

# UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS

CARRERA DE TURISMO



**“IMPLEMENTACIÓN DE UN LODGE CON ALOJAMIENTO ESTILO IGLÚ CON TEMÁTICA CULTURAL DEL PUEBLO KICHWA OTAVALO EN LA COMUNIDAD DE QUINCHUQUI – ECUADOR”**

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

## AUTORAS

Karla Patricia Chicaiza Pujota

Mayra Joselyn Vega Fuentes

## DIRECTOR

Jorge Armando Flores Ruiz

Ibarra, 2023

## APROBACIÓN DIRECTOR TRABAJO DE GRADO

Yo, Jorge Armando Flores Ruiz, Director del Trabajo de Grado “IMPLEMENTACIÓN DE UN LODGE CON ALOJAMIENTO ESTILO IGLÚ CON TEMÁTICA CULTURAL DEL PUEBLO KICHWA OTAVALO EN LA COMUNIDAD DE QUINCHUQUI – ECUADOR” de autoría de las señoritas: Chicaiza Pujota Karla Patricia, con cédula de ciudadanía número 100500681-0, y Vega Fuentes Mayra Joselyn, con cédula de ciudadanía número 105042985-9, tengo a bien manifestar que el documento contiene los requisitos académicos e investigativos pertinentes para que sea sometido a defensa pública, por lo que autorizo que se realicen los trámites consiguientes.



**Jorge Armando Flores Ruiz**

**C.I. 1002236410**

<https://orcid.org/0000-0001-7536-2805>

DIRECTOR TRABAJO DE GRADO.



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

**IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA**

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

<b>DATOS DE CONTACTO</b>			
<b>CÉDULA DE IDENTIDAD:</b>	1005006810 1050429859		
<b>APELLIDOS Y NOMBRES:</b>	Chicaiza Pujota Karla Patricia Vega Fuentes Mayra Joselyn		
<b>DIRECCIÓN:</b>	Otavalo		
<b>EMAIL:</b>	<a href="mailto:kpchicaizap@utn.edu.ec">kpchicaizap@utn.edu.ec</a> <a href="mailto:mjvegaf@utn.edu.ec">mjvegaf@utn.edu.ec</a>		
<b>TELÉFONO FIJO:</b>	2690-299	<b>TELÉFONO MÓVIL:</b>	0988698751 0998234756

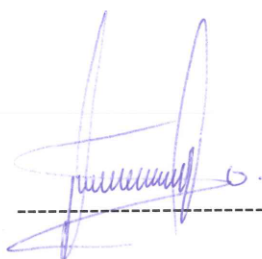
<b>DATOS DE LA OBRA</b>	
<b>TÍTULO:</b>	Implementación de un lodge con alojamiento estiló iglú con temática cultural del pueblo kichwa Otavalo en la comunidad de Quinchuquí – Ecuador
<b>AUTORAS:</b>	Chicaiza Pujota Karla Patricia, Vega Fuentes Mayra Joselyn
<b>FECHA: DD/MM/AAAA</b>	13/11/2023
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
<b>PROGRAMA:</b>	<b>PREGRADO</b>
<b>TITULO POR EL QUE OPTA:</b>	Licenciatura
<b>ASESOR /DIRECTOR:</b>	Jorge Armando Flores Ruiz

## CONSTANCIAS

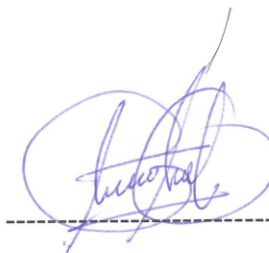
Las autoras manifiestan que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto, la obra es original y que son las titulares de los derechos patrimoniales, por lo que asumen la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrán en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

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

### LAS AUTORAS:



Mayra Joselyn Vega Fuentes



Karla Patricia Chicaiza Pujota

## **DEDICATORIA**

Este trabajo de grado está dedicado a Dios por permitirnos llegar a este momento especial en nuestras vidas, por habernos dado la oportunidad de vivir y poder concluir con éxito este ciclo, a nuestros padres por comprendernos en los momentos difíciles y nunca soltarnos, el apoyo recibido y los años que han pasado no han sido en vano, en este proyecto hemos plasmado todo nuestro amor y dedicación.

De todo corazón esperamos que las futuras generaciones de profesionales en turismo de la Universidad Técnica del Norte, lo usen como documento de consulta para indagar sobre procesos en la gestión de emprendimientos en el turismo.

Chicaiza Karla

Vega Mayra

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco de manera especial a mi familia, principalmente a mis padres, quienes me han inculcado valores, principios y me han brindado su apoyo incondicional en toda mi etapa de estudio, también quiero dedicar este trabajo a mi esposo quien supo entenderme y darme ánimo para que no me rindiera, lo cual me ha motivado para seguir creciendo y concluir con éxito este ciclo. A mi director y tutor de tesis, sus apoyos, persistencia, paciencia y orientaciones han sido fundamentales para mi formación profesional.

*Vega Fuentes Mayra Joselyn*

Quiero hacer llegar mis agradecimientos más sinceros a las personas más importantes de mi vida que son mis padres, quienes se han esforzado constantemente por darme el mejor regalo que es la educación y la confianza de seguir mis sueños sin importar lo duro que sea, a mis hermanas quienes han estado apoyándome constantemente en este proceso de culminación de la carrera y poder ser su ejemplo a seguir.

*Chicaiza Pujota Karla Patricia*

## INDÍCE DE CONTENIDOS

DEDICATORIA.....	IV
AGRADECIMIENTO.....	V
RESUMEN.....	XVI
ABSTRACT .....	XVII
INTRODUCCIÓN .....	XVIII
CAPITULO I.....	1
1.    Unidad 1. Idea de negocio.....	1
1.1.    El problema .....	3
1.2.    Objetivos .....	4
1.2.1    Objetivo general .....	4
1.2.2    Objetivos específicos.....	4
1.3    Enunciado del problema.....	4
1.3.1    Declaración de causas y efectos del problema. ....	5
1.3.2    Declaración del problema central.....	6
1.4.    Propuesta de la idea de negocio.....	7
1.4.1    Sustentar la innovación de la idea de negocios .....	8
1.4.2    Factores que intervienen en la puesta en marcha de la idea de negocio.....	9
1.4.3    Situación del macro ambiente .....	9
1.4.4    Situación competitiva .....	17

1.4.5	Matriz diagnóstica .....	18
1.5	Modelo de Negocio .....	19
1.5.1	Descripción del modelo de negocio aplicado al emprendimiento .....	20
CAPITULO II .....		22
2.	Estudio de Mercado .....	22
2.1.1	Tipos de investigación / Técnicas e instrumentos de recolección .....	22
2.1.2	Tipo de muestreo y cálculo de la muestra .....	23
2.1.2.1	Cálculo de la muestra .....	24
2.1.3	Instrumentos de recolección .....	27
2.1.4	Segmentación del mercado consumidor (Perfil del turista).....	27
2.1.5	Preferencias de consumo del producto / comportamiento del consumidor .....	28
2.3	Análisis de la oferta.....	46
2.4	Demanda insatisfecha o nivel de aceptación del producto .....	48
2.5	Propuesta mercadológica.....	49
2.5.1	Identidad corporativa.....	49
2.5.2	Marca e imagen corporativa .....	49
2.5.3	Nombre comercial de la empresa .....	50
CAPITULO III .....		57
3	Estudio Técnico.....	57
3.1	Análisis y determinación del tamaño óptimo de la empresa .....	57
3.1.1	Identificación de la demanda.....	57



3.1.2	Número de clientes proyectados.....	57
3.1.3	Consumo aparente con respecto a los servicios demandados.....	57
3.2	Análisis y determinación de la localización óptima del proyecto .....	58
3.2.1	Macro localización: .....	58
3.2.2	Micro localización:.....	59
3.3	Identificación y descripción de los procesos .....	60
3.3.1	Caracterización y diseño del producto/servicio.....	60
3.3.2	Descripción del proceso productivo o prestación del servicio .....	63
3.4	Ingeniería del proyecto.....	63
3.4.1.	Distribución de la planta.....	63
3.4.2	Planos de la instalación/infraestructura .....	64
3.4.3	Requerimientos por áreas .....	69
3.4.4.	Inversiones y capital de trabajo .....	72
3.5	Inversión y capital de trabajo .....	73
3.6	Estructura organizativa y administrativa .....	73
3.6.1	Misión.....	73
3.6.2	Visión .....	74
3.6.3	Políticas .....	74
3.6.4	Valores.....	75
3.6.5	Organigramas .....	76

3.6.6	Flujograma de actividades .....	81
3.7	Constitución de la empresa (Empresas SAS) y propiedad intelectual.....	85
3.8	Propuesta comercial .....	86
3.9.	Promoción .....	88
3.9.1	Redes sociales.....	89
CAPITULO IV .....		91
Unidad 4. Estudio ambiental .....		91
4.1.	Descripción de las etapas y sus respectivas actividades del emprendimiento.....	91
4.2	Determinación de la metodología.....	94
4.3	Identificación, evaluación y jerarquización de los impactos ambientales .....	95
4.4	Parámetros de valoración .....	97
4.5	Resumen de importancia .....	102
4.6	Impactos positivos y negativos del estudio .....	105
4.7	Matriz de plan de manejo ambiental .....	106
CAPITULO V .....		108
5.	Estudio financiero.....	108
5.1.	Inversiones y capital de trabajo .....	108
5.1.1.	Capital de trabajo.....	109
5.1.2.	Fuentes de financiamiento y costo de capital. ....	111
5.2.	Estados financieros proyectados: de situación inicial y de resultados .....	111
5.2.1.	Balance de situación inicial .....	111

5.2.2. Tabla de amortización .....	113
5.2.3. Costo de capital .....	114
5.2.4. Flujo de caja primer año y proyección a 5 años .....	115
5.2.5. Análisis y evaluación financiera (VAN TIR) .....	119
5.2.6. Punto de equilibrio .....	121
CONCLUSIONES .....	126
RECOMENDACIONES .....	128
BIBLIOGRAFÍA.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
REFERENCIAS .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
ANEXOS.....	137
ANEXO 1. El árbol de problemas.....	137
ANEXO 2. Modelo de encuesta .....	138
ANEXO 3. Resultado de encuesta .....	143
ANEXO 4. Balance de situación inicial .....	149
ANEXO 5 Flujo anual.....	150
ANEXO 6 Flujo de cinco años.....	151
ANEXO 7 Flujo diez años.....	151
ANEXO 8 Punto de equilibrio .....	152

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1:</b> Matriz de idea de negocio .....	1
<b>Tabla 2:</b> Lienzo Canvas.....	19
<b>Tabla 3:</b> Población Económicamente Activa (PEA).....	25
<b>Tabla 4:</b> Segmentación de mercado.....	27
<b>Tabla 5:</b> Demanda potencial .....	46
<b>Tabla 6:</b> Oferta hotelera.....	46
<b>Tabla 7:</b> Proyección de la demanda insatisfecha.....	48
<b>Tabla 8:</b> Proyección de la demanda objetiva .....	48
<b>Tabla 9:</b> Infraestructura.....	68
<b>Tabla 10:</b> Maquinaria y equipo.....	69
<b>Tabla 11:</b> Insumos .....	70
<b>Tabla 12:</b> Capital de trabajo .....	72
<b>Tabla 13:</b> Inversiones.....	73
<b>Tabla 14:</b> Funciones del administrador.....	77
<b>Tabla 15:</b> Funciones de persona polifuncional .....	78
<b>Tabla 16:</b> Funciones de personal de limpieza.....	79
<b>Tabla 17:</b> Funciones del personal de la cafetería .....	79
<b>Tabla 18:</b> Actividades de la etapa de operación del proyecto.....	91
<b>Tabla 19:</b> Identificación de factores.....	93

<b>Tabla 20:</b> Identificación de los impactos ambientales en lodge en la comunidad de Quinchuquí.....	95
<b>Tabla 21:</b> Escala interpretativa de valoración .....	97
<b>Tabla 22:</b> Rango negativo.....	98
<b>Tabla 23:</b> Rango positivo.....	98
<b>Tabla 24:</b> Valoración de impactos medio cultural recreativo .....	99
<b>Tabla 25:</b> Valoración de impactos medio cultural recreativo .....	100
<b>Tabla 26:</b> Valoración de impactos medio socioeconómico.....	101
<b>Tabla 27:</b> Resumen de importancia .....	102
<b>Tabla 28:</b> Impactos positivos y negativos .....	103
<b>Tabla 29:</b> Detalle del precio construcción/edificios.....	108
<b>Tabla 30:</b> Cálculo de valor neto (VAN) del emprendimiento .....	119
<b>Tabla 31:</b> Cálculo del punto de equilibrio.....	121

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1:</b> Mapa de la ubicación de la comunidad kichwa Quinchuquí. ....	18
<b>Figura 2:</b> Género de la población encuestada .....	29
<b>Figura 3:</b> Edad de la población Encuestada .....	29
<b>Figura 4:</b> Lugar de residencia de la población .....	30
<b>Figura 5:</b> Nivel de Instrucción .....	31
<b>Figura 6:</b> Estado Civil .....	31
<b>Figura 7:</b> Ocupación.....	32
<b>Figura 8:</b> Nivel de ingresos .....	33
<b>Figura 9:</b> Medios de Comunicación .....	33
<b>Figura 10:</b> Próximo viaje a realizar .....	34
<b>Figura 11:</b> Tipo de establecimiento para hospedarse .....	35
<b>Figura 12:</b> Próximo destino a visitar .....	35
<b>Figura 13:</b> Actividades de mayor preferencia .....	36
<b>Figura 14:</b> Con quien considera que será su próximo viaje .....	37
<b>Figura 15:</b> Precio por el servicio de hospedaje .....	37
<b>Figura 16:</b> Aspectos para alojamiento.....	38
<b>Figura 17:</b> Aspectos de decoración de un alojamiento.....	39
<b>Figura 18:</b> Aspectos importantes en habitaciones .....	39
<b>Figura 19:</b> Aspectos importantes en el servicio de alimentación.....	40
<b>Figura 20:</b> Aspectos de servicios de apoyo en sitios turísticos .....	41

<b>Figura 21:</b> Aspecto para un buen servicio de alojamiento .....	41
<b>Figura 22:</b> Cruce de variable género con tipo de alojamiento.....	42
<b>Figura 23:</b> Cruce de variable edad con tipo de alojamiento .....	43
<b>Figura 24:</b> Cruce de variable lugar de residencia con tipo de alojamiento .....	43
<b>Figura 25:</b> Cruce de variable lugar de estado civil con tipo de alojamiento .....	44
<b>Figura 26:</b> Cruce de variable ocupación con tipo de alojamiento .....	45
<b>Figura 27:</b> Cruce de variable nivel de ingresos con tipo de alojamiento .....	45
<b>Figura 28:</b> Turu Wasi Lodge .....	49
<b>Figura 29:</b> Representación de camiseta y gorra como uniforme de trabajo .....	52
<b>Figura 30:</b> Representación de delantal del personal de cocina.....	53
<b>Figura 31:</b> Presentación de llavero para habitaciones .....	53
<b>Figura 32:</b> Representación de mochila.....	54
<b>Figura 34:</b> Tarjeta de presentación.....	55
<b>Figura 35:</b> Personal de trabajo con uniforme y representación de Vaso con el logo del emprendimiento Turu Wasi Lodge.....	55
<b>Figura 36:</b> Maquetas con bolsas de cafe .....	56
<b>Figura 37:</b> Macro y micro localización .....	59
<b>Figura 38:</b> Localización del terreno .....	60
<b>Figura 39:</b> Plano de infraestructura del Lodge Turu Wasi en 3D .....	64
<b>Figura 40:</b> Demostración de infraestructura de lodge en 2D .....	65
<b>Figura 41:</b> Infraestructura de habitación individual .....	65
<b>Figura 42:</b> Representación de habitación doble en 3D.....	66

<b>Figura 44.</b> Representación de infraestructura de piscina en 3D .....	67
<b>Figura 45:</b> Representación de juego para niños .....	67
<b>Figura 46:</b> Organigrama administrativo Turu Wasi Lodge .....	76
<b>Figura 47:</b> Organigrama del área operativa .....	76
<b>Figura 48:</b> Flujograma de proceso de reserva en el Lodge.....	81
<b>Figura 49:</b> Flujograma de check-in del lodge .....	82
<b>Figura 50:</b> Flujograma de Check out del alojamiento .....	84
<b>Figura 51:</b> Logo de la aplicación Facebook .....	86
<b>Figura 52:</b> Logo de WhatsApp Business.....	87
<b>Figura 53:</b> Logo de Booking.com .....	87
<b>Figura 54:</b> Logo de agencia de viaje Intipungo.....	88
<b>Figura 55:</b> Red social de la plataforma Facebook del alojamiento .....	89



## RESUMEN

Turu Wasi Lodge es un proyecto enfocado en brindar productos y servicios de alojamiento en medio de la naturaleza además de vivir las experiencias de la cultura kichwa y aprovechar los recursos naturales mediante actividades recreativas en el lugar. Este proyecto se basó en un modelo de negocio Lienzo CANVAS la cual es considerada una herramienta estratégica para el análisis y puesta en valor de las ideas para la creación del lodge. El estudio de mercado se lo ha hecho a consumidores potenciales de tres provincias del Ecuador, aplicando las técnicas e instrumentos de recolección de datos para obtener el segmento de mercado. La misión y visión del proyecto se ven reflejadas en promover el turismo en la comunidad y satisfacer las necesidades del cliente brindando un servicio de calidad. Una de las principales ideas innovadoras es que el proyecto cuenta con un bajo impacto ambiental ya que su construcción es amigable con el ambiente, además de la infraestructura tipo iglú la cual es novedosa para el turista. Dentro del estudio técnico del proyecto, se detalla la distribución de la infraestructura y el manejo del emprendimiento, además de los costos y gastos que se generen. Siguiendo con el impacto ambiental se utilizó el método Leopold que identifica el nivel de impacto ambiental que puede generar las acciones de un proyecto o empresa. Con los resultados obtenidos el nivel de impacto es considerado bajo, de igual manera se aplicará un plan de manejo ambiental para mitigar los posibles daños. En el estudio económico se determinó las principales estrategias para la rentabilidad la cual es positiva para la puesta en marcha del proyecto y generar beneficios que nos permitan obtener ingresos.

**Palabras Clave:** Lodge - Cultura kichwa, Turu Wasi, impacto ambiental, rentabilidad.

## **ABSTRACT**

Turu Wasi Lodge is a project focused on providing lodging products and services in the middle of nature, in addition to living the experiences of the Kichwa culture and taking advantage of natural resources through recreational activities in the place. This project was based on a business model CANVAS Canvas which is considered a strategic tool for the analysis and value of ideas for the creation of the lodge. The market study has been made for potential consumers in three provinces of Ecuador, applying the techniques and instruments of data collection to obtain the market segment. The mission and vision of the project are reflected in promoting tourism in the community and satisfying customer needs by providing quality service. One of the main innovative ideas is that the project has a low environmental impact since its construction is environmentally friendly, in addition to the igloo-type infrastructure, which is novel for tourists. The technical study of the project details the distribution of the infrastructure and the management of the project, as well as the costs and expenses generated. Continuing with the environmental impact, the Leopold method was used to identify the level of environmental impact that can be generated by the actions of a project or enterprise. With the results obtained, the level of impact is considered low, and an environmental management plan will be applied to mitigate possible damages. The economic study determined the main strategies for profitability, which are positive for the implementation of the project and generate benefits that will allow us to obtain income.

**Keywords:** Lodge - Kichwa culture, Turu Wasi, environmental impact, profitability.

## INTRODUCCIÓN

El presente trabajo tiene como objetivo principal la propuesta de estudio de factibilidad para la implementación de un lodge con alojamiento estilo iglú con temática cultural del pueblo Kichwa Otavalo en la comunidad de Quinchuquí – Ecuador, el turismo en las zonas rurales genera un impacto en el ámbito económico puesto que, las familias se independizan de él para mejorar su calidad de vida. En la actualidad, el turismo se ha potencializado a nivel mundial, en el Ecuador se ha evidenciado un aumento de llegada de turistas en zonas rurales donde las comunidades han visto oportunidades para ofrecer sus productos y hacerse conocer.

Para entender de mejor manera el turismo es una actividad económica significativa a nivel mundial, aportando alrededor de 10% del Producto Interno Bruto mundial. En Guatemala, es reducido el aporte del turismo al PIB y al empleo. Su mayor contribución, de casi, 12%, es a las exportaciones (World Travel & Tourism [WTTC], 2014)

El ministerio de turismo proporciona un reglamento de alojamientos turísticos en donde se entiende que los alojamientos son todos los bienes que cualquier persona ya sea natural o jurídica puede disfrutar de los servicios que ofrece por un tiempo limitado por el propio alojamiento según el contrato. De la misma manera estos hospedajes mantienen requisitos que seguir para su debido funcionamiento dependiendo de la zona en donde se ubica el establecimiento. Para la implementación del lodge es necesario realizar varios análisis donde se podrá conocer la factibilidad según los estudios técnicos, del mismo modo se procederá la evaluación del balance económico necesario y del impacto ambiental que puede llegar a tener, todo con el objeto de que se desarrolle de mejor manera y sin alteraciones, conociendo a lo que nos enfrentamos al desarrollar el proyecto.

# CAPITULO I

## Diagnóstico

### 1. Unidad 1. Idea de negocio

#### Determinación de la idea de negocio

Para el desarrollo de la idea de negocio se utilizó la técnica creativa de lluvia de ideas, este nos permite generar diferentes tipos de ideas para encontrar de una manera más sencilla del problema a tratar; una vez realizado se prosigue a evaluar 5 ideas de emprendimientos en la matriz de valoración.

**Tabla 1:** *Matriz de idea de negocio*

IDEA	Criterio Económico (rango 1 - 5)	Conocimiento del negocio (rango 1 - 5)	Proximidad del mercado (rango 1 - 5)	TOTAL
<b>Lodge iglú en la comunidad Quinchuquí</b>	4	2	4	10
<b>Hotel relajante (spa, masajes)</b>	3	2	4	9
<b>Restaurante tradicional de las cuatro regiones del Ecuador</b>	2	1	4	7
<b>Agencia de viajes sin dispositivos electrónicos</b>	2	2	3	7
<b>Casa rural</b>	2	2	4	8

**Fuente:** Elaborado por las autoras, 2023

Rangos a considerar

- 1 Muy difícil
- 2 Medianamente difícil

- 3 Indiferente
- 4 Medianamente fácil
- 5 Bastante fácil

Para la determinación de la idea de negocio se lleva a cabo una matriz de lluvia de ideas donde mediante una escala de valoración de 1 a 5 se analizaron criterios y conocimientos acerca de los emprendimientos posibles, dando así una puntuación mayor a la implementación de un lodge en la comunidad de Quinchuquí con un puntaje de valoración de 10.

El primer criterio a valorizar es el económico, puesto que basado en una idea hipotética tuvo un resultado de 4 puntos, sabiendo que el monto de inversión no es muy alto para que este proyecto se desarrolle, de esta manera, los gastos que tendría se pagarían con las ventas que puede llegar a tener, teniendo a su favor un atractivo natural con un potencial turístico alto que atrae a turistas nacional y extranjeros.

Por otra parte, el conocimiento en la gestión del lodge tiene una valoración de 3 puntos, esto se debe a que al realizar este proyecto aún no se sigue los parámetros y la respectiva capacitación para tener una idea del funcionamiento de los alojamientos turísticos. Sin embargo, para este emprendimiento se realizarán estudios y una previa preparación para lograr un mejor desempeño al momento de implementarlo.

Y por último, la valoración de la proximidad del mercado tiene como resultado 4 puntos, aunque la ubicación para la implementación del alojamiento esté dentro de una comunidad específicamente en las faldas del volcán Imbabura, los posibles consumidores visitan la comunidad y el atractivo, además del entorno paisajístico que se puede observar en él, un dato importante de

mencionar es que también estaría situado muy cerca de la famosa cascada de Peguche, siendo muy buena para el crecimiento de clientes en el emprendimiento. Se encuentra muy próximo a Otavalo donde variedad de turistas visitan la ciudad por diferentes motivos

### **1.1. El problema**

En la comunidad de Quinchuquí se presenta una problemática con la delimitada presencia de profesionales en el campo turístico como también el desconocimiento y la falta de capacitaciones acerca del turismo en la localidad, ocasionando una escases de visitantes hacia los atractivos de mayor relevancia, dando paso a la inexistencia de servicios de alojamientos para la pernoctación de los visitantes quienes buscan vivir nuevas experiencias.

El escaso apoyo por parte de las entidades públicas referente a la entrada de los vehículos hacia el tractivo “Wantun Rumi” ocasiona que las vías de acceso se encuentren en mal estado, y en temporadas de invierno esto es un problema al momento de visitar el atractivo.

Las causas y efectos mencionados en los anteriores párrafos, dan como resultado la identificación limitada de servicios de alojamiento turístico complementarios en el atractivo para el desarrollo de las actividades de recreación y esparcimiento turístico de los visitantes dentro de la comunidad. Se espera que, con la ejecución del presente proyecto, contribuya a la población local como base para la creación de nuevos emprendimientos que presten servicios de alojamiento turístico adicionalmente servicios de alimentos y bebidas, que estén disponibles y al alcance de los visitantes, generando así el incremento económico en la comunidad.

## **1.2. Objetivos**

### **1.2.1 Objetivo general**

Implementar un Lodge con alojamiento estilo iglú con temática cultural del pueblo kichwa Otavalo en la comunidad de Quinchuquí – Ecuador, que preste servicios de alojamiento y actividades recreativas y de esparcimiento.

### **1.2.2 Objetivos específicos**

- Establecer un modelo de negocio innovador dentro del sector turístico y la comunidad.
- Identificar la oferta y demanda mediante el estudio de mercado del perfil del turista.
- Realizar un estudio técnico de la infraestructura del alojamiento para su adecuada construcción.
- Realizar un estudio administrativo de la organización de la empresa para su debido funcionamiento
- Identificar el estudio de los impactos ambientales de un posible efecto
- Determinar la factibilidad del proyecto mediante un estudio financiero

## **1.3 Enunciado del problema**

La comunidad Kichwa de Quinchuquí dispone de recursos naturales asociados a un ambiente andino y cultural, rodeado de flora y fauna con población que se dedica a la agricultura, ganadería y comercio. Hasta el momento la comunidad dispone de un atractivo turístico natural denominado “Wantun Rumi” con un potencial turístico enorme listo de ser explotado. El lugar no

cuenta con servicios de alojamiento turístico cercanos al atractivo que llamen la atención del visitante para que ellos puedan disfrutar de la mejor manera de la oferta turística.

### **1.3.1 Declaración de causas y efectos del problema.**

**C1** Infraestructura turística con alojamiento, cercano al atractivo que facilite la pernoctación del visitante en el lugar.

**E1** Disminuido número de visitantes al lugar.

**C2** La población local radica su economía fuera de los servicios turísticos, debido a la falta de conocimiento en las actividades turísticas.

**E2** Existen muy pocas personas interesadas en el turismo.

**C3** Escaso apoyo por parte de las entidades públicas referente al acceso del vehículo hacia el atractivo.

**E3** Las vías de acceso se encuentran inhabilitadas por las fuertes lluvias.

**C4** Falta de señalética y publicidad.

**E4** Desconocimiento del mercado hacia el atractivo natural.

En la comunidad de Quinchuquí se presenta una problemática con la ausencia de infraestructuras turísticas cercanas al atractivo “Wantun Rumi”, que facilite la pernoctación del visitante en el lugar, lo que queda como consecuencia un disminuido número de visitantes al sector, debido a esto los actores locales no han podido mantener sus emprendimientos, además la



población local radica su economía fuera de los servicios turísticos, debido a la falta de conocimiento en las actividades turísticas y como se puede activar la economía en el aprovechamiento de los recursos naturales y culturales, pero existen muy pocas personas interesadas en el turismo, inconformes de no lograr el aprovechamiento turístico esperado del atractivo en la comunidad.

El escaso apoyo por parte de las entidades públicas referente al acceso de los vehículos hacia el atractivo “Wantun Rumi”, genera que las vías de acceso se encuentren inhabilitadas en temporadas de invierno que se prevé desde octubre a mayo en la región sierra, provocando una irregularidad al momento de visitar el atractivo y con la implementación de un alojamiento se dará paso a las gestiones para el mejoramiento de las vías de acceso.

La falta de señalética y publicidad es considerada uno de los problemas más evidentes en los atractivos naturales, causando el desconocimiento del mercado nacional e internacional hacia el atractivo turístico.

### **1.3.2 Declaración del problema central**

Las causas y efectos mencionados anteriormente, determinan como problema central limitados establecimientos con servicios de alojamiento turístico, complementarios a los atractivos naturales y culturales existentes en el contexto de la investigación en la comunidad de Quinchuquí.

#### **Prospectiva:**

##### **a. Prospectiva positiva:**

Se aspira que, con la ejecución del presente proyecto, se contribuya a la existencia de nuevos emprendimientos que presten servicios de alojamiento y alimentación, que estén disponibles para la población local y los visitantes, de modo que se incremente la economía en la comunidad.

**b. Prospectiva negativa:**

En caso de que el proyecto no se ejecute, la parroquia Miguel Egas Cabezas, comunidad de Quinchuquí continuará en condiciones en que los visitantes no dispongan de facilidades ni servicios turísticos para una experiencia adecuada en visitas turísticas.

**1.4. Propuesta de la idea de negocio**

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 (Ministerio de turismo, 2016).

El estudio de implementación de Lodge en la comunidad de Quinchuquí, es un emprendimiento innovador debido a su singular diseño en forma de iglú, además de su posible ubicación en una zona rural rodeado de naturaleza.

La comunidad no cuenta con emprendimientos relacionados con el turismo y al contar con un atractivo natural turístico se ha realizado un estudio de factibilidad para ofrecer un servicio de alojamiento con cabañas rústicas destacando los materiales que se usaban las viviendas tiempos atrás como el principal material de construcción el adobe, de esta manera, demostrar que la cultura atrae el turismo exterior, donde es posible rescatar las costumbres y tradiciones que día a día se

van perdiendo debido a la globalización; además se pretende ofertar actividades de diversión para niños y adultos con distintas áreas respectivamente.

Como actividades complementarias se estaría ofertando servicios de guianza por la comunidad conociendo la forma de vivir de la población indígena y cuan diferente es de la ciudad, además de caminatas por senderos interpretativos hacia el volcán Imbabura, donde se podrá observar aves, y una amplia variedad de flora alrededor.

De este modo, no solamente se ofrecerá el servicio de alojamiento sino también estarán incluidas las actividades por parte de la población local, siendo así un lugar ideal para el descanso, la comodidad y el confort en un entorno natural.

#### **1.4.1 Sustentar la innovación de la idea de negocios**

La propuesta de la implementación del lodge con estilo iglú en la comunidad, como servicio de alojamiento es uno de los primeros emprendimientos en realizar un estudio de factibilidad, tomando en cuenta que se ofrecerá actividades dentro y fuera del lodge, puesto que se ayudará a la población local a la creación de emprendimientos innovadores, además de revalorizar la cultura indígena y no solamente eso sino a fortalecer los conocimientos ancestrales como la medicina en base a las plantas medicinales, también los alimentos fruto del trabajo arduo que realizan en los terrenos donde se conocerán los nutrientes y vitaminas que estos tienen para el cuerpo humano.

De esta manera, el diseño arquitectónico del emprendimiento estará de acuerdo al entorno en donde se implemente el lodge siendo así ecológico y amigable con la naturaleza; y las actividades antes mencionadas tienen como propósito reactivar el turismo en la comunidad, el

trabajo en equipo y el compromiso de ofrecer una calidad de servicio al cliente hace que se diferencie de la competencia.

#### **1.4.2 Factores que intervienen en la puesta en marcha de la idea de negocio**

En el turismo existen factores externos e internos que pueden intervenir de cierta manera ya sea negativa o positiva en el proceso de desarrollo de las actividades que ofrece, los factores posibles externos son la competencia y el entorno o macro ambiente.

#### **1.4.3 Situación del macro ambiente**

En la actualidad, la comunidad de Quinchuquí es legalmente constituida, cuenta con todos los servicios básicos; tiene las vías de primer, segundo y tercer orden; cuenta con instituciones de guardería, escuela (Unidad Educativa Tahuantinsuyo) y colegio (Unidad Educativa Miguel Egas Cabezas) además, cuenta con el Seguro Social Campesino donde están afiliados varias comunidades; cuenta con la iglesia central con su respectiva plaza cultural; tienen tres estadios de fútbol gracias al desarrollo, los comuneros se sienten seguros y satisfechos. (Cevallos M. , 2015)

#### **Factor sociocultural**

##### ***La cosmovisión andina***

La cosmovisión andina es la manera de como el ser humano percibe el entorno, según (Quinotoa, 2014) define:

“el hombre tiene un alma, una fuerza de vida y también lo tienen todas las plantas, animales y montañas, etc., y siendo que el hombre es la naturaleza misma, no domina, ni pretende dominar”

La cosmovisión andina se interrelaciona con el *sumak kawsay*, ya que este es la base para orientar la reconstrucción de un nuevo perfil de coexistencia cívica en el Ecuador o el mundo, en variedad y amistad con la naturaleza, y con el otro (ser humano), según lo declara la nueva Constitución de la República del Ecuador, aprobada mediante el sufragio y con respaldo de un gran número de ecuatorianos en septiembre de 2008 (García 2012).

Por su parte (Álvarez, 2006) expresa que el *Cosmos* (*kooouos*) en griego significa “orden, armonía, decoro, decencia, construir”, por lo que la cosmovisión es una representación simbólica de la apariencia al orden cósmico de la vida y la forma de mirar la estructura del universo por parte de una cultura, un poblado o un país. Esto conlleva a que la cosmovisión resulta un perfil de mirarse a sí mismo, y a su vez una manera de observar al individuo.

En esta conceptualización es necesario recordar la memoria y la historia de lo que ya se vivió en tiempos pasados, esto se expresa mediante un contenido cultural entre distintas comunidades estableciendo conexiones en ciertos eventos dando así una mayor importancia y valor a la identidad cultural de la sociedad.

En el pasado todo el territorio de lo que hoy en día conforma la comunidad de Quinchuquí fue una enorme hacienda donde los campesinos trabajaban como *huasipungueros* o *yanaperos*, labraban la tierra para poder mantener a sus familias.

Las comunidades indígenas demuestran que, en algunos casos, las relaciones de reciprocidad e intercambio especialmente entre familias de la misma comunidad, siguen constituyendo nexos de solidaridad y de identificación étnico cultural (Martínez, 1987). De esta manera, la familia es prioridad, aunque el trabajo en la tierra no sea fácil, hasta el día de hoy la bondad augura en la población.

Se habían marcado diferencias productivas de dos grupos con la hacienda donde los pobladores de la parte bajan eran fundamentalmente de carácter agrario artesanal su principal actividad económica era la agrícola dedicada a la subsistencia familiar, la vida complementaria era artesanal. Los de arriba se dedicaban especialmente a la producción artesanal de textiles, comercializando sus productos dentro y fuera del país. (Ramos F, 1986)

Con el pasar de los años la Hacienda Quinchuquí fue desapareciendo, el hacendero repartió todas sus tierras a los campesinos que trabajan en el por años, y así fue como se formó la comunidad de Quinchuquí. La población perteneciente a esta localidad fueron los primeros en poder salir del país, además eran quienes mayormente comercializaban sus productos artesanales en base de lana de oveja en la ciudad de Otavalo, la ganadería y la crianza de ovinos sin duda fue una de sus mayores fuentes de ingresos económicos.

Actualmente dentro de la comunidad los conocimientos ancestrales se van perdiendo puesto que existe una mayor cantidad de migraciones por parte de los jóvenes, además las personas más sabias quienes son las personas adultas mayores van falleciendo y estos saberes van desapareciendo; esto provoca que el interés por parte de los turistas en visitar la comunidad vaya disminuyendo, causando un descenso del número de visitas de turistas. Sin embargo, las tradiciones ancestrales han ido cobrando vida nuevamente por parte de la población juvenil como prueba directa es el Inti Raymi, aunque no se celebra tal y como fue en el pasado lo festejan con relación a lo que se vive en la actualidad, considero que la cultura se ha ido modernizando, la cultura no es estática, sino que este cambia acorde al pensamiento crítico y analítico de cada uno como persona, concuerdo con el planteamiento de Rodríguez, L. (1992), quien dice:

La perspectiva histórica alude fundamentalmente al proceso de desarrollo y cambio de las entidades sociales. No es el recuento del pasado ni la cronología de hechos y de la actuación de individuos. Es el proceso de cambio de las personas y su acción por transformar su presente (Rodríguez, 1992).

La forma de vida de la población local ha cambiado drásticamente, la generación de hoy en día ha ocasionado polémica por cambiar la forma de vestir tradicional entrando en un mundo mucho más globalizado; pero hay que sacar el lado positivo de esto y es que la identidad no se ha perdido sino ha tomado fuerza cruzando fronteras y ha logrado llegar a distintos partes del mundo dando a conocer que los kichwas están presentes en todos lados.

Las comunidades indígenas de son un todo homogéneo, que en su interior existen diversos ritmos de desarrollo, desiguales formas de conceptualizar el mundo mestizo, diferentes determinaciones históricas que marcan se presenten u futuro. Y al mismo tiempo se expresa una identidad étnica y cultural común. La unidad en la diversidad. (Rodríguez, 1992).

Revitalizar la cultura ancestral ha significado la toma de conciencia, donde los pueblos y nacionalidades indígenas han conseguido conservar las raíces más profundas de sus costumbres, sus tradiciones como muestra clara de un interaccionismo simbólico manifestado en el compartir de un cosmos simbólico de sentido; donde aparece en escena la chakana: un símbolo de continuidad ancestral.

La chakana representa el tiempo y en el medio posee un círculo que simboliza el mushuk nina, dando paso al reencuentro e integración de los pueblos en las distintas festividades. El símbolo propio de las culturas originarias pertenecientes a los Andes antes de los Incas, la representación gráfica de la chakana se distingue por poseer dos puntos de transición: arriba-

abajo y el otro de derecha a izquierda. El espacio de arriba o Hanan simboliza al «macho» y el de abajo o Urin a la “hembra”.

Dentro de la Cosmovisión Andina se hace referencia a la Cruz Andina o Chakana como parte esencial del pueblo kichwa que representa los tres niveles de existencia: el Uku Pacha (el inframundo), el Kay Pacha (el reino terrenal) y el Hanan Pacha (el reino celestial) y las cuatro fiestas andinas más importantes del calendario.

Los rituales y ceremonias juegan un papel importante en la cosmovisión andina, ya que sirven como una forma de conectarse con el mundo espiritual y mantener la armonía y el equilibrio. Las ofrendas, como los alimentos se hacen para honrar a la Pachamama y otras deidades y espíritus, expresando gratitud y buscando bendiciones. Estas ceremonias involucran música tradicional, danza y el uso de plantas sagradas como las hojas de coca.

En general, la cosmovisión andina enfatiza la interconexión de toda la vida, la importancia de mantener el equilibrio y la armonía con la naturaleza y la relación espiritual entre los humanos y el cosmos, habla acerca de la semana santa que es una celebración tanto mestizo e indígena en las celebraciones indígenas de la semana santa a menudo involucran varios rituales y ceremonias que combinan las creencias indígenas tradicionales con elementos del cristianismo.

(Cevallos, Posso, Naranjo, Bedón, & Soria, 2017) Mencionan “La celebración de la Semana Santa en Cotacachi y en las comunidades indígenas inicia con un novenario, es adecuado por la religión católica” (p.62).

Muchas culturas indígenas tienen una profunda conexión espiritual con la naturaleza. Durante la semana santa, las comunidades indígenas pueden organizar peregrinaciones a lugares



sagrados de la naturaleza, como montañas, ríos donde realizan rituales y buscan la renovación espiritual como un claro ejemplo está la cascada de Peguche donde se realizan este tipo de baños rituales como purificación.

La cosmovisión andina está muy ligada a la bóveda celeste donde se puede ver el reflejo de la vida terrenal o presente y la vida después de la muerte, los hombres sabios de los andes conocidos como Amautas y Yatiris hoy en día siguen sus tradiciones conforme al cielo y el movimiento de las estrellas especialmente de la vía láctea donde se encuentra la mayor parte de los animales más importantes de los andes en la vida cotidiana representados por estrellas.

Por su parte (Cevallos, Posso, Naranjo, Bedón, & Soria, 2017) mencionan que “La Fiesta de Pawkar Raymi es la fiesta de los primeros frutos, en que de las grandes chakras o sementeras se desenvainaban las primeras gramíneas y hortalizas” (p. 72).

Fanesca es símbolo de la Última Cena y representa a los doce apóstoles. La sopa contiene tradicionalmente doce cereales y legumbres diferentes, cada uno de los cuales representa a un apóstol. Además, el uso de pescado en fanesca representa la abundancia de pescado durante la historia bíblica de Jesús alimentando a las multitudes con pescado y pan.

Según (Cevallos, Posso, Naranjo, Bedón, & Soria, 2017) afirman:

Por medio del Inti Raymi, que es el conjunto de ceremonias con estimaciones diversas, en que se asocia al tiempo de la cosecha y la forma de gratitud a la deidad solar por los favores recibidos en la abundancia de la cosecha, principalmente del maíz (p.83).

La celebración del Inti Raymi en Ecuador a menudo involucra rituales tradicionales, música, bailes, procesiones y ofrendas al sol. Las personas se visten con su ropa tradicional y, por

lo general, hay ritos ceremoniales realizados por chamanes. Los rituales y costumbres varían entre las diferentes comunidades indígenas, cada una con sus propias tradiciones y prácticas culturales.

La cosmovisión indígena andina se caracteriza por un profundo respeto hacia la tierra y la naturaleza. Los indígenas andinos considerando que la tierra es sagrada y que todos los seres vivos parten de un todo interconectado. Valoran la sabiduría ancestral y reconocen la importancia de preservar el equilibrio y la armonía en el mundo.

Es esencial reconocer y respetar la cosmovisión indígena andina como parte de la diversidad cultural y promover la valoración a generaciones y demostrando estas creencias y prácticas. Al hacerlo, podemos aprender de las perspectivas indígenas andinas y trabajar hacia un mayor respeto y armonía con la naturaleza en nuestra sociedad.

### Matrimonio Indígena

Es importante tener en cuenta que las comunidades indígenas son diversas y cada una tiene sus propias tradiciones y ceremonias únicas relacionadas con el matrimonio.

En muchas culturas indígenas, el matrimonio es visto como una unión que se extiende más allá de la pareja para incluir a sus familias y comunidades. El matrimonio sirve no solo como un compromiso entre personas, sino que también como una forma de fortalecer los lazos sociales y mantener la identidad cultural.

Las ceremonias de matrimonio indígena a menudo involucran varios rituales, simbolismos y prácticas culturales. Estos pueden incluir vestimenta tradicional, ritos ancestrales, intercambio de regalos y fiestas de celebración.

La Universidad puede contribuir a la formación de “un pensamiento andino propio”, a la construcción de un “paisaje cultural con identidad” a partir del conocimiento de nuestras raíces, de un repensarnos desde adentro, desde nuestros orígenes terrígenos, desde la consideración del bien común; desde una liberación del ser humano (Cevallos, Posso, Naranjo, Bedón, & Soria, 2017)

Parte de las costumbres y tradiciones culturales son las medicinas ancestrales las mismas que hasta la actualidad se sigue poniendo en práctica, según la cosmovisión andina de los indígenas existe el mal aire y esto solamente se puede curar con plantas especiales y destinadas para aquello.

Según Williams, muestra que el concepto de cultura estuvo asociado en un principio con el de “civilidad” o “civilización”, viniendo a ser un sinónimo de cultivación: por cultura se entendía en crecimiento de plantas y animales y por extensión el crecimiento y cuidado de las facultades humanas. (Williams, 1980)

**Factor económico.** En el ámbito económico, la comunidad de Quinchuquí se basa en la agricultura, ganadería y la elaboración de artesanía como los atrapa-sueños, chalinas, manillas, además de confección de prendas de vestir, donde lo comercializan en la ciudad de Otavalo y en el mercado de animales, dejando en segundo plano de lado el turismo sumando a esto la migración ha causado un abandono de estas prácticas y se pierde el patrimonio intangible de la comunidad.

**Factor ambiental.** El factor ambiental es uno de los ámbitos más importantes, debido a que la comunidad posee una variedad de flora medicinal por tal razón, la población realiza turnos para brigadas de cuidado y protección del medio ambiente, sin embargo, aún existe la tala de bosques para la fabricación de carbón y luego comercializarlos, esto daña totalmente la vista

paisajística natural. Es necesario recalcar que para la deforestación de bosques muchos cuentan con licencias otorgadas por el Ministerio del Ambiente.

Es la interacción que tiene el agricultor andino con la madre tierra, lo cual, manifiesta “Si la Pachamama es la madre de toda vida, el agricultor se concibe como el partero de la Madre Tierra, y el encargado de la crianza de los cultivos como que son sus hijitos” (Kessel, 2006)

**Red hídrica.** A través de las formaciones geológicas, el grado de inclinación de la pendiente, las precipitaciones anuales y el aprovechamiento de los recursos naturales propios como son los páramos del volcán Imbabura siendo una esponja de agua natural, se han formado redes hídricas que generalmente son para el aprovechamiento del ser humano; los principales cauces originados son la quebrada Q. Ilumán siendo un hito parroquial que lindera con la parroquia de San Juan de Ilumán, Q. Santillán Waycu-Quinina Wayku-Cruz Wayku, Q. Kuchi Wayku- Patsakara Wayku y el Río Hatun Yaku. (Cevallos M. , 2015)

#### **1.4.4 Situación competitiva**

En el turismo la competencia es constante en cualquier actividad que se realice, en los establecimientos de alojamiento turístico es común enfrentarse a las amenazas y aunque parezca mentira es donde se conocen las debilidades que posee para hacer frente a la competencia.

El diseño de construcción del lodge es nuevo debido a que los diseños iglú están hechos de cubos hielo, en este caso la construcción será con bloques de adobe y paja, este emprendimiento despertará el interés de los visitantes puesto que no se ha visto en el territorio, por esta razón, la idea de negocios propuesta para la implementación del alojamiento es factible, siendo el único

alojamiento en forma de iglú en el territorio manteniendo la esencia cultural de la comunidad kichwa Quinchuquí.

En la comunidad no existe ningún emprendimiento de alojamiento, sin embargo, esta cerca Peguche donde se cuenta con presencia alojamientos turísticos alrededor de la plaza central y del conocido atractivo turístico Cascada de Peguche.

### 1.4.5 Matriz diagnóstica

**Figura 1:** Mapa de la ubicación de la comunidad kichwa Quinchuquí.



**Fuente:** El mapa muestra la ubicación del sitio a implementar el lodge.

La comunidad de Quinchuquí se encuentra ubicada en las faldas del volcán Imbabura a una altura de 9904m, es una comunidad poblada de 800 habitantes y está ubicado a 14 kilómetros de distancia desde la ciudad de Otavalo, cuenta con atractivos naturales con potenciales turísticos que aún no han sido aprovechados.

## 1.5 Modelo de Negocio

El modelo CANVAS, busca que los proyectos se gestionen como unidades de negocio. Es un modelo que busca resaltar el potencial emprendedor en la gestión de proyectos. Para ello se realiza esta revisión con textos y artículos que han dado las bases para trabajar sobre dicha metodología y otros referentes más antiguos que han sentado las pautas para hablar de Planes y Modelos de negocio (Ferreira, 2015).

La Metodología CANVAS busca explicar a través de una hoja - lienzo el funcionamiento del negocio, cuenta con diferentes elementos que se deberá considerar para la puesta en marcha en la Implementación de un Lodge con alojamiento estilo iglú con temática cultural del pueblo Kichwa Otavalo en la comunidad de Quinchuquí – Ecuador.

**Tabla 2:** Lienzo CANVAS

<i>Lienzo CANVAS (Modelo de negocio)</i>				
<i>Asociaciones claves</i>	<i>Actividades claves</i>	<i>Propuestas de valor</i>	<i>Relaciones con clientes</i>	<i>Segmento de mercados</i>
<b>Convenio con: 1. operadoras Turísticas Internacionales de la ciudad de Quito. 2. Restaurantes 3. Agencia de Viaje</b>	Experiencias - Hospedaje - Áreas de recreación - Picnic - Cabalgatas - Ciclismo - Senderismo - Climbing.	Servicio de alojamiento único rodeado de naturaleza, con una temática característica de la comunidad donde puedan sentirse seguros y vivir la experiencia de paz y tranquilidad en un ambiente natural, con un precio a bajo costo, fácil acceso y calidad de servicio.	Servicio personalizado y directo con el cliente, fidelización con programas de recompensa, descuentos a clientes frecuentes y paquetes personalizados.	Consumidor global. Turistas nacionales provenientes de Pichincha, Carchi, e Imbabura. Mercado de parejas en busca de actividades de recreación y encuentros culturales en un entorno natural rodeado de flora y fauna. Vacaciones u ocio.
	<b>Recursos claves</b> Ubicación geográfica en entorno natural, atractivo natural cercano, diseño de habitaciones culturales, instalaciones moderadas			
<i>Estructura de costes</i>			<i>Fuentes de ingreso</i>	

---

**Costos fijos, Instalaciones, equipos, servicios básicos, publicidad.  
Costos Variables, Limpieza y aseo, recepción.**

Alquiler de habitaciones, precio por noche,  
Alquiler de equipos de camping, servicios de  
alimentos y bebidas. Pagos en línea y directo en  
Efectivo, tarjeta de débito, crédito y cheques.

---

**Fuente:** Elaborado por las autoras, 2023.

### **1.5.1 Descripción del modelo de negocio aplicado al emprendimiento**

El Lodge con alojamiento estilo iglú con temática cultural del pueblo kichwa Otavalo en la comunidad de Quinchuquí - Ecuador está dirigido para un consumidor global entre turistas nacionales provenientes de Pichincha, Carchi e Imbabura principalmente para el mercado de parejas quienes buscan lugares fuera de la zona urbana actividades de recreación y encuentros culturales en un entorno natural rodeado de flora y fauna ya sea por vacaciones u ocio.

El servicio de alojamiento será único rodeado de naturaleza, con una temática que caracteriza la comunidad de Quinchuquí donde puedan sentirse seguros y vivir la experiencia de paz y tranquilidad en un ambiente natural, a un precio al alcance de sus bolsillos, fácil acceso y calidad de servicio.

Los canales por los cuales serán los medios por el que se llegará la propuesta de valor al segmento de mercado serán mediante las páginas web, redes sociales, así como la plataforma de Facebook, Instagram, correos electrónicos, agencias de viaje online y operadoras turísticas. Además, la relación con los clientes será personalizado y directo, se realizará programas para la fidelización, adicionalmente recompensas a clientes frecuentes y paquetes personalizados.

Las fuentes de ingreso en el lodge serán por el alquiler de habitaciones este será precio por noche, también se realizará el alquiler de equipos de camping y el abastecimiento de servicios

de alimentos y bebidas, los pagos se realizarán en pagos en línea y en efectivo directo, cheques, tarjetas de débito y crédito.

Por otro lado, los recursos claves son primordiales y este servicio de alojamiento estará ubicado en un entorno rodeado de naturaleza además de tener cerca un atractivo turístico con un potencial para atraer el turismo a la comunidad, las habitaciones y la instalación serán construidas acorde al entorno y la comunidad con temáticas culturales para que los visitantes puedan conocer un poco más sobre la cultura indígena de la comunidad en donde estará ubicado.

Se dará paso a los convenios con operadoras turísticas Internacionales de la ciudad de Quito, para el servicio de alimentos y bebidas se buscará alianzas e interrelaciones con restaurantes tradicionales, y por último con agencias de viaje para lograr ofrecer nuestros paquetes turísticos.

En la estructura los costes del servicio de alojamiento se verán en las instalaciones, en la compra de equipos en beneficio del servicio que ofrece, servicios básicos, publicidad, y en lo que relaciona a los costos variables está recepción, limpieza y aseo.



## **CAPITULO II**

### **2. Estudio de Mercado**

#### **2.1. Diseño de la investigación**

##### **2.1.1 Tipos de investigación / Técnicas e instrumentos de recolección**

Para obtener datos más detallados y precisos se toma en cuenta los tipos de investigaciones, según Galvis, 2006: “antes de abordar una investigación debe conocer, estudiar la literatura existente y comprobar las fortalezas, falencias y vacíos sobre los temas que piensa explorar; así mismo, que los resultados que obtenga sirvan como aporte y guía a estudios más complejos” (Zafra Galvis, 2006). Los tipos de investigación que se han considerado para este proyecto son la investigación exploratoria y descriptiva.

#### Investigación exploratoria

La investigación exploratoria Según el autor Fidias G. Arias, 2012, define la investigación exploratoria como:

Aquella que se efectúa sobre un tema u objeto desconocido o poco estudiado, por lo que sus resultados constituyen una visión aproximada de dicho objeto, es decir, un nivel superficial de conocimientos. De este modo, se puede obtener información necesaria y respuestas que se presentan en el desarrollo del emprendimiento, así mismo se podrá determinar investigaciones futuras a medida que se avanza el proyecto.

#### Investigación descriptiva

Detalla de manera específica el objeto de estudio del emprendimiento. “La investigación de tipo descriptiva trabaja sobre realidades de hechos, y su característica fundamental es la de presentar una interpretación correcta. Para la investigación descriptiva, su preocupación primordial radica en descubrir algunas características fundamentales de conjuntos homogéneos de fenómenos. Utilizando criterios sistemáticos que permitan poner de manifiesto su estructura o comportamiento. De esta forma se pueden obtener las notas que caracterizan a la realidad estudiada” (Sierra M. et al., 2012)

Las técnicas e instrumentos de recolección son fundamentales para una adecuada recopilación de resultados detallados y verídicos que permite el desarrollo óptimo para las etapas del diseño del emprendimiento.

Por tal razón, se ha aplicado un instrumento muy práctico para este tipo de proyectos como es la encuesta, esta es una de las técnicas más viables para conocer el segmento de mercado y la información necesaria para el emprendimiento, mediante una investigación a fondo y encuestas. Arias, 2012, define encuesta como “una técnica que pretende obtener información que suministra un grupo o muestra de sujetos acerca de sí mismo, o en relación con un tema particular.”

Las encuestas se realizaron de manera presencial y en línea mediante la aplicación de Google forms, y se obtuvo resultados favorecedores que ayudará al desarrollo del emprendimiento con información verídica de los posibles consumidores.

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

El método de muestreo permite conocer la cantidad exacta de la población además de conocer los porcentajes de encuestas que se deben aplicar al mercado que va dirigido el

emprendimiento. Para esto es necesario conocer la población a estudiarse para el emprendimiento, según Hernández S. (2014), la población es: “el conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones” (p.174). Por otro lado, la muestra determina el problema a investigar para la implementación del emprendimiento, puesto que, genera información para lograr identificar fallas dentro de un proyecto.

Tamayo y Tamayo, 2014, define la muestra como: "el conjunto de operaciones que se realizan para estudiar la distribución de determinados caracteres en totalidad de una población universo, o colectivo partiendo de la observación de una fracción de la población considerada" (p.176).

En el ámbito turístico se identifica el área geográfica y el total de la población quienes serán lo posibles consumidores del servicio que ofrecerá el emprendimiento. El método de muestreo contribuye a calcular el tamaño real de la población con el cual se trabajará y enfocará el presente estudio.

### **2.1.2.1 Cálculo de la muestra**

Para calcular el tamaño de una muestra se requiere probar de una hipótesis con relación al factor riesgo, por tal razón es necesario plantear adecuadamente las preguntas de investigación, en este caso, se realizaron encuestas en tres provincias que llegarían a ser los posibles consumidores.

El tamaño de muestra es un aspecto crucial en un proyecto de investigación, ya que permite valorar el efecto real de una intervención u observación. Su cálculo depende de una serie de factores como: pregunta de investigación, diseño del estudio, hipótesis, variables, rango de error, tamaño del efecto y significancia estadística. (Guerra MA, 2006)

Por ello, el cálculo de muestreo del proyecto de investigación se aplicó la fórmula de muestreo para la población finita, puesto que ya se conoce la población total, así como sus datos. Mediante una investigación previa se identificó que los posibles consumidores están ubicados en las provincias de Pichincha, Imbabura y Carchi, mediante los datos obtenidos se dará paso a la identificación del PEA.

**Tabla 3:**

*Población Económicamente Activa*

	<b>CARCHI</b>	<b>IMBABURA</b>	<b>PICHINCHA</b>
	186.869	476.257	3.228.233
<b>TOTAL</b>	<b>3.891.359</b>		
Población económicamente activa (PEA)			<b>2.140.247</b>

**Fuente:** Elaborado por las autoras, 2023

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

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

Simbología:

N = población

n = muestra

p = probabilidad a favor

q = probabilidad en contra

$z =$  nivel de confianza

$e =$  margen de error

Donde:

$N = 2.140.247$

$p = 0,5$

$q = 0,5$

$z = 95\% = 1.96$

$e = 5\%$

**Total = 385 encuestas**

### **Conclusión**

Para el cálculo de la muestra se utilizó la calculadora en línea donde se ingresó el número de la población total **3.891.359**, equivalente a la suma de las tres provincias Imbabura, Carchi, Pichincha, con un margen de error de  $\pm 5\%$  y un nivel de confianza del 95% por el índice 1,96; dando como resultado total de la muestra  $n=385$ , por lo tanto, se procederá a aplicar la misma cantidad de encuestas al mismo número de personas de las tres provincias aleatoriamente.

### 2.1.3 Instrumentos de recolección

### 2.1.4 Segmentación del mercado consumidor (Perfil del turista)

**Tabla 4:** Segmentación de mercado

<b>SEGMENTACIÓN DE MERCADOS</b>			
<b>Producto turístico: Establecimiento de alojamiento en Imbabura</b>			
<i>Segmentación Geográfica</i>			
<i>Variable</i>		<i>Número</i>	<i>Porcentaje</i>
<i>País:</i>	Ecuador	17,510.643	100%
<i>Región:</i>	Sierra	7,529.576	43,9%
<i>Provincia/s:</i>	Pichincha, Carchi, Imbabura	3.891.359	22,24%
<i>Ciudad:</i>	Otavalo		-----
<b>1er Resultado: 3.891.359 personas de Pichincha, Carchi e Imbabura</b>			
Proyecciones Poblacionales   ( <a href="http://ecuadorencifras.gob.ec">ecuadorencifras.gob.ec</a> )			
<i>Variable</i>		<i>Número</i>	<i>Porcentaje</i>
<i>Género:</i>	Masculino y femenino	3.891.359	100%
<i>Edad:</i>	26-40	<b>3,463,309</b>	89%
<i>Estado civil:</i>	Solteros y casados	3,116,978	90%
<i>Ocupación:</i>	Empleados públicos		
	y emprendedor	1,651,998	Ref. 53%
<i>Ingresos:</i>	> 400 usd	1.321.598	80%
<b>2do Resultado: 1.321.598 hombres y mujeres en edades de 26 a 40 años de estado civil soltero y casado, que trabajan y ganan más de \$400.</b>			
<i>Segmentación Psicográfica</i>			

<i>Variable</i>		<i>Número</i>	<i>Porcentaje</i>
Estilo de vida	Preferencia en alojamiento de <i>Lodge</i>	154.494	11,69%
<i>Mercado meta: 154.494 hombres y mujeres que viven en las provincias de Pichincha, Carchi e Imbabura entre 26 a 40 años de edad, solteros y casados, que trabajan y ganan más de \$400, que tienen una preferencia en alojamiento Lodge.</i>			

**Fuente:** Elaborado por las autoras, 2023

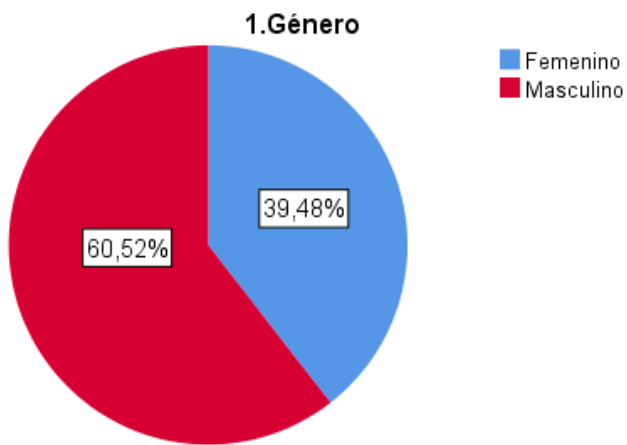
### **2.1.5 Preferencias de consumo del producto / comportamiento del consumidor**

A continuación, se presentan el análisis de las figuras con su respectivo cruce de variables para lo cual se tomó como pregunta central el tipo de alojamiento por el que se muestra mayor preferencia con respecto a distintos aspectos muy importantes como la edad, género, lugar de residencia, estado civil, ocupación, nivel de ingresos relacionado con la variable de edad.

Para el estudio de mercado de un lodge se ha indagado las variables como frecuencia de viajes, destinos más visitados, número de acompañantes, volúmenes de gastos por actividades, tiempo de permanencia en el viaje, y preferencia de servicios. Los resultados de la encuesta arrojarán datos que comparando con el comportamiento de consumo del segmento meta puede resultar en los siguientes posibles datos.

Los habitantes de Pichincha, Imbabura y Carchi de edad entre 26 a 40 años, son solteros y casados que trabajan y ganan más de 400 \$ que tienen por viajar acompañados y tienen preferencia por un Lodge.

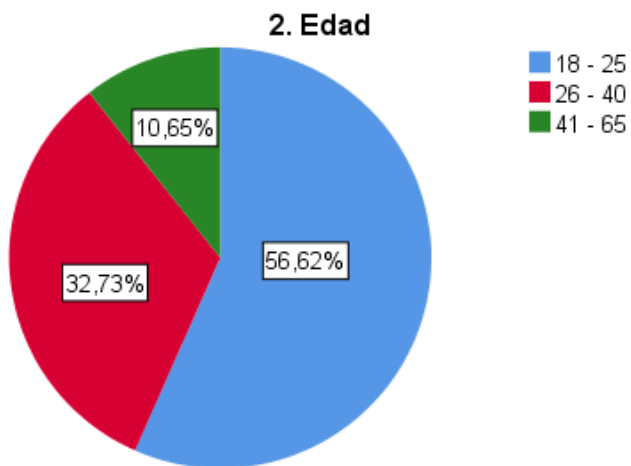
**Figura 2:** Género de la población encuestada



**Fuente:** Elaborado por las autoras, 2023.

De los resultados obtenidos se puede observar que existió un 60,52% de población Masculina, seguido del 39,48% perteneciente a la población femenina, según la encuesta realizada mediante Google forms y encuestas presenciales en las tres provincias.

**Figura 3:** Edad de la población encuestada

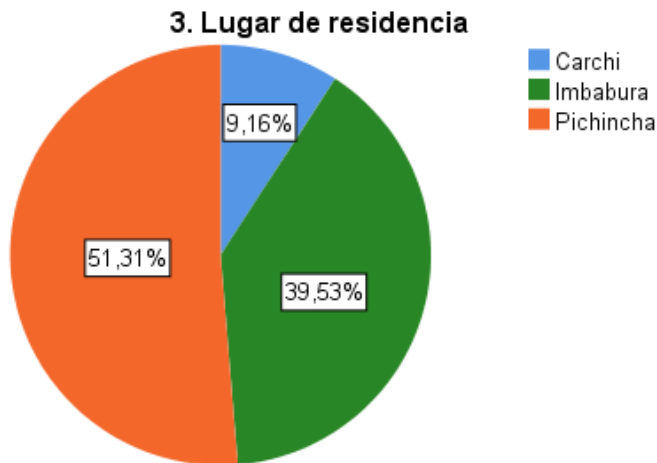


**Fuente:** Elaborado por las autoras, 2023



De los resultados obtenidos se observa un 56,62% de población entre 18 a 65 años, seguido de 32,73% de población entre 26 a 40 años y finalmente un 10,65% de población entre 41 a 65 años de edad.

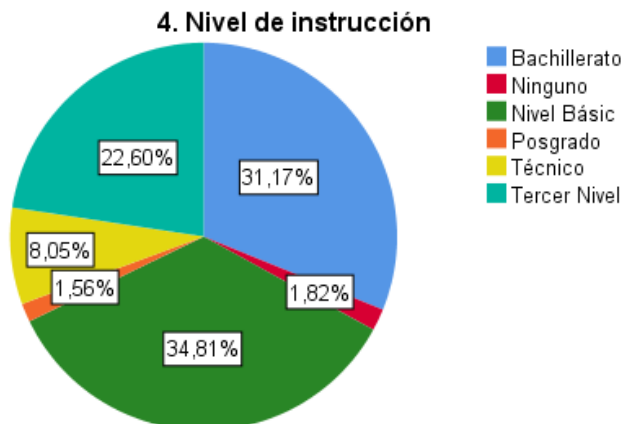
**Figura 4:** Lugar de residencia de la población



**Fuente:** Elaborado por las autoras, 2023

De los resultados obtenidos sobre lugar de residencia, obtenemos un 51,31% de población perteneciente a Pichincha, seguido de un 39,53% de población perteneciente a Imbabura y finalmente un 9,16% perteneciente a la provincia de Carchi.

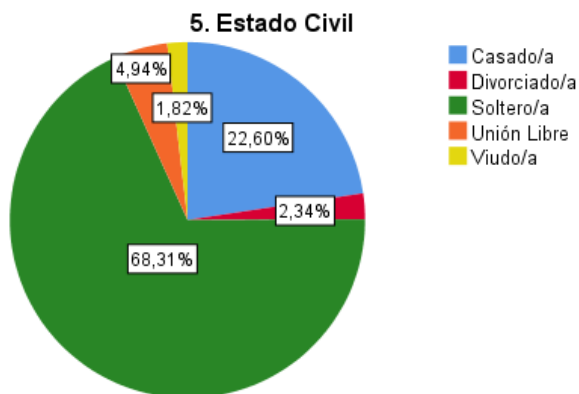
**Figura 5: Nivel de Instrucción**



**Fuente:** Elaborado por las autoras, 2023

De los resultados obtenidos sobre el nivel de instrucción se obtuvo un 34,81% de nivel básico, un 31,17% de población perteneciente a bachillerato, seguidos de un 22,60% de tercer nivel, un 8,05% nivel técnico y un 1,56% posgrado.

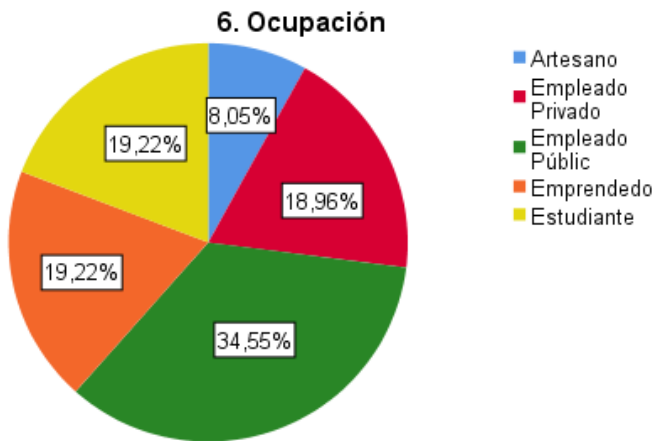
**Figura 6: Estado Civil**



**Fuente:** Elaborado por las autoras, 2023

Con resultados obtenidos sobre el estado civil se obtuvo un 68,31% de población soltero/a, un 22,60% de población casado/a, un 4,94% de población Unión libre, seguidos de un 2,34 de población divorciado/a, y finalmente 1,82% de población viudo/a.

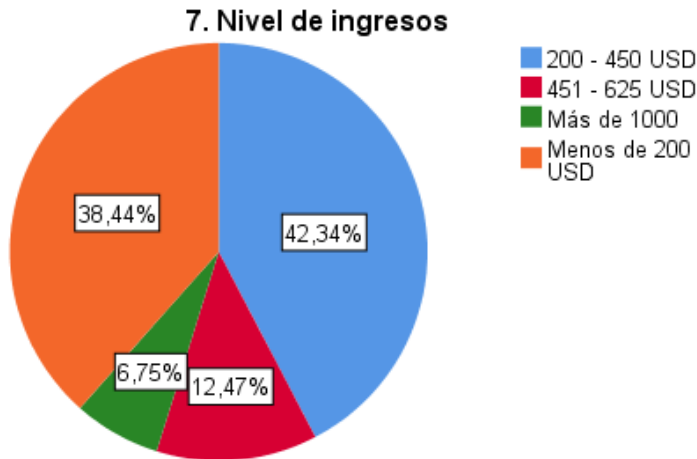
**Figura 7: Ocupación**



**Fuente:** Elaborado por las autoras, 2023.

Con los resultados obtenidos sobre la ocupación se obtuvo un resultado de 34,55% de empleados públicos, un 19,22 de emprendedores, un 19,22 de estudiantes, un 18,96% de empleados privados, y finalmente un 8,05% de artesanos.

**Figura 8: Nivel de Ingresos**

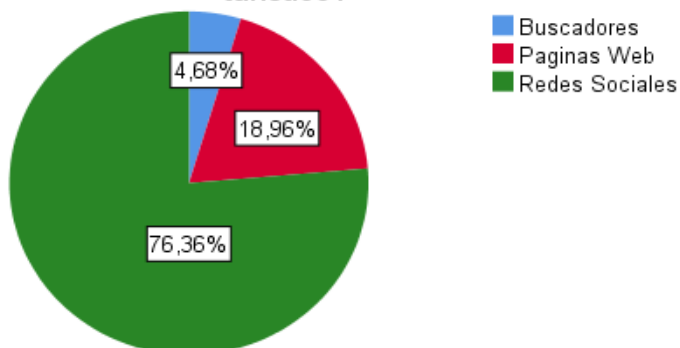


**Fuente:** Elaborado por las autoras, 2023.

Con los resultados obtenidos sobre el nivel de ingresos se obtuvo un 42,34% de ingresos de 200 a 450 USD, un 38,44% de ingresos de menos de 200 USD, un 12,47% de ingresos entre 451 a 625 USD, y finalmente un 6,75% de ingresos de más de 1.000 USD.

**Figura 9: Medios de Comunicación**

**8. ¿Qué medios de comunicación le resultan más apropiados para buscar información de un establecimiento turístico?**

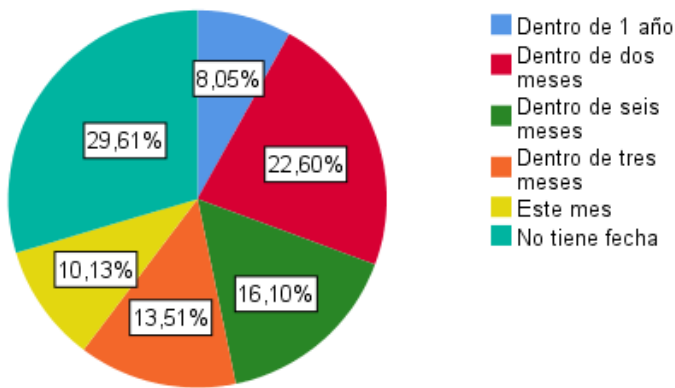


**Fuente:** Elaborado por las autoras, 2023

Con los resultados obtenidos sobre medios de comunicación para buscar información de un establecimiento turístico se obtuvo un 76,36% en redes sociales, un 18,96% en páginas web y finalmente un 4,68% en buscadores.

**Figura 10:** *Próximo viaje a realizar*

**9. ¿Durante el presente año cuando sería el próximo viaje a realizar ?**

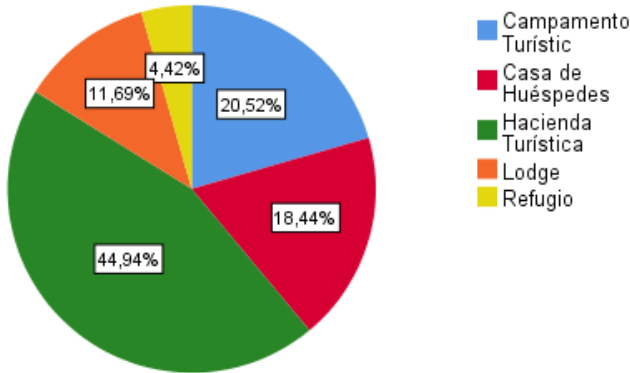


**Fuente:** Elaborado por las autoras, 2023

Con los resultados se obtuvo un 29,61% de población que no tiene fecha frente a un próximo viaje a realizarse, un 22,60% de población que viajara dentro de dos meses, un 16,10% de población que viajara dentro de seis meses, un 13,51% de población que viajara dentro de tres meses.

**Figura 11: Tipo de establecimiento para hospedarse**

**10. ¿Cuál considera el tipo de establecimiento adecuado para hospedarse en el próximo viaje que realizará?**

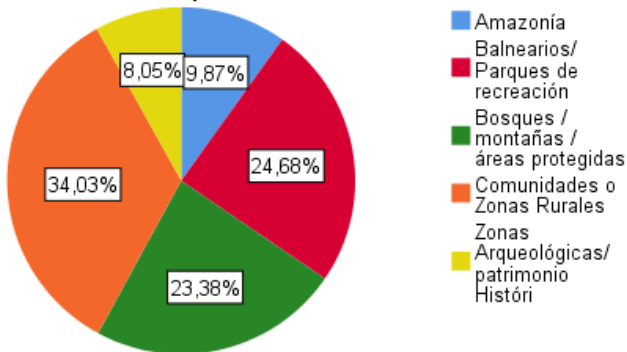


**Fuente:** Elaborado por las autoras, 2023.

Con los resultados obtenidos sobre el tipo de establecimiento adecuado para hospedarse en un próximo viaje se obtuvo un 44,94% de población que eligió hacienda turística, un 20,52% de población que eligió Campamento turístico, un 18,44% de población que eligió casa de huéspedes, seguido de un 11,69% de población que eligió un Lodge, finalmente un 4,42% que eligió un refugio.

**Figura 12: Próximo destino a visitar**

**11. ¿Cuál considera que será el próximo destino a visitar por turismo?**

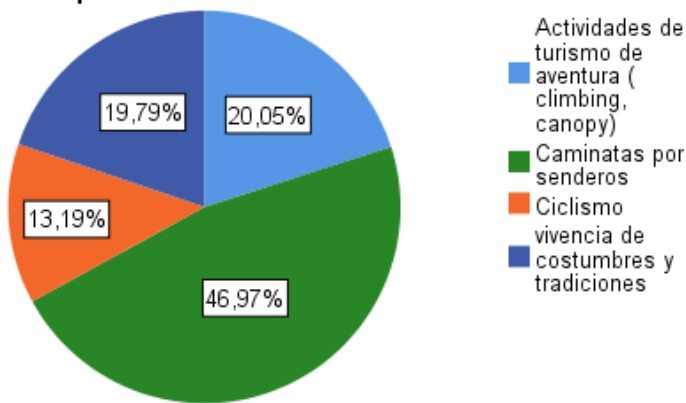


**Fuente:** Elaborado por las autoras, 2023

Con los resultados se obtuvo un 34,03% de población que considera comunidades o zonas rurales como próximo destino a visitar, un 24,68% de población que considera balnearios y parques de recreación como próximo destino a visitar, un 23,38% de población que considera bosques, montañas y áreas protegidas como próximo destino a visitar, un 9,87% de población que considera la Amazonia como próximo destino y finalmente un 8,05% de población que considera zonas arqueológicas y patrimonio histórico como próximo destino a visitar por turismo.

**Figura 13:** *Actividades de mayor preferencia*

**12. ¿Cuál de las actividades es de su mayor preferencia para realizar en entornos rurales?**

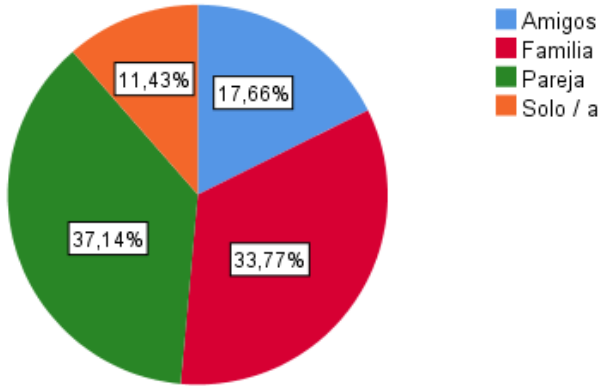


**Fuente:** Elaborado por las autoras, 2023.

Con los resultados de actividades de mayor preferencia se obtuvo un 46,97% en caminatas por senderos, un 20,05% en aventura (Climbing, canopy), un 19,79% en costumbres y tradiciones y un 13,19% en actividades como ciclismo.

**Figura 14:** Con quien considera que será su próximo viaje

13. ¿Con quienes considera que sera su próximo viaje turístico?

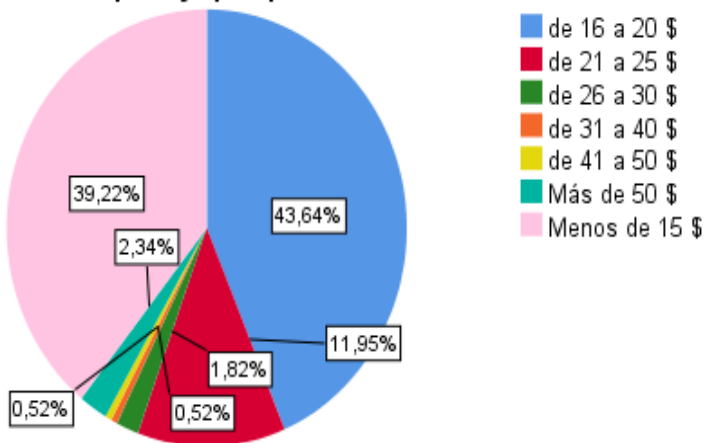


Fuente: Elaborado por las autoras, 2023

Con los resultados sobre con quienes considera que será su próximo viaje se obtuvo un 37,14% de población que eligió en pareja, un 33,77% que eligió en Familia, seguido de un 17,66% que eligió en Amigos y un 11,43% que eligió solo/a.

**Figura 15:** Precio por el servicio de hospedaje

14. ¿Qué precio considera adecuado a pagar por el servicio de hospedaje por persona en una noche?



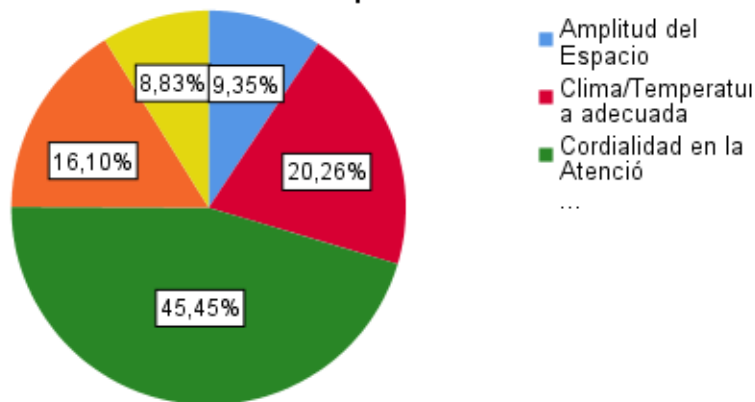
Fuente: Elaborado por las autoras, 2023



Con los resultados se obtuvo un 43,66% de población que considera pagar de 16 a 20\$, un 39,22% que considera pagar menos de 15\$, un 11,95% que considera pagar de 21 a 25\$, un 2,34% que considera pagar de más de 50\$, un 1,81% que considera pagar de 26 a 30\$ y con un porcentaje igual de 0,52% entre 31 a 40\$ y 41 a 50\$.

**Figura 16:** Aspectos para alojamiento

**15. ¿Cuál de los siguientes aspectos considera el más importante que se tome en cuenta en un alojamiento para satisfacer sus expectativas?**

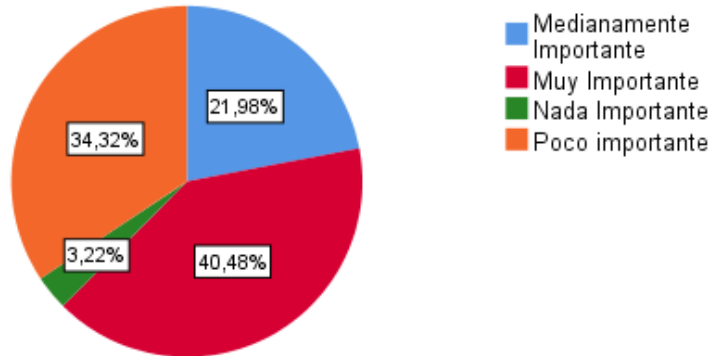


**Fuente:** Elaborado por las autoras, 2023

Con los resultados se obtuvo un 45,45% de en cordialidad en la atención como un aspecto importante en un alojamiento, un 20,26% de clima/ temperatura adecuada como aspecto importante, un 16,10% en decoración como aspecto importante, un 9,35% en amplitud del espacio como aspecto importante y finalmente un 8,83% iluminación.

**Figura 17:** Aspectos de decoración de un alojamiento

**16. Marque con una X la casilla los aspectos importantes al momento de hospedarse. [¿Considera importante la decoración de un alojamiento con información e imágenes de las culturas del Ecuador?]**

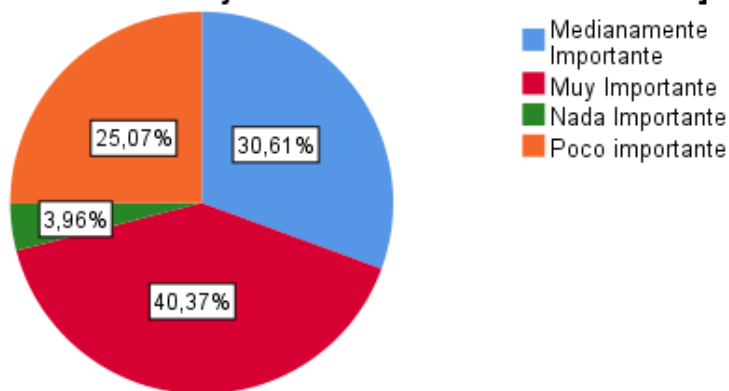


**Fuente:** Elaborado por las autoras, 2023

Con los resultados se obtuvo un 40,48% en aspecto muy importante en la decoración de un alojamiento con información de culturas del ecuador, un 34,32% poco importante, un 21,96% medianamente importante y un 3,22% nada importante.

**Figura 18:** Aspectos importantes en habitaciones

**16. Marque con una X la casilla los aspectos importantes al momento de hospedarse. [¿Considera importante que las habitaciones en un alojamiento cuente con calefacción?]**

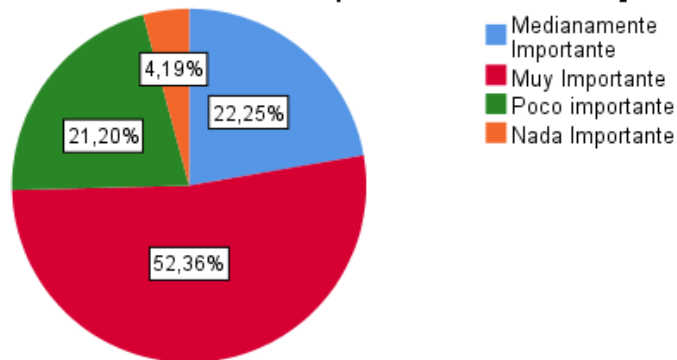


**Fuente:** Elaborado por las autoras, 2023

Con los resultados obtenidos sobre aspectos importantes en habitaciones de un alojamiento esta un 40,37% considerado muy importante, un 30,61% considerado medianamente importante, un 25,07% considerado poco importante y finalmente un 3,96% considerado nada importante.

**Figura 19:** Aspectos importantes en el servicio de alimentación

**16. Marque con una X la casilla los aspectos importantes al momento de hospedarse. [¿Considera importante el servicio de alimentación sea típica de la localidad??]**

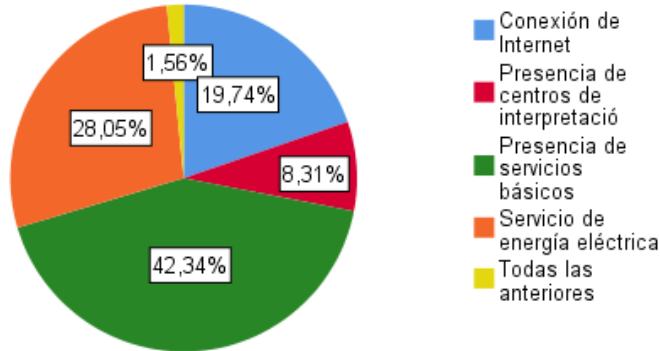


**Fuente:** Elaborado por las autoras, 2023

Con los resultados obtenidos sobre aspectos importantes en el servicio de alimentación típica esta un 52,36% considerado muy importante, un 22,25% considerado medianamente importante, un 21,20% considerado poco importante y un 4,19% nada importante.

**Figura 20:** Aspectos de servicios de apoyo en sitios turísticos

**17. ¿Cuál es el aspecto más importante de los servicios de apoyo que usted considera que debe existir en un sitio turístico para que facilite la visita en zonas rurales?**

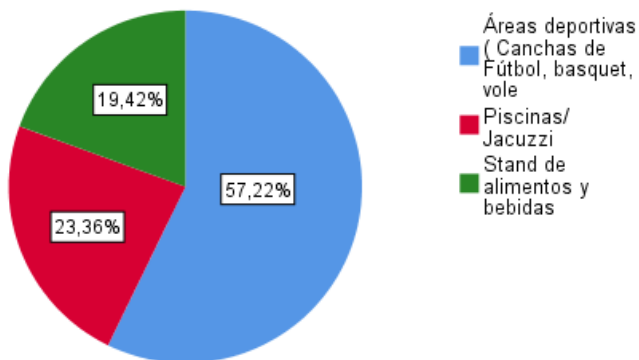


**Fuente:** Elaborado por las autoras, 2023

Con los resultados obtenidos sobre servicios de apoyo que faciliten la visita en zonas rurales se encontró un 42,34% en presencia de servicios básicos, un 28,05% en servicio de energía eléctrica, un 19,74% en conexión de internet, seguido de un 8,31% en presencia de centros de interpretación y un 1,56% eligió todas las respuestas como aspectos importantes.

**Figura 21:** Servicios complementarios para un buen servicio de alojamiento

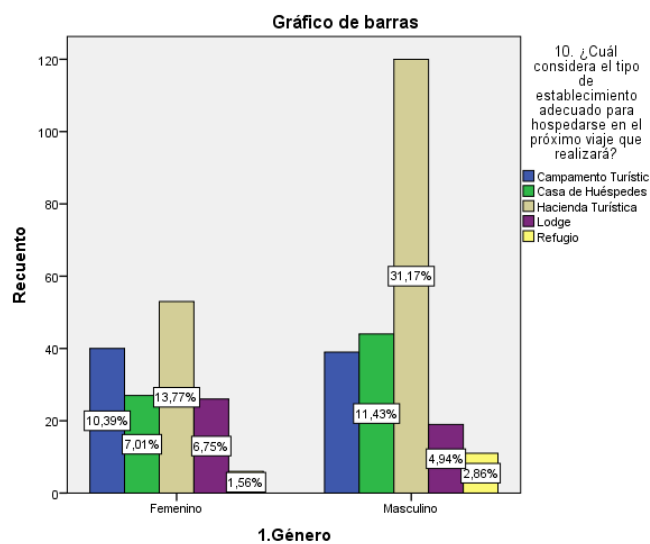
**18. ¿Qué servicios complementarios considera para brindar un buen servicio de alojamiento?**



**Fuente:** Elaborado por las autoras, 2023

Con los resultados se obtuvo un 57,22% de población que considera un servicio necesario las áreas deportivas (Canchas de futbol, básquet, vóley), un 23,36% de población que considera un servicio necesario piscinas/ jacuzzi y finalmente un 19,42% de población que considera necesario el servicio de stand de alimentos y bebidas.

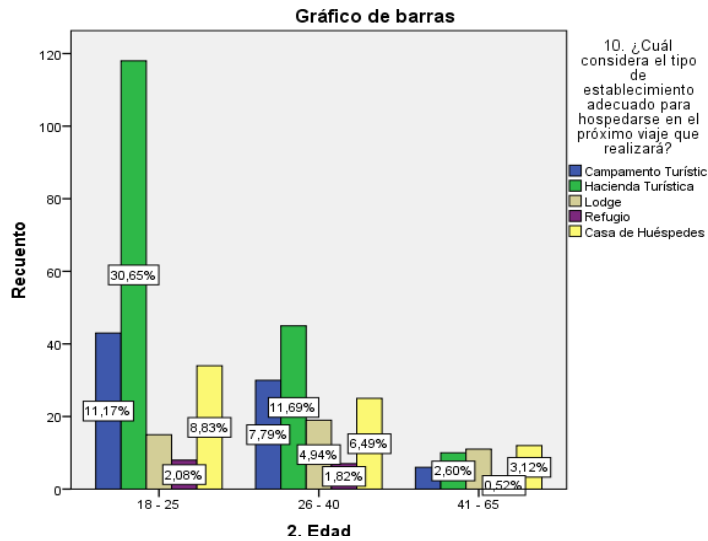
**Figura 22:** Cruce de variable género con tipo de alojamiento



**Fuente:** Elaborado por las autoras, 2023.

La población masculina tiene preferencia para hospedarse en el lodge en sus próximos viajes con un porcentaje de 4,94% según los datos obtenidos por medio de la encuesta, mientras que el 6,75% perteneciente a la población femenina respondió con la preferencia de un lodge.

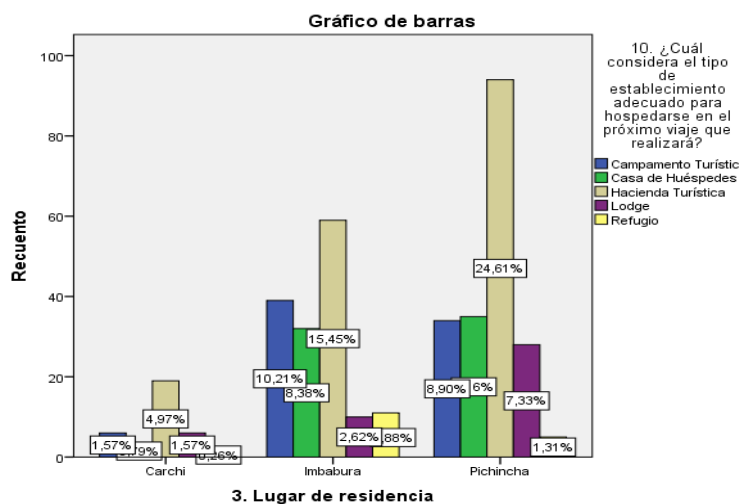
**Figura 23:** Cruce de variable edad con tipo de alojamiento



**Fuente:** Elaborado por las autoras, 2023.

La población que se encuentra entre los 26 a 40 años tiene el porcentaje de 1,82% de aceptación por un Lodge, las personas de 18 a 25 años tienen un 2,08% y por último el 0,52% pertenece al grupo de personas de entre 41 a 65 años.

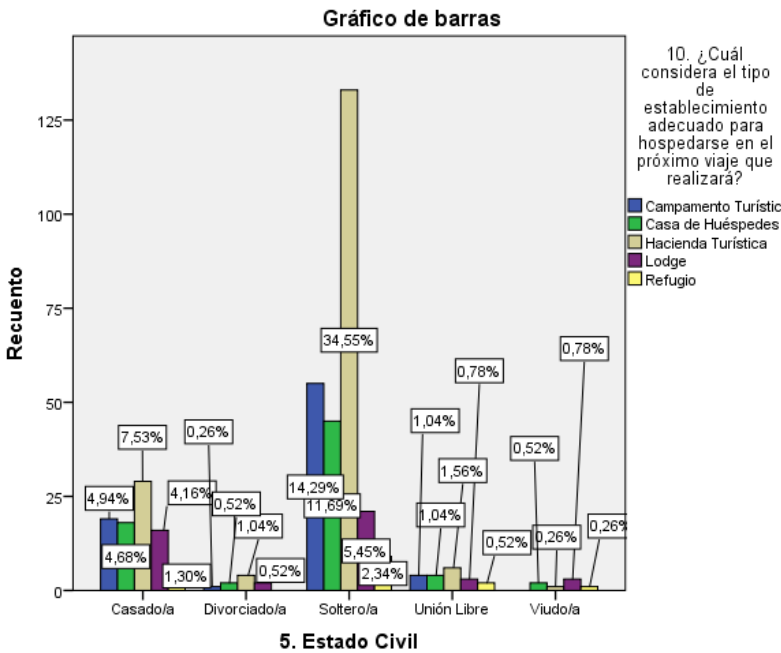
**Figura 24:** Cruce de variable lugar de residencia con tipo de alojamiento



**Fuente:** Elaborado por las autoras, 2023.

Se identificó que la provincia de Pichincha tiene mayor preferencia de un Lodge con un 7,33%, Imbabura un 2,62% y la provincia del Carchi cuenta con un nivel de preferencia de 1,57%, siendo este el menor porcentaje.

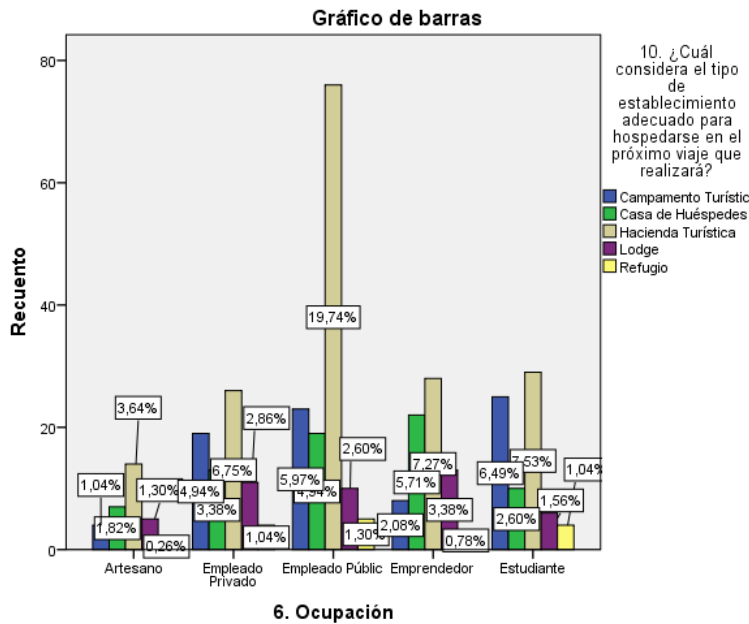
**Figura 25:** Cruce de variable lugar de estado civil con tipo de alojamiento



**Fuente:** Elaborado por las autoras, 2023.

Las personas solteras son las que en su mayoría optarían por alojarse en un Lodge, esto se evidencia con un 5,45% sin embargo la población casada también acoge la opción de un Lodge con el 4,16% respectivamente, seguido con un 0,78% de la población en unión libre, un 0,52% de la población divorciada y un 0,26% de la población viuda.

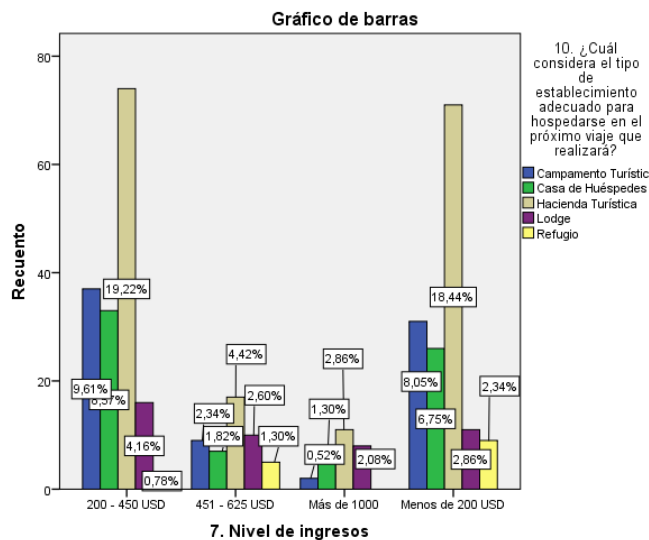
**Figura 26:** Cruce de variable ocupación con tipo de alojamiento



**Fuente:** Elaborado por las autoras, 2023.

El mayor porcentaje pertenece a aquellas personas que tienen como ocupación ser emprendedor con un 3,38%, seguido con un 2,86% por los empleados privados, un 2,60% por empleados privados, un 1,56% por estudiantes y emprendedores con un 1,30%.

**Figura 27:** Cruce de variable nivel de ingresos con tipo de alojamiento



**Fuente:** Elaborado por las autoras, 2023.



El Lodge es de mayor preferencia para aquellas personas que cuentan con ingresos mayor a \$200 hasta los \$450, de igual manera se puede notar que en las demás opciones existe una aceptación considerable por la opción del Lodge.

## 2.2 Análisis de la demanda

**Tabla 5:** *Demanda potencial*

<b>Población de las provincias de Imbabura y Pichincha</b>	3.891.359
<b>Nro. de consumidores de la Demanda Potencial</b>	154.494

**Fuente:** Elaborado por las autoras, 2023.

Según las cifras representadas en la tabla, se puede notar que la demanda potencial pertenece a 154.464 turistas al año que podrían visitar el Lodge.

## 2.3 Análisis de la oferta

**Tabla 6:** *Oferta hotelera*

Nombre	Número de habitaciones	Capacidad de alojamiento de personas	Categoría Estrellas	PROMEDIO ANUAL DE TURISTAS
Hostería Cabañas del Lago Hacienda Chorlaví	8 habitaciones	26 personas	3 ESTRELLAS	8.736
Tuparina Lodge Cielo Verde Lodge	5 habitaciones	10 personas	S/N	2.260
Mashpi Lodge	8 habitaciones	16 personas	3 ESTRELLAS	5,376
Hostería Casa Hacienda Quinchuquí	24 habitaciones	47 personas	5 ESTRELLAS	12.920
	6 habitaciones	17 personas	3 ESTRELLAS	5,712

**Fuente:** Elaborado por las autoras, 2023.

***Hostería Cabañas del Lago*** se encuentra ubicado a orillas del lago san pablo en el sector de Araque, en este lugar se puede encontrar habitaciones muy cómodas con Tv, baño privado e instalaciones como campos de mini golf, un parque infantil para los niños, cafetería y un bar. El costo por noche por persona es aproximadamente 115 \$.

***Hostería Chorlaví*** se encuentra ubicada en la panamericana vía Ibarra, es una finca histórica de estilo colonial, cuenta con instalaciones como piscina, sauna, turco y masajes, otros de los servicios muy interesantes es que cuenta con un enlace al aeropuerto. El costo por noche por persona es 105 \$.

***Tuparina Lodge*** se encuentra ubicado en la Compañía cerca del cerro Imbabura este lugar cuenta con una vista al Lago San Pablo, sus instalaciones son cómodas, las actividades que se pueden realizar son senderismo y visita al parque acuático, el costo aproximado por noche es de 35 \$.

***Cielo Verde*** se encuentra ubicado en la provincia de Imbabura, cantón Cotacachi, parroquia García Moreno, en él se puede encontrar habitaciones cómodas y además cuenta en sus instalaciones cancha de futbol, cancha de voleibol, restaurante, piscina y un jacuzzi. Entre sus principales actividades destaca las caminatas con avistamiento de una gran variedad de flora y fauna. Su tarifa varía desde los \$10 en adelante por noche.

***Mashpi Lodge*** ubicado dentro del Distrito Metropolitano donde se ofrecen actividades como excursiones con guías nativos del lugar, también la observación de flora y fauna silvestre en los diferentes senderos hacia las cascadas, cuentan con un área de spa. Además de su gastronomía con platos típicos. El hospedaje por noche es de \$150 esta incluye todas las actividades que ofrece el *Lodge*.

*Hostería Casa Hacienda Quinchuquí* se encuentra ubicada entre Peguche e Ilumán de la ciudad de Otavalo es un sector muy tranquilo, cuenta con varios servicios como los desayunos continentales, parqueadero gratuito. El paisaje es único ya que se puede visualizar al volcán Imbabura y Cotacachi el valor por noche de una persona es 25\$.

## 2.4 Demanda insatisfecha o nivel de aceptación del producto

**Tabla 7:**

*Proyección de la demanda insatisfecha.*

Año	Demanda potencial	Competencia	Demanda insatisfecha
Año 1	154.954	55.804	99.150

**Fuente:** Elaborado por las autoras, 2023.

Demanda objetiva proyectada.

**Tabla 8:**

*Proyección de la demanda objetiva*

Año	Demanda insatisfecha	Demanda objetiva
Año 1	99.150	8.400

**Fuente:** Elaborado por las autoras, 2023.

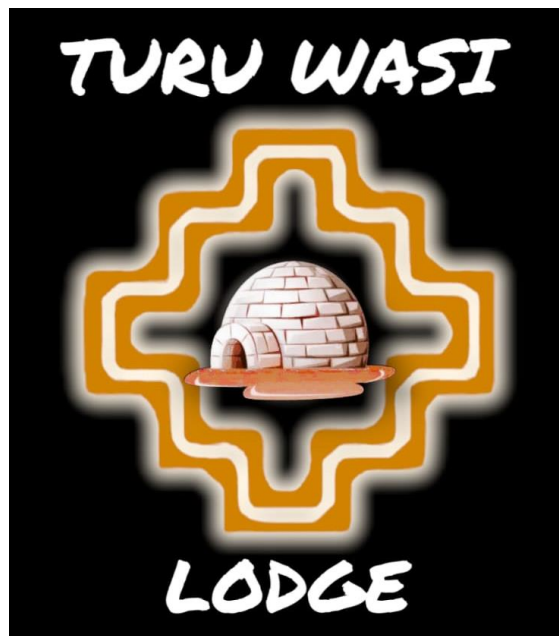
## 2.5 Propuesta mercadológica

### 2.5.1 Identidad corporativa

### 2.5.2 Marca e imagen corporativa

La imagen corporativa del emprendimiento busca ser reconocido y fácil de distinguir de otros establecimientos de alojamiento turístico cercanos, además se plasmará en materiales de promoción y publicidad y objetos de uso cotidiano en el lodge.

*Figura 28: Turu Wasi Lodge*



**Fuente:** Logo del Lodge. Autoría propia, 2022

El mundo andino está lleno de simbolismos que constituyen la representación de la sabiduría, contextualizada mediante el desarrollo del propio sentido común. La cultura andina, mediante la riqueza de la memoria oral colectiva, conserva y socializa su cosmovisión, que es la configuración de su practicidad solidaria, donde es inexcusable la aplicabilidad del sistema del don

universal manifestado a través del dar, recibir y devolver (Cevallos, Posso, Naranjo, Bedón, & Soria, 2017).

### ***2.5.3 Nombre comercial de la empresa***

Turu Wasi Lodge S.A.S

El logotipo diseñado será la imagen corporativa de la empresa, el nombre TURU WASI LODGE fue denominado por la singularidad del alojamiento, al ser un emprendimiento de estilo iglú con temática cultural, se ha tomado en cuenta las viviendas construidas en adobe, tierra, paja y piedras, puesto que en la antigüedad predominaban en la comunidad Kichwa.

Los diseños presentados en el logo son una muestra de la mezcla entre la cultura y la naturaleza que muchos no conocemos, el diseño iglú es para encontrar diferencia y estilo de otros alojamientos, a continuación, se dará a conocer la descripción de cada aspecto que conforma el logotipo.

 **Nombre: ‘TURU WASI LODGE’**

La lengua Kichwa constituye una de las claves fundamentales para la identidad del pueblo. Estudiándola se pueden encontrar los vestigios de la propia colectividad que la creó porque guarda la experiencia espiritual y material de ésta (Almeida, 1999).

Turu, es una palabra Kichwa y hace referencia al barro o el adobe, puesto que este material fue esencial en la construcción de las viviendas en las comunidades, y con esto rescatar el estilo cultural del pueblo indígena. De igual manera, wasi es un término Kichwa y significa ‘casa’, ‘hogar’ o ‘morada’.

## **El ícono: chakana y casa estilo iglú**

El ícono es una cruz Andina muy representativo de los Kichwa Otavalo, representa las estaciones del año y la forma de ver la vida según la cosmovisión andina. La casa con estilo iglú representa la forma que tendrá el alojamiento, mostrándose diferente a las casas normales que comúnmente se puede ver en la actualidad.

En el mundo andino la chakana representa al tiempo y al espacio prehispánico. Su figura, dispone en el centro un círculo que simboliza el mushuk nina, o fuego nuevo, y allí emerge una línea dorada que divide el espacio binario de la cruz, donde se evidencia el mundo masculino y femenino. El espacio de arriba o Hanan simboliza al «macho» y el de abajo o Urin a la “hembra”. También es representado como vida y tiene un calendario astral que está simbolizada por una cruz andina, que es la representación de su tiempo estructurado en un calendario agro ecológico y cíclico (Cevallos, Posso, Naranjo, Bedón, & Soria, 2017).

## **Colores:**

- Negro: es el color que predomina en el logotipo, como emprendimiento cultural se adaptará la cosmovisión andina y el color es por tener la creencia en energías y fuerzas sobrenaturales, además el color negro mostrará una imagen elegante y con lujo.
- Amarillo: el color amarillo en la chakana, representa la calidez, la autoestima, la energía y el color del Tayta Inti (dios sol) que es vital para el pueblo Kichwa.
- Blanco: el blanco en las letras y la casa estilo iglú hacen referencia a la pureza, transparencia, limpieza, y paz de cómo se trabajará en el alojamiento.

Las representaciones de la marca en objetos como camisetas, gorras, cuadernos, facturas, vasos, etc., dan un sentido de pertenencia hacia el emprendimiento y son esenciales para promocionar la marca del alojamiento.

**Figura 29:** Representación de camiseta y gorra como uniforme de trabajo



**Camiseta**



**Gorra**

**Fuente:** Elaborado por las autoras mediante mockups

Las gráficas muestran el diseño de la camiseta y gorra que serán parte del uniforme del personal de trabajo además tiene el logo del emprendimiento para transmitir una apropiación y seguridad sobre el alojamiento.

*Figura 30: Representación de delantal del personal de cocina*



**Fuente:** Elaborado por las autoras mediante mockups

El delantal es parte del uniforme del personal de la cocina diseñado de color anaranjado y negro con el logo del emprendimiento y también uno de color negro dando a conocer que tan organizado y elegantes pueden estar al momento de atender a un cliente.

*Figura 31: Presentación de llavero para habitaciones*





**Fuente:** Elaborado por las autoras mediante mockups

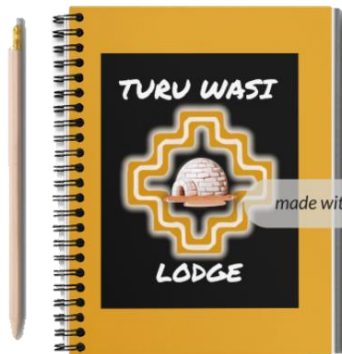
La representación de la marca es primordial dentro del emprendimiento por esta razón se ha diseñado llaveros que lleven puestos el logo como una atracción más y como reconocimiento de pertenencia.

*Figura 32: Representación de mochila*



**Mochila**

*Figura 33: Cuadernos con el logo del Lodge*



**Cuadernos**



**Fuente:** Elaborado por las autoras mediante mockups

Los diseños de las mochilas y cuadernos con la marca del alojamiento ayudan a promocionar el emprendimiento y la gente lo toma en cuenta de manera inconsciente al momento de elegir un lugar para hospedarse.

**Figura 34:** Tarjeta de presentación



**Fuente:** Elaborado por las autoras mediante mockups

Las tarjetas de presentación son primordiales para entregarles a los huéspedes y puedan contactarse con el alojamiento además de ayudar a la publicidad del Lodge.

**Figura 35:** Personal de trabajo con uniforme y representación de Vaso con el logo del emprendimiento Turu Wasi Lodge



**Fuente:** Elaborado por las autoras mediante mockups.

La presentación del personal del alojamiento habla mucho por esta razón y debido a la pandemia se ha diseñado mascarillas del mismo color del uniforme del personal, además del diseño de vasos como regalos para clientes habituales.

*Figura 36: Maquetas con bolsas de cafe*



**Fuente:** Elaborado por las autoras mediante mockups

Las maquetas de café serán una representación de los productos de la cafetería donde los pueden consumir y comprarlos para llevar.

## **CAPITULO III**

### **3 Estudio Técnico**

#### **3.1 Análisis y determinación del tamaño óptimo de la empresa**

##### **3.1.1 Identificación de la demanda**

"Dirección de Marketing" (Año 2002 Pág. 54), la demanda es "El deseo que se tiene de un determinado producto que está respaldado por una capacidad de pago".

La demanda objetiva para este emprendimiento es 8.400 turistas anuales que puedan llegar al Lodge, se tiene en cuenta la demanda insatisfecha de 99.150 personas la misma que no es cubierta por la oferta existente cerca del lugar. El número de turistas de la demanda insatisfecha es nuestro objetivo para la implementación del alojamiento, basándonos en las preferencias de la segmentación del mercado por las actividades de naturaleza.

##### **3.1.2 Número de clientes proyectados**

El tamaño del mercado al que nos vamos a enfocar es de 99.150 personas y la capacidad de las instalaciones son Áreas de Parqueadero, área de recepción, área de alimentos y bebidas, área de alojamiento, áreas húmedas, áreas verdes y áreas culturales que estarán a disposición del cliente, el financiamiento se lo hará con los servicios a vender.

##### **3.1.3 Consumo aparente con respecto a los servicios demandados**

De acuerdo a la encuesta, el mercado consumidor tiene preferencia por el lodge cultural.

Esto se debe a que la ubicación es en un entorno natural y dentro de una comunidad indígena donde da mucho por ofrecer a los turistas que visiten el lugar.

### **3.2 Análisis y determinación de la localización óptima del proyecto**

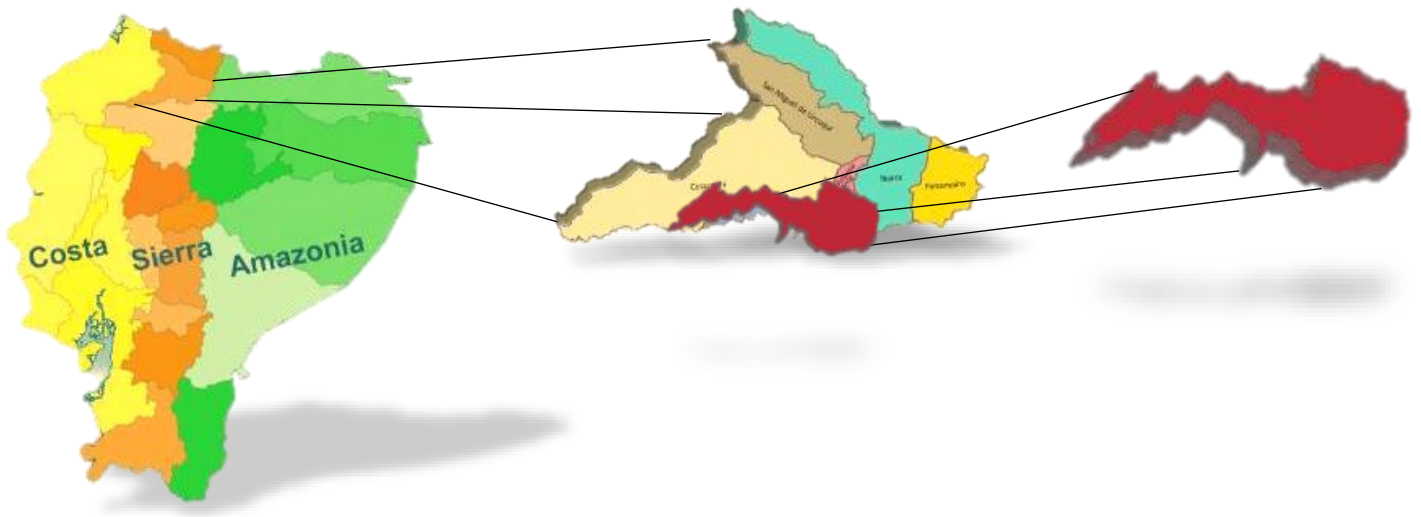
#### **3.2.1 Macro localización:**

El proyecto estará ubicado en la región Sierra de Ecuador, en la provincia de Imbabura, cantón Otavalo en la parroquia Miguel Egas Cabezas, comunidad de Quinchuquí; ubicada a 20 minutos de la ciudad de Otavalo.

Las vías de acceso al lugar son de tierra y piedra por lo que en épocas de invierno suelen encontrarse en mal estado, aunque eso no impide el acceso libre a todos los vehículos, el clima que predomina en el lugar es templado y frío.

Los servicios básicos que presenta la comunidad en los últimos años se han realizado el acceso a internet por fibra óptica y alcantarillado en el sector. Lo cual ha permitido brindar un mejor servicio a la localidad y en especial a los visitantes, sin embargo, en el ámbito turístico, tienen pocas opciones de alojamiento al momento de hospedarse a pesar de existir una considerable afluencia de turistas que buscan vivir de la naturaleza y las riquezas culturales de su gente.

**Figura 37: Macro y micro localización**



**Fuente:** Elaborado por las autoras, 2023

### **3.2.2 Micro localización:**

El lodge estará ubicado en la parroquia Miguel Egas cabezas, en la comunidad kichwa Quinchuquí Alto. Del mismo modo, se encontrará beneficios por la ubicación de la infraestructura puesto que se encontrará una belleza paisajística enorme, además de contar con un atractivo turístico muy llamativo denominado Wantun Rumi, también se podrá observar una diversidad de flora como el pino, pumamaqui, paja, malva, aliso, entre otras, en fauna podemos encontrar conejos de monte, pájaros carpinteros, wirukchuro, lobo, borregos, etc.

En la localidad aún no existen emprendimientos que cuenten con alojamiento, aunque alrededor de la comunidad se puede encontrar alojamientos cómo la hostería casa hacienda Quinchuquí, el lugar en dónde se ubicará el emprendimiento no tiene limitación tecnológica a pesar de la altitud, por su ubicación en las faldas del volcán Imbabura el clima no varía mucho sino se mantiene templado, para poder llegar a nuestro emprendimiento podemos encontrar un bus de la

Cooperativa de Transporte 8 de Septiembre que va desde la ciudad de Otavalo hasta la comunidad de Quinchuquí, exactamente hasta la última parada desde donde se deberá caminar 15 minutos hasta el lodge, el costo del pasaje es de 0,30 ctvs., en caso de contar con auto propio seguir la calle Imbabura y se encontrará el establecimiento.

*Figura 38: Localización del terreno*



**Fuente:** Obtenido de Google Earth, 2023.

### **3.3 Identificación y descripción de los procesos**

#### **3.3.1 Caracterización y diseño del producto/servicio**

Los productos que ofrecerá TURU WASI LODGE serán: cafetería, alojamiento, áreas húmedas, así como piscina y sauna, también con áreas de fogata y áreas de recreación como canchas de vóley y fútbol, y por último con un área de diversión para niños.

**Producto 1:** alojamiento

El emprendimiento ofrecerá 9 cabañas de estilo iglú en donde todos tendrán una temática cultural del pueblo Kichwa Otavalo, se contará con 3 habitaciones simples y 3 habitaciones dobles, también se contará con 3 habitaciones cuádruples, las cuales estarán construidas de barro y paja además de materiales reciclados para algunas mueblerías de cada habitación.

El lodge está dirigido a parejas, familias y amigos.

***Habitaciones individuales:*** son 3 habitaciones individuales denominadas arrayán, atsera, y tsini, estos nombres son de plantas medicinales que predominan en la comunidad, las habitaciones contarán con una cama de una plaza y un baño privado.

***Habitaciones dobles:*** son 3 cabañas cada una contará con una cama de dos plazas respectivamente y serán denominadas Pumamaki, chilka y aliso, de igual manera son nombres de plantas medicinales, estas habitaciones tendrán una capacidad de dos personas e incluye un baño privado.

***Habitaciones cuádruples:*** son 3 cabañas denominadas jiguirilla, juyanquilla, molinde, con una capacidad de 4 personas, cada una de las habitaciones contarán con una cama de dos plazas y una litera de una plaza y media, también incluye baño privado.

El costo por noche dependerán mucho de las habitaciones: en las habitaciones individuales será desde los 20\$ dólares por persona incluido el desayuno, además de contar con acceso gratuito a las áreas de recreación; en habitaciones dobles o de parejas el costo será desde los 40\$ dólares por persona con acceso a la piscina; en habitaciones familiares o suites el costo será de 60 \$ dólares hasta 75 dólares por persona, las mismas estarán más alejados de la calle principal donde existe



ruido, además de tener al frente una piscina con sauna, todas las áreas estarán disponibles en todo momento.

Niños de 0 a 9 no tienen costo alguno y a partir de 10 años en adelante tendrán una tarifa de adulto.

**Producto 2:** cafetería

Se contará con una cafetería para el desayuno de los huéspedes al que se denominará Kallari Puncha la cual contará con cinco mesas para cuatro personas, tres mesas para parejas, teniendo una capacidad de aforo de 26 personas.

**Producto 3:** piscina y sauna

Para el disfrute de este servicio en caso de hospedarse en una habitación individual el costo es de 5\$ por persona, mientras que los huéspedes de las habitaciones dobles y las suites tienen acceso gratuito a todas las áreas. El servicio de sauna a vapor tendrá el mismo estilo de las cabañas iglú, este sirve para vaporizar el cuerpo y desintoxicar la piel manteniéndola sana y saludable, la vaporización se realizará con plantas medicinales de la localidad como el eucalipto, arrayán, manzanilla, ruda y chilka, con un aforo de 6 a 8 personas.

### **3.3.2 Descripción del proceso productivo o prestación del servicio**

## **3.4 Ingeniería del proyecto**

### **3.4.1. Distribución de la planta**

Para la distribución de todas las áreas del emprendimiento se contará con un terreno de 100 m x 70 m con una dimensión de 7000 m<sup>2</sup>, el cual se ha distribuido en cabañas circulares de estilo iglú destinado para las habitaciones, además de una cabaña adicional para la recepción, cafetería, una tienda de recuerdos, una sala de estar y una lavandería incluido la bodega, contando un total de 201,06 m<sup>2</sup> y un perímetro de 50,26 m; contamos con 3 habitaciones simples y 3 habitaciones dobles cada una con una medida de radio de 3m, el perímetro de 18,85m y un área total de 28,27 m<sup>2</sup>, dentro de ellas con una cama de una plaza, en la habitación doble una cama de dos plazas, un ropero, televisión y un baño privado con ducha de 4m<sup>2</sup>; las habitaciones cuádruples tendrán una cama de dos plazas, una litera y baño privado de un área de 6 m<sup>2</sup>, cada habitación con un una radio de 5m, el perímetro de 31,42 m y un área total de 78,54 m<sup>2</sup>.

Las áreas de recreación deportiva contarán con una dimensión de 420 m<sup>2</sup>, y el área de juego de 30 m<sup>2</sup>; en cuanto a las áreas húmedas, la piscina contará con una área de 50 m<sup>2</sup> con un aforo de 8 personas y el sauna con 25 m<sup>2</sup>; la cafetería contará con 8 mesas, y 22 sillas con aforo de 26 personas.

Toda la infraestructura estará construida en forma de iglú, con un diseño que no se aleje de la cultura puesto que serán construidas con adobe, paja, madera, y materiales reciclados para las mesas, sillas o decoraciones dentro del alojamiento, se realizaron planos con las decoraciones y ambientaciones respectivas de manera que sea posible visualizar toda la infraestructura a utilizar

en la implementación, todo el territorio de la ubicación del Lodge estará rodeada de árboles de aliso, de la misma manera las decoraciones florales dentro y fuera de la instalación serán con plantas aromatizante demostrando el respeto y valorización de plantas de la comunidad.

A continuación, se refleja el plano planimétrico propuesto para la distribución de todas las áreas del terreno.

### 3.4.2 Planos de la instalación/infraestructura

*Figura 39: Plano de infraestructura del Lodge Turu Wasi en 3D*



**Fuente:** Elaborado por las autoras, mediante HomeByMe.

*Figura 40: Demostración de infraestructura de lodge en 2D*



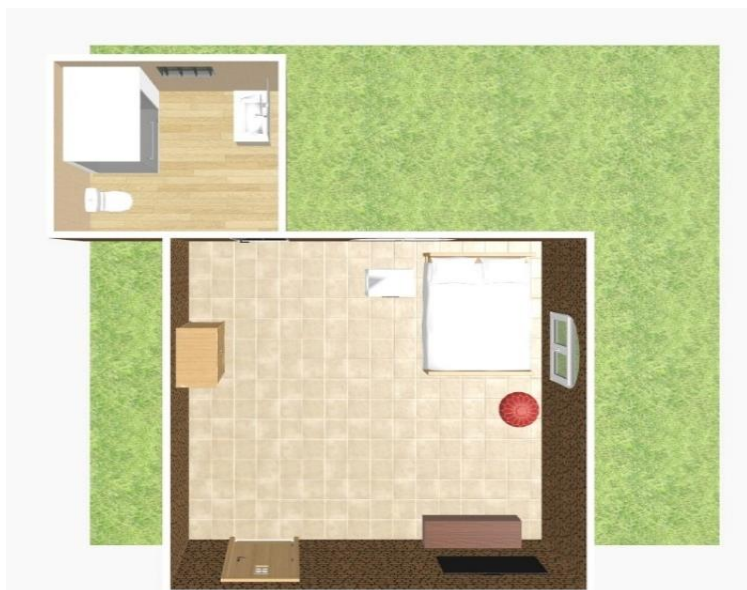
Fuente: Elaborado por las autoras, mediante HomeByMe.

*Figura 41: Infraestructura de habitación individual*



Fuente: Elaborado por las autoras, mediante HomeByMe.

**Figura 42:** Representación de habitación doble en 3D



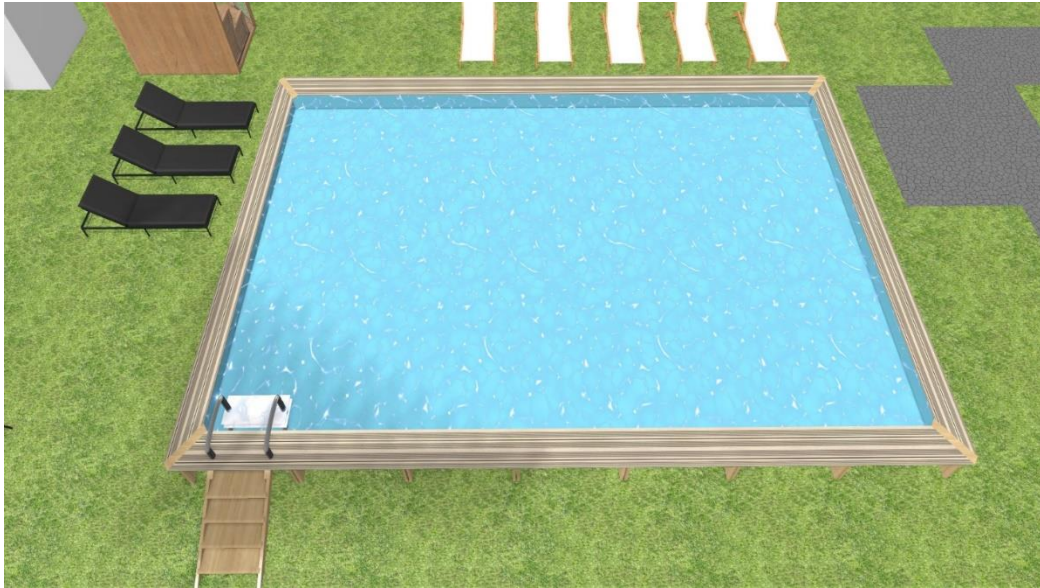
**Fuente:** Elaborado por las autoras, mediante HomeByMe.

**Figura 43:** Representación de habitación cuádruple en 3D



**Fuente:** Elaborado por las autoras, mediante HomeByMe.

**Figura 44.** Representación de infraestructura de piscina en 3D



**Fuente:** Elaborado por las autoras, mediante HomeByMe.

**Figura 45:** Representación de juego para niños



**Fuente:** Elaborado por las autoras, mediante HomeByMe.

**Tabla 9: Infraestructura**

<b>Adecuaciones/ construcciones</b>	<b>Características</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Total</b>
Cabañas Individuales	Construcción estilo iglú de Adobe y paja.	3	1500	4500
Cabañas dobles	Construcción estilo iglú de adobe y paja	3	1500	4500
Cabañas cuádruples	Construcción estilo iglú de adobe y paja	3	1500	4500
Baños por habitaciones	Construcción de adobe y paja	9	350	3150
Recepción y Administración	Construcción de adobe y piedra	1	1500	1500
Cafetería y Cocina	Construcción estilo rustico con adobe y paja	1	2500	2500
Construcción de mesón	Construcción con mármol	2	450	900
Lavandería y planchado	Construcción de adobe y paja	1	300	300
Áreas Húmedas	Construcción de ladrillo y cemento	2	1025	2500
Parqueadero	Césped	1	100	100
Patio de Fogatas	Césped	1	100	100
Baños y vestidores	Construcción de ladrillo y cemento	3	150	450
Baños del personal	Construcción de ladrillo y cemento	1	300	300
<b>PRESUPUESTO TOTAL</b>				<b>25,000 \$</b>

**Fuente:** Elaborado por las autoras, 2023.

### 3.4.3 Requerimientos por áreas

**Tabla 10:**

*Maquinaria y Equipo*

AREA	EQUIPO	CANTIDAD	CARACTERISTICAS	VALOR
COCINA	Refrigerador Indurama	1	Refrigerador Whirlpool Alto:175cm ancho: 71 cm	500
	Cocina industrial	1	Acero inoxidable con extracción y ventilación.	300
	Licuadaora	1	Motor eléctrico, vaso de vidrio refractario, cuchillas trituradoras.	50
	Batidora	1	Motor eléctrico con cinco velocidades y potencia de 60 vatios	50
	Cafetera	1	Cafetera con potencia de 650 watts, ventana de agua y filtro permanente	45
	Extractor de olores	1	Extractores 3 velocidades con superficie de acero inoxidable	186
	Horno industrial	1	4 válvulas y difusores de acero inoxidable	150
HABITACIONES	Duchas	10	Ducha eléctrica, voltaje 110v	200
	Calefactores	10	Calefactor de interiores, bajo consumo, silencioso.	810
	Lámparas	9	Lámparas con bajo consumo eléctrico	51,75
BAÑOS	Combos de baño	10	Grifería, complementos de inodoro, sanitario y tinas	700
	Grifos de baño	10	DIMENSIONES 26.7 X 11,1X38.7CM	80
	Lavadora	1	Lavadora con tambor central grande con orificios que giran.	450



<b>LAVANDERÍA Y PLANCHADO</b>	Secadora	1	Modelo por condensación, con resistencia eléctrica para evaporar la humedad	450
	Plancha	2	Placa metálica térmica, mango aislante del calor	100
	Teléfono Convencional	1	Línea fija, alambre de metal y fibra óptica	30
<b>RECEPCIÓN Y ADMINISTRACIÓN</b>	Computadora	1	Procesador, disco duro, memoria RAM y accesorios	250
	Impresora	1	Equipo de impresión, auto copiadora, scanner y fax	200
	Calculadora	1	Calculadora científica	6
	Celular Empresarial	1	Procesador de 1.2 GHz, memoria RAM y conectividad	150
	<b>PRESUPUESTO TOTAL</b>			<b>4,558.75</b>

Fuente: Elaborado por las autoras, 2023.

**Tabla 11:** *Insumos*

AREA	INSUMO	CANTIDAD	CARACTERISTICAS	VALOR U	TOTAL
<b>HABITACIONES</b>	Colchón 2 pl.	6	Colchón paraíso	6	70
	Colchón 1 pl.	12	Colchón paraíso	12	45
	Camas 2pl	6	Madera	180	1080
	Camas 1 pl.	12	Madera	150	1800
	Juego de sabanas 2pl	6	Sabanas hoteleras blancas	15	90
	Juego de sabanas 1pl	12	Sabanas hoteleras blancas	14	168
	Edredones 2pl	6	Tela hilo de algodón	54.5	327
	Edredones 1pl	12	Tela hilo de algodón	40	480
	Protector de colchón 2pl	6	Protector impermeable	15	90
	Protector de colchón 1pl	12	Protector impermeable	11	132
	Toallas Grandes	30	Toallas algodón absorbente	15	450

	Toallas de manos	30	Toallas algodón absorbente	3	90
	Rodapiés	20	Toallas algodón absorbente	6	120
	Basurero	15	Basurero de plástico resistente	13	195
	Cortinas de baño	10	Cortina de baño plástica impermeable	2,2	24,2
	Espejo adhesivo	10	Adhesivo de pared efecto espejo	2,5	25
	Veladores	9	Madera	50	450
	Cómoda	9	Madera	60	540
	Alfombras	9	Madera de pino	5	45
	Cortinas	10	Tela lino fino	5	45
	Almohadas	25	Plumón	3	75
	Jabonera	10	Material de acero	6,6	66
	Mesas 4 puestos	5	Madera	130	650
	Mesas 2 puestos	3	Madera	100	300
	Sillas comedor	30	Madera	15	450
<b>CAFETERIA Y COCINA</b>	Mantelería del comedor	8	Tela	10	80
	Alacena	2	Madera	120	240
	Mesas Aux de cocina	2	Acero inoxidable	40	80
	Tablas de picar	2	Madera	3	6
	Ollas pequeñas	4	Acero inoxidable	25	100
	Ollas grandes	2	Acero inoxidable	29	58
	Sartenes	4	Sartén inherente	20	80
	Cucharones	5	Acero	4	20
	Juego de platos y tazas	15	Acero inoxidable	15	225
	jarras	10	Vidrio	5	50
	Cuchillos	5	Acero inoxidable	4	20
	Escritorio de oficina	1	Madera Pino	261	261
<b>RECEPCION Y ADMINISTRACION</b>	Archivadores	1	Madera Pino	120	120
	Estante de llaves	1	Madera Pino	25	25
	Carpetas	5	Plásticos transparentes	1	8
	Esferos	5	Marca big	0,40	2
	Cuadernos	2	Cuadros pasta dura	2	4
	Tijeras	1	Tijera punta redonda	1,50	1,50

	Sello del Lodge	1	Sello de caucho	10	10
	Escoba	5	Escoba de plástico	4	20
	Recogedor	4	Recogedor de plástico	7	28
	Trapeador	4	Trapeador de madera	2	8
	Guantes	3	Guantes de Caucho	1	3
<b>LAVANDERIA Y PLANCHADO</b>	Mesas de planchado	2	Mesas de madera para planchado	5	10
	Pinzas de ropa	3	Pinzas de plástico	2	6
	Detergente	2	Detergente liquido	10	20
	Cloro	2	Cloro 4 kl	5	10
<b>DEPOSITO</b>	Desinfectante	2	Desinfectante eucalipto	10	20
	Limpia pisos	2	Limpia pisos de madera	10	20
			<b>PRESUPUESTO TOTAL</b>		<b>9,342.7</b>

Fuente: Elaborado por las autoras, 2023.

### 3.4.4. Inversiones y capital de trabajo

Tabla 12: Capital de trabajo

AREA	RUBRO	CANTIDAD	CARACTERISTICAS	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
	Agua	2	Llaves de paso	20	20
	Luz	1	Energía eléctrica 120 V	50	50
<b>Servicios Básicos</b>	Teléfono	1	Línea fija	10	10
	Internet	1	60 megas	35	35
	Tv cable	1	Conexión de televisión	20	20
	Administrador	1	Área de administración	600	600
	Recepcionista	1	Área de administración	500	500
<b>Sueldos del personal</b>	Operadores	2	Personal multifuncional	400	800
	Personal de aseo	2	Personal para limpieza	425	850
	Diseño de imagen corporativa	1	Personal de diseño	400	400
	Diseño web	1	Personal de diseño	300	300
<b>Plataformas Comerciales</b>	Comunity management	1	Personal de diseño	120	120
	Producción de material publicitario	1	Diseño grafico	500	500

	Motores de reserva	1	Booking	40	40
	Google maps	1	Ubicación	200	200
	Huevos	15	Cubetas	3	45
	Fruta	2	Canastas	5	10
<b>Materia Prima</b>	Lácteos	1	Cajas	10	10
	cereales	3	Cajas	5	15
	aceites	2	Galones	15	30
	café	3	Fundas de café grande	5	15
	Chocolate	3	Fundas de chocolate	1	3
	Aromáticas	2	Caja de Aromáticas	3	6
			<b>PRESUPUESTO TOTAL</b>		<b>4,579</b>

**Fuente:** Elaborado por las autoras, 2023.

### 3.5 Inversión y capital de trabajo

**Tabla 13:** *Inversiones*

Infraestructura	25,000
Maquinaria y equipos	4,558.75
Insumos y requerimientos	9,342.7
Capital de trabajo	4,579
<b>TOTAL</b>	<b>43,480.45</b>

**Fuente:** Elaborado por las autoras, 2023.

### 3.6 Estructura organizativa y administrativa

#### 3.6.1 Misión

Turu Wasi Lodge tiene la misión de ofrecer un excelente servicio de alojamiento de calidad que supere las expectativas del cliente, promoviendo el turismo en la comunidad puesto que la localidad está rodeada de un entorno paisajístico natural donde la tranquilidad del sitio ayuda al descanso y relajación, además de la promoción de la cultura local.

### **3.6.2 Visión**

Para el año 2035, Turu Wasi Lodge logrará estándares de calidad en la prestación de servicios de alojamiento turístico convirtiéndose en una empresa ambiental comprometida y alineada a las costumbres de la comunidad, cumpliendo los objetivos propuestos y las obligaciones de manera responsable, esto será posible a través de una participación activa de los miembros que forman parte del alojamiento, en el que nuestro emprendimiento llegue a ser uno de los primeros alojamientos al elegir.

### **3.6.3 Políticas**

Turu Wasi Lodge tiene políticas de alojamiento al momento de reservación y son las siguientes:

#### **Reservas**

- Para realizar una reservación el cliente reserva el derecho de estadía a los huéspedes, quienes deben respetar todas las normas y políticas del alojamiento.
- No podrán ingresar ninguna persona que no esté registrada en el alojamiento.
- Se deberá respetar los horarios de check-in, check out, además el desayuno y uso de la piscina.
- Cualquier reservación se realizará con previa cancelación al menos del 50% de su totalidad.
- Se deberá realizar la reserva con 24 horas de anticipación.
- La administración del hotel no se hace responsable por la pérdida de cualquier objeto.

**No fumar:**

- De acuerdo al Art. 10 de la Ley N°20.660, está estrictamente prohibido fumar en habitaciones y espacios cerrados dentro del hotel, en caso de que lo haga, deberá pagar una cantidad equivalente a una noche adicional.

**Políticas de privacidad:**

- El alojamiento conoce las normas de privacidad y no se entregará información a terceras personas.

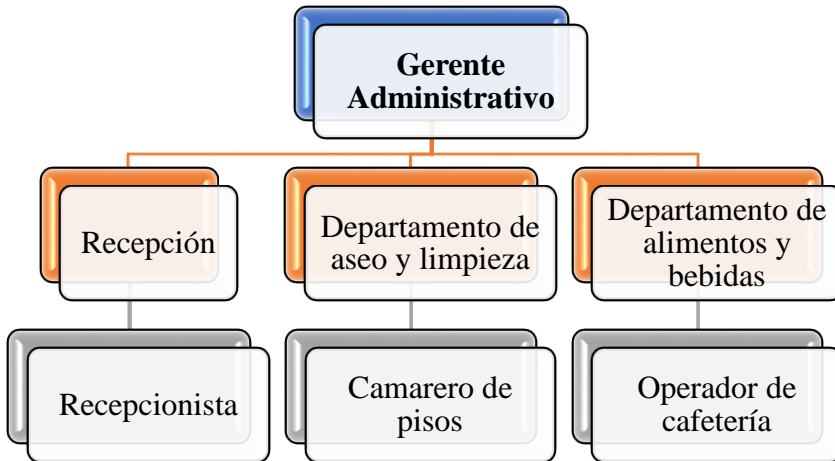
**3.6.4 Valores**

El lodge brindará servicio de alojamiento sustentado en estándares de muy buena calidad y buenas prácticas de turismo sostenible garantizando la protección y conservación del ambiente y la satisfacción de nuestros clientes, los valores que identifican el alojamiento para la captación del mercado consumidor.

- Honestidad
- Respeto
- Lealtad
- Trabajo en equipo
- Colaboración
- Sinceridad

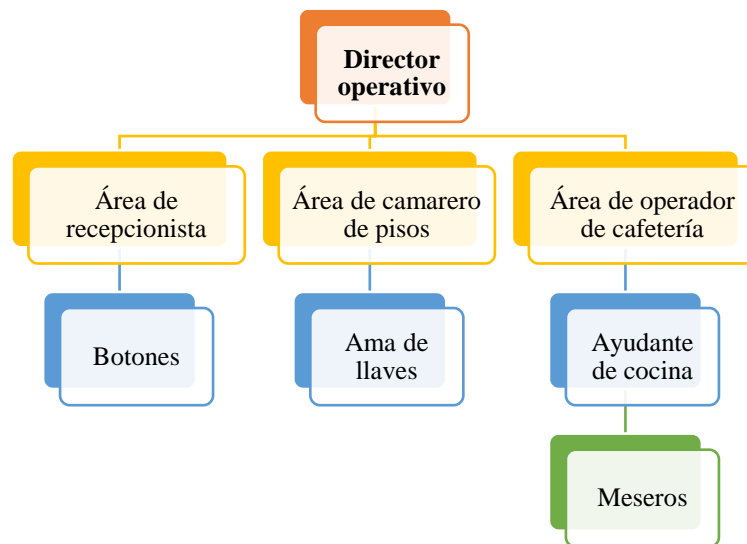
### 3.6.5 Organigramas

**Figura 46:** Organigrama administrativo Turu Wasi Lodge



**Fuente:** el organigrama muestra los cargos permanentes del lodge. Elaborado por Autoras, 2023.

**Figura 47:** Organigrama del área operativa



**Fuente:** el organigrama del área operativa del lodge. Elaborado por Autoras, 2023.

La descripción de puestos es el detalle de todas las responsabilidades y funciones que se encargará de cumplir la persona quien ocupe el puesto de trabajo, además debe cumplir con sus obligaciones llevando un control y orden disciplinado en todas las actividades dispuestas.

### Funciones del administrador

**Tabla 14:** *Funciones del administrador*

	
<b>Nombre del cargo:</b>	Gerente administrativo
<b>Dependencia:</b>	Ejecutivo
<b>Perfil del puesto:</b>	<p><b>Nivel de instrucción:</b> Tercer nivel</p> <p><b>Profesión:</b> Hotelería y administración de empresas</p> <p><b>Experiencia:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mínimo 3 años de experiencia</li> <li>• Trabajo en equipo</li> <li>• Trabajar bajo presión</li> <li>• Eficaz y eficiente en trabajos con relación empresarial y operacional</li> </ul>
<b>Funciones:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se encarga de todos los ámbitos sociales, económicos y ambientales</li> <li>• Administrar el área financiera del establecimiento</li> <li>• Presentar propuestas para una buena gestión y funcionamiento empresarial</li> <li>• Implementar equipos de y herramientas tecnológicas en las áreas necesarias</li> <li>• Apoyar a las políticas empresariales</li> </ul>
<b>Características:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Buena presencia</li> <li>• Liderazgo</li> <li>• Creativo en innovaciones</li> </ul>

**Fuente:** Elaborado por las autoras, 2023.



**Tabla 15:** *Funciones de recepcionista*

	
<b>Nombre del cargo:</b>	Recepción
<b>Dependencia:</b>	Recepcionista
<b>Perfil del puesto:</b>	<p><b>Nivel de instrucción:</b> Tercer nivel</p> <p><b>Profesión:</b> Licenciado en turismo</p> <p><b>Experiencia:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mínimo 3 años de experiencia</li> <li>• Trabajo en equipo</li> <li>• Recepcionista</li> <li>• Atención al cliente</li> <li>• Contabilidad</li> <li>• Inglés</li> </ul>
<b>Funciones:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Atención al cliente</li> <li>• Recibir llamadas</li> <li>• Reservas, check in y check out</li> <li>• Registro de huéspedes y entrega de llaves</li> <li>• Llevar contabilidad</li> <li>• Pago a entidades bancarias</li> </ul>
<b>Características:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Buena presencia</li> <li>• Fluidez en comunicación</li> <li>• Puntual</li> <li>• Ordenado</li> <li>• Capacidad de organización en temas empresariales</li> </ul>

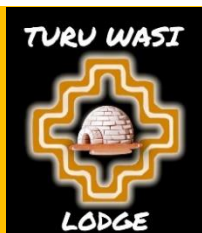
**Fuente:** Elaborado por las autoras, 2023

**Tabla 16:** *Funciones para el departamento de aseo y limpieza*

	
<b>Nombre del cargo:</b>	Departamento de Aseo y limpieza
<b>Dependencia:</b>	Camarero de pisos
<b>Perfil del puesto:</b>	<p><b>Nivel de instrucción:</b></p> <p>Bachiller</p> <p><b>Experiencia:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mínimo 6 meses de experiencia</li> <li>• Trabajo en equipo</li> <li>• Atención al cliente</li> </ul>
<b>Funciones:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Limpieza de habitaciones</li> <li>• Informe de ocupación, en caso de encontrar objetos en las habitaciones</li> <li>• Lavandería</li> <li>• Camarería</li> <li>• Atención al cliente</li> </ul>
<b>Características:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Buena presencia</li> <li>• Puntual y comprometido con el trabajo</li> </ul>

**Fuente:** Elaborado por las autoras, 2023

**Tabla 17:** *Funciones del personal de la cafetería*

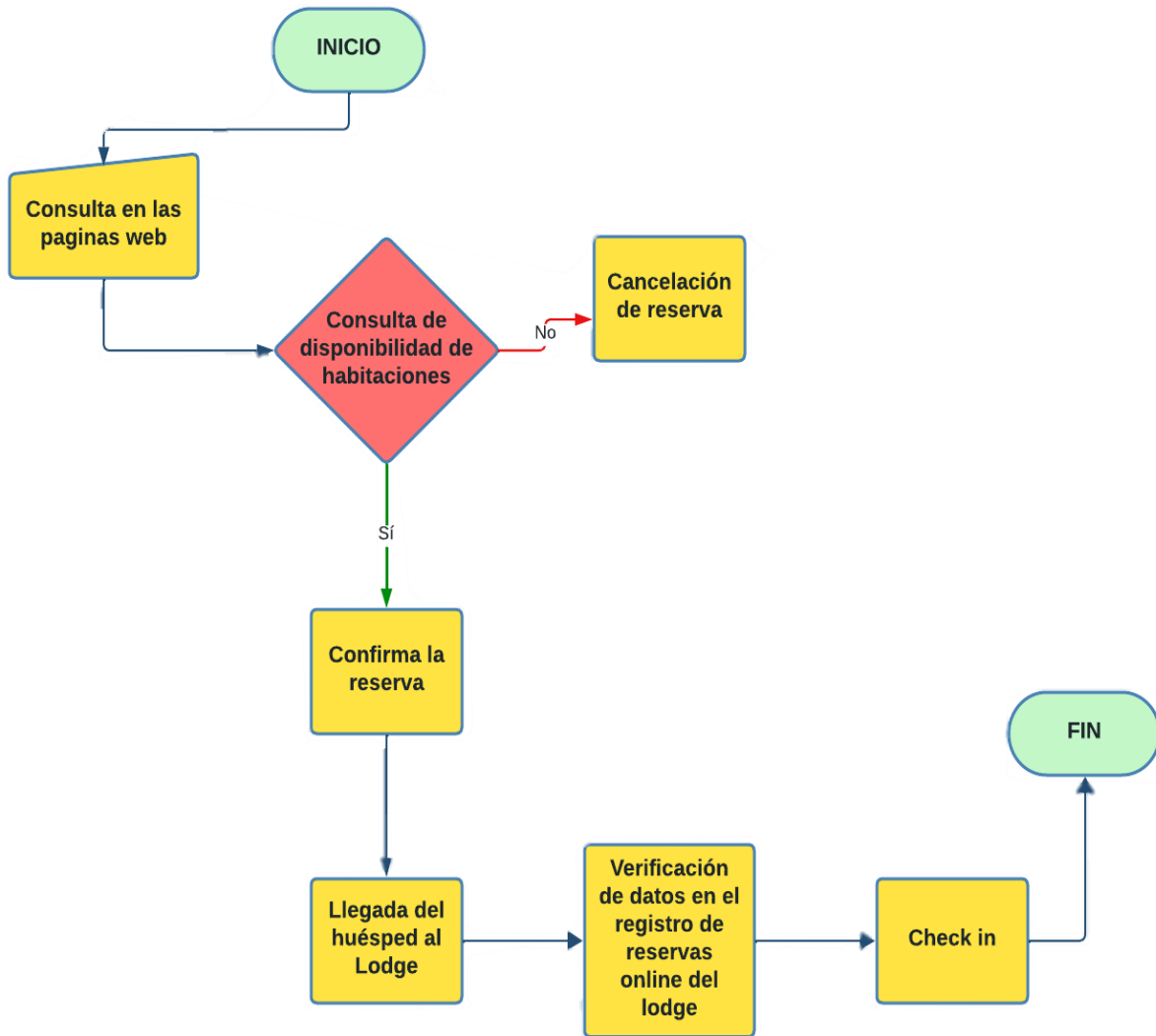


<b>Nombre del cargo:</b>	Departamento de alimentos y bebidas
<b>Dependencia:</b>	Operador de Cafetería
<b>Perfil del puesto:</b>	<p><b>Nivel de instrucción:</b> Tercer nivel</p> <p><b>Experiencia:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mínimo 1 meses de experiencia</li> </ul>
<b>Funciones:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Servicio al cliente</li> <li>• Preparación de desayunos</li> <li>• Variedad de menú</li> <li>• Presentación de informe de consumo de alimentos semanal</li> </ul>
<b>Características:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Excelente presencia</li> <li>• Puntual y comprometido con el trabajo</li> <li>• Habilidad de preparación de postres y bebidas</li> <li>• Trabajo en equipo</li> <li>• Atención al cliente</li> <li>• Trabajo bajo presión</li> <li>• Agilidad de atención</li> </ul>

**Fuente:** Elaborado por las autoras, 2023

### 3.6.6 Flujograma de actividades

Figura 48: Flujograma de proceso de reserva en el Lodge



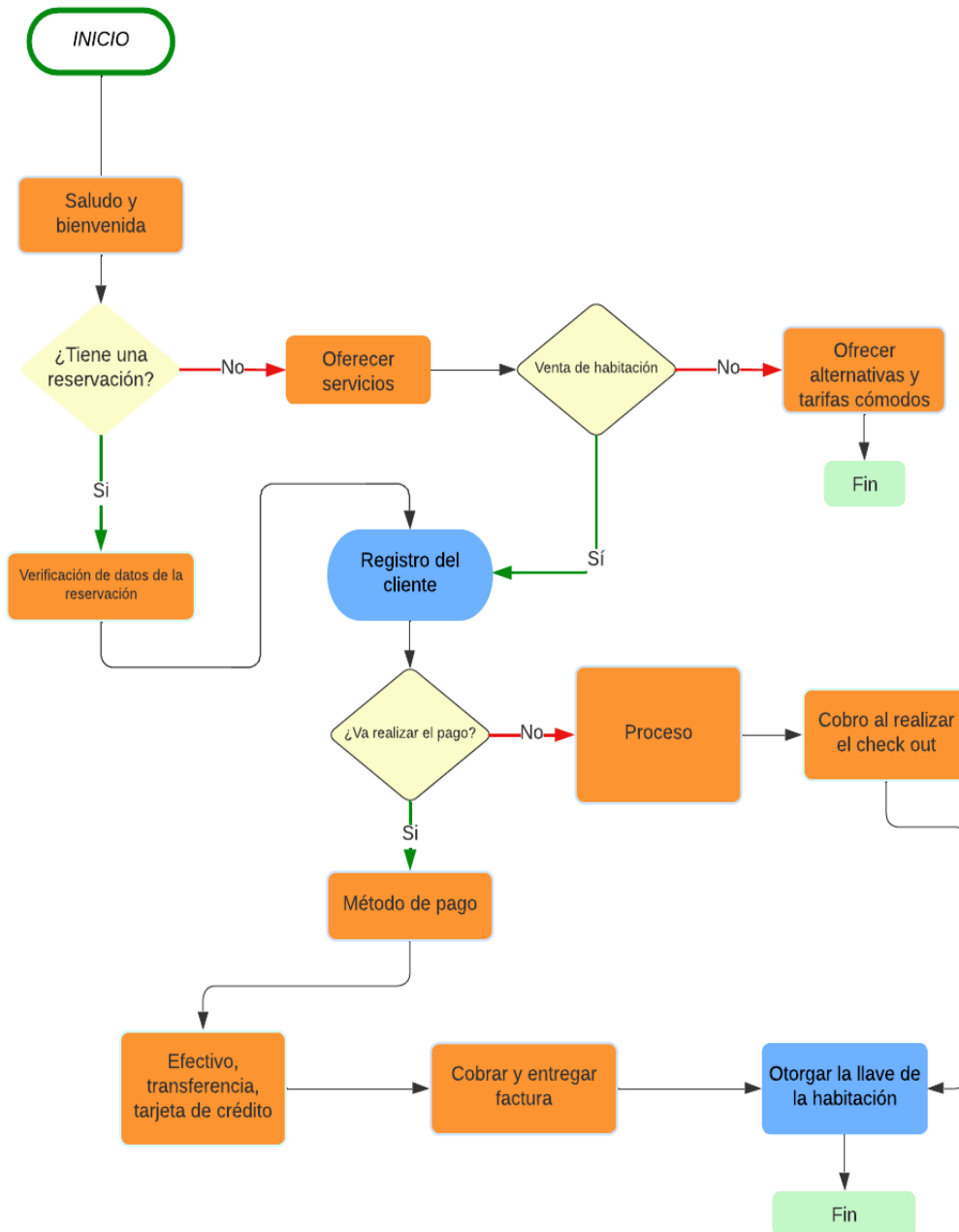
Fuente: Elaborado por las autoras, 2023

Un sistema de reservas de hotel es un software utilizado en la industria hotelera para gestionar el inventario de las habitaciones, las tarifas y las reservas (Cloudbeds, 2023).

El proceso inicia en las reservas online del lodge, donde se verifica la disponibilidad de habitaciones, si no existe disponibilidad se cancela la reserva, y si hay habitaciones se procede a

reservar la habitación de su preferencia, se confirma la reserva a través de correo electrónico, se verifica que los datos están correctos y el proceso finaliza hasta la llegada del huésped.

**Figura 49:** Flujograma de check-in del lodge



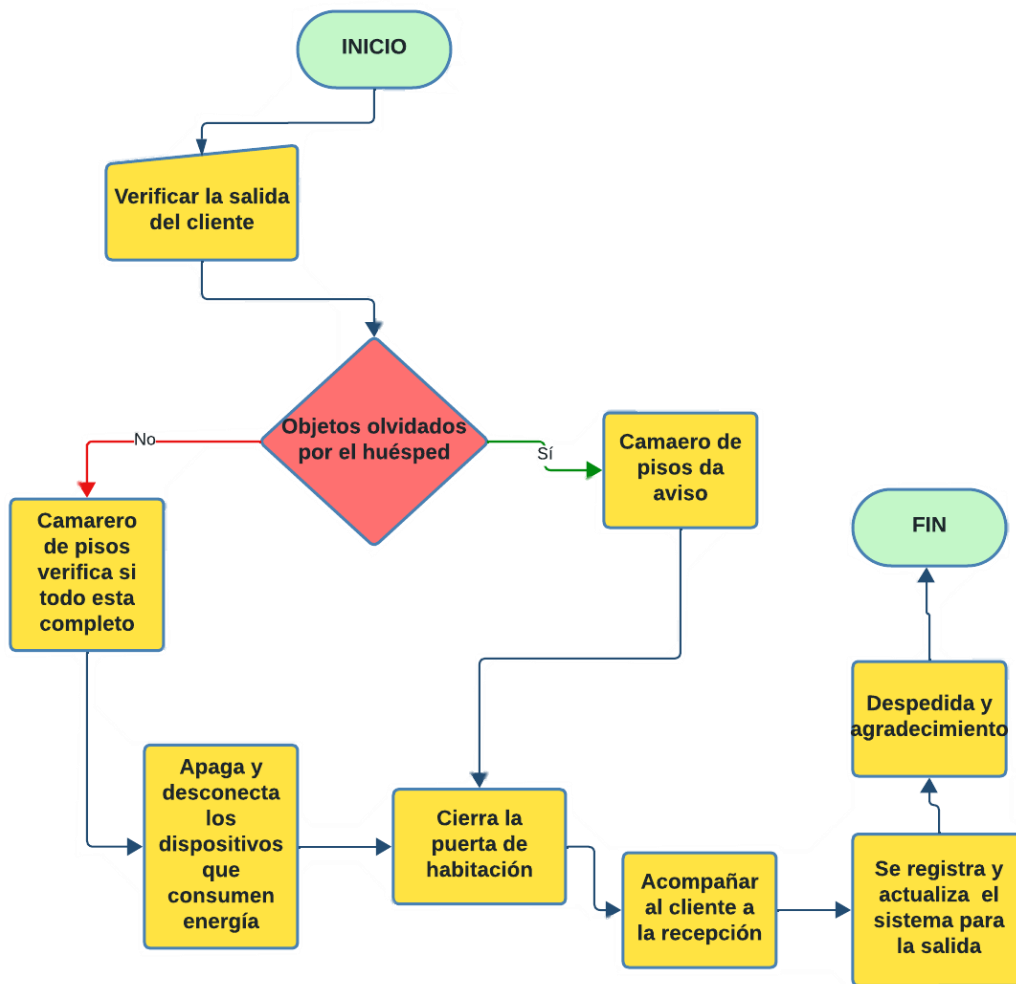
**Fuente:** Elaborado por las autoras, 2023

La recepción de los establecimientos hoteleros oficina como ritual de bienvenida al hotel y el check in es el punto clave para el registro de los clientes, la confirmación de la habitación, informarse sobre los horarios del hotel, los avisos ocasionales, la entrega de llaves y el pago del servicio

El proceso de Check-in empieza en el momento en que el cliente ingresa al Lodge, la recepcionista saluda y da la bienvenida, el cliente pregunta por una habitación y la recepcionista pregunta si tiene reservación, en caso de que no tenga una reservación el personal recepcionista prosigue a ofrecer los servicios del alojamiento, si el cliente no acepta se ofrece más alternativas y si no se convence se daría por terminado (*Platen D, 2018*).

Por el contrario, si el cliente tiene una reservación previa se procede a la verificación de la reserva y enseguida al registro del cliente para brindarle información acerca de la forma de pago y si la va realizar en ese momento o en el check out, si el cliente decide la primera enseguida se cobra el monto de la habitación y se realiza una factura y por último se entrega las llaves y finaliza el proceso.

**Figura 50:** *Flujograma de Check out del alojamiento*



**Fuente:** Elaborado por las autoras, 2023

El proceso de check out comienza desde la verificación de la salida del cliente en el sistema de reservas, se confirma la salida del cliente, el camarero de pisos verifica si todo se encuentra completo y no hace falta nada, luego se registra y se actualiza el sistema de la salida, se le acompaña al cliente hasta la puerta y se le agradece hasta una próxima visita.

### **3.7 Constitución de la empresa (Empresas SAS) y propiedad intelectual**

Turu Wasi Lodge es una empresa sociedad Anónima privada, que cuenta con tres accionistas que se acoge a las ordenanzas e instructivo de sociedad anónima.

Art. 147 de la Ley de Compañías, sustituido por el Artículo 68 de la Ley de Empresas Unipersonales de Responsabilidad Limitada. “La compañía anónima no podrá subsistir con menos de dos accionistas, salvo las compañías cuyo capital total o mayoritario pertenezcan a una entidad del sector público” (Congreso Nacional, 2006).

Art. 143.- “La compañía anónima es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones” (Sercop, 2017).

Art. 24.- “Las personas tienen derecho a la recreación y al esparcimiento, a la práctica del deporte y al tiempo libre” (Constitución de la República del Ecuador, 2008)

En este artículo reconoce el derecho al ocio y descanso como motivo de recreación, de igual manera a realizar deportes, con esto relacionamos a las actividades que se ofrecerá en el emprendimiento amparándonos de este artículo.

#### **Permisos**

- Documentación legalizada de la zona geográfica
- Registro Único de Contribuyentes RUC
- Patente municipal Otavalo
- Permiso de los bomberos



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

- a) Pago del impuesto predial.
- b) Activos de la empresa según lo declarado en el impuesto a la renta correspondiente.
- c) Pagos por concepto de renovación de licencia única anual de funcionamiento, de ser el caso.
- d) Estar al día en el pago de las obligaciones previstas en la Ley de Turismo y normativa pertinente (Ministerio de Turismo , 2014).

### **3.8 Propuesta comercial**

#### **Ventas a través de Facebook**

*Figura 51: Logo de la aplicación Facebook*

The image shows the Facebook logo, which consists of the word "facebook" in a bold, blue, lowercase sans-serif font.

**Fuente:** Logo de aplicación Facebook

Facebook es una plataforma utilizada en todo el mundo, la mayoría de información proviene por este medio y nos conecta de una manera más rápida y fácil. La venta a través de

facebook se la hará con la página de Turu Wasi lodge, con publicaciones donde se muestre el producto, la información, fotos, y videos.

*Figura 52: Logo de Whatsapp business*



**Fuente:** Logo de WhatsApp

La aplicación Whatsapp business permite contar con presencia empresarial mediante whatsapp, de manera eficiente ayudando a los negocios para que puedan exponer la información necesaria para el cliente.

### **Ventas a través de página web**

*Figura 53: Logo de Booking.com*



**Fuente:** Logo de booking.com

Booking.com conocida como la plataforma para venta de servicios de reserva online más eficaz, Turu Wasi Lodge contará con una página web que se la dará a conocer por medio de Facebook y WhatsApp Business.

*Figura 54: Logo de agencia de viaje Intipungo*



**Fuente:** Logo de Intipungo

La empresa Intipungo Cía. Ltda., funciona como agencia de viajes y operadora IATA vende viajes a distintos lugares además vende y ofrece asesoramiento en servicios de viaje organizados, al por mayor y menor.

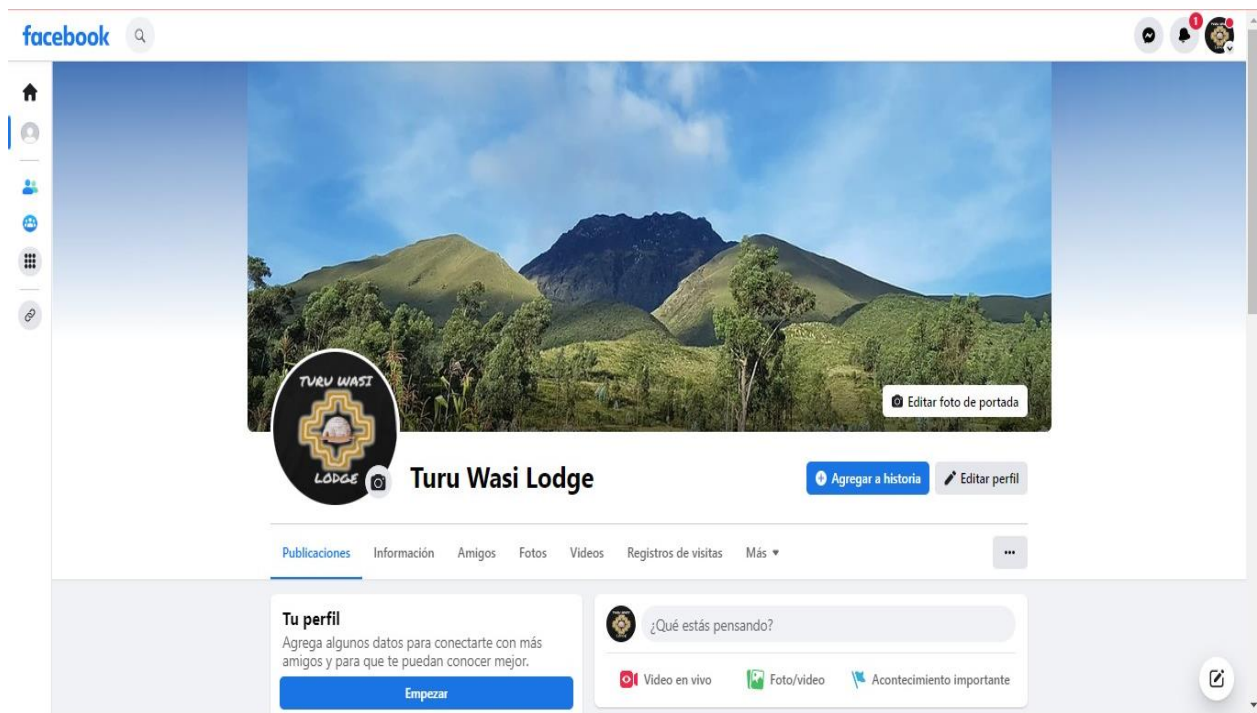
### **3.9. Promoción**

Para la promoción del emprendimiento se llevará a cabo las estrategias de marketing, así mismo todos los resultados de las encuestas con la información obtenida, las personas obtienen información mediante las redes sociales y páginas web, en donde para obtener la atención del cliente se usará diferentes promociones y descuentos en temporadas bajas.

### 3.9.1 Redes sociales

Las redes sociales son ejes importantes para captar clientes, en la actualidad todos tienen un teléfono móvil al alcance, para el emprendimiento se utilizará Facebook, Instagram y Tik Tok, puesto que estas plataformas son las más solicitadas y con más volumen de consumidores.

**Figura 55:** Red social de la plataforma Facebook del alojamiento



**Fuente:** Página de facebook elaborado por las autoras, 2023.

**Figura 56:** *Presentación de página web de Turu Wasi Lodge, elaborado en la plataforma Wix.*



**Fuente:** Plataforma Wix, elaborado por las autoras, 2023.

Como estrategia de comercialización tenemos la página web conocida como WIX donde se encuentra la información del alojamiento (inicio, acerca de nosotros, habitaciones, actividades, galería y contactos)

Manejamos las redes sociales en tendencia como facebook, las plataformas de tik tok, Instagram, twitter para comercializar nuestros productos y servicios y poder llegar a un mercado consumidor alto, además la agencia de viajes Intipungo servirá como intermediario para la entrega de afiches acerca de un alojamiento turístico.

## CAPITULO IV

### Unidad 4. Estudio ambiental

#### 4.1. Descripción de las etapas y sus respectivas actividades del emprendimiento.

Para describir el método de Leopold modificado (2004) lo define como:

Uno de los primeros métodos sistemáticos de evaluación de impactos ambientales, es la matriz de Leopold, fue diseñada para la evaluación de impactos asociados con casi cualquier tipo de proyectos de construcción. Es importante como precursor de trabajos posteriores y porque su método a menudo es utilizado para el análisis de impactos ambientales en una primera instancia. Razón por la cual, se implementa previo a la ejecución del proyecto en sus dos etapas. (p. 29)

La matriz de Leopold modificado sirve para evaluar los impactos ambientales, sean estos positivos o negativos, basado en su magnitud, importancia, extensión, duración y reversibilidad, durante las fases de construcción, operación y cierre de un proyecto (**Boris, 2020**).

Este método se calcula mediante el siguiente algoritmo que representa el nivel de impacto según la actividad.

$$\text{Índice de Impacto} = (2*EX + SI + PE + 2*RV + 2*RC)$$

**Tabla 18:** *Actividades de la etapa de operación y construcción del proyecto*

ETAPA	ACTIVIDADES
CONSTRUCCIÓN	Empedrado y pavimentación de la vía de acceso
	Alteración de terreno para la construcción de la infraestructura

	Control y almacenamiento de materiales de construcción
	Contratación de personal
	Construcción de infraestructura
OPERACIÓN	Revalorización del patrimonio
	Vistas paisajísticas
	Mantenimiento de infraestructura
	Senderismo
	Alquiler de carpas de camping
	Área de fogata
	Áreas húmedas
	Área de recreación de niños
	Limpieza de infraestructura Interna tanto como externa
	Energía Eléctrica

**Fuente:** Elaborado por las autoras, 2023.

### **Factores ambientales**

Un Factor Ambiental un elemento ambiental, agente o acción natural o antrópica, que tiene la potencialidad de contaminar o de deteriorar componentes o elementos ambientales en forma individual o al medio ambiente en conjunto (Observatorio Ambiental de Bogota, 2019).

Los factores ambientales que intervienen en este estudio se tomaron en cuenta con la interrelación de los impactos ambientales que tendrá el proyecto.

**Tabla 19:** *Identificación de factores*

Factores ambientales		Impactos ambientales
<b>Factor biofísico</b>	Agua	Tratamiento de aguas residuales
		Contaminación de agua
	Suelo	Erosión del suelo
	Atmósfera	Generación de ruido
		Emisión de CO2
		Generación de malos olores
<b>Factor biótico</b>	Flora	Desgaste de la vegetación
		Alteración de flora nativa
	Fauna	Dispersión de fauna
		Migración
		Alteración del hábitat
	Paisaje	Alteración del paisaje
<b>Factor cultural recreativo</b>	Camping	Generación de residuos sólidos
	Guianza	Conocimiento de flora y fauna
	Actividades culturales	Actividades temáticas
		Revalorización cultural
<b>Factor económico</b>	Actividad económica	Generación de empleo
		Mejor calidad de vida

**Fuente:** Elaborado por las autoras, 2023



#### **4.2 Determinación de la metodología.**

El presente trabajo de evaluación ambiental se lo realiza con la finalidad de conocer si se cumple o no con los parámetros necesarios para el funcionamiento del Lodge cultura ubicado en la comunidad de Quinchuquí, para lo cual se aplica el método de Leopold Modificado, Según **(Franco, 2015)**, fue desarrollada por el servicio Geológico del Departamento del Interior de Estados Unidos en 1971 por el doctor Luna Leopold, se hizo en principio para evaluar los impactos con proyectos mineros, posteriormente se ha utilizado para la evaluación de proyectos de distintas obras.

Este método es muy utilizado por sus métodos sistemáticos de evaluación de impacto ambientales, además es considerado principalmente como un método de análisis profundo y contiene las variables de magnitud e importancia de mayor a menor puntuación, las cuales serán de gran utilidad para obtener datos exactos que posteriormente aporten a la realización de un plan de desarrollo y manejo ambiental.

### 4.3 Identificación, evaluación y jerarquización de los impactos ambientales

**Tabla 20:**

*Identificación de los impactos ambientales en lodge en la comunidad de Quinchuquí.*

Actividades de etapa de construcción y operación total																	
Factores ambientales	Impactos ambientales	CONSTRUCCIÓN					OPERACIÓN Y MANTENIMIENTO								TOTAL		
		Empedrado y pavimentación de la vía de acceso	Alteración de terreno para la construcción	Control y almacenamiento de materiales de construcción	Contratación de personal	Construcción de infraestructura	Revalorización del patrimonio	Vistas paisajísticas	Mantenimiento de infraestructura	Senderismo	Alquiler de carpas de camping	Área de fogata	Áreas húmedas	Área de recreación niños como externa		Limpieza de infraestructura Interna tanto como externa	Energía Eléctrica
Factor biofísico	Agua	Tratamiento de aguas residuales			x+	x+				x+					x+		4
		Contaminación de agua											x-		x-		2
	Atmósfera	Suelo	Erosión del suelo	x-	x-												3
			Generación de ruido	x-							x-						
		Emisión de CO2	x-	x-								x-					3
Factor biótico	Flora	Generación de malos olores										x-				1	
		Desgaste de la vegetación	x-	x-													4
		Alteración de flora nativa	x-	x-													3

	Fauna	Dispersión de fauna					x-				x-		x-					3	
		Migración								x-	x-								2
		Alteración del hábitat	x-	x-															2
	Paisaje	Alteración del paisaje															x-	1	
Factor cultural recreativo	Camping	Generación de residuos sólidos		x-	x-	x-			x-	x-	x-	x-	x-	x-	x-			10	
	Guianza	Conocimiento de flora y fauna						x+	x+		x+							3	
	Actividad cultural	Actividades temáticas		x+							x+	x-		x+		x+		5	
		Revalorización cultural						x+			x+							2	
Factor económico	Actividad económica	Generación de empleo	x+			x+	x+				x+			x+				5	
		Mejor calidad de vida	x+	x+		x+				x+							x+	5	
			8	8	2	4	6	2	3	3	8	2	3	5	1	4	2		
																	61	61	
																	<b>TOTAL</b>		<b>122</b>

Fuente: Elaborado por las autoras, 2023.

#### 4.4 Parámetros de valoración

La matriz de Leopold modificado tiene parámetros de valoración de impactos ambientales para conocer la factibilidad del proyecto en donde pondrá en valor el nivel de impacto según la actividad.

$$\text{Índice de impacto: } 2*EX + SI + PE + 2*RV + 2*RC$$

**Tabla 21:**

*Escala interpretativa de valoración*

CRITERIO / RANGO	CALIF.	CRITERIO / RANGO	CALIF.
<b>NATURALEZA</b>		<b>EXTENSIÓN (EX)</b>	
Impacto benéfico	+	(Área de influencia)	
Impacto perjudicial	-	Efecto local	1
		Efecto Amplio	3
<b>SINERGIA (SI)</b>		<b>RECUPERABILIDAD (MC)</b>	
Efecto simple	1	Efecto recuperable	1
Efecto múltiple	3	Efecto medianamente recuperable	2
		Efecto irrecuperable	3
<b>PERSISTENCIA (P)</b>		<b>REVERSIBILIDAD (RV)</b>	
(Permanencia de efecto)		Efecto reversible	1
Efecto temporal	1	Efecto medianamente reversible	2
Efecto de mediano plazo	2	Efecto irreversible	3
Efecto permanente	3		

**Fuente:** Elaborado por las autoras, 2023.

#### *Clasificación de rangos*

La clasificación de rango según su impacto se refleja mediante la escala cromática a fin de ubicar categóricamente los impactos generados en cada actividad en las dos etapas de la evaluación del proyecto.

Los impactos negativos se clasificaron en cuatro niveles: compatible (-8, -12), moderado (-13, -17), severo (-18, -22), y crítico 8-23, -24) siendo el impacto negativo más alto.

**Tabla 22:** *Rango negativo*

Rango del índice del impacto		Negativo
-8	-12	Compatible
-13	-17	Moderado
-18	-22	Severo
-23	-24	Crítico

**Fuente:** Elaborado por las autoras, 2023.

Los impactos positivos se clasifican de igual manera en 4 niveles: bajo (3 - 12), medio (13 – 17), alto (18 – 22), muy alto (23 – 24), los colores aplicados representan los impactos positivos que generan las actividades propuestas y no afectan directamente al ambiente.

**Tabla 23:** *Rango positivo*

Rango del índice del impacto		Positivo
8	12	Bajo
13	17	Medio
18	22	Alto
23	24	Muy alto

**Fuente:** Elaborado por las autoras, 2023.

**Tabla 24:** Valoración de Impactos etapa de construcción y operación

Etapa de construcción y operación										
Tabla de valoración de impactos										
Factor	Impacto	Actividades	Índice de impacto					Valor	Clasificación	
			+ / -	EX	SI	PE	RV			RC
Agua	Tratamiento de aguas residuales	Control y almacenamiento de materiales de construcción	1	1	1	1	1	1	8	Bajo
		Contratación de personal	1	1	1	3	2	1	12	Bajo
		Mantenimiento de infraestructura	1	3	1	2	1	1	13	Medio
		Limpieza de infraestructura Interna tanto como externa	1	3	1	3	1	1	14	Medio
	Contaminación de agua	Áreas húmedas	-1	1	1	3	2	2	-14	Compatible
		Limpieza de infraestructura Interna tanto como externa	-1	3	1	1	2	1	-14	Moderado
Suelo	Erosión del suelo	Empedrado y pavimentación de la vía de acceso	-1	3	3	1	1	2	-16	Moderado
		Alteración de terreno para la construcción de la infraestructura	-1	1	1	1	1	1	-8	Compatible
		Construcción de infraestructura	-1	1	1	1	2	2	-12	Compatible
Atmosfera	Generación de ruido	Empedrado y pavimentación de la vía de acceso	-1	3	3	1	2	1	-16	Moderado
		Construcción de infraestructura	-1	1	1	1	2	2	-12	Compatible
		Senderismo	1	1	1	3	1	1	10	Bajo
	Emisión de CO2	Empedrado y pavimentación de la vía de acceso	-1	3	3	1	1	2	-16	Moderado
		Alteración de terreno para la construcción de la infraestructura	-1	1	3	1	3	2	-16	Moderado
		Área de fogata	-1	1	1	3	1	1	-10	Compatible
	Generación de malos olores	Áreas húmedas		-1	1	1	3	2	1	-12

Fuente: Elaborado por las autoras, 2023

**Tabla 25:** Etapa de construcción y operación

Factor	Impacto	Actividades	Índice de impacto						Valor	Clasificación	
			+ / -	EX	SI	PE	RV	RC			
Flora	Desgaste de la vegetación	Empedrado y pavimentación de la vía de acceso	-1	3	3	1	2	2	-18	Severo	
		Alteración de terreno para la construcción de la infraestructura	-1	1	1	1	2	2	-12	Compatible	
		Construcción de infraestructura	1	1	1	1	2	3	14	Medio	
		Vistas paisajísticas	1	1	1	3	1	1	10	Bajo	
	Alteración de la flora nativa	Empedrado y pavimentación de la vía de acceso	-1	3	1	1	2	1	-14	Moderado	
		Alteración de terreno para la construcción de la infraestructura	1	1	1	2	1	2	11	Bajo	
		Construcción de infraestructura	-1	1	1	1	2	1	-10	Compatible	
		Senderismo	1	1	1	2	1	1	9	Bajo	
Fauna	Dispersión de fauna	Área de fogata	1	1	1	3	2	2	14	Medio	
		Migración	Mantenimiento de infraestructura	-1	1	1	3	1	2	-12	Compatible
			Senderismo	1	1	3	3	3	1	16	Medio
	Alteración de hábitat	Empedrado y pavimentación de la vía de acceso	-1	3	3	1	2	1	-16	Moderado	
		Alteración de terreno para la construcción de la infraestructura	1	1	1	1	2	2	12	Bajo	
	Paisaje	Alteración del paisaje	Energía Eléctrica	-1	1	1	3	2	1	-12	Compatible

**Fuente:** Elaborado por las autoras, 2023.

**Tabla 26:** Etapa de construcción y operación

ETAPA DE CONSTRUCCION Y OPERACIÓN										
TABLA DE VALORACION DE IMPACTOS FACTOR CULTURAL RECREATIVO										
FACTOR	IMPACTO	Actividades	INDICE DE IMPACTO							Clasificación
			+ / -	EX	SI	PE	RV	RC	Valor	
CAMPING	Generación de residuos solidos	Área de fogata	1	1	1	1	1	1	8	Bajo
		Construcción de infraestructura	-1	3	3	1	2	2	-18	Severo
		Senderismo	1	1	1	3	1	1	10	Bajo
		Alquiler de carpas de camping	1	1	1	1	1	1	8	Bajo
GUIANZA	Conocimiento de la flora y fauna	Vistas paisajísticas	1	1	1	1	1	1	8	Bajo
		Senderismo	1	1	1	1	1	1	8	Bajo
		Revalorización del patrimonio	1	1	1	1	1	1	8	Bajo
ACTIVIDADES CULTURALES	Actividades Temáticas	Alteración de terreno para la construcción de la infraestructura	-1	3	3	2	2	2	-19	Severo
		Senderismo	1	1	1	1	1	1	8	Bajo
		Alquiler de carpas de camping	1	1	1	1	1	1	8	Bajo
		Limpieza de infraestructura Interna tanto como externa	-1	3	3	2	2	2	-19	Severo
		Áreas Húmedas	-1	1	1	1	2	2	-12	Compatible
	Revalorización Cultural	Revalorización del patrimonio	1	1	1	1	1	1	8	Bajo
		Senderismo	1	1	1	1	1	1	8	Bajo

Fuente: Elaborado por las autoras, 2023.



## 4.5 Resumen de importancia

**Tabla 27:** Resumen de importancia

ETAPA DE OPERACIÓN										
TABLA DE VALORACION DE IMPACTO FACTOR ECONOMICO										
FACTOR	IMPACTO	ACTIVIDAD	INDICE DE IMPACTO							Clasificación
			+/-	Ex	Si	Pe	Rv	Rc	Valor	
ACTIVIDAD ECONOMICA	Generación de empleo	Empedrado y pavimentación de la vía de acceso	1	3	3	1	2	1	16	Medio
		Contratación de personal	1	1	1	3	1	1	10	Bajo
		Construcción de infraestructura	1	1	1	1	2	1	10	Bajo
		Senderismo	1	1	1	2	1	1	10	Bajo
		Áreas Húmedas	1	1	1	1	2	1	10	Bajo
	Mejor Calidad de vida	Empedrado y pavimentación de la vía de acceso	1	1	3	2	2	2	15	Medio
		Alteración de terreno para la construcción de la infraestructura	1	3	3	1	2	1	16	Medio
		Contratación de personal	1	1	1	2	1	1	9	Bajo
		Mantenimiento de infraestructura	1	3	3	1	1	1	14	Medio
		Energía Eléctrica	1	1	1	1	2	1	10	Bajo

**Fuente:** Elaborado por las autoras, 2023.

**Tabla 28:** Resumen de matriz de importancia

RESUMEN DE MATRIZ DE IMPORTANCIA																		
IMPACTO	ACTIVIDADES																	
	CONSTRUCCION				OPERACIÓN													
	Empedrado y pavimentación de la vía de acceso	Infraestructura	Alteración de terreno para la construcción de la	Control y almacenamiento de materiales de construcción	Contratación de personal	Construcción de infraestructura	Revalorización del patrimonio	Vistas paisajísticas	Mantenimiento de infraestructura	Senderismo	Alquiler de carpas de camping	Área de fogata	Áreas húmedas	Área de recreación de niños	Limpieza de infraestructura Interna tanto como externa	Energía Eléctrica	Naturaleza	Importancia
Tratamiento de aguas residuales				8	12					13							+	47
Contaminación de agua												-14					-	28
Erosión del suelo	-16		-8														-	36
Generación de ruido	-16									10							-	18
Emisión de CO2	-16		-16														-	42
Generación de malos olores																	-	12
Desgaste de la vegetación	-18		-12														-	6
Alteración de flora nativa	-14		11														-	3
Dispersión de fauna										9							+	13

Migración								-12	16							+	4
Alteración del hábitat	-16	12														-	4
Alteración del paisaje														-12		-	12
Generación de residuos sólidos					-18				10	8	8					+	8
Conocimiento de flora y fauna						8	8		8							+	24
Actividades temáticas		-19							8	8		-12		-19		-	34
Revalorización cultural						8			8							+	16
Generación de empleo	16			10	10				10			10				+	56
Mejor calidad de vida	15	16		9				14						10		+	64

**Fuente:** Elaborado por las autoras, 2023

#### 4.6 Impactos positivos y negativos del estudio

**Tabla 29:** *Impactos positivos y negativos*

	IMPACTOS	JERARQUIZACION
POSITIVO	Mejor calidad de vida	64
	Generación de empleo	56
	Tratamiento de aguas residuales	47
	Conocimiento de flora y fauna	24
	Revalorización cultural	16
	Dispersión de fauna	13
	Generación de residuos sólidos	8
	Migración	4
NEGATIVO	Emisión de CO2	-42
	Erosión del suelo	-36
	Actividades temáticas	-34
	Contaminación de agua	-28
	Generación de ruido	-18
	Generación de malos olores	-12
	Alteración del paisaje	-12
	Desgaste de la vegetación	-6
	Alteración del hábitat	-4
	Alteración de flora nativa	-3

**Fuente:** Elaborado por las autoras, 2023

#### **4.7 Matriz de plan de manejo ambiental**

Con el análisis de los impactos negativos que tuvieron relevancia, fueron incluidos en un plan de manejo para tomar acciones de mitigación y no causar un impacto de gran magnitud. El mayor impacto es la emisión de CO<sub>2</sub> con -42 puntos la emisión del CO<sub>2</sub> se da por la intervención de la maquinaria al momento de la introducción, una medida de manejo es la utilización de maquinaria nueva para evitar la contaminación por y realizar mingas para reducir el uso de maquinarias. El siguiente impacto es la erosión del suelo con -36 puntos por el desgaste del suelo fértil al momento de la intervención de la maquinaria en la construcción del proyecto, una medida de mitigación para contrastar el impacto es la constante capacitación del uso de suelos fértiles para actividades agrícolas en el sector.

El impacto de la construcción de servicios para actividades temáticas con -34 puntos por la alteración de una gran parte del terreno que está destinado a la construcción como medida de mitigación es la utilización y reutilización de materiales amigables con el ambiente evitando la alteración del lugar.

El impacto de menor relevancia es la contaminación del agua por la utilización de productos químicos y la generación de residuos que generan a zonas húmedas, la medida de mitigación es seguir protocolos de limpieza y el uso adecuado en las zonas húmedas para evitar el uso de productos químicos que contaminen el agua.

**Figura 30:** Matriz de plan de manejo ambiental

PLAN DE MANEJO Y MITIGACION								
							TIEMPO DE APLICACIÓN	
Factores	Componentes	Impactos negativos potenciales	Puntos	Motivos	Medidas de Mitigacion	Comienzo	Duracion	Culminacion
Biofisico	Atmosfera	Emisión de CO2	-42	Emision del CO2 por la intervencion de la maquinaria al momento de la construccion	Utilizacion de maquinaria con motores mas pequeños, nuevas tecnologias que no generen una gran cantidad de CO2,	Etapa de construccion y operacion	Ejecucion del proyecto	Etapa declive
Biofisico	suelo	Erosión del suelo	-36	Desgaste del suelo fertil al momento de la intervencion de la maquinaria para la construccion	Constante capacitacion del uso de suelos fertiles para actividades agricolas en el sector	Etapa de construccion y operacion	Ejecucion del proyecto	Etapa declive
Factor Cultural Recreativo	Actividades Culturales	Actividades temáticas	-34	Alteracion de una gran parte del terreno que esta destinada a la construccion de actividades tematicas para el emprendimiento	Utilizacion y reutilizacion de materiales amigables con el ambiente, para evitar la alteracion del lugar	Etapa de construccion y operacion	Ejecucion del proyecto	Etapa declive
Biofisico	Agua	Contaminación de agua	-28	Contaminacion del agua por la la utilizacion de productos quimicos y residuos que se genera en las zonas humedas	Seguir protocolos de limpieza y el uso adecuado en las zonas humedas para eviatar el uso de productos quimicos que generan contaminacion.	Etapa de construccion y operacion	Ejecucion del proyecto	Etapa declive

**Fuente:** Elaborado por las autoras, 2023.

## CAPITULO V

### 5. Estudio financiero

En el presente capítulo de estudio financiero se dará a conocer la factibilidad de la implementación del proyecto, además de identificar los activos y pasivos por parte del emprendimiento y que tan rentable es este para invertir todo el capital propuesto para su desarrollo, y conocer la tasa interna del proyecto una vez hecha la inversión.

#### 5.1. Inversiones y capital de trabajo

##### Construcción/edificios

En la siguiente tabla se detalla el precio estimado para la construcción del alojamiento, además se muestran las construcciones de las áreas húmedas, las instalaciones eléctricas en luminarias, y las construcciones de mesones y artículos necesarios dentro de cada una de las cabañas del lodge.

**Tabla 29:** *Detalle del precio construcción/edificios*

<b>Pintura baldes</b>	<b>4</b>	<b>50</b>	<b>200</b>
<b>Construcción mesón</b>	2	450	900
<b>Instalaciones eléctricas</b>	2	1500	3000
<b>Luminarias</b>	1	2000	2000
<b>Construcción de baños</b>	11	350	3850
<b>Construcción de vestidores</b>	3	150	450

<b>Construcción de cabañas individuales</b>	3	1500	4500
<b>Construcción de cabañas dobles</b>	3	1500	4500
<b>Construcción de suites</b>	3	1500	4500
<b>Construcción de recepción</b>	1	1500	1500
<b>Construcción de cafetería y cocina</b>	1	2500	2500
<b>Lavandería</b>	1	300	300
<b>Construcción de piscina</b>	1	2500	2500
<b>Construcción de sauna</b>	1	1000	1000
<b>Construcción de área de planchado y lavado</b>	1	1500	1500

Fuente: Elaborado por las autoras, 2023.

### 5.1.1. Capital de trabajo

Para el funcionamiento de *Turu Wasi Lodge* se toma en cuenta el capital de trabajo el cual es los insumos que se van a necesitar como la materia prima que se ocupara cada mes, además otros factores como servicios básicos, sueldos, gastos de marketing.

**Tabla 30.**

*Capital de trabajo*

		MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	TOTAL	TOTAL CONSOLIDADO	\$14.589,00
ARRIENDO								0	0	
SERVICIOS BÁSICOS									810	
	Agua	20	20	20	20	20	20	120		
	Luz	50	50	50	50	50	50	300		
	Teléfono	10	10	10	10	10	10	60		
	Internet	35	35	35	35	35	35	210		



	Tv Cable		20	20	20	20	20	20	120
<b>SUELDOS</b>									
	Administrador		600	600	600	600	600	600	3600
	operadores	2	800	800	800	800	800	800	4800
	Personal de aseo		425	425	425	425	425	425	2550
<b>MATERIAS PRIMAS</b>									
	HUEVOS		50	50	50				150
	FRUTAS		50	50	50				150
	LACTEOS		60	60	60				180
	CEREALES		40	40	40				120
	ACEITES		35	35	35				105
	CAFÉ		20	20	20				60
	CHOCOLATE		20	20	20				60
	AROMATICAS		10	10	10				30
<b>Combustibles</b>									
	GAS		18	18	18				54
<b>GASTOS DE MÁRKETING</b>									
	DISEÑO IMAGEN CORPORATIVA		400						400
	DISEÑO WEB		300						300
	COMUNITY MANAGEMENT		120	120	120	120	120	120	720
	PRODUCCIÓN DE MATERIAL PUBLICITARIO		500						500

10950

909

1920

**Fuente:** Elaborado por las autoras, 2023.

### **5.1.2. Fuentes de financiamiento y costo de capital.**

La inversión inicial será de 101.130 \$ y el financiamiento será externo y propio, se ocupará los bienes y patrimonios, de igual manera se pedirá un préstamo de 55.000 \$ en una entidad financiera con los mínimos intereses en un plazo de 10 años.

## **5.2. Estados financieros proyectados: de situación inicial y de resultados**

### **5.2.1. Balance de situación inicial**

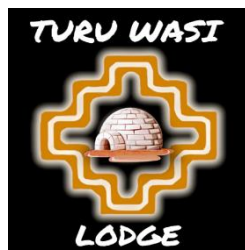
Turu wasi Lodge para el balance de situación inicial analizó con detalles los activos fijos que son terrenos, edificios y construcciones, mobiliario y equipos, vehículos, maquinaria, equipos de cómputo, papelería y útiles además la publicidad dando como resultado de activos fijos un total de 79.130.45 \$. Como activo circulante corresponde a caja con 1,500 \$ y bancos 20.000 \$ dando como resultado un total de 21.500 \$. En otros activos tomamos en cuenta los permisos de funcionamiento con 500 \$, sumados los activos circulantes, activos fijos y otros activos se obtienen un total de 101.130.45 \$.

Como pasivo se necesita un préstamo bancario por parte de la entidad financiera Ban Ecuador de 55.000 \$

En el patrimonio entre bienes muebles e inmuebles y aporte en efectivo es un total de capital contable de 48.000 \$.

**Tabla 31.**

*Balance de situación inicial.*



**TURU WASI LODGE**

**BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL AL 1 DE ENERO DE 2023**

**PASIVO**

**Activo Circulante**

Caja	\$1.500
BANCOS	\$20.000

**Total Activo Circulante 21.500**

**Pasivo Circulante**

Proveedores		
Préstamo al Ban Ecuador		\$55.000
Intereses por pagar		
ISR por pagar		
Anticipo de clientes		

**Total Pasivo Circulante \$55.000**

**Activo Fijo**

Terrenos	\$20.000
Edificios/construcciones	\$32.200
Mobiliario y equipo	\$11.192
Vehículos	\$12.000,00
Maquinaria	\$2.635
Equipos de cómputo	\$504,00
Gastos de instalación	\$0
Papelería y útiles	\$100
Publicidad	\$500,00

**Pasivo a Largo Plazo**

Documentos por pagar a largo plazo

**Total, Pasivo Circulante 0**

**SUMA DEL PASIVO**

**55.000**

53,  
40  
%

**Total, Activo Fijo** \$79.130,95

**PATRIMONIO**

**Otros activos**

Permisos de Funcionamiento	\$500

**Total, Otros Activos** \$500

**SUMA DEL ACTIVO** \$ 101.130,95

BIENES INMUEBLES	\$25.000
BIENES MUEBLES	\$3.000
APORTE EN EFECTIVO	\$20.000
<b>Total, Capital contable</b>	<b>\$48.000</b>

46,  
60  
%

**SUMA DEL CAPITAL CONTABLE** \$48.000

**SUMA DEL PASIVO + PATRIMONIO** 103.000 100 %

**Fuente:** Elaborado por las autoras, 2023

### 5.2.2. Tabla de amortización

Turu Wasi Lodge muestra detalladamente el capital que será necesario para la implementación del alojamiento el cual es de 55 mil dólares, los mismos que serán adquiridos mediante un préstamo en una entidad bancaria.

El crédito se realizará en Ban Ecuador, entidad ubicada en la ciudad de Otavalo, siendo parte de su programa de créditos para PYME, con un plazo de pago del préstamo de 120 meses, teniendo que pagar \$714.70 USD cada mes.

**Tabla 32:** *Tabla de amortización*

Plazo	120
Monto	55.000
Tasa anual	9,60%
Tasa mensual	0,80%
Pago mensual	\$714,70

**Fuente:** Elaborado por las autoras, 2023.

### 5.2.3. Costo de capital

El costo de capital es el rendimiento requerido sobre los distintos tipos de financiamiento. Este costo puede ser explícito o implícito y ser expresado como el costo de oportunidad para una alternativa equivalente de inversión (Perez, 2009).

El costo del capital es la rentabilidad que se espera tener de la inversión del proyecto que se está realizando. En la tabla se obtiene los siguientes cálculos del costo de capital con inversión de 101.130,95 \$, capital propio de 48.000 \$ con un equivalente al 47 % de participación y con financiamiento de 55.000 \$ correspondiente al 54% de participación.

El interés pasivo referencial registrado a enero de 2023 es de 6,65 %, y el interés del financiamiento es de 9,76 %, obteniendo un costo de capital de inversión de 8,46%.

**Tabla 33: Costo de capital**

	VALORES	PARTICIPACIÓN	INTERÉS	EQUIVALENCIA	COSTO DE CAPITAL DE LA INVERSIÓN
INVERSIÓN	101.130,95	100%		8,46%	8,46%
IMPUESTO A LA RENTA				0%	
CAPITAL PROPIO	48.000	47%	6,65%	3,16%	
FINANCIAMIENTO	55.000	54%	9,76%	5,31%	

Fuente: Elaborado por las autoras, 2023.

#### 5.2.4. Flujo de caja primer año y proyección a 5 años

El proyecto cuenta con ingresos de la venta de habitaciones, el lodge cuenta con 9 habitaciones, 3 simples desde los 20\$ por persona, 3 dobles desde los 40\$ por habitación y 3 habitaciones cuádruples que varían entre los 70\$, además de tener otros ingresos como desayunos, piscina y sauna. Se considera que para las habitaciones simples se venderá mensualmente un aproximado de 90 unidades, mientras que para las habitaciones dobles una venta de 90 unidades y para las habitaciones familiares 90 unidades al mes.

Se cuenta con un servicio de alimentación de desayuno que se incluye en la venta de habitación por persona, además se ofrece este servicio a clientes exteriores del lodge con un costo de \$5 para lo cual se estima una venta de 450 unidades al mes.

Para el servicio de la piscina y sauna tiene un costo de \$5 por persona a clientes y personas exteriores del lodge con una venta de 450 unidades al mes. Lo que genera como un total de ingreso de \$112 845 dólares anuales.

En los egresos se toma en cuenta los costos de producción que intervienen en la venta de habitaciones, servicio de alimentación, piscina y sauna. Se detalla algunos rubros como mantenimiento, sueldos y salarios, publicidad y servicios básicos. Se obtiene un resultado anual total de \$67.597,67 y un flujo de caja total de \$45.247,33.

**Tabla 34.: Cuantificación de flujo año 1**

**CUANTIFICACIÓN DE FLUJO AÑO 1**

INGRESOS	Precio	Unidad a la venta	mes 1	mes 2	mes 3	mes 4	mes 5	mes 6	mes 7	mes 8	mes 9	mes 10	mes 11	mes 12	TOTAL ANUAL	UNIDADES VENDIDAS
			20%	25%	25%	20%	20%	20%	25%	25%	20%	20%	20%	25%		
Habitación simple (3)	20	90	360	450	450	360	360	360	450	450	360	360	360	450	4770	238,5
Habitación doble (3)	40	90	720	900	900	720	720	720	900	900	720	720	720	900	9540	238,5
Habitación cuádruple (3)	70	90	2100	1575	1575	1260	1260	1260	1575	1575	1260	1260	1260	1575	17535	250,5
Desayunos	5	450	2250	2250	2250	2250	2250	2250	2250	2250	2250	2250	2250	2250	27000	5400
Piscina	5	450	2250	2250	2250	2250	2250	2250	2250	2250	2250	2250	2250	2250	27000	5400
Sauna	5	450	2250	2250	2250	2250	2250	2250	2250	2250	2250	2250	2250	2250	27000	5400





FLUJO ACUMULADO			2652,80	6764,35	10875,90	14548,69	18221,49	21894,29	26005,84	30117,39	33790,19	37462,99	41135,79	45247,33	<b>45247,33</b>
FLUJO DE CAJA			2652,80	4111,55	4111,55	3672,80	3672,80	3672,80	4111,55	4111,55	3672,80	3672,80	3672,80	4111,55	45247,33
TOTAL EGRESOS			7277,20	5563,45	5563,45	5417,20	5417,20	5417,20	5563,45	5563,45	5417,20	5417,20	5417,20	5563,45	67597,67
PAGO DE PRESTAMO			\$714,70	\$714,70	\$714,70	\$714,70	\$714,70	\$714,70	\$714,70	\$714,70	\$714,70	\$714,70	\$714,70	\$714,70	8576,41 5652
Servicios Básicos			135	135	135	135	135	135	135	135	135	135	135	135	1620
															F
															22260
															36761,25
															1620

**Fuente:** Elaborado por las autoras, 2023.

### 5.2.5. Análisis y evaluación financiera (VAN TIR)

Para calcular el valor actual neto se procede a tomar los valores de la proyección de 5 años, de la misma forma se realizó el cálculo del VAN en la proyección de 10 años.

Se realizó el respectivo cálculo con las cantidades obtenidas en la proyección de 5 años y como resultado del VAN es un total de \$98.259,37 dólares, el incremento anual es de 6,02%, con un costo de capital de 8,46% tomando en cuenta que la inversión es de \$101.130,95 dólares.

En la proyección de 10 años, para calcular el VAN se toma en cuenta el incremento anual del 5%, obteniendo resultados positivos de \$260.906,84 dólares, el costo de capital es igual de 8,46%, la tasa interna de retorno es de 48,33% siendo mayor que el costo de capital lo que indica que el proyecto es factible en un tiempo estimado de 4 años con un total \$195.021,67 dólares recuperando la inversión.

**Tabla 35:**

*Cálculo de Valor Neto (VAN) del emprendimiento en una proyección de cinco años.*

	Incremento anual	6,02%				
	Costo de capital	8,46%				
	Inversión	101130,95				
	VAN	98259,37				
	TIR	39,36%				
			TIR(tasa Interna de Retorno) VAN(Valor Actual Neto)			
Detalle	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5	
Ingresos	112845,00	119638,269	126840,493	134476,29	142571,763	
Egresos	67597,67	71667,04512	75981,4012	80555,4816	85404,9216	
Flujo de caja	45247,33	47971,22388	50859,0916	53920,8089	57166,8416	
	-101130,95	45247,3343	47971,22388	50859,0916	53920,8089	57166,8416
flujo acumulado	45247,3343	93218,55822	144077,65	197998,459	255165,3	

**Fuente:** Elaborado por las autoras, 2023

**Tabla 36.**

*Cálculo de Valor neto del emprendimiento en una proyección de hasta diez años*

Detalle	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5	año 6	año 7	año 8	año 9	año 10
Ingresos	112845,00	118487,25	124411,61	130632,19	137163,80	144021,99	151223,09	158784,25	166723,46	175059,63
Egresos	67597,67	70977,55	74526,43	78252,75	82165,39	86273,65	90587,34	95116,70	99872,54	104866,17
Flujo de caja	45247,33	47509,70	49885,19	52379,45	54998,42	57748,34	60635,76	63667,54	66850,92	70193,47
TIR 101130,95	45247,33	47509,70	49885,19	52379,45	54998,42	57748,34	60635,76	63667,54	66850,92	70193,47
FLUJO ACUMULADO	45247,33	92757,04	142642,22	195021,67	250020,08	307768,42	368404,18	432071,72	498922,64	569116,11

**Fuente:** Elaborado por las autoras, 2023.

## 5.2.6. Punto de equilibrio

**Tabla 36:**

*Cálculo del punto de equilibrio*

AÑO ESTIMADO PUNTO EQUILIBRIO		4				
	Producto 1	Producto 2	Producto 3	Producto 4	Producto 5	Producto 6
UNIDADES VENDIDAS EN EL PERÍODO	954	954	1.002	21.600	21.600	21.600
TOTAL, UNIDADES		<b>67.710</b>				
% PARTICIPACIÓN/PRODUCTO VENDIDO	<b>1,41%</b>	<b>1,41%</b>	<b>1,48%</b>	<b>31,90%</b>	<b>31,90%</b>	<b>31,90%</b>
PRECIO VENTA UNITARIO	\$20	\$40	\$70	\$5	\$5	\$5
COSTO VENTA UNITARIO	\$5,00	\$10,00	\$17,50	\$3,25	\$1,04	\$1,04
PRECIO PROMEDIO PONDERADO		<b>\$6,67</b>				
COSTO PROMEDIO PONDERADO		<b>\$2,17</b>				
COSTO FIJO DEL PERÍODO		<b>\$89.040</b>				
INVERSIÓN		<b>\$101.131</b>				
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN	<b>\$15,00</b>	<b>\$30,00</b>	<b>\$52,50</b>	<b>\$1,75</b>	<b>\$3,96</b>	<b>\$3,96</b>
MARGEN CONTRIBUCIÓN PONDERADO		<b>\$4,49</b>				
PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES		<b>42.310</b>				
PUNTO EQUILIBRIO POR INGRESOS		<b>\$282.056</b>				
PUNTO EQUILIBRIO PRODUCTO / UNIDADES	<b>596</b>	<b>596</b>	<b>626</b>	<b>13.497</b>	<b>13.497</b>	<b>13.497</b>
PUNTO EQUILIBRIO PRODUCTO / DOLARES	\$11.923	\$23.845	\$43.829	\$67.486	\$67.486	\$67.486

**Fuente:** Elaborado por las autoras, 2023.

Turu Wasi Lodge alcanza el punto de equilibrio en el cuarto año con un monto de \$195.021,67 dólares, y el total de unidades vendidas anualmente de los 6 productos debe ser de 67 710, teniendo como precio ponderado \$6,67 dólares, con un costo promedio ponderado de \$2,17. Teniendo en cuenta la inversión de 101.131, se cuenta con el margen de contribución ponderado de cada producto con un total de \$4,49 dólares, dando paso al punto de equilibrio en unidades a vender 42.310 lo que representa un valor por ingresos de \$282.056 dólares.

<b>LÍNEA</b>	<b>UNIDADES</b>	<b>C. VARIABLE</b>	<b>C. FIJO + inversión</b>	<b>C. TOTALES</b>	<b>INGRESOS</b>
1	0	0,00	\$190.170,95	190170,95	0,00
2	1000	2171,69	\$190.170,95	192342,64	6666,37
3	2000	4343,38	\$190.170,95	194514,33	13332,74
4	3000	6515,06	\$190.170,95	196686,01	19999,11
5	4000	8686,75	\$190.170,95	198857,70	26665,49
6	5000	10858,44	\$190.170,95	201029,39	33331,86
7	6000	13030,13	\$190.170,95	203201,08	39998,23
8	7000	15201,82	\$190.170,95	205372,77	46664,60
9	8000	17373,50	\$190.170,95	207544,45	53330,97
10	9000	19545,19	\$190.170,95	209716,14	59997,34
11	10000	21716,88	\$190.170,95	211887,83	66663,71
12	11000	23888,57	\$190.170,95	214059,52	73330,08
13	12000	26060,26	\$190.170,95	216231,21	79996,46
14	13000	28231,95	\$190.170,95	218402,90	86662,83
15	14000	30403,63	\$190.170,95	220574,58	93329,20
16	15000	32575,32	\$190.170,95	222746,27	99995,57
17	16000	34747,01	\$190.170,95	224917,96	106661,94
18	17000	36918,70	\$190.170,95	227089,65	113328,31
19	18000	39090,39	\$190.170,95	229261,34	119994,68
20	19000	41262,07	\$190.170,95	231433,02	126661,05
21	20000	43433,76	\$190.170,95	233604,71	133327,43
22	21000	45605,45	\$190.170,95	235776,40	139993,80
23	22000	47777,14	\$190.170,95	237948,09	146660,17
24	23000	49948,83	\$190.170,95	240119,78	153326,54
25	24000	52120,51	\$190.170,95	242291,46	159992,91
26	25000	54292,20	\$190.170,95	244463,15	166659,28
27	26000	56463,89	\$190.170,95	246634,84	173325,65
28	27000	58635,58	\$190.170,95	248806,53	179992,02
29	28000	60807,27	\$190.170,95	250978,22	186658,40
30	29000	62978,95	\$190.170,95	253149,90	193324,77
31	30000	65150,64	\$190.170,95	255321,59	199991,14
32	31000	67322,33	\$190.170,95	257493,28	206657,51

33	32000	69494,02	\$190.170,95	259664,97	213323,88
34	33000	71665,71	\$190.170,95	261836,66	219990,25
35	34000	73837,39	\$190.170,95	264008,34	226656,62
36	35000	76009,08	\$190.170,95	266180,03	233323,00
37	36000	78180,77	\$190.170,95	268351,72	239989,37
38	37000	80352,46	\$190.170,95	270523,41	246655,74
39	38000	82524,15	\$190.170,95	272695,10	253322,11
40	39000	84695,84	\$190.170,95	274866,79	259988,48
41	40000	86867,52	\$190.170,95	277038,47	266654,85
42	41000	89039,21	\$190.170,95	279210,16	273321,22
43	42000	91210,90	\$190.170,95	281381,85	279987,59
44	43000	93382,59	\$190.170,95	283553,54	286653,97
45	44000	95554,28	\$190.170,95	285725,23	293320,34
46	45000	97725,96	\$190.170,95	287896,91	299986,71
47	46000	99897,65	\$190.170,95	290068,60	306653,08
48	47000	102069,34	\$190.170,95	292240,29	313319,45
49	48000	104241,03	\$190.170,95	294411,98	319985,82
50	49000	106412,72	\$190.170,95	296583,67	326652,19
51	50000	108584,40	\$190.170,95	298755,35	333318,56
52	51000	110756,09	\$190.170,95	300927,04	339984,94
53	52000	112927,78	\$190.170,95	303098,73	346651,31
54	53000	115099,47	\$190.170,95	305270,42	353317,68
55	54000	117271,16	\$190.170,95	307442,11	359984,05
56	55000	119442,84	\$190.170,95	309613,79	366650,42
57	56000	121614,53	\$190.170,95	311785,48	373316,79
58	57000	123786,22	\$190.170,95	313957,17	379983,16
59	58000	125957,91	\$190.170,95	316128,86	386649,53
60	59000	128129,60	\$190.170,95	318300,55	393315,91
61	60000	130301,28	\$190.170,95	320472,23	399982,28
62	61000	132472,97	\$190.170,95	322643,92	406648,65
63	62000	134644,66	\$190.170,95	324815,61	413315,02
64	63000	136816,35	\$190.170,95	326987,30	419981,39
65	64000	138988,04	\$190.170,95	329158,99	426647,76
66	65000	141159,73	\$190.170,95	331330,68	433314,13
67	66000	143331,41	\$190.170,95	333502,36	439980,51
68	67000	145503,10	\$190.170,95	335674,05	446646,88
69	68000	147674,79	\$190.170,95	337845,74	453313,25
70	69000	149846,48	\$190.170,95	340017,43	459979,62
71	70000	152018,17	\$190.170,95	342189,12	466645,99
72	71000	154189,85	\$190.170,95	344360,80	473312,36

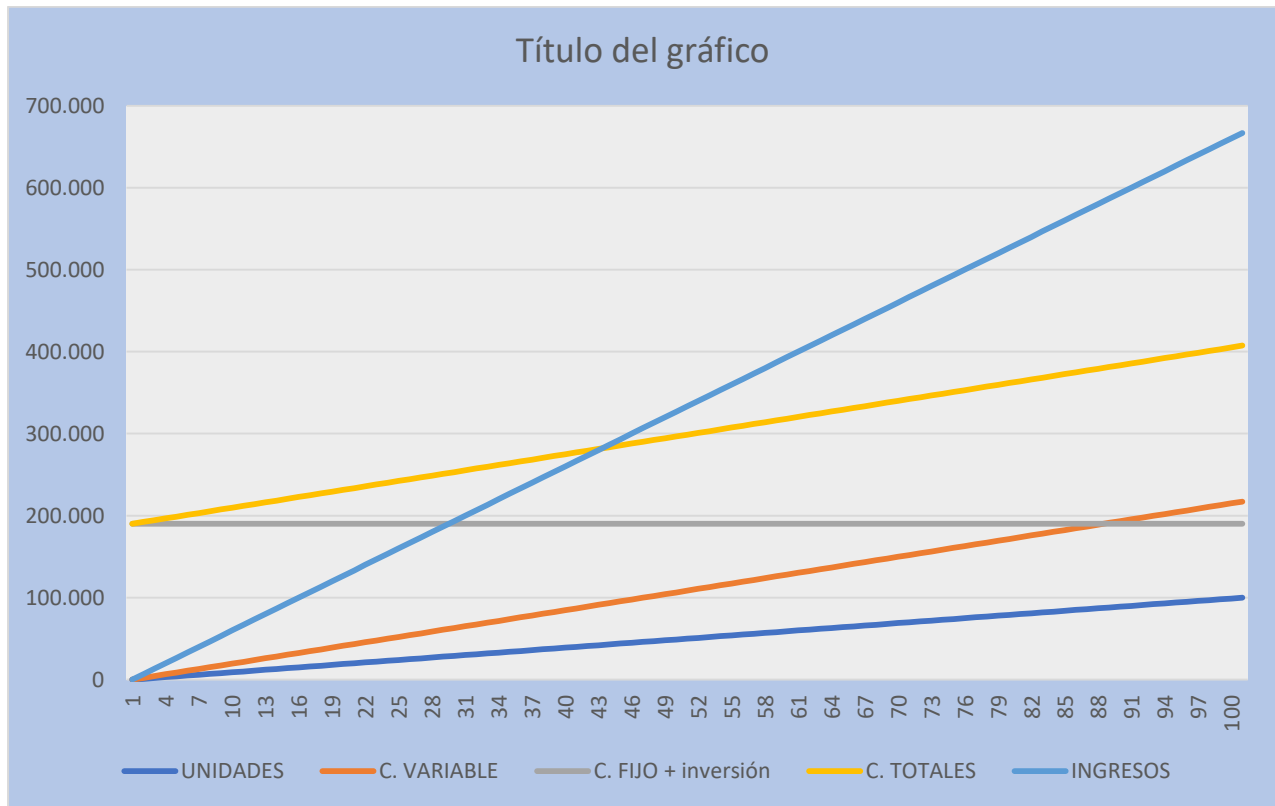
73	72000	156361,54	\$190.170,95	346532,49	479978,73
74	73000	158533,23	\$190.170,95	348704,18	486645,10
75	74000	160704,92	\$190.170,95	350875,87	493311,48
76	75000	162876,61	\$190.170,95	353047,56	499977,85
77	76000	165048,29	\$190.170,95	355219,24	506644,22
78	77000	167219,98	\$190.170,95	357390,93	513310,59
79	78000	169391,67	\$190.170,95	359562,62	519976,96
80	79000	171563,36	\$190.170,95	361734,31	526643,33
81	80000	173735,05	\$190.170,95	363906,00	533309,70
82	81000	175906,73	\$190.170,95	366077,68	539976,07
83	82000	178078,42	\$190.170,95	368249,37	546642,45
84	83000	180250,11	\$190.170,95	370421,06	553308,82
85	84000	182421,80	\$190.170,95	372592,75	559975,19
86	85000	184593,49	\$190.170,95	374764,44	566641,56
87	86000	186765,18	\$190.170,95	376936,13	573307,93
88	87000	188936,86	\$190.170,95	379107,81	579974,30
89	88000	191108,55	\$190.170,95	381279,50	586640,67
90	89000	193280,24	\$190.170,95	383451,19	593307,04
91	90000	195451,93	\$190.170,95	385622,88	599973,42
92	91000	197623,62	\$190.170,95	387794,57	606639,79
93	92000	199795,30	\$190.170,95	389966,25	613306,16
94	93000	201966,99	\$190.170,95	392137,94	619972,53
95	94000	204138,68	\$190.170,95	394309,63	626638,90
96	95000	206310,37	\$190.170,95	396481,32	633305,27
97	96000	208482,06	\$190.170,95	398653,01	639971,64
98	97000	210653,74	\$190.170,95	400824,69	646638,02
99	98000	212825,43	\$190.170,95	402996,38	653304,39
100	99000	214997,12	\$190.170,95	405168,07	659970,76
101	100000	217168,81	\$190.170,95	407339,76	666637,13

**Fuente:** Elaborado por las autoras, 2023.

Turu Wasi Lodge alcanza su punto de equilibrio en el cuarto año con un monto de \$22340,92 dólares, donde los 5 productos vendidos anualmente deben tener un monto de 46 110 dólares contando con un precio promedio ponderado de \$7,45 dólares y un costo promedio ponderado de \$2,70 dólares; tomando en cuenta el flujo de 1 año y la proyección de 4 años para el punto de equilibrio se obtiene \$89, 040 dólares con una inversión de \$101 131; siguiendo con el

cálculo de datos tenemos el margen de contribución ponderado de \$4,75, llegando a obtener el punto de equilibrio de unidades de 40,070 representando al punto de equilibrio por ingresos de manera positiva con un monto de \$298,402 dólares.

**Figura 56:** *Gráfico del punto de equilibrio*



**Nota.** Elaborado por las autoras



## **CONCLUSIONES**

Mediante la investigación se evidencia que aún no existe emprendimientos relacionados con el turismo que ayuden a la economía local puesto que la comunidad vive de la elaboración de artesanías, la agricultura y ganadería, teniendo en cuenta que existe un atractivo natural con un potencial turístico enorme, se planteó la implementación de un lodge con alojamiento turístico para ayudar a crear emprendimientos y generar un ingreso económico más para las familias, tomando en cuenta la aceptación local para generar ingresos a partir del turismo.

Se determinó el modelo de negocio a partir de las preferencias de los consumidores y el estudio de mercado de la oferta y demanda con las encuestas online y presenciales en las tres provincias Pichincha, Carchi e Imbabura, arroja resultados positivos con preferencia en el lodge, generalmente este tipo de alojamiento está ubicado en entornos naturales, y como actividades complementarias está el senderismo, turismo de aventura, vivencia de costumbres y tradiciones en las comunidades y ciclismo, además consideran importante la revalorización cultural de la comunidad.

Mediante un análisis previo se logró encontrar la ubicación estratégica para la implementación del establecimiento el mismo que integra elementos que propician el fácil acceso, hacia atractivos dando a conocer la cultura local y el grandioso paisaje natural en el que se encuentra.

Para la administración de Turu Wasi Lodge se logró la correcta distribución del personal del alojamiento el cual será en orden jerárquico para un funcionamiento eficaz, cabe mencionar que todo el personal será previamente capacitado y su organización estará de acuerdo al organigrama, se requiere de un gerente administrativo quien representa al alojamiento con conocimientos adquiridos en diferentes establecimientos, un recepcionista, personal de limpieza y un operador de cafetería, es esencial que tengan procesos previos de capacitación en marketing para la comercialización del establecimiento y la publicidad, además de contar con experiencia en manejo y administración de lodge.

Se realizó el estudio de impacto ambiental en el que se identificaron los impactos positivos y negativos que tendrá al implementar el emprendimiento, Turu Wasi lodge promueve el rescate de la cultura local y los materiales de construcción son amigables con la naturaleza para así evitar el desgaste natural del paisaje, de igual manera el material principal de este será el adobe y paja seca para que la fauna que habita en el entorno no se vea afectada, sin embargo, al realizar actividades en la naturaleza causará el deterioro de plantas por tal razón al realizar caminatas serán únicamente por senderos señalizados y los residuos sólidos como basura se recolectará constantemente por el personal encargado.

El punto de equilibrio se alcanzará en un tiempo estimado de 4 años, recuperando la inversión la mayor parte de la inversión realizada para la implementación del lodge.

## **RECOMENDACIONES**

Se recomienda realizar gestiones para obtener el apoyo de las autoridades competentes y el trabajo en equipo de la comunidad, además de nuestro compromiso en ayudar a la localidad con la generación de empleo dentro de la comunidad con emprendimientos innovadores que mejorará notablemente el turismo, de esta manera cambiará la calidad de vida en los hogares.

Con respecto a la oferta y demanda es importante que las actividades a realizarse beneficien al lodge y a la comunidad conjuntamente, además de convencer al turista en volver al alojamiento y dar a conocer la cultura local mediante los emprendimientos, se aconseja tomar en cuenta las preferencias de los turistas quienes ayudarán a la promoción del alojamiento.

La revalorización de la identidad cultural y las costumbres son ejes fundamentales para mantener la identidad viva por tal razón, es recomendable y necesario que la comunidad se organice para trabajar en conjunto, el estudio técnico ayudó para analizar de mejor manera la ubicación puesto que es esencial para realizar cualquier tipo de actividad en él.

Por otro lado, es importante tomar en cuenta la organización del emprendimiento puesto que son quienes llevan a cabo el funcionamiento de la empresa, se recomienda que todo el personal tenga un nivel de instrucción mínimo de preparatoria, además que sean parte de la comunidad para generar empleo local.

En el aspecto ambiental, según los estudios realizados es imposible no afectar negativamente al ambiente natural sin embargo, es posible rescatar y cuidar la naturaleza y como sugerencia es necesario realizar convenios con entidades encargadas de la protección de los ecosistemas naturales como el Ministerio del Medio Ambiente, además de socializar con los turistas antes de realizar cualquier actividad que tenga contacto con el medio exterior para su protección y conservación; del mismo modo, llevar la contabilidad de la capacidad de carga en el alojamiento para evitar el deterioro del paisaje.

## REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- A. F. (2012). *El proyecto de investigación. Introducción a la metodología científica*. Fideas G. Arias Odón. 6ta.
- Alarcón Pupiales, J. L., & Cacuango Molina, N. J. (2022). Hostería con identidad Kichwa Karanki en la comunidad de Punkuwayku, parroquia La Esperanza, Ibarra-Ecuador [Tesis de pregrado, Universidad Técnica del Norte]. Recuperado de <http://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/12690>
- Almeida, I. (1999). *Historia del Pueblo Kechua*. Quito: PEBI-GTZ.
- Álvarez, C. (2006). *Cosmovisión de las nacionalidades shuwar y kichwa. Módulo dictado a los maestrantes en Estudios Superiores, con mención en la Interculturalidad y Gestión en la Universidad de Cuenca*.
- Boris, T. (2 de agosto de 2020). *Ingeniería Ambiental*. Obtenido de <https://ingenieriaambiental.net/matriz-de-leopold/>
- Brady, M. (1995). La cultura en el tratamiento, la cultura como tratamiento. Una evaluación crítica de los desarrollos en los programas de adicciones para indígenas norteamericanos y australianos. *Ciencias Sociales y Medicina*, 41 (11), 1487-1498.
- Cevallos, M. (2015). *Actualización del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia Doctor Miguel Egas Cabezas*. GAD Parroquial, Peguche-Otavalo.
- Cevallos, R., Posso, M., Naranjo, M., Bedón, I., & Soria, R. (2017). *La cosmovisión andina*. Ibarra, Imbabura, Ecuador: UTN.
- Cloudbeds. (20 de enero de 2023). *¿Qué es un sistema de reservas hoteleras y por qué es importante?* Obtenido de <https://www.cloudbeds.com/es/articulos/sistema-reservas-hotel/>

Concepto definicion. (30 de enero de 2021). *Definicion de Check in*. Obtenido de

<https://conceptodefinicion.de/check-in/>

Congreso Nacional. (26 de enero de 2006). *Ley de empresas unipersonales de responsabilidad*

*limitada*. Obtenido de Ley de empresas unipersonales de responsabilidad limitada:

<https://www.audifirm.com/uploads/documento/16.3.%20LEY%20DE%20EMPRESAS%20UNIPERSONALES%20DE%20RESPONSABILIDAD%20LIMITADA.pdf>

Constitución de la República del Ecuador, .. (2008). Sección cuarta. Cultura y ciencia. 26-27.

Obtenido de <https://www.acnur.org/fileadmin/Documentos/BDL/2008/6716.pdf>

Echeverría-Cachipuendo, O. y Manosalvas, A. (2016). Modelo de desarrollo turístico para la

región de Pesillo, parroquia Olmedo-Cayambe. Tesis. Universidad de las Fuerzas

Armadas. Quito-Ecuador. [http://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/12732/1/T-](http://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/12732/1/T-ESPE-053805.pdf)

[ESPE-053805.pdf](http://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/12732/1/T-ESPE-053805.pdf)

Echeverría-Cachipuendo, O. Et. al. (2018). Plan de desarrollo turístico para la parroquia Olmedo-

Pesillo. Editorial Universitaria UTN. Universidad Técnica del norte. Ibarra-

Ecuador. [https://issuu.com/utnuniversity/docs/digital\\_plan\\_ag#:~:text=Este%20Plan%20d](https://issuu.com/utnuniversity/docs/digital_plan_ag#:~:text=Este%20Plan%20d)

[e%20Desarrollo%20Tur%C3%ADstico%20PDTUR%20Olmedo%20%E2%80%93%20P](https://issuu.com/utnuniversity/docs/digital_plan_ag#:~:text=Este%20Plan%20d)

[esillo%202025%20es,de%20la%20poblaci%C3%B3n%20en%20cada](https://issuu.com/utnuniversity/docs/digital_plan_ag#:~:text=Este%20Plan%20d)

Echeverría, J. (2014). *Cosmovisión Andina en Cotacachi*. Ibarra: UTN.

[http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/8908/2/LIBRO%20COSMOVISION%](http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/8908/2/LIBRO%20COSMOVISION%20ANDINA%20-%20COTACACHI.pdf)

[20ANDINA%20-%20COTACACHI.pdf](http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/8908/2/LIBRO%20COSMOVISION%20ANDINA%20-%20COTACACHI.pdf)

Ferreira, D. (2015). *El modelo Canvas en la formulación de proyectos*. Obtenido de

<http://dx.doi.org/10.16925/co.v23i107.1252>

Franco. (2015). Impactos ambientales. 154. Obtenido de

[https://repositorio.uptc.edu.co/bitstream/001/2812/1/TGT\\_1416.pdf](https://repositorio.uptc.edu.co/bitstream/001/2812/1/TGT_1416.pdf)

Guerra MA, C. M. (2006). Conceptos básicos y premisas para calcular el tamaño de muestra.

*Revista médica del Instituto Mexicano del Seguro Social, IV, 67-70.* Obtenido de

<https://www.medigraphic.com/pdfs/imss/im-2006/ims062o.pdf>

Hernández S, F. C. (2014). Selección de la muestra. En *Metdología de la* (pág. 174). México D.F:

McGraw-Hill / Interamericana Editores, S. A.

Kessel, J. (2006). *La economía andina de crianza*. Iquique. Obtenido de [https://iecta.cl/wp-](https://iecta.cl/wp-content/uploads/2020/03/Iecta-Cuaderno-de-Investigacio%CC%81n-en-Cultura-y-Tecnologi%CC%81a-Andina-N%C2%BA-22.pdf)

[content/uploads/2020/03/Iecta-Cuaderno-de-Investigacio%CC%81n-en-Cultura-y-](https://iecta.cl/wp-content/uploads/2020/03/Iecta-Cuaderno-de-Investigacio%CC%81n-en-Cultura-y-Tecnologi%CC%81a-Andina-N%C2%BA-22.pdf)

[Tecnologi%CC%81a-Andina-N%C2%BA-22.pdf](https://iecta.cl/wp-content/uploads/2020/03/Iecta-Cuaderno-de-Investigacio%CC%81n-en-Cultura-y-Tecnologi%CC%81a-Andina-N%C2%BA-22.pdf)

Martínez, L. (1987). Economía política de las comunidades indígenas. En *Economía campesina*

(pág. 199). Quito:CIRE.

Ministerio de Turismo . (29 de 12 de 2014). *Ley de Turismo*. Obtenido de Ley de Turismo:

<https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/02/LEY-DE-TURISMO.pdf>

Ministerio de turismo. (2016). *REGLAMENTO DE ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS*.

Observatorio Ambiental de Bogota. (2 de julio de 2019). *Bogota*. Obtenido de

<https://oab.ambientebogota.gov.co/glossary/factor-ambiental/>

Perez, P. (9 de marzo de 2009). *Definicion de costo de capital*. Obtenido de

<https://definicion.de/costo-de-capital/>

Platen D. (2018). La importancia del web check-in en el sector hotelero. *Estudios y prespectivas*

*en turismo*. Fioranópolis, Brasil.

Quinotoa, L. A. (2014). *Aspectos de la cosmovisión andina en la serie de kukayus pedagógicos*

*del sistema de educación intercultural bilingüe del Ecuador en comparación con la visión*

*occidental moderna*. .

Ramos F. (1986). Breve reseña histórica del conflicto agrario Quinchuquí. *Revista Instituto Otavaleño de Antropología*. Otavalo. Obtenido de [https://ecuador.fes.de/fileadmin/user\\_upload/pdf/433%20PROAGR1988\\_0110.pdf](https://ecuador.fes.de/fileadmin/user_upload/pdf/433%20PROAGR1988_0110.pdf)

Reserva Hotelera. (s. f). *Guías Jurídicas*. Obtenido de [https://guiasjuridicas.laleynext.es/Content/Documento.aspx?params=H4sIAAAAAAAAAEA MtMSbF1jTAAAUMTAxNTtbLUouLM\\_DxbIwMDCwNzAwuQQGZapUt-ckhlQaptWmJOcSoAAANZ\\_ITUAAAA=WKE#:~:text=La%20reserva%20hotelera%20es%20la,penalizando%20en%20caso%20de%20cancelaci%C3%B3n.](https://guiasjuridicas.laleynext.es/Content/Documento.aspx?params=H4sIAAAAAAAAAEA MtMSbF1jTAAAUMTAxNTtbLUouLM_DxbIwMDCwNzAwuQQGZapUt-ckhlQaptWmJOcSoAAANZ_ITUAAAA=WKE#:~:text=La%20reserva%20hotelera%20es%20la,penalizando%20en%20caso%20de%20cancelaci%C3%B3n.)

Rodríguez, L. (1992). *Economía campesina*. Sarance. Obtenido de <https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/9951/1/REXTN-SA16.pdf#page=80>

Sercop. (2017). *LEY DE COMPAÑIAS*. Obtenido de [https://portal.compraspublicas.gob.ec/sercop/wp-content/uploads/2018/02/ley\\_de\\_companias.pdf](https://portal.compraspublicas.gob.ec/sercop/wp-content/uploads/2018/02/ley_de_companias.pdf)

Sierra M. et. al. (2012). tipos de investigación.

Tamayo y Tamayo, M. (2014). *El proceso de investigación científica. Población y muestra*. Obtenido de Tesis de Investigación: <http://tesisdeinvestig.blogspot.com/2011/06/poblacion-y-muestra-tamayo-y-tamayo.html>

Túquerres, E. y Echeverría-Cachipuendo, O. (2018). Catálogo de atractivos turísticos de la parroquia Olmedo-Pesillo. Universidad Técnica del norte. Ibarra-Ecuador. [https://issuu.com/utnuniversity/docs/ebook\\_atractivos\\_olmedo](https://issuu.com/utnuniversity/docs/ebook_atractivos_olmedo)

Williams, R. (1980). *Concepto de cultura*.

World Travel & Tourism [WTTC]. (2014). Turismo y desarrollo local. *PASOS, revista de turismo y patrimonio cultural*, 333-340.



Zafra Galvis. (2006). Tipos de investigación. *Revista Científica General José María Córdova*,  
13-14.

# **ANEXOS**

NOMBRE DEL TRABAJO

**TESIS\_Chicaiza\_Vega\_28-03.docx**

RECUENTO DE PALABRAS

**22321 Words**

RECUENTO DE CARACTERES

**119953 Characters**

RECUENTO DE PÁGINAS

**162 Pages**

TAMAÑO DEL ARCHIVO

**13.3MB**

FECHA DE ENTREGA

**Mar 29, 2023 3:14 PM GMT-5**

FECHA DEL INFORME

**Mar 29, 2023 3:16 PM GMT-5****● 6% de similitud general**

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base

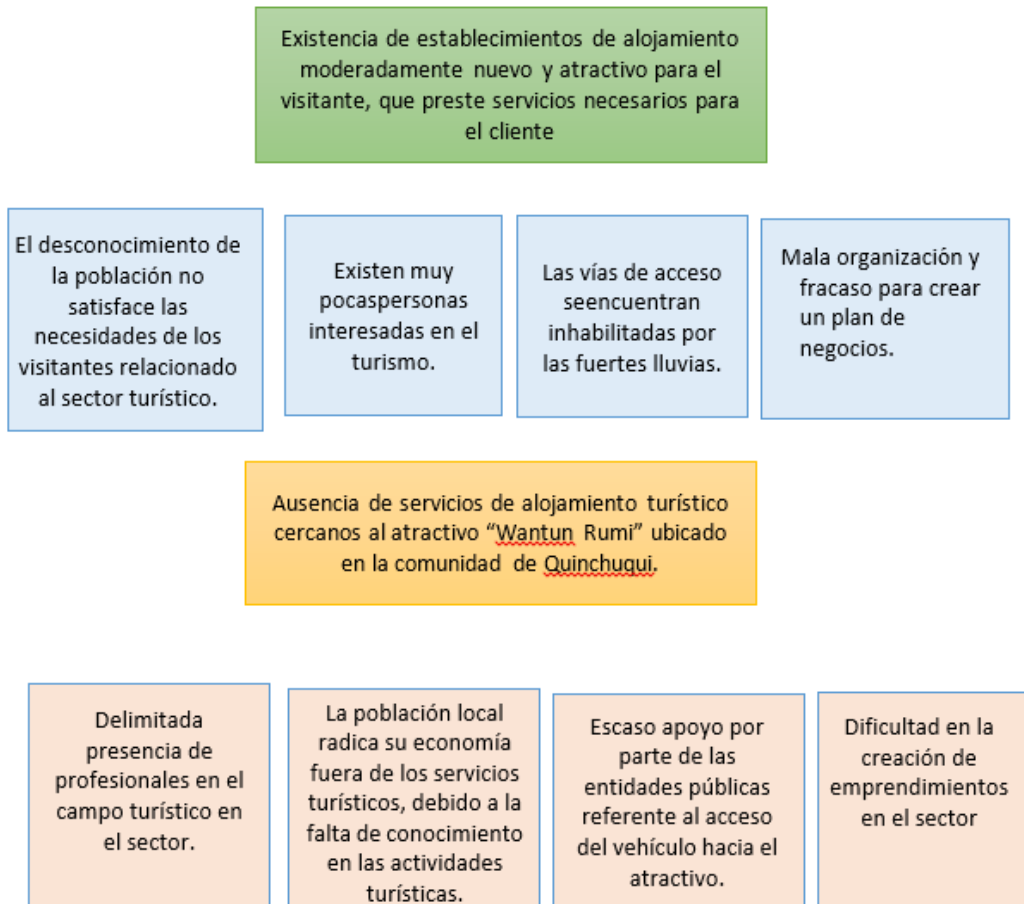
- 6% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 3% Base de datos de trabajos entregados
- 0% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Cross

**● Excluir del Reporte de Similitud**

- Material bibliográfico
- Material citado
- Material citado
- Coincidencia baja (menos de 15 palabras)

## ANEXOS

### ANEXO 1. El árbol de problemas



## **ANEXO 2. Modelo de encuesta**

### **1. Género**

Masculino

Femenino

### **2. Edad**

18 - 25

26 - 40

41 - 65

Más de 65

### **3. Lugar de residencia**

Carchi

Pichincha

Imbabura

### **4. Nivel de instrucción**

Nivel Básico

Bachillerato

Técnico

Tercer Nivel

Posgrado

Ninguno

### **5. Estado Civil**

Soltero/a

Casado/a

Viudo/a

Unión Libre

Divorciado/a

## **6. Ocupación**

Empleado Público

Empleado Privado

Emprendedor

Artesano

Estudiante

## **7. Nivel de ingresos**

Menos de 200 USD

200 - 450 USD

451 - 625 USD

Más de 1000

## **8. ¿Qué medios de comunicación le resultan más apropiados para buscar información de un establecimiento turístico?**

Redes Sociales

Páginas Web

Buscadores

## **9. ¿Durante el presente año cuando sería el próximo viaje a realizar?**

Este mes

Dentro de dos meses

Dentro de tres meses

Dentro de seis meses

Dentro de 1 año

No tiene fecha

**10. ¿Cuál considera el tipo de establecimiento adecuado para hospedarse en el próximo viaje que realizará?**

Hacienda Turística

Lodge

Campamento Turístico

Refugio

Casa de Huéspedes

**11. ¿Cuál considera que será el próximo destino a visitar por turismo?**

Comunidades o Zonas Rurales

Balnearios/ Parques de recreación

Bosques / montañas / áreas protegidas

Amazonía

Zonas Arqueológicas/ patrimonio Histórico

**12. ¿Cuál de las actividades es de su mayor preferencia para realizar en entornos rurales?**

Caminatas por senderos

Ciclismo

Actividades de turismo de aventura (climbing, canopy)

Vivencia de costumbres y tradiciones

**13. ¿Con quienes considera que será su próximo viaje turístico?**

Solo / a

Pareja

Amigos

Familia

**14. ¿Qué precio considera adecuado a pagar por el servicio de hospedaje por persona en una noche?**

Menos de 15 \$

De 16 a 20 \$

De 21 a 25 \$

De 26 a 30 \$

De 31 a 40 \$

De 41 a 50 \$

Más de 50 \$

**15. ¿Cuál de los siguientes aspectos considera el más importante que se tome en cuenta en un alojamiento para satisfacer sus expectativas?**

Decoración

Iluminación

Clima/Temperatura adecuada

Amplitud del Espacio

Cordialidad en la Atención

**16. Marque con una X la casilla los aspectos importantes al momento de hospedarse.**

Nada Importante

Poco importante

Medianamente Importante

Muy Importante



¿Considera importante la decoración de un alojamiento con información e imágenes de las culturas del Ecuador?

¿Considera importante que las habitaciones en un alojamiento cuenten con calefacción?

¿Considera importante el servicio de alimentación sea típico de la localidad??

¿Considera importante la decoración de un alojamiento con información e imágenes de las culturas del Ecuador?

¿Considera importante que las habitaciones en un alojamiento cuenten con calefacción?

¿Considera importante el servicio de alimentación sea típico de la localidad??

**17. ¿Cuál es el aspecto más importante de los servicios de apoyo que usted considera que debe existir en un sitio turístico para que facilite la visita en zonas rurales?**

Servicio de energía eléctrica

Presencia de servicios básicos

Presencia de centros de interpretación

Conexión de Internet

**18. ¿Qué aspectos necesarios consideraría para un buen servicio de alojamiento?**

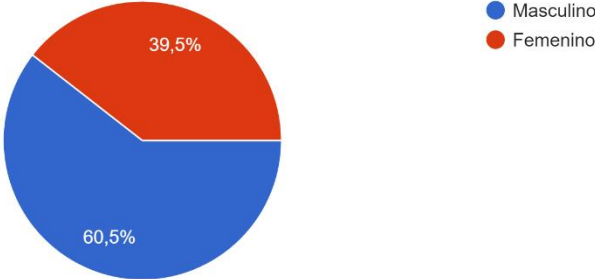
Áreas deportivas (Canchas de Fútbol, básquet, vóley)

Piscinas/ Jacuzzi

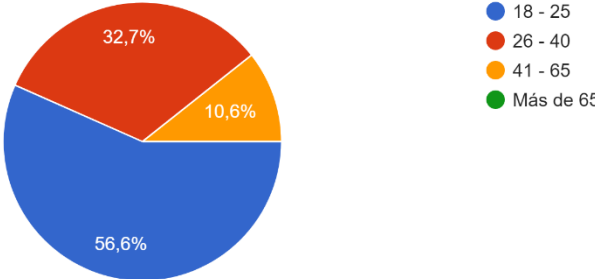
Stand de alimentos y bebidas

**ANEXO 3. Resultado de encuesta**

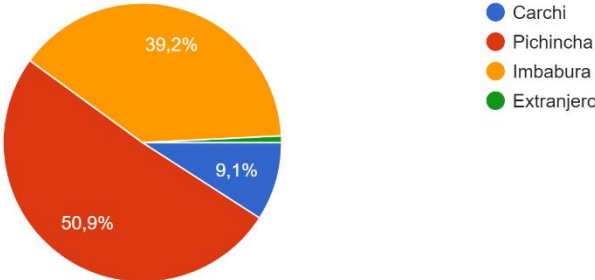
1. Género  
385 respuestas



2. Edad  
385 respuestas

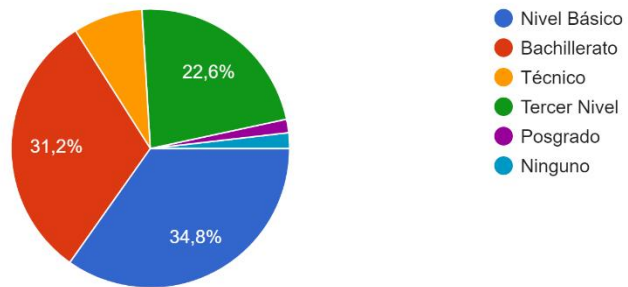


3. Lugar de residencia  
385 respuestas



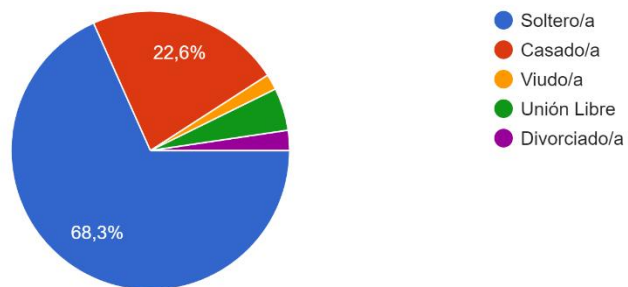
#### 4. Nivel de instrucción

385 respuestas



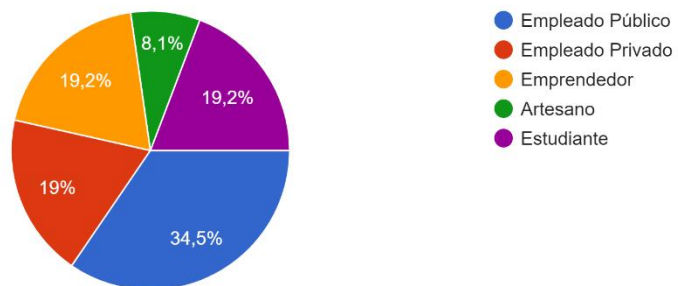
#### 5. Estado Civil

385 respuestas



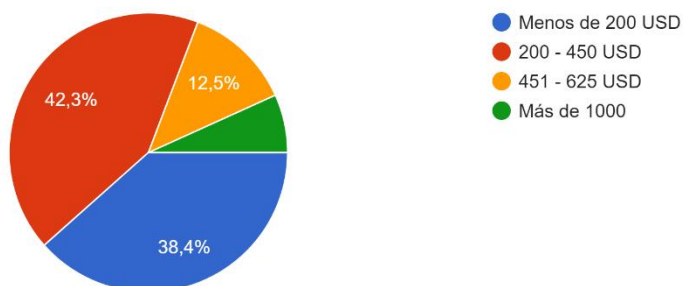
#### 6. Ocupación

385 respuestas



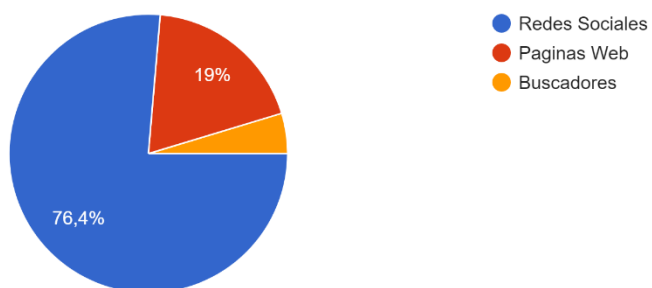
### 7. Nivel de ingresos

385 respuestas



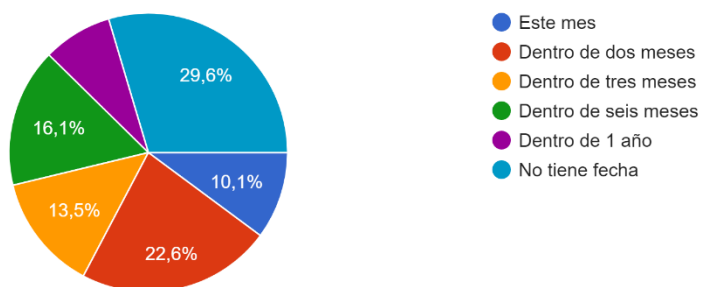
### 8. ¿Qué medios de comunicación le resultan más apropiados para buscar información de un establecimiento turístico?

385 respuestas



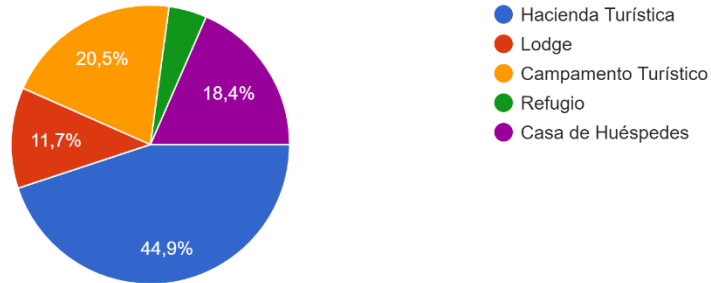
### 9. ¿Durante el presente año cuando seria el próximo viaje a realizar ?

385 respuestas



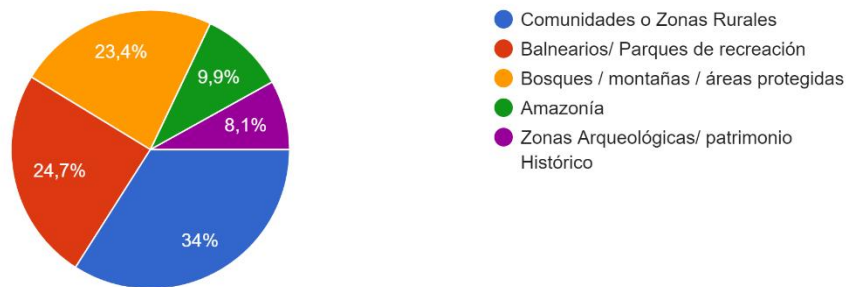
10. ¿Cuál considera el tipo de establecimiento adecuado para hospedarse en el próximo viaje que realizará?

385 respuestas



11. ¿Cuál considera que sera el próximo destino a visitar por turismo?

385 respuestas



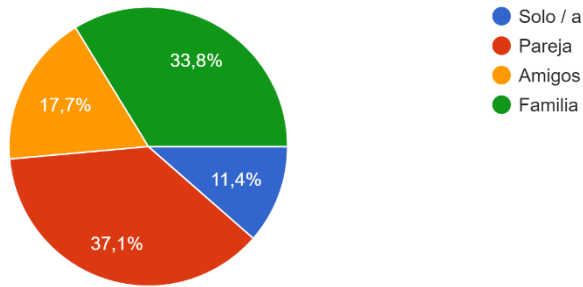
12. ¿Cuál de las actividades es de su mayor preferencia para realizar en entornos rurales?

385 respuestas



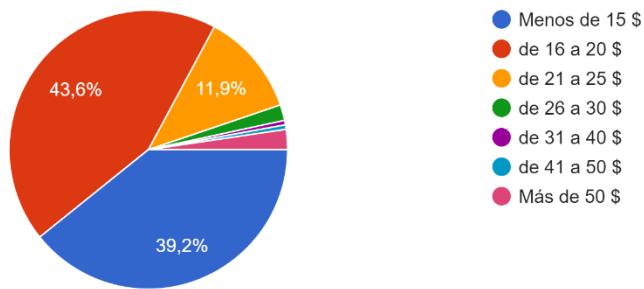
13. ¿Con quienes considera que sera su próximo viaje turístico?

385 respuestas



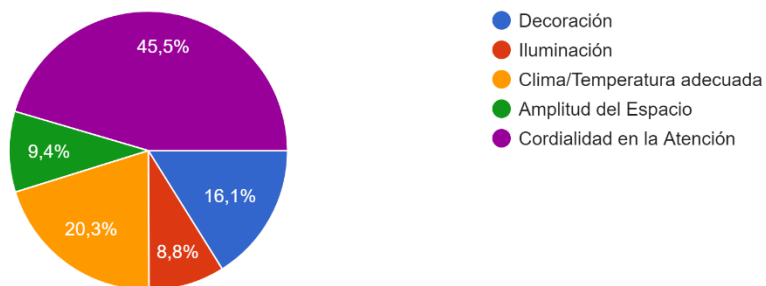
14. ¿Qué precio considera adecuado a pagar por el servicio de hospedaje por persona en una noche?

385 respuestas

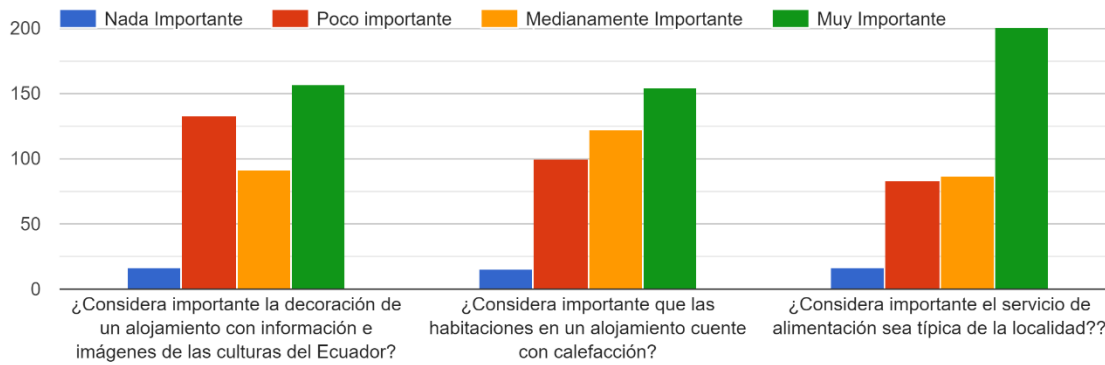


15. ¿Cuál de los siguientes aspectos considera el más importante que se tome en cuenta en un alojamiento para satisfacer sus expectativas?

385 respuestas

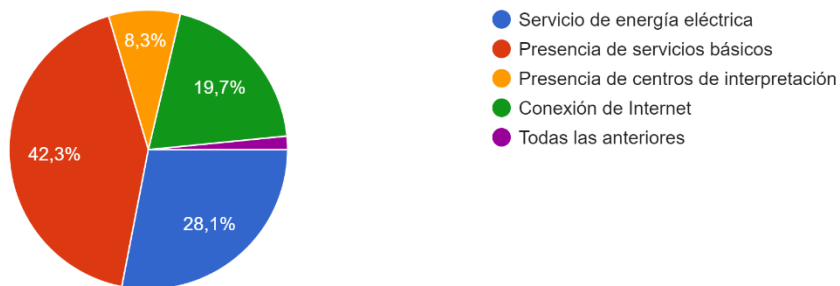


16. Marque con una X la casilla los aspectos importantes al momento de hospedarse.



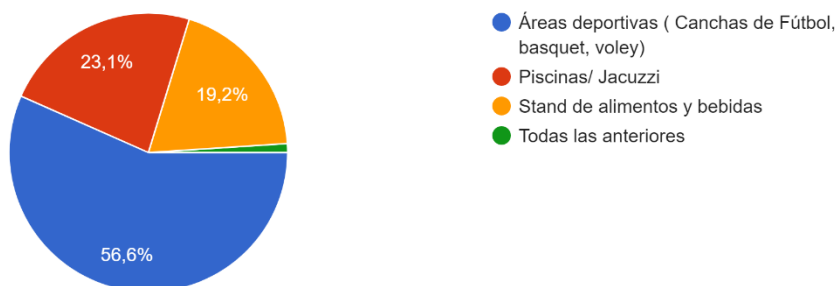
17. ¿Cuál es el aspecto más importante de los servicios de apoyo que usted considera que debe existir en un sitio turístico para que facilite la visita en zonas rurales?

385 respuestas




18. ¿Que aspectos necesarios consideraría para un buen servicio de alojamiento?

385 respuestas



ANEXO 4. Balance de situación inicial

			<b>TURU WASI LODGE</b>		
			<b>BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL AL 1 DE ENERO DE 2023</b>		
<b>ACTIVO</b>			<b>PASIVO</b>		
<b>Activo Circulante</b>			<b>Pasivo Circulante</b>		
Caja		\$1.500	Proveedores		
BANCOS		\$20.000	Prestamo al BanEcuador		\$55.000
			Intereses por pagar		
			ISR por pagar		
			Anticipo de clientes		
<b>Total Activo Circulante</b>		<b>21500</b>	<b>Total Pasivo Circulante</b>		<b>\$55.000</b>
<b>Activo Fijo</b>			<b>Pasivo a Largo Plazo</b>		
Terrenos		\$20.000	Documentos por pagar a largo plazo		
Edificios/construcciones		\$32.200	<b>Total Pasivo Circulante</b>		<b>0</b>
Mobiliario y equipo		\$11.192			
Vehiculos		\$12.000,00			
Maquinaria		\$2.635			
Equipos de cómputo		\$504,00			
Gastos de instalación		\$0			
Papelería y útiles		\$100			
Publicidad		\$500,00			
<b>Total Activo Fijo</b>		<b>\$ 79.130,95</b>			
<b>Otros activos</b>			<b>PATRIMONIO</b>		
Permisos de Funcionamiento		\$500	BIENES INMUEBLES		\$25.000
			BIENES MUEBLES		\$3.000
			APORTE EN EFECTIVO		\$20.000
<b>Total Otros Activos</b>		<b>\$500</b>	<b>Total Capital contable</b>		<b>\$48.000</b> 46,60%
<b>SUMA DEL ACTIVO</b>		<b>\$ 101.130,95</b>	<b>SUMA DEL CAPITAL CONTABLE</b>		<b>\$48.000</b>



## ANEXO 5 Flujo anual

CUANTIFICACIÓN DE FLUJO AÑO 1														
INGRESOS	Precio	unid a la vent	mes 1	mes 2	mes 3	mes 4	mes 5	mes 6	mes 7	mes 8	mes 9	mes 10	mes 11	mes 12
			20%	25%	25%	20%	20%	20%	25%	25%	20%	20%	20%	25%
Habitación simple (3)	20	90	360	450	450	360	360	360	450	450	360	360	360	450
Habitación doble (3)	40	90	720	900	900	720	720	720	900	900	720	720	720	900
Habitación Cuadruple (3)	70	90	2100	1575	1575	1260	1260	1260	1575	1575	1260	1260	1260	1575
Desayunos	5	450	2250	2250	2250	2250	2250	2250	2250	2250	2250	2250	2250	2250
Piscina	5	450	2250	2250	2250	2250	2250	2250	2250	2250	2250	2250	2250	2250
TOTAL INGRESOS			7680	7425	7425	6840	6840	6840	7425	7425	6840	6840	6840	7425
EGRESOS														
Costo hab simple			90	112,5	112,5	90	90	90	112,5	112,5	90	90	90	112,5
Costo hab doble			180	225	225	180	180	180	225	225	180	180	180	225
Costo hab cuadruple			525	393,75	393,75	315	315	315	393,75	393,75	315	315	315	393,75
Costo Desayunos			1462,5	1462,5	1462,5	1462,5	1462,5	1462,5	1462,5	1462,5	1462,5	1462,5	1462,5	1462,5
Costo piscina			675	450	450	450	450	450	450	450	450	450	450	450
Mantenimiento			150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
Sueldos y salarios			1350	1350	1350	1350	1350	1350	1350	1350	1350	1350	1350	1350
Decimos														
Permisos														
Impuestos														
Publicidad			1320	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
Servicios Básicos			135	135	135	135	135	135	135	135	135	135	135	135
Arriendo														
PAGO DE PRESTAMO			\$714,70	\$714,70	\$714,70	\$714,70	\$714,70	\$714,70	\$714,70	\$714,70	\$714,70	\$714,70	\$714,70	\$714,70
TOTAL EGRESOS			6602,20	5113,45	5113,45	4967,20	4967,20	4967,20	5113,45	5113,45	4967,20	4967,20	4967,20	5113,45
FLUJO DE CAJA			1077,80	2311,55	2311,55	1872,80	1872,80	1872,80	2311,55	2311,55	1872,80	1872,80	1872,80	2311,55
FLUJO ACUMULADO			1077,80	3389,35	5700,90	7573,69	9446,49	11319,29	13630,84	15942,39	17815,19	19687,99	21560,79	23872,33

## ANEXO 6 Flujo de cinco años

Incrmento anual	6,02%					
Costo de capital	8,32%					
Inversión	101130,95					
VAN	4475,93					
TIR	9,93%					

TIR(tasa Interna de Retorno)  
VAN(Valor Actual Neto)

Detalle	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
Ingresos	85845,00	91012,869	96491,8437	102300,653	108459,152
Egresos	61972,67	65703,42012	69658,766	73852,2237	78298,1276
Flujo de caja	23872,3343	25309,44888	26833,0777	28448,429	30161,0244

DATOS PARA LA TIR	-101130,95	23872,3343	25309,44888	26833,0777	28448,429	30161,0244
		23872,3343	49181,78322	76014,8609	104463,29	134624,314

## ANEXO 7 Flujo diez años

Incrmento anual	5%									
Costo de capital	8,32%									
Inversión	101130,95									
VAN	91197,77									
TIR	24,20%									

Detalle	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5	año 6	año 7	año 8	año 9	año 10
Ingresos	85845,00	90137,25	94644,11	99376,32	104345,13	109562,39	115040,51	120792,54	126832,16	133173,77
Egresos	61972,67	65071,30	68324,86	71741,11	75328,16	79094,57	83049,30	87201,76	91561,85	96139,94
Flujo de caja	23872,33	25065,95	26319,25	27635,21	29016,97	30467,82	31991,21	33590,77	35270,31	37033,83

DATOS PARA LA TIR	-101130,95	23872,33	25065,95	26319,25	27635,21	29016,97	30467,82	31991,21	33590,77	35270,31	37033,83	300263,66
FLUJO ACUMULADO		23872,33	48938,29	75257,53	102892,75	131909,72	162377,54	194368,75	227959,52	263229,83	300263,66	

## ANEXO 8 Punto de equilibrio

### PUNTO DE EQUILIBRIO MULTIPRODUCTO

								LÍNEA	UNIDADES	C. VARIABLE	C. FIJO + inversión	C. TOTALES	INGRESOS
								1	0	0,00	\$190.170,95	190170,95	0,00
<b>AÑO ESTIMADO PUNTO EQUILIBRIO</b>	<b>4</b>							2	1000	2701,04	\$190.170,95	192871,99	215905,01
								3	2000	5402,08	\$190.170,95	195573,03	431810,02
								4	3000	8103,12	\$190.170,95	198274,07	647715,03
								5	4000	10804,16	\$190.170,95	200975,11	863620,04
								6	5000	13505,20	\$190.170,95	203676,15	1079525,05
								7	6000	16206,25	\$190.170,95	206377,20	1295430,06
								8	7000	18907,29	\$190.170,95	209078,24	1511335,07
UNIDADES VENDIDAS EN EL PERÍODO	Producto 1	Producto 2	Producto 3	Producto 4	Producto 5	Producto 6	Producto 7	9	8000	21608,33	\$190.170,95	211779,28	1727240,08
TOTAL UNIDADES	954	954	1.002	21.600	21.600			10	9000	24309,37	\$190.170,95	214480,32	1943145,09
% PARTICIPACIÓN/PRODUCTO VENDIDO	2,07%	2,07%	2,17%	46,84%	46,84%			11	10000	27010,41	\$190.170,95	217181,36	2159050,10
PRECIO VENTA UNITARIO	\$20	\$40	\$70	\$5	\$450			12	11000	29711,45	\$190.170,95	219882,40	2374955,11
COSTO VENTA UNITARIO	\$5,00	\$10,00	\$17,50	\$3,25	\$1,04			13	12000	32412,49	\$190.170,95	222583,44	2590860,12
PRECIO PROMEDIO PONDERADO		\$215,91						14	13000	35113,53	\$190.170,95	225284,48	2806765,13
COSTO PROMEDIO PONDERADO		\$2,70						15	14000	37814,57	\$190.170,95	227985,52	3022670,14
COSTO FIJO DEL PERÍODO		\$89.040						16	15000	40515,61	\$190.170,95	230686,56	3238575,15
INVERSIÓN		\$101.131						17	16000	43216,66	\$190.170,95	233387,61	3454480,16
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN	\$15,00	\$30,00	\$52,50	\$1,75	\$448,96			18	17000	45917,70	\$190.170,95	236088,65	3670385,17
MARGEN CONTRIBUCIÓN PONDERADO		\$213,20						19	18000	48618,74	\$190.170,95	238789,69	3886290,18
PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES		892						20	19000	51319,78	\$190.170,95	241490,73	4102195,19
PUNTO EQUILIBRIO POR INGRESOS		\$192.580						21	20000	54020,82	\$190.170,95	244191,77	4318100,20
PUNTO EQUILIBRIO PRODUCTO / UNIDADES	18	18	19	418	418			22	21000	56721,86	\$190.170,95	246892,81	4534005,20
PUNTO EQUILIBRIO PRODUCTO / DOLARES	\$369	\$738	\$1.357	\$2.089	\$188.027			23	22000	59422,90	\$190.170,95	249593,85	4749910,21
								24	23000	62123,94	\$190.170,95	252294,89	4965815,22
								25	24000	64824,98	\$190.170,95	254995,93	5181720,23