los ingresos para una empresa representan el nivel de rentabilidad que deja su oferta y demanda de productos o servicios adquiridos por el mercado consumidor.

2.1.22 Gastos

Según Raffino (2021) Es el uso de un cierto dinero presupuestado ya sea por parte de un individuo o una empresa, una organización o un estado, para obtener a cambio un bien o un servicio determinada.

Los gastos son salidos de dinero por adquisición de bienes o servicios de diferente índole, como costos por mantenimiento dentro de la empresa, la consideración de los gastos debe ser prioritarios según la necesidad de las empresas.

2.1.23 Costos

Los procesos de producción, de distribución y de administración en general dentro de la inversión son considerados costos ya que son actividades y recursos que proporcionan un beneficio.

2.1.24 Costo unitario

Es la derivación de la producción total que ejerce una empresa para consolidarlo en costo unitario, y por ende un valor absoluto para la utilidad y marginalidad.

2.1.25 Estudio técnico

El estudio técnico dentro de su objetivo es garantizar la viabilidad y factibilidad de un proyecto a ejecutarse, mediante alternativas técnicas para emplearlas y producir el bien que se desea, dentro de esto se determinara los costes de inversión e insumos requeridos para su operatividad, así como también los niveles económicos y financieros para la ingeniería del proyecto.

2.1.26 Organigrama estructural

Según Reinoso (1988)

Es la gráfica con la que representa la estructura de una empresa para facilitar su entendimiento y su estudio. Representa con detalles la organización, ya que contiene todos los puestos y todas las relaciones; en el organigrama deben figurar las funciones, no el nombre de los puestos. Para elaborar el organigrama se deben conocer los objetivos de la empresa, para a través de ellos dividir el trabajo en operaciones parciales y definir para cada actividad las obligaciones, asignándolas al personal.

La organización institucional es fundamental para la delegación de funciones dentro de un organigrama estructural ya que así la distribución y organización de los trabajadores determinara la funcionalidad del negocio, consolidando sus actividades para generar mayor productividad.

A continuación, se presenta un esquema de un ejemplo de organigrama.

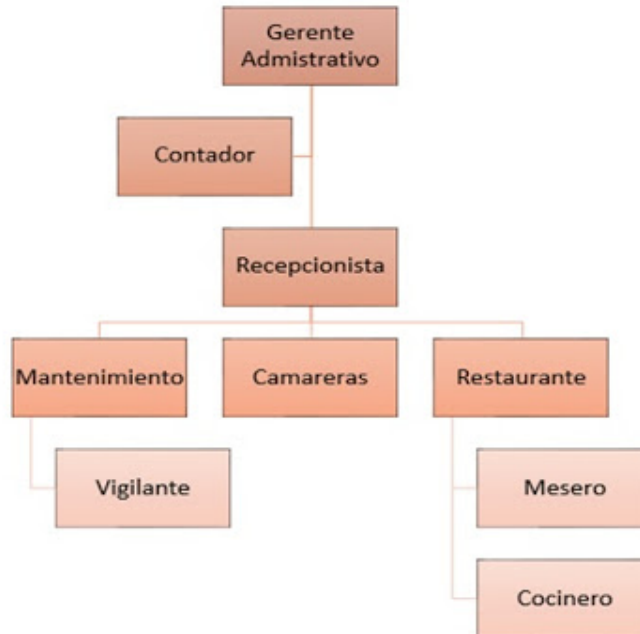


Figura 2 Ejemplo de organigrama de la empresa hotelera

2.1.27 Manual de funciones

Según Reinoso (1988)

Manual de funciones es un folleto que contiene las políticas, reglas, procedimientos e informaciones generales que sirve de guía para orientar las actividades. Debe comprender en todos los aspectos la organización de la empresa. Ofrece amplia y completa información sobre los asuntos correspondientes a cada puesto.

La determinación del manual de funciones dentro de un negocio o empres es fundamental ya que así cada empleado tendrá que realizar una actividad específica con orientación a una sola labor, prolongando y optimizando la productividad.

2.1.28 Estudio de comercialización y marketing

La implantación de técnicas, para el desarrollo del análisis de las actividades de oferta y demanda, y el posicionamiento del producto a ofertar dentro del mercado consumidor.

2.1.29 Producto turístico

El producto turístico es todo bien o servicio cuyo componente se encuentra dentro del mercado consumidor, a través de la oferta de servicios e instalaciones ofertadas por empresas turísticas.

2.1.30 Estrategias de marketing

Según Espinosa (2015)

Las estrategias de marketing definen como se van a conseguir los objetivos comerciales de nuestra empresa. Para ello es necesario identificar y priorizar aquellos productos que tengan un mayor potencial y rentabilidad, seleccionar al público al que nos vamos a dirigir, definir el posicionamiento de marca que queremos conseguir en la mente de los clientes y trabajar de forma estratégica las diferentes variables que forman el marketing mix (producto, precio, distribución y comunicación).

Las estrategias de marketing son herramientas muy importantes para la difusión y promoción de los servicios o productos de una empresa, ya que ayudan a instaurarlos dentro de un mercado potencial, así como también dentro del mercado consumidor.

2.1.31 Plaza

Según Sandoval (2014)

La plaza se refiere a los medios de distribución o canales por los cuales el cliente podrá tener acceso los productos que se ofrecen. Esto incluye: puntos de venta o la atención, almacenamiento, formas de distribución, intermediarios, todo aquello con lo que la empresa garantizara que el consumidor pueda tener posesión del producto.

La plaza es donde se va vender el producto aumentado a los clientes y como este ayudara a la economía de la empresa.

2.1.32 Precio

Según Thomson (2006)

El precio es la expresión de valor que tiene el producto o servicio, manifestado por lo general en términos monetarios, que el comprador debe pagar al vendedor para lograr el conjunto de beneficios que resultan de tener o usar el producto o usar producto o servicio.

El precio es el costo determinado o valor establecido para bienes o servicios ofertados por una empresa con variantes de costos para el mercado consumidor.

2.1.33 Producto

Según Thomson (2006)

Para cualquier estrategia de marketing debemos tener en claro que es lo que se va ofrecer a los clientes. El producto es el punto central de la oferta que realiza toda empresa u organización a su mercado con el fin de satisfacer las necesidades y deseos, con finalidad de lograr los objetivos que persigue.

Independiente mente que sea un bien tangible o intangible, un producto es aquello que ofrece al consumidor y por lo que cobra una cantidad de dinero.

2.1.34 Estudio ambiental

Según Coria (2008)

La cuestión ambiental se ha transformado en un eje transversal en los niveles de planificación y ejecución de proyectos de diferentes magnitudes y objetivos. Dado que todo proyecto genera cambios irreversibles en el ambiente cercano, se hace necesario un Estudio de Impacto Ambiental (ESIA) que permita medir los impactos de la obra con anterioridad a su ejecución.

El estudio ambiental dentro de la operación o construcción de un proyecto es muy importante ya que a través del mismo se puede identificar y mitigar diferentes impactos ambientales generados por el proyecto.

2.1.35 Evaluación de impactos ambientales

Según Coria (2008)

El Estudio de Impacto Ambiental (EsIA) es un documento técnico de carácter interdisciplinar que está destinado a predecir, identificar, valorar y considerar medidas preventivas o corregir las consecuencias de los efectos ambientales que determinadas acciones antrópicas pueden causar sobre la calidad de vida del hombre y su entorno. Su finalidad es que la autoridad de aplicación tome decisiones respecto a la conveniencia ambiental y social de la generación de nuevos proyectos en un determinado ámbito geográfico.

La evaluación de impactos ambientales dentro de la operatividad de un proyecto determina los impactos que se están generando en su fase de operación, por lo cual mediante un estudio técnico ambiental se pueden generar alternativas compensatorias o mitigantes de los impactos identificados.

2.1.36 Métodos de EIA

Según Coria (2008) Para llevar a cabo estas etapas, es necesario realizar los estudios de impacto ambiental partiendo de algunos supuestos básicos imprescindibles, entre los que se destaca la calidad y la fiabilidad de la metodología utilizada.

Los métodos de evaluación de impactos ambientales son alternativas muy falibles para la reducción de los impactos a través de la aplicación de los mismos como normativas correctoras preventivas o de mitigación, reduciendo al máximo el impacto generado.

2.1.37 Listas de comprobación o “Check list”

Según Masa (2005). Esta metodología es la más simple de las que usualmente se utilizan y consiste en comprobar los impactos que tienen mayor probabilidad de producirse mediante listas de referencia existentes para tal efecto.

La determinación de posibles impactos ambientales a generarse a través de la lista comprobación resume y se inclina directamente a los impactos de mayor incidencia o mayor probabilidad a producirse.

2.1.38 Matrices simples

Según Masa (2007)

La metodología anterior es una lista unidimensional de impactos potenciales de una acción. Las matrices, en cambio, se expanden a dos dimensiones y consisten en relacionar, por un lado, las acciones del proyecto que pueden causar alteraciones y, por otro, las componentes del medio físico y social afectados.

Las matrices para la identificación impactos ambientales son herramientas muy útiles por medio de estas se puede organizar y distribuir en categorías las diferentes y clasificarlas.

2.1.39 Matriz de Leopold

Según Masa (2007)

Denominada “Matriz de Interacciones de Leopold”, ésta es una matriz de interacción simple para identificar los diferentes impactos ambientales potenciales de un proyecto determinado. Esta matriz de doble entrada tiene como filas los factores ambientales que pueden ser afectados y como columnas las acciones que tendrán lugar y que pueden causar impactos. Luego de la depuración de la matriz de identificación (primera etapa) se obtiene la matriz de importancia (segunda etapa). Cada cuadro se divide en diagonal.

La matriz de Leopoldo será de mayor utilidad para la identificación de los posibles impactos a generar, esta herramienta ayudará a determinar y clasificar de manera ordenada para la ponderación de niveles de grado de impacto generado.

2.2 Fundamentación metodológica

La utilización de técnicas y métodos como herramientas, permite mejorar la investigación mediante la recolección de información precisa y oportuna en base teórica-práctica del objeto de estudio.

2.2.1 Tipos de investigación

Investigación de campo

Esta investigación será de gran utilidad en el proyecto a ejecutarse, ya que es incondicional investigar el sector, para recopilar información exacta y percibir las características del lugar, es decir, la afluencia turística. También para conocer las necesidades de los visitantes que llegan al complejo turístico.

2.2.2 Métodos de investigación

2.2.2.1 Método deductivo e inductivo

En esta localidad hay una baja afluencia turística de visitantes por lo que se a recurrido al estudio de servicios de alojamiento en el sector, para así dar a conocer esta innovadora propuesta de infraestructura de alojamiento así tener una respuesta verdadera sobre la problemática, dando solución viable, y por medio del análisis de los elementos específicos de la planta turística, se determinara el factor general para la implantación de los servicios de alojamiento.

2.2.2.2 Método analítico

Se manejará este método para así instruirse en la realidad en la que se encuentra el desarrollo del turismo, verificando sus principales causa y efectos que generan la baja afluencia turística a esta zona, especialmente del complejo turístico “LA PIEDRA”.

2.3 Instrumentos y técnicas de investigación

Son aquellos instrumentos que se empleara para la investigación, de tal manera que esto ayudara a emplear propuestas de servicios de alojamiento, como la instauración de infraestructura para alojamiento, aumentando así la rentabilidad y afluencia turística para el complejo.

2.3.1 Técnica de observación

Este tipo de técnica se la desarrollara, ya que las falencias no solo son la baja afluencia de turistas, sino que también es la falta de infraestructura de alojamiento, esto ayudara a recolectar información junto con el análisis necesario para poder desarrollarlo y emplearlo dentro del mismo.

2.3.2 Técnica de encuesta

Esta técnica permitirá realizar actividades de información mediante la formulación de preguntas hacia los encuestados, para poder basarse en el nivel de servicios complementarios del complejo, así integrar la infraestructura y después determinar su nivel de satisfacción.

2.3.3 Técnica de entrevista

Se implementará esta técnica para correlacionarse tanto con el propietario y visitantes, y competencia, saber sobre sus opiniones y perspectivas, para así poder satisfacer y cubrir sus necesidades mediante la asociación y el dialogo.

2.3.4 Población

Se deberá tomar en cuenta las cifras de turistas que ingresan a la ciudad de Cayambe, así como los encuestados que visitan el complejo, los cuales serán tomados en cuenta para la investigación.

2.3.5 Muestra

La totalidad de visitantes se tomará como punto referencial, cantidad que representa el nivel de satisfacción mediante la encuesta a realizar.

2.3.6 Tabulación y procesamiento de datos

Mediante la obtención de los datos recolectados se procederá a su respectiva tabulación y así generar las tablas en referencia a los diferentes aspectos.

2.3.7 Análisis de los resultados

La interpretación de los resultados obtenidos dentro de las encuestas realizadas.

2.4 Fundamentación legal de la propuesta

Los estamentos establecidos para la proyección de un proyecto, concretan el proceso de la creación y operación del mismo, a través de la declaración y normativa reglamentada dentro de cada organismo competente. Sea así en base a las leyes establecidas por cada país.

2.4.1 Constitución de la república

Todas las personas necesitamos la relajación, ocio, recreación y la alternativa de alojarnos, en cualquier sitio que nos brinde una experiencia única.

La constitución de la república determina que en los artículos 24 y 66 reconoce y garantiza a las personas el derecho a una vida digna que asegure, entre otros, el descanso y ocio, así como el derecho al esparcimiento, los cuales pueden ser ejercidos a través de las distintas actividades turísticas establecidas conforme a la Ley.

2.4.2 Ley de turismo

La ley de turismo establece en el artículo cinco, dentro del reglamento de alojamiento como actividad turística, al servicio de alojamiento, reglamentada y nomenclador para cada tipo de alojamiento turístico.

El reglamento de alojamiento turístico dentro del artículo doce, en el inciso de la clasificación de alojamientos turísticos reconoce al lodge como alojamiento turístico.

2.4.3 Ordenanza Municipal

El artículo dos de la ordenanza municipal del cantón Cayambe dictamina que toda persona natural o jurídica que ejerce actividades turísticas deberá registrarse en el ministerio de turismo y obtener la licencia anual de funcionamiento antes de ejercer las actividades turísticas.

El artículo 3 de la ordenanza municipal constituye la licencia anual de funcionamiento legalmente otorgado por el gobierno municipal de Cayambe para su operatividad dentro de los servicios turísticos el cual tiene una tasa fijada de costo y un año de validez.

2.4.4 Lodge

Según Reglamento de Turismo (2015)

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.

Es un establecimiento de alojamiento ubicado en entornos naturales que cuenta con infraestructura para otorgar servicio de alojamiento, así como servicios

complementarios dentro del mismo, esta denominación de alojamiento se vincula con el proyecto ya que al estar reglamentado y categorizado.

CAPÍTULO III

3.1 Estudio de mercado

La presente información corresponde al levantamiento y recopilación de datos obtenidos en base a la aplicación de encuestas emitidas por la plataforma virtual de Microsoft forms a diferentes personas dentro de la provincia y clientes del complejo turístico, para identificar el segmento de mercado y comportamiento de consumo por servicios de alojamiento a implementar en el complejo turístico “LA PIEDRA” ubicado en el sector rural de la ciudad de Cayambe.

Los resultados obtenidos permitirán identificar la información exacta y oportuna del segmento y comportamiento del consumidor, para la viabilidad y factibilidad de la ejecución del proyecto a implantar, registrando los datos obtenidos y realizando el análisis correspondiente para cada una de las preguntas realizadas, a través de la interpretación de los gráficos y sus resultados obtenidos.

Los resultados obtenidos en base a las encuestas realizadas, la determinación del segmento de mercado en relación, se ha tomado como principal pregunta de las encuestas a qué tipo de alojamiento turístico prefiere, con las opciones de lodge como la mayor escogida por los encuestados.

3.2 Tipo de investigación

3.2.1 Investigación descriptiva

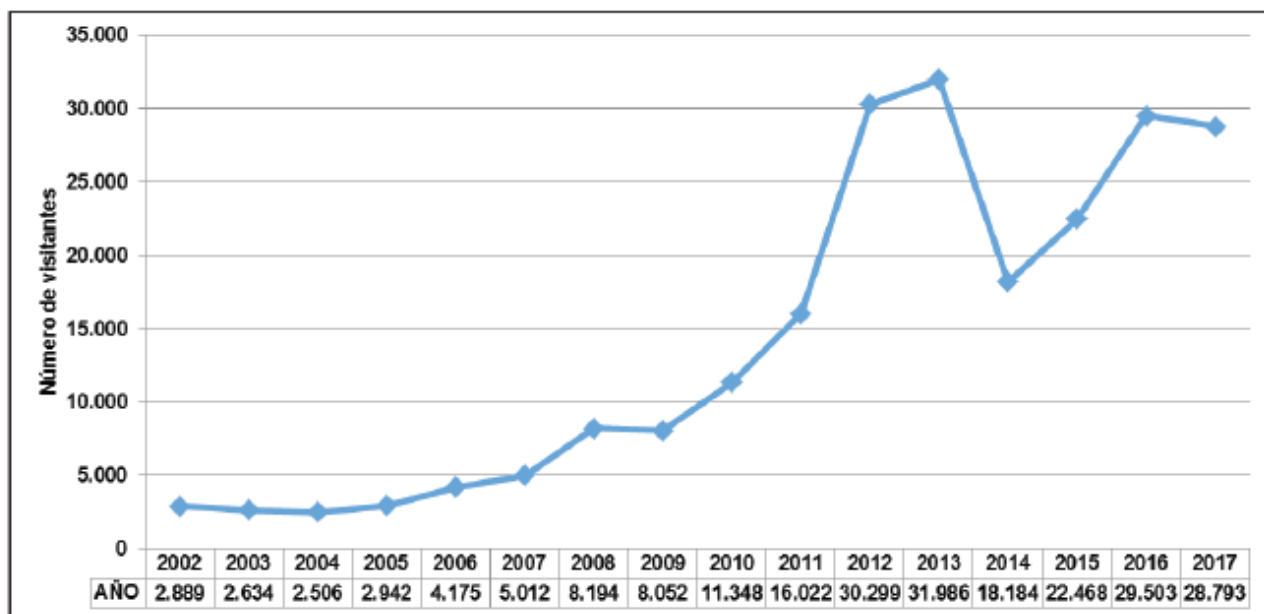
La investigación descriptiva se sustenta en los estudios realizados por naturaleza de segmentos demográficos, dentro de una población determinada, en base cuantitativa con orientación a la recopilación de información relevante, estadísticamente de la población tomada y sus características generales, por lo cual esta investigación es eficaz en el desarrollo de la investigación.

3.3 Tipo de muestreo y cálculo de la muestra

Para la determinación del tamaño de la muestra y del número de encuestas a realizar se tomó como información oportuna y concisa el ingreso de turistas al parque nacional Cayambe Coca, cuyo dato está dentro del plan de manejo del Parque Nacional Cayambe Coca del periodo 2020 al 2030.

Según el PNCC (2020) En cifras se tiene que entre 2002 y 2017 el PNCC ha recibido un total de 253.388 visitantes, con un promedio anual de 15.837 visitantes. De este total, 225.007 (88,80 %) son nacionales y 28.361 (11,20%) son extranjeros.

Figura 1: Evolución de la visitación en el PNCC entre los años 2002 a 2017



Fuente: MAE, 2018a. Elaboración: CEPP, 2018.

Figura 3 Evolución de visitas en el PNCC

Para la determinación de del tamaño de la muestra se tomó como cantidad específica el número de visitas al Parque Nacional, del año 2017 con ingreso de 28.793 y como tipo de muestreo, se tomó el no probabilístico y su siguiente formula.

3.3.1 Muestreo no probabilístico

Según Requena (2014) El muestreo no probabilístico (o muestreo no aleatorio) es la técnica de muestreo donde los elementos son elegidos a juicio del investigador. No se conoce la probabilidad con la que se puede seleccionar a cada individuo.

Este tipo de muestreo permite determinar con exactitud el dato relevante de muestreo al cual tenemos que alcanzar para realizar la investigación de mercado.

Fórmula

$$n = \frac{N \times Z_a^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z_a^2 \times p \times q}$$

En donde:

N= Tamaño de la población	28.793
Z= Nivel de confianza	1.96
P= Probabilidad de éxito o proporción esperada	0.98
Q= Probabilidad de fracaso:	0.02
D= Precisión o error:	0.02

Se obtiene:

$$n = \frac{28793 (1.96)^2 (0.98) (0.02)}{0.02^2 (28793 - 1) + (1.96)^2 (0.98) (0.02)} = \frac{2,167.979}{10.592} = 204.68$$

La cantidad de encuestas a realizarse será de 204.68

3.4 Instrumentos de recolección

Los instrumentos utilizados para la recolección de información, se aplicó mediante encuestas a las diferentes personas y clientes del complejo turístico dentro y fuera de la provincia, a través del medio virtual utilizando la plataforma de Microsoft forms, formato de preguntas muy puntuales para la identificación sociodemográfica y conductual del consumidor. Así como la aplicación de entrevistas in situ, a los establecimientos de alojamiento turístico rural del cantón.

3.5 Resultados y discusión

3.5.1 Análisis y resultados de las encuestas

A continuación, presentamos las gráficas y cruces de variables generados para la identificación y análisis de resultados de las encuestas realizadas mediante la aplicación de la plataforma virtual de Microsoft forms a las personas y clientes del complejo, por motivos de la pandemia del COVID 19.

Pregunta 1 Perfil del turista

1.1 ¿Le gustaría que se implemente infraestructura de alojamiento en el complejo turístico?

¿Le gustaría que se implemente infraestructura de alojamiento en el complejo turístico?

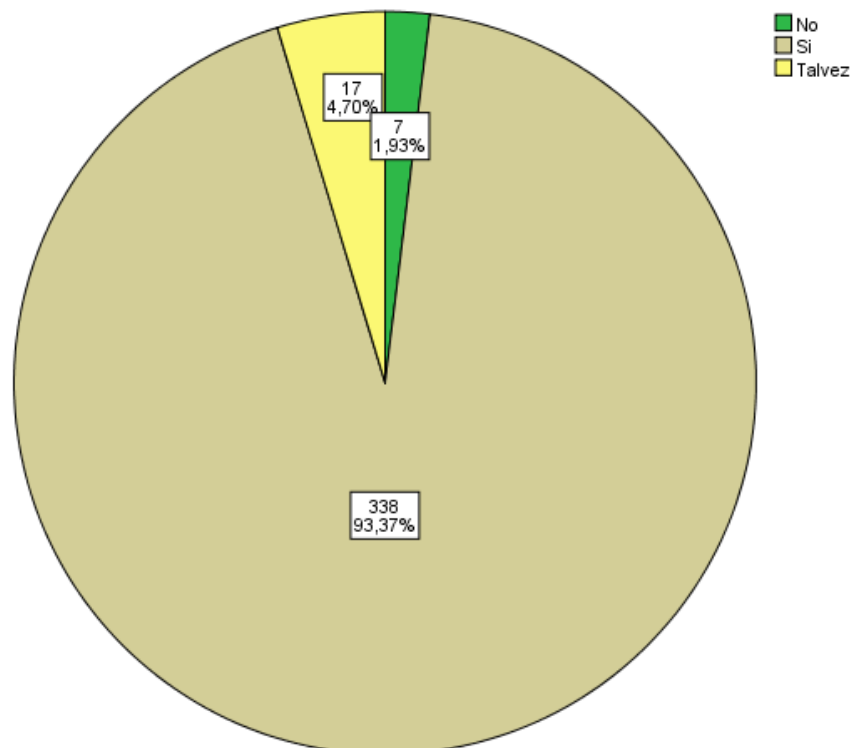


Figura 4 Perfil del turista

Análisis

De las encuestas realizadas se puede evidenciar que la mayor parte de las personas están de acuerdo con la implementación de alojamiento en el complejo con un. De los resultados obtenidos y en base a las cifras muy favorables como respuesta optima de implementación de un alojamiento, se puede evidenciar que hay una aceptable demanda por parte de los encuestados por adquirir servicios de alojamiento demostrando así, que el proyecto ejecutable y factible.

1.2 ¿Qué tipo de infraestructura de alojamiento preferiría que se implemente en el complejo?

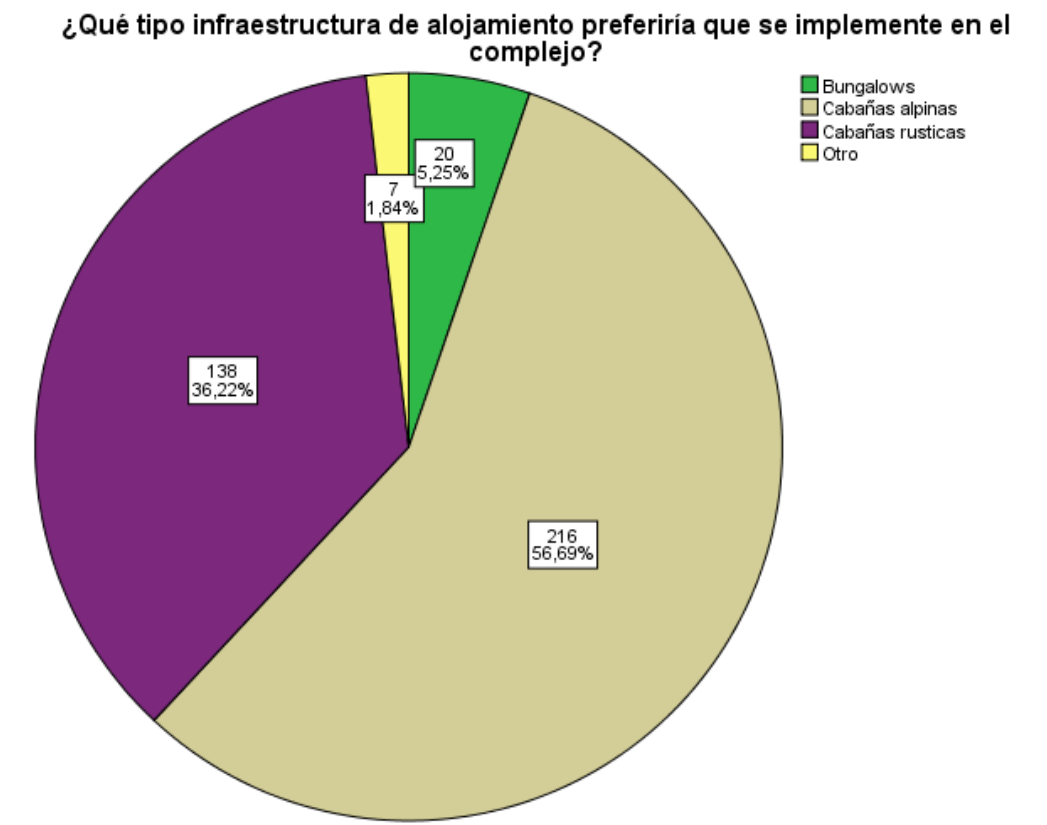


Figura 5 Tipo de infraestructura de alojamiento

Análisis

Mediante esta encuesta se ha obtenido una preferencia de cabañas alpinas como infraestructura de alojamiento por parte de los encuestados. Claramente podemos observar que las personas encuestadas prefieren alojarse en cabañas alpinas, por lo cual, tomando énfasis a los resultados obtenidos y la variante infraestructural, permite que sea viable y factible la ejecución de este tipo de infraestructura de alojamiento dentro del complejo turístico.

1.3 ¿Qué tipo de servicios complementarios le gustaría que oferte el alojamiento?

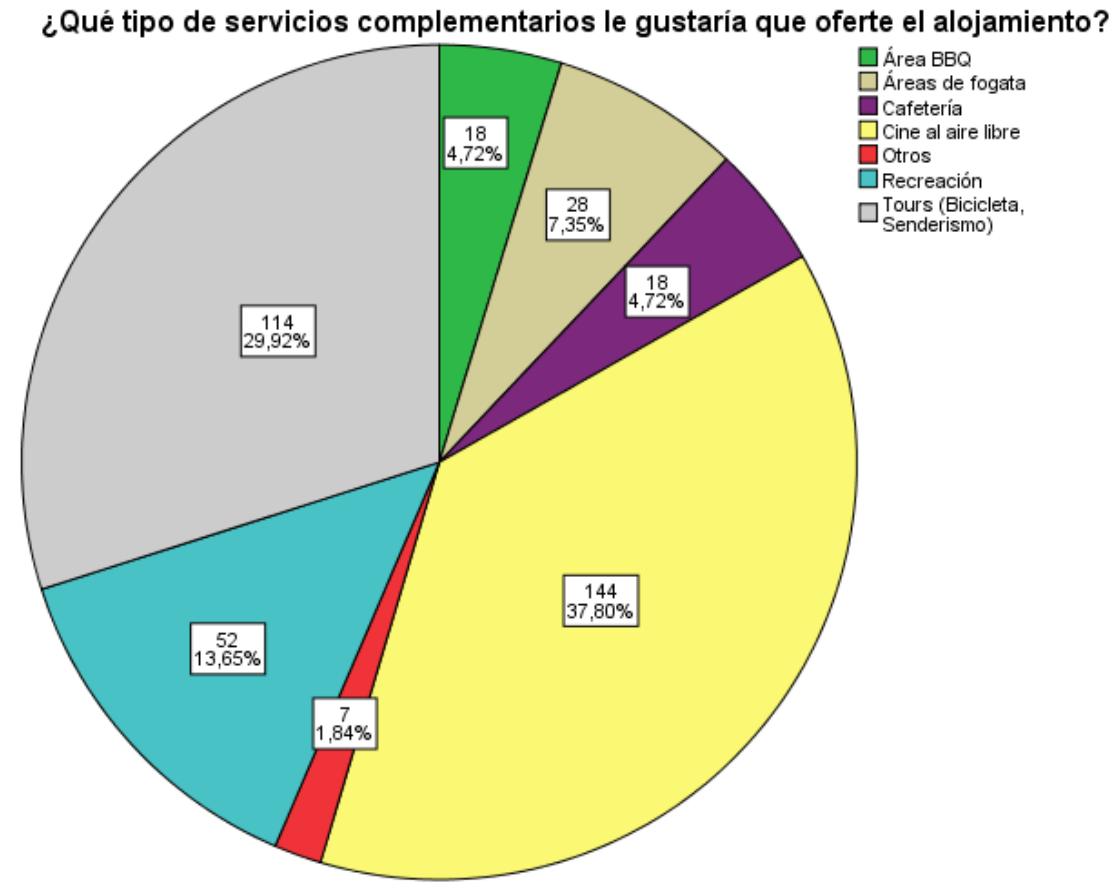


Figura 6 Tipos de servicios complementarios

Análisis

Tras las encuestas realizadas, se ha percibido resultados con variantes muy acertadas por parte de los encuestados, demostrado que prefieren que se brinde servicios adicionales de cine al aire libre, así como también tours (bicicleta y senderismo) con un. En detalle se puede determinar que las dos preferencias por parte de los encuestados dentro de los servicios complementarios que oferte el alojamiento son muy diferenciadas, por lo cual se tomaría en énfasis las dos alternativas por servicios complementarios a instaurar.

1.4 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por los servicios complementarios anteriormente mencionados?

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por los servicios complementarios anteriormente seleccionados?

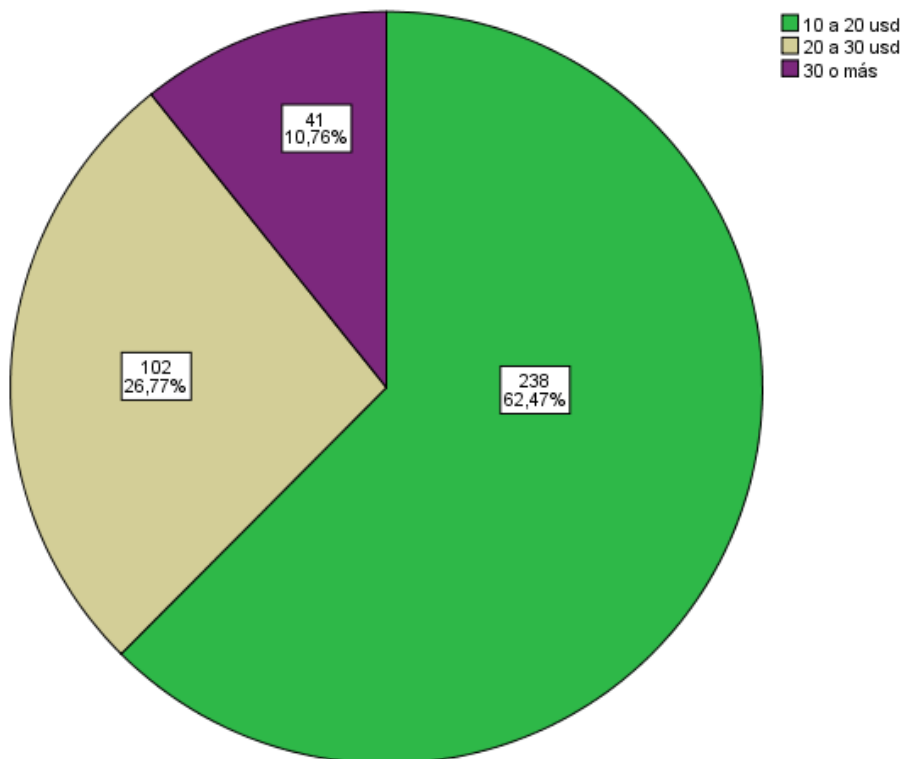


Figura 7 Cuanto estaría dispuesto a pagar por servicios complementarios

Análisis

Mediante esta encuesta se ha obtenido como resultado mayoritario el costo de adquisición por servicios complementarios que las personas estarían dispuestas a pagar dentro de un rango de diez a veinte dólares. En base a los datos obtenidos se puede determinar que las personas tienen preferencia de gasto en servicios complementarios valores no muy altos. Tomando como dato oportuno se establecería este rango de precio inicial y en la progresión de la operatividad del alojamiento se tomaría alternativas de variante de precios por consumo de diferentes actividades turísticas.

1.5 ¿Qué tipo de ambientación y decoración le gustaría que se adecue dentro del alojamiento?

¿Qué tipo de ambientación y decoración le gustaría que se adecue dentro del alojamiento?

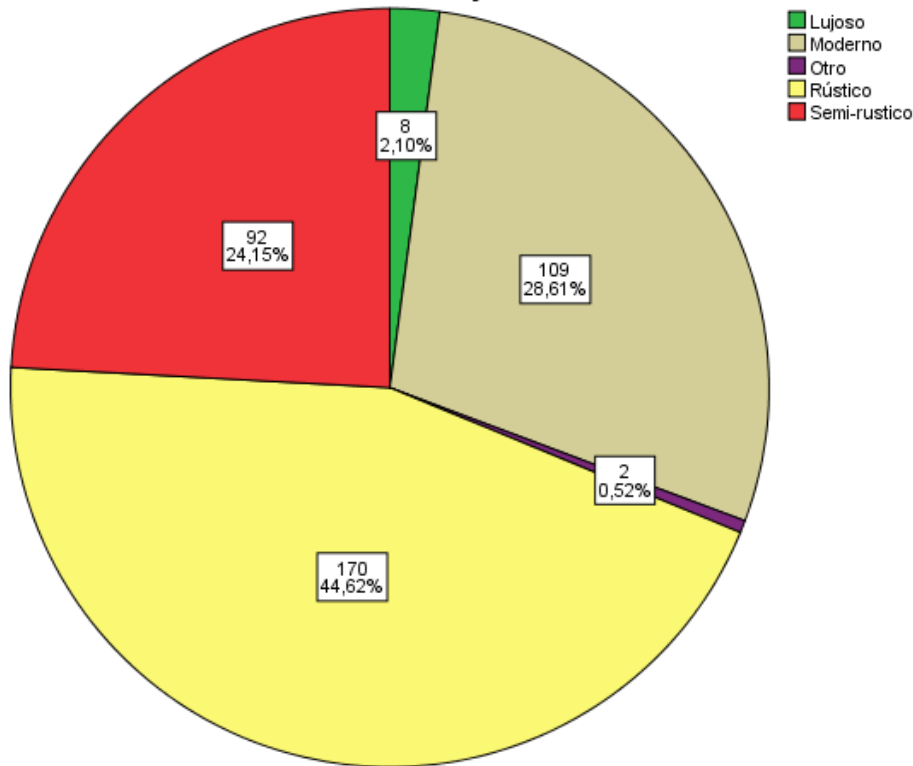


Figura 8 Qué tipo de ambientación y decoración le gustaría

Análisis

En base a la encuesta realizada y los datos obtenidos existe un gran interés por parte de las personas en la ambientación y decoración rustica dentro del alojamiento con un 44.62%. Este dato es muy importante, ya que por medio del mismo se puede identificar el grado de aceptación en ambientación al cual prefiere estar el huésped o persona que va a adquirir los servicios de alojamiento, por ende, se puede destacar minuciosamente que se tomaría como una variante neta a la hora de la decoración de los interiores de las cabañas.

1.6 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por servicios de alojamiento?

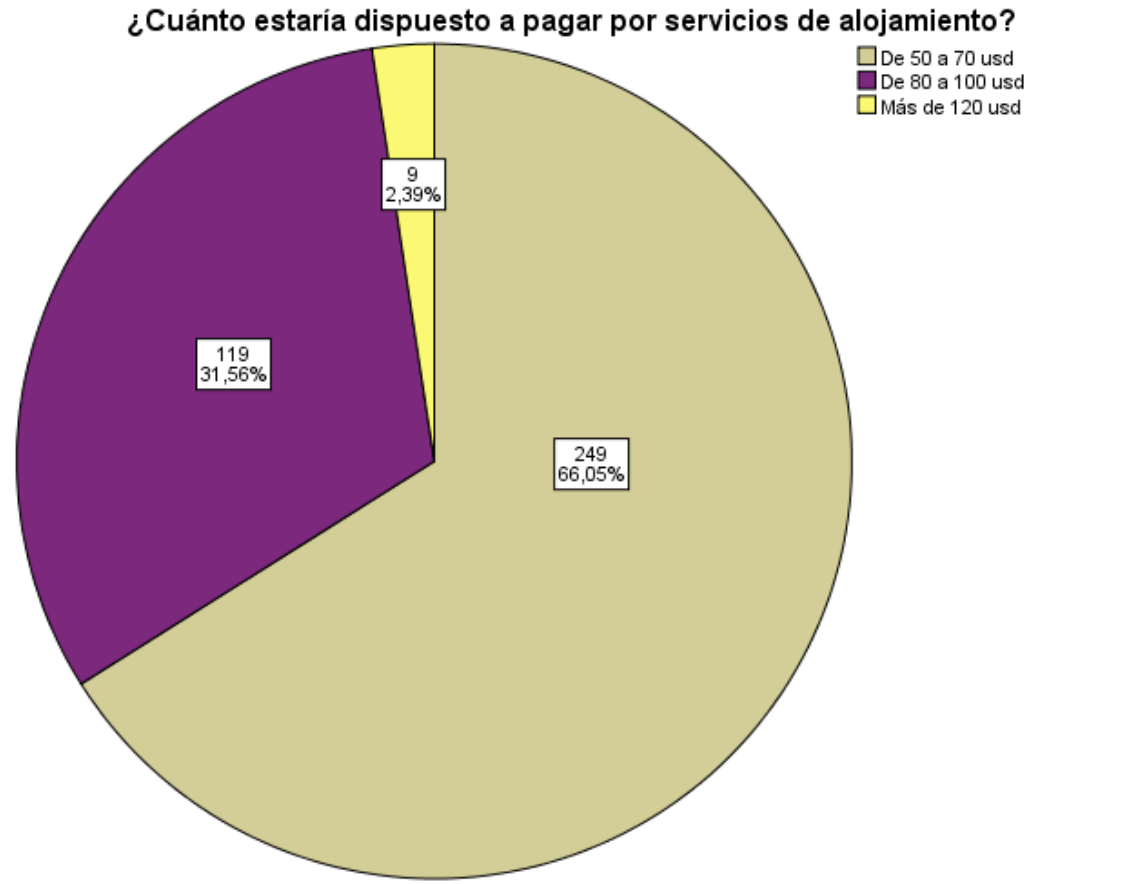


Figura 9 Cuanto estaría dispuesto a pagar por servicios de alojamiento

Análisis

En relación a las encuestas realizadas y la determinación de los resultados se ha obtenido como dato que las personas prefieren pagar el costo de cincuenta a setenta dólares por servicios de alojamiento. El porcentaje obtenido por parte de los encuestados en relación a valores a pagar por servicios de alojamiento es muy significativo para tomar en cuenta y determinar la oferta de precios por servicios de alojamiento a implantar, este valor inferencial se aplicaría como costo medio a establecer para la oferta al mercado consumidor.

2 variables motivacionales

2.1 Cruce de variables de genero entre ¿Qué tipo de alojamiento prefiere usted?

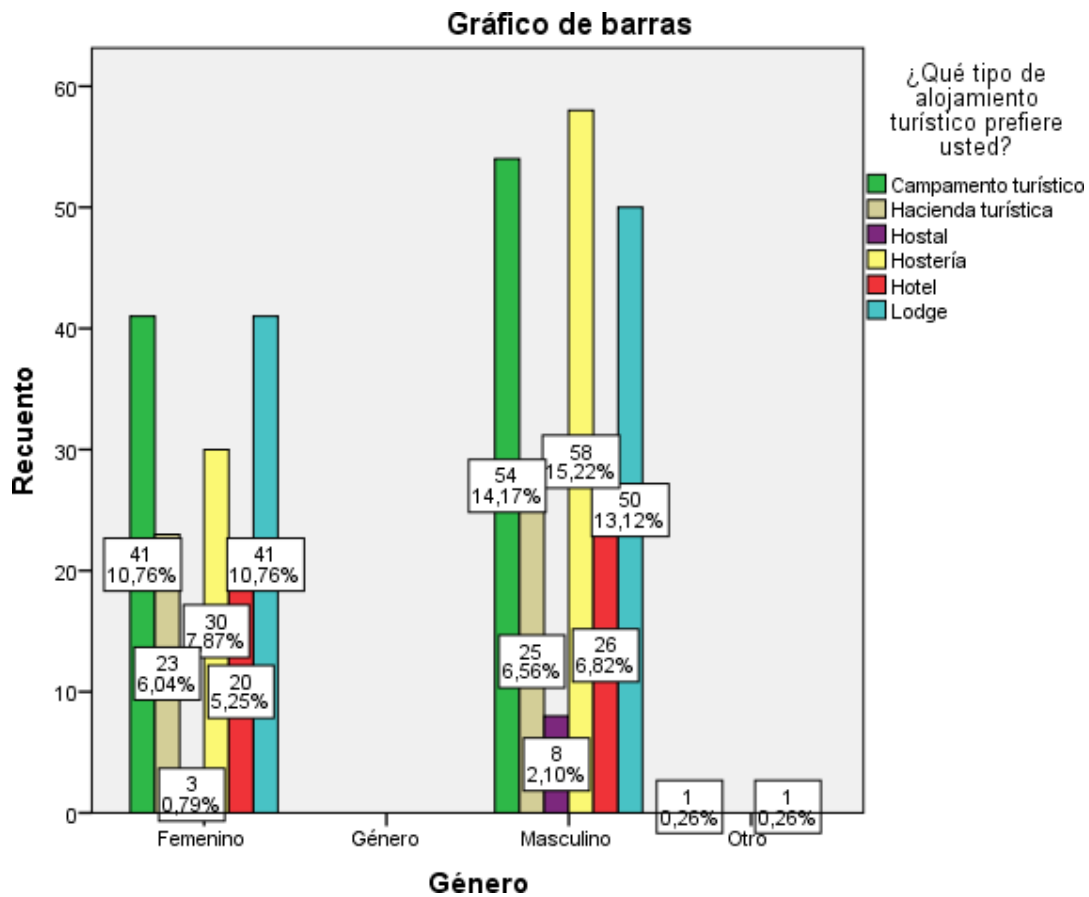


Figura 10 Cruce de variables genero y tipo de alojamiento

Análisis

De los resultados obtenidos se puede realizar un análisis que la preferencia de alojamiento en una hostería es dentro del género masculino, en cambio por parte el género femenino prefiere alojarse en un lodge, esto nos determina que el segmento de mercado al cual nos estaremos inclinando y tomando como potencial serio enfocado hacia los dos bandos ya que no hay mucha la diferencia por preferencia de alojamiento en un lodge.

2.2 Cruce de variables de lugar de residencia entre ¿Qué tipo de alojamiento prefiere usted?

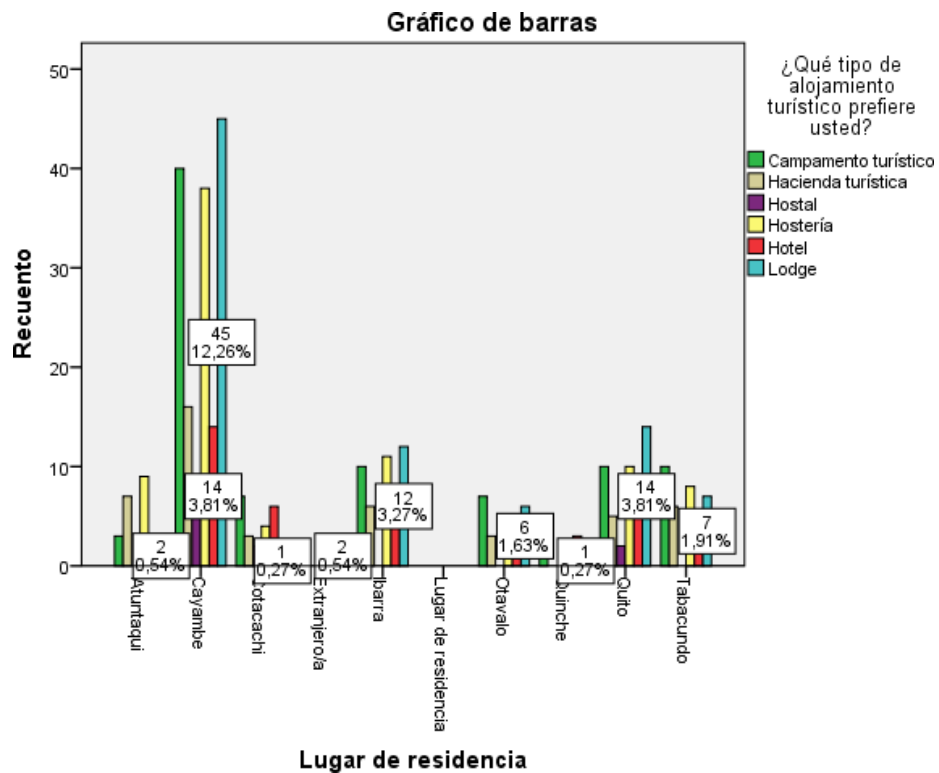


Figura 11 Cruce de variables lugar residencia tipo de alojamiento de preferencia

Análisis

De los resultados obtenidos y haciendo alusión con las personas que residen en la ciudad de Cayambe prefieren el alojamiento en un lodge, por lo cual tomaríamos como referencia tanto los residentes de la ciudad de Cayambe, así como de Ibarra y Quito, para determinar el segmento de mercado consumidor.

2.3 Cruce de variables de genero entre ¿Qué tipo de alojamiento preferiría que se implemente en el complejo?

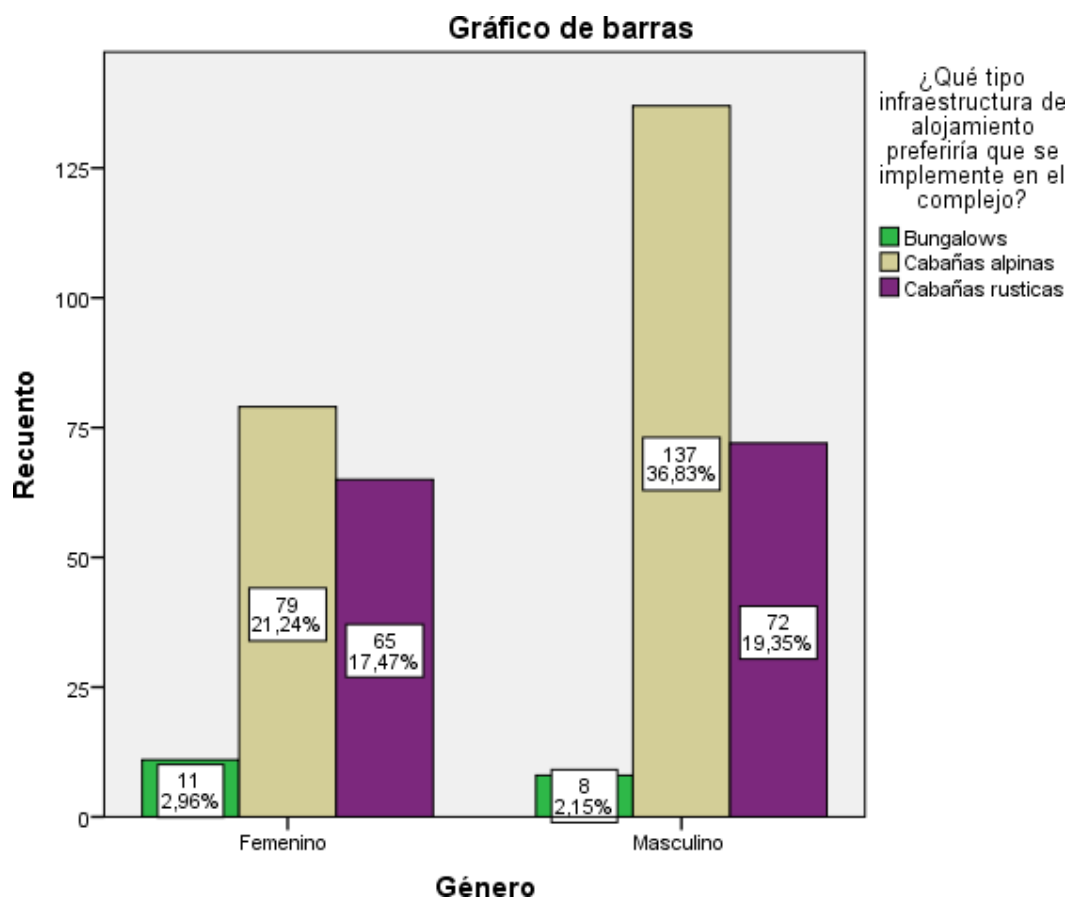


Figura 12 Cruce de variables genero y tipo alojamiento de implementación

Análisis

La determinación y verificación de los resultados nos demuestra que tanto el género femenino como el masculino prefieren que se implemente las cabañas alpinas como infraestructura de alojamiento, siendo una alternativa viable para implementación.

2.4 Cruce de variables de lugar de residencia entre ¿Le gustaría que se implemente alojamiento en el complejo turístico?

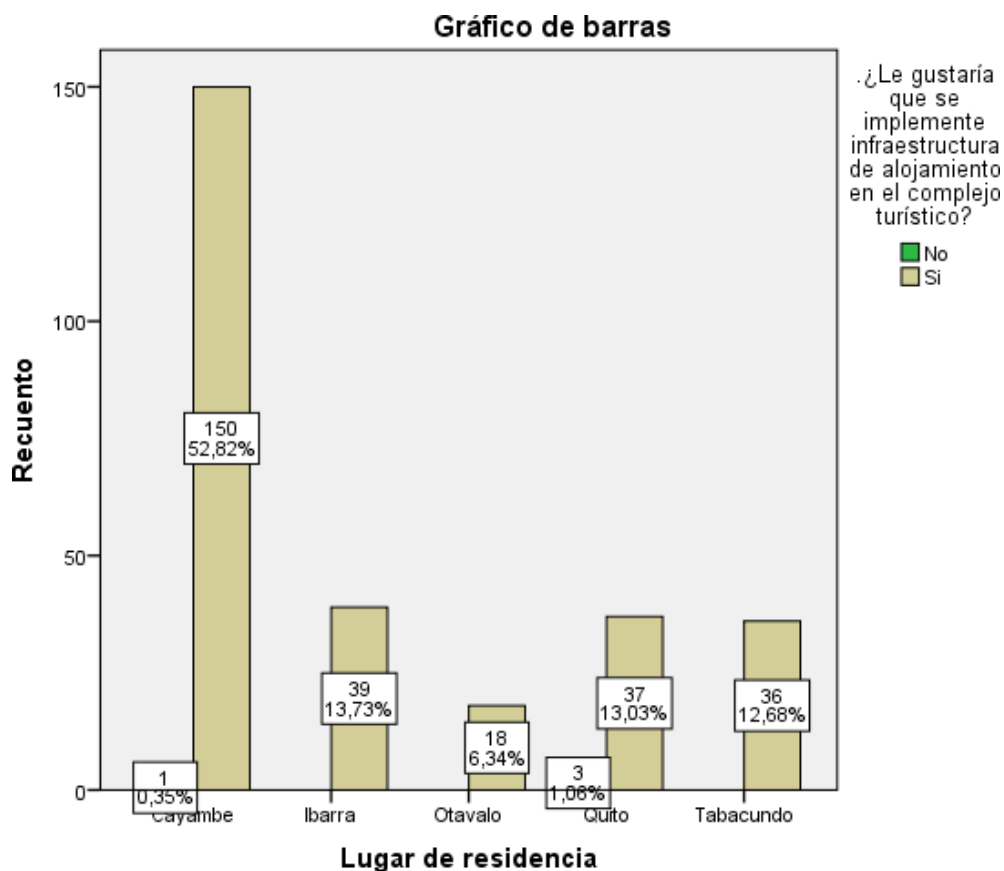


Figura 13 Cruce de variables lugar de residencia y les gustaría que se implemente alojamiento

Análisis

Según los resultados obtenidos y la frecuencia de preferencia de implementación de alojamiento dentro del complejo las personas residentes de la ciudad de Cayambe están de acuerdo con la incorporación de alojamiento siendo la población más activa por la demanda en consumo de servicios de alojamiento, así como tomando en cuenta las demás ciudades que también están en la disponibilidad de elección.

2.5 Cruce de variables de ¿Qué tipo de infraestructura turística preferiría que ese implemente en el complejo? Entre ¿Qué tipo de ambientación y decoración le gustaría que se adecue dentro del alojamiento?

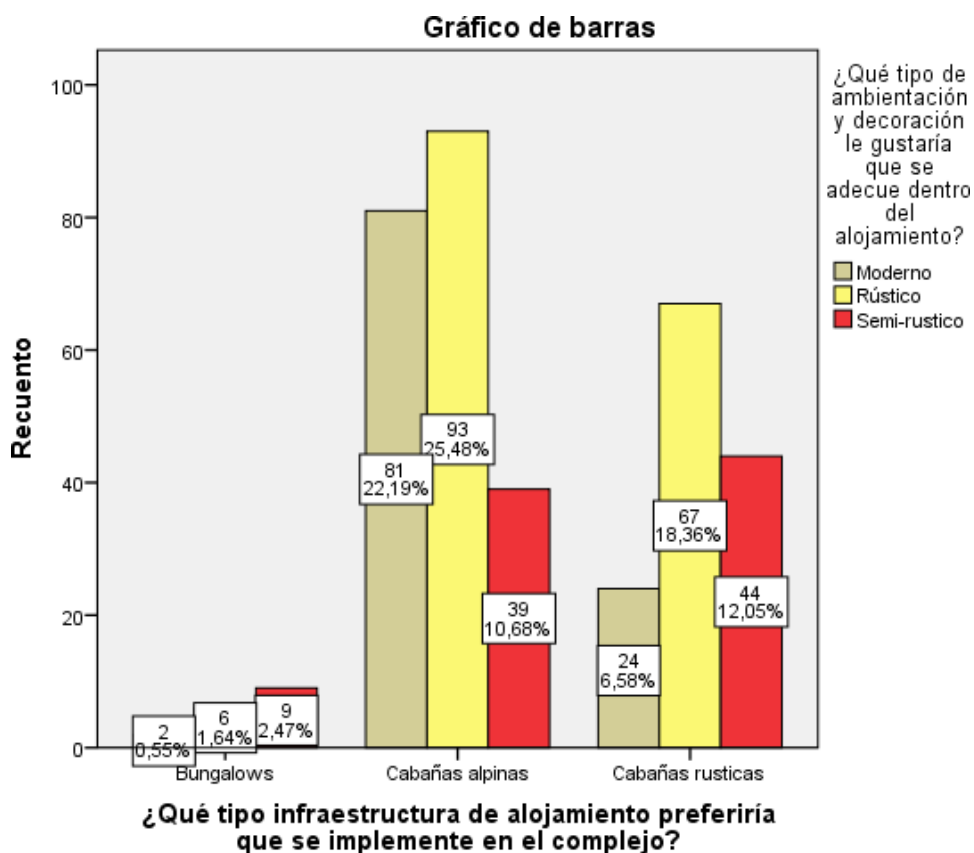


Figura 14 Cruce de variables tipo de infraestructura y ambientación

Análisis

Los resultados obtenidos nos demuestran que el tipo infraestructura de alojamiento que prefieren los encuestados son cabañas alpinas con un tipo de ambientación y decoración, rustico dentro de ellas, eso nos determina la factibilidad de incorporar esta infraestructura dentro del complejo.

2.6 Cruce de variables de ¿Qué tipo de servicios complementarios le gustaría que oferte el alojamiento? Entre ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por los servicios complementarios anteriormente mencionados?

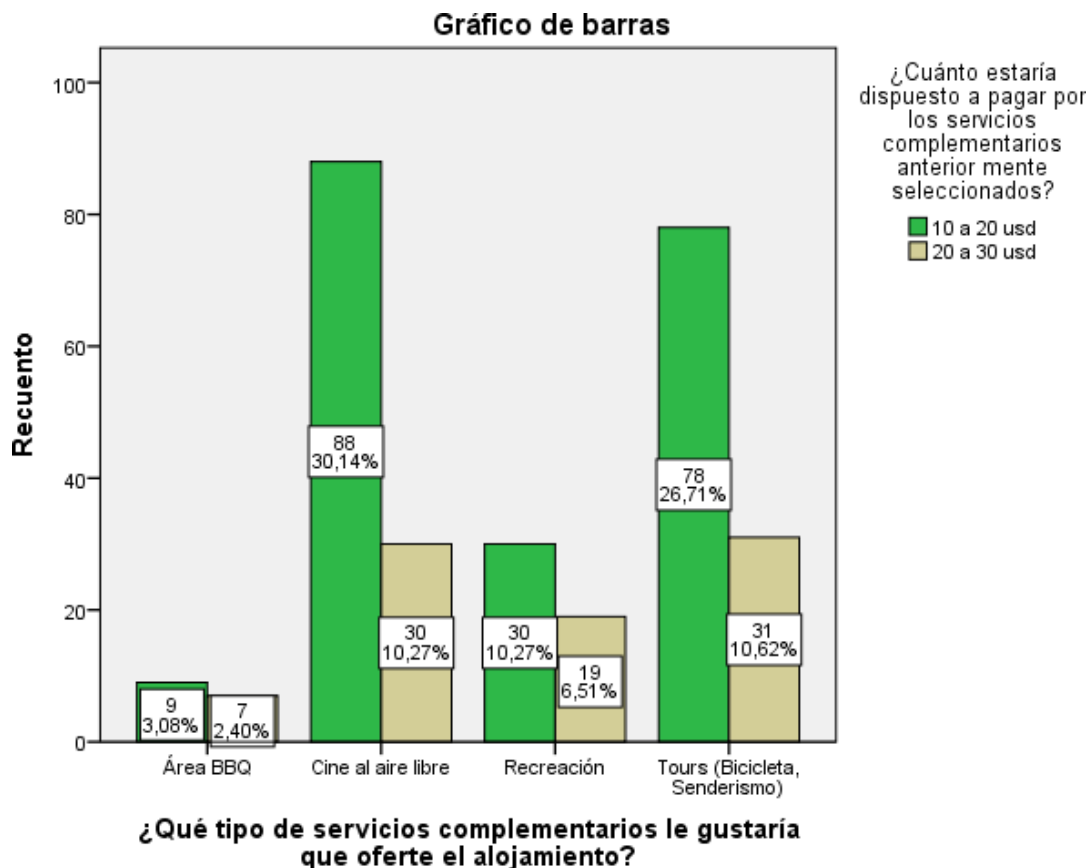


Figura 15 Cruces de variables servicios complementarios y costo a pagar

Análisis

Los datos obtenidos nos demuestran que los encuestados se inclinan por la preferencia de servicios complementarios de cine al aire libre y determinación de pago por ellos de un monto de 10 a 20 dólares, demostrando que este costo se podría estandarizar como referencial en ese rango de precios por prestación de servicios complementarios.

Los resultados obtenidos en base a las encuestas realizadas, la determinación del segmento de mercado en relación, se ha tomado como principal pregunta de las encuestas “**¿a qué tipo de alojamiento turístico prefiere?**”, con las opciones de lodge como la mayor escogida por los encuestados. Segmento de mercado al cual estaría dirigido es al género masculino, así como femenino, que están en el rango de edades entre los 26 a 40 años, con residencia entre las ciudades de Cayambe como ciudad principal y como otras ciudades potenciales, Quito, Tabacundo, Ibarra y Atuntaqui sus niveles de ingresos por remuneraciones oscilan entre más 900 dólares, con nivel de instrucción de tercer nivel, con desempeño laboral con cargo de empleados públicos. Para la determinación de comportamiento del consumidor han preferido por la infraestructura de cabañas alpinas con decoración rustico y como servicios completarlos de cine al aire libre, con costo de pago de 10 a 20 dólares, finalmente las personas encuestadas estarían dispuestas a pagar un costo de 50 a 70 dólares por consumo de servicios de alojamiento.

Entrevista

Las entrevistas realizadas a los diferentes establecimientos de alojamiento turístico y competencia permiten la obtención de información más profunda y detallada en relación a su oferta, capacidad de alojamiento, precios, etc. Mediante preguntas concisas a los gerentes o administradores de los establecimientos rurales del cantón Cayambe.

3.6 Análisis e interpretación de las entrevistas

Entrevistas dirigidas a la competencia

Tabla 1 Entrevista Hacienda “Guáchala”

Nombre:	Diego Bonifaz
Cargo:	Gerente/Propietario
Profesión:	Tercer nivel

Tabla 2 Entrevista Centro turístico “Rincón del Rio”

Nombre:	José Luis Flores
Cargo:	Gerente/ Propietario
Profesión:	Tercer nivel

Tabla 3 Entrevista 3. Hostería “Los Olivos”

Nombre:	Nancy Imbaquingo
Cargo:	Auxiliar de administración
Profesión:	Tercer nivel

3.7 Segmentación de mercados

A continuación, se presenta una matriz, en la cual se dará a detallar las características identificativas sociodemográficas, segmento de mercado y perfil de los turistas al cual nos estaría dirigido el mercado.

Tabla 4 Perfil del turista

Producto turístico: Lodge como alternativa de alojamiento en el complejo turístico LA PIEDRA parroquia Cangahua, cantón Cayambe, provincia Pichincha.

Segmentación Geográfica

	Variable	Número	
Porcentaje			
País:	Ecuador	1471968	100%
Región:	Sierra	738855	43.9%
Provincia:	Pichincha	53083	3.81%
Ciudad:	Cayambe	28.793	1.96%

Primer resultado 1: 28.793 turistas tanto nacionales y extranjeros.

Tabla 5 Segmentación Demográfica

Variable	Número		
Porcentaje			
Genero	Masculino	221	0,76%
	Femenino	158	0.54%
Edad	18-40	329	1.14%
Estado civil	Solteros	357	1.23%
Ocupación	Empleado privado	159	0,55%
Ingresos	>= 600	258	0.89%
Nivel de instrucción		350	1,21%

Resultado 221 hombres y 158 mujeres que ingresan a la ciudad, de 18 a 40 años de edad son solteros, estudian y trabajan y su salario varía entre menos o igual de 600.

Tabla 6 Segmentación Pictográfica.

Variable	Número		
Porcentaje			
Nivel socio económico	Bajo – Medio	181	70%

Resultado 181 encuestados que ingresan a la ciudad, de 18 a 40 años de edad son solteros, estudian y trabajan y su salario varía entre menos o igual de 600 y pertenecen a un nivel socioeconómico en cual es bajo y medio.

3.7.1 Clientes

Según las encuestas realizadas y los datos obtenidos, el perfil de las personas encuestadas nos determina que su comportamiento de viaje prefieren

realizarlo entre familiares y amigos de una manera muy singular, con preferencia de estancia no mayor a dos días de pernoctación en establecimientos de alojamiento turístico, también optan por preferencia los campamentos turísticos para alojarse y que usualmente prefieren contratar servicios de alojamiento una vez a la semana , la preferencia de gasto por consumo de alojamiento de las personas no es muy alto, ya que cuya capacidad está determinada entre valores de 20 a 35 dólares , para la información de lugares de alojamiento o turismo optan por las redes sociales como un aliado principal de información , en lo concerniente estas personas habitualmente por lo general prefieren emprender sus viajes con 2 o 3 personas a la vez.

3.7.2 Análisis de la demanda

La determinación para el análisis de la demanda se toma como dato referencial a los turistas que ingresaron en el 2017 al parque nacional Cayambe Coca, dato oficial del plan de manejo 2020 - 2030

Tabla 7 Descripción Demanda Potencial

Población mercado objetivo de turistas que ingresan al cantón Cayambe	28.793
% intención de compra del producto	93.7%
Demanda potencial	26.979

Nota: Elaborado por autor, 2021

3.7.3 Análisis de la oferta

Tabla 8 Descripción de Oferta hotelera

Nombre	Tipo	Ubicación	Habitaciones	Turistas anuales	Estrellas
Hostería	HT	Cayambe panamericana	30	420	3
Guáchala		norte km 70 ingreso A Cangahua.			
Rincón del rio	HT	Cayambe puente rio Guáchala km 191 Panamericana sur.	6	230	3
Los Olivos	HT	Cayambe	15	240	3
Molino San Juan	HA	Panamericana norte vía a Otavalo, frente al pueblo de santa clara	10	300	3
Herencias	H	Parque central de Cangahua, calle Quiroga y Bosmediano	12	250	5

Nota: Elaborado por autor, 2021

3.7.4 Demanda insatisfecha

Tabla 9 Proyección de la demanda insatisfecha.

Año	Demanda potencial insatisfecha	Competencia	Demanda
Año1	26.979	1.440	28.419

Nota: Elaborado por autor, 2021

3.7.5 Demanda objetiva proyectada

Tabla 10 Proyección de la demanda objetiva

Año	Demanda insatisfecha	Demanda objetiva
Año 1	28.419	4.56%

Nota: Elaborado por autor, 2021

En base al porcentaje que cada establecimiento de alojamiento puede recibir, dictaminado por el ministerio de turismo es del 40%. Por lo cual la capacidad de carga a recibir dentro del alojamiento en su operación máxima diaria sería de 11 personas, ya que el emprendimiento contara con 5 cabañas, es decir 2 habitaciones simples, 2 matrimoniales y una triple, lo cual mensualmente la estancia sería de 330 personas y anualmente la demanda objetiva sería de $3.960 \times 40\% = 1.584$

Demanda objetiva 1.584

CAPITULO IV

4.1 Estudio técnico administrativo

El objetivo del estudio técnico tiene como finalidad en analizar las diferentes alternativas del proyecto presentadas en la elaboración del producto o servicio a ofertar, verificando técnicamente la factibilidad, así como la instauración de los costos tanto para la inversión y operación que se requerirán mediante un estudio financiero, también se determinara la localización e ingeniería.

4.2 Análisis y determinación de la localización óptima del proyecto

A continuación, se presenta la localización del proyecto a través de la macro y micro localización del proyecto los cuales permitirán la ubicación exacta del mismo.

4.2.1 Macro localización

La determinación de la macro localización del emprendimiento se toma como referente la ubicación que, por su georreferenciación en el mundo, el cual se encuentra en el continente de América, subcontinente de América del sur, país Ecuador, en la región sierra, provincia de Pichincha, cantón Cayambe.

El acceso hacia el emprendimiento cuenta con vías que van desde primer hasta segundo orden, con líneas de transporte interprovincial, cantonal y parroquial rural, la climatología es variante por lo cual la visita generalmente óptima a Cayambe se la puede realizar en los meses más templados que son de febrero hasta finales de noviembre.

Mapa de la provincia de Pichincha



Micro localización del emprendimiento "LAPIEDRA ALPINE LODGE"

Escala: 1:2000000
Fecha: 15.12.2021
Copyright 2021
SIPA-MAG

Dirección: Av. Amazonas y Av. Eloy Alfaro. Código postal: 170516 / Quito Ecuador
Teléfono: 593-2 396-0100 - www.agricultura.gob.ec



Figura 17 Mapa de provincia Pichincha

4.2.2 Micro localización

Cayambe

La micro localización del emprendimiento se encontrará ubicada en la ciudad de Cayambe, el cual se encuentra dentro de la provincia de Pichincha, cantón que fue declarado como pueblo mágico del Ecuador el 26 de febrero del 2021 por el ministerio de turismo.

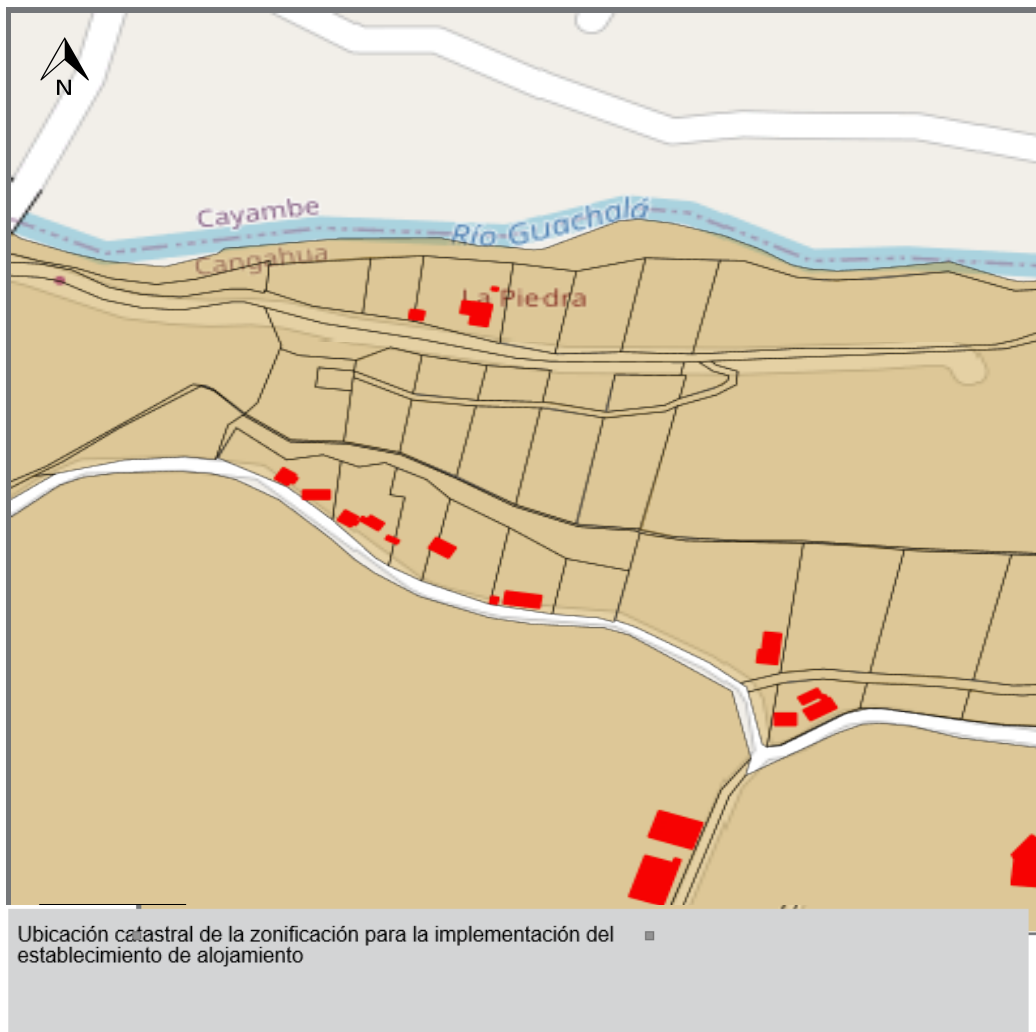
Según el GADIP-MC (2021) Un Pueblo Mágico es un lugar que tiene atributos simbólicos, leyendas, historia, hechos trascendentes, cotidianidad, magia en cada una de sus manifestaciones socio-culturales, y que significan hoy día una gran oportunidad para el aprovechamiento turístico.

Siendo así uno de los veintiún lugares reconocidos como pueblos mágicos, así como sus atributos de potenciales turísticos que posee.

Lo infraestructural físico se encontrará ubicada en la zona rural del cantón, dentro del área cuenta con los servicios básicos y comunicación. Las competitividades que haría frente al emprendimiento se encuentran en un área determinante de cuatro kilómetros a la redonda del punto exacto de la implementación del establecimiento, los cuales ofertan servicios de alojamiento sin elementos diferenciales al proyecto que cuyo tipo de infraestructura en la zona es nulo.

El lodge estará ubicado en el cantón Cayambe, parroquia de Cangahua, La Josefina, dentro de los predios del complejo turístico “LA PIEDRA”, cuenta con vías de acceso de segundo orden y servicios básicos. La climatología es variante por lo cual la visita generalmente óptima a Cayambe se la puede realizar en los meses más templados, que son de febrero hasta finales de noviembre.

Micro localización del emprendimiento



Escala: 1:2500
Fecha: 15.12.2021
Copyright 2021
SIPA-MAG

Dirección: Av. Amazonas y Av. Eloy Alfaro. Código postal: 170516 / Quito Ecuador
Teléfono: 593-2 396-0100 - www.agricultura.gob.ec



Figura 18 Micro localización del emprendimiento

4.3 Análisis y determinación del tamaño óptimo de la empresa

Mercado (Análisis de la Demanda insatisfecha)

Los resultados obtenidos en base a las encuestas realizadas, la determinación del segmento de mercado en relación, se ha tomado como principal pregunta de las encuestas “**¿a qué tipo de alojamiento turístico prefiere?**”, con las opciones de lodge como la mayor escogida por los encuestados. Segmento de mercado al cual estaría dirigido con equidad de género masculino, así como femenino, con rango de edades entre los 26 a 40 años, residentes entre las ciudades de Cayambe, Quito, Tabacundo, Ibarra y Atuntaqui con niveles de ingresos remunerados de 900 dólares, con instrucción de tercer nivel, empleados públicos. Para la determinación de comportamiento del consumidor han preferido por la infraestructura de cabañas alpinas con decoración rustico, con preferencia de adquisición de servicios completarlos de cine al aire libre finalmente las personas encuestadas estarían dispuestas a pagar un costo de 50 a 70 dólares por consumo de servicios de alojamiento.

La determinación del tamaño de la empresa se sustenta en los ingresos de turistas hacia el Parque nacional Cayambe Coca que son de 28.793.

La demanda insatisfecha instaurada se toma como muestra de ingreso de turistas al cantón Cayambe de cual al aplicar el porcentual de intención de compra del producto y la demanda potencial así como la determinación de la demanda insatisfecha al cual la sumamos los datos obtenidos de la competencia nos da como demanda insatisfecha por cubrir de **29.419**.

En base al porcentaje que cada establecimiento de alojamiento puede recibir, dictaminado por el ministerio de turismo es del 40%. Por lo cual la capacidad de

carga a recibir dentro del alojamiento en su operación máxima diaria sería de 11 personas, ya que el emprendimiento contara con 5 cabañas, es decir 2 habitaciones simples, 2 matrimoniales y una doble, por lo cual la estancia mensualmente sería de 330 personas y anualmente la demanda objetiva sería de 3.960 aplicando el 40%= **1.584**

Demanda objetiva **1.584**

Tabla 12 Tecnología (Maquinaria: capacidad producción)

Estado inicial	Proceso transformador	Producto Final
Insumos		
Inversión Financiera Área de construcción 1200 m2 Insumos de construcción Insumos de acabados Insumos de decoración	Organización planificación Diseño de infraestructural Equiparación de la infraestructura	Cabañas alpinas
Suministros	Equipo productivo	Subproductos
Ban Ecuador	Empresa constructora Material ferretero Mano de obra Diseño de planos Maquinaria Permisos Diseñador de interiores	Habitaciones simples Habitaciones dobles
Organización		Residuos
Gerente / Administrador Recepcionista Ama de llaves Diseñador grafico Contador		Residuos comunes Efluentes, aguas residuales

Nota: Elaborado por autor, 2021.

4.4 Financiamiento

Inversiones y capital de trabajo

La disponibilidad de economía de capital de trabajo de la empresa para la sustentación del primer año y cubrir los gastos de servicios básicos, remuneraciones y mano de obra.

A continuación, se da a detallar el capital de trabajo para poner en operatividad el lodge.

Tabla 13 Descripción Sueldo salarios

Numero	Puesto o cargo	Remuneración
1	Gerente administrador	500.00
1	Recepcionista	400.00
1	Ama de llaves	350.00
1	Asesor contador	200.00
1	Mantenimiento	200.00
1	Diseñador Gráfico	150.00
Total sueldo mensual		1.800

Nota: Elaborado por autor, 2021

Capital Anual: 21.600

Tabla: 14 Descripción de Impuestos

Impuestos y permisos	Costo
LUAF	160.00
Patente municipal	1.60
Impuesto predial	5.00
Bomberos	40.00
Plan de contingencia	150.00
Total	356.60

Nota: Elaborado por autor, 2021

Tabla 14 Descripción de servicios básicos

Servicios básicos	Costo
Energía eléctrica	40.00
Internet	23.70
Teléfono	15.00
Agua potable	3.00
Total mensual	81.70
Total anual	974.02

Nota: Elaborado por autor, 2021

4.4.1 Obra civil necesaria

La Obra civil del emprendimiento se toma como punto referencial la construcción de la obra negra de las 5 cabañas, como diseño de los planos con el arquitecto, contratación de constructora especializada en la construcción de cabañas alpinas. Que a continuación se presenta en el siguiente cuadro.

Tabla 15 Obra civil de construcción

Detalle	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Construcción			
Cabañas alpinas I	2	5.320	10.640
Cabañas alpinas II	2	5.620	11.240
Cabañas alpinas III	1	5.820	5.820
Construcción de Parqueadero	1	2.500	2.500
Construcción de área de recepción	1	2.000	2.000
Construcción de área de lavandería	1	1.000	1.000
TOTAL			30.700

Nota: Elaborado por autor, 2021

4.4.2 Capital de trabajo

Tabla 16 Capital de Trabajo

Gastos operativos	Valor total anual
Área Alojamiento	30.700
Cabaña I	815.00
Cabaña II	4.887
Cabaña III	1.676
Área Recepción	1.220
Área lavandería	1.490
Limpieza	188.00
Impuestos	356.60
Servicios básicos	974.02
Total anual	41.333

Nota: Elaborado por autor, 2021

Para calcular el capital de trabajo se empleará la fórmula de los días de desfase:

ICT= (Costo anual/360)*número de días de desfase.

Los gastos de operación en el primer año de funcionamiento asciende a: \$ 41333.00.

Capital de trabajo= $\frac{\text{Costo anual}}{360}$ x Número de días de desfase

Capital de trabajo= $\frac{41333.00}{360}$ x 30

Capital de trabajo = 3444.41

4.2.3 Total de la inversión

Tabla 17 Descripción de la inversión

Descripción	Cantidad
Activos fijos	43476.00
Área Alojamiento	33.200
Cabaña I	815.00
Cabaña II	4.887
Cabaña III	1.676
Área Recepción	1.220
Área lavandería	1.490
Limpieza	188.00
Activos diferidos	1330.62
Impuestos	356.60
Servicios básicos	974.02
Capital de trabajo	3444.41
Capital de trabajo	3444.41
Total Inversión	48353.00

Nota: Elaborado por autor, 2021

Plan de financiación

La inversión que se requiere para la implementación del lodge asciende a un monto de: **\$ 48.353** valor neto con el capital de trabajo. Las primicias de financiación se realizan a través de un préstamo bancario y accionistas.

Tabla 18 Descripción de la inversión requerida

Inversión requerida	
Detalle	Inversión
Accionistas (socios)	18353.00
Préstamo Bancario (Ban Ecuador)	30000.00

Nota: Elaborado por autor, 2021

La tabla de amortización se la obtuvo mediante la aplicación del simulador de crédito del Ban Ecuador, ingresando el monto requerido para la ejecución del proyecto cuyo monto solicitado es de 30.000 dólares americanos para un plazo establecido de 3 años calendario con una tasa nominal del 9.76% y tasa efectiva del 10.21%, cuyas cuotas mensuales son de 964.64 dólares. A continuación, se presenta la tabla de amortización.



Detalle Simulación de Crédito

Tipo	PYME		
Destino	Capital de Trabajo	Tasa Nominal(%)	9.76
Sector Económico	N/A	Tasa Efectiva(%)	10.21
Facilidad	Pequeña y Mediana	Monto(USD)	30,000.00
Tipo Amortización	Empresa	Plazo(Años)	3
Forma de Pago	Cuota Fija Mensual	Fecha Simulación	2021-06-29

Recuerda: Esta información es una simulación de crédito que permite familiarizarse con nuestro sistema. No tiene validez como documento legal o como solicitud de crédito.

Periodo	Saldo	Capital	Interés	Cuota
0	30000.00			
1	29279.36	720.64	244.00	964.64
2	28552.86	726.50	238.14	964.64
3	27820.45	732.41	232.23	964.64
4	27082.09	738.37	226.27	964.64
5	26337.72	744.37	220.27	964.64
6	25587.29	750.43	214.21	964.64
7	24830.76	756.53	208.11	964.64
8	24068.08	762.68	201.96	964.64
9	23299.19	768.89	195.75	964.64
10	22524.06	775.14	189.50	964.64
11	21742.61	781.44	183.20	964.64
12	20954.81	787.80	176.84	964.64

13	20160.61	794.21	170.43	964.64
14	19359.94	800.67	163.97	964.64
15	18552.76	807.18	157.46	964.64
16	17739.02	813.74	150.90	964.64
17	16918.66	820.36	144.28	964.64
18	16091.63	827.03	137.61	964.64
19	15257.87	833.76	130.88	964.64
20	14417.32	840.54	124.10	964.64
21	13569.95	847.38	117.26	964.64
22	12715.68	854.27	110.37	964.64
23	11854.46	861.22	103.42	964.64
24	10986.24	868.22	96.42	964.64
25	10110.95	875.28	89.35	964.64
26	9228.55	882.40	82.24	964.64
27	8338.97	889.58	75.06	964.64
28	7442.15	896.82	67.82	964.64
29	6538.04	904.11	60.53	964.64
30	5626.58	911.46	53.18	964.64
31	4707.71	918.88	45.76	964.64
32	3781.36	926.35	38.29	964.64
33	2847.47	933.88	30.76	964.64
34	1905.99	941.48	23.16	964.64
35	956.86	949.14	15.50	964.64
36	0.00	956.86	7.78	964.64

Figura 19 Tabla de amortización BanEcuador.

4.5 Ingeniería del proyecto

La ingeniería del proyecto determina las fases de construcción y operación del establecimiento de alojamiento, bajo los estudios técnicos y administrativos para la puesta en marcha de la ejecución del proyecto.

4.5.1 Capacidad Instalada

El área de implantación del lodge posee una extensión de 1.500 metros cuadrados, dentro de los cuales los servicios de alojamiento ocupasen un área de 200 metros cuadrados conjuntamente con sus áreas de alojamiento, áreas verdes, parqueadero y área de recepción y lavandería. Por lo cual la capacidad de carga a recibir dentro del alojamiento en su operación máxima diaria sería de 11 personas, ya que el emprendimiento contara con 5 cabañas, es decir dos habitaciones simples, dos matrimoniales, y una triple, lo cual mensualmente la estancia sería de 220 personas.

4.5.2 Distribución de la planta

LA PIEDRA Alpine Lodge con su infraestructura diferencia su caracterización en la localidad por su diseño de alojamiento único e innovador, la dimensión de la planta ocupara un área de 1.200 m² con 5 cabañas, áreas verdes, parqueadero y su distribución de planta departamental y mantenimiento, con áreas de: Recepción, sala de espera y lavandería.

A continuación, se determina la distribución espacial del diseño planimétrico de la planta de la infraestructura de alojamiento.

4.5.3 Diseño plan métrico de la planta

1 área verde 2 Parqueadero 3 Cabañas tipo I 4 Cabaña tipo II/ III 5 Área lavandería y Recepción.



Figura 20 Plano planimétrico

Tabla 19 Descripción del área de alojamiento

Área alojamiento		
Tipo	Características	Dimensiones
(2) Tipo I	16m ² Dormitorio ,Baño Fachada y contra piso de madera	4.00 x4.00
(2) Tipo II	22.50 m ² Dormitorio, Baño, Jacuzzi Fachada y contra piso de madera	5.00 x4.50
(1) Tipo III	25m ² Dormitorio ,Baño ,Jacuzzi Fachada y contra piso de madera	5.00 x5.00

Nota: Elaborado por autor, 2021.

Plano 3D de las instalaciones del lodge



Figura 21 Plano 3d de las habitaciones

4.5.4 Requerimientos por áreas

Tabla 20 Descripción del área de alojamiento

Cantidad	Detalle
4	construcción Cabañas alpinas
1	Construcción de Parqueadero
1	construcción de área de recepción
1	construcción de área de lavandería

Nota: Elaborado por autor, 2021

Tabla 21 Descripción de los requerimientos de las Cabañas tipo I

Cantidad	Detalle
1	Camas una plaza y media
1	Colchones una plaza y media
2	Almohadas
1	Veladores
1	Mesas
1	Sillas
1	Muebles
2	Juegos de sábanas plaza y media
2	Lámparas
2	Edredones
1	Alfombra
1	Duchas
1	Inodoros
1	Lavabos
1	Espejos
1	muebles
4	Toallas
2	Basureros

Nota: Elaborado por autor, 2021

Tabla 22 Descripción de los requerimientos de las Cabañas tipo II

Cantidad	Detalle
2	Camas 2 1/2
2	Colchones 2 1/2
2	Veladores
2	Mesas
2	Sillas
2	Muebles
8	Almohadas
4	Juegos de sábanas plaza y media
4	Lámparas
4	Edredones
2	Alfombra
2	Duchas
2	Inodoros
2	Lavabos
2	Espejos
2	muebles
8	Toallas
4	Basureros
2	Jacuzzi

Nota: Elaborado por autor, 2021

Tabla 23 Descripción de los requerimientos de la Cabaña tipo III

Cantidad	Detalle
1	Cama 2 1/2
1	Cama 1 1/2
1	Colchones 2 1/2
1	Colchones 1 1/2
4	Almohadas
2	Veladores
2	Mesas
2	Sillas
2	Muebles
4	Juegos de sábanas plaza y media
2	Lámparas
4	Edredones
2	Alfombra
2	Duchas
2	Inodoros
2	Lavabos
2	Espejos
2	muebles

8	Toallas
4	Basureros

Nota: Elaborado por autor, 2021

Tabla 24 Descripción de los requerimientos del área de recepción

Cantidad	Detalle
1	Escritorio
1	Silla giratoria
1	sofá
2	Sillas
1	Veladores
2	Mesa de centro
2	computador
2	basurero
2	Alfombra
1	Mueble
1	Basurero

Nota: Elaborado por autor, 2021

Tabla 25 Descripción de los requerimientos del área de lavandería

Cantidad	Detalle
1	Lavadora
1	Secadora
1	Mesa
2	Sillas
2	Basurero
1	Mueble
1	Basurero
2	Tachos plásticos
1	Plancha

Nota: Elaborado por autor, 2021

4.5.5 Costos

Tabla 26 Descripción de los costos del área de alojamiento

Detalle	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Construcción			
Cabañas alpinas I	2	5.320	10.640
Cabañas alpinas II	2	5.620	11.240
Cabañas alpinas III	1	5.820	5.820
Construcción de Parqueadero	1	2.500	2.500
Construcción de área de recepción	1	2.000	2.000
Construcción de área de lavandería	1	1.000	1.000
TOTAL			33.200

Nota: Elaborado por autor, 2021

Tabla 27 Descripción de los costos del Cabaña Tipo I

Detalle	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Camas 1 ½	1	120.00	120.00
Colchones 1 ½	1	180.00	180.00
Almohada	2	3.00	6.00
Veladores	1	35.00	35.00
Mesas	1	30.00	30.00
Sillas	1	15.00	5.00
Muebles	1	50.00	50.00
Juego de sábanas	2	12.00	24.00
Lámparas	2	7.00	14.00
Alfombra	1	25.00	25.00
Edredones	2	50.00	100.00
Ducha	1	35.00	35.00
Inodoro	1	95.00	95.00
Lavabo	1	50.00	50.00
Espejo	1	10.00	10.00
Toallas	4	5.00	20.00
Basureros	2	8.00	16.00
TOTAL			815.00

Nota: Elaborado por autor, 2021

Tabla 28 Descripción de los costos del la Cabaña Tipo II

Detalle	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Camas 2 1/2	2	200.00	400.00
Colchones 2 1/2	2	190.00	190.00
Almohada	8	3.00	24.00
Veladores	4	35.00	300.00
Mesas	2	30.00	60.00
Sillas	2	15.00	30.00
Muebles	2	50.00	100.00
Juego de sábanas	4	12.00	48.00
Lámparas	4	7.00	28.00
Alfombra	2	25.00	50.00
Edredones	4	50.00	200.00
Ducha	2	35.00	75.00
Inodoro	2	95.00	190.00
Lavabo	2	50.00	100.00
Espejo	2	10.00	20.00
Toallas	8	5.00	40.00
Basureros	4	8.00	32.00
Jacuzzi	2	1.500	3.000
TOTAL			4.887

Nota: Elaborado por autor, 2021

Tabla 29 Descripción de los costos del Cabaña Tipo III

Detalle	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Camas 2 ½	1	200.00	200.00
Cama 1 ½	1	120.00	120.00
Colchones 2 ½	1	190.00	190.00
Colchones 1 ½	1	180.00	180.00
Almohada	6	3.00	18.00
Veladores	2	35.00	70.00
Mesas	1	30.00	60.00
Sillas	2	15.00	30.00
Muebles	1	50.00	50.00
Juego de sábanas	4	12.00	48.00
Lámparas	2	7.00	28.00
Alfombra	1	25.00	25.00
Edredones	4	50.00	200.00

Ducha	1	35.00	75.00
Inodoro	1	95.00	190.00
Lavabo	1	50.00	100.00
Espejo	1	10.00	20.00
Toallas	6	5.00	40.00
Basureros	2	8.00	32.00
TOTAL			1.676

Nota: Elaborado por autor, 2021

Tabla 30 Descripción de los costos del área de recepción

Detalle	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Escritorio	1	165.00	165.00
Silla giratoria	1	60.00	60.00
Sofá	1	200.00	200.00
Sillas	1	15.00	30.00
Mesa de centro	1	50.00	50.00
Computador	1	700.00	700.00
Basurero	1	15.00	15.00
TOTAL			1.220

Nota: Elaborado por autor, 2021

Tabla 31 Descripción de los costos del Área de lavandería

Detalle	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Lavadora	1	800.00	800.00
Secadora	1	580.00	580.00
Mesa	1	30.00	30.00
Sillas	2	15.00	30.00
Basurero	1	25.00	25.00
Tachos plásticos	5	5.00	25.00
Plancha	2	40.00	80.00
TOTAL			1.570

Nota: Elaborado por autor, 2021

Tabla 32 Descripción de los costos del Área de limpieza

Detalle	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Desinfectante	3	6.00	18.00
Suavizante	5	7.50	37.50
Detergente	2	29.00	58.00
Cloro	2	6.00	12.00
Fundas industriales	5	2.00	10.00
Trapeador	3	15.00	45.00
Escoba	5	1.50	7.50
Palas	3	5.00	15.00
TOTAL			203.00

Nota: Elaborado por autor, 2021.

4.6 Identificación y descripción de los procesos

El proceso a determinar dentro del proyecto se enfocará en la prestación de servicios turísticos a través de la implementación de un lodge como alternativa de alojamiento para el complejo mediante la fase de construcción y operatividad del establecimiento.

4.6.1 Caracterización y diseño del producto/servicio

En base a las encuestas realizadas se puede determinar la demanda activa por la implementación de alojamiento en el complejo turístico, en base a la preferencia de lodge, con tipo de infraestructura alpina, segmento de mercado consolidado que va desde los 18 a 40 años, que también demandan la instauración de servicios complementarios en el alojamiento con la incorporación de cine al aire libre.


La piedra alpine lodge un establecimiento cuya oferta principal será el servicio de alojamiento dentro del complejo turístico “LA PIEDRA”, así como servicios complementarios anexos a sus tarifas de alojamiento en cabañas de tipo alpino, estos servicios complementarios de recreación y alimentación, dando un plus y realce al alojamiento por parte de los huéspedes que se hospedaran en las instalaciones.

Los principales atractivos turísticos que se encuentran cerca del emprendimiento son el nevado Cayambe, cascada del Tingo, El reloj Quitsato, la casa del Venado, atractivos y emprendimientos que se los tomaran en cuenta como aliados principales para el oferente de servicios complementarios a ofertar dentro del alojamiento.

La implementación del lodge como alternativa de servicios de alojamiento contara con dos fases, las cuales estarán técnicamente distribuidas en la construcción y operación del lodge, dentro de un área de mil doscientos metros cuadrados siendo así, dentro de la fase de construcción se construirá cinco cabañas de tipo infraestructural alpino, con acabados tipo rustico de fachada y contrapiso de madera , la decoración y ambientación se la realizara con artículos rústicos , cada cabaña tendrá diferentes dimensiones clasificadas por tipos, así también como la incorporación de servicios complementarios como proyección de cine al aire y ciclo turismo auto guiado por los atractivos más relevantes de la zona, estos servicios de la oferta determinada serán incorporados a los costos de cada cabaña.


A continuación, se presenta una tabla de la fase de operatividad del alojamiento con los tipos de cabañas, características, servicios complementarios y precios de cada habitación.

Tabla 33 Descripción de los servicios de alojamiento cabaña tipo I

Tipo de Cabaña	Características	Costo
Cabaña Tipo I 	Habitación simple (cama de 1 ½) Baño privado Ducha caliente Wifi Chimenea Leña Desayuno tradicional Extras sin costo Adicional Ciclo turismo auto guiado cascada del Tingo Cine nocturno al aire libre los días miércoles y viernes Máximo para 2 personas	USD 50.00

Nota: Elaborado por autor, 2021.

Tabla 34 Descripción de los servicios de la cabaña tipo II

Tipo de Cabaña	Características	Costo
Cabaña Tipo II 	Habitación matrimonial (cama de 2 plazas) Baño privado Ducha caliente Wifi Chimenea Leña Jacuzzi. Desayuno continental Extras sin costo Adicional Ciclo turismo autoguiado casa del venado Cine nocturno al aire libre los días miércoles y viernes Máximo para 2 personas	USD 70.00

Nota: Elaborado por autor, 2021

Tabla 35 Descripción de los servicios de alojamiento Cabaña tipo III

Tipo de Cabaña	Características	Costo
Cabaña Tipo III 	Habitación Triple (camas de 2 y 1 ½ plaza) Baño privado Ducha caliente Wiffi Chimenea Leña Jacuzzi. Desayuno continental	USD 120.00
	Extras sin costo Adicional	
	Ciclo turismo autoguiado al reloj de Quitsato Cine nocturno al aire libre los días viernes y sábado	
	Máximo para 3 personas	

Nota: Elaborado por autor, 2021

4.6.2 Características de los servicios complementarios ofertados en el lodge

Los huéspedes que se encontrarán hospedados en el Lodge tendrán libre acceso a la adquisición de los servicios complementarios extras sin costo adicional, los cuales son cine al aire libre o cicloturismo.

Tabla 36 Descripción del servicio complementario Cine al aire libre

Tipo de servicio	Características
Cine al aire	Los huéspedes que se encontrarán hospedados en el Lodge tendrán libre acceso a la adquisición de los servicios complementarios extras sin costo adicional, los cuales son cine al aire libre u cicloturismo.



Nota: Elaborado por autor, 2021

Tabla 37 Descripción del servicio complementario Cicloturismo

Tipo de servicio	Características
Ciclo turismo	<p>Cada huésped tendrá el libre acceso de adquirir una bicicleta para la realización de la actividad de cicloturismo si así lo prefiere, visitando los diferentes atractivos que se encuentran cerca del establecimiento, el ciclo turismo es auto guiado ya que los huéspedes contarán con un mapa guía que estará a su disposición dentro de cada cabaña , así como la ruta que se encontrara señalizada llevándolos hacia los destinos que ellos prefieran visitar, atractivos aliados con nuestro establecimiento, como lo son: Las cascadas del tingo, El reloj de quitsato, La casa del venado.</p>



Nota: Elaborado por autor, 2021

Mapa guía

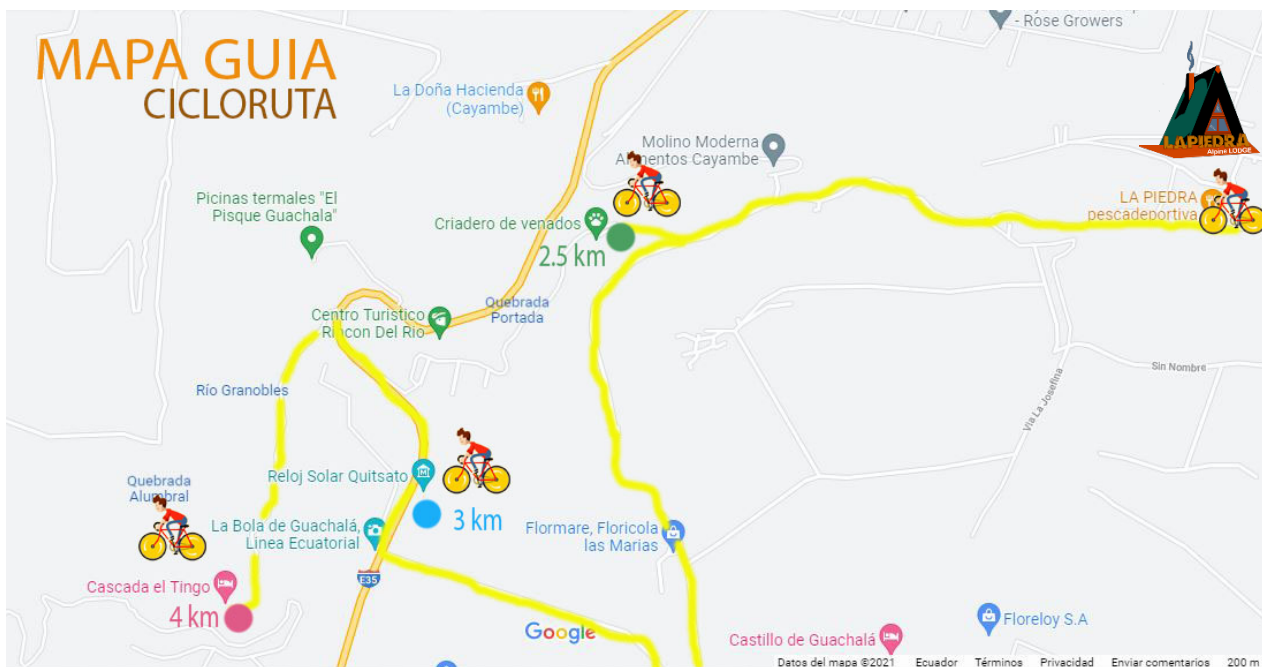


Figura 22 Mapa guía ciclo ruta

● Casa de los venados

La ruta comprende un recorrido de 2.5 km, con un tiempo estimado de 30 min desde el establecimiento hasta la casa de los venados.

● Reloj solar Quitsato

La ruta comprende un recorrido de 3 km, con un tiempo estimado de 40min desde el establecimiento hasta el Reloj Solar.


● Cascada el Tingo

La ruta comprende un recorrido de 4 km, con un tiempo estimado de 45min desde el establecimiento hasta la cascada del Tingo.

4.6.3 Características de los servicios cercanos al lodge

Los atractivos más relevantes que se encuentran cercanos y los cuales se ha tomado en cuenta para la diversificación de los servicios complementarios del lodge y los cuales tienen un vínculo de alianza estratégica turística son: La casa del venado, cascada del Tingo, Reloj solar de Quitsato.

Tabla 38 Descripción del atractivo La casa del venado

Tipo de atractivo	Características y actividades
Zoo criadero La casa del venado	Cuentan con alrededor de 75 especies de venados, además de la convivencia con otros animales como Alpacas, patos, vacas, borregos, faisán.
	Se puede realizar senderismo, así como la actividad de camping.
Recomendaciones	<ul style="list-style-type: none">• Hora recomendada de inicio 08h00• Hora aproximada de Fin 17h30• Ropa cómoda para lluvia y calor• Gorra, bloqueador, gafas• Cámara Fotográfica

Nota: Elaborado por autor, 2021

Tabla 39 Descripción del atractivo La cascada del Tingo

Nota: Elaborado por autor, 2021


Tipo de atractivo	Características y actividades
CTC (Centro de turismo comunitario) La cascada del Tingo	<p>Balneario de aguas termales y minerales similares a las de las fuentes de Machachi con una temperatura que oscila entre los 12 grados centígrados, este atractivo posee dos cascadas que nacen de la montaña, únicas en el cantón, una de ellas es ideal para la práctica del canyoning, cuya altura tiene 12 metros.</p>
	Recomendaciones
<ul style="list-style-type: none">• Hora recomendada de inicio 08h00• Hora aproximada de Fin 17h00• Ropa cómoda para lluvia y calor• Gorra, bloqueador, gafas• Cámara Fotográfica• Repelente	

Tabla 40 Descripción del atractivo Reloj de Quitsato

Tipo de atractivo actividades	Características y
Atractivo cultural El Reloj Solar Quitsato	<p>El monumento no solo llama la atención debido a su diseño singular, como una plataforma circular, donde la infraestructura es horizontal, y en el piso, sino también, por su increíble paisaje, ya que desde este punto se pueden ver varios sitios arqueológicos, diversas montañas de los Andes Ecuatoriales y sobre todo, la imponente presencia del Volcán Cayambe, único sitio en el mundo,</p>



donde la Línea Ecuatorial.

Recomendaciones

- Hora recomendada de inicio 08h00
- Hora aproximada de Fin 18h00
- Ropa cómoda para lluvia y calor
- Gorra, bloqueador, gafas
- Cámara Fotográfica

Nota:

Elaborado por autor, 2021

4.7 Estructura organizativa y administrativa

4.7.1 Misión

Proporcionar un nuevo concepto de alojamiento rural bajo características infraestructurales diferentes y calidad de servicios, con comodidad y bienestar para nuestros huéspedes.

4.7.2 Visión

Labrar y Fomentar la calidad de servicios de alojamiento turístico en la localidad, impulsados por la satisfacción de nuestros huéspedes y colaboradores.

4.7.3 Políticas

LA PIEDRA Alpine Lodge las políticas determinadas y bajo las normativas e imposiciones de las condiciones sobre los factores de la prestación de servicios del establecimiento, otorgar un realce, confort y calidad dentro de la adquisición de nuestros servicios hacia nuestros huéspedes.

4.7.4 Tarifas y precios

Los costos son por cabaña/ Habitación por día

Las tarifas que aplican son válidas el día de su cotización

Los costes son netamente en dólares

Los servicios complementarios sin costos adicional solo aplican para el número determinado máximo de personas para cada habitación.

Los servicios adicionales fuera del máximo de personas permitidas, tendrán un valor extra.

4.7.5 Central de reservas

Las reservaciones se pueden hacer por medio de las redes sociales (Facebook, WhatsApp).

Las reservas las pueden hacer en efectivo y transferencia bancaria.

Para la reservación de las cabañas se la realizara previamente el depósito del 50% del costo total y con 2 días de anticipación.

Para el registro de la reservación se debe presentar el verificable de depósito realizado.

Cualquier cambio de reserva está sujeto a la disponibilidad.

En caso de cancelación de la reserva, el porcentaje de devolución será del 10%.

4.7.6 Generales

En caso de pérdida de artículos personales fuera de las habitaciones el establecimiento no se hará responsables.

Queda determinadamente prohibido el ingreso de bebidas alcohólicas al establecimiento

En caso de daños, destrucción o pérdida de los artículos de las habitaciones se cargará el costo de los mismos a su cuenta.

En caso de traer mascotas queda prohibido el ingreso de las mismas a las habitaciones.

El Check in será a partir de 15:00 pm

El horario del Che-out será a partir de las 12:00 pm

En caso sobre pasar el tiempo límite del check-out se procederá a cobra cargos adicionales.

En caso de exceso de huéspedes limitados por las habitaciones se procederá a cobrar un costo adicional por persona.

4.7.7 Valores

- Honestidad
- Colaboración
- Trabajo en equipo
- Respeto
- Colaboración
- Calidad
- Paciencia

4.8 Marca e imagen corporativa

La imagen corporativa es representación visual de la empresa cuyo logotipo debe ser llamativa y original que cree una sensación visual fuerte hacia el consumidor, haciendo que la imagen quede impregnada en su mente buscando el empoderamiento con la marca estableciéndole dentro del mercado consumidor.



Figura 23 Logotipo del emprendimiento

4.8.1 Organigrama

La estructura organizacional es la parte fundamental para el funcionamiento y designación de funciones con la que contara el lodge determinado de la siguiente manera en tomando énfasis el orden jerárquico, de cada miembro de la empresa como: Gerente, Administrado; Departamento financiero (Contador); Departamento de recepción (Recepcionista); Departamento de operación (Diseñador, Ama de llaves, Mantenimiento).

A continuación, se detalla, un gráfico de la estructura organizacional.

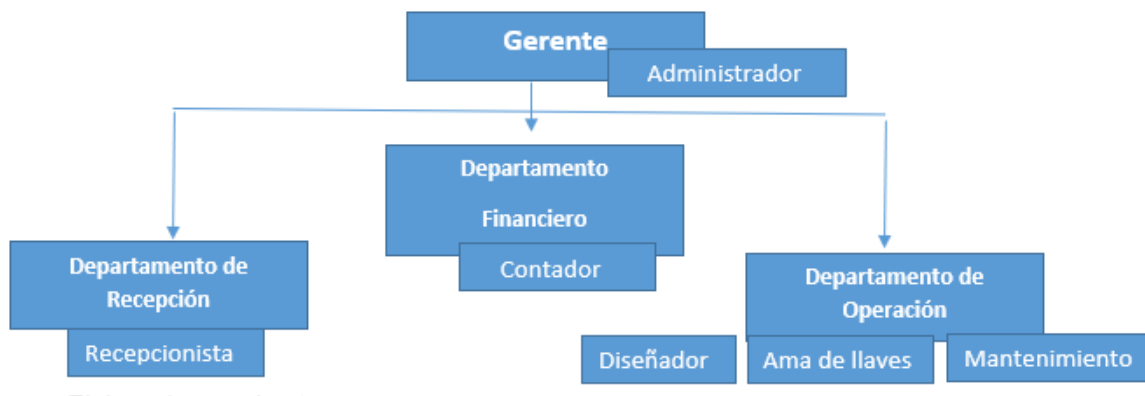


Figura 24 Organigrama de la empresa

4.8.2 Manual de funciones

A continuación, se detalla del manual de funciones de cada uno de los empleados del lodge de cada una de las actividades se realicen de una manera óptima y de calidad, por ende, el personal tiene que tener profesionalismo para brindar un servicio de calidad


	FICHA DE PUESTO DE TRABAJO	Código:	FT.01
		Edición:	1
		Fecha:	
DENOMINACIÓN DEL PUESTO: <p style="text-align: center;">Gerente</p>			
RESPONSABILIDADES: <ul style="list-style-type: none"> • Designar responsabilidades • Supervisión y control • Contratación de personal • Crear estructura organizacional 			
COMPETENCIA NECESARIA PARA EL PUESTO DE TRABAJO			
FORMACIÓN			
Nivel académico de tercer nivel			
EXPERIENCIA			
No requerida, depende de la motivación y aptitudes del candidato. Edad			
APTITUDES			
Capacidad de trabajo, responsabilidad, y atención.			
OBSERVACIONES:		Firma:	
		Fecha: __/__/__	

Figura 25 Ficha puesto trabajo gerente

	FICHA DE PUESTO DE TRABAJO	Código:	FT.03
		Edición:	3
		Fecha:	
DENOMINACIÓN DEL PUESTO: <p style="text-align: center;">Contador</p>			
RESPONSABILIDADES: <ul style="list-style-type: none"> • Registro mensual de documentos • Analizar los registros contables • Preparar presupuestos • Garantizar tanto ingresos como egresos • Elaborar declaraciones • Manejar nómina de la empresa 			
COMPETENCIA NECESARIA PARA EL PUESTO DE TRABAJO			
FORMACIÓN			
Tercer nivel			
EXPERIENCIA			
Experiencia en atención al cliente mínima de un año.			
APTITUDES			
Capacidad de trabajo, responsabilidad, y atención.			
OBSERVACIONES:		Firma:	
		Fecha: __/__/__	

Figura 26 Ficha puesto trabajo contador

	FICHA DE PUESTO DE TRABAJO	Código:	FT.02
		Edición:	2
		Fecha:	
DENOMINACIÓN DEL PUESTO: <p style="text-align: center;">Recepcionista</p>			
RESPONSABILIDADES: <ul style="list-style-type: none"> • Recepción de los huéspedes • Realizar reservas • Revisión de disponibilidad de habitaciones • Cobrar • Otorgar las habitaciones • Preparar facturas • Llevar archivos 			
COMPETENCIA NECESARIA PARA EL PUESTO DE TRABAJO			
FORMACIÓN			
Secundaria/ Tercer nivel			
EXPERIENCIA			
Experiencia en atención al cliente mínima de un año.			
APTITUDES			
Capacidad de trabajo, responsabilidad, y atención.			
OBSERVACIONES:		Firma:	
		Fecha: __/__/__	

Figura 27 Ficha puesto trabajo recepcionista


	FICHA DE PUESTO DE TRABAJO	Código:	FT.04
		Edición:	4
		Fecha:	
DENOMINACIÓN DEL PUESTO: <p style="text-align: center;">Diseñador</p>			
RESPONSABILIDADES: <ul style="list-style-type: none"> • Realizar promociones • Garantizar el marketing • Realizar promoción y difusión • Diseñar flayers o publicidad 			
COMPETENCIA NECESARIA PARA EL PUESTO DE TRABAJO			
FORMACIÓN			
Tercer nivel			
EXPERIENCIA			
Experiencia en atención al cliente mínima de un año.			
APTITUDES			
Capacidad de trabajo, responsabilidad, y atención.			
OBSERVACIONES:		Firma:	
		Fecha: __/__/__	

Figura 28 Ficha pesto trabajo diseñador

	FICHA DE PUESTO DE TRABAJO	Código:	FT.02
		Edición:	2
		Fecha:	
DENOMINACIÓN DEL PUESTO: <p style="text-align: center;">Ama de Llaves</p>			
RESPONSABILIDADES: <ul style="list-style-type: none"> • Supervisar y controlar el área de habitaciones • Verificar y revisar el estado de las habitaciones • Revisión de lavandería y lencería • Revisión de disponibilidad de habitaciones • Organizar y controlar el servicio de pisos 			
COMPETENCIA NECESARIA PARA EL PUESTO DE TRABAJO			
FORMACIÓN			
Primaria o Secundaria			
EXPERIENCIA			
Experiencia mínima de un año.			
APTITUDES			
Capacidad de trabajo, responsabilidad, y atención.			
OBSERVACIONES:		Firma:	
		Fecha: __/__/__	

Figura 29 Ficha puesto de trabajo Ama de llaves


	FICHA DE PUESTO DE TRABAJO	Código:	FT.02
		Edición:	2
		Fecha:	
DENOMINACIÓN DEL PUESTO: <p style="text-align: center;">Mantenimiento</p>			
RESPONSABILIDADES: <ul style="list-style-type: none"> • Mantenimiento de áreas verdes • Mantenimiento de tuberías • Mantenimiento de cabañas 			
COMPETENCIA NECESARIA PARA EL PUESTO DE TRABAJO			
FORMACIÓN			
Primaria o Secundaria			
EXPERIENCIA			
Experiencia mínima de un año.			
APTITUDES			
Capacidad de trabajo, responsabilidad, y atención.			
OBSERVACIONES:		Firma:	
		Fecha: __/__/__	

Figura 30 Ficha puesto trabajo mantenimiento

4.8.3 Flujograma de actividades

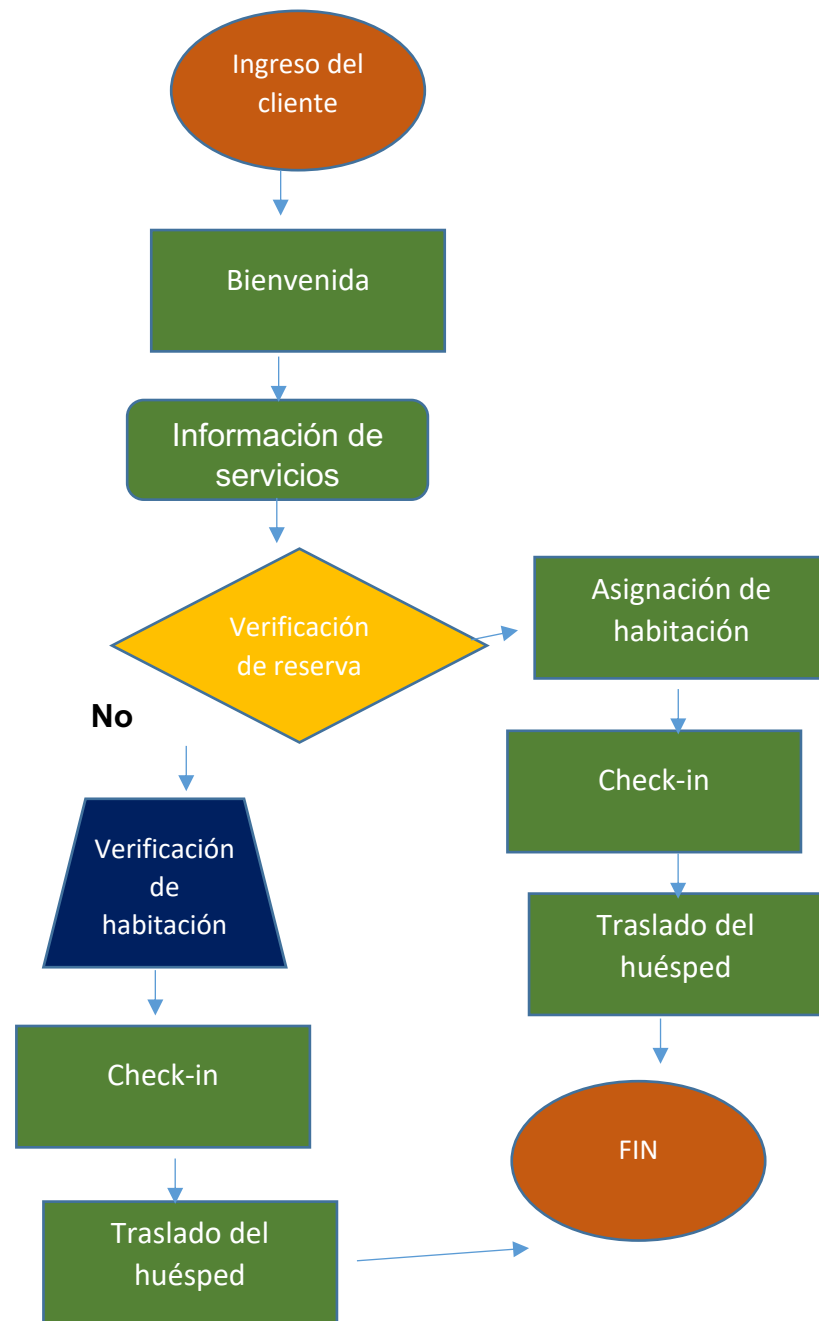


Figura 31 Flujograma de actividades

4.8.4 Descripción del diagrama de flujo

En el flujograma de alojamiento se llevará a detalle los siguientes pasos

- Llegada al establecimiento.
- Bienvenida por el personal de recepción e información de los servicios.
- El personal de recepción verificara si el huésped tiene reservación, caso contrario se procederá a verificar la disponibilidad de habitaciones.
- Se detalla información de disponibilidad al cliente la disponibilidad de habitaciones para proceder a realizar el check-in.
- Entrega de llaves y traslado del huésped a su habitación.
- Agradecimiento al final de la prestación de los servicios.

4.9 Constitución legal de la empresa (Empresas SAS) y propiedad intelectual

Para la determinación de la constitución legal de la empresa se debe realizar diferentes requerimientos legales instaurados por las autoridades competentes que regulan y controlan las actividades turísticas dentro del territorio.

A continuación, se de los requerimientos legales para la instauración de los establecimientos de alojamiento turístico.

4.9.1 Ministerio de turismo

Los requisitos para obtener la licencia única anual de funcionamiento, aparte del registro de turismo serán los siguientes:

- Pago del impuesto predial.
- Activos de la empresa según lo declarado en el impuesto a la renta correspondiente.

- Pagos por concepto de renovación de licencia única anual de funcionamiento, de ser el caso.
- Estar al día en el pago de las obligaciones previstas en la Ley de Turismo y normativa pertinente.

4.9.2 Gobierno autónomo descentralizado intercultural y plurinacional de Cayambe.

Para obtener la licencia única anual de funcionamiento (LUAF)

- Copia del permiso otorgado por el ARCSA.
- Lista de precios de los servicios ofertados, de acuerdo a la ordenanza vigente
- Copia de pago de la Licencia Única Anual de Funcionamiento otorgado por el GADIP Municipio de Cayambe (SE OBTIENE EN EL PROCESO).
- Copia del Certificado de Registro del Ministerio de Turismo

Establecimientos turísticos en general

- Solicitud en especie valorada dirigida al sr Alcalde
- Certificado de registro conferido por el Ministerio de Turismo
- Patente municipal
- Ruc
- Lista de precios
- Formulario de planta
- Certificado de pago, licencia del año anterior
- Certificado actualizado de afiliación a la cama de turismo
- Certificado de Cuerpo de Bomberos
- Certificado del ministerio de salud

4.9.3 Patente municipal

Requisitos generales

- (Las copias de los distintos documentos deben ser a color y legibles)
- Llenar el formulario único para la obtención de los permisos para ejercer Actividades Económicas en el cantón Cayambe.
- No adeudar al Municipio, el propietario y/o arrendatario, del predio donde se realiza la actividad económica. (Esto se verifica en la Ventanilla Única del Municipio)
- Copia de cedula y papeleta de votación.
- Copia del RUC.
- Copia del informe de uso de suelo (SE OBTIENE EN EL PROCESO).
- Certificado de socialización en el barrio o comunidad. Solamente para actividades de: bares, billas, karaokes, discotecas, prostíbulos, moteles, industrias y agroindustrias
- Copia de la Calificación Artesanal vigente (solamente para los artesanos)
- Informe Técnico Ambiental otorgado por la Dirección de Gestión Ambiental del GADIP del Municipio de Cayambe (SE OBTIENE EN EL PROCESO)

Requisitos para el Informe Técnico Ambiental

- Documento que certifique el inicio del PROCESO DE REGULARIZACIÓN AMBIENTAL, dependiendo de las categorías (I, II, III y IV). Exigido por el Ministerio del Ambiente CASO DE BARES, DISCOTECAS Y OTROS QUE PRODUCEN RUIDO
- Copia del Informe técnico de insonorización (ruido) actualizado

Requisitos para el permiso del cuerpo de bomberos (se obtiene en el proceso)

- Copia del permiso de bomberos del año anterior (En caso de Renovación)
- Para las actividades de transporte, copia de la matrícula del vehículo
- Cumplir con los requisitos específicos del reglamento de prevención de incendios (SE OBTIENE EN EL PROCESO).

4.9.4 Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual

El proceso que se tiene que realizar para el registro de la marca se la obtiene en el SENADI a través de su página.

- Ingresar a la página del SENADI : www.derechosintelectuales.gob.ec
- Seleccionar PROGRAMA/SERVICIOS
- Ingresar opción CASILLERO VIRTUAL
- Llene los datos que se solicitan en el CASILLERO VIRTUAL (Si es personas natural, persona jurídica coloque los datos con el RUC de la empresa).
- Una vez que haya dado este procedimiento le llegara a su correo el usuario y contraseña; así como en un enlace de MI CASILLERO para proceder a cambiar la contraseña; obteniendo su casillero virtual.
- Después de haber realizado este procedimiento, regresar a la página principal y usted podrá ingresar a SOLICITUDES EN LINEA.
- Ingrese con su usuario y contraseña
- Ingrese a la opción de PAGOS
- Opción NO TRAMITES EN LINEA
- Opción GENERAR COMPROBANTE
- Se despliega una plantilla que usted tiene que llenar los datos, le solicita que ingrese el código o al menos 3 caracteres de la descripción de la tasa de pago (Ingrese el código 1.1.10)

- Ingrese los datos y Botón GENERAR COMPROBANTE
- Imprima el comprobante
- Y asista el BANCO DEL PACIFICO a pagar la tasa de \$16.00 o realice el pago en línea (Manual de uso).
- Escanee los comprobantes de pago (tanto el que imprime el del IEPI como el que le entregaron en el Banco del Pacifico después de haber pagado)
- Envié vía email a la siguiente dirección foneticoquito@senadi.gob.ec, así como el NOMBRE EXACTO DE LA MARCA , que desea verificar
- Se le enviara el informe de búsqueda a su correo electrónico.

4.10 Propuesta de comercialización

A continuación, se determinará las diferentes estrategias de comercialización a incorporar para la difusión y comercialización de los servicios del establecimiento dentro del mercado.

4.10.1 Nombre comercial de la empresa

“LA PIEDRA Alpine Lodge”

La selección del nombre se toma como fuente principal al del establecimiento turístico existente denominado la “LA PIEDRA”, cuyo nombre trasciende de una mítica piedra de gran dimensión con vestigios de asentamientos humanos de la antigüedad, quienes la veneraban y la tenían como fortaleza dentro de su cosmovisión, ya que este elemento natural canaliza energía positiva y bloquea o resguarda que no entre energía negativa para quienes la veneraban, siendo así que se toma este nombre y se establece en relación, ya que el emprendimiento se encontrará dentro su jurisdicción fortaleciendo los servicios e innovando el área infraestructural para la oferta de prestación de servicios de alojamiento para sus visitantes, a través de la incorporación de un lodge tipo alpino, (Alpine lodge). Es así como se fusionan estos dos nombres, dando como resultado “LA PIEDRA Alpine Lodge.”

4.10.2 Logotipo



Figura 32 Logo tipo del emprendimiento







4.10.3 Descripción del logotipo

La imagen corporativa es la parte fundamental de identificación de una empresa ya que su empoderamiento es a través de la captación visual del consumidor, siendo identificada y creando una fuerte reacción hacia las personas.

La composición de colores a través de la psicología del color, es interpretada y dispensable para la creación del logotipo como complemento adicional visual y de gran realce.

A continuación, se detalla los significados de los colores utilizados para la creación de la marca.

Tabla 41 Descripción de la composición de colores del logotipo.

Color	Significado
 Amarillo: Es el color de la alegría, el optimismo y la energía.	
 Café: Expresa confortabilidad, humildad y equilibrio.	
 Verde: Transmitir tranquilidad y calma, se asocia con la naturaleza, prosperidad, fertilidad, salud, y generosidad.	
 Blanco: Está asociado con la paz, la pureza y la limpieza.	
 Tomate: El color naranja es uno de los colores secundarios que se asocia con lo exótico, la diversión y el entusiasmo.	
 Gris: Representa el encuentro de la luminosidad.	

Nota: Elaborado por el autor, 2021

4.10.4 Características de las capas de la estructura y diseño del logotipo

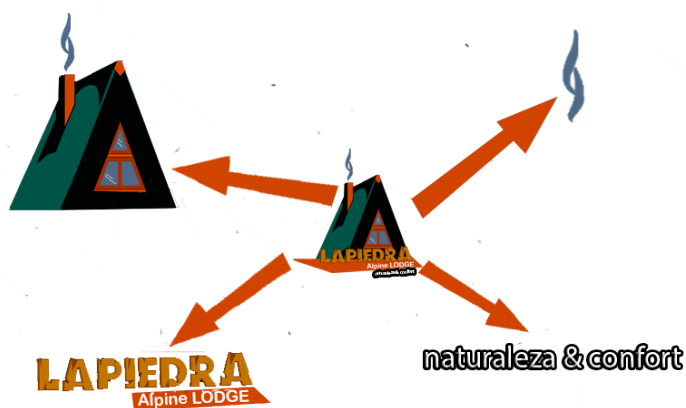



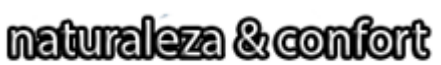


Figura 33 Capas del logotipo

Tabla 42 Descripción de la composición de colores del logotipo.

Capa	Significado
	<p>Este icono es la parte fundamental del logo tipo, ya que representa la infraestructura y diseño del alojamiento con forma triangular, derribada de los diseños de estilo alpino, dando un nuevo concepto, diferente dentro del ámbito de alojamiento.</p>
	<p>Este icono representa la calidez con la que contara cada instalación para mayor deleite del alojamiento.</p>
	<p>La tipología y caligrafía de comprensión fácil y conjugación de palabras, tipo de fuente Myriad pro regular.</p>
	<p>Eslogan, tipo de fuente Myriad pro regular.</p>

Nota: elaborado por el autor, 2021.

4.10.5 Slogan

“Naturaleza & confort”

Descripción


De consigna con el eslogan instaurado, lo que se procura es que la fusión entre naturaleza y confort combinen un relace y plenitud a la hora de que los huéspedes se alojen en las instalaciones, demostrando así, el deleite de la naturaleza y comodidad a la hora de descansar.

4.10.6 Canales de distribución

El establecimiento maneja estrategias de distribución a través de la incorporación de los canales de distribución directo e indirecto, para la comercialización de los servicios.

A continuación, se detalla en la tabla los canales de distribución.

Tabla 43 Descripción de los canales de distribución

Establecimiento	Canales de distribución
	Páginas web (Trip advisor, Waze, Wix)
	Establecimientos turísticos
	Redes sociales
	Clientes

Nota: elaborado por el autor, 2021

4.10.6.1 Distribución directa

El medio de distribución directa para el consumo de los servicios de alojamiento será el establecimiento turístico “LA PIEDRA” ya que al estar dentro del mismo y ser el principal lugar turístico al cual acuden los visitantes, optaran por adquirir directamente el servicio de hospedería.



Figura 34 Canales directos de distribución

4.10.6.2 Distribución indirecta

El avance tecnológico en la actualidad, ha crecido extraordinariamente, siendo así que esta herramienta es muy eficaz para la difusión de servicios o productos dentro del mercado consumidor, por lo cual la distribución indirecta se encadenara a las redes sociales y páginas web para llegar al consumidor.





Figura 35 Canales indirectos de distribución

4.10.6.3 Otras alternativas de medios de distribución

Los medios de distribución a considerar como otra alternativa de promoción y difusión, serán aquellas que se encuentran aliadas estratégicamente con el establecimiento turístico “LA PIEDRA”.

Tabla 44 Descripción de otros medios de distribución

Establecimientos / Atractivos turísticos	Localización
	Troncal de la Sierra, Cayambe
	Av 10 de agosto, panamericano norte, sector la bola de Guáchala

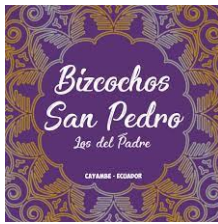


2R3G+GGR, Cayambe

EL TINGO

UN PARÁISO EN LA MITAD DEL MUNDO

Panamericana norte, Guáchala.



Cayambe Panamericana Norte Km1, Vía a Otavalo - Cayambe.

Nota: elaborado por el autor, 2021.

4.10.7 Publicidad

En base a las encuestas realizadas y tomando como comodato el porcentual obtenido de la personas encuestadas que preferían percibir información o receptaban información a través de internet sobre servicios turísticos , se toma en referencia y sustancialmente la difusión a través de este medio que es la internet una herramienta muy utilizada por las personas en la actualidad, por lo cual los medios de difusión que utilizara será páginas web y redes sociales a través de : Facebook , watts app, Instagram, trip advisor, asi como página web en Wix.

Página Facebook del lodge



Figura 36 Página de Facebook del lodge

Página web Wix del lodge

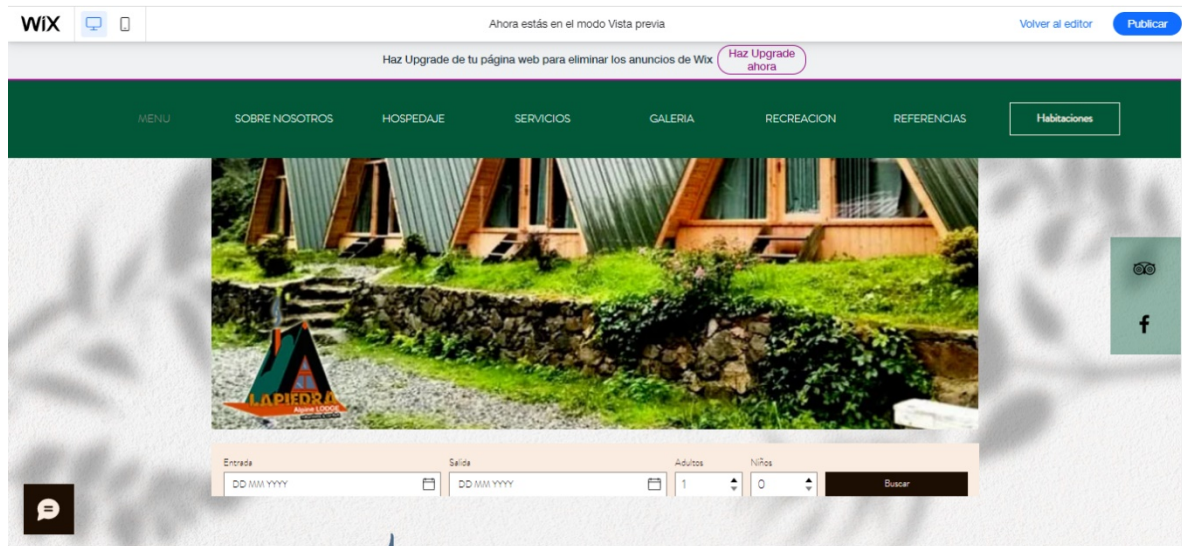


Figura 37 Página web Wix del lodge

4.10.8 Merchandising

Para dar realce al valor agregado por la adquisición de los servicios de alojamiento en el establecimiento, se otorgará a cada huésped, pequeños souvenirs como recuerdos, donde estará presente el logo tipo de la empresa, para así de por medio fidelizar los clientes y también promocionar la imagen corporativa a través de los obsequios otorgados a los huéspedes.



Figura 38 Merchandising del lodge.

4.11 Ampliación posible de gama de productos a futuro

El oferente de posibles gamas de productos y servicios para la ampliación en la posterior operatividad del establecimiento, es la renta de cuadrones y una zona húmeda.

En la determinación de la ampliación de los nuevos productos y /o servicios en el establecimiento, y para cubrir altas expectativas para los huéspedes y otorgar una experiencia distinta no solo de alojamiento, sino que también para la realización de actividades recreativas ancladas a los atractivos turísticos que se encuentran cercanos al establecimiento, tomando en consideración del alquiler de los cuadrones para la realización de un recorrido turístico por los diferentes atractivos, tanto naturales como culturales. Así como el área húmeda para que su permanecía en el establecimiento sea mayor y de gran acogida.

4.12 investigación y análisis de las estrategias y métodos de mercadeo más apropiadas a utilizar

La determinación de las estrategias y métodos para el mercadeo, se debe establecer parámetros lineales de información veraz y eficaz, sobre el segmento de mercado, a través del estudio de mercado realizado enfocado al target a consolidar, para la dirección de prestación de los servicios de alojamiento dentro de un mercado establecido, para así satisfacer y cubrir la demanda y necesidad de los clientes.

Por otra parte, como medio referente de comunicación y marketing digital, la internet es un gran aliado para el posicionamiento de la marca y del establecimiento, ya que al emerger dentro de esta red y utilizar los mecanismos eficaces de promoción y difusión, cuya ancla son las redes sociales, la creación de

una página web y generar cuentas dentro de Facebook, Instagram y Whats App, generara la captación e interés dentro del mundo internauta.

La prestación de servicios de calidad dentro del establecimiento generara, también un mecanismo de promoción y difusión por medio de la boca en boca, alternativa eficiente de recomendación dentro de la sociedad consumidora.

CAPÍTULO V

5.1 Estudio ambiental

En el presente capítulo se realiza y abordadora el estudio ambiental necesario para identificar valorar y evaluar los posibles impactos ambientales que se generara en la fase de construcción y operatividad del lodge, así como la mitigación o compensación de las medidas a través de la realización de un plan de manejo ambiental.

5.1.1 Descripción de las acciones y actividades del emprendimiento

A continuación, se detalla las actividades que se realizaran en la fase de construcción y operación del establecimiento de alojamiento. Donde se consideran las siguientes acciones:

Tabla 45 Descripción de actividades en la fase de construcción del lodge.

Fase de construcción			
Impacto			
Actividades	Positivo	Negativo	Descripción
Contratación de Construcción empresa constructora.	Generación de empleo y desarrollo económico.	Generación de residuos y efluentes. Generación ruido. Alteración de flora y fauna. Generación de partículas	del lodge.

de polvo.

Tabla 46 Descripción de actividades en la fase de operativa del lodge.

Fase operativa			
Impacto			
Actividades	Positivo	Negativo	Descripción
Servicios Alojamiento instalaciones	Generación de empleo y desarrollo	Generación de residuos y efluentes Generación ruido Alteración de fauna	Uso de huéspedes
Servicios Complementarios Cine al aire libre de		Generación de ruido	Proyección de películas
Ciclo turismo		Generación de ruido Emisión de residuos	Paseos en bicicleta

Nota: elaborado por el autor, 2021

5.1.2 Factores ambientales para interrelacionar en el EIA

A continuación, se detalla y se identifican los diferentes factores ambientales, estableciendo indicadores de los impactos más influyentes identificados para la cuantificación dentro de la fase de construcción y operación del proyecto.

Tabla 47 Descripción de Identificación de factores ambientales

Medio	Componente
Biofísico	Agua
	Suelo
	Aire
Biótico	Vegetación
	Fauna
Socio-Económico	Demográfico
	Social
	Económico

Nota: elaborado por el autor, 2021

5.2 Identificación de los Impacto Ambientales

Impactos Ambientales			Fase de Construcción					Σ		Fase de Operación								Σ	
			Contratación de la empresa constructora	Nivelación del suelo	Cimentación	Construcción del lodge (cabañas)	Limpieza del área (desechos)	Suma positivos	Suma de negativos	Servicio de alojamiento	Servicio de alimentación	Servicio de lavandería	Servicio de parqueadero	Servicio de cine al aire libre	Servicio de renta de bicicletas	Servicio de limpieza	Suma positivos	Suma de negativos	
BIOFISICO	Agua	Generación de aguas residuales				-	-	0	-2									0	5
		Alteración de ecosistema fluvial						0	-1									0	1
	Suelo	Destrucción de cubierta vegetal		-	-			0	-2									0	0
		Erosión		-	-			0	-2				-					0	2
Aire	Generación de partículas de polvo		-	-	-		0	-3									0	2	
	Generación de gases contaminantes						0	0									0	0	
BIOTICO	FLORA	Perdida de cobertura vegetal				-		0	-1									0	0
	Fauna	Migración de especies				-		0	-1									0	0
		Perturbación de especies				-		0	-1									0	2
CULTURAL	Hotelería	Generación de empleo	+	+	+	+	+	5	0	+	+	+	+		+	+	6	0	
		Generación de residuos				-	-	0	-2		-	-	-	-	-	-	-	0	7
	Restauración	Desarrollo económico						0	0	+	+	+			+	+	5	0	
		Desarrollo local						0	0	+	+	+			+		4	0	
	Áreas de recreación	Generación de ruido		-	-	-		0	0		-	-	-	-	-	-		0	7
								5		3	3	3	1	0	3	2	15		
TOTAL	Suma Positivos		1	1	1	1	1		-15	-3	-3	-5	-5	-3	-4	-3		-26	
	Suma negativos			-4	-4	-7	-3												

Figura 39 Matriz identificación de impactos ambientales

5.2.1 Descripción del método a aplicar

La determinación de la metodología a utilizar tomando en cuenta en base a las dos fases tanto dentro de la parte de construcción y operación del lodge, se considera la identificación de las actividades dentro de la implantación del proyecto, así como la identificación de los factores y componentes del medio, biofísico, biótico, percentual, socio económico, respectivamente con sus subdivisiones correspondientes, en base a la matriz de Leopold.

5.2.2 Escala o rango para la valoración ambiental para el EIA

A continuación, se determina el valor ponderado de las escalas y rangos para la valoración de los impactos ambientales.

Magnitud		Cuantitativa			
Positivo	Negativo	Positivo		Negativo	
1	-1	10	Alto	-10	Critico
3	-3	7	Significativo	-7	Severo
5	-5	5	Moderado	-5	Moderado
7	-7	3	Medio	-3	Medio
10	-10	1	Bajo	-1	Bajo

Representación Cromática					
Positivo			Negativo		
Alto	10		-10		Critico
Significativo	7		-7		Severo
Moderado	5		-5		Moderado
Medio	3		-3		Medio
Bajo	1		-1		Bajo

Figura 40 Escala de rangos

5.2.3 Ampliación del método y valoración de los impactos ambientales

A continuación, se detalla la ampliación del método y valoración, así como su ponderación en base a la matriz de valoración.

Actividades Impactos Ambientales			Fase de Construcción					Σ	significancia	Fase de Operación							Σ	significancia		
			Contratación de la empresa constructora	Nivelación del suelo	Cimentación	Construcción del lodge (cabanas)	Limpieza del área (desechos)			Suma positivos	Suma de negativos	Sumatoria total	Servicio de alojamiento	Servicio de alimentación	Servicio de lavandería	Servicio de parqueadero			Servicio de cine al aire libre	Servicio de renta de bicicletas
BIOFISICO	Agua	Generación de aguas residuales		-3	-7	-5	0	-15	-15	-5	-5	-7				-5	0	-22	-22	
		Alteración de ecosistema fluvial		-5	-1	-3	-5	0	-14	-14								0	-7	-7
	Suelo	Destrucción de cubierta vegetal		-3				0	-3	-3							0	0	0	
		Erosión		-3				0	-3	-3			-5				0	-5	-5	
Aire	Generación de partículas de polvo		-3	-3	-5		0	-11	-11	-5		-5	-3		-3	-5	0	-21	-21	
	Generación de gases contaminantes				-3		0	-3	-3	-5	-5	-3			-3		0	-16	-16	
BIOTICO	Flora	Perdida de cobertura vegetal		-1			0	-1	-1								0	0	0	
		Migración de especies		-3		-5		0	-8	-8							0	0	0	
	Fauna	Perturbación de especies		-3		-5		0	-8	-8			-3	-5	-3		0	-11	-11	
CULTURAL	Hotelería	Generación de empleo	7		7	7	5	26	0	26	7	5				5	5	22	0	22
		Generación de residuos						0	0	10	-5	-5	-5	-3		-3	-5	0	-26	-26
	Restauración	Desarrollo económico						0	0	12	7	7				5	5	24	0	24
		Desarrollo local						0	0	7	5	5				5		15	0	15
Áreas de recreación	Generación de ruido						0	0	0	-3	-3	-5	-5	-5	-5	-3	0	-29	-29	
									-40										-90	
TOTAL	Suma Positivos		7	0	7	7	5	26	0		10	17	0	0	0	15	10	61	0	
	Suma negativos			-21	-7	-18	-10	0	-66		-13	-13	-34	-22	-10	-14	-21	0	-151	

Representación Cromática			
Positivo		Negativo	
Alto	10	-10	Critico
Significativo	7	-7	Severo
Moderado	5	-5	Moderado
Medio	3	-3	Medio
Bajo	1	-1	Bajo

Figura 41 Matriz de valoración

5.2.4 Determinación de la magnitud e importancia severidad y significancia

La evaluación ambiental y su identificación se la realizo a través de la matriz de interacción y valoración, mediante la cual permite identificar los impactos ambientales que inciden dentro del proyecto.

5.2.5 Jerarquización de los impactos ambientales según la evaluación

Tabla 48 Descripción de la fase de construcción

Factores ambientales	Impacto ambiental	Jerarquización
Positivo		
Hostelería	Generación de empleo	14 IA
Negativo		
Agua	Alteración del ecosistema fluvial	-15 IA
Suelo	Destrucción de la cobertura vegetal	-3 IA
Aire	Generación de partículas de polvo	-11 IA
Fauna	Perturbación de las especies	-8 IA

Nota: Elaborado por el autor ,2021.

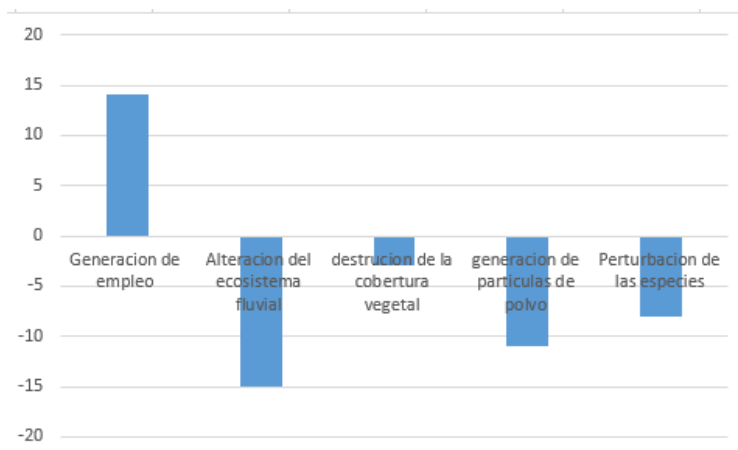


Figura 42 Resultados jerarquización de la fase de construcción

Los impactos negativos de más incidencia son:

- Alteración del ecosistema fluvial
- Destrucción de la cobertura vegetal
- Generación de partículas de polvo
- Perturbación de las especies

Los impactos positivos identificados son:

- Generación de Empleo

Tabla 49 Descripción de la Fase de operación

Factores ambientales	Impacto ambiental	Jerarquización
Positivo		
Hostelería	Generación de empleo	22 IA
Restauración	Desarrollo económico	24 IA
Negativo		
Hostelería	Generación de residuos	-26 IA
Agua	Generación de aguas residuales	-22 IA
Aire	Generación de partículas de polvo	-26 IA
Fauna	Perturbación de las especies	-11 IA
Áreas de recreación	Generación de ruido	-29 IA

Nota: Elaborado por el autor 2021.

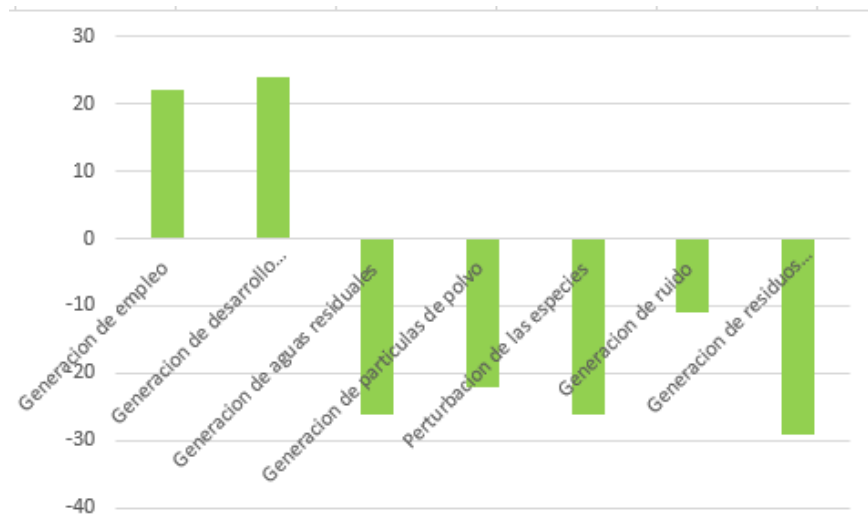


Figura 43 Resultados jerarquización de la fase de operación

Los impactos negativos de más incidencia son:

- Generación de aguas residuales
- Generación de partículas de polvo
- Perturbación de las especies
- Generación de ruido
- Generación de residuos

Los impactos positivos identificados son:

- Generación de empleo
- Desarrollo económico

5.3 Matriz de interpretación de resultados

5.3.1 Etapa de construcción

En relación a la etapa de construcción del lodge, se determina en la matriz de interacción, el resultado total de (-68), entrando en el rango de (1) - (55), es decir un impacto negativo de baja incidencia, por lo cual, tomando énfasis a los bajos parámetros de impacto ambiental, se realizaría acciones de compensación, para reducir al minio el impacto ambiental generado.

Resultado: (-33)

Matriz de interpretación de resultados			
Etapa de construcción			
Rango		Positivo	Negativo
1	55	Bajo	Bajo
56	178	Medio	Medio
179	302	Moderado	Moderado
303	426	Simplificado	Critico
477	550	Alto	Severo

Figura 44 Matriz de interpretación de resultados

5.3.2 Etapa de Operación

En relación a la etapa de operación del lodge, se determina en la matriz de interacción, el resultado total de (-68), entrando en el rango de (56) - (178), es decir un impacto negativo de media incidencia, por lo cual, tomando énfasis a los parámetros de medio impacto ambiental, se tomará alternativas de mitigación y compensación mediante la operación del lodge, frente al oferente de servicios innovadores rentables, así como sustentables para el ambiente.

Resultado: (-68)

Matriz de interpretación de resultados			
Etapa de Operación			
Rango		Positivo	Negativo
1	55	Bajo	Bajo
56	178	Medio	Medio
179	302	Moderado	Moderado
303	426	Simplificado	Critico
477	550	Alto	Severo

Figura 45 Matriz de interpretación de resultados

5.4 Matriz del plan de manejo sobre la base de la jerarquización ambiental

PLAN DE MANEJO AMBIENTAL							
Componentes		Impacto	Medidas de mitigación	Presupuesto	Responsables	Tiempo	Observación
Biofísico	Agua	Contaminación del agua (lecho de río y)	Evitar disgregar aguas residuales utilizadas por la construcción o lavado de materiales y maquinaria cerca de los cuerpos y remanentes de agua. Delimitar el área de recolección y desecho de residuos y desperdicios de construcción. Capacitación y orientación del área a utilizar para la construcción.	\$ 600	Empresa constructora	Mensual (durante la fase de construcción de la obra)	
	Aire	Esparcimiento de partículas de polvo	Humedecer el área de incidencia para la construcción, evitando la expansión del material particulado, se implementará riego por aspersión en la superficie.	\$100	Empresa constructora	Mensual (durante la fase de construcción de la obra)	Disminución y ausencia de material particulado
Biótico	Flora	Perdida de cobertura vegetal	Evitar la extracción innecesaria de la cobertura vegetal. Delimitar el área de construcción evitando el tránsito sobre especies vegetales.	\$100	Empresa constructora	Mensual (durante la fase de construcción de la obra)	
	Fauna	Perturbación de las especies	Delimitar las zonas netamente de construcción, para evitar la incidencia directa de los corredores biológicos, habitadas zonas de reproducción y alimentación de la fauna de especies terrestres.	-	Empresa constructora	Mensual (durante la fase de construcción de la obra)	
Cultura	Hostelería	Generación de residuos (desechos comunes, y aguas residuales)	Implementación e instauración de biodigestores para la recepción tratamiento y decantación de las aguas residuales emitidas por el lodge. Instauración de contenedores de recepción, proceso y clasificación de desechos comunes.	\$1000	Gerente del lodge, administradores y responsables de operación del lodge	Mensual (durante la fase de construcción de la y operación de la obra)	Reducción de presencia directa de aguas residuales y residuos comunes
	Áreas de recreación	Generación de ruido por los huéspedes	Instauración de aislantes acústicos para la insonorización dentro de la cada cabaña, para la disminución de ruido. Delimitar las frecuencias permitidas de nivel sonoro a través de la utilización de un medidor de decibles por la proyección de películas al aire libre.	\$2054	Gerente del lodge, administradores y responsables de operación del lodge	Mensual (durante la fase de construcción) Semanal (durante operación del lodge)	Disminución de ruidos generados por los huéspedes

Figura 46 Matriz del plan de manejo ambiental

CAPÍTULO VI

6.1 Estudio económico financiero

El estudio financiero del proyecto corresponde a todos los valores instaurados y detallados con los cuales cuenta y se desarrolla la fase inicial y para la operatividad del proyecto, determinando los ingresos y egresos conjuntamente con los valores y costes de los mismos, bajo operaciones determinadas en; Estado de situación inicial, Flujo de efectivo, Proyección de ingresos y gastos, Cálculo de VAN ,TIR y Punto de equilibrio.

6.1.1 Estado de situación inicial

El estado de situación inicial determinado en base a la estructura demuestra el estado financiero con el que cuenta el establecimiento “LAPIEDRA ALPINE LODGE” para entrar en operatividad y actividad comercial, para su funcionamiento dentro del mismo se detallan, los activos, pasivos y patrimonio.

6.1.2 Capital de trabajo

El establecimiento requiere una inversión total de \$ 68.328 dólares, dentro de los cuales se desglosan en \$ 11.534 dólares correspondientes a activos circulantes y \$ 56.583 dólares de activos fijos.

6.1.3 Fuentes de financiamiento y costo de capital

El patrimonio hace constatación de la participación de los socios cuyo valor de aporte es de: \$ 18.328 dólares, en base a la aportación de tres socios con aportación individual de: \$ 6.109 dólares.

En relación al monto pasivo total es de \$ 50.000 dólares, el cual pertenece al préstamo que se remitirá en la entidad bancaria de BanEcuador.

La tabla de amortización, ingresando el monto requerido para la ejecución del proyecto cuyo monto solicitado es de 50.000 dólares americanos para un plazo establecido de 36 meses con una tasa mensual del 0.75% y tasa anual del 10.21%.

En referencia al cálculo del costo de capital se remite los siguientes estamentos, la inversión inicial asciende a los \$ 68.328 dólares cuya participación es el 100 % en equivalencia al 9.14%, por lo tanto el capital propio con el que se cuenta es de \$ 18.328 dólares con participación del 27 % e interés de 6.28% con una equivalencia de 1.67%; para cubrir la contra parte del costo total de capital se remite a través de financiamiento que asciende a los \$ 50.000 dólares, con participación del 73 %, con interés del 10.21 % con valor equivalente del 7.47%.

Siendo así, que el costo de capital de la inversión en porcentaje equivalente al 9,14 %.

A continuación, se presenta la tabla consolidada del cálculo del costo de capital


CÁLCULO DEL COSTO DE CAPITAL						
	VALORES	PARTICIPACIÓN	INTERÉS	EQUIVALENCIA		COSTO DE CAPITAL DE LA INVERSIÓN
INVERSIÓN	68328	100%		9,14%		9,14%
IMPUESTO A LA RENTA				0%		
CAPITAL PROPIO	18120	27%	6,28%	1,67%		
FINANCIAMIENTO	50000	73%	10,21%	7,47%		

Figura 47 Tabla de cálculo del costo de capital

6.2 Estados financieros proyectados: situación inicial y de resultados

Los activos considerados para la operatividad y funcionamiento del establecimiento de alojamiento son: Terrenos, Edificios, Mobiliario, Equipo, Maquinaria, Gasto de instalación, Útiles de oficina.

A continuación, se presenta a detalle la tabla del estado de situación inicial

		LA PIEDRA ALPINE LODGE	
BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL AL 1 DE ENERO DE 2020			
ACTIVO		PASIVO	
Activo Circulante		Pasivo Circulante	
Caja	\$1.000	Proveedores	
BANCOS	\$10.534	Prestamo al BanEcuador	\$0
Total Activo Circulante	\$11.534,00	Total Pasivo Circulante	\$0
Activo Fijo		Pasivo a Largo Plazo	
Terrenos	\$8.000	Prestamo BanEcuador	\$50.000
Edificios/construcciones	\$33.200	Documentos por pagar a largo plazo	
Mobiliario y equipo	\$8.966	Total Pasivo Circulante	\$0
Maquinaria	\$1.380		

Activo Fijo			Pasivo a Largo Plazo	
Terrenos		\$8.000	Prestamo BanEcuador	\$50.000
Edificios/construcciones		\$33.200		
Mobiliario y equipo		\$8.966	Documentos por pagar a largo plazo	
Maquinaria		\$1.380	Total Pasivo Circulante	\$0
Gastos de instalación		\$5.000		
Papelería y útiles		\$40		
Total Activo Fijo		\$56.586		
Otros activos			PATRIMONIO	
Rentas pagadas por anticipado	0	\$0	BIENES INMUEBLES	\$0
Derechos de marca de empresa	208	208	BIENES MUEBLES	\$0
Total Otros Activos		\$208	APORTE EN EFECTIVO(3 SOCIOS)	\$18.328
			Total Capital contable	\$18.328
SUMA DEL ACTIVO		\$68.328	SUMA DEL CAPITAL CONTABLE	\$18.328
			SUMA DEL PASIVO + PATRIMONIO	\$68.328 100%

Figura 48 Estado de situación inicial

6.2.1 Flujo de caja

6.2.2 Flujo del año 1

La cuantificación del flujo del año uno se ha considerado los siguientes tres productos, los cuales son: habitación simple tipo I, habitación simple tipo II y habitación doble tipo III. Los valores según los rangos de precios establecidos para cada habitación, varían siendo así, que el producto uno le corresponde un precio de \$ 50.00 dólares, y una posibilidad de venta de 20 unidades al mes, el producto dos: \$ 70.00 dólares, con una posibilidad de venta de 48 unidades y el producto tres: \$ 120.00 dólares, con una posibilidad de venta de 24 unidades al mes.

Los meses de mayor afluencia se considera agosto, noviembre y diciembre de los cuales se contempla una posibilidad del 30% del volumen de unidades descrito; los meses considerados de mediano movimiento son febrero y agosto que se contempla una posibilidad de movimiento del 25% del volumen de unidades a la venta; y el mes de menor funcionamiento se contempla al mes de enero, marzo ,

abril, mayo, junio y septiembre con una posibilidad de movimiento del 20% de los descrito de las unidades a la venta.

En los egresos se contempla en primer lugar los costos de producción de los productos, de los cuales se realizaron valoraciones conjuntas del primer mes de 20 %.

Los gastos adicionales que general el negocio corresponden a el sueldo bajo relación de dependencia de dos empleados, décimos correspondientes en los meses de agosto y diciembre, el pago de impuesto por permisos de funcionamientos, los egresos por el pago del IVA, el gasto por publicidad tanto la inversión inicial de la construcción de comercializa como el gasto mensual por mantenimiento de la comunicación promocional, así también se contempla el servicio básico que asciende un pago mensual de y finalmente el egreso del pago del préstamo que asciende un pago mensual de \$5.576,09.

Estos movimientos de flujo mensuales de todo el año nos generan un total de ingresos de \$ 68.349,88 y un total de egresos \$31.054,03 y un flujo anual de \$36.630,12.

A continuación, se presenta una tabla consolidad de los datos generados en el flujo del año uno.

Tabla flujo año 1

INGRESOS	Precio	unidad la venta	Enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio
Porcentaje ocupacion habitacion			20%	25%	20%	20%	20%	20%	30%
Porcentaje comercializacion productos y servicios			80%	60%	80%	80%	90%	60%	80%
Habitación simple (Tip)	50	100	1000	1250	1000	1000	1000	1000	1500
Habitación simple (Tip)	70	240	3360	4200	3360	3360	3360	3360	5040
Habitación doble (Tipo)	120	120	2880	3600	2880	2880	2880	2880	4320
TOTAL INGRESOS		460	7240	9050	7240	7240	7240	7240	10860
EGRESOS									
Costo hab simple(Tipo)	50		200	250	200	200	200	200	300
Costo hab simple(Tipo)	70		672	840	672	672	672	672	1008
Costo hab doble (Tipo)	120		576	720	576	576	576	576	864
Costo Desayunos	300	300	300	300	300	300	300	300	300
Mantenimiento	150	150	150	150	150	150	150	150	150
Sueldos	1300	1300	1300	1300	1300	1300	1300	1300	1300
Decimos									
IESS	11,15%	144,95	144,95	144,95	144,95	144,95	144,95	144,95	144,95
Permisos	52	52	52	52	52	52	52	52	52
Impuestos	150		517,14286	646,42857	517,14286	517,14286	517,14286	517,14286	775,71429
Publicidad	500	500	500	500	500	500	500	500	500
Servicios Básicos	200	200	200	200	200	200	200	200	200
PAG DE PRESTAMO	964	964	964	964	964	964	964	964	964
TOTAL EGRESOS			5576,09	6067,38	5576,09	5576,09	5576,09	5576,09	6558,66
FLUJO DE CAJA			1663,91	2982,62	1663,91	1663,91	1663,91	1663,91	4301,34
FLUJO ACUMULADO			1663,91	4646,53	6310,44	7974,34	9638,25	11302,16	15603,49

julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre	TOTAL ANUAL	UNIDADES VENDIDAS	
30%	25%	20%	30%	30%	30%			
80%	100%	80%	80%	100%	100%			
1500	1250	1000	1500	1500	1500	14500	290	
5040	4200	3360	5040	5040	5040	48720	696	
4320	3600	2880	4320	4320	4320	41760	348	
10860	9050	7240	10860	10860	10860	104980		
							costos fijos	costos variables
300	250	200	300	300	300	2900	v	2900
1008	840	672	1008	1008	1008	9744	v	9744
864	720	576	864	864	864	8352	v	8352
300	300	300	300	300	300	3600	f	3600
150	150	150	150	150	150	1800	f	1800
1300	1300	1300	1300	1300	900	15200	f	15200
	1200				1300	1300	f	1300
144,95	144,95	144,95	144,95	144,95	144,95		f	
52	52	52	52	52	52	624	f	624
775,71429	646,42857	517,14286	775,71429	775,71429	775,71429	308079,9		
500	500	500	500	500	500	6000	f	6000
200	200	200	200	200	200	2400		
964	964	964	964	964	964	11568		
6558,66	7267,38	5576,09	6558,66	6558,66	7458,66	68349,88	28524	20996
4301,34	1782,62	1663,91	4301,34	4301,34	3401,34	31054,03		
15603,49	17386,11	19050,02	23351,36	27652,69	31054,03	36630,12		

Figura 49 Tabla flujo año 1

6.2.3 Flujo del año 5

Para la cuantificación del flujo del año cinco se ha determinado los siguientes estamentos como lo es el porcentual del incremento anual que es del 6%, así como el costo de capital del 9,14%; con inversión \$ 68.328; valor anual neto de \$ 89.681.58, y la tasa interna de retorno de 50.11%.

Los datos generados en base a la cuantificación estimada se determina la interrelación del año uno, al año cinco, dentro del cual existe un incremento sustancial de \$ 6.000 dólares para cada año; por otra parte dentro de los egresos existe un decremento de \$ 4.000 por año, resultando un flujo de caja estimado por año de ingreso neto de \$ 2.000 dólares siendo así que la tasa interna de retorno y la recuperación del capital se la realizaría en el año dos, con un monto de \$ 75.403 dólares , con \$7,075 sobre el capital inicial dictaminado para la inversión.

A continuación, se detalla la tabla de valores correspondientes al flujo del año cinco.

Incrmento anual	6%
Costo de capital	9,14%
Inversión	68328
VAN	89681,58
TIR	50,11%

Detalle	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
Ingresos	104980	111121,33	117621,928	124502,811	131786,225
Egresos	68349,88	72348,34647	76580,7247	81060,6971	85802,7479
Flujo de caja	36630,1214	38772,98353	41041,2031	43442,1134	45983,4771

DATOS PARA LA TIR	-68328	36630,1214	38772,98353	41041,2031	43442,1134	45983,4771
	36630,1214	75403,10496	116444,308	159886,421	205869,899	

Figura 50 Tabla flujo año 5

6.3 Análisis y evaluación financiera

En base a las operaciones financieras determinadas en: Estado de situación inicial, Flujo de efectivo, Proyección de ingresos y gastos, Cálculo de VAN, TIR y Punto de equilibrio, tomando como base sustancial el del flujo de caja y de la tasa interna de retorno, la recuperación del capital se la realizaría en el año dos, con un monto de \$ 75.403 dólares con un diferencial de \$7,075 dólares sobre el capital inicial dictaminado para la inversión que es de \$ 68. 328, En relación a las operaciones y estamentos realizados se determina la viabilidad y factibilidad para la ejecución del presente proyecto.

CONCLUSIONES

- El presente emprendimiento se ha determinado que en la parroquia de Cangahua donde se va a implementar el lodge, cuenta con atractivos naturales y culturales dinamizadores para desarrollo social y la economía local a través de la actividad turística, ya que cuentan con facilidad para su acceso, por ende pueden ser visitados sin ningún problema, también cuentan con servicios básicos en óptimas condiciones mejorando la calidad de vida de sus habitantes e instaurando la puesta de valor potencial para que la actividad turística sea benefactora y se desarrolle progresivamente, creando así un destino turístico con relevancia dentro del cantón Cayambe.
- En función al perfil del turista y cliente potencial para el lodge se determinó que el género masculino, así como femenino, oscilan entre las edades de 26 a 40 años, cuyos niveles de ingresos son de 900 dólares, siendo empleados públicos, con preferencia de visita a entornos naturales dispuestos a pagar de 50 a 70 dólares por consumo de servicios de alojamiento.
- Los requerimientos técnicos de implementación de infraestructura de alojamiento, es a través de un lodge con características de tipo alpino diseño innovador de infraestructura inexistente dentro del sector, el cual mantendrá su diseño amigable con el ambiente, cubriendo la necesidad y satisfacción de los turistas y huéspedes que lo visiten, dentro del cual también se incorporó servicios turísticos complementarios recreativos.

- En determinación de los medios de difusión y comercialización por los cuales se proyectará el lodge será de manera directa e indirecta, para la comercialización de los servicios. Así como alianzas estratégicas con otros establecimientos, para la fidelización de los clientes se obsequiará souvenirs y como otro medio estratégico de difusión será el de boca en boca dentro de la sociedad consumidora.
- El estudio ambiental para la fase de construcción y operatividad del emprendimiento, han generado impactos ambientales positivos como negativos siendo como generación de empleo y generación de economía, por otra parte, la generación de residuos y contaminación por aguas residuales se ha tomado alternativas de mitigación y compensación, dentro del plan de manejo como la implementación de biodigestores para la recepción tratamiento y decantación de las aguas residuales emitidas por el lodge.
- En relación al estado financiero, la inversión es de \$ 68.328 y la recuperación del capital se la realiza en el año dos, con un monto de \$ 75.403 dólares en relación a las operaciones financieras realizadas determinando la viabilidad y factibilidad del proyecto.

RECOMENDACIONES

- Es recomendable generar más apoyo por parte del departamento turístico hacia los emprendimientos, así como la difusión y catalogación de los atractivos, generando una base de datos de información relevante para los visitantes.
- Generar más alternativas de estudio y determinación de mercado, para un perfil de turista óptimo, a través de la generación o implementación de nuevos servicios complementarios, con enfoque directo hacia el resto del mercado consumidor.
- Se recomienda aumentar la gama de servicios proyectados para dar más realce y cobertura de la demanda y así otorgar una experiencia turística diferente a los visitantes.
- Generar más alianzas estratégicas con diferentes establecimientos turísticos e instituciones públicas y privadas, para aumentar el nivel de cobertura de promoción, y difusión del lodge.
- Realizar inspecciones y capacitaciones ambientales continuas del emprendimiento, así como de su personal, y generar nuevos planes de reducción de consumo de energías no renovables.
- Es importante llevar una óptima administración financiera periódica de los recursos económicos y de toda la empresa, para que el emprendimiento

siga en marcha, percibiendo ganancias netas y creciendo como una empresa de renombre dentro de la localidad. Así como es recomendable que exista mas apoyo directo de entidades financieras.

BIBLIOGRAFÍA

- Alicante. (2018). Obtenido de <https://glosarios.servidor-alicante.com/turismo/oferta-turistica>
- Angeles, Ramos , G., & Avikes , Marquez, L. (2018). Obtenido de [https://www.urp.edu.pe/pdf/id/1935/n/#:~:text=Para%20empezar%2C%20debemos%20conocer%20qu%C3%A9,%20o%20intangible%20\(servicios\).](https://www.urp.edu.pe/pdf/id/1935/n/#:~:text=Para%20empezar%2C%20debemos%20conocer%20qu%C3%A9,%20o%20intangible%20(servicios).)
- Cayambe turismo . (2018). *Cayambe turismo*. Obtenido de <https://cayambeturismo.gob.ec/historia/>
- Chavez, Garcia , M. B., & Montes de oca, Moncayo, A. F. (2018). Obtenido de <http://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/13985/1/T-ESPE-057583.pdf>
- GADIPMC. (2020). Obtenido de https://municipiocayambe.gob.ec/images/ley_transparencia/LOTAIP/R_cuentas_2020/1.%20PLAN%20DE%20DESARROLLO%20Y%20ORDENAMIENTO%20TERRITORIAL%20DEL%20CANT%3%93N%20CAYAMBE%202020-2030.pdf
- MINTUR. (2014). Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/ecuador-megadiverso-y-unico-en-el-centro-del-mundo/>
- MINTUR. (2015). Obtenido de <https://siete.turismo.gob.ec/reglamento/REGLAMENTO%20DE%20ALOJAMIENTO%20TURISTICO.pdf>
- Ochoa, Valdez, D. I., & Ochoa, Silva, B. (2015). En *Turismo Rural* . MEXICO : ITSON.
- OMT. (2014). Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es> ›
- Paredes. (2013).
- PDOT Cangahua. (2020). Obtenido de http://www.gadpcangahua.gob.ec/PDOT_CANGAHUA_2020.pdf
- PNMU. (2016). Obtenido de <https://eird.org/pr14/cd/documentos/espanol/Publicacionesrelevantes/Recuperacion/5-Med-Ambiente.pdf>
- PNUMA. (2016). Obtenido de <https://eird.org/pr14/cd/documentos/espanol/Publicacionesrelevantes/Recuperacion/5-Med-Ambiente.pdf>
- Poma, T. . (2018). Obtenido de <http://repositorio.utmachala.edu.ec/handle/48000/12946>
- Quiroga, M. (2020). Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/producto.html>

- Socateli. (2013). Obtenido de [http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/handle/49000/8060/E-UTB-FCJSE-HTURIS-000135.pdf?sequence=1&isAllowed=y#:~:text=\(Socatelli%2C%202013\)%20Define%20a,o%20vendedores%20quieren%20y%20pueden](http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/handle/49000/8060/E-UTB-FCJSE-HTURIS-000135.pdf?sequence=1&isAllowed=y#:~:text=(Socatelli%2C%202013)%20Define%20a,o%20vendedores%20quieren%20y%20pueden)
- Thomson, R. (2019). *El mundo* . Obtenido de <https://www.elmundo.es/extras/30-aniversario-el-mundo/2019/07/16/5d2d9a5821efa02c7f8b457e.html>
- UNWTO. (2005). Obtenido de <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284420858>
- UWTO. (2021). Obtenido de <https://www.unwto.org/es/turismo>
- Vazquez, A. (2013). Obtenido de <https://www.traveler.es/viajes-urbanos/articulos/que-es-un-lodge-y-que-no-lo-es/3331>
- Victor, P. (2012). Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/3303/1/UPS-QT02932.pdf>
- Wolleter, A. (2018). *Manual de destinos* . Santiago de Chile: ladupla.cl.

ANEXOS

Anexo 1. Validación de instrumentos

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE		
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS		
CARRERA DE TURISMO		
ESTUDIANTE: Carlos David Gualavisi Coyago		
CICLO: Noveno	FECHA DE REVISIÓN	02/06/2021
TEMA: LODGE ALPINO COMO ALTERNATIVA DE ALOJAMIENTO EN EL COMPLEJO TURÍSTICO LA PIEDRA PARROQUIA CANGAHUA ,CANTÓN CAYAMBE, PROVINCIA PICHINCHA"		
OBJETIVO GENERAL:	Implementar un lodge alpino como alternativa de alojamiento en el complejo turístico "LAPIEDRA" parroquia de Cangahua Canton Cayambe Provincia - Pichincha.	
OBJETIVO ESPECÍFICO: Diagnosticar la situación actual del emprendimiento, para el posicionamiento de alojamiento dentro de sus servicios ofertados.	INSTRUMENTO	Ficha Diagnóstico para emprendimiento
OBJETIVO ESPECÍFICO: Determinar la oferta y demanda, así como el grado de aceptación del proyecto mediante un estudio de mercado.	INSTRUMENTO	Encuesta/ Entrevista a la competencia
OBJETIVO ESPECÍFICO: Diagnosticar los posibles impactos ambientales generados por la ejecución del proyecto, a través de la evaluación y aplicación de métodos de impactos ambientales.	INSTRUMENTO	Matriz Leopoldo
EL ESTUDIANTE EN LA ENCUESTA CONSIDERA LAS SIGUIENTE VARIABLES	CUMPLE	NO CUMPLE
ENCABEZADO /LOGO UTN	X	
OBJETIVO DE LA ENCUESTA	X	



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Resolución No. 001- 073 CEAACES - 2013 - 13

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS CARRERA DE TURISMO

SCIENTIA ET THECNICUS IN SERVITIUM POPULI

INSTRUCCIONES	X	
VARIABLES SOCIO - DEMOGRÁFICAS		
Género	X	
Edad (Determinar criterios y rangos) PEA	X	
Lugar de residencia (cantones de provincia) otros - extranjero	X	
Nivel de instrucción	X	
Estado civil	X	
Ocupación	X	
Nivel de ingresos	X	
VARIABLES PERFIL DEL CONSUMIDOR		
Preferencia de consumo (depende del emprendimiento)	X	
Frecuencia de consumo (depende del emprendimiento)	X	
Monto de gasto en la compra de producto/servicio	X	
Servicios complementarios asociados al producto/servicio	X	
Monto de gasto en productos complementarios	X	
Acompañantes (número de personas)	X	
Acompañantes (Tipo de personas Ejm. familia)	X	
Tiempo de permanencia/ productos turísticos	X	
Medios de ofertas promocionales	X	
Valoración del entorno/ambiente	X	
Opción de productos(caso de operadoras paquetes a ofrecer)Especialización		

	¿Es adecuado el instrumento para el objetivo específico?		¿Es correcta la estructura y diseño del instrumento?	
	SI	NO	SI	NO
Instrumento Objetivo Específico 1:	X		X	
Instrumento Objetivo Específico 2:	X		X	
Instrumento Objetivo Específico 3:	X		X	



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Resolución No. 001- 073 CEAADES - 2013 - 13

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE TURISMO

A ET THECNICUS IN SERVITIUM POPULI

Victoria Geovanna Ruiz Erazo
DOCENTE DIRECTOR - TURISMO, FACA-UTN
FACA - UTN
CI: 0401393855

Fabio Elton Cruz Góngora
TUTOR DE PROYECTO - TURISMO,
FACA - UTN
CI: 1002737581

Anexo 2: Matriz demográfica



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Resolución No. 001-073 CEAACES - 2013 - 13

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE TURISMO

T HECHNICUS IN SERVITIUM POPULI

INFRAESTRUCTURA, EQUIPAMIENTOS GENERALES Y SEGURIDAD (4)				
TRANSPORTE PÚBLICO	OFICINAS BANCARIAS	HOSPITALES/CENTROS DE SALUD	OFICINAS PÚBLICAS DE APOYO EMPRESARIAL	POUCÍA
Cooperativa de transporte Cia. Ayora		Sub centro de salud parroquia de Juan Montalvo		Destacamento policial de la parroquia de Juan Montalvo
COOPERATIVAS DE TAXIS		PARQUEADEROS	MERCADOS Y/O TIENDAS	
Cooperativa de taxis "YANANTAX"			Minimarket D.todo	
PROXIMIDAD A OTROS CENTROS URBANOS				
LOCALIDAD	DISTANCIA	TIEMPO	MEDIOS DE TRANSPORTE	TIPO DE VÍA
Parroquia de Juan Montalvo	1.5 km	5 minutos	Coop. transporte Cia. Ayora.	Segundo orden
Ciudad de Cayambe	3 km	10 minutos	Coop. Transporte Cia. Ayora	Segundo orden
POTENCIALIDADES TURÍSTICAS CERCANAS QUE FAVORECEN AL EMPRENDIMIENTO				
NATURALES		CULTURALES		
NOMBRE DEL SITIO	CARACTERÍSTICAS FAVORABLES	NOMBRE DEL SITIO	CARACTERÍSTICAS FAVORABLES	
	Se puede realizar la actividad de rafting en fechas comprendidas entre los meses	Complejo arqueológico de gambamerca	En el complejo arqueológico se puede realizar diferentes actividades como senderismo visita al museo y ruinas del complejo	

Río Guachalá		de abril a junio, cuando el caudal del río esta favorable.			
COMPETENCIA					
NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO	CARACTERÍSTICAS			OBSERVACIONES	
	UBICACION	SERVICIO/PRODUCTO QUE BRINDA	POSIBLE SEGMEN TO DE MERCADO QUE CUBRE	CAPACIDAD DE SERVIDO	
Rincón del río	Parameri cana sur junto al puente río Guachalá	Alojamiento Alimentación Pesca deportiva	Familiar	100	
FACILIDADES TURÍSTICAS DE ACCESO AL EMPRENDIMIENTO					
19.1 TIPO	SI/NO	DETALLE DE LA INFORMACIÓN	ESTADO	OBSERVACIONES	
SEÑALIZACIÓN	No	No hay señalización de direccionamiento al sector	Inexistente		
SEÑALÉTICA	No	No hay señalética en la cercanía al sector	Inexistente		
UBICACIÓN EN MAPAS DIGITALES	SI	Su ubicación esta georeferenciada en google maps	Actualizada y en perfecto funcionamiento		
MODALIDADES DE TURISMO QUE SE PRACTICAN					
TIPO	SI/NO	TEMPORALIDAD	LUGAR (ES) DONDE SE DESARROLLA LA ACTIVIDAD	MODALIDAD A LA QUE CONTRIBUYE EL EMPRENDIMIENTO	
ECOTURISMO	SI	Todo el año	Montañas, ríos, Bosques		

Anexo 3: Encuesta de segmentación de mercado

SCIENTIA ET THECNICUS IN SERVITIUM POPULI

Encuesta



UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE

Carrera de Turismo

Objetivo: Identificar el segmento de mercado y comportamiento de consumo por servicios de alojamiento a implementar en el complejo turístico "LA PIEDRA" ubicado en el sector rural de la ciudad de Cayambe.

Instrucciones: Por favor lea sinuosamente las preguntas y seleccione de acuerdo a su criterio las respuestas, al finalizar envíe la encuesta.

Tiempo: 5 minutos

1. Género

Selecciona la respuesta

2. Edad

Selecciona la respuesta

3. Lugar de residencia

Selecciona la respuesta

4. Estado civil

Selecciona la respuesta

5. Nivel de instrucción

Selecciona la respuesta

6. Ocupación



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Resolución No. 001- 073 CEAACES - 2013 - 13

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE TURISMO

SENTIA ET THECNICUS IN SERVITIUM POPULI

Selecciona la respuesta

7. Nivel de Ingresos económicos

Selecciona la respuesta

8. ¿Qué tipo de alojamiento turístico prefiere usted?

Selecciona la respuesta

9. ¿Con que frecuencia en el último año usted adquirió servicios de alojamiento en sus actividades turísticas?

- 1 vez a la semana
- 2 veces a la semana
- 2 o más
- Ninguno

10. ¿Cuánto gasto en su último viaje turístico por servicio de alojamiento?

- 10 a 20 usd
- 25a 35 usd
- 50 a 70 usd
- 70 o más

11. ¿A través de que medio usted percibe información de alojamiento turístico?

Selecciona la respuesta

12. ¿Cuánto tiempo duró su estancia en el último viaje por turismo?

- 1 a 2 días
- 3 a 4 días
- 4 o más

13. ¿Con cuantas personas viaja habitualmente?



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Resolución No. 001- 073 CEAACES - 2013 - 13

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE TURISMO

SCIENTIA ET THECNICUS IN SERVITIUM POPULI

14. ¿Con quién viaja habitualmente?

Selecciona la respuesta

15. ¿Le gustaría que se implemente infraestructura de alojamiento en el complejo turístico?

- Si
- Talves
- No

16. ¿Qué tipo infraestructura de alojamiento preferiría que se implemente en el complejo?

- Cabañas alpinas
- Cabañas rusticas
- Bungalows
- Otro

17. ¿Qué tipo de servicios complementarios le gustaría que oferte el alojamiento?

Selecciona la respuesta

18. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por los servicios complementarios anterior mente seleccionados?

- 10 a 20 usd
- 20 a 30 usd
- 30 o más

19. ¿Qué tipo de ambientación y decoración le gustaría que se adecue dentro del alojamiento?

- Semi-rustico
- Rústico
- Moderno

Anexo 4: Entrevistas de alojamientos turísticos

SCIENTIA ET THECNICUS IN SERVITIUM POPULI



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE TURISMO

Dirigido:

Gerente General

Objetivo: La presente entrevista está dirigida a los principales establecimientos de alojamiento rural en el cantón, con el objetivo de obtener información relevante y significativa en relación a oferta de servicios de alojamiento turístico, que se desarrolla en el cantón Cayambe.

Datos del establecimiento

Nombre:.....

Ubicación:.....

Categoría:.....

1.- ¿Cuántos años está en el mercado?

.....

2.- ¿Cuál es su mercado meta?

.....

3.- ¿Cuál es su segmento de mercado?



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Resolución No. 001- 073 CEAACES - 2013 - 13

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE TURISMO

SCIENTIA ET THECNICUS IN SERVITIUM POPULI

.....

4.- ¿Cuál es su capacidad de carga?

.....

5.- ¿Cuántos turistas recibe al mes?

.....

6.- ¿Cuál es la temporada donde tiene más afluencia turística?

.....

7.- ¿Cuáles son los medios de comunicación por los cuales usted difunde sus servicios turísticos?

.....

8.- ¿Qué tipos de servicios complementarios brinda aparte del alojamiento?



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Resolución No. 001- 073 CEAACES - 2013 - 13

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE TURISMO

HECNICUS IN SERVITIUM POPULI

9.- ¿Tiene pensado innovar su infraestructura turística de alojamiento, qué pensaría implementar?

.....

10.- ¿Cuál es su proyección en desarrollo turístico en el cantón y en servicios de alojamiento?

.....

11.- ¿En alguna ocasión a tenida alta demanda por alojamiento y no ha podido cubrirla por falta de plazas, si es así, ha optado por aliarse con otros establecimientos de alojamiento?

.....

Anexo 5: Plan de manejo de visitas al P.N.C.C.

MINISTERIO DEL
AMBIENTE Y AGUA

Lenin



Plan de Manejo del **Parque Nacional Cayambe Coca**

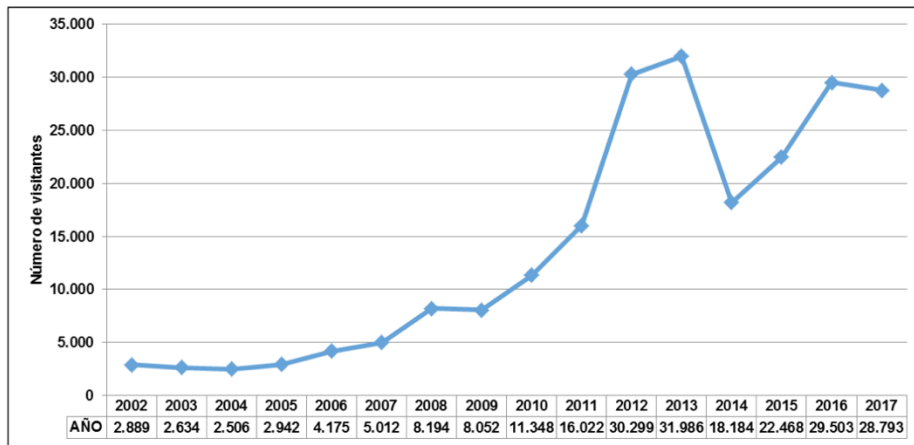
2020 - 2030



Parque Nacional
Cayambe-Coca

En cifras se tiene que entre 2002 y 2017 el PNCC ha recibido un total de 253.388 visitantes, con un promedio anual de 15.837 visitantes. De este total, 225.007 (88,80 %) son nacionales y 28.361 (11,20 %) son extranjeros.

Figura 1: Evolución de la visitación en el PNCC entre los años 2002 a 2017



Fuente: MAAE, 2018a. Elaboración: CEPP, 2018.

El análisis histórico de los registros de la visitación muestra un aumento significativo entre los años 2011 y 2012 (16.002 vs. 30.299), debido principalmente al decreto de gratuidad para el ingreso a las áreas protegidas, de acuerdo a lo establecido en el Acuerdo Ministerial N° 006 de 16 de enero de 2012 (MAAE, 2012). Luego, entre los años 2013 y 2014 se observa un decrecimiento de visitantes, principalmente nacionales, probablemente por la crisis económica nacional en ese año; pero esto se supera posteriormente, con la promoción gubernamental acerca de hacer turismo interno, y considerando el cierre del Parque Nacional Cotopaxi por el proceso eruptivo del volcán, que generó nuevas oportunidades para otras áreas protegidas.

Los meses de mayor visitación al PNCC son agosto y noviembre, mientras que junio y septiembre son los meses que registran un menor número de visitantes. La mayoría de los visitantes son nacionales y provienen de ciudades cercanas de la serranía como, Quito, Ibarra, Cayambe y Otavalo. En menor medida, el PNCC recibe visitantes extranjeros, principalmente provenientes de los Estados Unidos, Colombia y Alemania, seguido por otros países europeos como Francia y España.

2.4 CARACTERÍSTICAS SOCIOECONÓMICAS

En esta sección se describe los aspectos sociales, culturales, económicos y de uso del suelo existente en la actualidad en el PNCC, aspectos clave que deben ser considerados en la gestión del área protegida. Una descripción más detallada consta en el Anexo 1 digital.



Foto: Artesanías Comunidad de Oyacachi

Anexo 6: Resumen Ejecutivo certificado por la UEMPR



Abstract

The major objective of this project is to build a lodge as an alternative that fits the needs of guests, ensuring their satisfaction, delivering quality, and encouraging them to visit additional local attractions and tourist places. As a result, numerous factors are considered in the current investigation to establish the feasibility of the firm, including a market study, technical study, administrative-legal study, economic-financial study, and environmental study. The market study's findings were derived by examining and analyzing numerous facts, including tourist admission into the canton, the number of visitors to the Cayambe Coca National Park in 2017, which totaled 28,793 visitors, and the demand and reception capacity of various lodging places. The market size was determined by the technical research, which determined that the lodge's operation phase will serve 1,584 visitors whose location is within the jurisdiction of the parish of Cangahua, based on the objective prospective demand. The technical-administrative study was determined through the legal and organizational structure for the establishment of the lodge, as well as its marketing and dissemination strategies. The environmental study was defined through the use of methods to evaluate the environmental impacts generated by the construction and operation phases of the lodge, which resulted in positive and negative impacts, which have been evaluated according to their magnitude, taking mitigation and compensation alternatives based on the incorporation of the environmental management plan. In the economic-financial study, it has been determined the investment to be made is \$ 68,328 concerning the operations, the recovery of the capital would be made in year two, with an amount of 75,403 dollars, determining the viability and feasibility for the execution of the present enterprise.

Keywords: Tourism, Entrepreneurship, Tourist destination, Lodge, Lodging.

Reviewed by Víctor Raúl Rodríguez Viteri

Árbol de problemas

