



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

**TEMA:**

“HACIENDA TURÍSTICA CON CABAÑAS TIPO CHALET PARA REVALORIZAR LAS ACTIVIDADES RURALES EN EL RECINTO LUZ Y VIDA DEL CANTÓN LAGO AGRIO PROVINCIA DE SUCUMBÍOS – ECUADOR.”

Trabajo de grado previo a la obtención del título de Licenciado en Turismo.

**AUTORES:**

Palacios Achanga Darío Ulyses

Rocha Suarez Oscar Gabriel.

**DIRECTORA**

MSC. Ruiz Erazo Victoria Geovana

**Ibarra, 2022**

**APROBACIÓN DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO**

Certifico que el Trabajo de Grado "HACIENDA TURÍSTICA CON CABAÑAS TIPO CHALET PARA REVALORIZAR LAS ACTIVIDADES RURALES EN EL RECINTO LUZ Y VIDA DEL CANTÓN LAGO AGRIO PROVINCIA DE SUCUMBÍOS – ECUADOR.", ha sido realizado en su totalidad por los señores: Palacios Achanga Darío Ulyses, portador de la cédula de identidad número: 2100438478 y Rocha Suarez Oscar Gabriel, portador de la cédula de identidad número: 1003285283



MSC. Ruiz Erazo Victoria Geovana

DIRECTORA DE TRABAJO DE GRADO

C.I. 0401393855



## UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

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

#### 1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

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

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	1003285283		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Rocha Suarez Oscar Gabriel		
DIRECCIÓN:	Ibarra		
EMAIL:	ogrochas@utn.edu.ec		
TELÉFONO FIJO:	062-600-186	TELÉFONO MÓVIL:	0968399092

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	Hacienda turística con cabañas tipo chalet para revalorizar las actividades rurales en el Recinto Luz y Vida del cantón Lago Agrio provincia de Sucumbíos – Ecuador.
AUTOR (ES):	Darío Palacios. Óscar Rocha
FECHA: DD/MM/AAAA	15-06-2022
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Licenciatura en Turismo
ASESOR /DIRECTOR:	MSC. Victoria Ruiz

#### 2. CONSTANCIAS

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

Ibarra, 25 del mes de agosto del 2022

EL AUTOR:

Rocha Suarez Oscar Gabriel.



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**BIBLIOTECA UNIVERSITARIA**

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

**1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA**

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

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	2100438478		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Palacios Achanga Darío Ulyses		
DIRECCIÓN:	Natabuela		
EMAIL:	dupalacios@utn.edu.ec		
TELÉFONO FIJO:	062-535-492	TELÉFONO MÓVIL:	0968509900

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	Hacienda turística con cabañas tipo chalet para revalorizar las actividades rurales en el Recinto Luz y Vida del cantón Lago Agrio provincia de Sucumbíos – Ecuador.
AUTOR (ES):	Darío Palacios. Oscar Rocha
FECHA: DD/MM/AAAA	15-06-2022
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Licenciatura en Turismo
ASESOR /DIRECTOR:	MSC. Victoria Ruiz

**2. CONSTANCIAS**

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

Ibarra, 25 del mes de agosto del 2022

**EL AUTOR:**

Darío Ulyses Palacios Achanga.

## **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo primero a Dios por haberme dado la oportunidad de cursar esta maravillosa carrera.

A mi madre Mariana quien ha sido un apoyo muy importante en el transcurso de mi vida tanto personal como universitaria, quien me ha inculcado los valores necesaria para no decaer en momentos difíciles y a superarlos de la mejor manera.

A mis hermanos Carolina y Cristian por su apoyo y cariño incondicional.

A mis compañeros y amigos sobre todo a mi compañero de trabajo Darío que supieron encontrar la manera de apoyarme y motivarme a seguir adelante con mi vida universitaria y a no decaer.

Por todos ustedes es este trabajo.

*ROCHA SUAREZ OSCAR GABRIEL.*

Dedico con mucho amor y cariño a mis padres, ya que son parte fundamental para la realización de este sueño alcanzado.

A mi madre Mariela quien ha estado pendiente de las cosas que han pasado en el transcurso de la etapa universitaria, por enseñarme que todos podemos a pesar de que existan dificultades en el camino y por toda la motivación que he recibido para esforzarme cada día.

A mi hermano Gino por su cariño y apoyo incondicional.

A mis amigos que han estado desde un principio de igual manera apoyándome en el transcurso de la carrera.

Para ustedes con esfuerzo y dedicación.

DARÍO ULYSES PALACIOS ACHANGA.

## **AGRADECIMIENTO**

Muy agradecidos con la Universidad Técnica del Norte, la cual ha sido como nuestro segundo hogar durante cinco años de carrera.

A nuestro tutor MSc. Armando Flores por brindarnos todo su tiempo y conocimiento para la realización de este proyecto, en el cual nos motiva aprender cada día.

A las mujeres artesanas de la comunidad San Bartolo quienes apoyaron con la información para la realización de las artesanías.

Finalmente, a todos nuestros profesores que nos han transmitido ese conocimiento, quienes formaron parte de nuestro proceso profesional.

ROCHA SUAREZ OSCAR GABRIEL.

DARÍO ULYSES PALACIOS ACHANGA.

## ÍNDICE

Caratula	
DEDICATORIA.....	v
AGRADECIMIENTO.....	vii
RESUMEN EJECUTIVO .....	xv
ABSTRACT .....	xvi
CAPITULO I. DIAGNÓSTICO .....	18
1.1.    Determinación y justificación del problema .....	18
1.1.1.  Objetivo General.....	19
1.1.2.  Objetivos específicos.....	19
1.2.    Propuesta de la idea de negocio.....	20
1.3.    Sustentar la innovación y pertinencia de la idea de negocios.....	21
1.4.    Factores que intervienen en la puesta en marcha de la idea de negocio .....	22
1.4.1.  Análisis de la Industria.....	22
1.4.2.  Situación del macro ambiente .....	23
CAPITULO II. Fundamentación teórica .....	27
2.1  Fundamentos Teóricos .....	27
2.1.1.  Turismo .....	27
2.1.2.  Tipos de turismo .....	29
2.1.3.  Turismo comunitario .....	32
2.1.4.  Alojamiento Turístico .....	33
2.1.5.  Planta turística.....	33
2.1.6.  Hacienda Turística.....	34
2.1.7.  Tipos de Alojamiento .....	34
2.1.8.  Evolución de los alojamientos .....	36
2.1.9.  Servicio de alimentación.....	37
2.1.10.  Servicio de guianza.....	37
2.1.11.  Atractivos turísticos.....	38
2.1.12.  Turismo sostenible.....	38
2.1.13.  Turismo de naturaleza .....	39
2.1.14.  Pueblos y nacionalidades .....	40
2.1.15.  Patrimonio natural.....	40

2.1.16.	Patrimonio cultural material .....	41
2.1.17.	Patrimonio cultural inmaterial.....	42
2.1.18.	Estudio de mercado .....	42
2.1.19.	Estudio técnico.....	42
2.1.20.	Estudio financiero .....	43
2.1.21.	Producto .....	44
2.1.22.	Plaza.....	45
2.1.23.	Precio.....	45
2.1.24.	Promoción.....	46
2.2.1.	Investigación cualitativa.....	46
2.2.2.	Investigación cuantitativa .....	47
2.2.3.	Investigación bibliográfica .....	48
2.2.4.	Método inductivo .....	48
2.2.5.	Método deductivo .....	49
2.2.6.	Método descriptivo .....	49
2.2.7.	Técnicas e Instrumentos .....	50
CAPÍTULO III. PROPUESTA .....		56
3.1	Estudio de Mercado.....	56
3.1.1.	Tipo de muestreo y cálculo de la muestra .....	56
3.1.2.	Instrumentos de recolección.....	57
3.1.3.	Resultados y discusión.....	61
3.1.4.	Segmentación de mercado.....	80
3.1.5.	Clientes .....	82
3.1.6.	Análisis de la demanda .....	82
3.1.7.	Análisis de la oferta .....	83
3.1.8.	Demanda insatisfecha .....	84
3.1.9.	Demanda objetiva.....	84
3.2.	Estudio Técnico – Administrativo .....	85
3.2.1.	Análisis y determinación de la localización óptima del proyecto ....	85
3.2.2.	Ingeniería del proyecto .....	93
3.2.3.	Identificación y descripción de los procesos.....	101
3.2.4.	Estructura organizativa y administrativa .....	106
3.2.5.	Constitución legal de la empresa y propiedad intelectual.....	130
3.3.	Estrategias de comercialización.....	134

3.3.1. Los productos o servicios, marcas. Logotipos, previstos o para embalajes, envoltorios, rótulos, señalizaciones .....	134
3.3.2. Canales de Distribución.....	138
3.3.3. Promoción .....	141
3.3.4. Precio .....	142
3.4. Estudio económico – financiero .....	142
3.4.1. Inversiones y capital de trabajo .....	142
CAPÍTULO IV. ESTUDIO ECONÓMICO –FINANCIERO.....	148
4.1 Estudio de Financiero.....	148
4.1.1. Obra civil necesaria .....	148
4.1.2. Capital de trabajo .....	152
4.1.3. Estado de Situación Inicial .....	157
4.1.4. Flujo de efectivo .....	158
4.2 Proyección de ingresos y gastos. ....	159
4.2.1 Cálculo de VAN (Valor Actual Neto) .....	160
4.2.2 Cálculo del TIR (Tasa Interna de Retorno).....	160
4.2.3 El punto de equilibrio .....	161
CAPITULO V. ESTUDIO AMBIENTAL.....	163
5.1 Estudio Ambiental.....	163
5.1.1 Descripción de las acciones/actividades del emprendimiento.....	163
5.1.2 Factores ambientales para interrelacionar en el EIA.....	164
5.1.3 Identificación de los Impactos Ambientales.....	166
5.1.4 Descripción del método aplicar.....	169
5.1.5 Escalas o rangos para la valoración ambiental para el EIA (Estudio de Impacto Ambiental).....	169
CONCLUSIONES.....	188
RECOMENDACIONES .....	190
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	192

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1</b>	Segmentación de mercado .....	81
<b>Tabla 2</b>	Análisis de la demanda .....	83
<b>Tabla 3</b>	Análisis de la oferta.....	83
<b>Tabla 4</b>	Demanda insatisfecha.....	84
<b>Tabla 5</b>	Demanda objetiva .....	84
<b>Tabla 6</b>	Itinerario - Hacienda Turística .....	89
<b>Tabla 7</b>	Procedimiento técnico.....	92
<b>Tabla 8</b>	Requerimiento recepción .....	96
<b>Tabla 9</b>	Requerimientos restaurante y bar .....	97
<b>Tabla 10</b>	Requerimiento habitaciones.....	99
<b>Tabla 11</b>	Requerimiento en deportes extremos .....	100
<b>Tabla 12</b>	Requerimiento venta de productos locales .....	100
<b>Tabla 13</b>	Requerimiento bodega.....	101
<b>Tabla 14</b>	Requerimiento Área de Piscina.....	101
<b>Tabla 15</b>	Ficha de puesto de trabajo: Administrador.....	112
<b>Tabla 16</b>	Ficha de puesto de trabajo: Recepción.....	113
<b>Tabla 17</b>	Ficha de puesto de trabajo: Camareras .....	114
<b>Tabla 18</b>	Ficha de puesto de trabajo: Mantenimiento .....	116
<b>Tabla 19</b>	Ficha de puesto de trabajo: Seguridad .....	117
<b>Tabla 20</b>	Ficha de puesto de trabajo: Chef .....	118
<b>Tabla 21</b>	Ficha de puesto de trabajo: Ayudante de cocina .....	120
<b>Tabla 22</b>	Ficha de puesto de trabajo: Meseras .....	121
<b>Tabla 23</b>	Ficha de puesto de trabajo: Bartender .....	122
<b>Tabla 24</b>	Ficha de puesto de trabajo: Guías .....	124
<b>Tabla 25</b>	Maquinaria y equipos .....	144
<b>Tabla 26</b>	Capital de trabajo .....	144
<b>Tabla 27</b>	Materia prima requerida para el funcionamiento.....	145
<b>Tabla 28</b>	Infraestructura .....	148
<b>Tabla 29</b>	Materiales de Oficina .....	149
<b>Tabla 30</b>	Mobiliario y equipo .....	149
<b>Tabla 31</b>	Capital de trabajo – Maquinaria .....	152

<b>Tabla 32</b>	Capital de trabajo general .....	153
<b>Tabla 33</b>	Activo Circulante .....	153
<b>Tabla 34</b>	Activo fijo.....	154
<b>Tabla 35</b>	Otros activos .....	155
<b>Tabla 36</b>	Pasivo circulante .....	155
<b>Tabla 37</b>	Patrimonio.....	156
<b>Tabla 38</b>	Estado de situación inicial.....	157
<b>Tabla 39</b>	.....	158
<b>Tabla 40</b>	Proyección de ingresos y egresos .....	159
<b>Tabla 41</b>	.....	161
<b>Tabla 42</b>	Matriz de medidas de prevención .....	166
<b>Tabla 43</b>	Actividades turísticas para EIA .....	169
<b>Tabla 44</b>	Magnitud .....	171
<b>Tabla 45</b>	Categorización del Impacto Ambiental Magnitud negativa.....	171
<b>Tabla 46</b>	Caracterización del valor de importancia ambiental.....	172
<b>Tabla 47</b>	Matriz de identificación de impactos ambientales .....	174
<b>Tabla 48</b>	Matriz de Valoración de Impactos Ambientales .....	176
<b>Tabla 49</b>	Matriz de ponderación de Impactos Ambientales .....	177
<b>Tabla 50</b>	Impactos positivos.....	178
<b>Tabla 51</b>	Impactos negativos .....	178
<b>Tabla 52</b>	Impactos positivos.....	179
<b>Tabla 53</b>	Impactos negativos .....	180
<b>Tabla 54</b>	Plan de manejo ambiental.....	181
<b>Tabla 55</b>	Presupuesto y actividades del PMA.....	183

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1</b> <i>Tipos de Turismo</i> .....	30
<b>Figura 4</b> Frecuencia de visita a hacienda turística.....	63
<b>Figura 5</b> Número de personas con las que realizó el viaje turístico.....	64
<b>Figura 6</b> Preferencias de acompañamiento al momento de viajar.....	65
<b>Figura 7</b> Principal destino visitado.....	66
<b>Figura 8</b> Preferencias de alojamiento.....	67
<b>Figura 9</b> Pernoctación durante el viaje turístico.....	68
<b>Figura 10</b> Gasto generado por servicio de alojamiento.....	69
<b>Figura 11</b> Conocimiento acerca de la modalidad de alojamiento de la Hacienda Turística.....	70
<b>Figura 12</b> Consideración de precios por noche.....	71
<b>Figura 13</b> Aspectos importantes en la contratación de un servicio turístico....	72
<b>Figura 14</b> Factibilidad del proyecto "Hacienda Turística".....	73
<b>Figura 15</b> Tipos de servicio a brindarse en la Hacienda Turística.....	74
<b>Figura 16</b> Consideración de precios por servicios complementarios.....	75
<b>Figura 17</b> Tipo de ambientación.....	76
<b>Figura 18</b> Cruce de Variables: Preferencia al momento de viajar.....	77
<b>Figura 19</b> Cruce de Variables: Tipos de servicios a brindarse en la Hacienda Turística.....	78
<b>Figura 20</b> Cruce de Variables: Tipo de ambientación.....	79
<b>Figura 21</b> Macro localización – Ecuador.....	85
<b>Figura 22</b> Macro localización – Sucumbíos.....	86
<b>Figura 23</b> Ubicación de la Hacienda Turística.....	87
<b>Figura 24</b> Localización del parque turístico (Lago Agrio).....	88
<b>Figura 25</b> Localización del parque perla (Lago Agrio).....	89
<b>Figura 26</b> Logotipo del proyecto.....	89
<b>Figura 27</b> Planos Hacienda Turística - Habitación simple.....	95
<b>Figura 28</b> Planos Hacienda Turística - Habitación dobles.....	95
<b>Figura 29</b> Planos Hacienda Turística - Habitación triple.....	96
<b>Figura 30</b> Logotipo "Hacienda Luz y Vida".....	110
<b>Figura 31</b> Organigrama - Hacienda Turística.....	111

<b>Figura 32</b> Check In .....	127
<b>Figura 33</b> Check Out .....	127
<b>Figura 34</b> Restauración .....	129
<b>Figura 35</b> Marca y slogan de la empresa .....	133
<b>Figura 36</b> Indumentaria del personal .....	134
<b>Figura 37</b> Tazas y termos (amenidades) .....	135
<b>Figura 38</b> Artículos varios de oficina.....	135
<b>Figura 39</b> Artículos de baño.....	136
<b>Figura 40</b> Artículos de oficina y de medios.....	136
<b>Figura 41</b> Bienvenida de la pag. Web.....	137
<b>Figura 42</b> Productos de agradecimiento.....	137
<b>Figura 43</b> Canal directo .....	139
<b>Figura 44</b> Canal indirecto corto.....	139
<b>Figura 45</b> Canal indirecto.....	140
<b>Figura 46</b> Canal indirecto largo.....	141
<b>Figura 47</b> Artesanías .....	141
<b>Figura 48</b> Proyección del punto de equilibrio.....	161
<b>Figura 46</b> <i>Ubicación de "Sacha Wasi"</i> .....	199
<b>Figura 47</b> <i>Actividades de la Quinta Primavera</i> .....	201

## RESUMEN EJECUTIVO

El propósito del presente está direccionado a determinar la factibilidad de la Hacienda turística en el cantón Lago Agrio, provincia Sucumbíos – Ecuador. Para esto fue necesario el empleo de herramientas de recolección de la información, donde el principal segmento de mercado es la población económicamente activa (PEA) de Ibarra y Sucumbíos. A través de un análisis situacional se pudo evidenciar los medios necesarios para la realización del proyecto, así también se efectuó un estudio de mercado que permitió demostrar el nivel de aceptación del proyecto. Para determinar la ingeniería del proyecto fue necesario llevar a cabo un estudio técnico – administrativo simultáneamente con las estrategias de comercialización. Además, se analizó la rentabilidad del proyecto mediante un estudio económico – financiero, en el cual se señala la proyección de gastos e ingresos, reflejando un resultado positivo para el proyecto. Finalmente, por medio de un estudio ambiental se establecen medidas de mitigación para los posibles impactos negativos que conllevaría la ejecución del proyecto.

**Palabras clave:** Factibilidad, Hacienda turística, Rentabilidad, Proyecto

## ABSTRACT

The purpose of the present is directed to determine the feasibility of the tourist Hacienda in the Lago Agrio canton, Sucumbíos province - Ecuador. For this, it was necessary to use information collection tools, where the main market segment is the economically active population (PEA) of Ibarra and Sucumbíos. Through a situational analysis, it was possible to demonstrate the necessary means to carry out the project, as well as a market study that allowed demonstrating the level of acceptance of the project. To determine the engineering of the project, it was necessary to carry out a technical-administrative study simultaneously with the marketing strategies. In addition, the profitability of the project was analyzed through an economic - financial, in which the projection of expenses and income is indicated, reflecting a positive result for the study. Finally, by means of an environmental study, the mitigation measures will be strengthened for the possible negative impacts that the execution of the project would entail.

**Keywords:** Feasibility, Tourism finance, Profitability, Project

## INTRODUCCIÓN

El proyecto “Hacienda Turística con Cabañas tipo chalet para revalorizar las actividades rurales en El Recinto Luz Y Vida, cantón Lago Agrío, provincia Sucumbíos – Ecuador” se lleva a cabo con el fin de aportar a la revalorización de las tradiciones rurales y actividades en la parroquia, para lo cual se contempla los distintos procedimientos y requerimientos necesarios en la elaboración de cada una de las etapas del presente.

El capítulo I detalla a la propuesta de idea de negocios en la cual se establecen objetivos tanto general como específicos, a fin de aportar una solución frente la problemática existente en el sector de Lago Agrío.

En el capítulo II se describen los fundamentos teóricos y metodológicos que son la base y respaldo para el presente proyecto, a la vez, se manifiesta acerca de los tipos de investigación utilizados en el desarrollo del presente.

El capítulo III señala al estudio de mercado, en el cual se toma en cuenta a la segmentación de mercado, tipo de muestra y cálculo, así como también los tipos de investigación aplicados al presente trabajo.

El capítulo IV contempla el estudio técnico – administrativo, en el que se detalla la localización del emprendimiento, ingeniería del proyecto, la constitución legal, así como su estructura organizativa, las estrategias y canales de comercialización que se aplicarán para la promoción del presente.

En el capítulo V se realiza un estudio económico en el cual se analiza el monto de inversión, flujo de efectivos y la proyección de ingresos y gastos, que determinan el tiempo de recuperación de la inversión y la factibilidad del proyecto para su posible ejecución.

Finalmente, en el capítulo VI se lleva a cabo un estudio de impacto ambiental, en el que se puntualiza a cada uno de los elementos que conforman el EIA, con lo cual se pretende minimizar los posibles impactos negativos que conllevaría la ejecución del proyecto en el sector.

## **CAPITULO I. DIAGNÓSTICO**

### **1.1. Determinación y justificación del problema**

El cantón Lago Agrio, capital de la Provincia de Sucumbíos, es considerada como la urbe más grande y poblada de la provincia. Se localiza al norte de la Región amazónica del Ecuador, en una extensa planicie, en la orilla izquierda del río Aguarico, a una altitud de 297 msnm y con un clima lluvioso tropical de 28 °C en promedio. (Red, 2019)

Lago Agrio se caracteriza por ser uno de los cantones más biodiversos, recibiendo de manera constante la visita de turistas de todo el país y el mundo, motivados por los maravillosos entornos paisajísticos y diversidad cultural. Sin embargo, día a día se han ido descubriendo nuevos atractivos que maravillan a los turistas con sus entornos naturales tales como; lagunas, ríos y playas. El cantón de Lago Agrio cuenta con una amplia flora conformada por especies arbóreas como el guarumo, papayuelo, sangre de gallina, higuérón, peine de mono, árbol de caucho, helechos gigantes entre otros, respecto a la fauna, es el hábitat de pirañas, rayas, tortugas de agua y gran cantidad de invertebrados que forman parte de sus ecosistemas. (Red, 2019)

No obstante, la principal problemática presente en el cantón hace mención a los limitados proyectos de ámbito turístico que permitan potencializar el turismo en la zona y dé a conocer sus productos no solo a nivel local, sino que también a un nivel nacional e internacional. Es así que la mayoría de los establecimientos hoteleros existentes en la zona, en este caso las haciendas, se dedican en gran mayoría a la producción tanto de palma africana y ganadería, por lo que existe una baja demanda de este tipo de establecimientos donde se incorporen actividades direccionadas a la actividad turística recreacional.

Por todo lo anterior mencionado, se ve la necesidad de realizar un estudio de factibilidad para la implementación de una hacienda turística con cabañas tipo chalet para revalorizar las actividades rurales en el Reciento Luz y Vida, que permita poner en valor al potencial turístico de la zona.

### **1.1.1. Objetivo General**

Realizar un estudio de factibilidad de una hacienda turística con cabañas tipo chalet para revalorizar las actividades rurales en el Recinto “Luz y Vida”, cantón Lago Agrio, Sucumbíos – Ecuador.

### **1.1.2. Objetivos específicos**

- Realizar un estudio de mercado enfocado en los clientes potenciales del proyecto como la afluencia de visitante y sus preferencias.
- Analizar los servicios ofrecidos por establecimientos de alojamiento reconocidos como competencia para obtener la mejor estrategia de mercado.
- Identificar los aspectos legales para la implementación del establecimiento.
- Evaluar los impactos ambientales generados por el emprendimiento en la fase de construcción y operación enfocándolo en la sostenibilidad ambiental.
- Realizar la evaluación financiera del proyecto para conocer las características económicas del proyecto.
- Elaborar un estudio técnico en el que se planifique la construcción y adecuada distribución de las instalaciones respetando los recursos y el paisaje natural con los que cuenta la hacienda turística.

## **1.2. Propuesta de la idea de negocio**

En la actualidad se evidencia que por la coyuntura que se está pasando la tendencia a los lugares naturales o eco amigables, son de gran ayuda para recobrar energías y salir por un momento de la rutina. Dicho esto, la propuesta de idea de negocio surge de la necesidad de tener los recursos precisos para la creación de la Hacienda turística, en un entorno totalmente natural que brinde servicios de alojamiento, alimentación, entre otros, y dé a conocer las tradiciones rurales que se tiene en el sector.

En este sentido se pretende realizar un tipo de emprendimiento privado – innovador, cuya aportación inicial es proveniente de los mismos emprendedores. Los servicios que se plantea brindar son los de hospedaje, alimentación, amplias instalaciones para los visitantes, variedad de actividades recreativas como cabalgatas, caminatas, paseos en carruajes, clases de cocina típica para personas que lo requieran, avistamiento de aves entre otras. De la misma forma se busca satisfacer las necesidades de los visitantes tales como descanso, relajación, y el contacto con el entorno natural que es lo primordial en la actualidad, dejando una sensación de paz y tranquilidad para los visitantes.

### **1.3. Sustentar la innovación y pertinencia de la idea de negocios**

La construcción de las cabañas tipo chalet, es decir, cabañas o casas del árbol serán la principal característica innovadora del presente proyecto y dispondrán de la indumentaria suficiente para que los clientes se sientan satisfechos con el diseño de las infraestructuras, así como con el entorno. Dada la geografía del lugar se propone la construcción de una resbaladera que recorra ciertos puntos de interés, es decir que pase por los diferentes sitios naturales que brinda el área, precautelando siempre a la flora y fauna del sector.

Por otra parte, se pretende dar a conocer las tradiciones rurales tanto en la gastronomía como los productos que allí se dan naturalmente. Una de las innovaciones presentes en el proyecto son las cabañas de tipo rústico construidas armónicamente en los árboles de copal, ceibo amazónico, azúcar huayo entre otros, cabe mencionar que se procurará minimizar los impactos negativos que puede incurrir la creación del proyecto respecto con las infraestructuras.

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

### ***1.4.1. Análisis de la Industria***

La industria en varios aspectos se puede fundamentar de la siguiente manera, en el cantón Lago Agrio muchas de las personas que cuentan con hectáreas necesarias para montar con una infraestructura ya sea de hospedaje o a fin, no lo hacen ya que ven la necesidad de rentabilidad de tener plantaciones de palma africana, plantaciones de cacao o de plátano. En los últimos años ha existido un considerable aumento de personas que siembran balsa, que es una especie maderera que tiene muchos usos, entre ellos el de artesanías y muebles. Se sabe que la sobre explotación de los recursos naturales es malo para la tierra, para la variedad de cultivos que debe de haber. Por otro lado, los atractivos con los que se pueden complementar el proyecto son varios, ya sean estos naturales como culturales que claramente intervienen en la idea de negocio.

La industria hotelera y de recreación ha tendido un decaimiento en cierto modo por la coyuntura de covid-19 a nivel mundial que se está pasando. Clara está a sido golpeada mucho, pero con el proyecto a fin se busca también que tanto el beneficio sea para primero para el recinto Luz y Vida como para el cantón Lago Agrio y de esa forma revalorizar la cultura Kichwa de la amazonia y de sus habitantes del sector.

### **1.4.2. Situación del macro ambiente**

El macro-ambiente dentro del presente proyecto se compone por el entorno que le va a rodear e influir, es decir, por aquellos factores que pueden llegar a afectar la producción de una manera externa, sin que exista posibilidad de ser modificada por medio del propio emprendimiento, lo que también puede significar una fuente de oportunidades de negocio para el proyecto.

Existen ciertos factores que afectan de forma directa e indirecta al macro-ambiente, tales como: aspectos políticos, medioambiente, cultura, demografía, economía y tecnología.

El ambiente político se encuentra constituido por las leyes de agencias gubernamentales y grupos de presión que pueden influir en los individuos y organizaciones de una sociedad, cuya referencia son las leyes y normativas del Estado, en el que constan los respectivos certificados de funcionamiento, incluidos dentro del objeto social los aspectos relacionados directamente con el mismo y los que tengan como finalidad ejercer los derechos de cumplir las obligaciones legales y artículos vigentes para la existencia de la hacienda y sus actividades de recreación.

Los factores socio - culturales son determinantes para cualquier empresa, sobre todo cuando se ha manifestado en la actualidad el incremento de este factor, mayor consumo de productos relacionados con la cultura, mayor nivel de información que conlleva a un mayor criterio de selección de ciertos lugares turísticos, mayor exigencia en las conductas de consumo. Por tal motivo una integración de las personas de la localidad es de vital importancia no solo para demostración de sus creencias o estilo de vida en la ruralidad, sino que también constituyen una gran aportación con los servicios que se propone brindar.

En el apartado económico se realizará un respectivo diagnóstico, en el cual se ofrece una visión global de la estructura de la organización, en relación a su rentabilidad, solvencia y riesgos posibles, a fin de orientar mejor las decisiones a tomar. Una planificación económica es importante durante todo el ciclo de vida del proyecto, tener precaución económica y financiera a corto, medio y largo plazo debe incluir un buen plan de empresarial.

Con el uso de las nuevas herramientas tecnológicas existentes tales como redes sociales, blogs, podcasts, videos, páginas web, entre otras son de gran aporte para la difusión adecuada del servicio que se pretende brindar.

Respecto con el aspecto medioambiental se propone realizar un estudio de mitigación para contrarrestar los impactos ambientales negativos posibles a fin de precautelar el área natural. Las políticas de protección al medio ambiente, leyes de protección medioambiental, actitud ecológica, preocupación por el calentamiento global, y variables relacionadas con el medio ambiente son mejoras de propuestas que se encuentran relacionadas con el proyecto, de esta manera se mantendrá un equilibrio adecuado de la flora y fauna del sector.

La situación competitiva es relevante para la creación del proyecto debido a que se debe tener ese aporte de interés que lo hará sobresalir de entre otros establecimientos, como se realizara con la construcción de las diferentes cabañas tipo chalet que van a estar encajadas en los diferentes árboles del establecimiento de esta manera se estará dando a una mejorada idea de establecimiento a las ya conocidas comúnmente en otros lugares turísticos que brindan alojamiento, de esta manera se plantea una mejor competitividad ante las cuatro haciendas turísticas ya existentes. De esta manera también se puede analizar los factores de atracción de inversionistas que busquen destinos competitivos para tener esa capacidad de un destino con el fin de crear e integrar productos con valor añadido que permitan sostener los recursos locales y conservar su posición de un mercado respecto a sus competidores.

### **Matriz diagnóstica**

La propuesta de una hacienda turística con cabañas tipo chalet con el fin de aportar con las tradiciones rurales y actividades en la parroquia Luz y Vida del cantón Lago Agrio provincia de Sucumbíos, contara con una extensión de 60 hectáreas en donde la predominancia de árboles y vegetación es de mucha importancia para el emprendimiento, su ubicación es vital ya que se encuentra a 16 km de la ciudad de Lago Agrio aproximadamente veinte minutos.

El lugar de ubicación es en el recinto Luz y Vida del cantón Lago Agrio que cuenta con una población de 91.744 habitantes en donde un 48,81% son mujeres y un 51,17% hombre, su población económicamente activa es de 37,961 y su nivel de educación mayoritario es el de secundaria. (G.A.D.M LagoAgrio, 2019)

En cuanto a cobertura y servicios básicos afortunadamente cuenta con todos los servicios dispuestos agua potable, recolección de desechos, telefonía tanto fija como móvil y conexión de internet, una observación que se tuvo es la del alcantarillado pese a estar apartado por ser un sector rural cuenta con este servicio que al momento por motivos de la coyuntura actual está paralizada la obra de cambio de tubería.

Las localidades más cercanas al proyecto son la ciudad de Lago Agrio con una distancia aproximada de 16.8 kilómetros en donde aquí podemos encontrar establecimientos de salud, centros comerciales y gastronómicos si es que se los requiere. El tipo de vía es mixta de asfalto y lastre en la cercanía del proyecto. Otra de las localidades cercanas es general farfán que se encuentra aproximadamente a 28.4 kilómetros su tipo de vía es de igual manera mixta. Las potencialidades turísticas cercanas que favorecen al emprendimiento son el parque ecológico y recreativo perla que ofrece el canopy, paseos en bote que son sus principales atractivos del lugar, el museo casa de la cultura ecuatoriana con sus piezas arqueológicas que han sido encontradas por diferentes nacionalidades de la zona. El parque turístico Nueva Loja que además de ser un atractivo turístico es también refugio para especies rescatadas en gran parte por el tráfico de especies que existe, se encuentra dentro de la ciudad lo que es favorable. La laguna Julio Marín en donde destaca el hermoso espejo de agua, las especies arbóreas que la rodean, las tonalidades que se producen gracias al sol. Los botes para los paseos están a disposición de los turistas. El centro de recreación laguna azul que cuenta con grandes áreas verdes, zonas de chancas deportivas, su gastronomía y piscinas lo que la hace ideal para momentos de relajación.

Los diferentes establecimientos turísticos de la competencia prestan servicios por lo general similares hasta cierto punto así que la propuesta de diferenciación es en la infraestructura que a simple vista reflejará el entorno natural del área, cabe tener en cuenta que se irán implementado actividades acordes al establecimiento. Las facilidades turísticas de acceso al emprendimiento no se encuentran de la mejor manera ya que por el tiempo de instalación de las mismas están en deterioro y poco visibles, esto podría conllevar a que los visitantes no puedan llegar al destino dicho, por otra parte, la ubicación en mapas digitales está en optimo estado ya que se mantienen actualizadas. Las modalidades de turismo que se practican son en su mayoría naturales o que tienen relación con el medio ambiente tales como ecoturismo, turismo de naturaleza, turismo de salud, turismo de aventura en donde claramente vendría a contribuir el emprendimiento como factor importante al desarrollo económico del país, y la localidad mediante la generación de empleo, como lo es el reciento Luz y Vida que sería el principal beneficiario por su cercanía al emprendimiento.

Los principales problemas identificados que limitan la implementación del negocio es la del talento humano en donde las personas no están capacitadas correctamente para la realización de ciertos servicios como el de restaurante, es por ello que es vital proponer la buena formación y el desarrollo profesional de los empleados poniendo a su disposición distintos cursos o la flexibilidad necesaria para que los lleven a cabo. Los imprevistos en el transcurso del proyecto así que deberá tener un programa de respaldo ya sea económico como de recursos que van hacer utilizados para la construcción del mismo.

## **CAPITULO II. Fundamentación teórica**

### **2.1 Fundamentos Teóricos**

En este capítulo se dará a conocer sobre las diferentes definiciones del turismo, así como su importancia y su clasificación, entre otro de los puntos a tratar son los diferentes modelos de hospedaje turístico que se pueden realizar, también sobre varios tipos de metodológica que se va a implementar para la realización de este emprendimiento, y por último la reglamentación a la cual se debe regir con la finalidad de que el emprendimiento se lo realice de la mejor manera.

#### **2.1.1. Turismo**

De acuerdo a lo establecido en el libro “El turismo fenómeno social” El turismo es un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupos de personas que, fundamentalmente por motivos de recreación, descanso, cultura o salud, se trasladan de su lugar de residencia habitual a otro, en el que no ejercen ninguna actividad lucrativa ni remunerada, generando múltiples interrelaciones de importancia social, económica y cultural. (De la Torre Padilla, 2021, pág. 2)

El turismo también es una actividad que realizan las personas durante sus viajes es decir en lugares distintos al de su entorno habitual, cabe tener en cuenta que estos pueden ser de índole naturales o culturales, en donde tiene como finalidad el ocio u algún otro motivo personal, beneficiando de esta manera a los dueños de los establecimientos turísticos.

Teniendo al turismo como un eje económico para Vera (2018) el turismo se refiere:

El turismo es un importante motor de la economía de Ecuador. En el contexto internacional, el sector turístico aporta con el 9,8% del PIB, empleando a una de cada 11 personas en el planeta, lo que equivale en promedio a 277 millones de personas, según el Consejo Mundial de Viajes y Turismo. De acuerdo a la Coordinación General de Estadística e

Investigación del MINTUR, en el 2017 se registraron 1,617,914 llegadas internacionales al país, lo que representa un crecimiento del 14% en relación al 2016, y que en dólares significa \$1,204.5 millones, que equivale a un crecimiento del 12% en relación al año 2016. (pág. 2)

En el contexto de lo explicado, el turismo como perspectiva de eje económico es una de las actividades que ha vendido generando beneficios económicos tanto como para pequeñas empresas como a nivel general, creando mejores plazas de trabajo, y así mejorar con la aportación a nivel nacional y mediante análisis ver la distribución y el consumo de productos y servicios turísticos que son claramente necesarios para satisfacer las necesidades de los viajeros.

#### **2.1.1.1. Importancia del turismo**

La actividad turística genera variedad de beneficios económicos, ya que permite la generación de empleos directos e indirectos, fomenta la economía en áreas de menos crecimiento o expansión, aporta también nuevos bienes y servicios e impulsa el desarrollo de otras actividades económicas para atender las necesidades de los turistas. El turismo se ha convertido en uno de los principales actores en el comercio internacional, y representa al mismo tiempo una de las mayores fuentes de ingresos para muchos países en desarrollo. Este crecimiento va de la mano con un aumento de la diversificación y la competencia entre destinos. (Hernandez V. , 2016, pág. 3)

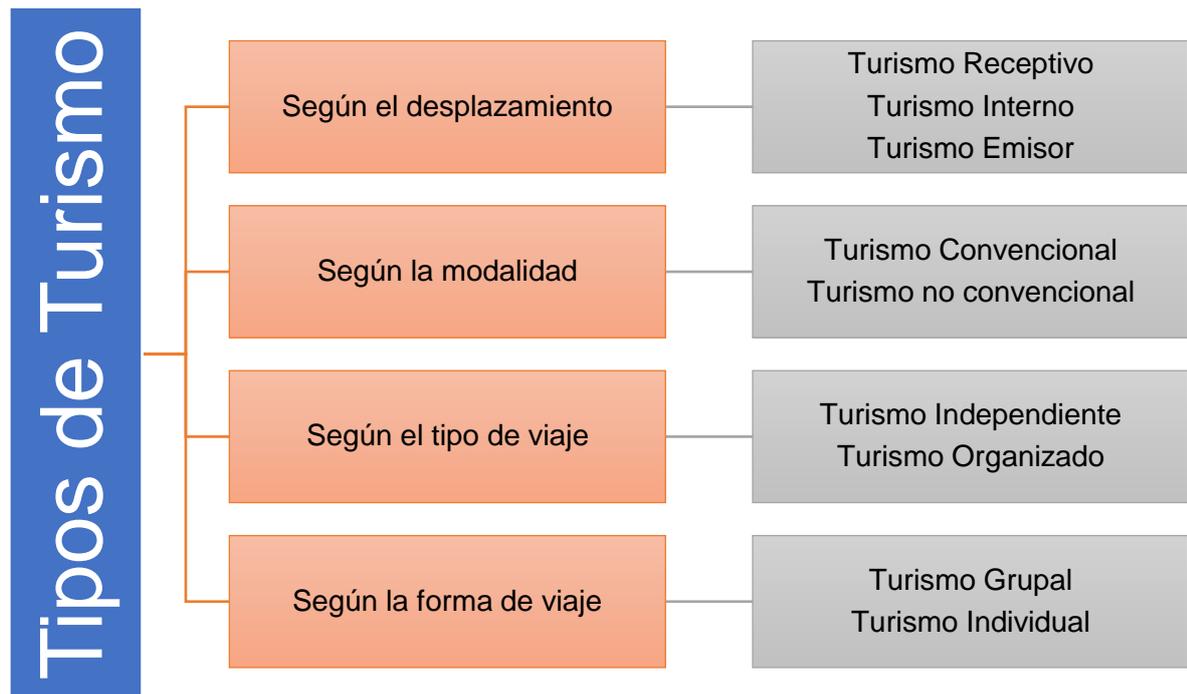
Independientemente de las posibles variantes que haya del turismo, la importancia de esta actividad reside en dos pilares principales. El primero es aquel que tiene que ver con el movimiento y la reactivación económica que genera en la región específica en la que se realiza. Así, todos los países y regiones del planeta cuentan con el turismo como una actividad económica más que genera empleos, obras de infraestructura, desarrollo de establecimientos gastronómicos y hoteleros, crecimiento del transporte aéreo, terrestre o marítimo. (Bembibre, 2021, pág. 2)

La importancia del turismo, tiene una gran significancia esta industria para un país, más allá de los atractivos que se puedan tener y ser visitados por los turistas esa relevancia que tiene, el turismo genera un aporte muy grande al producto interno bruto de un país, para que de esta manera se refleje las ganancias para miles de personas que se dedican a este sector. Todo esto va en conjunto con las normas sobre el turismo que se tiene en el país, así como las de protección de la naturaleza por parte de las personas encargadas que hacen de este lugar turístico indistintamente de el que sea, respaldar y precautelar el bienestar de la flora y fauna que pueda existir.

### **2.1.2. Tipos de turismo**

La clasificación de los tipos de turismo puede variar en función de distintos autores obviamente que estudian esta área y dice que, viajar es una de las actividades más gratificantes para el ser humano, está íntimamente relacionado al placer y a la calidad de vida, es además un punto de encuentro entre diferentes culturas que permiten el desarrollo de valores morales, intelectuales y emocionales. Sin olvidar de la influencia que tiene en la economía de las regiones donde se desarrolla esta actividad, representa también un interesante fenómeno social, esto lo menciona el autor de Entorno Turístico (Escobedo, 2018)

Con el avance de los años, se ha ido acuñando, apareciendo nuevas modalidades a las necesidades de los visitantes como la aparición de nuevos tipos de turismo, tomando como ejemplo al turismo oscuro que se ha abierto camino a nuevas experiencias. De la misma forma cada una de estas modalidades de turismo ya sea turismo ecológico o turismo urbano tengan ese respaldo y aceptación por parte de las autoridades, para que de esta manera no se pierda relevancia en un nuevo tipo de turismo que pueda ser favorable para el sector turístico y económico.



**Figura 1** *Tipos de Turismo*  
**Fuente:** (Entorno Turístico, 2016)

#### 2.1.2.1. Según la forma de desplazamiento.

En un estudio se encontró que dependiendo del desplazamiento de los visitantes surgen tres tipos: el turismo receptivo o receptor, se trata del traslado de personas extranjeras o no residentes que viajan a otro país distinto al de su residencia habitual, el turismo interno, son los desplazamientos que realizan las personas dentro de su mismo país de residencia y el turismo emisor, donde se distinguen a las personas nacionales o residentes de un país en particular que visitan a otro país extranjero (Changuán & Valencia, 2017, pág. 25).

#### 2.1.2.2. Según la modalidad.

Los tipos de turismo se clasifican de acuerdo con las actividades que el visitante quiera realizar en donde se distinguen dos grandes grupos:

- Turismo convencional, aquel se puede realizar de una forma masiva en donde tiene como finalidad el descanso o placer, los principales destinos son playas, zonas arqueológicas o ciudades grandes.

- Turismo no convencional, aquel en donde su actividad no es muy practicada por las masas caracterizado por servicios no tradicionales pueden ser de carácter cultural o natural como el turismo negro.
- Turismo de aventura, tiene como fin realizar actividades recreativas asociadas por lo general a desafíos que se encuentran en la naturaleza y sus alrededores.
- Turismo rural, es una actividad que regularmente se realiza en un espacio natural, en localidades pequeñas con el fin de aportar u obtener beneficios para la población y el desarrollo del turismo en su localidad.
- Turismo cultural, “se define como aquel viaje que es motivado por aprender y conocer varios elementos distintos ya sean intelectuales, espirituales o materiales que caracterizan a una ciudad o grupo social específico”.

(Alba, 2020)

#### **2.1.2.3. Según el tipo de viaje.**

Turismo independiente: En un estudio se encontró que es un tipo de turismo en el que el viajero se encarga de todo lo relacionado con aspectos del viaje. Es decir, un tipo de turismo, muy demandado por la gente joven, en el que es el viajero el que se encarga de organizar, contratar y gestionar todo lo relacionado con el viaje. (Morales, 2020)

Turismo organizado: Se da cuando el visitante realiza la compra de los servicios que él requiere por un solo precio, es decir que adquiere un paquete turístico completo final.

#### **2.1.2.4. Según la forma de viaje.**

Según las diferentes daciones de las personas se procede a seleccionar y clasificar, si los visitantes viajan solos o en compañía, es decir turismo individual o grupal.

### **2.1.3. Turismo comunitario**

El Turismo Rural Comunitario (TRC) es aquella actividad turística que se desarrolla en el medio rural, de manera planificada y sostenible y que está basada en la participación activa de las poblaciones locales, de tal manera el autor sostiene. El TRC se vuelve así una alternativa económica a las comunidades rurales, campesinas, indígenas, mestizas o afrodescendientes, propias de un país, que les permite generar ingresos complementarios a las actividades económicas diarias que se desarrollan en la comunidad y conservar poniendo en valor los recursos culturales y naturales del territorio (López, 2017).

Personajes en el entorno turístico explican que las comunidades son el nuevo tipo de turismo en donde se produce una atenta vivencia por parte del visitante dicho esto; Koschwitz, indica que el Turismo Comunitario es una forma de hacer turismo en la que los viajeros y turistas tienen la oportunidad de irse de vacaciones a regiones rurales para tener un contacto diferente con la población local y conocer sus vidas, cultura y tradiciones de una manera auténtica. Al mismo tiempo, se crearán nuevas oportunidades de ingresos a nivel local, se promoverá el desarrollo sostenible y se contribuirá a la conservación de la naturaleza (Koschwitz, 2019, pág. 2).

En tal sentido el turismo comunitario hace referencia a las actividades al aire libre que por lo general se pueden encontrar en un pueblo pequeño, recinto etc. Existen actividades también relacionadas con el agro en donde las personas pueden interactuar y ver de cerca como es la vida diaria en el sector rural de esa manera existe un mejor entendimiento por algunos productos que pueden ser producidos en el lugar. Esa interacción del turista con el producto de la zona ya sea este natural, conlleva también a una práctica de turismo rural, además de lo mencionado algo que llama la atención es la convivencia con animales como ganado vacuno, ovino, equinos y otros con los que se interactúa fácilmente.

#### **2.1.4. Alojamiento Turístico**

“El alojamiento es una actividad turística que puede ser desarrollada por personas naturales o jurídicas, que consiste en la prestación remunerada del servicio de hospedaje no permanente, a huéspedes nacionales o extranjeros” (OMT, 2017, pág. 2).

El alojamiento turístico por otra parte proporciona una habitación o residencia a los visitantes tomando en cuenta que puede ser una empresa de hostelería en donde permita brindar otros servicios de carácter complementarios. Es de relevancia decir que mientras uno esté en el alojamiento dicho se debe mantener al margen de las normas del establecimiento, como por ejemplo el Check In y Check Out.

#### **2.1.5. Planta turística**

Sucre (2017) indica que:

Una vez que la actividad turística permite el aprovechamiento económico de los atractivos turísticos, se establece un proceso productivo alrededor de éstos; una combinación de bienes y servicios que forman la planta turística, lo cual constituye otro aspecto de los recursos disponibles para ofrecerlos a quienes los demandan. Esta planta está formada por las instalaciones y el equipo de producción de bienes y servicios que satisfacen lo que requiere el turista en su desplazamiento y estancia en el destino escogido. (pág. 5)

De acuerdo a lo expuesto la planta turística es el conjunto de los servicios básicos y en ocasiones complementarios que satisfacen la exigencia de los turistas, para que así estas cumplan los estándares de calidad que se puedan ofrecer. Teniendo en claro que estos pueden ser complementarios a los que pueda dar el establecimiento.

### **2.1.6. Hacienda Turística**

Tomando en cuenta el Reglamento de Alojamiento turístico (2016) se manifiesta que:

Hacienda turística: Establecimiento de alojamiento turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje en habitaciones privadas con cuarto de baño y aseo privado y/o compartido conforme a su categoría, localizadas dentro de parajes naturales o áreas cercanas a centros poblados. Su construcción puede tener valores patrimoniales, históricos, culturales y mantiene actividades propias del campo como siembra, huerto orgánico, cabalgatas, actividades culturales patrimoniales, vinculación con la comunidad local, entre otras; permite el disfrute en contacto directo con la naturaleza, cuenta con estacionamiento y presta servicio de alimentos y bebidas, sin perjuicio de proporcionar otros servicios complementarios. Deberá contar con un mínimo de 5 habitaciones. (págs. 8-9)

### **2.1.7. Tipos de Alojamiento**

Existe una gran variedad de alojamiento para los turistas se pueden relacionar con el costo, clima o el que más sea de su preferencia como:

#### **Hotel**

Se denominan hoteles a los establecimientos comerciales abiertos al público que, ofrecen alojamiento turístico, con o sin comedor y otros servicios complementarios, en donde el autor refuta que, ocupan la totalidad de un edificio o parte independizada del mismo, constituyendo sus dependencias un todo homogéneo, con entradas, ascensores y escaleras de uso exclusivo y que reúnen los requisitos técnicos mínimos establecidos en la legislación de cada país, lo menciona (Paniagua, 2014, pág. 3).

### **2.1.7.1. Hostal**

HostelBookers (2018) en un estudio encontró que, los hostales cuentan con precios y estándares de calidad menores que los hoteles. La principal característica es la disponibilidad de cuartos compartidos (desde tres hasta nueve camas, y en ocasiones, incluso más), la mayoría de ellas con baño compartido ubicado en el corredor. Actualmente muchos hostales ofrecen cuartos para una o dos personas con baño privado. Sin embargo, este tipo de habitación suele costar más que las habitaciones compartidas. La mayoría de las instalaciones en los hostales está destinada al uso común por todos los huéspedes. Pueden llegar incluso a parecer albergues, pero, contrario a estos, los hostales siempre son propiedad privada y no tienen reglamentos restringidos.

### **2.1.7.2. Hosteria**

En un estudio se encontró que, es la industria ocupada de proporcionar alojamiento con comodidad, comida a una o varias personas con una variedad de servicios por una paga donde la oferta y la demanda en precios tiene una gran importancia, estos estudios que se hace para desempeñar tal actividad, en una formación profesional en la rama hotelería, ratifica (Hosteria, 2021, pág. 1)

### **2.1.7.3. Lodge**

En una investigación de Graciela Galán (2018) explica que:

El término Lodge en inglés se utiliza para distintas acepciones como cobertizo, refugio (del tipo de los que usan cazadores, pescadores o montañistas), cabaña rústica, morada temporaria y pequeña (como las que se montan para hacer determinadas tareas de cosecha, tala, recolección, etc), casa de guarda (como para un guardaparque). Hoy esos lugares se denominan “Ecolodges” y el espíritu tanto de los responsables como de los visitantes que los eligen como alternativa para sus viajes, así como de las autoridades locales que alientan su creación, es el desarrollo sustentable del lugar para lograr el crecimiento económico de la

comunidad donde se asientan, pero respetando la cultura y el medio ambiente local, todos estos elementos básicos del así llamado “Ecoturismo”. (pág. 3)

#### **2.1.7.4. Resort**

Un resort es un lugar que ofrece, más allá de alojamiento y alimentos, lugares de relajación y recreación, para el autor en donde ratifica que, el término en español que podríamos usar para resort es complejo turístico. Este tipo de lugares se crean habitualmente en sitios en donde la naturaleza tiene preponderancia, y así podremos encontrar: resort de playa, resort de ski o resort de montaña, como algunas de las opciones más reconocidas. Los resorts de playa son los que han fomentado este término, e incluyen actividades y lugares de esparcimientos que no encontraríamos necesariamente en un hotel. Cuando hablamos de resort, hablamos de vacaciones, de hoteles con actividades, esparcimiento y mucho más que solo dormir o desayunar, menciona (Toscani, 2019, pág. 3)

#### **2.1.8. Evolución de los alojamientos**

Las industrias actuales de hospedaje y restaurantes son el resultado de la evolución social y cultural de muchos siglos en tal sentido el autor define que, el hospedaje cómodo, higiénico se consideró alguna vez el privilegio exclusivo de los ricos, pero se hizo accesible al ciudadano común. El progreso en la transportación permitió a más gente viajar distancias más largas a un costo más bajo, y el turismo se desarrolló en todo el globo. De sus humildes inicios, la hospitalidad y el turismo crecieron hasta convertirse en las dos industrias más grandes de todo el mundo. Actualmente, la industria del hospedaje es compleja y diversa. Desde las posadas de los tiempos bíblicos hasta los complejos resorts modernos, la evolución del establecimiento para hospedaje ha influido en, y a su vez ha

sido influida por, los cambios sociales, culturales, económicos y políticos de la sociedad (Elinsignia, 2017, pág. 3).

Atraves de los tiempos han ido cambiando de apariencia tanto es sus estructuras como en su forma de llamar la atención para los visitantes, de años posteriores donde los alojamientos eran descuidados o no prestaban los servicios nesarios a sus clientes, hoy en dia vemos que su trascendencia es enorme ya que cada uno tiene su propio servicio en particular. De igual manera sus estructuras han cambiado mucho mejor realizadas en donde pueden alojarse muchas mas personas.

#### **2.1.9. Servicio de alimentación**

“En general un Servicio de Alimentación puede definirse como “la organización, que tiene como finalidad elaborar y/o distribuir alimentación científicamente planificada de acuerdo a recomendaciones nutricionales nacionales e internacionales, a través de platos preparados u otras preparaciones culinarias” (Institucional, 2021, pág. 1).

De acuerdo a lo expuesto los servicios de alimentación son establecimientos como los son comedores, cafeterías y otros establecimientos que proveen alimentación, ya puede ser a un grupo determinado de personas como instituciones, o a su vez a todas las que deseen de este servicio. En cuento a la alimentación

#### **2.1.10. Servicio de guianza**

La guianza dentro del Sistema Nacional de áreas Protegidas se realizará conforme a las normas previstas en este instrumento y la normativa específica emitida por la Autoridad Nacional Ambiental. Este servicio se regirá, igualmente, conforme a los planes de manejo, categorías y herramientas técnicas de cada área protegida y este reglamento. (MINTUR, 2016)

Es el servicio prestado por parte de un profesional de turismo, para indicar e interpretar tanto el área natural como cultural de los diferentes atractivos

turísticos. También facilita información turística a los turistas que lo requieran. Es muy importante que las personas que mantienen informados a los turistas en este caso los guías estén capacitados y más que todo mantengan una actualización de sus conocimientos ya que constantemente se aprende de algo para poderlo indicar a los visitantes.

#### **2.1.11. Atractivos turísticos**

Como menciona Maldonado (2010) en su investigación:

Son los conjuntos de lugares, bienes, costumbres y acontecimientos que, por sus características, propias o de ubicación en un contexto atraen en el interés de un visitante. No obstante, este puede ser un atractivo tangible o intangible que provoca una motivación de visitar por parte de la demanda. (pág. 2)

Es decir es un lugar excepcional y de gran satisfacción para el mercado turístico tanto internacional como nacional, capaz de motivar el desplazamiento de los visitantes a estos sitios. Son de carácter único o tienen una diferenciación con otros atractivos, este puede ser tangible o intangible.

En un estudio sobre atractivos culturales se encontró que, es una modalidad que resalta los aspectos culturales que ofrece un determinado destino turístico, ya sea un pequeño pueblo, una ciudad, una región o un país. En los últimos años ha cobrado cierta relevancia en aquellas zonas que han visto limitados otros tipos de turismo como sol y playa. (Romero, 2017)

Hace referencia aquellos aspectos culturales que pueden comprender rasgos o elementos distintivos como lo son lo espiritual, intelectual o atributo que caracterizan a una sociedad o grupo social claramente en un destino en específico.

#### **2.1.12. Turismo sostenible**

OMT (2017) en una investigación expresó que, el turismo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas,

sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas". Gracias a la diversidad de relaciones implicadas en la actividad turística, el turismo sostenible tiene la capacidad de actuar como catalizador de cambio en el mundo, beneficiando a la lucha de causas como el hambre, la paz, seguridad, y el fomento de las economías locales.

En efecto el turismo sostenible es el que cumple con una gestión de los recursos con los que se cuenta tomando como ejemplo, los recursos naturales, en donde es de vital importancia asegurar su durabilidad en el tiempo, permitiendo conservar el capital tanto natural como cultural esto conlleva a tener muy en cuenta estrategias de desarrollo sostenible. Una buena gestión del turismo infunde la sostenibilidad de ciertos recursos de los que depende.

### **2.1.13. Turismo de naturaleza**

Según el concepto de turismo de naturaleza explica que:

Es la evolución del turismo a través de los siglos ya que es una extensión de la actividad turística clásica de los años 50's que sufrió un cambio total a raíz de los congresos y convenciones que comenzaban a tratar el tema del cuidado del medio ambiente y las repercusiones que las grandes industrias tenían en este, tales congresos y convenciones como la agenda 21 y las diferentes cumbres de la tierra -solo por mencionar algunos- dieron pauta a la diversificación del turismo en el mercado de bienes y servicios mismos que serán tratados en el presente trabajo desde un enfoque multidisciplinar debido a que el turismo de naturaleza también provocó la práctica de otros tipos de turismo que toman ciertas bases ideológicas y contextuales para su realización. (pág. 2)

Es decir, el turismo de naturaleza se relación con muchas de las actividades al aire libre que se pueden realizar, en donde estás pueden ser observación de aves, senderismo, trekking entre otras. En la actualidad es uno de los tipos de turismo que ha ido creciendo poco a poco, la mantención de la naturaleza es importante para muchas personas, lo que por ende hace efecto en el cuidado de la flora y fauna de todos los lugares de turismo de naturaleza.

#### **2.1.14. Pueblos y nacionalidades**

Los pueblos y nacionalidades indígenas en el Ecuador han estado presentes desde hace mucho tiempo haciendo así revalorizar a las diferentes nacionalidades por tal motivo CARE (2016) sostiene que:

Una de las estrategias principales fue identificar promotores culturales del pueblo afro y de las nacionalidades awá, shuar, cofán y kichwa (de la Sierra y la Amazonía); así como el desarrollo de sus capacidades en comunicación con un enfoque intercultural. Desde un enfoque de derechos, se visualiza a las y los promotores culturales como agentes de desarrollo. Su rol principal es dinamizar las potencialidades culturales y artísticas en los territorios locales de su influencia para promover estilos de vida sustentados en el Sumak Kausay, en el diálogo de saberes desde diversas cosmovisiones, al mismo tiempo que en valorar su historia y las manifestaciones de identidad y pertenencia. (pág. 4)

Hace referencia a aquellos pueblos, etnias que se caracterizan por asumir una identidad única, y sea por su cultura, sus tradiciones, su vestimenta o rasgos físicos que podrían tener no dejando de lado su propia ideología, su historia e idioma que por lo general viven en un territorio determinado. Con el tiempo estas pueblos y nacionalidades han venido tomando fuerza, y han exigido el buen trato de sus costumbres y en particular la no pérdida de su lengua para que esta quede en el tiempo y se resguarde por las siguientes generaciones.

#### **2.1.15. Patrimonio natural**

Los monumentos naturales constituidos por formaciones físicas y biológicas o por grupos de esas formaciones que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista estético o científico, Las formaciones geológicas y fisiográficas y las zonas estrictamente delimitadas que constituyan el hábitat de especies animal y vegetal amenazadas, que

tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista estético o científico, Los lugares naturales o las zonas naturales estrictamente delimitadas, que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista de la ciencia, de la conservación o de la belleza natural. (CARE, 2016)

Es decir, el patrimonio natural son zonas naturales que se encuentran delimitadas, ya sean estos parques nacionales, reservas de la biosfera, áreas de conservación o áreas de producción faunística, claramente que tengan un valor excepcional ya sea desde un punto de vista científico y de la conservación de la belleza natural. Los patrimonios naturales también tienden hacer un punto de gran referencia para muchos visitantes, ya que la mayoría de ellos guardan una gran variedad de especies endémicas como de flora y fauna que ayuda a tener una mejor connotación del patrimonio natural que el país posee.

#### **2.1.16. Patrimonio cultural material**

En un estudio se encontró que, el patrimonio cultural material es la herencia tangible de los pueblos ancestrales. El patrimonio cultural está conformado por la herencia material e inmaterial que se ha gestado en el transcurso de la historia como soporte de nuestras identidades culturales. Lastimosamente, estos bienes patrimoniales son susceptibles de deterioro por las condiciones inherentes a ellos o por factores externos que afectan su integridad física (INPC, 2014).

Es el aspecto de la realidad social que se puede decir que se manifiesta de distintas maneras como simbología ya sea de una cultura, nacionalidad, pueblo o lugar en específico en donde se demuestre los comportamientos y características de los mismos. Siendo así la gastronomía de los diferentes pueblos, nacionalidades o provincias del país tan valiosos para que formen parte del patrimonio cultural.

### **2.1.17. Patrimonio cultural inmaterial**

Dentro de lo que es patrimonio inmaterial cultural el Instituto Metropolitano de Patrimonio (2012) dice que:

El Patrimonio cultural inmaterial forma un conjunto de prácticas, saberes, representaciones vivas y continuamente recreadas gracias a los cuales las personas y comunidades pueden expresar en todos los planos, su concepción del mundo, mediante sistemas de valores y referencias éticas. El patrimonio cultural inmaterial genera un sentimiento de pertenencia y continuidad en las comunidades, y se considera por ello uno de los principales factores que impulsan la creatividad y la creación cultural. (pág. 2)

### **2.1.18. Estudio de mercado**

El estudio de mercado corresponde a las diferentes aptitudes sociales y económicas que son fundamentales o cruciales para el proyecto. Entre las que existen podemos mencionar a la tasa poblacional o de crecimiento, los niveles de ingresos que estas puedan tener, los bienes con los que cuentan los hábitos de consumo. Para que de esa manera recopilar información y analizar de una mejor manera como se encuentra el mercado en la actualidad y tener una posible factibilidad del mismo.

Para el autor de Family (2018) sobre su base de estudio de mercado dice que:

El estudio de mercado consiste en una iniciativa empresarial con el fin de hacerse una idea sobre la viabilidad comercial de una actividad económica. Gracias a los estudios de mercado, siempre y cuando estén bien realizados, conoceremos el perfil y el comportamiento de nuestros clientes, la situación del mercado o la industria a la que nos dedicamos, descubriremos cómo trabaja nuestra competencia y nuestros posibles proveedores, identificaremos nuevas necesidades y más. (págs. 4-5)

### **2.1.19. Estudio técnico**

Como menciona Jileana (2020) el estudio técnico de un proyecto es un proceso utilizado para examinar y predecir los precios futuros de los

valores observando cosas como el movimiento de precios, gráficos, tendencias, volumen de negociación y otros factores. Como regla general, el estudio técnico valora el precio actual o pasado de un valor como el mejor indicador del precio futuro de ese valor. Asimismo, este tipo de estudio se basa en gran medida en gráficos financieros, datos y estadísticas para descubrir las fortalezas o posibles debilidades de una inversión y las tendencias de pronóstico para ayudar a los analistas e inversores a decidir si un valor es viable o no, y para qué acción.

Podemos inferir que el estudio técnico es en donde se puede organizar los aspectos técnicos operativos necesarios para el uso eficiente de los recursos que se vayan a disponer para la realización del proyecto en donde también se analizan los lugares óptimos de asentamiento para la construcción de la infraestructura. También equivale al desglose de la lista correspondiente a los requerimientos de construcción tales como: inmobiliario, lencería, terreno, equipo de computación, maquinaria entre otras más que sean pertinentes para la realización de la misma.

### **2.1.20. Estudio financiero**

Para Pérez (2021) en un estudio realizado manifiesta que:

Es el proceso a través del que se analiza la viabilidad de un proyecto. Tomando como base los recursos económicos que tenemos disponibles y el coste total del proceso de producción. Su finalidad es permitirnos ver si el proyecto que nos interesa es viable en términos de rentabilidad económica.

El estudio financiero se convierte en una parte fundamental en cualquier proyecto de inversión. No importa si se trata de un emprendedor con una idea de negocio, una empresa que quiere crear una nueva área de negocios o incluso un inversor que está interesado en poner su dinero en una empresa con el fin de obtener rentabilidad. (págs. 1-2)

Existe otro autor fcarvajalsen (2009) en donde resalta que:

El estudio financiero tiene por objetivo determinar cual es el monto de los recursos económicos necesarios para la ejecución del proyecto, y

los costos totales de operación del proceso productivo y el monto de los ingresos que se aspira recibir. Este estudio solamente se desarrolla cuando existe un mercado potencial que el proyecto aspira cubrir, y cuando tecnológicamente ha sido determinado factible. Basicamente este parte de la formulación de un proyecto que se inicia con el calculo de las inversiones queridas y que estan contenpladas en la etapa de instalación o ejecución. (pág. 1)

Se puede decir que con la realización del estudio financiero podríamos tener una estimación de los gastos que se va a obtener la puesta en marcha del proyecto cifras en donde se puede hacer su respectivo análisis para la puesta en marcha del mismo. Es de vital importancia tener una lista de requerimientos por el cual este descrito la inmobiliaria, lencería y otros requisitos que son necesarios para la buena distribución del dinero.

#### **2.1.21. Producto**

“Es un producto para la economía se define como el resultado que se obtiene del proceso de producción dentro de una empresa, Por lo tanto, es producto todo lo que se produce o lo que resulta del proceso de la producción.” (Quiroa, 2020, pág. 1)

En un estudio de investigación que indica las diferentes definiciones sobre producto Thompson (2019) explica que:

Como producto también es de notable importancia que este sea o tenga atributos tangibles o intangibles. Una de las definiciones propuestas por la American Marketing Association (A.M.A.) para el término producto (en inglés: product), menciona lo siguiente: “Conjunto de atributos (características, funciones, beneficios y usos) que le dan la capacidad para ser intercambiado o usado. Usualmente, es una combinación de aspectos tangibles e intangibles. Así, un producto puede ser una idea, una entidad física (un bien), un servicio o cualquier combinación de los tres. El producto existe para propósitos de intercambio y para la satisfacción de objetivos individuales y organizacionales. (pág. 2)

Podemos inferir que cuando se habla de producto, como servicio cambio de contexto ya que de cierto modo podemos notar que va más allá de la necesidad de satisfacer a un cliente. De tal modo que la entrega de un producto es buena ya que si este tiene una notable aceptación va a seguir captando ingresos positivos y hasta podría mejorar.

### **2.1.22. Plaza**

Según Grapsas (2017) menciona que:

Se entiende como la forma en la cual un bien o servicio llegará de una empresa a las manos del consumidor final. Para concretar una venta, no basta con tener un buen producto o servicio a un precio adecuado. Además, hay que tener un plan de eficiencia para conducir el producto o servicio hasta el cliente. Es aquí donde entra la plaza, también conocida como distribución. Todos los productos y servicios después de producidos, necesitan llegar a su consumidor final y no habría forma de hacerlo si no hubiera un puente entre los dos. (págs. 1-3)

Lo podemos definir como un lugar físico en donde se va a distribuir o también a promocionar y vender cierto producto o servicio, esto es gracias a la cadena de distribución productiva es decir proveedor, consumidor.

### **2.1.23. Precio**

“El precio es el valor monetario que se le asigna a un producto o servicio al momento de ofrecerlo a los consumidores, por tanto, el valor monetario que los consumidores deben pagar a cambio de obtener dicho producto o servicio” (Arturo, 2019, pág. 1).

Se entiende por precio que es haciendo énfasis en un bien o servicio que obviamente tiene valor económico que una persona está dispuesta a cancelar. Además, podemos acotar que el precio es el elemento del marketing en donde genera ingresos correspondientes a los que el producto se está ofertando.

### **2.1.24. Promoción**

Muchos expertos en el tema como Thompson (2010) explica que son términos utilizados para tener una mejor afluencia de clientes, no obstante, tiene que tener varias cualidades el producto que se va a ofertar como una buena calidad, entre otras en donde la define como:

En términos generales, para que un potencial cliente o comprador (persona, empresa, organización, gobierno) adquiera o compre un producto que necesita o desea (sea un bien, servicio, idea, lugar, persona o combinaciones de éstas), necesita antes: saber de su existencia, sentirse persuadido para comprar ese producto y recordar que existe. La Promoción es un elemento o herramienta del marketing que tiene como objetivos específicos: informar, persuadir y recordar al público objetivo acerca de los productos que la empresa u organización les ofrece, pretendiendo de esa manera, influir en sus actitudes y comportamientos, para lo cual, incluye un conjunto de herramientas como la publicidad, promoción de ventas, relaciones públicas, marketing directo y venta personal. (págs. 1-2)

Por otra parte, Coutinho (2017) menciona “La promoción en la mezcla de marketing se refiere a la comunicación con el objetivo específico de informar, persuadir y recordar una audiencia objetivo” (pág. 1).

## **2.2. Fundamentación Metodológica**

Para los diferentes métodos de recolección de datos se utilizaron fuentes de información a nivel bibliográfico y de investigación, con la finalidad de ayudar a tener una mejor referencia sobre la información que se está buscando, en cuenta al enfoque es cualitativo y cuantitativo ya que se desarrollaran técnicas como encuestas o entrevistas.

### **2.2.1. Investigación cualitativa**

Invest (2019) afirma que:

La investigación cualitativa, conocida también con el nombre de metodología cualitativa, es un método de estudio que se propone evaluar, ponderar e interpretar información obtenida a través de recursos como entrevistas, conversaciones, registros, memorias, entre otros, con el propósito de indagar en su significado profundo. Se trata de un modelo de investigación de uso extendido en las ciencias sociales, basado en la apreciación e interpretación de las cosas en su contexto natural. (pág. 4)

Teniendo como referencia lo explicado se puede concluir que la investigación cualitativa es el tipo de investigación en donde permite ver las preferencias de los visitantes que eligen al cantón Lago Agrio como destino turístico, los servicios que ellos tengan como preferencia y de igual manera las diferentes actividades que ellos tengan planeado realizar durante su estadía, de esa forma también ver el comportamiento de los turistas con la finalidad de satisfacer las necesidades que sean pertinentes.

### ***2.2.2. Investigación cuantitativa***

El desarrollo de la siguiente investigación se realizó mediante la observación de un proyecto en donde Qualtrics (2021) el afirma que:

Mediante la realización de una investigación cuantitativa se pueden recopilar datos objetivos. Además, la recopilación de valores numéricos permite medir la frecuencia de un fenómeno y observar condiciones reales. Esto se logra entrevistando a un gran número de personas y recogiendo una gran cantidad de datos. A través de la investigación cuantitativa, los investigadores adquieren conocimientos sobre hechos empíricos de los que se pueden derivar las relaciones entre las causas y los problemas. Inicialmente, la investigación cuantitativa ofrece valores numéricos basados en muestras. Sin embargo, estos resultados de la investigación pueden ser transferidos a poblaciones enteras por extrapolación y así obtener más conocimientos. (pág. 6)

De este modo el tipo de investigación cuantitativa permite tener un mejor mercado para poder determinar el público objetivo del proyecto. Esto se realizará mediante las encuestas.

### **2.2.3. Investigación bibliográfica**

En un estudio realizado por Danelly Salas Ocampo menciona que “ es un proceso mediante el cual recopilamos conceptos con el propósito de obtener un conocimiento sistematizado” (Ocampo, 2019, págs. 3-4).

Este tipo de investigación ayudará más que todo a la organización que se tenga de las ideas proyectadas y claramente más la información que se pueda recopilar, ya sea esta en libros, documentos detallados, revistas, artículos científicos, entre otros. También ayudara a tener un diagnóstico de la situación actual del proyecto, permitiendo así identificar aspectos históricos o geográficos que se pueda hallar.

### **2.2.4. Método inductivo**

El método inductivo es una estrategia en un estudio que se realizó sobre el razonamiento en donde dice que, se basa en la inducción, para ello procede a partir de premisas particulares para generar conclusiones generales. En este sentido, el método inductivo opera realizando generalizaciones amplias apoyándose en observaciones específicas. Esto es así porque en el razonamiento inductivo las premisas son las que proporcionan la evidencia que dota de veracidad una conclusión. El método inductivo, como tal, sigue una serie de pasos. Inicia por la observación de determinados hechos, los cuales registra, analiza y contrasta. A continuación, clasifica la información obtenida, establece patrones, hace generalizaciones, para inferir, de todo lo anterior, una explicación o teoría (Zamora, 2018).

Este metodo permitirá basarse en el razonamiento de las ideas presentadas, en donde se puede afirmar que parte de las diferentes ideas que surjan, pudiendo asi apoyarnos en observaciones especificas.

### **2.2.5. Método deductivo**

El método deductivo consiste en extraer una conclusión como se explica en la investigación en donde dice que, base en una premisa o a una serie de proposiciones que se asumen como verdaderas. Lo anterior quiere decir que se está usando la lógica para obtener un resultado, solo con base en un conjunto de afirmaciones que se dan por ciertas. Mediante este método, se va de lo general como leyes o principios a lo particular (la realidad de un caso concreto. Cabe señalar que la veracidad de la conclusión obtenida dependerá de la validez de las premisas tomadas como base o referencia. (Westreicher, 2020, pág. 1)

Este tipo de método deductivo o razonamiento lógico se caracteriza por tener conclusiones validas, que de cierta manera pueden ser utilizados como resultados correctos.

### **2.2.6. Método descriptivo**

El método descriptivo es concluyente. Esto significa *que* recopila datos cuantificables en el estudio realizado en donde explica que, se pueden analizar con fines estadísticos en una población objetivo. Este tipo de estudio tiene, por tanto, la forma de preguntas cerradas, lo que limita las posibilidades de obtener información exclusiva. Al iniciar un estudio, sea cual sea su naturaleza, la dificultad radica en poder recopilar solo información útil. En el caso de las encuestas online, por ejemplo, los datos recopilados deberían permitirle tomar una decisión sobre una oportunidad o un problema con una organización. Por eso es fundamental definir los objetivos del método antes de empezar a diseñar la encuesta. Los objetivos del método identifican precisamente lo que se busca descubrir para tomar decisiones informadas sobre la organización o quien realiza la encuesta (Espada, 2021).

Este método es uno de los que se usan en investigaciones para que dé cierto modo evaluar algunas características de la población, así como describir o evaluar ciertos rasgos característicos de un hecho en particular.

### **2.2.7. Técnicas e Instrumentos**

En un estudio sobre los usos de las técnicas e instrumentos de la investigación, se expresa que:

Las técnicas son los recursos de que dispone el investigador para su trabajo. Las técnicas necesitan los instrumentos para su realización. En lo referente a las técnicas de investigación, se puede manifestar que, son las diferentes formas en que una investigación puede llevarse a cabo. En tal sentido, es prudente traer a colación lo expresado por Finol y Nava (1993), quienes señalan que, la fase que comprende la aplicación de las técnicas e instrumentos de investigación, es la más laboriosa dentro de proceso investigativo. (sociales, 2012, pág. 1)

Para las técnicas e instrumentos de recogida de datos están técnicas empleadas como la encuesta y la entrevista, en cuyo caso la información necesaria para el respectivo desarrollo del proyecto. Uno de los instrumentos a ser utilizado es el cuestionario al cual será aplicable al número de personas de la población o muestra.

### **2.3. Fundamentación legal**

Dentro del Marco legal del presente proyecto se tiene como referente a la Constitución de la República del Ecuador, Ley de Turismo con el reglamento para centros de alojamiento, los cuales están relacionados a diversos artículos que son bases para la elaboración del emprendimiento ya que tratan sobre los derechos de la población y sobre el buen uso de la naturaleza.

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

“Art. 15.- El Estado promoverá, en el sector público y privado, el uso de tecnologías ambientalmente limpias y de energías alternativas no contaminantes y de bajo impacto.”

“Art. 24.- Las personas tienen derecho a la recreación y al esparcimiento, a la práctica del deporte y al tiempo libre”.

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

Según la Ley de Turismo Art.1 “La presente Ley tiene por objeto determinar el marco legal que regirá para la promoción, el desarrollo y la regulación del sector turístico; las potestades del Estado y las obligaciones y derechos de los prestadores y de los usuarios.” (CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR, 2020, pág. 16)

Se debe de tomar en cuenta que la actividad turística surge de las iniciativas tanto privadas como de las comunidades, como también del Estado tratando de promover y dando iniciativas de promoción de alternativas turísticas nacionales y en el exterior, haciendo hincapié en proteger tanto al turista como los recursos naturales que posee el destino, esto por medio del Ministerio de Turismo y demás encargados.

Según la Ley de Turismo en el Art.3: Son principios de la actividad turística, los siguientes:

- a) La iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional;
- b) La participación de los gobiernos provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de la descentralización;
- c) El fomento de la infraestructura nacional y el mejoramiento de los servicios públicos básicos para garantizar la adecuada satisfacción de los turistas;
- d) La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país; y,
- e) La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afro ecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos

previstos en esta Ley y sus reglamentos. (LEY DE TURISMO, 2014)

Tomando en cuenta principalmente a lo que se encuentra redactado en la Ley de turismo tomamos en cuenta otro artículo que es de gran importancia para la realización de este proyecto.

“Art. 8.- Para el ejercicio de actividades turísticas se requiere obtener el registro de turismo y la licencia anual de funcionamiento, que acredite idoneidad del servicio que ofrece y se sujeten a las normas técnicas y de calidad vigentes”

Si a un futuro se plantea el trabajar con diferentes accionistas tanto nacionales como extranjeros para un progreso más rápido de la hacienda turística se debe de tomar en una la normativa que se refleja en la Ley de Turismo

Art. 25.- El Estado de conformidad con los artículos 13 y 271 de la Constitución Política de la República, garantiza la inversión nacional y extranjera en cualquiera de las actividades turísticas, gozando los extranjeros de los mismos derechos y obligaciones que los nacionales

“Art. 33.- Los municipios y gobiernos provinciales podrán establecer incentivos especiales para inversiones en servicios de turismo receptivo e interno rescate de bienes históricos, culturales y naturales en sus respectivas circunscripciones” (LEY DE TURISMO, 2014)

El Reglamento de Alojamiento expresa en el Art.12 literal C.2:

c.2. Hacienda turística. - Establecimiento de alojamiento turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje en habitaciones privadas con cuarto de baño y aseo privado y/o compartido conforme a su categoría, localizadas dentro de parajes naturales o áreas cercanas a centros poblados. Su construcción puede tener valores patrimoniales, históricos, culturales y mantiene actividades propias del campo como siembra, huerto orgánico, cabalgatas, actividades culturales patrimoniales, vinculación con la comunidad local, entre otras; permite el disfrute en contacto directo con la naturaleza, cuenta con estacionamiento y presta servicio de alimentos y bebidas, sin perjuicio de proporcionar

otros servicios complementarios. Deberá contar con un mínimo de 5 habitaciones. (MITUR, 2016)

### **Agenda 2030: Objetivos de Desarrollo Sostenible**

La ONU, (2015) menciona que:

Los líderes mundiales adoptaron un conjunto de objetivos globales para erradicar la pobreza, proteger el planeta y asegurar la prosperidad para todos como parte de una nueva agenda de desarrollo sostenible. Cada objetivo tiene metas específicas que deben alcanzarse en los próximos 15 años.

- Objetivo 1. Poner fin a la pobreza en todas sus formas en todo el mundo.
- Objetivo 2. Poner fin al hambre, lograr la seguridad alimentaria y la mejora de la nutrición y promover la agricultura sostenible.
- Objetivo 5. Lograr la igualdad de género y empoderar a todas las mujeres y las niñas.
- Objetivo 8. Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos.
- Objetivo 9. Construir infraestructuras resilientes, promover la industrialización inclusiva y sostenible y fomentar la innovación.
- Objetivo 10. Reducción de las desigualdades
- Objetivo 12. Producción y Consumo Responsable
- Objetivo 13. Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos.
- Objetivo 15. Vida de ecosistemas terrestres  
(CEPAL, 2018)

### **La Ley orgánica de Cultura describe que:**

Art. 4.- De los principios. La Ley Orgánica de Cultura responderá a los siguientes principios:

- Buen vivir. Promueve una visión integral de la vida que contemple el disfrute del tiempo libre y creativo, la interculturalidad, el trabajo

digno, la justicia social e intergeneracional y el equilibrio con la naturaleza como ejes transversales en todos los niveles de planificación y desarrollo;

- Identidad nacional. Se construye y afirma a través del conjunto de interrelaciones culturales e históricas que promueven la unidad nacional y la cohesión social a partir del reconocimiento de la diversidad;
- Soberanía cultural. Es el ejercicio legítimo del fomento y la protección de la diversidad, producción cultural y creativa nacional, la memoria social y el patrimonio cultural, frente a la amenaza que significa la circulación excluyente de contenidos culturales hegemónicos.

Art. 5.- Derechos culturales. Son derechos culturales, los siguientes:

- a) Identidad cultural. Las personas, comunidades, comunas, pueblos y nacionalidades, colectivos y organizaciones culturales tienen derecho a construir y mantener su propia identidad cultural y estética, a decidir sobre su pertenencia a una o varias comunidades culturales y a expresar dichas elecciones. Nadie podrá ser objeto de discriminación o represalia por elegir, identificarse, expresar o renunciar a una o varias comunidades culturales.
- b) Protección de los saberes ancestrales y diálogo intercultural. Las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades tienen derecho a la protección de sus saberes ancestrales, al reconocimiento de sus cosmovisiones como formas de percepción del mundo y las ideas; así como, a la salvaguarda de su patrimonio material e inmaterial y a la diversidad de formas de organización social y modos de vida vinculados a sus territorios.
- c) Memoria Social. Las personas, comunidades, comunas, pueblo y nacionalidades, colectivos y organizaciones culturales tienen derecho a construir y difundir su memoria social, así como acceder a los contenidos que sobre ella estén depositados en las entidades públicas o privadas.

- d) Libertad de creación. Las personas, comunidades, comunas, pueblos y nacionalidades, colectivos y organizaciones artísticas y culturales tienen derecho a gozar de independencia y autonomía para ejercer los derechos culturales, crear, poner en circulación sus creaciones artísticas y manifestaciones culturales.
- e) Entorno digital. Como un bien público global y abierto, la red digital es un entorno para la innovación sostenible y la creatividad, y un recurso estratégico para para el desarrollo de prácticas, usos, interpretaciones, relaciones y desarrollo de medios de producción, así como de herramientas educativas y formativas, vinculadas a los procesos de creación artística y producción cultural y creativa. (LEY ORGANICA DE CULTURA, 2016)

## CAPÍTULO III. PROPUESTA

### 3.1 Estudio de Mercado

El presente capítulo está compuesto por diferentes estudios, como lo son el de la oferta y la demanda del emprendimiento, teniendo en cuenta la investigación del posible mercado potencial mediante el uso de herramientas bibliográficas y de ciertos instrumentos estadísticos necesarios para la tabulación y cálculo de los mismos.

#### **3.1.1. Tipo de muestreo y cálculo de la muestra**

La población identificada con la que se ha podido recopilar información es de los turistas nacionales y turistas extranjeros, que han visitado la provincia de Sucumbíos durante el año 2019. La información fue obtenida a partir del PDOT del Gobierno Autónomo Descentralizado del Ilustre Municipio de Lago Agrio. Siendo este el número total de turistas tanto nacionales como extranjeros de 118030, con el cual se procede a la realización de los diferentes cálculos de muestra y de más.

##### **3.1.1.1. Cálculo de la muestra**

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

Donde:

n= tamaño de la muestra

N= tamaño de la población

p= probabilidad de que ocurra un suceso

q= probabilidad de que no ocurra un suceso

E= margen de error

Z= nivel de confianza

#### **Valores de las variables**

N= 118030

p= 50% = 0.5

$$q = 1 - p = 0.5$$

$$E = 5\% = 0.05$$

$$Z = 95\% = 1.96$$

### Fórmula resolución del ejercicio

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

$$\frac{Z^2}{}$$

$$n = \frac{118030 \times 0.5 \times 0.5}{(118030-1) 0.05^2 + 0.5 \times 0.5}$$

$$\frac{1.96^2}{}$$

$$n = \frac{29507.5}{(118029) 2.5 + 0.25}$$

$$\frac{3842}{}$$

$$n = \frac{29507.5}{295072} + 0.25$$

$$\frac{3842}{}$$

$$n = \frac{29507.5}{7680}$$

$$n = \mathbf{386}$$

Como se puede ver en el total del cálculo de la muestra el total es de n=386 encuestas aplicar, para levantar la información necesaria que representa a 386 personas de la población cuantificada de 118030 individuos. Después se procederá a determinar el plan de recolección de datos de información para la investigación y de la misma manera la diferenciación del perfil de los consumidores.

#### **3.1.2. Instrumentos de recolección**

Los datos son originados por propósito específico de los investigadores para poder ver el grado aceptación y problema que podría enfrentar.

- Encuesta a persona dedicadas hacer turismo y familias que en su tiempo libre o de vacaciones tienden a realizar turismo.
- Información brindada directamente por emprendimientos relacionadas a la actividad de la investigación por medios de vías digitales

### **3.1.2.1. Diseño de la encuesta**

Para Sena (2017) el diseño de la encuesta lo define como:

El instrumento más conocido y utilizado por los investigadores sociales cuando se quiere lograr precisión y representatividad partiendo directamente de consideraciones individuales y no estructurales, para acceder a la conclusión sobre la existencia de regularidades de estructuras sociales y sobre los sujetos insertos en ellas. La información se recoge de forma estructurada formulando las mismas preguntas y en el mismo orden a cada uno de los encuestados. Ya sea esto por medio de encuestas u otro instrumento de ayuda. (pág. 1)

Se elaboró una encuesta por medio de la cual se establece determinar las preferencias de la demanda potencial de la Hacienda Turística, y la demanda real del resto de emprendimientos de la competencia ya sea que este brinde servicios complementarios o no. Por otra parte, demostrar que tan propensos son los visitantes al momento de cambiar de lugar en caso de que se les brindase más ventajas o servicios más llamativos que otro establecimiento no brinda.

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

- Decidir sobre el contenido de las preguntas
- Elegir el formato que se va utilizar de las respuestas
- Elección de la redacción de las preguntas
- Decidir sobre la secuencia que debe tener las preguntas
- Revisión del formulario
- Puesta en marcha de las encuestas

### **Escala de medición de aceptación**

A través de las diferentes preguntas tenemos una idea de las características del consumidor. Básicamente resulta en pequeño grupo de datos que llevarán a tener una mejor interpretación de las respuestas que lanzaron.

#### **Preguntas relacionadas:**

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

### **Perfil turístico**

Se utilizará para tratar de determinar el comportamiento y las motivaciones principales de los encuestados mediante preguntas dicotómicas. Las preguntas dicotómicas se caracterizan por tener dos posibles respuestas. En donde por lo general son utilizadas en formularios de encuestas de Sí/No u otras relacionadas al tema que se está tratando.

#### **Preguntas relacionadas**

- Desde el año 2019 ¿cuántas veces usted ha visitado una hacienda turística? Respuesta necesaria. Opción única.
- ¿Cuál fue el gasto aproximado generado por servicio de alojamiento en su último viaje?
- ¿Cuánto considera como precio adecuado por una noche de alojamiento en una Hacienda Turística con cabañas chalet, con todos los servicios incluidos (alojamiento, comidas y actividades)

- De las siguientes opciones ¿Cuáles son los aspectos que usted considera más importantes al momento de contratar un servicio turístico?
- Mediante qué medio de comunicación se informa sobre los diferentes sitios de alojamiento

### **Preferencias**

Mediante las preguntas seleccionadas se determinará las preferencias de los clientes en determinado destino turístico.

#### Preguntas relacionadas

- En caso de quedarse a dormir ¿Le gustaría hospedarse en una Hacienda Turística con cabañas tipo chalet en los árboles?
- ¿Qué tipos de servicios le gustaría que brinde la Hacienda Turística para complementar su oferta?
- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por los servicios complementarios, tales como: áreas de relajación, áreas de piscina, ¿deportes extremos y más?
- ¿Qué tipo de ambientación prefiere en los sitios de alojamiento?
- Tomando como referencia a la Hacienda Turística ¿conoce usted esta modalidad de alojamiento turístico

### **3.1.2.2. Diseño de la entrevista**

#### **Objetivo**

Determinar el segmento de mercado y el comportamiento de consumo de establecimientos de alojamiento del Recinto Luz y Vida del cantón Lago Agrio Sucumbíos – Ecuador los resultados obtenidos serán utilizados plenamente con fines académicos.

Nombre:

Edad:

Nivel de educación:

Cargo:

Profesión:

Nombre de la empresa:

Ubicación:

Categoría del establecimiento:

### **Preguntas**

1. ¿Cuánto tiempo está la empresa en el mercado?
2. ¿Cuál es su mercado meta?
3. ¿Normalmente reciben más turistas nacionales o turistas extranjeros?
4. ¿Cuántas habitaciones tiene el establecimiento?
5. ¿Qué cantidad de turistas recibe su establecimiento mensualmente?
6. ¿En qué periodo de tiempo es temporada alta?
7. ¿Los turistas que pernoctan en su establecimiento de donde proviene mayormente?
8. ¿Qué tipos de servicio brinda?
9. ¿Qué actividades turísticas complementarias integraría a los servicios que presta su establecimiento?
  - Pesca deportiva
  - Deportes extremos
  - Paseo a caballo
  - La resbaladera más larga
  - Servicios de piscina y spa
  - zona de camping
10. ¿Cómo comercializa usted su establecimiento?

### **3.1.3. Resultados y discusión**

#### **3.1.3.1. Plan de recolección**

Tabla 1

Plan de obtención de datos

---

Objetivo: Identificar la posible demanda potencial para la creación de una Hacienda Turística en el Recinto Luz y Vida del cantón Lago Agrio provincia de Sucumbíos – Ecuador.

---

Las unidades de análisis son las siguientes

---

¿Cuál sería la unidad de análisis?	Las personas que realizan turismo en los diferentes sitios de preferencia.
------------------------------------	--

---

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

---

¿Cómo se van a preparar los datos para su respectivo análisis?	Las siguientes respuestas obtenidas, se preparan para su respectivo análisis, mediante la aplicación de SPSS.
--	---

---

¿Variables a medir?	Preferencias y frecuencia de consumo
---------------------	--------------------------------------

---

Muestra	386 personas seleccionadas de forma aleatoria de diferentes ciudades seleccionadas.
---------	---

---

### 3.1.3.2. Análisis y resultados

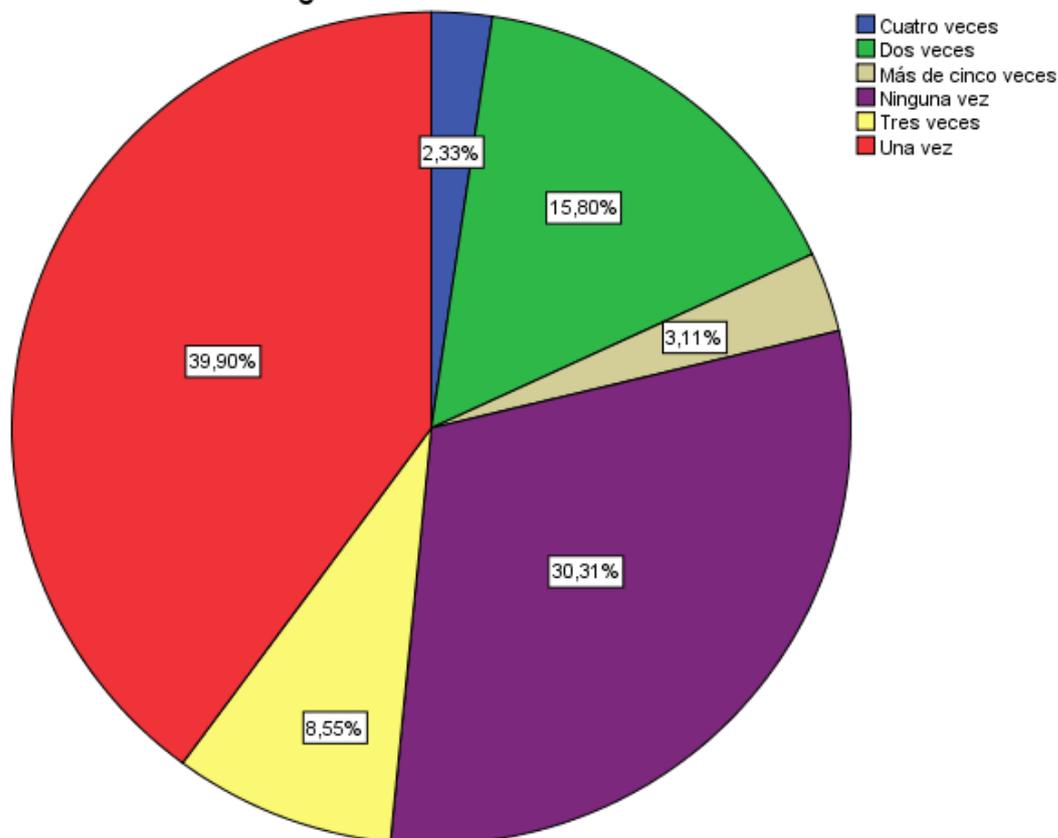
De acuerdo a la información obtenida para la segmentación de mercado se puede visualizar que el emprendimiento planteado sobre una Hacienda Turística con cabañas tipo chalet tiene gran acogida con respecto al número de personas encuestadas, también tomando en cuenta los servicios que más pueden atraer a los diferentes tipos de turistas que está dirigido este emprendimiento, a continuación podremos apreciar los resultados obtenidos mediante la herramienta de encuestas sobre los diferentes temas que resultara beneficioso para que la Hacienda Turística pueda brindar un mejor servicio.

**Tabla 1: Género**

	Fa	Fr (%)
Masculino	187	58,4%
Femenino	133	41,6%
Total	<b>320</b>	<b>100,00%</b>

Nota: Fa: frecuencia absoluta; Fr: frecuencia relativa

### Desde el año 2019 ¿ cuantas veces usted ha visitado una hacienda turística?

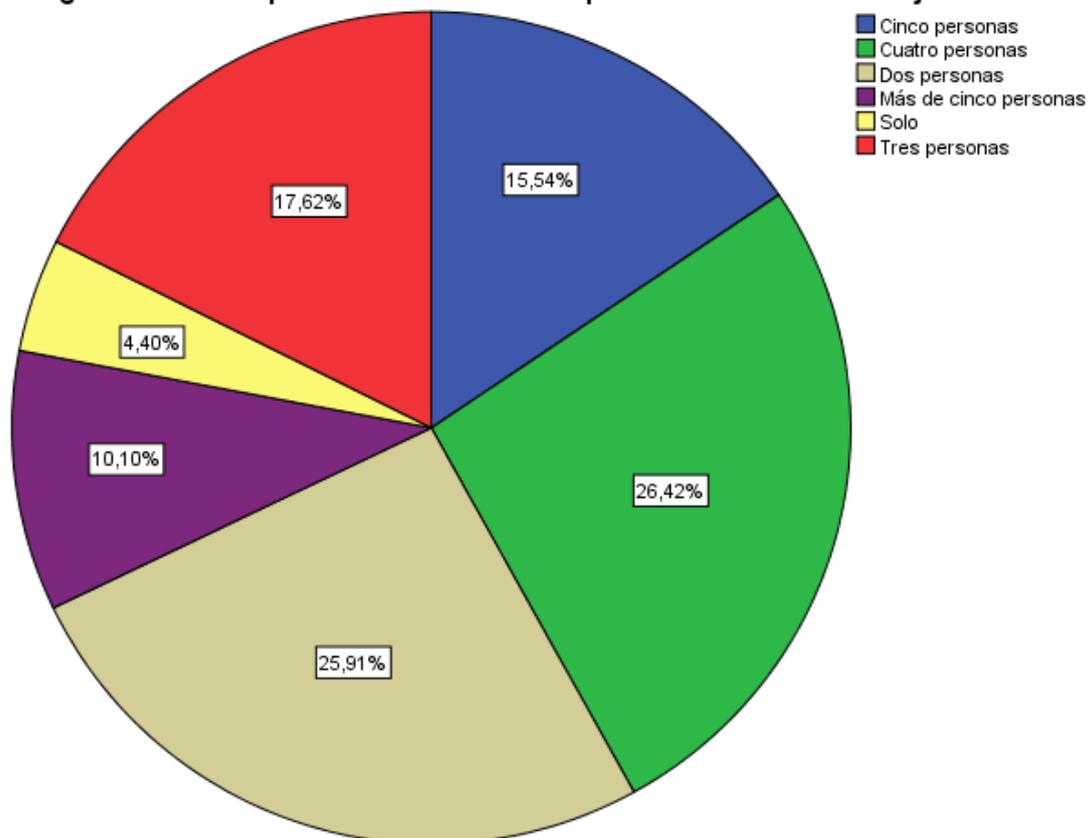


**Figura 2** Frecuencia de visita a hacienda turística

**Fuente:** Los autores (2021)

En la primera pregunta se plantea sobre la cantidad de veces que el turista o la persona encuestada ha visitado una hacienda turística desde el año 2019 hasta el momento de la realización de la encuesta con la finalidad de conocer con qué frecuencia han escogido como lugar de hospedaje la hacienda turística lo cual se ha obtenido como resultado que gran porcentaje de las personas encuestadas se han hospedado en haciendas turísticas una sola vez en el tiempo establecido.

### ¿ Con cuantas personas estuvo acompañado en su ultimo viaje turístico?

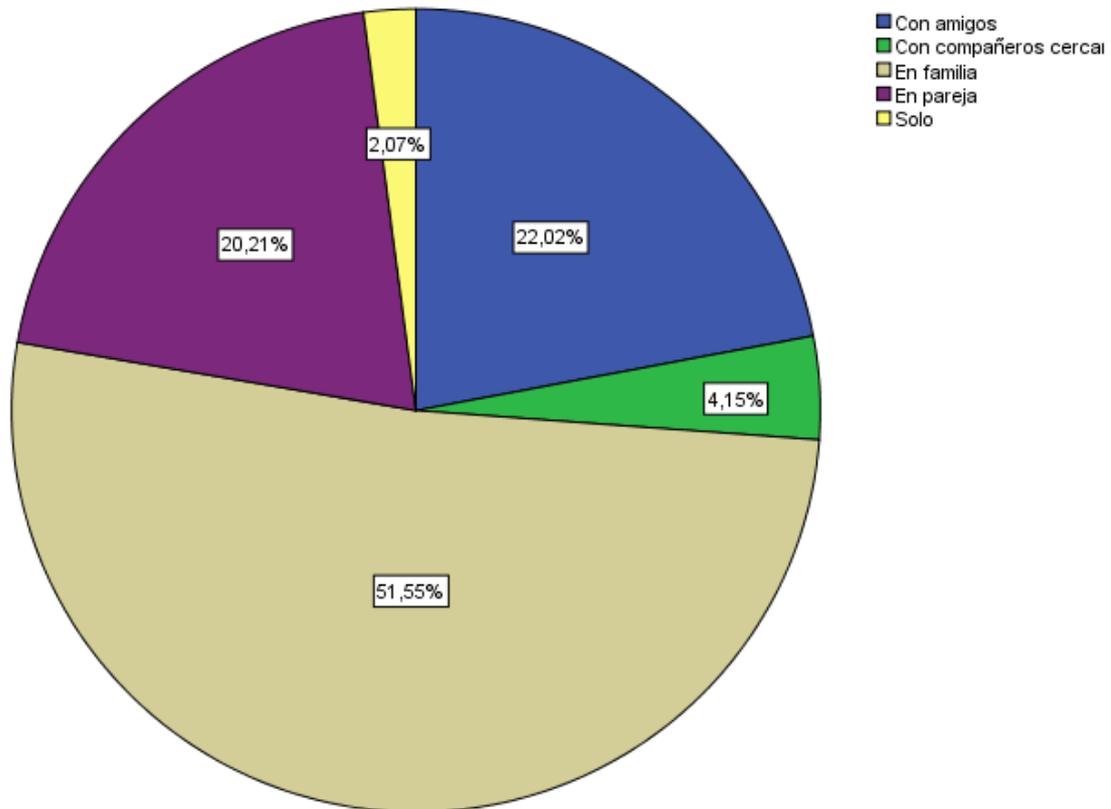


**Figura 3** Número de personas con las que realizó el viaje turístico

**Fuente:** Los autores (2021)

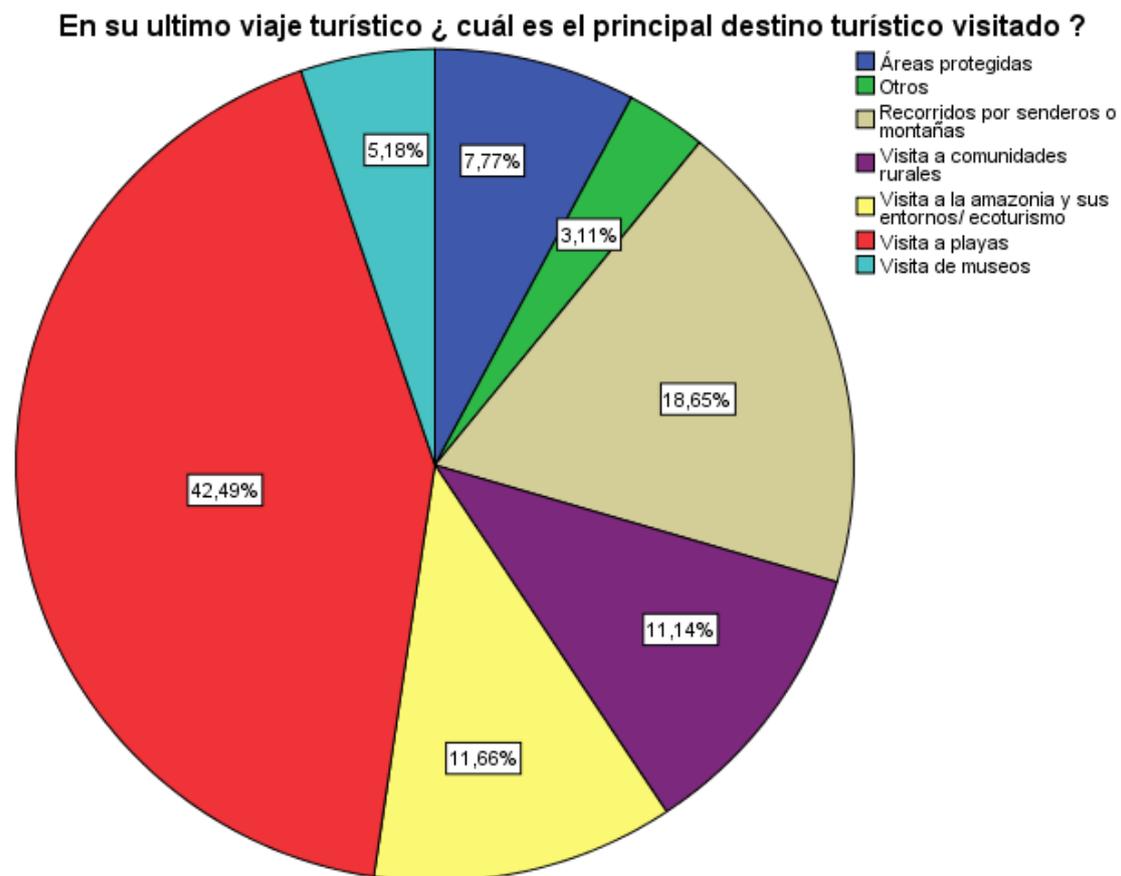
En gran mayoría, los encuestados han elegido la opción de viajar acompañados por alrededor de cuatro personas llegando a la conclusión que la mayoría de personas prefieren viajar en grupos ya que la opción solo queda en última posición por lo que el emprendimiento debe contar con la capacidad suficiente para recibir grupos grandes de turistas.

La última vez que usted realizó un viaje de turismo ¿por lo general con quienes lo hizo?



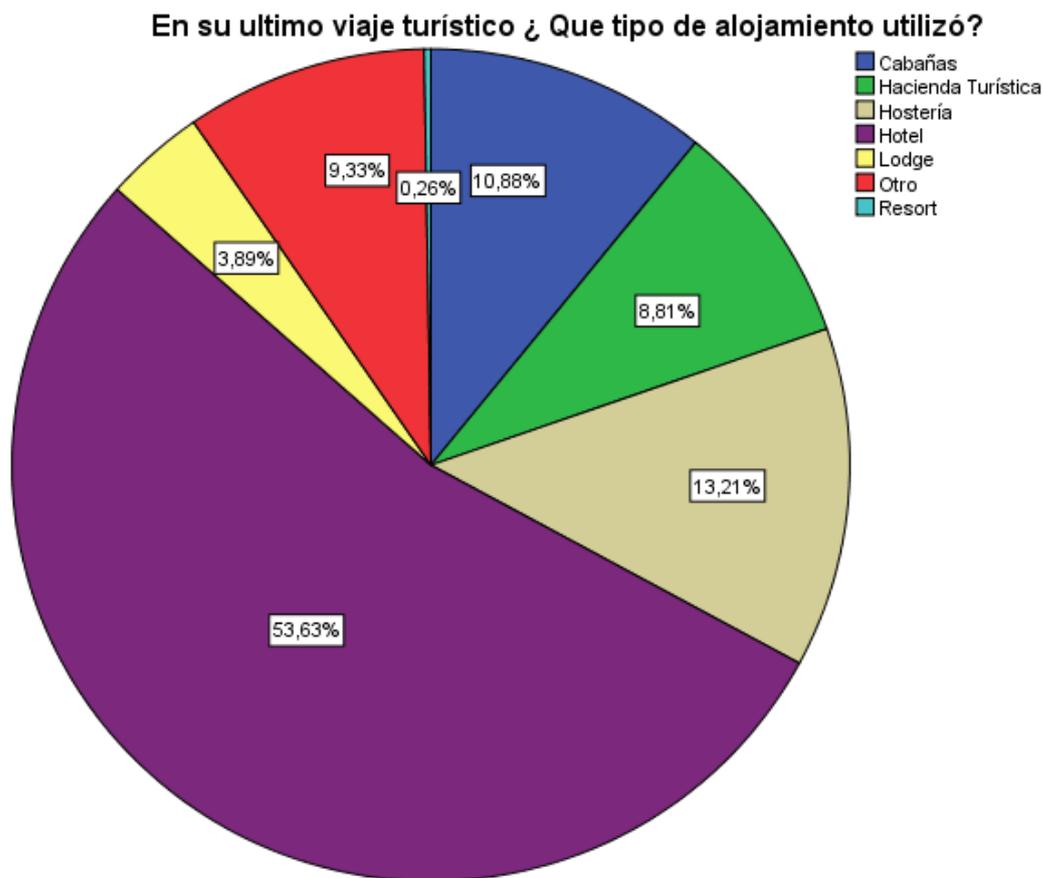
**Figura 4** Preferencias de acompañamiento al momento de viajar  
**Fuente:** Los autores (2021)

Se plantea sobre la preferencia de acompañamiento de las personas encuestadas tomando en cuenta su último viaje realizado con la finalidad de conocer la preferencia de acompañantes al momento de realizar un viaje arrojando como resultado que en su mayoría prefieren realizar los viajes con compañía de familiares dando una similitud de resultados con la pregunta anterior ya que a la mayoría de encuestados deja como última opción la de realizar el viaje en solitario.



**Figura 5** Principal destino visitado  
**Fuente:** Los autores (2021)

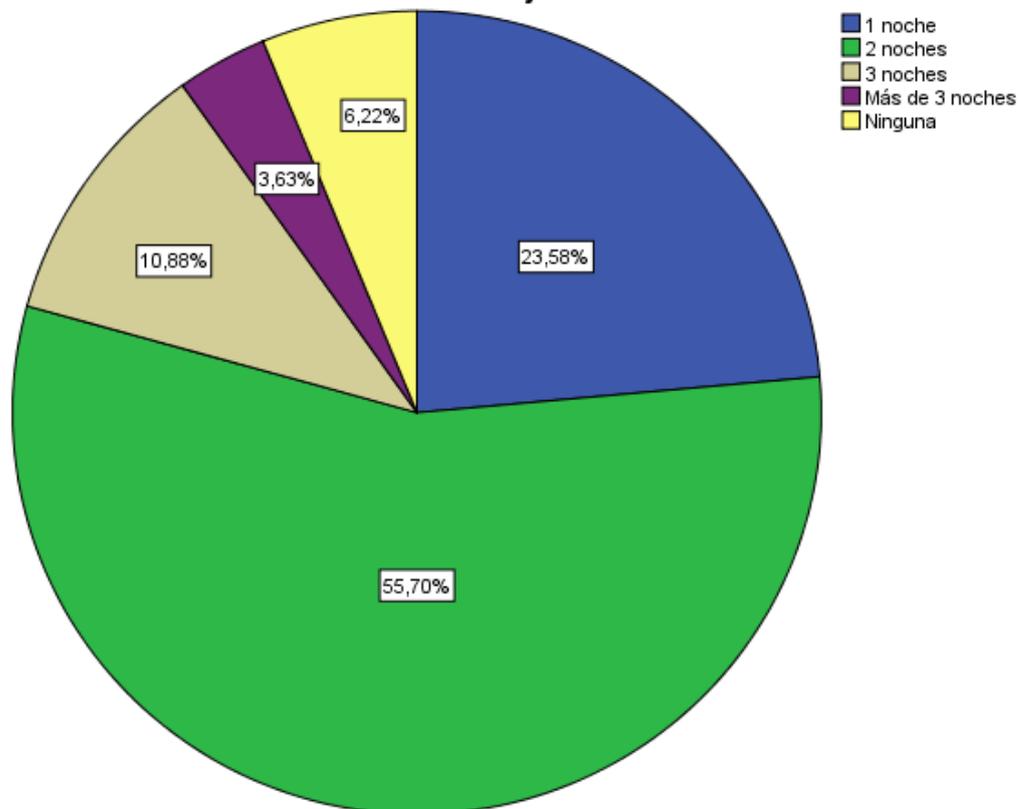
Se evidencia que la mayoría de los encuestados prefiere el destino playa, seguido por opciones como recorridos por senderos y destino Amazonía lo que da como conclusión para el presente emprendimiento que se debe de plantear senderos para realizar recorrido guiados y así fomentar que el destino Amazonía tenga mayor acogida.



**Figura 6** Preferencias de alojamiento  
**Fuente:** Los autores (2021)

Mediante el gráfico podemos observar que en el último viaje turístico que han realizado las personas, el tipo de alojamiento más utilizado es el hotel ya que lo podemos relacionar con los visitantes que se alojaron a las afueras de sus ciudades de residencia, por esta parte se puede apreciar que las personas tienen una preferencia por hospedarse en alojamientos a las afueras de la ciudad, cuyo valor es importante ya que el emprendimiento está relacionado con un entorno natural.

En su último viaje turístico ¿ cuantas noches se hospedó en el establecimiento de alojamiento?

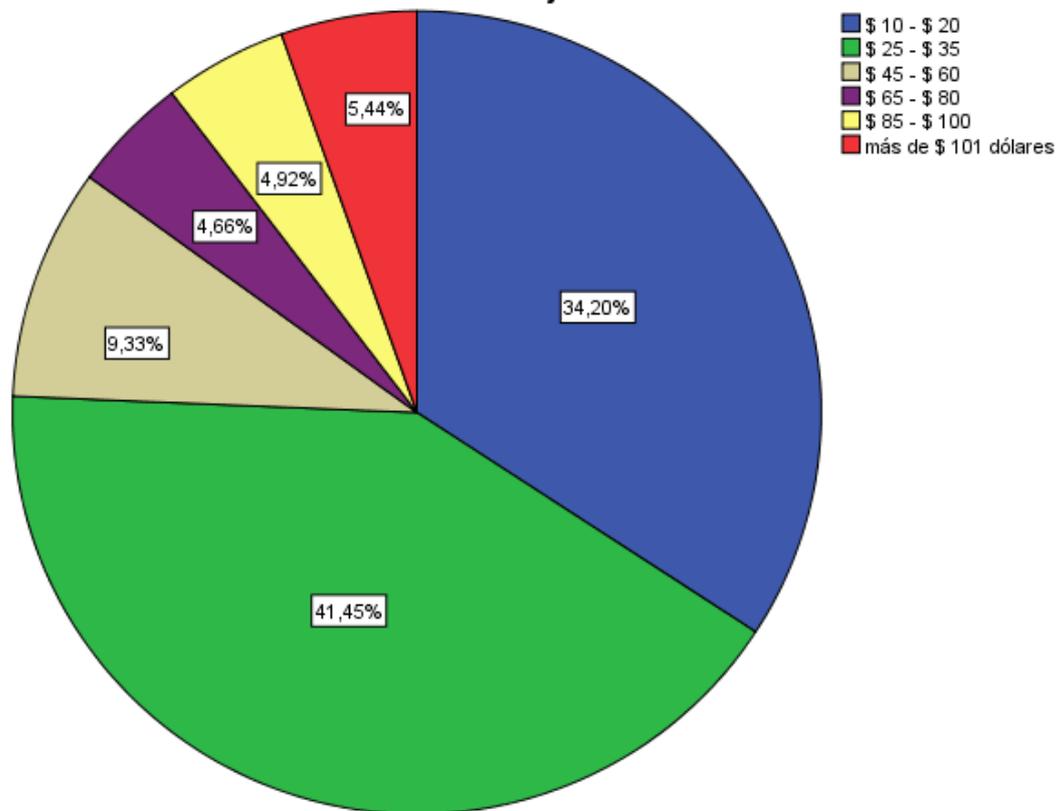


**Figura 7** Pernoctación durante el viaje turístico

**Fuente:** Los autores (2021)

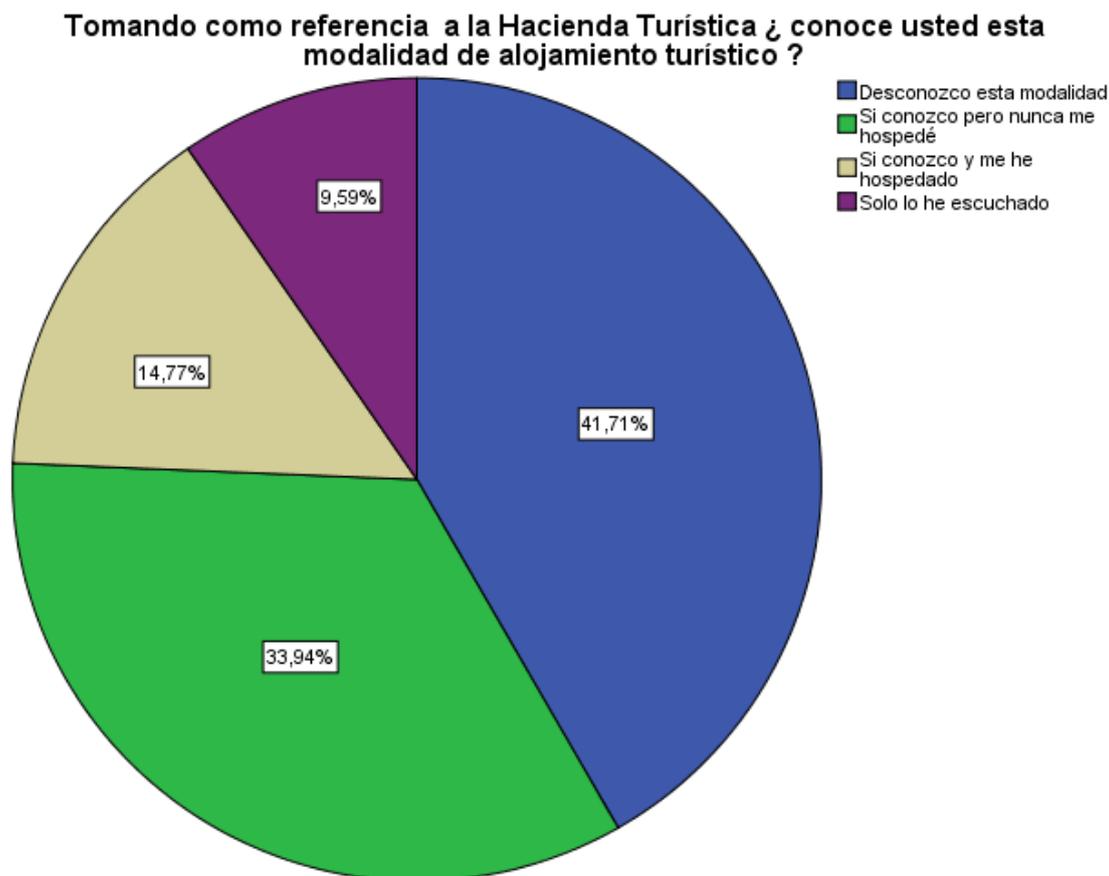
En el presente gráfico se puede observar que el resultado que predomina es la opción de dos noches por delante de opciones como una sola noche, por lo que se puede llegar a la conclusión del tiempo promedio que un visitante busca estar en un lugar de alojamiento es de 3 días y 2 noches es su gran mayoría pueden ser realizados en fines de semana.

¿Cuál fue el gasto aproximado generado por servicio de alojamiento en su último viaje ?



**Figura 8** Gasto generado por servicio de alojamiento  
**Fuente:** Los autores (2021)

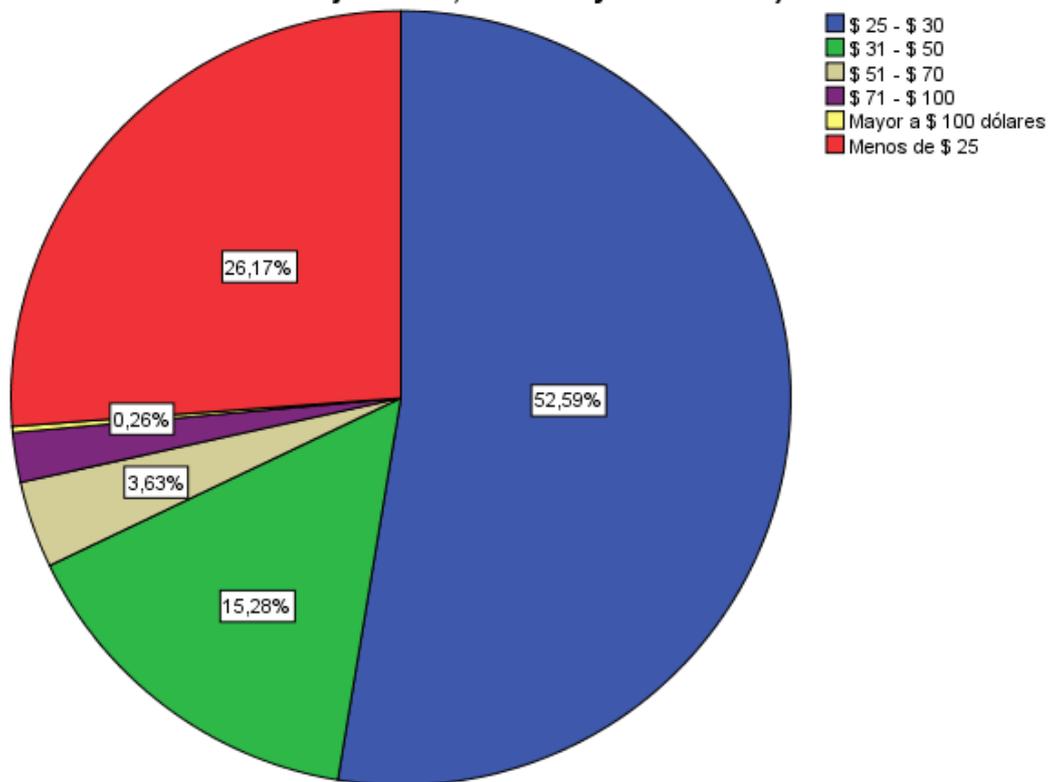
En la presente pregunta se plantea sobre el monto aproximado utilizado en el factor de servicio de alojamiento por las personas encuestadas tomando en cuenta su último viaje realizado con la finalidad de conocer que monto predomina o cuánto dinero está dispuesto a gastar el turista en el servicio de alojamiento dando como resultado que en su gran mayoría gastaron en su último viaje un monto entre \$25 a \$35 en lo que es servicios de hospedaje.



**Figura 9** Conocimiento acerca de la modalidad de alojamiento de la Hacienda Turística  
**Fuente:** Los autores (2021)

El conocimiento que tienen los encuestados respecto con el tipo de alojamiento hacienda turística refleja que el 42% del total de personas encuestadas desconocen sobre esta modalidad, un 34% conocen esta modalidad pero no se han hospedado en un hacienda turística y un 15% de personas conocen y se han hospedado en un hacienda turística lo que da a entender que para la realización de este emprendimiento se debe realizar énfasis en la publicidad para lograr que más turistas conozca esta modalidad de alojamiento.

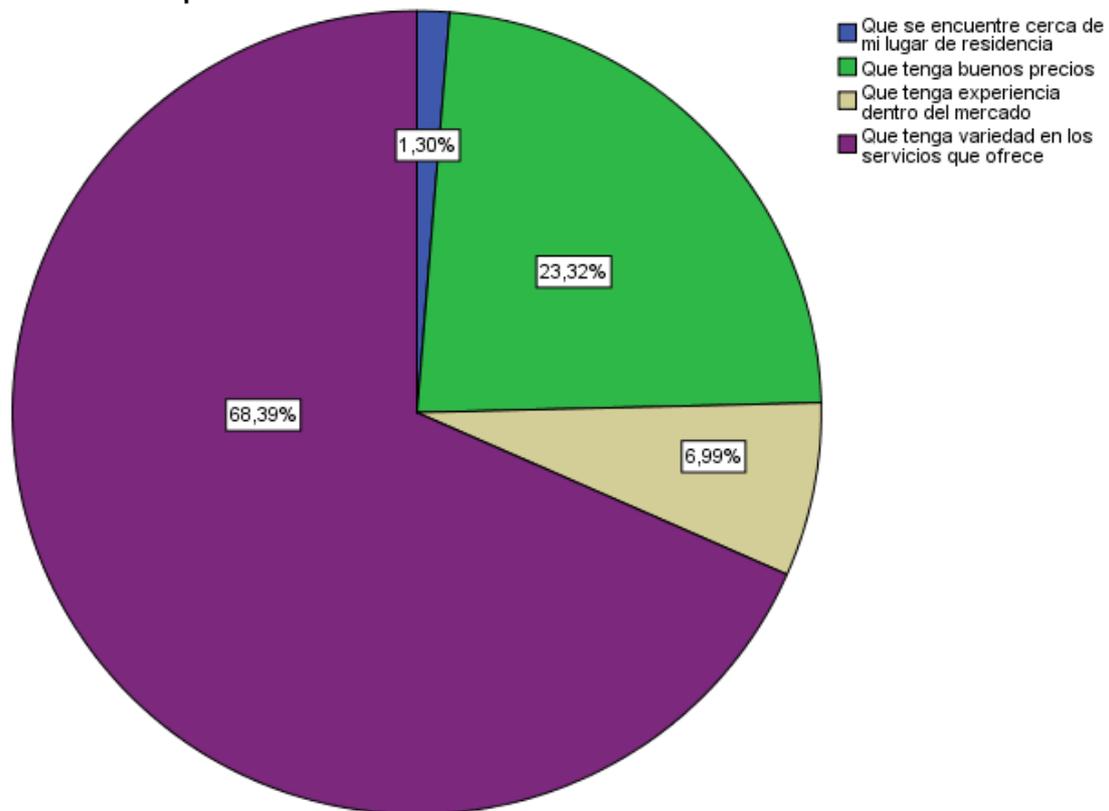
¿Cuánto considera como precio adecuado por una noche de alojamiento en una Hacienda Turística con cabañas chalet, con todos los servicios incluidos (alojamiento, comidas y actividades)



**Figura 10** Consideración de precios por noche  
Fuente: Los autores (2021)

El valor que encuentran conveniente las personas encuestadas por obtener un servicio de hospedaje en una hacienda turística que cuente con cabañas de estilo chalet es principalmente de \$25 a \$35 dólares por noche siendo un precio prudente a tomar en cuenta para el emprendimiento que se plantea realizar tomando en cuenta la sugerencia de los que pueden llegar a ser los futuros visitantes.

De las siguientes opciones ¿ Cuales son los aspectos que usted considera más importantes al momento de contratar un servicio turístico?



**Figura 11** Aspectos importantes en la contratación de un servicio turístico

**Fuente:** Los autores (2021)

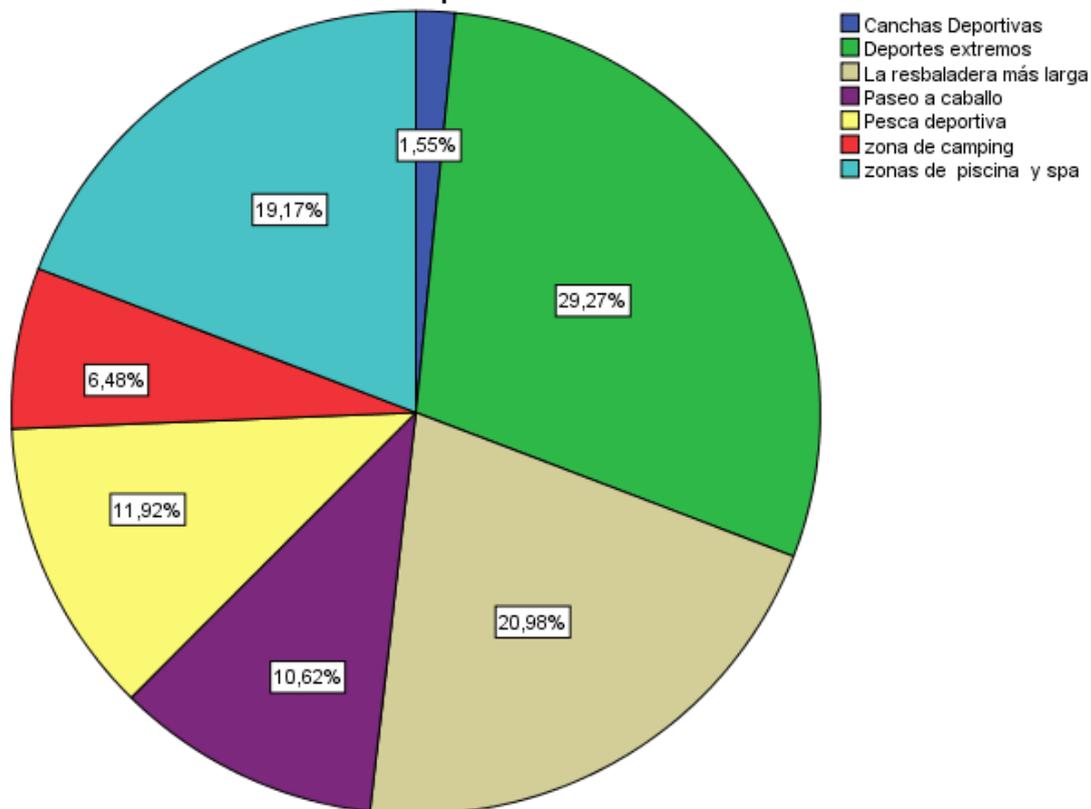
Los aspectos a considerar al momento que se busca contratar un servicio turístico por parte de las personas encuestadas a fin de conocer que factores impulsa al turista a escoger un destino para sus próximas vacaciones predominando la opción de que posee una variedad de servicios por delante del factor precio por lo que se puede llegar a la conclusión que lo que predomina más al escoger un lugar para vacacionar son los diferentes servicios y experiencias que este le puede brindar al turista.



**Figura 12** Factibilidad del proyecto "Hacienda Turística"  
**Fuente:** Los autores (2021)

En la presente pregunta se plantea sobre el estado de aceptación a la creación de una nueva hacienda turística en el sector de Lago Agrio por las personas encuestadas dando un resultado positivo con un porcentaje de 95,85%.

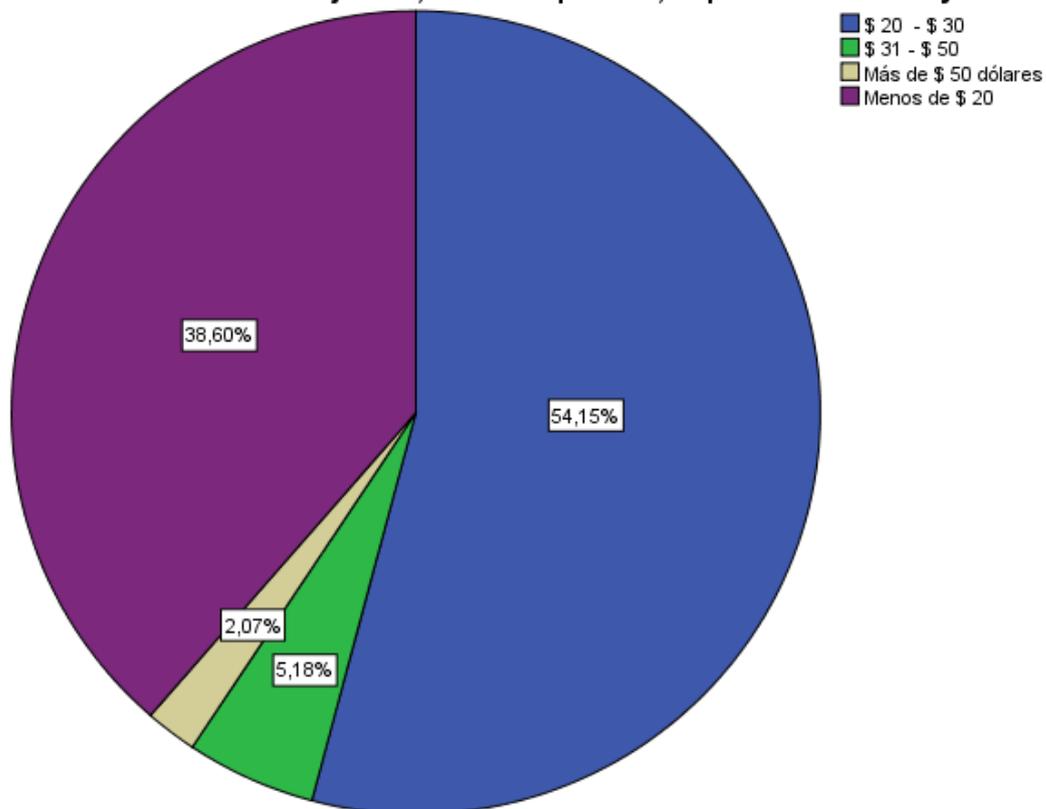
¿Qué tipos de servicios le gustaría que brinde la Hacienda Turística para complementar su oferta?



**Figura 13** Tipos de servicio a brindarse en la Hacienda Turística  
**Fuente:** Los autores (2021)

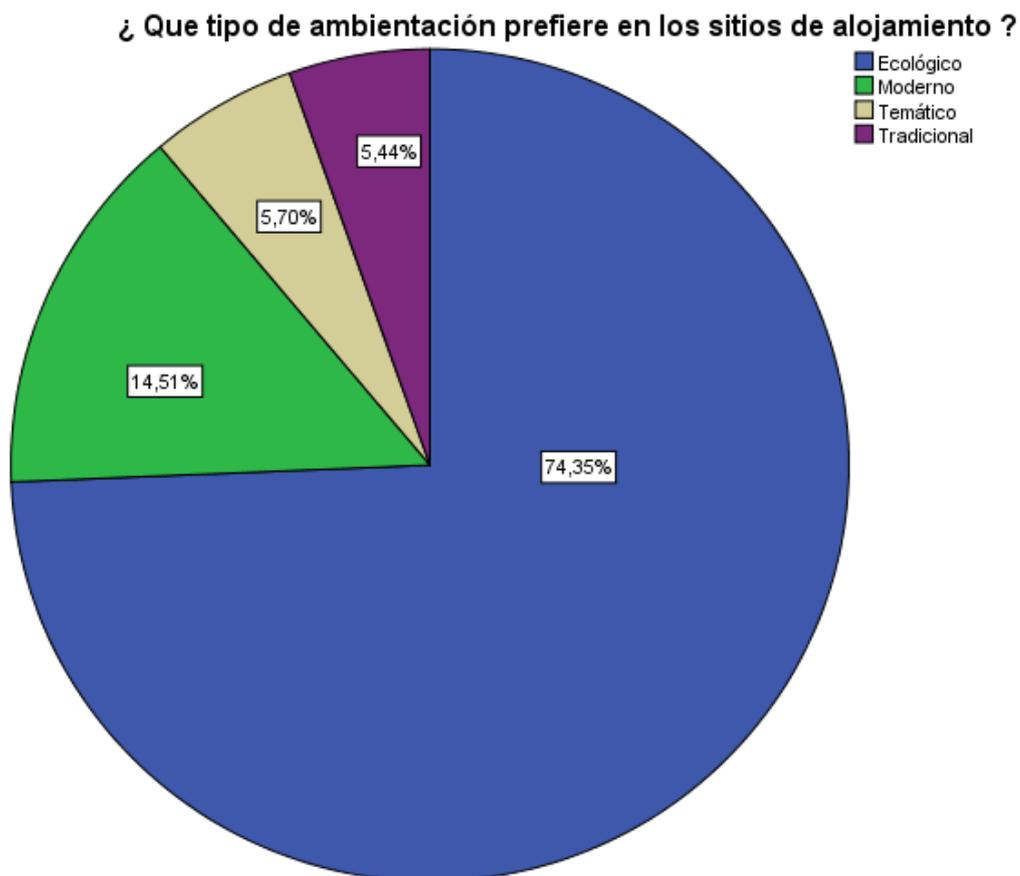
Las actividades que se pueden implementar como parte de los servicios adicionales en el emprendimiento sería de deportes extremos por delante de opciones como la resbaladera más larga o zonas húmedas.

¿ Cuanto estaría dispuesto a pagar por los servicios complementarios, tales como: áreas de relajación, áreas de piscina, deportes extremos y más?



**Figura 14** Consideración de precios por servicios complementarios  
**Fuente:** Los autores (2021)

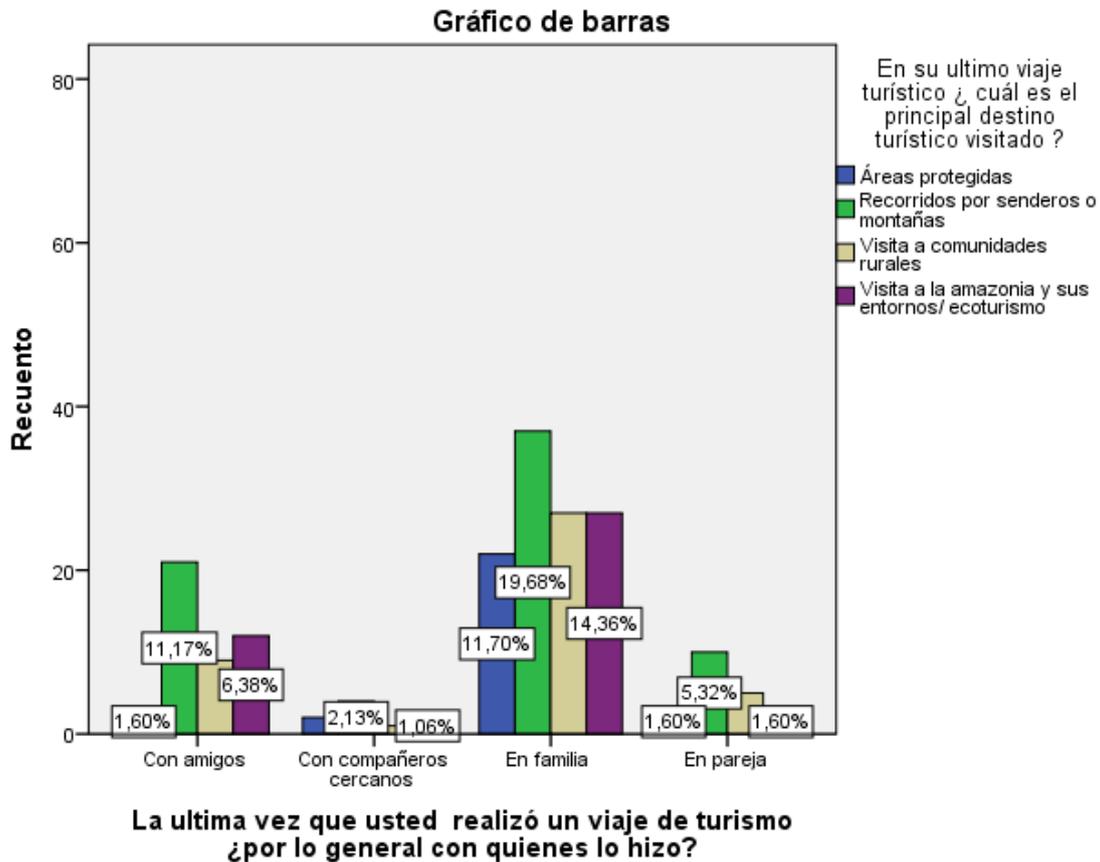
En la presente pregunta se encuentra relacionada con la pregunta anterior y se plantea sobre el monto de dinero que estaría dispuesto a gastar por el servicio complementario antes mencionado de las personas encuestadas dando un resultado que estarían dispuesto a pagar por este servicio entre \$20 y \$30 dólares, precio que podría variar dependiendo de la actividad que se vaya a terminar implementando tomando en cuenta el rango de precio sugerido por los encuestados.



**Figura 15** Tipo de ambientación  
**Fuente:** Los autores (2021)

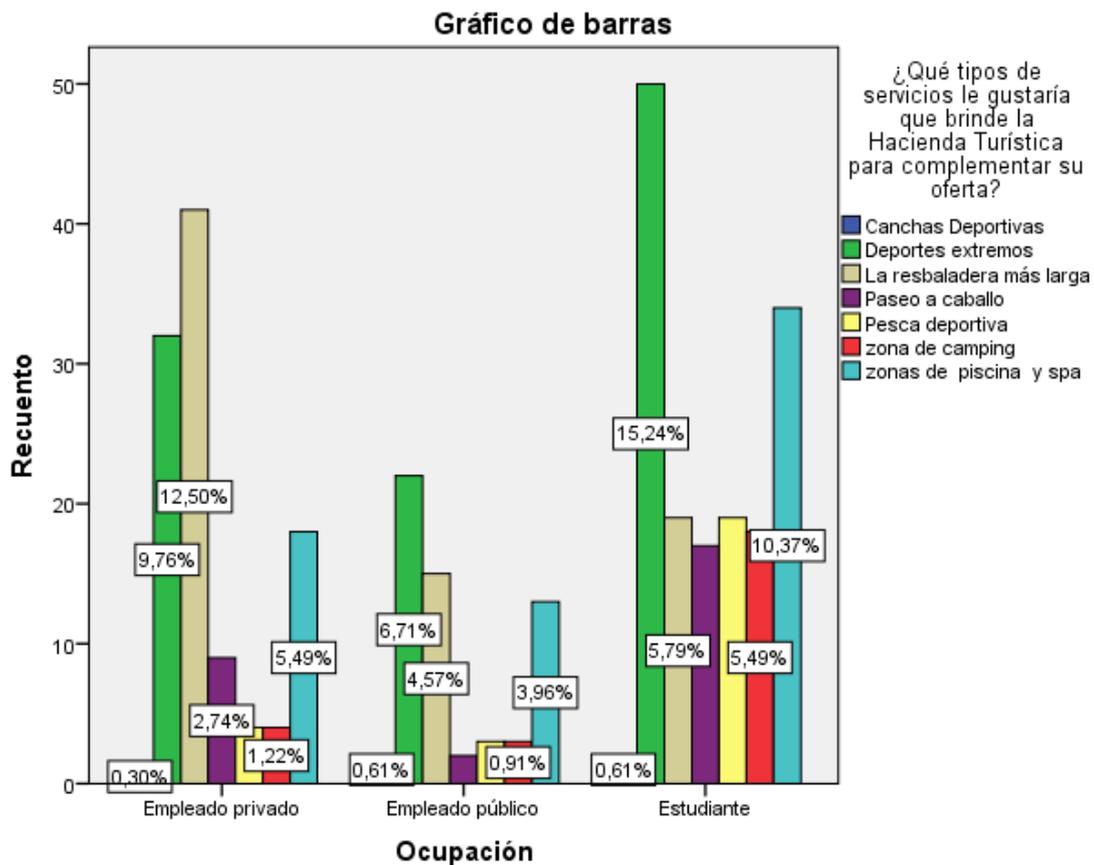
La preferencia que tienen los encuestados respecto con el tipo de ambientación que desearían se implemente en el emprendimiento, es de un hospedaje con estilo ecológico por delante de opciones como moderno o tradicional, esto puede ser a que al escuchar el nombre de hacienda turística se le puede venir a la mente un estilo más apegado a la naturaleza.

## Cruce de variables



**Figura 16** Cruce de Variables: Preferencia al momento de viajar  
**Fuente:** Los autores (2021)

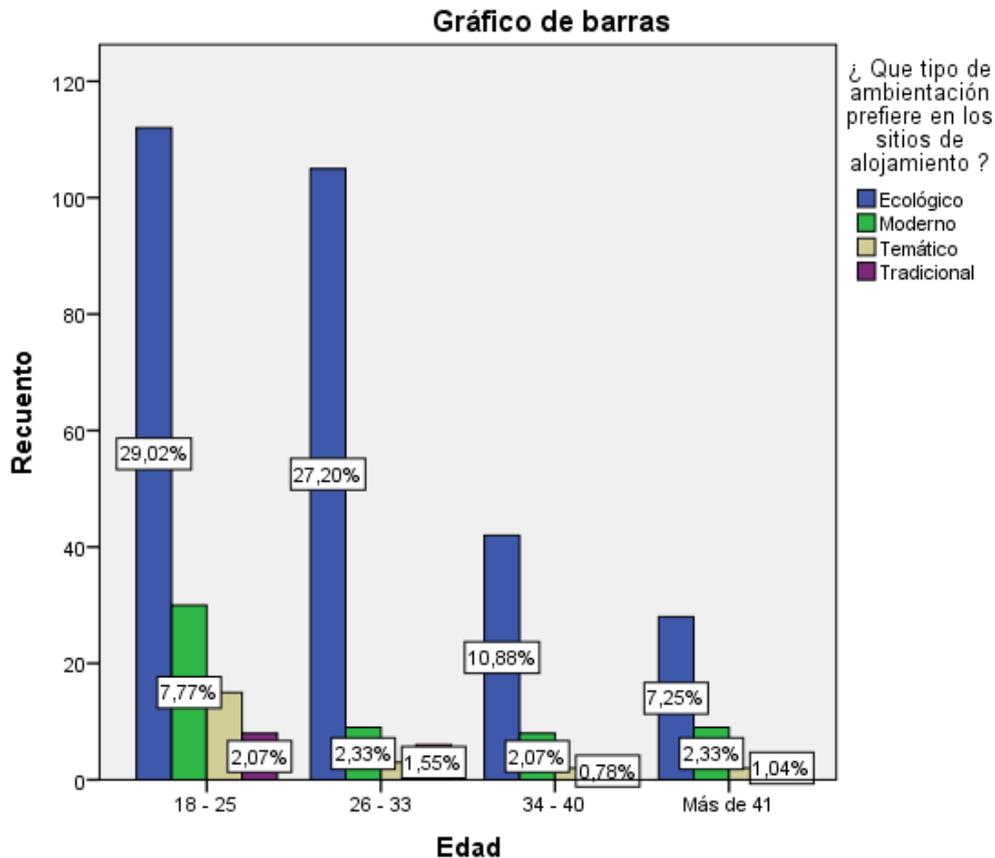
- Se lleva a cabo el cruce de variables referente a los acompañantes del último viaje con los principales destinos turísticos elegidos, tomando en cuenta que el emprendimiento se va a realizar en la Amazonía se enfocara en la opción de visita a la Amazonía la cual tiene mayor acogida en grupos de visitantes que van en familia de todos los encuestados también se brindara un servicio de recorridos en senderos lo cual se ve que es de interés para grupos que van con amigos. No obstante, las personas que visitan comunidades rurales en familia y con amigos forman una mayoría, lo que resulta beneficioso para el emprendimiento.



**Figura 17** Cruce de Variables: Tipos de servicios a brindarse en la Hacienda Turística  
**Fuente:** Los autores (2021)

- En este caso la Hacienda Turística ofrecerá servicios complementarios como canchas deportivas, deportes extremos, la resbaladera más larga, paseo a caballo, entre otras. Por otra parte, la ocupación que puedan tener los potenciales clientes puede definir el comportamiento de consumo, como se ve en las barras es notorio que por parte de los estudiantes el consumo va hacer hacia los deportes extremos, tomando en cuenta que son jóvenes se inclinan por nuevas experiencias por lo optan por este tipo de deportes, a su vez el empleado público por motivo de salir de su rutina diaria, busca alternativas como experiencias diferentes como la que se oferta.
- Entre otras actividades que tiene acogida es la resbalara más larga en donde atrae más esta opción al empleado privado ya que ellos pueden estar acompañados por sus familias. Entre otras opciones que se puede

notar que tiene aceptación es la de las zonas de piscina ya que esta vendría hacer una gran opción para relajarse.



**Figura 18** Cruce de Variables: Tipo de ambientación

**Fuente:** Los autores (2021)

- En este punto para definir el comportamiento de consumos se cruzó las variables de edad con la de preferencias de la ambientación en donde se puede apreciar que la mayoría de encuestados escogen que tenga un estilo ecológico, ya que al ser una Hacienda Turística se relaciona con la naturaleza por lo que es normal que la tabulación dé un resultado de este tipo, como segunda opción en todos los rangos de edad han escogido un estilo moderno lo cual es importante ya que con todos los nuevos avances en la tecnología los turistas también puede buscar que se utilice nuevas formas de brindarle una experiencia innovadora y moderna en los lugares de alojamiento.

## **Análisis**

Se puede concluir que las personas con un rango de edad de entre 26 – 33 y 34 – 40 es decir familias que tienen una gran preferencia por movilizarse en lugares un poco apartadas o rurales que brinden una nueva experiencia como lo es el de los deportes extremos entre otros y en conjunto con la naturaleza del entorno. Con un tiempo de permanencia de una a dos noches, mismos que pagarían un monto de entre 20 – 30 dólares como máximo y menos de 20 dólares como mínimo, viéndolo desde ese punto de vista factible para el proyecto. Así mismo las actividades complementarias para acompañar dicho servicio de alojamiento son las actividades de deportes extremos para el disfrute de los familiares que se atrevan a realizarlo y de igual manera las personas que viajan entre amigos.

### **3.1.4. Segmentación de mercado**

En una investigación realizada por Galán (2015) expresa que:

La segmentación de mercado es un proceso de marketing mediante el que una empresa divide un amplio mercado en grupos más pequeños para integrantes con semejanzas o ciertas características en común. Una vez dividido el público objetivo, será más sencillo elaborar una estrategia de marketing más efectiva para cada grupo en cuestión. De esta manera, se focaliza el esfuerzo y el trabajo logrando reducir el coste, en comparación con una campaña enfocada a un público mayor y más heterogéneo. Además, el resultado suele ser más rápido y satisfactorio. (pág. 4)

Es una estrategia utilizada ya sea por empresas grandes o pequeñas ya que no es posible atraer a un gran número de clientes por llamarlos de cierta manera, se focalizan en los más primordiales, es decir los potenciales clientes que podrían tener las empresas. Una de las formas de segmentación es permitir que los consumidores prueben primero sus productos para que después puedan dar un veredicto de ello y así establecerlo de una mejor manera.

De acuerdo a lo establecido por la información obtenida en las encuestas, se dará a conocer las características en cuanto a la edad, el género, ocupación y condiciones socio demográficas del turista que ingresa o visita el cantón de Lago Agrio, teniendo como referencia al proyecto en el recinto Luz y Vida. De esa manera determinar el perfil del turista posible que se podría obtener en el establecimiento.

**Tabla 1**  
Segmentación de mercado

HACIENDA TURÍSTICA CON CABAÑAS TIPO CHALETH PARA REVALORIZAR LAS ACTIVIDADES RURALES EN EL RECIENTO LUZ Y VIDA, CANTÓN LAGO AGRIO, SUCUMBÍOS – ECUADOR

	<i>Variable</i>	<i>Número</i>	<i>Porcentaje</i>
<i>País:</i>	Ecuador	1.032.503	100%
<i>Región:</i>	Amazonia	200.435	45.5%
<i>Provincia:</i>	Sucumbíos	168.136	5%
<i>Ciudad:</i>	Lago Agrio	118.030	45,5%

*1er Resultado: 118.030 turistas del total*

	<i>Variable</i>	<i>Número</i>	<i>Porcentaje</i>
<i>Género:</i>	Masculino/Femenino	363	88.4%
<i>Edad:</i>	26 – 40	179	43.2%
<i>Estado civil:</i>	Solteros	248	64%
<i>Ocupación:</i>	Empleado Privado/Estudiante	268	65%
<i>Instrucción:</i>	Tercer nivel	261	68%
<i>Ingresos:</i>	\$ 100 - \$ 400	224	55.4%

*2do Resultado: 224 personas que viven en la ciudad de Lago Agrio, de 26 a 40 años de edad que son solteros, que son empleados privados y ganan entre los \$ 100 y 400 dólares.*

<i>Variable</i>		<b>Número</b>	<b>Porcentaje</b>
Nivel Socioeconómico	Medio – bajo	386	73%

*3er Resultado: personas que viven en la ciudad de Lago Agrio, de 26 a 40 años de edad que son solteros, que trabajan y ganan entre \$100 y 400 dólares y que pertenecen a un nivel socioeconómico medio – bajo*

<i>Variable</i>		<b>Número</b>	<b>Porcentaje</b>
Aspectos importantes al momento de contratar un servicio	Que tenga variedad en los servicios que ofrece	265	68.4%

*Mercado meta: 265 personas, de 26 a 40 años de edad que son solteros, que trabajan y ganan entre \$100 – 400 dólares, que pertenecen a un nivel socioeconómico medio - bajo y que les gusta que el establecimiento tenga una variedad en los servicios que ofrece.*

**Fuente:** Los autores (2021)

### **3.1.5. Clientes**

De acuerdo a las personas que se ha encuestado se ve una clara motivación de salir de su lugar habitual a visitar lugares naturales, más que todo en familia en donde por gasto promedio es de entre 100 a 400 dólares, su permanecía para ellos es aproximadamente de tres días y dos noches en donde se ve resaltado una gran importancia por deportes extremos que se encuentran en entornos naturales.

### **3.1.6. Análisis de la demanda**

Según David Torres (2020) en su investigación sobre el análisis de la demanda para diferentes sectores en la industria: El análisis de la demanda es el proceso de entender la demanda de los consumidores hacia un producto o servicio en un mercado objetivo. Las técnicas de análisis se utilizan para abrir camino a un mercado exitosamente y generar los resultados esperados” “ (pág. 2).

Tomando los datos proporcionados realizados previamente en la encuesta y muestra de los mismos, se procede a realizar la demanda potencial.

**Tabla 2**

Análisis de la demanda

Población mercado objetivo de la provincia de Sucumbíos	168.136
% de intención de compra del producto	75%
Demanda potencial	12.610

*Fuente: Los autores (2021)*

### **3.1.7. Análisis de la oferta**

El sector de alojamiento en el cantón Lago Agrio según la investigación realizada, refleja que la mayoría de los establecimientos no cuentan con una estrategia promocional. Esto se debe principalmente al no aprovechamiento de oportunidades dentro de tendencias actuales del mercado turístico.

Pese a ello los establecimientos competidores que se encuentran cercanos al recinto Luz y Vida del cantón Lago Agrio:

**Tabla 3**

Análisis de la oferta

Nombre	Tipo	Ubicación	Cantidad de habitaciones	Cantidad de turistas anuales	Estrellas
Gran hotel de Lago	Hotel	Lago Agrio	110	3600	5
Hotel Arazá	Hotel	Lago Agrio	30	2160	3

La Quinta Hacienda	Vía General	8	180	3
Primavera	Farfán Km 8			

*Fuente: Los autores (2021)*

### **3.1.8. Demanda insatisfecha**

Se llama demanda insatisfecha a la cantidad de bienes o servicios que es probable que el mercado consuma o demande en los siguientes años y no exista suficiente oferta que satisfaga esta necesidad. O simplemente la oferta de dicho producto no cumpla con la calidad de satisfacer al demandante (Diego, 2016).

**Tabla 4**

Demanda insatisfecha

Año	Demanda potencial	Competencia	Demanda insatisfecha
Año 1	12.610	1.980	10.630

*Fuente: Los autores (2021)*

### **3.1.9. Demanda objetiva**

Según Peiró (2017) “El mercado objetivo es aquel grupo de destinatarios al que va dirigido un producto o servicio concreto. En sus orígenes, los mercados objetivos eran grupos de individuos que se agruparon por edad, género o perfil social”. (pág. 1)

**Tabla 5**

Demanda objetiva

Año	Demanda insatisfecha	Demanda objetiva
Año 1	10.630	5.209

## 3.2. Estudio Técnico – Administrativo

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

En el presente estudio de localización del presente proyecto tiene como finalidad encontrar la ubicación más ventajosa y beneficiosa tanto macro como micro de la ubicación de la Hacienda turística Luz y Vida tanto como el tipo de lugar como el estado de las vías, para así cubrir las exigencias y requerimientos de los mismos.

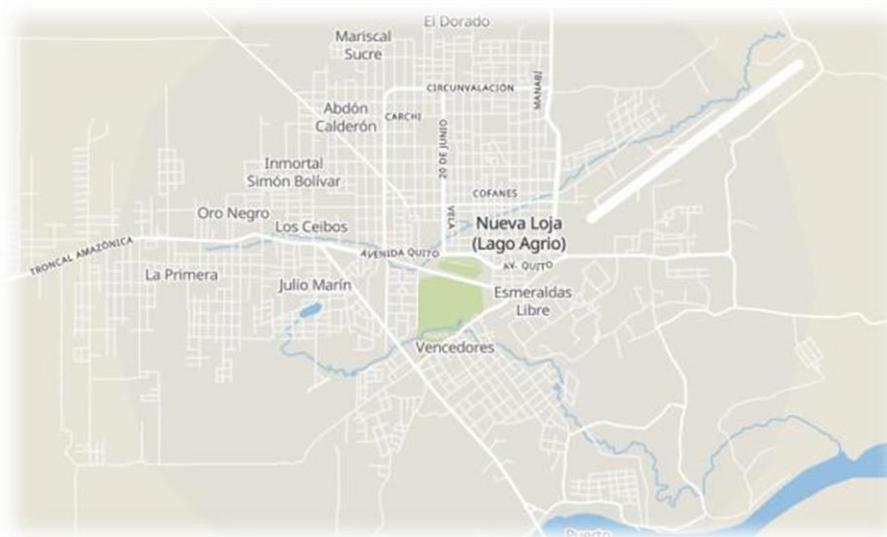
#### 3.2.1.1. Macro localización

Los siguientes factores que se han tomado en cuenta al momento de la decisión de donde estará el establecimiento, en este caso la Hacienda Turística en la provincia de Sucumbíos, cantón Lago Agrio recinto Luz y Vida.



**Figura 19** Macro localización – Ecuador

**Fuente:** Landvierw (2021)



**Figura 20** Macro localización – Sucumbíos

**Fuente:** Landvieww (2021) ArcGIS

- Tipo de lugar

Tomando como referencia base la investigación realizada previamente, se concluyó que el cantón Lago Agrio y en específico el recinto no cuenta con un establecimiento turístico que brinde los servicios que se pretende implementar con la Hacienda Turística ya que la mayoría de las Haciendas son más enfocadas al agro y no a dar esta clase de servicios que son beneficioso tanto para la localidad como a nivel nacional e internacional.

- Estados de las vías de comunicación

La vía principal de acceso al cantón sería la carretera de la troncal amazónica que vendría hacer la E45, que se encuentra en medianas condiciones ya que a la altura del kilómetro 134 aproximadamente. Existe un problema por el socavón y erosión del río quijos lo que ha provocado que construyan nuevas variantes a la carretera original para el paso de los vehículos. Desde la ciudad de Quito son 293 kilómetros aproximadamente.

También existe la carretera transversal norte E20 por donde se puede llegar al cantón pasando por otras ciudades orientales como lo son el Loreto y el Coca. Por último, se tiene al acceso por el cantón Julio Andrade de la provincia del

Carchi con aproximadamente 234 kilómetros en una vía en partes de segundo orden.

- Servicios

En el cantón Lago Agrio cuenta con todos los accesos a suministros de servicios básicos de manera estable, esto significa, energía eléctrica, agua potable, comunicación telefónica y acceso a internet. Por otra parte, el recinto Luz y Vida cuenta con una comunicación telefónica intermitente en ciertas partes, esto principalmente al sector boscoso que en donde se encuentra y falta de una antena repetidora de señal.

### 3.2.1.2. Micro localización



**Figura 21** Ubicación de la Hacienda Turística

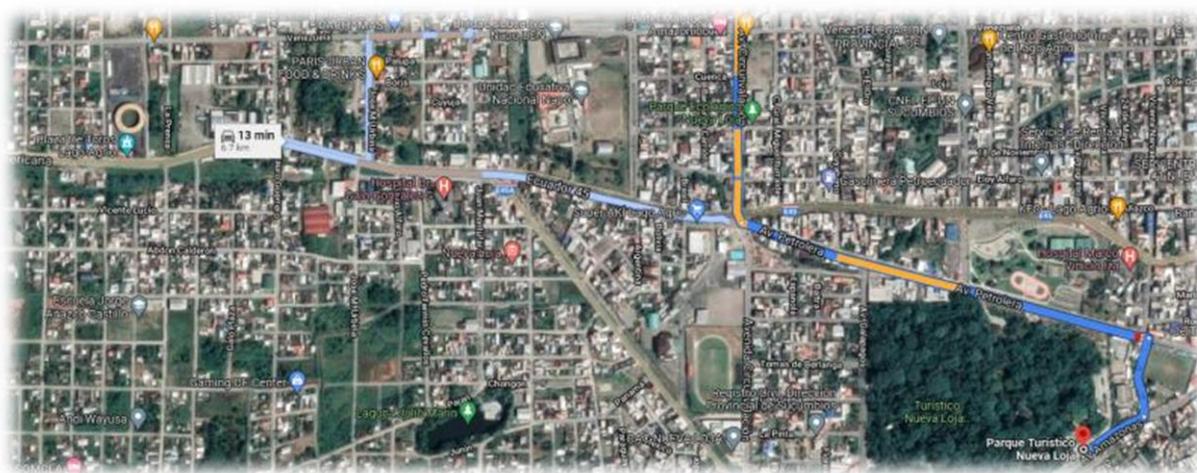
**Fuente:** ArcGIS (2021)

La Hacienda Turística estará ubicado en la provincia de Sucumbíos, cantón Lago Agrio, recinto Luz y Vida kilómetro 12 margen izquierdo de la vía Lago Agrio – General Farfán.

## Itinerario

- **Días ideales del paquete:** jueves, viernes y sábado.
- **Lugar:** Provincia de Sucumbíos (Lago Agrio y sus alrededores)
- **Hora de salida:** 9:30
- **Carácter:** Histórico, cultural, natural y aventura.
- **Actividad:** City tour (Ibarra); senderismo ruta por el parque recreativo o parque perla (Lago Agrio – Barrio el Cisne.)

## Mapa



**Figura 22** Localización del parque turístico (Lago Agrio)

**Fuente:** Argis y sus capas vistas 2d (2021)



**Figura 23** Localización del parque perla (Lago Agrio)

**Fuente:** Argis y su capa satélite 3d (2021)



**Figura 24** Logotipo del proyecto

**Fuente:** Los autores (2021)

## Tabla 6

### Itinerario - Hacienda Turística

#### Día uno

Fecha: .....

Hora	Actividad	Lugar
9:30	Concentración de grupo y Salida	Hacienda Luz y Vida
10:30	Llegada y bienvenida del grupo	Parque turístico
11:00	Inicio del recorrido	
12:15	Punto de descanso	

12:30	Llegada a la zona de artesanías y fotos	
13:00	Salida del parque	Centro de interpretación del parque recreativo
13:20	Almuerzo	Kucha caiman
14:25	Visita parque centra	Centro de la ciudad
15:45	Retorno	Hacienda Luz y Vida
19:00	Cena	Hacienda Luz y Vida

## Día dos

Fecha: .....

Hora	Actividad	Lugar
8:00	Desayuno	Hacienda Luz y Vida
9:15	Recorrido por el Museo de la ciudad	Museo de la casa de la cultura (Lago Agrio)
11:00	Registro de pasajeros	Llegada al parque perla
11:25	Inicio del recorrido sendero de los monos	Parque perla
16:00	Llegada al otro lado de la laguna	Estación parque perla
16:20	Llegada a la hacienda	Hacienda Luz y Vida
18:30	Cena	Hacienda Luz y Vida
20:00	City by night	Ciudad de Lago Agrio

## Día tres

Fecha: .....

Hora	Actividad	Lugar
6:00	Recorrido Ruta de observacion de aves	Hacienda Luz y Vida
10:00	Desayuno	Hacienda Luz y Vida
11:30	Visita al cafetal y plantación de cacao	Hacienda Luz y Vida
13:00	Preparación de chocolate y café late (chocolate y café de aroma)	Hacienda Luz y Vida

14:00	Almuerzo	Hacienda Luz y Vida
15:15	Visita a un taller de artesanías	Hacienda Luz y Vida
17:30	Fin del recorrido	Hacienda Luz y Vida

**Fuente:** Los autores (2021)

### **Descripción de la prestación del servicio**

El principal objetivo de la Hacienda es revalorizar las actividades tanto rurales como actividades de recreación para que de esa manera fortalecer la economía tanto de las personas del recinto como del cantón, sin dejar de lado a las comunidades Kichwa amazónicas más cercanas que se podrían vincular, en este sentido ellos también forman parte del involucramiento a la prestación de servicios. La Hacienda está dirigida a familias y personas entre los 26 a 40 años de edad, con unos ingresos aproximados de 100 a 400 dólares americanos, que pertenecen a un nivel socioeconómico medio – bajo que serían turistas que prefieren estar en un entorno natural con las comodidades suficientes pertinentes.

Dentro de las actividades que oferta la Hacienda son:

- Caminatas por el sendero principal.
- Cabalgatas.
- Observación de aves.
- Deportes extremos (Paint ball).
- Recolección de alimentos orgánicos como café, cacao, papaya y demás frutas que están sembradas en el área.
- Elaboración de vasijas de barro.
- Comida típica

Los precios de las habitaciones serían:

- Habitaciones simples \$ 40
- Habitaciones dobles \$ 60

- Habitaciones triples \$ 80
- Habitaciones matrimoniales \$ 120

Adicionales serian:

- Desayunos \$ 3.50
- Almuerzos \$ 6.50
- Cenas \$ 7.50

Deportes extremos \$ 10 - \$ 20 dólares dependiendo la elección.

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

**Tabla 7**

Procedimiento técnico

Estado inicial	Proceso transformador	Producto final
Insumos	<b>Procesos</b>	<b>Productos</b>
Terreno total con una extensión de 60 hectáreas. (propietario)	Planificación y diseño	Alojamiento
	Movimiento de suelos	Restauración
	Excavación (infraestructuras)	Zona de piscina
	Construcción	
	Equipamiento y montaje	
Financiamiento	<b>Equipo productivo</b>	<b>Subproducto</b>
(Banco Pichancha)	Maquinaria pesada.	Deportes extremos
	Muebles para las acomodaciones.	Cabalgatas

Equipos de cocina	Observación de aves
Electrodomésticos	Caminatas (senderismo)

Equipos de construcción

### **Organización**

Topógrafo

Arquitecto

Maestro de la obra

Albañiles

Carpintero

Electricista

**Fuente:** Los autores (2021)

## **3.2.2. Ingeniería del proyecto**

### **3.2.2.1. Capacidad Instalada**

En la capacidad instalada la Hacienda Luz y Vida tendrá varias zonas, una de las primeras es la zona de recepción que claramente será la que primordialmente llame la atención ya que también estará incluida la tienda de productos, la zona de área húmeda donde estará la piscina un pequeño bar y el gimnasio para las personas que lo requieran, la zona de los senderos en donde empiezan los recorridos, la zona de las cabañas tipo chalet para los visitantes que deseen hospedarse. En si la capacidad de las instalaciones son las mas optimas debido a que el entorno en de gran amplitud para la construcción de las mismas.

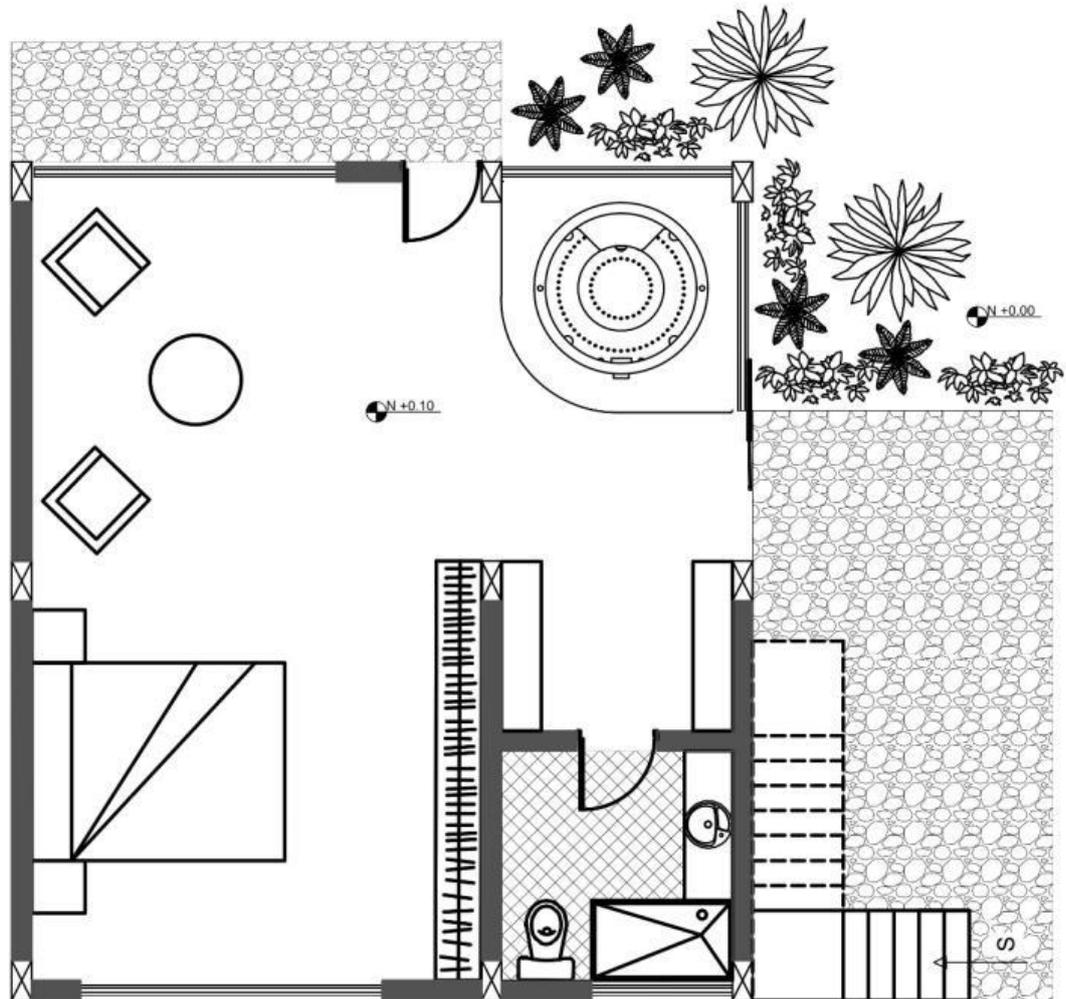
### **3.2.2.2. Distribución de la planta**

La Hacienda Turística estará conformada por 11 cabañas construidas con madera, teja y demás instrumentos para las cabañas en los árboles y ladrillo visto, cemento para las infraestructuras que están a nivel del suelo.

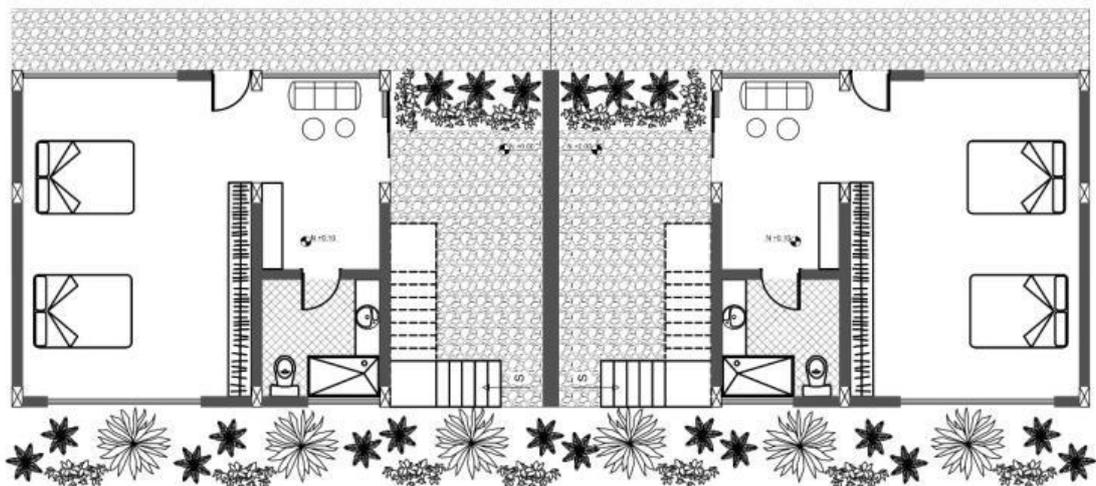
- Cabaña 1: recepción y tienda de productos locales
- Cabaña 2: restaurante y bar
- Cabaña 3: bodega
- Cabaña 4: dos habitaciones dobles
- Cabaña 5: dos habitaciones dobles
- Cabaña 6: tres habitaciones triples
- Cabaña 7: tres habitaciones triples
- Cabaña 8: una habitación matrimonial
- Cabaña 9: una habitación matrimonial
- Cabaña 10: dos habitaciones simples
- Cabaña 11: dos habitaciones simples
- Zona exclusiva de parqueo

El número de personal que estará laborando en la Hacienda Turística será de catorce personas siendo estos: el administrador, un recepcionista, dos camareras, un mantenimiento, un chef, un ayudante de cocina, un bar tender, dos meseras, dos guías, dos miembros de seguridad.

### 3.2.2.3. Diseño planimétrico de la planta

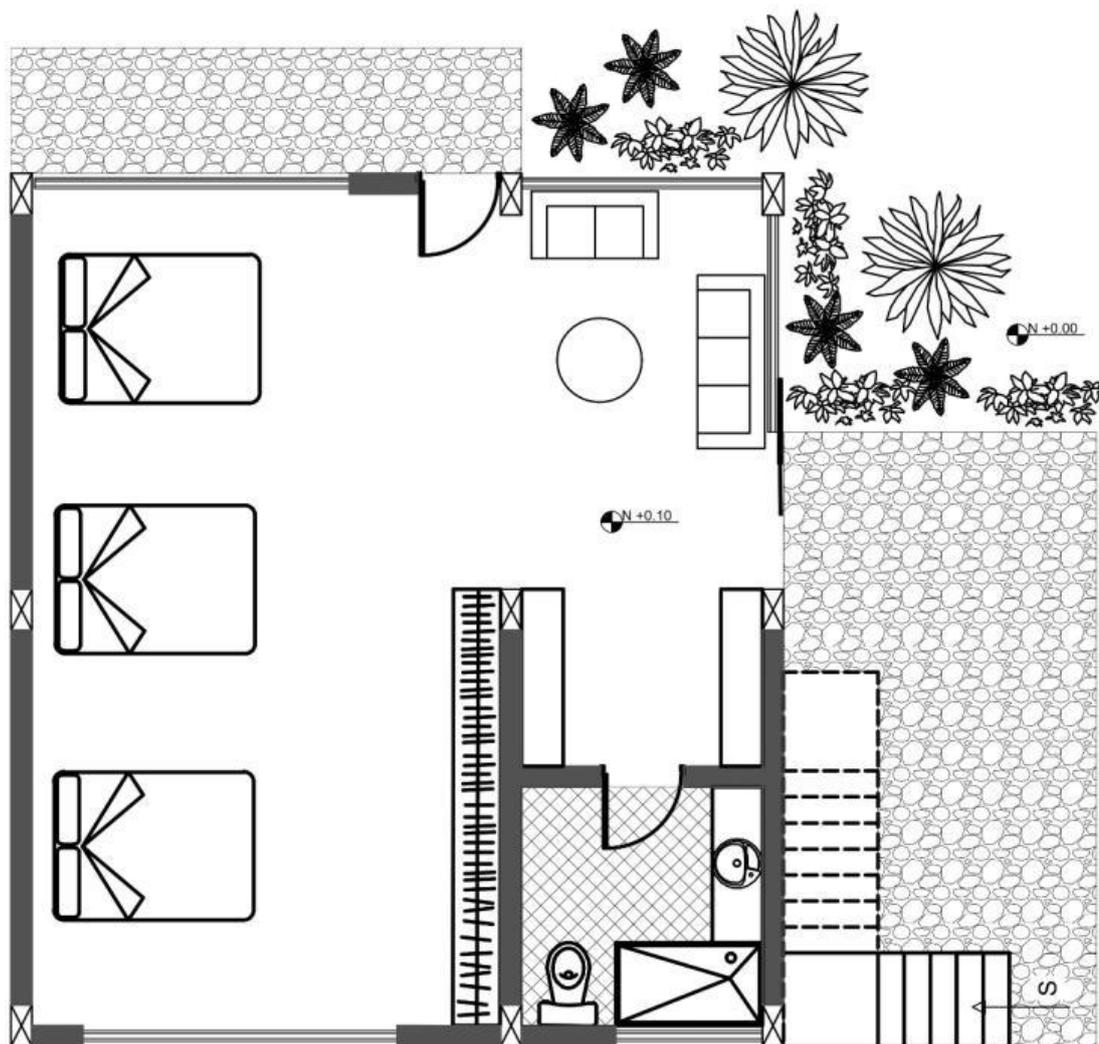


**Figura 25** Planos Hacienda Turística - Habitación simple  
**Fuente:** Los autores (2021)



**Figura 26** Planos Hacienda Turística - Habitación dobles

Fuente: Los autores (2021)



**Figura 27** Planos Hacienda Turística - Habitación triple

Fuente: Los autores (2021)

#### 3.2.2.4. Requerimientos por áreas.

**Tabla 8**

Requerimiento recepción

Cantidad	Detalle	Costo unitario	Costo total
2	Mostrador	\$ 90	\$180
10	Telefonía Fija	\$ 30	\$300
1	Timbre Campana	\$ 3	\$3

1	Computadora	\$460	\$460
1	Datafast	\$120	\$120
18	Basurero	\$25	\$450
1	Sistema de facturación	\$28	\$28

Fuente: Los autores (2021)

**Tabla 9**

Requerimientos restaurante y bar

<b>Cantidad</b>	<b>Detalle</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo Total</b>
2	Cocina Industrial	\$245	\$490
1	Congelador	\$279	\$279
1	Campana extractor de olores	\$69	\$69
1	Microondas	\$79	\$79
1	Refrigerador	\$389	\$389
2	Cafeteras	\$34	\$68
1	Batidora	\$47	\$47
1	Balanza eléctrica	\$13	\$13
50	Cuchara sopera	\$9	\$45
40	Cuchara de postre	\$8	\$32
30	Cuchillo	\$10	\$30
50	Tenedor	\$9	\$45
40	Plato Base	\$8	\$32
40	Plato Sopa	\$30	\$120
40	Plato postre	\$1	\$40
30	Platos 8"	\$13	\$39
60	Vasos	\$1	\$60
20	Tazas	\$1	\$20
9	Jarras plástico	\$2	\$18

25	Vasos Shots	\$7.50	\$30
15	Copas Margarita	\$1.75	\$26.25
15	Copas Martini	\$2.55	\$10.2
25	Copas Vino	\$5	\$125
30	Vasos Cerveceros	\$2.82	\$11.28
6	Jarras vidrio	\$2.48	\$17.36
6	Bandejas Para Servir	\$2.30	\$13.83
7	Sartenes	\$12	\$84
4	Juegos De Ollas	\$20	\$80
5	Coladores	\$2	\$10
5	Tablas De Picar	\$7	\$35
3	Ralladores	\$3.75	\$11.25
5	Cucharones	\$4.25	\$21.25
3	Ollas Presión	\$39	\$117
4	Batidores De Alambre	\$ 1.75	\$8.50
9	Bowl	\$2.60	\$25.75
2	Dispensadores De Gel Y Jabón	\$3.49	\$6.89
2	Fregadero Lavaplatos	\$140	\$280
3	Focos Cocina	\$ 2.15	\$6.90
4	Tanque De Gas	\$40	\$160
3	Cocteleras	\$19	\$448
1	Escarchador	\$ 1.50	\$1.50
2	Sacacorchos	\$3.75	\$6.75
2	Destapadores	\$2	\$4
8	Mesas	\$42	\$346
30	Sillas	\$37	\$450
3	Sillas Bebé	\$ 60	\$120
1	Barra	\$130	\$130

5	Sillas Barra	\$60	\$60
4	Sofás	\$119	\$220
1	Micrófono	\$26	\$26
2	Parlantes	\$69	\$138

**Fuente:** Los autores (2021)

**Tabla 10**  
Requerimiento habitaciones

Cantidad	Detalle	Costo unitario	Costo total
10	Camas plaza y media	\$188	\$1.692
12	Colchón plaza y media	\$139	\$1.390
4	Literas	\$280	\$2.510
18	Protectores de colchón	\$17	\$357
36	Sábanas	\$14	\$504
36	Cobijas	\$5	\$180
36	Cubre camas	\$6	\$216
35	Almohadas	\$3.33	\$239.76
10	Tapetes	\$3.99	\$39.99
18	Toldos	\$8	\$144
10	Cortinas	\$14	\$140
36	Toallas	\$5	\$180
10	Juegos de baño	\$14.75	\$147.5
10	Espejos	\$19.80	\$79.2
10	Duchas	\$24.99	\$174.93
50	Focos	\$4.40	\$220
10	Veladores	\$39	\$429
20	Lámparas	\$10.25	\$205

**Fuente:** Los autores (2021)

**Tabla 11**

Requerimiento en deportes extremos

Cantidad	Detalle	Costo unitario	Costo total
10	Marcadoras	\$290	\$2900
12	Mascaras Facial	\$10	\$120
300	Bolas de pintura	\$1	\$300
10	Cargador de bolas de pintura (hopper)	\$130	\$1300
12	Protector para el torso	\$50	\$600
12	Overol	\$13.50	\$162
10	Obstáculos de aire	\$ 8	\$80
3	Red para campos de paintball	\$45	\$135

Fuente: Los autores (2021)

**Tabla 12**

Requerimiento venta de productos locales

Cantidad	Detalle	Costo unitario	Costo total
6	Repisas	\$6	\$42
6	Estanterías de madera	\$65	\$390
6	Repisas Colgantes	\$9	\$54
2	Lámparas	\$10.25	\$20.50
4	Focos	\$4.40	\$17.6

Fuente: Los autores (2021)

**Tabla 13**

Requerimiento bodega

Cantidad	Detalle	Costo unitario	Costo total
3	Anaqueles 6X1.8	\$75	\$225
2	Focos	\$2	\$4

**Fuente:** Los autores (2021)**Tabla 14**

Requerimiento Área de Piscina

Cantidad	Detalle	Costo unitario	Costo total
10	Toallas	\$ 5	\$50
3	Mesas	\$42	\$126
4	Parasol	\$95	\$380
8	Sillas	\$37	\$296
10	Cestas	\$5	\$50
4	Repisas Metálicas	\$9	\$36

**Fuente:** Los autores (2021)

### ***3.2.3. Identificación y descripción de los procesos***

#### **3.2.3.1. Caracterización y diseño del proceso**

La Hacienda Turística ofrecerá servicios tanto de alojamiento como de recreación en el cantón Lago Agrio. Los atractivos principales en esta región son muy diversos ya que consta de ríos, lagunas y su clima cálido lo hacen maravilloso para la relajación en un entorno natural, la variedad de especies de flora y fauna y no menos importante los paisajes que se puede encontrar característicos de la amazonia fundamentales para muchas personas.

La Hacienda ofrecerá servicios de alojamiento, restaurante, bar, piscina, áreas verdes para los deportes extremos, venta de productos locales.

La construcción de las cabañas serán once distribuidas debidamente en los árboles y a nivel del suelo tendrá habitaciones simples, dobles, matrimoniales y triples. En donde los materiales para la construcción de ellas serán madera como peine de mono, aguanillo por su durabilidad, tejas o Eternit para el techo, largueros de metal como base hasta la cabaña. Una de las características que se ofrecerá es el confort y la tranquilidad del lugar que estaría diseñado con el objetivo de satisfacer las necesidades de los clientes que buscan un descanso y estar en armonía con lo natural y desconectarse por un momento de la ciudad y su ajetreada convivencia. Las personas que brindan los servicios serán los moradores del recinto en su mayoría y de la ciudad de Lago Agrio, para que así se pueda añadir valor a la experiencia del turista a través de quienes valoran los conocimientos y practicas ancestrales. Las diferentes decoraciones de la habitaciones también dan ese añadido al emprendimiento siendo este una vista maravillosa tanto por dentro como por afuera, cabe tener en cuenta que las cabañas tendrán ese estilo único del chalet con iluminación justa y adecuada para las personas que se hospeden, el diseño ecológico es un ámbito multifacético que abarca la arquitectura ecológica, la agricultura sostenible y claramente la ingeniería ecológica, en donde la restauración del medio ambiente y un desarrollo regenerativo que pueden sostener el diseño ecológico y asegurar las condiciones necesarias para que todos los clientes estén satisfechos, con el ambiente que vienen a relajarse y calmarse en un ambiente totalmente natural.

En la parte de gastronomía se ofrecerá tanto platos típicos de la zona como en base de pescado y otras especies autóctonas de la amazonia que serán preparadas con los estándares más adecuados para los clientes, también platos a la carta y una variedad de bebidas tanto frías como calientes como el chocolate hecho a mano.

En lo que son zonas húmedas el complejo contará con una piscina amplia que pueda abastecer la afluencia de turistas que se espera recibir en la temporada alta, de igual forma esta área se encontrará abastecida de todos los artículos necesarios con la finalidad de dar una buena experiencia al visitante, articulo como sillas en donde se podrán relajar los visitantes, mesas con parasoles para cubrirse del sol en las horas en que pega más fuerte el sol, toallas necesarias

para que los turistas puedan secarse y trasladarse tanto a sus habitaciones o a las áreas de alimentación y distracción.

Existirán zonas en donde se ofertarán actividades de recreación en donde se dividirá en deportes extremos como es el caso de actividades como paintball o la resbaladera más larga y actividades más suaves como caminatas por los senderos que cuenta la zona, con respecto a las actividades de deportes extremos como es el paintball esta área se encontrará delimitada por mallas que cubrirán los diferentes circuitos que se implementarán para que esta actividad resulte innovadora y no se vuelva monótona, es decir, se busca fomentar nuevas formas de juego con el objetivo de que esta actividad sea una de las causas por las cuales los visitantes escojan le complejo con delante de otras opciones, esta actividad tendrá las herramientas adecuadas como chalecos, cascos, visores y marcadoras con sus respectivas balas de pintura, los circuitos constaran de varios objetos los cuales le servirán al turista para cubrirse y el equipo contrario no le dispare, los juegos que se impulsara es robar la bandera el cual trata de que el quipo debe de trasladarse hasta la base del equipo contrario en donde cogerán la bandera y la llevaran hasta la base del equipo, en esta modalidad los participantes que son golpeados por las balas de pintura podrán revivir, es decir, el participante deberá levantarse con la mano levantada gritando herido y deberá regresar hasta el punto de partida de donde podrá volver al juego, otro de los juegos a implementar es el proteger al médico en donde se escoge una persona que será el medico siendo este el único participante del equipo que no podrá revivir, el objetivo de este juego es que el jugador escogido como médico debe ir a la base del equipo contrario y recoger el objeto para llevarlo a su base, otro de los juego a implementar es muerte súbita el cual trata de que los participantes no podrán revivir y de la misma forma como en el juego de roba la bandera los participantes que son golpeado deberán levantarse con la mano levantada y decir con voz fuerte herido pero con la diferencia de que este debe salir del circuito hasta que el uno de los dos quipos se quede sin participantes.

El otro deporte extremo a realizarse en la hacienda es la resbaladera más larga la cual será elaborada con materiales resistente y que tengan larga duración, tomando en cuenta todas las normas y medidas de seguridad

adecuadas para la realización de esta actividad. Como material primordial para este es el de láminas de acero traslucidas, es decir para que tenga un mayor deslizamiento las personas de esta manera se precautela también para que los clientes no sufran algún corte por el material. Cabe tener en cuenta que este material estará en la intemperie y es de vital importancia que se utilice anti corrosivo para este tipo de material.

En las actividades ligeras se tiene las caminatas por los senderos en donde los turistas podrán apreciar los majestuosos paisajes que se pueden visualizar en el transcurso de las caminatas, estas caminatas será en dirección de la comunidad en donde se les dará una pequeña capacitación y se les mostrara a los visitantes el proceso de elaboración de las artesanías del lugar, también otra opción es trasladarse de la misma forma a la Fábrica de Panela en donde se mostrara los diferentes procesos que realizan hasta que se pueda producir la panela dándoles la opción al final de poder adquirir panela recién elaborada, otro de las alternativas de lugares a visitar es el Parque Recreativo Lago Agrio el cual se encuentra a unos 25 minutos de caminata desde el lugar que se ubicara la hacienda en donde se les explicara un poco sobre este lugar como que su ecosistema natural que es de gran interés en el sector educativo, el Parque Ecológico cuenta con un Bosque Protector y una laguna, en éste ecosistema habitan varias especies de aves como los tucanes, reptiles cerca de la ribera del río como es el caimán, o mamífero como la guatusa.

Como otra alternativa de lugar a visitar se encuentra la Laguna de Julio Marín la cual se encuentra ubicada aproximadamente a 25min caminando de la hacienda, este atractivo es de gran interés ya que se puede tomar un paseo en cualquier momento del día, el ingreso es gratuito y el equipo para los paseos en bote se solicita en el muelle, únicamente con la cédula o pasaporte. Con una ruta circular marcada y señalizada que bordea la Laguna Julio Marín se puede caminar, trotar o ejercitarse en bicicleta con total seguridad, el sendero tiene vida natural con plantas y flores de la zona, además sombra de árboles que harán de su actividad un momento fresco y de renovación.

Por otra parte, en el sendero que será utilizado tanto para caminatas como para observación de aves, es muy interesante ya que por lo general para los

amantes de las aves y clientes o turistas tantos extranjeros como nacionales que saben sobre el tema, es de gran expectativa ya que en esa zona boscosa del terreno de la hacienda. Existen aves como la oropéndola o cacique crispado es una especie de ave paseriforme de la familia Icteridae propia de Sudamérica y el extremo sur de América Central. Vive en las regiones bajas al este de los Andes. Tienen sus nidos de aves de forma hacia abajo lo que hace también que resalte al momento de la observación de aves. El tucán vive en bosques alto húmedos montanos de los Andes No se conocen subespecies. Es una de las cinco especies del género *Andigena*, conocidas como tucanes de montaña. De esta manera también ayudamos a lo que es a la conservación de la especie ya que por lo general viven en territorios extensos. Las diferentes especies de árboles de la amazonia en donde el más llamativo es el ceibo que alberga muchas otras especies tanto de flora como de fauna que ayudan igualmente a la conservación de las especies, el sauco es otra de las especies de flora que existe en la amazonia y siendo precisos en la zona o área de la hacienda lo que le hace llamativo a visitantes y claramente dando ese añadido al sendero.

Se procede añadir una tabla con las actividades, itinerarios que se puede incluir en la Hacienda Turística, es importante ya que se posibilita una mejor organización de las mismas.

### **3.2.3.2. Descripción del proceso productivo o presentación del servicio**

El principal objetivo de la Hacienda Luz y Vida es el de revalorizar las actividades rurales en el recinto Luz y Vida para lo cual las personas del entorno y de la comunidad kichwa se involucren, para que de esta manera ellos también puedan ver ese beneficio que se puede obtener a través del proyecto en marcha. La Hacienda está dirigida a visitantes entre 26 – 40 años de edad, con ingresos de hasta \$400 dólares que pertenecen a un nivel socio económico medio y que se consideran turistas con una preferencia al entorno natural y la aventura.

Dentro de las actividades de la hacienda se encuentran:

- Tours a pie

- Cabalgatas
- Senderismo
- Observación de aves
- Recorridos por atractivos del cantón
- Siembra y cosecha de alimentos como cacao etc.
- Elaboración de comida típica
- Deportes extremos

### **3.2.4. Estructura organizativa y administrativa**

#### **3.2.4.1. Misión**

El emprendimiento de la Hacienda Turística en el reciento Luz y Vida del cantón Lago Agrio busca ofrecer una experiencia memorable a los visitantes. De la misma forma educar sobre la cultura de las comunidades cercanas sus raíces y su historia, obviamente la prestación de servicios turísticos de calidad como alojamiento, restauración, actividades de recreación y relajamiento en un entorno natural.

#### **3.2.4.2. Visión**

Ser un referente en servicios de calidad y destacar por los productos diferenciadores que se ofrece, a través de la responsabilidad social para poder lograr estándares de calidad requeridos, claramente con la mejora de las instalaciones y del personal involucrado.

#### **3.2.4.3. Políticas**

Al estar en las instalaciones de la Hacienda Turística Luz y Vida las personas están sujetas a las políticas que hay en ella, corresponde las siguientes:

### **Condiciones de pago y cancelación de reservas**

- Al momento de realizar la reserva es necesario realizar el depósito de la primera noche (reservas).
- Para reservas con tarjeta de crédito los datos serán requeridos a la hora de la reserva, pero el cargo se hará efectivo unos días antes del check in.
- Para aquellas personas que requieran de un cambio de fechas esta será permitida sin costo adicional, cuando se solicite por lo menos ocho días antes del check in.
- Las reservas en grupo ya sea para instituciones privadas o públicas están sujetas a diferentes términos y condiciones

### **Tarifa y pagos realizados**

- Todas las tarifas se encuentran en dólares americanos y están claramente calculados para las diferentes temporadas. Cabe aclarar que al ser una provincia limítrofe con Colombia algunos visitantes de haya optan por pagar con pesos esto será debidamente notificado al administrador para su posible aceptación o negativa de la misma.
- No todas las tarifas incluirán impuestos
- Las tarifas no incluirán otros cargos adicionales en los que puede pedir durante su estancia.

**Check In – Check Out**

- La habitación estará disponible desde las 14:00 pm (llegada)
- La hora de salida será al medio día 12:00 pm el día de su partida

**Caminata por el sendero y observación de aves**

- Las caminatas que se realizaran están dispuestas a términos y condiciones dependiendo del grupo que lo requiera.
- Mantener siempre limpio el lugar

**Quejas y reclamos**

- Si llegase a pasar algún inconveniente o reclamo se deberá realizar con la persona encargada o administrador, cabe tener en cuenta al momento de la estadía para que pueda ser solventado de forma inmediata.
- Al momento de la salida el huésped podrá poner su reclamo si esta lo amerita en un buzón hecho para esto.

**Generales**

- No se permitirá el ingreso al área de alojamiento si es que la persona no está registrada.
- Personas en estado etílico u otro no podrán ingresar a las instalaciones de la Hacienda, para precautelar el bienestar de las demás.
- Proteger la privacidad de los visitantes.

**Animales**

- De acuerdo a los lineamientos establecidos y permanencia de los visitantes se le otorgara el ingreso de mascotas solo bajo términos y condiciones

- Uso de correas o collares

#### 3.2.4.4. Valores

- Honestidad

Trabajar y actuar con honestidad, sinceridad, respetar la justicia y la verdad principalmente ser cuidadosos y profesionales con los clientes tanto internos como en externos.

- Integridad

Hacer lo correcto, de una forma sutil con los visitantes para que de esta manera no se pierda esa conexión con el cliente.

- Calidad

Nos comprometemos a que el producto o servicio sea el mejor posible.

- Compromiso con la cultura y la sociedad del mundo amazónico.

Trabajar en equipo compartiendo conocimiento para que nuestros clientes se vuelven nuestros amigos.

#### 3.2.4.5. Marca e imagen corporativa



**Figura 28** Logotipo "Hacienda Luz y Vida"  
**Fuente:** Los autores (2021)

### 3.2.4.6. Organigrama



**Figura 29** Organigrama - Hacienda Turística  
Fuente: Los autores (2021)

### 3.2.4.7. Manual de Funciones

Se representarán las funciones que tienen que cumplir las personas que son miembros de la Hacienda Turística.

#### Dirección (Administrador)

El administrador es una persona con mira hacia el futuro de la empresa, capaz de desarrollar y aplicar todos los conocimientos acerca de la planeación, organización y control empresarial, donde sus objetivos están en la misma dirección de las metas y propósitos de la empresa. Además, coordina actividades de la Hacienda como pueden ser reservas, mantenimiento, restauración, evolución del personal, ventas y entre otras cosas del establecimiento.

**Tabla 15**

Ficha de puesto de trabajo: Administrador

	<b>FICHA DE PUESTO DE TRABAJO</b>	Código:	FT.01												
		Edición:	1												
		Fecha:	29-06-2021												
<b>DENOMINACIÓN DEL PUESTO:</b> <p style="text-align: center;">Dirección (Administrador)</p>															
<b>FUNCIONES:</b>															
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td style="width: 50%; height: 20px;">Compras</td><td style="width: 50%; height: 20px;">Contabilidad / Finanzas</td></tr> <tr><td style="height: 20px;">Comercial / Atención al cliente</td><td style="height: 20px;">RR.HH. / Administración</td></tr> <tr><td style="height: 20px;">Calidad</td><td style="height: 20px;">Mantenimiento &amp; Almacén</td></tr> <tr><td style="height: 20px;">Logística externa</td><td style="height: 20px;">Logística interna</td></tr> <tr><td style="height: 20px;">Producción</td><td style="height: 20px;">Cambio de utillajes, ajuste de máquinas</td></tr> <tr><td style="height: 20px;">Diseño del proceso</td><td style="height: 20px;"></td></tr> </table>	Compras	Contabilidad / Finanzas	Comercial / Atención al cliente	RR.HH. / Administración	Calidad	Mantenimiento & Almacén	Logística externa	Logística interna	Producción	Cambio de utillajes, ajuste de máquinas	Diseño del proceso				
Compras	Contabilidad / Finanzas														
Comercial / Atención al cliente	RR.HH. / Administración														
Calidad	Mantenimiento & Almacén														
Logística externa	Logística interna														
Producción	Cambio de utillajes, ajuste de máquinas														
Diseño del proceso															
<b>RESPONSABILIDADES:</b>															
<p>El administrador es una persona con mira hacia el futuro de la empresa, capaz de desarrollar y aplicar todos los conocimientos acerca de la planeación, organización y control empresarial, donde sus objetivos están en la misma dirección de las metas y propósitos de la empresa. Además, coordina actividades de la Hacienda como pueden ser reservas, mantenimiento, restauración, evolución del personal, ventas y entre otras cosas del establecimiento.</p>															
<b>COMPETENCIA NECESARIA PARA EL PUESTO DE TRABAJO</b>															
<b>FORMACIÓN</b>															

- Diseña procedimientos
- Capacitación
- Vinculación del personal
- Fijar objetivos

#### EXPERIENCIA

Planeación, organización, dirección y control empresarial, que sus objetivos estén en la misma dirección de las metas y propósitos.

#### APTITUDES

Pensamiento crítico, comunicación

**Fuente:** Los autores (2021)

**Tabla 16**

Ficha de puesto de trabajo: Recepción

	<b>FICHA DE PUESTO DE TRABAJO</b>	Código:	FT.01
		Edición:	1
		Fecha:	29-06-2021
<b>DENOMINACIÓN DEL PUESTO:</b> <p style="text-align: center;">Recepcionista</p>			
<b>FUNCIONES:</b>			
<div style="display: flex; flex-direction: column; align-items: center;"> <div style="width: 15px; height: 15px; background-color: white; border: 1px solid black; margin-bottom: 5px;"></div> <div style="width: 15px; height: 15px; background-color: black; border: 1px solid black; margin-bottom: 5px;"></div> <div style="width: 15px; height: 15px; background-color: white; border: 1px solid black; margin-bottom: 5px;"></div> <div style="width: 15px; height: 15px; background-color: black; border: 1px solid black; margin-bottom: 5px;"></div> <div style="width: 15px; height: 15px; background-color: white; border: 1px solid black; margin-bottom: 5px;"></div> <div style="width: 15px; height: 15px; background-color: white; border: 1px solid black;"></div> </div>	<p>Compras</p> <p>Comercial / Atención al cliente</p> <p>Calidad</p> <p>Logística externa</p> <p>Producción</p> <p>Diseño del proceso</p>	<div style="display: flex; flex-direction: column; align-items: center;"> <div style="width: 15px; height: 15px; background-color: black; border: 1px solid black; margin-bottom: 5px;"></div> <div style="width: 15px; height: 15px; background-color: white; border: 1px solid black; margin-bottom: 5px;"></div> <div style="width: 15px; height: 15px; background-color: black; border: 1px solid black; margin-bottom: 5px;"></div> <div style="width: 15px; height: 15px; background-color: white; border: 1px solid black; margin-bottom: 5px;"></div> <div style="width: 15px; height: 15px; background-color: white; border: 1px solid black;"></div> </div>	<p>Contabilidad / Finanzas</p> <p>RR.HH. / Administración</p> <p>Mantenimiento &amp; Almacén</p> <p>Logística interna</p> <p>Cambio de utillajes, ajuste de máquinas</p>
<b>RESPONSABILIDADES:</b>			

Los recepcionistas dan la bienvenida a los clientes que se acercan al mostrador, reciben a las personas cuando llegan y atienden las preguntas de los visitantes. Además, pueden cumplir con otras funciones por ejemplo la de preparar facturas, cobrar y atender a cualquier información hechas por teléfono o por correo electrónico de la Hacienda.

#### COMPETENCIA NECESARIA PARA EL PUESTO DE TRABAJO

##### FORMACIÓN

- Visión estratégica
- Gestionar y desarrollar planes para la gestión del cambio
- Datos estadísticos

##### APTITUDES

Conocimientos y coordinación de las habitaciones.

Control de ingresos

Atención al cliente durante su estancia

Check in – Check out

**Fuente:** Los autores (2021)

**Tabla 17**

Ficha de puesto de trabajo: Camareras

	<b>FICHA DE PUESTO DE TRABAJO</b>	Código:	FT.01
		Edición:	1
		Fecha:	29-06-2021
<b>DENOMINACIÓN DEL PUESTO:</b> <p style="text-align: center;">Camareras</p>			
<b>FUNCIONES:</b> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="display: flex; align-items: center;"> <input checked="" type="checkbox"/> Compras         </div> <div style="display: flex; align-items: center;"> <input type="checkbox"/> Contabilidad / Finanzas         </div> </div>			

Comercial / Atención al cliente	RR.HH. / Administración
Calidad	Mantenimiento & Almacén
Logística externa	Logística interna
Producción	Cambio de utillajes, ajuste de máquinas
Diseño del proceso	

#### RESPONSABILIDADES:

En este caso las camareras tienen la función principal de la limpieza de las habitaciones respetando siempre la intimidad de los huéspedes, además tienen la potestad de suministrar a las habitaciones con elementos de aseo si es que lo requiere.

#### COMPETENCIA NECESARIA PARA EL PUESTO DE TRABAJO

##### FORMACIÓN

Habilidades comunicativas y un trato exquisito con el público es vital para ser buen camarero@

##### APTITUDES

Limpiar y ordenar habitaciones

Prestar atención a los clientes

Preparación del material de trabajo

**Fuente:** Los autores (2021)

**Tabla 18**

Ficha de puesto de trabajo: Mantenimiento

	FICHA DE PUESTO DE TRABAJO	Código:	FT.01																						
		Edición:	1																						
		Fecha:	29-06-2021																						
DENOMINACIÓN DEL PUESTO:																									
Mantenimiento																									
FUNCIONES:																									
<table border="1"> <tr><td> </td><td>Compras</td></tr> <tr><td> </td><td>Comercial / Atención al cliente</td></tr> <tr><td> </td><td>Calidad</td></tr> <tr><td> </td><td>Logística externa</td></tr> <tr><td> </td><td>Producción</td></tr> <tr><td> </td><td>Diseño del proceso</td></tr> </table>		Compras		Comercial / Atención al cliente		Calidad		Logística externa		Producción		Diseño del proceso	<table border="1"> <tr><td> </td><td>Contabilidad / Finanzas</td></tr> <tr><td> </td><td>RR.HH. / Administración</td></tr> <tr><td> </td><td>Mantenimiento &amp; Almacén</td></tr> <tr><td> </td><td>Logística interna</td></tr> <tr><td> </td><td>Cambio de utillajes, ajuste de máquinas</td></tr> </table>		Contabilidad / Finanzas		RR.HH. / Administración		Mantenimiento & Almacén		Logística interna		Cambio de utillajes, ajuste de máquinas		
	Compras																								
	Comercial / Atención al cliente																								
	Calidad																								
	Logística externa																								
	Producción																								
	Diseño del proceso																								
	Contabilidad / Finanzas																								
	RR.HH. / Administración																								
	Mantenimiento & Almacén																								
	Logística interna																								
	Cambio de utillajes, ajuste de máquinas																								
RESPONSABILIDADES:																									
<p>En este caso el personal de mantenimiento se encarga del buen funcionamiento de las maquinas que existan en lugar como por ejemplo las bombas de agua que a veces suelen tener desperfectos, además se encargaran de resolver algún problema relacionado a las tuberías, electricidad y cortado de césped en la Hacienda Turística.</p>																									
COMPETENCIA NECESARIA PARA EL PUESTO DE TRABAJO																									
FORMACIÓN																									
Conocimientos necesarios en fontanería, carpintería, electricidad																									
APTITUDES																									
Servicio																									

Reparación

Corrección

Inspección

Fuente: Los autores (2021)

**Tabla 19**

Ficha de puesto de trabajo: Seguridad

	FICHA DE PUESTO DE TRABAJO	Código:	FT.01
		Edición:	1
		Fecha:	29-06-2021
DENOMINACIÓN DEL PUESTO:			
Seguridad			
FUNCIONES:			
<input type="checkbox"/> Compras <input checked="" type="checkbox"/> Comercial / Atención al cliente <input type="checkbox"/> Calidad <input checked="" type="checkbox"/> Logística externa <input type="checkbox"/> Producción <input type="checkbox"/> Diseño del proceso	<input type="checkbox"/> Contabilidad / Finanzas <input type="checkbox"/> RR.HH. / Administración <input checked="" type="checkbox"/> Mantenimiento & Almacén <input checked="" type="checkbox"/> Logística interna <input type="checkbox"/> Cambio de utillajes, ajuste de máquinas		
RESPONSABILIDADES:			

El personal de seguridad garantiza la seguridad de las personas, los bienes y del normal funcionamiento de los servicios de la Hacienda Turística. Responsable de que se cumplan las políticas de seguridad establecidas en el establecimiento, en este caso recibirá órdenes directas de los administradores o algún otro ejecutivo dependiendo del organigrama del establecimiento.

#### COMPETENCIA NECESARIA PARA EL PUESTO DE TRABAJO

##### FORMACIÓN

Capacidad de liderazgo y trabajo en equipo

Experiencia en seguridad privada

##### APTITUDES

Control de llaves

Cajas de seguridad

Vigilancia y control de accesos

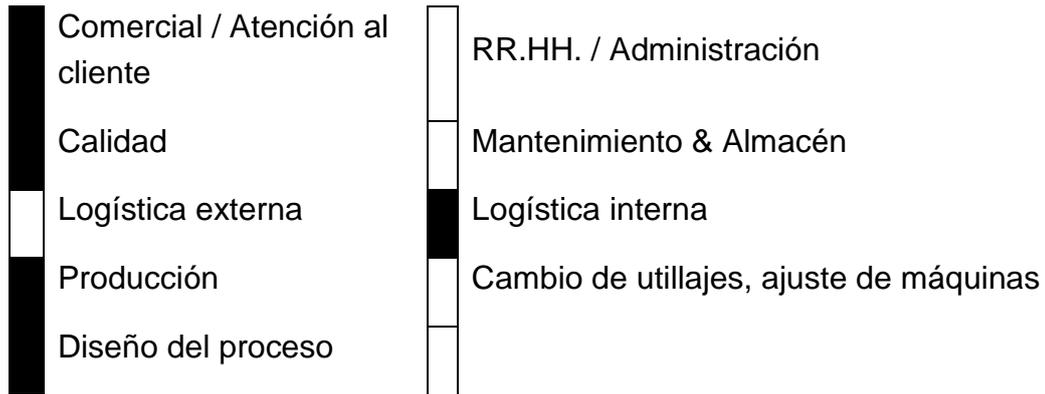
Planes de emergencia

**Fuente:** Los autores (2021)

**Tabla 20**

Ficha de puesto de trabajo: Chef

	<b>FICHA DE PUESTO DE TRABAJO</b>	Código:	FT.01
		Edición:	1
		Fecha:	29-06-2021
<b>DENOMINACIÓN DEL PUESTO:</b> <p style="text-align: center;">Chef</p>			
<b>FUNCIONES:</b> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;">  Compras         </div> <div style="text-align: center;">  Contabilidad / Finanzas         </div> </div>			



#### RESPONSABILIDADES:

Es el responsable de la preparación de los alimentos, el inspecciona y verifica todos los suministros del área, además realiza un inventario para el abastecimiento de insumos.

#### COMPETENCIA NECESARIA PARA EL PUESTO DE TRABAJO

##### FORMACIÓN

Adaptabilidad

Creatividad

Precisión y creatividad

##### APTITUDES

Gestiona su equipo

Gestiona el tiempo de cocinado

Planificación del menú y preparación de platos

**Fuente:** Los autores (2021)

**Tabla 21**

Ficha de puesto de trabajo: Ayudante de cocina

	FICHA DE PUESTO DE TRABAJO	Código:	FT.01
		Edición:	1
		Fecha:	29-06-2021
DENOMINACIÓN DEL PUESTO:			
Ayudante de cocina			
FUNCIONES:			
<ul style="list-style-type: none"> <li>Compras</li> <li>Comercial / Atención al cliente</li> <li>Calidad</li> <li>Logística externa</li> <li>Producción</li> <li>Diseño del proceso</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Contabilidad / Finanzas</li> <li>RR.HH. / Administración</li> <li>Mantenimiento &amp; Almacén</li> <li>Logística interna</li> <li>Cambio de utillajes, ajuste de máquinas</li> </ul>		
RESPONSABILIDADES:			
<p>La tarea principal de esta persona es el de ejecutar los platos que el chef principal le disponga, además realiza el mise en place para tener todo listo al momento de la preparación, ordena la cocina y de igual manera puede encargarse de tareas afines a esta.</p>			
COMPETENCIA NECESARIA PARA EL PUESTO DE TRABAJO			
FORMACIÓN			
Vocación de servicio			
Interés por la cocina			
Capaz de trabajar en equipo			
APTITUDES			

Limpiar, pelar y cortar verduras

Mezclar ingredientes

Colaborar en la conservación de las materias primas y productos de la cocina.

**Fuente:** Los autores (2021)

**Tabla 22**

Ficha de puesto de trabajo: Meseras

	<b>FICHA DE PUESTO DE TRABAJO</b>	Código:	FT.01
		Edición:	1
		Fecha:	29-06-2021
<b>DENOMINACIÓN DEL PUESTO:</b> <p style="text-align: center;">Meseras</p>			
<b>FUNCIONES:</b>			
<input type="checkbox"/> Compras <input checked="" type="checkbox"/> Comercial / Atención al cliente <input checked="" type="checkbox"/> Calidad <input type="checkbox"/> Logística externa <input type="checkbox"/> Producción <input type="checkbox"/> Diseño del proceso	<input checked="" type="checkbox"/> Contabilidad / Finanzas <input checked="" type="checkbox"/> RR.HH. / Administración <input type="checkbox"/> Mantenimiento & Almacén <input type="checkbox"/> Logística interna <input type="checkbox"/> Cambio de utillajes, ajuste de máquinas		
<b>RESPONSABILIDADES:</b>			

Es una de las personas más importantes ya que ellas están en contacto con los clientes, son capaces de recomendar algún plato en especial, resuelven algún problema o necesidad de alguien creando un trato personalizado con el carisma que tendrá la misma.

#### COMPETENCIA NECESARIA PARA EL PUESTO DE TRABAJO

##### FORMACIÓN

Orientación a las ventas

Comunicación

Brindar atención personal a clientes especiales

##### APTITUDES

Informar a los clientes de platos especiales

Preparar cuentas

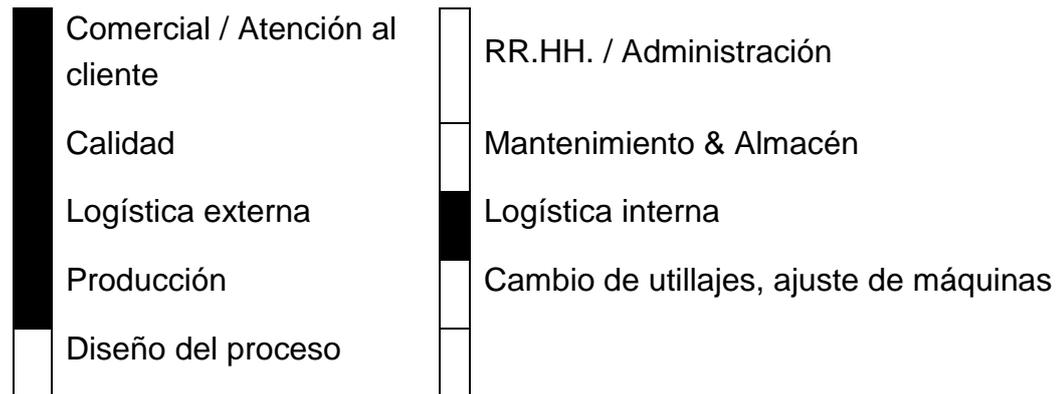
Comprobar que los clientes estén a gusto y solucionar cualquier problema

**Fuente:** Los autores (2021)

**Tabla 23**

Ficha de puesto de trabajo: Bartender

	<b>FICHA DE PUESTO DE TRABAJO</b>	Código:	FT.01
		Edición:	1
		Fecha:	29-06-2021
<b>DENOMINACIÓN DEL PUESTO:</b> <p style="text-align: center;">Bartender</p>			
<b>FUNCIONES:</b> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="display: flex; align-items: center;"> <div style="width: 15px; height: 15px; background-color: black; margin-right: 5px;"></div> <span>Compras</span> </div> <div style="display: flex; align-items: center;"> <div style="width: 15px; height: 15px; background-color: black; margin-right: 5px;"></div> <span>Contabilidad / Finanzas</span> </div> </div>			



#### RESPONSABILIDADES:

Es el profesional encargado de la barra, es decir de la coctelería, también estará al servicio del cliente y creará experiencias con las bebidas que realiza para una mejor comunicación con el cliente.

#### COMPETENCIA NECESARIA PARA EL PUESTO DE TRABAJO

##### FORMACIÓN

Manejo de bebidas y sus combinaciones exactas para el deleite de los clientes.

##### APTITUDES

Seguridad en si mismo

Dinamismo

Trabaja bajo presión

Comunicación

**Fuente:** Los autores (2021)

**Tabla 24**

Ficha de puesto de trabajo: Guías

	<b>FICHA DE PUESTO DE TRABAJO</b>	Código:	FT.01
		Edición:	1
		Fecha:	29-06-2021
<b>DENOMINACIÓN DEL PUESTO:</b> <p style="text-align: center;">Guías</p>			
<b>FUNCIONES:</b>			
<div style="display: flex; flex-direction: column; align-items: center;"> <div style="width: 15px; height: 15px; background-color: white; margin-bottom: 5px;"></div> <div style="width: 15px; height: 15px; background-color: black; margin-bottom: 5px;"></div> <div style="width: 15px; height: 15px; background-color: white; margin-bottom: 5px;"></div> <div style="width: 15px; height: 15px; background-color: black; margin-bottom: 5px;"></div> <div style="width: 15px; height: 15px; background-color: white; margin-bottom: 5px;"></div> <div style="width: 15px; height: 15px; background-color: black; margin-bottom: 5px;"></div> </div>	<p>Compras</p> <p>Comercial / Atención al cliente</p> <p>Calidad</p> <p>Logística externa</p> <p>Producción</p> <p>Diseño del proceso</p>	<div style="display: flex; flex-direction: column; align-items: center;"> <div style="width: 15px; height: 15px; background-color: white; margin-bottom: 5px;"></div> <div style="width: 15px; height: 15px; background-color: white; margin-bottom: 5px;"></div> <div style="width: 15px; height: 15px; background-color: white; margin-bottom: 5px;"></div> <div style="width: 15px; height: 15px; background-color: black; margin-bottom: 5px;"></div> <div style="width: 15px; height: 15px; background-color: white; margin-bottom: 5px;"></div> <div style="width: 15px; height: 15px; background-color: white; margin-bottom: 5px;"></div> </div>	<p>Contabilidad / Finanzas</p> <p>RR.HH. / Administración</p> <p>Mantenimiento &amp; Almacén</p> <p>Logística interna</p> <p>Cambio de utillajes, ajuste de máquinas</p>
<b>RESPONSABILIDADES:</b>			
<p>Se encargará de las personas que requieran de las siguientes visitas como la del sendero, avistamiento de aves, observación de flora y fauna del lugar, interpretación de la historia de las comunidades Kiwcha, entre otras actividades afines que se presten para su aportación.</p>			
<b>COMPETENCIA NECESARIA PARA EL PUESTO DE TRABAJO</b>			
<b>FORMACIÓN</b>			
<p>Tener conocimientos sobre historia del Ecuador y sobre todo datos históricos de la amazonia.</p> <p>Cursos de capacitación y titulo de tercer nivel en temas Turísticos</p>			
<b>APTITUDES</b>			

Información clara al público receptor

Ejecución puntual del programa de actividades

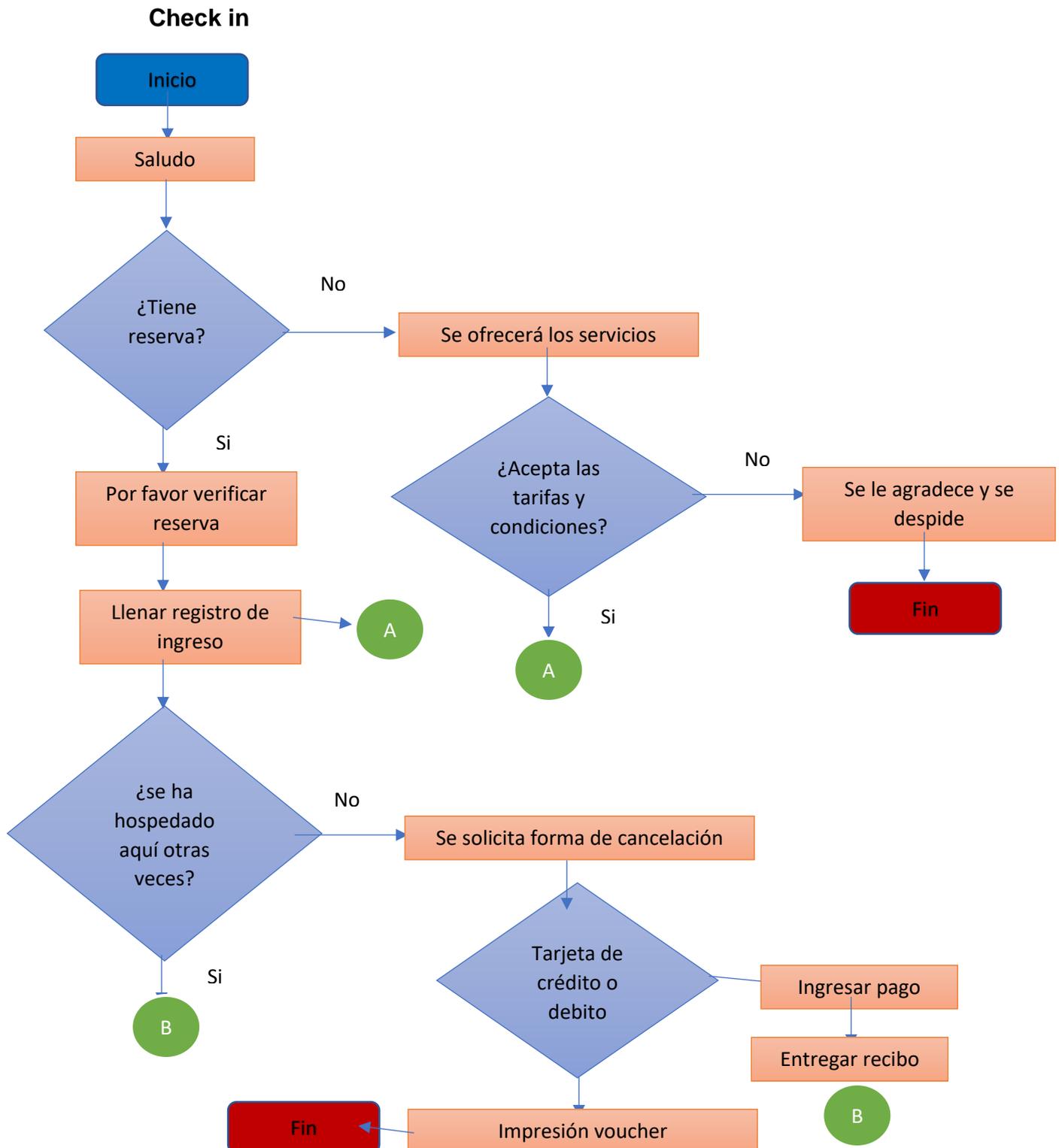
Coordinación de los servicios y productos dentro del tour

Puntualidad y honradez

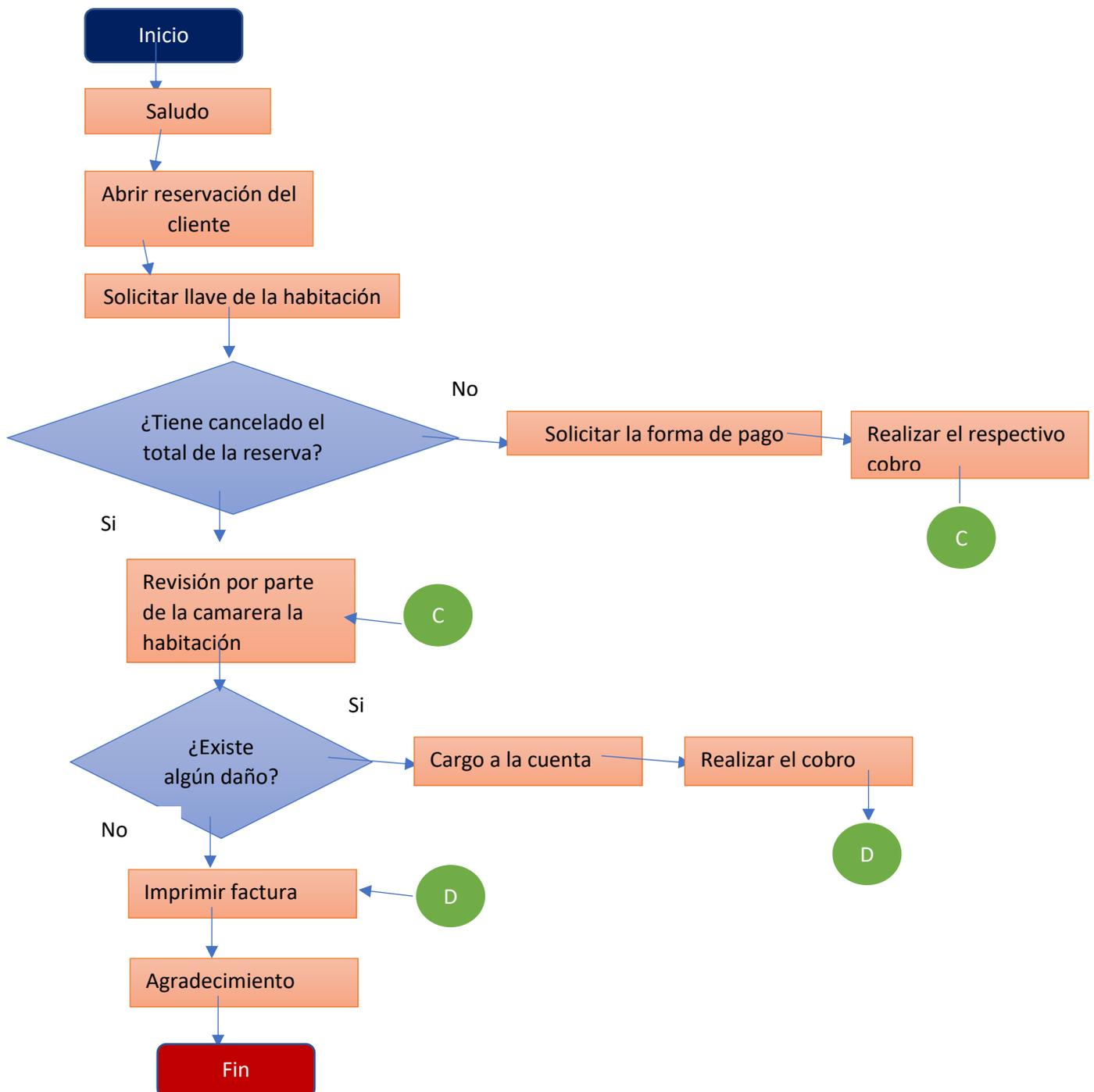
**Fuente:** Los autores (2021)

### 3.2.4.8. Flujograma de actividades

La Hacienda Turística tiene en sus actividades las siguientes por las que descarta es primordial o lo más importante como lo son: alojamiento y restauración para lo cual se realizan los siguientes flujogramas que lo representan.

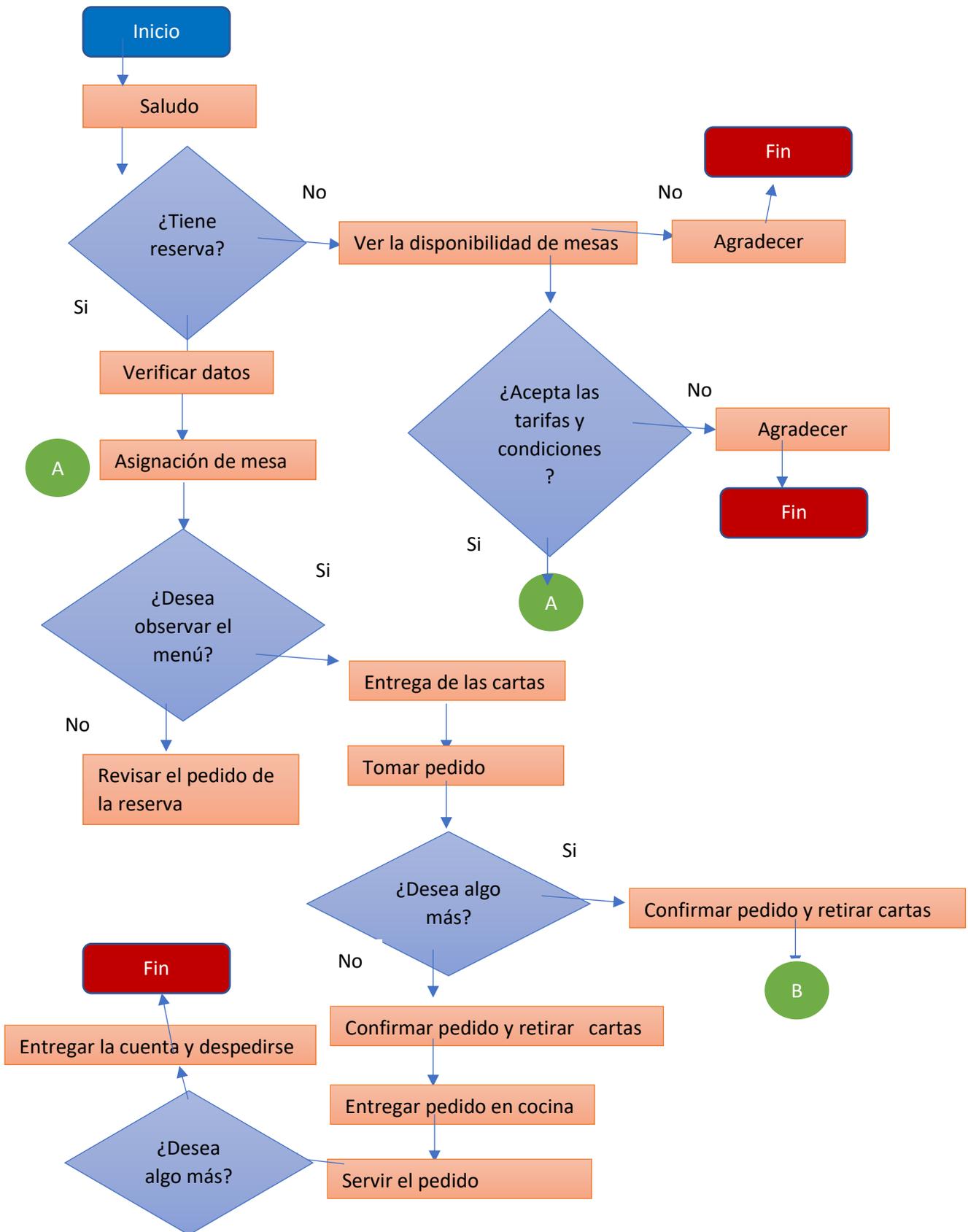


**Figura 30** Check In  
**Fuente:** Los autores (2021)



**Figura 31** Check Out  
**Fuente:** Los autores (2021)

### Restauración



**Figura 32** Restauración**Fuente:** Los autores (2021) **Recepción del diagrama de flujo**

## Check in

La persona encargada del check in es claramente la recepcionista, en el instante en que el cliente entre lo primero que debe hacer es saludar cordialmente y ofrecer una bebida de cortesía de la localidad. En el caso ya de ser una persona que ya ha visitado el establecimiento y se haya alojado allí reconocerlo y nombrarlo por su apellido para que de esa forma se sienta cálido y cómodo de haber regresado alojarse. Si en tal caso el cliente que llegue no tenga una reserva se debe ofrecer los servicios, siempre dejando en claro los términos y condiciones. Si el cliente acepta la tarifa posteriormente se empieza a llenar la hoja de registro, si el pago es en efectivo se ingresa el pago y se entrega el recibo correspondiente, si es con tarjeta de crédito se realiza el respectivo cobro y posteriormente se entrega la impresión del voucher.

Una vez acabado esta parte esta parte se entregan las llaves de la habitación y se le dará información correspondiente a todos los servicios que la Hacienda tiene y las actividades que se le podrían recomendar. Finalmente, se le dirige hacia su habitación correspondiente y que disfrute su estancia.

## Check out

En esta parte se dispone el proceso de salida del cliente, inicia cuando la reservación ya ha llegado a concluir. El huésped se dirigirá a la recepción y el recepcionista le saludará y confirmará el número de habitación en la cual se hospedo y posteriormente se solicitan las llaves de la habitación. Si es que dado un caso el cliente no tiene cancelado el total de su reserva se requiere la forma de pago y se realiza el cobro. La camarera inspeccionará si es que existiese en la habitación que ocupó algún daño se le cargara a la cuenta del huésped y se realiza el pago. Sino hubiera ningún problema se le agradece por su preferencia.

## Restauración

Las meseras o meseros son las que están encargadas de que este servicio sea uno de los mejores, en este caso al momento de la llegada de los comensales, les darán la bienvenida y consultaran si alguna reservación, si tuvieran una se verificaran los datos y se les indicara la mesa destinada. Si en tal caso el cliente no tiene reservación primero se observará la disponibilidad de mesas y se le dará a conocer sobre las tarifas de las diferentes alimentos y bebidas, se le asignará una mesa. Se les entregara las cartas se ofrecerán los platos del día o menú del día se toma el pedido, se retiran las cartas, se preguntará si desean algo más y se procede a llevar el pedido a la cocina, se entrega el plato y volvemos a preguntar si desea algo más y nos retiramos. Posteriormente se entrega la cuenta.

#### 1.1.1.1

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

La Hacienda Turística Luz y Vida estará constituida en base a una compañía anónima, es decir una sociedad abierta en la que los socios podrán vender libremente sus acciones si es que lo amerita. Con dos accionistas quienes aportaran con un capital, se procede a detallar los pasos a seguir:

- Realizar el contrato social previamente validado por un abogado.
- Tener en cuenta en la superintendencia de compañías la no existencia de otra empresa con el mismo nombre.
- Reservar el nombre o dominio.
- Cedula de identidad o pasaporte.
- Elevar a escritura pública.
- Aprobación de los estatutos.
- Solicitud de aprobación de los estatutos.
- Acta constitutiva.
- Nómina de la directiva.
- Nómina de socios que constituyen la organización laboral.

Obtención de permisos municipales como:

- Registro de actividad turística.
- Licencia de funcionamiento turístico.
- Permiso sanitario.
- Certificados de salud de los empleados.
- Patente.
- Rótulos y publicidad exterior.
- Certificación de los bomberos.

#### Inscripción del registro mercantil del cantón Lago Agrio

- Tres ejemplares de la escritura.
- Reserva de la denominación emitida por la superintendencia de compañías.
- Pago de la cuantía \$ 60.00
- Registrar el nombramiento de los administradores de la empresa en el registro mercantil.
- Dos ejemplares con las firmas originales del nombramiento por cada uno de los cargos.
- Copia del acta.

#### Obtención del RUC.

- Cedula de identidad.
- Certificado de votación. (opcional)
- Documento de registro de la Hacienda.

Para hacer referencia a los datos ya mencionados anteriormente en la parte de estudio técnico, hay que hacer mencion que esta pasando por una emergencia sanitaria a nivel mundial y que los datos obtenidos para los diferentes analisis y estudios estadisticos fueron obtenidos de las bases de datos del Gobierno Autonomo Descentralizado Municipal del canton Lago Agrio. Como

respaldo de la investigación que se ha hecho por parte de los autores, ya que por los motivos ya mencionados no se podía trasladar a los lugares exactos para tener información mucho más precisa. Hay que señalar que el uso de las nuevas tecnologías se abre un abanico de posibilidades sobre la información relevante, ya sean estas bases de datos de la Universidad y de los PDOT del Gobierno Autónomo ya mencionado.

### 3.2.5.1. Nombre comercial de la empresa

#### Marca



**Figura 33** Marca y slogan de la empresa

**Fuente:** Los autores (2021) a partir de Taylor Brands (2021)

Con la marca de “CRECIENDO NATURALMENTE” se aspira a que el reciento Luz y Vida sea reconocido como un rincón en la amazonia en donde las personas pueden ir a distraerse unos momentos ya sean estos visitantes nacionales como extranjeros, de la misma manera ofrecer los servicios de hospedaje para las familias o grupos que los requieran, en donde se quedarían en edificaciones hechas de madera que estarán posicionadas en los árboles de ceibo. Obviamente estas especies de árboles tendrán su debido cuidado al momento de la construcción para que de esa manera preservar estas especies de ceibo amazónico. La hacienda Luz y Vida también será participe de vincular a las comunidades aledañas ya que ese valor representativo es fundamental para tales organizaciones ya que tienen ese conocimiento ancestral que se debe revalorizar para que no se pierda en el tiempo y más bien se vaya recuperando y produciendo sus artesanías que son características de identidad Kichwa para el bien común de los partícipes. De la misma manera la hacienda estará dotada un sin número de especies de flora y fauna. Por tanto, la hacienda Luz y Vida, representa esa conexión que las personas quieren tener cuando piensan en naturaleza, es decir representación de lo que es la amazonia en un lugar en específico, no obviando el árbol representativo que es el ceibo por ende los

colores elegidos verde ya que de los mismos sobreviven otras especies de flora y hasta de aves que hacen de ella su hogar.

### 3.3. Estrategias de comercialización

#### 3.3.1. Los productos o servicios, marcas. Logotipos, previstos o para embalajes, envoltorios, rótulos, señalizaciones

#### Camisetas e indumentaria del personal



**Figura 34** Indumentaria del personal

**Fuente:** Los autores (2021) a partir de Taylor Brands (2021)

## Tazas y termos



**Figura 35** Tazas y termos (amenidades)

**Fuente:** Los autores (2021) a partir de Taylor Brands (2021)

## Artículos de oficina



**Figura 36** Artículos varios de oficina

**Fuente:** Los autores (2021) a partir de Taylor Brands (2021)

## Toallas y batas de baño



**Figura 37** Artículos de baño

**Fuente:** Los autores (2021) a partir de Taylor Brands (2021)

## Tarjetas de presentación



**Figura 38** Artículos de oficina y de medios

**Fuente:** Los autores (2021) a partir de Taylor Brands (2021)



**Figura 39** Bienvenida de la pag. Web

**Fuente:** Los autores (2021) a partir de Argis.com - apps cascade (2021)

<https://www.arcgis.com/apps/Cascade/index.html?appid=3bd39992c2db41be9fd7e42e40df1560>

## Productos



**Figura 40** Productos de agradecimiento

**Fuente:** Los autores (2021) a partir de Taylor Brands (2021)

Todos estos productos ya mencionados tendrán el logo y slogan de la hacienda turística Luz y Vida ya que de esa manera el visitante que desee comprar o contribuir con las artesanías que se estén ofertando, se les dará una bolsa para que puedan llevar como recuerdo y de la misma manera otros accesorios. De esa forma se puede dar a conocer por otros lados de la región tanto marca como slogan.

### 3.3.2. Canales de Distribución

Conocer a los diferentes clientes es de suma importancia, ya que es un reto la comercialización, se debe tener en cuenta cómo va hacer la imagen que va a infundir ese apego para que sea más llamativo y de esa manera también estar al tanto de las necesidades de los clientes para que estas puedan ser satisfechas. De tal manera que se pretende la venta a través de dos canales principales de distribución, los cuales son directos e indirectos.

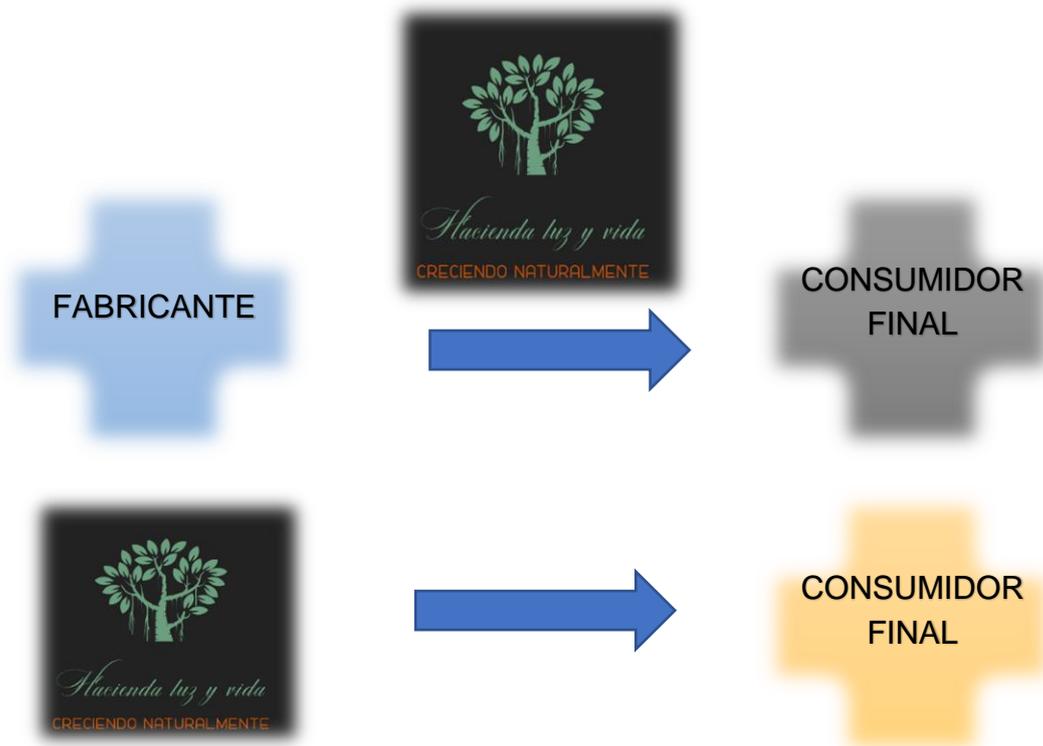
Toda empresa que trabaja en el giro comercial cuenta con un sistema interactivo que a través del cual hace llegar sus productos al consumidor final. Se trata de los canales de distribución y en ese proceso participan desde el fabricante, el medio que lo distribuye y finalmente el consumidor. Aunque estén muy vinculados al Marketing tradicional, estos mecanismos son aplicables al marketing digital (Content, 2019, pág. 2)

#### Canal directo

El canal directo en cierta forma permite que la empresa, la Hacienda Turística lleve su servicio hacia el consumidor final de una forma inmediata. En donde Rock (2019) establece que:

Se trata de una *unidad de trabajo que pertenece a la misma empresa productora* y son ellos quienes directamente se encargan de hacer llegar la mercancía a sus clientes. Esto implica, además, que la empresa debe contar con espacio para almacenar la mercancía y medios de transporte para hacer las entregas. También, mantienen contacto directo con los clientes. (pág. 4)

Por lo tanto, la Hacienda Turística Luz y Vida ofrecerá sus productos y servicios claramente al cliente que llegue al establecimiento ya sea una bienvenida y recibimiento de coctel, cabe tener en cuenta sin necesidad de intermediarios. Es decir que en este caso como el de la bienvenida, la Hacienda es el fabricante que llegara al consumidor final que es el cliente.



**Figura 41** Canal directo  
**Fuente:** Los autores (2021)

#### Canal indirecto corto

En el canal indirecto corto es en donde participa un solo intermediario, en este caso Rock (2019) afirma que el canal de distribución corto es el formato de distribución en el que el producto va directo desde el fabricante al minorista y este lo lleva al destino final. Empresas como Amazon aplican estos procesos de distribución. (pág. 6)



**Figura 42** Canal indirecto corto  
**Fuente:** Los autores (2021)

En el canal indirecto corto la Hacienda Turística Luz y Vida será las plataformas de viajes o agencias de viajes de la localidad, en este contexto se ha elegido Tripadvisor, Trivago, Kayak y LAGO Adventure las cuales permiten

ofertar tanto productos como servicios de la hacienda las 24 horas, para que de esa forma el usuario pueda facilitar su proceso de reserva.



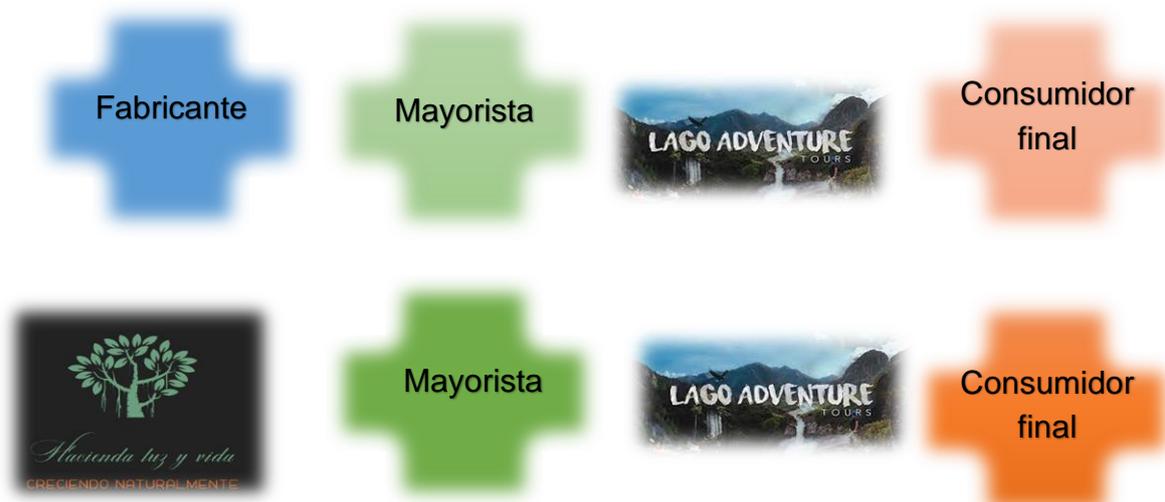
**Figura 43** Canal indirecto  
**Fuente:** Los autores (2021)

Así mismo con los diferentes sistemas online para que de esa forma se vaya dando una mayor diversidad en cuanto a procesos de reserva o hasta incluso comparaciones.

#### Canal indirecto largo

Permite en cierto modo que sea el caso son solo dos agentes. Como afirma Rock (2019) “la mercancía va directamente desde el distribuidor mayorista al minorista y este finalmente entrega al consumidor. Esta cadena de distribución generalmente se aplica en comercios pequeños”. (pág. 7)

Para el siguiente canal de distribución “el canal indirecto largo” para la hacienda turística serán las agencias de viajes mayoristas, pueden estas ser especializadas en crear y divulgar paquetes turísticos, también serán encargados de vender a las agencias de viajes minoristas y a las que estén interesadas para la venta de dicho producto. Para que este llegue directamente al consumidor final.



**Figura 44** Canal indirecto largo  
**Fuente:** Los autores (2021)

## Merchandising



**Figura 45** Artesanías  
**Fuente:** Los autores (2021)

## **Patrocinio**

El patrocinio consiste en un convenio o acuerdo entre dos personas. Como afirma Roldan (2017) “sean estas personas (jurídicas o físicas) en el cual una de las partes llamada patrocinador entregará una contraprestación (monetaria o material) a otra llamada patrocinada, con el fin de que esta última exponga su marca o producto públicamente”. (pág. 1)

Para la realización y estrategias de las mismas por parte del patrocinio, los eventos culturales o eventos que se realicen en la ciudad más cercana en este caso Lago Agrio llevar la marca de la hacienda turística, para que de esa manera también se puedan dar talleres para que dé a poco se vaya dando a conocer. Una forma sutil de publicidad en donde la empresa busca que los clientes de manera natural y creativa presente valores y también cualidades que atraigan a los clientes.

### **3.3.4. Precio**

$$\text{Precio} = \text{costo} + \text{utilidad}$$

## **3.4. Estudio económico – financiero**

### **3.4.1. Inversiones y capital de trabajo**

#### **3.4.1.1. Obra civil necesaria.**

El emprendimiento a realizarse ocupará un espacio físico de 18 000m<sup>2</sup>, en donde constaran con 11 cabañas tanto para huéspedes como complementarias, restaurante y bar, área deportes extremos, estacionamiento para 30 vehículos livianos y 3 autobús, contará también con áreas verdes. Ofrecerá los servicios necesarios para cumplir la demanda del mercado con respecto al confort, seguridad, funcionamiento y sustentabilidad.

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

### **Fase de planificación y diseño (Fase Actual)**

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

### **Fase de limpieza de la maleza innecesaria**

En este aspecto lo primordial la utilización de moto guadañas para cortar la hierba, utilización de machetes y tijeras podadoras para cortar arbustos. Toda la materia vegetal será recolectado y posteriormente utilizado para mejora de pastizales, manejo de la regeneración natural y se podrá prevenir incendios forestales.

### **Fase de movimiento de suelo**

En este caso el proyecto ejecutara una metodología en medidas de prevención de impactos ambientales. Como primer punto se debe realizar un levantamiento topográfico que ayuda a la identificación idónea tanto de relieve de la zona que pueden ser adaptadas para la realización de algún deporte extremo o a las necesidades del proyecto. Creamos que esta fase es muy importante ya que debido al comportamiento del suelo se puede efectuar la excavación, en donde cabe tener en cuenta que si existiese ojos de agua esta no se llevaría a cabo.

### **Fase de construcción y montaje**

Siguiendo con el análisis de las diferentes fases del proyecto, la superficie para la construcción de las diferentes estructuras ya explicadas anteriormente es de 18.000 metros cuadrados, sabiendo que el predio total es de 66 hectáreas. De esta manera se procurará que la mayoría de las especies nativas tanto de flora y fauna se mantengan allí. El encargado de ver el progreso y cumplimiento de la obra serán los administradores y director de la obra, quienes también mirarán que se cumpla con las medidas de seguridad que debe tener cada trabajador. Una vez hecho esto el siguiente paso sería montar la estructura y seguir con el revestimiento es decir el techo, las puertas, ventanas y demás adecuamientos que son utilizados para la construcción de las mismas.

Seguidamente la instalación de los servicios de electricidad y tuberías tanto de agua potable como la de residuos, sanitarios, artefactos, cableado en general, instalación telefónica, instalaciones de gas, instalación de extintores.

### 3.4.1.2. Maquinaria y equipos necesarios

**Tabla 25**

Maquinaria y equipos

- Retroexcavadora
- Volqueta
- Montacarga
- Amoladora
- Generador de energía
- Mezcladora
- Compactadora
- Motosierra
- Moto guadaña
- Herramientas para limpieza del área

**Fuente:** Los autores (2021)

### 3.4.1.3. Capital de trabajo

Se detallarán los recursos necesarios para el funcionamiento de la Hacienda Turística.

Personal del establecimiento

**Tabla 26**

Capital de trabajo

N°	Personal	Sueldo
1	Administradores	\$ 700.00
1	Recepcionista	\$ 500.00
2	Camareras	\$ 400.00

1	Mantenimiento	\$ 300.00
1	Chef	\$ 500.00
1	Ayudante de cocina	\$ 406.00
1	Bar tender	\$ 400.00
2	Meseras	\$ 400.00
2	Guías	\$ 418.00
2	Seguridad	\$ 398.33
Sueldos =		<b>\$ 4.422.33</b>

Fuente: Los autores (2021)

**Tabla 27**

Materia prima requerida para el funcionamiento

**Impuestos hoteleros para  
funcionamiento**

Licencia anual de funcionamiento turístico	\$80,00
Permiso funcionamiento turístico	\$15,00
Impuesto adicional bomberos	\$26,70
Contribución especial de mejoras	\$35,88
Tasa de seguridad ciudadana	\$9,99
Patente municipal	\$10,00
Permiso funcionamiento ministerio de salud	\$10,90
Permiso uso de suelo	\$200,00
Plan de contingencia	\$180,00
<b>Servicios básicos</b>	
Energía eléctrica	\$400,00
Agua potable	\$200,00
Servicio telefónico	\$80,00
Servicio de internet	\$180,00
Servicio de clave	\$60,00
Vigilancia	\$80,00
Gas	\$14,00
Publicidad	\$1.000,00
<b>Útiles de aseo</b>	
Shampoo	\$35,00
Jabón	\$35,00
Gel antibacterial	\$50,00
alcohol antiséptico	\$45,00
Papel higiénico	\$40,00

<b>Materiales de aseo y limpieza</b>	
Cloro	\$30,00
Desinfectante	\$30,00
Ambientales con difusor	\$26,00
Desengrasante lavador	\$15,00
Detergente caneca	\$65,00
Esponjas vajillas	\$5,00
Fósforos	\$2,00
Fundas industriales 100uni	\$48,00
Fundas para baño	\$25,00
Guantes cocina	\$12,00
Suavizante	\$25,00
Sacamanchas	\$32,00
<b>Total</b>	<b>\$ 3.177,47</b>

**Fuente:** Los autores (2021)

### **Insumos para la construcción**

Materiales relacionados con la construcción como: varilla, cemento, andamios, ladrillo visto para las estructuras a nivel de suelo y madera, teja y acabados para las estructuras en los árboles.

### **Materiales sanitarios**

Se refiere a los equipamientos sanitarios como: accesorios sanitarios, tubos de desagüe, grifos. En este caso para ambas estructuras tanto para las que están a nivel de suelo como las que están a nivel de los árboles.

#### **3.4.1.4. Total de la inversión**

Para la puesta en marcha del establecimiento turístico se tiene una inversión total de \$120.200.00 de lo cual el capital de los propietarios es de \$28.500.00 y un financiamiento de \$91.700.00 con un interés del 15%.

#### **3.4.1.5. Fuentes de Financiamiento y Costo de Capital. (Créditos o préstamos, subvenciones de otras entidades, capitalización)**

**Plan de financiamiento**

La Hacienda Turística se pondrá en marcha con una inversión de \$120.200.00 dólares correspondiente a los activos, de los que se desglosan \$18.560.00 para los activos circulantes, y un total de \$101.640 para activos fijos. Como pasivo se tiene \$91.700 que corresponde al crédito financiero obtenido en la entidad financiera Banco Pichincha con una tasa de interés del 15% extendido a 60 meses plazo.

## CAPÍTULO IV. ESTUDIO ECONÓMICO –FINANCIERO

### 4.1 Estudio de Financiero

En el presente capítulo se realizan todos los cálculos que sean necesarios para apreciar y analizar la viabilidad que tiene el proyecto tomando en cuenta los diferentes recursos económicos con lo que se van a contar para su posible realización como son los ingresos y gastos que se reflejarán en el flujo de caja con la finalidad de reducir el margen de error e identificar inversiones viables.

#### 4.1.1. *Obra civil necesaria*

La Hacienda Turística Luz y Vida de acuerdo a lo correspondiéndote en el estudio arquitectónico y diseño, se toma en cuenta los materiales que van hacer utilizados para la construcción de las cabañas tipo chalet. No obstante, también se sumarán infraestructuras adicionales como lo son recepción, restaurante, bodega, que también estarán incluidas en los costos de obra civil. De igual forma las cabañas contarán con el concepto de chalet que tienen elementos naturales como lo son la madera con lo que se pretende tener ese ambiente cálido y confortable en un ambiente natural.

**Tabla 28**

Infraestructura

Infraestructura/  
construcciones

herramientas	1	\$55,0	\$55,00
fregadero	2	\$140,0	\$280,00
Instalaciones eléctricas	1	\$350,0	\$350,00
madera cepillada	500	\$12,0	\$6.000,00
eternit	100	\$12,0	\$1.200,00
cemento	50	\$7,5	\$374,50
clavos	10	\$45,0	\$450,00
puertas	18	\$55,0	\$990,00

chova impermeabilizante	2	\$5,0	\$10,00
cableado	150	\$31,0	\$4.650,00
tomas	50	\$10,0	\$500,00
caja revisión luz	2	\$4,5	\$9,00
cerámica	60	\$29,0	\$1.740,00
Columnas de madera	32	\$65,0	\$2.080,00
transporte de materiales	4	\$30,0	\$120,00

**Fuente:** Los autores (2021)

### **Tabla 29**

#### Materiales de Oficina

Carpetas	100	\$0,300	\$	30,00
grapadoras	2	\$1,000	\$	2,00
perforadoras	2	\$1,000	\$	2,00
hojas (resma)	5	\$3,250	\$	16,25
facturero	5	\$7,000	\$	35,00
Esferos	100	\$30,000	\$	30,00

**Fuente:** Los autores (2021)

### **Tabla 30**

#### Mobiliario y equipo

#### Mobiliario y equipo

mostrador	2	\$90,0	\$180,00
telefonía fija	10	\$30,0	\$300,00
timbre campana	1	\$3,0	\$3,00
computadora	1	\$460,0	\$460,00
datafast	2	\$120,0	\$240,00
basureros	18	\$25,0	\$450,00
sistema de facturación	1	\$28,0	\$28,00

cocina industrial	2	\$245,0	\$490,00
congelador	1	\$279,0	\$279,00
campana extractor de olores	1	\$69,0	\$69,00
microondas	1	\$79,0	\$79,00
refrigerador	1	\$389,0	\$389,00
cafeteras	2	\$34,0	\$68,00
batidora	1	\$47,0	\$47,00
balanza electica	1	\$13,0	\$13,00
cuchara sopera	5	\$9,0	\$45,00
cuchara de postre	4	\$8,0	\$32,00
cuchillo	3	\$10,0	\$30,00
tenedor	5	\$9,0	\$45,00
plato base	4	\$8,0	\$32,00
plato sopa	4	\$2,0	\$8,00
plato postre	40	\$1,0	\$40,00
platos 8"	30	\$4,4	\$130,50
vasos	60	\$1,0	\$60,00
tazas	20	\$1,0	\$20,00
jarras plásticas	9	\$2,0	\$18,00
vasos shots	25	\$1,3	\$32,50
copas margarita	15	\$1,8	\$26,25
copas Martini	15	\$2,6	\$38,25
copas vino	25	\$5,0	\$125,00
vasos cervecedores	30	\$2,8	\$84,60
jarras vidrio	6	\$2,5	\$14,88
bandejas para servir	6	\$2,3	\$13,80
sartenes	7	\$12,0	\$84,00
juego de ollas	4	\$20,0	\$80,00
coladores	5	\$2,0	\$10,00
ralladores	3	\$3,8	\$11,25

cucharones	5	\$4,3	\$21,25
ollas de presión	3	\$39,0	\$117,00
batidores de alambre	4	\$1,8	\$7,00
bowl	9	\$2,6	\$23,40
tanque de gas	4	\$40,0	\$160,00
mesas	18	\$42,0	\$756,00
sofás	4	\$119,0	\$476,00
micrófono	1	\$26,0	\$26,00
parlante	2	\$69,0	\$138,00
camas plaza y media	10	\$188,0	\$1.880,00
colchón plaza y media	12	\$139,0	\$1.668,00
literas	4	\$280,0	\$1.120,00
protectores de colchón	18	\$17,0	\$306,00
sábanas	36	\$14,0	\$504,00
cobijas	36	\$5,0	\$180,00
cubrecamas	36	\$6,0	\$216,00
almohadas	72	\$3,3	\$239,76
tapetes	10	\$4,0	\$39,90
toldos	18	\$8,0	\$144,00
cortinas	10	\$14,0	\$140,00
toallas	36	\$5,0	\$180,00
juegos de baño	10	\$14,8	\$147,50
espejos	15	\$19,8	\$297,00
duchas	12	\$25,0	\$299,88
focos	50	\$4,4	\$220,00
veladores	10	\$39,0	\$390,00
lámparas	20	\$10,3	\$205,00
repisas	6	\$6,0	\$36,00
estanterías de madera	6	\$65,0	\$390,00
repisas colgantes	6	\$9,0	\$54,00

**Fuente:** Los autores (2021)

#### **4.1.1.1. Maquinaria y equipos**

En esta parte se procede a mencionar que la Hacienda Luz y Vida requiere de maquinaria y equipos para la limpieza tanto de la maleza o césped y equipos como aspiradoras y herramientas necesarias para su respectiva utilización. Cabe tener en cuenta que los materiales en si de maquinaria, es decir al momento de la construcción tales como volquetas, mezcladoras y otras para la misma, están estipuladas en la parte de infraestructura y construcciones en donde ya se toma en a este valor en la suma como transporte de materiales y más.

**Tabla 31**

Capital de trabajo – Maquinaria

Maquinaria

moto guadaña	2	\$140,0	\$280,00
cortadora de césped	1	\$312,0	\$312,00
aspiradoras	3	\$74,0	\$222,00

**Fuente:** Los autores (2021)

#### **4.1.2. Capital de trabajo**

La Hacienda Luz y Vida contara con personas capacitadas en áreas especializadas como lo son el área de restauración o recepción. Haciendo referencia al código de trabajo los sueldos están debidamente estipulados en la siguiente tabla: rubros tale como servicios básicos, sueldos del personal, materia prima que se va a utilizar en la zona de restauración y gastos de marketing.

**Tabla 32**  
Capital de trabajo general

ARRIENDO			0	0	0	0	0	0	0
SERVICIOS BÁSICOS									
	Agua		25	25	25	25	25	25	150
	Luz		25	25	25	25	25	25	150
	Teléfono		15	15	15	15	15	15	90
	Internet		40	40	40	40	40	40	240
	Tv Cable		35	35	35	35	35	35	210
SUELDOS									
	Administrador		400	400	400	400	400	400	2400
	Chef	1	407	407	407	407	407	407	2442
	Personal ocasional		400	400	400	400	400	400	2400
	Recepcionista		402	402	402	402	402	402	2412
MATERIAS PRIMAS									
	VERDURAS		60	60	60	60	60	60	360
	FRUTAS		50	50	50	50	50	50	300
	LACTEOS		50	50	50	50	50	50	300
	CEREALES		40	40	40	40	40	40	240
	ACEITES		35	35	35	35	35	35	210
	DULCES		40	40	40	40	40	40	240
	PASTAS		30	30	30	30	30	30	180
	ALINIOS		20	20	20	20	20	20	120
GASTOS DE MÁRKETING									
	DISEÑO IMAGEN CORPORAT		500	500	500				1500
	DISEÑO WEB		129	129					258
	DISEÑO REDES		300	300	300				900
	PRODUCCIÓN DE MATERIAL		2500						2500
	CONTRATO DE ADMIN DE PL		150	150	150	150	150	150	900

Fuente: Los autores (2021)

#### 4.1.2.1. Activos Circulantes

En la siguiente tabla se puede apreciar los activos circulantes con lo que se prevé contar para la realización del emprendimiento, tomando en cuenta que el activo circulante es un tipo de activo el cual está en movimiento el cual puede venderse o utilizarse, dicho esto el activo circulante del emprendimiento presentado se toma en cuenta el apartado de caja con un monto de 1.000 dólares americanos y el apartado de banco que se refiere a préstamos el cual el monto llega a 17.502 dólares americanos.

**Tabla 33**  
Activo Circulante

Caja	\$1.000
BANCOS	\$17.502

Inventarios	
Total, Activo Circulante	\$18.502,00

**Fuente:** Los autores (2021)

#### 4.1.2.2. Activos Fijos

En la tabla que se muestra a continuación se puede observar los artículos o herramientas que son considerados con un activo fijo, tomando en cuenta que los activos fijos son los bienes o posesiones que tiene la empresa los cuales ayudan a su funcionamiento, dicho esto se ha tomado en cuenta bienes como el terreno en donde se va a ubicar el emprendimiento como también el edificio, el mobiliario y equipos que se van a implementar, la maquinaria que se va a utilizar para brindar de una buena atención a los visitantes, papelería y útiles que se van a utilizar en el aspecto administrativo y las infraestructuras publicitarias a utilizar para dar a conocer los servicios que se van a ofertar.

**Tabla 34**

Activo fijo

Activo Fijo	
Terrenos	\$95.000
Edificios/construcciones	\$14.860
Mobiliario y equipo	\$14.458
Maquinaria	\$814,00
Gastos de instalación	\$1.200
Papelería y útiles	\$115,25
Infraestructura o publicidad	\$145
Total, Activo Fijo	\$126.591

**Fuente:** Los autores (2021)

**Tabla 35****Otros activos**

Rentas pagadas por anticipado	\$0
Derechos de marca de empresa	\$0

**Fuente:** Los autores (2021)

Por parte de rentas pagadas, no se pagará una renta en si ya que el terreno es propio, por tal motivo es una ventaja importante ya que es efectivo que se puede utilizar para otro rubro.

**Tabla 36****Pasivo circulante**

Proveedores	
Préstamo al Banco del Pacífico	\$145.000
Intereses por pagar	
ISR por pagar	
Anticipo de clientes	
<b>Total, Pasivo Circulante</b>	<b>\$145.000</b>

**Fuente:** Los autores (2021)

SUMA DEL PASIVO	\$145.000
-----------------	-----------

Para el pasivo circulante se tendrá en cuenta al préstamo del banco del Pacifico que serán 145 mil dólares americanos, que serán utilizados para la realización del proyecto, dividimos en plazos de 60 meses. También se ha tomado en cuenta la forma de minimizar los gastos por medio de los diferentes proveedores y personas apropiadas al momento de la obtención de los recursos.

**Tabla 37**  
Patrimonio

PATRIMONIO	
BIENES INMUEBLES	\$95.000
BIENES MUEBLES	\$0
APORTE EN EFECTIVO	\$18.500
Total, Capital contable	\$113.500
SUMA DEL CAPITAL CONTABLE	\$113.500
SUMA DEL PASIVO + PATRIMONIO	\$145.093

**Fuente:** Los autores (2021)

En la parte de patrimonio se puede identificar a los bienes inmuebles por la cantidad que se tiene es el avalúo obtenido desde la Ilustre Municipalidad de Lago Agrio en el departamento de avalúos y catastros. Otro apartado importante en el caso del proyecto es del aporte que se puede dar por parte de los administradores, cada uno cuenta con una cantidad específica de \$ 9.250 lo que nos da un aporte total de \$18.500.

En la suma de patrimonio es evidente la utilización de los recursos necesarios para la construcción de la infraestructura para las cabañas, tratando de precautelar la vida silvestre del área.

#### **4.1.2.3. Tasa de Rendimiento Medio**

Se pudo tomar en cuenta que los resultados de los diferentes años que nos arrojaban la tasa de rendimiento medio es positiva ya que en el mejor de los casos el proyecto tomara su rumbo y cada año tendrá una recuperación, para



En este apartado de balance de situación inicial el establecimiento de alojamiento turístico Hacienda Luz y Vida a ejecutarse tiene una inversión total \$145.045 dólares correspondientes a la primera parte, es decir \$18.502 de capital de trabajo que se refleja cómo total de activo circulante, \$126.591 de total de activo fijo. De la misma manera este valor de inversión pretende ser cubierto por una parte con bienes que conforman el patrimonio por: inmuebles \$95.000 bienes muebles \$0 ya que los recursos económicos son para la realización de infraestructura y demás. El aporte en efectivo por parte de los administradores es importante y será de \$18.500 dólares, que en conjunto asciende a un total de \$ 113.500 correspondientes al capital patrimonial. Para completar el valor requerido de la inversión se necesita recurrir a un financiamiento de \$ 131.593 en una entidad bancaria a fin a las necesidades y requisitos que las partes que requieren el financiamiento lo dispongan.

#### 4.1.4. Flujo de efectivo

**Tabla 39**

Cálculo del Costo de Capital

CÁLCULO DEL COSTO DE CAPITAL						
	VALORES	PARTICIPACIÓN	INTERÉS	EQUIVALENCIA		COSTO DE CAPITAL DE LA INVERSIÓN
INVERSIÓN	\$145.093	100%		7,74%		7,74%
IMPUESTO A LA RENTA				0%		
CAPITAL PROPIO	\$113.500	78%	6,28%	4,91%		
FINANCIAMIENTO	\$31.593	22%	13,00%	2,83%		

**Fuente:** Los autores (2021)

El monto total de la inversión siendo \$145.093 dólares se divide una parte en capital propio correspondiente a los \$113.500 dólares y equivalente al porcentaje en este caso al 78% del total de la inversión, y por otra parte tenemos al financiamiento con \$31.593 dólares correspondientes al 22% del total de la inversión.

El capital financiado al realizarse con la entidad bancaria propuesta, Banco del pacifico, con una tasa de interés del 13% corresponde al costo de este capital financiado y el restante del capital propio se asigna la tasa pasiva en este caso al 6.28% haciendo una comparación entre el monto de financiamiento y el costo

de financiamiento, el capital propio con la tasa pasiva se obtiene un costo de capital de la inversión de 7.74%.

## 4.2 Proyección de ingresos y gastos.

**Tabla 40**

Proyección de ingresos y egresos

Detalle	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5	
Ingresos	144220	152671,292	161617,8297	171088,6345	181114,4285	
Egresos	107422,82	113717,80	120381,67	127436,03	134903,78	
Flujo de caja	36797,18	38953,49	41236,16	43652,60	46210,65	
DATOS PARA LA TIR	-\$145.093	36797,18	38953,49	41236,16	43652,60	46210,65
		36797,18	75750,67	116986,83	160639,43	206850,08

**Fuente:** Los autores (2021)

En el factor ingresos se ha tomado en cuenta 10 productos en los que consta una habitación matrimonial a un precio de \$80, tres habitaciones dobles a un precio de \$40, tres habitaciones triples con un precio de \$60, además servicios de alimentación como desayuno que tendrá un costo de \$4, almuerzos a un costo de \$6, la cena con un costo de \$9, entre otros de los servicios a ofertar es el uso de la piscina con un costo de \$3, senderismo por los alrededores con un costo de \$3.50, paseos en carruaje con un costo de \$15 y el maito de pescado con un valor de \$5.

Las habitaciones se estima un porcentaje de ocupación entre el 20% al 25% en el transcurso del primer año el cual generará un ingreso de \$33,560; el concepto de alimentación generará un ingreso de \$87,000; el uso de la piscina generará un valor de \$6,480; en el caso de actividades como senderismo se generará un valor de \$3,780 y en el caso de paseo en carruaje se generará un valor de \$13,500, sumando todos estos valores da un ingreso anual de \$144,220.

En el caso de egresos se describen los costos de producción en base al tipo de producto vendido; las habitaciones se estiman en un 30% de costo; la alimentación se estima en un 65% de costo. A continuación, se detallan los rubros en los que incurre la empresa por operaciones como: salarios, décimos, IESS, publicidad, servicios básicos, gastos de oficina, limpieza, permisos, el pago de la cuota del financiamiento como también de las actividades como senderismo y paseo en carruaje. En conjunto asciende a un egreso total anual por el monto de US \$107,422.82, dando como resultado un flujo de caja positivo de \$36,797.18.

#### 4.2.1 Cálculo de VAN (Valor Actual Neto)

El monto de inversión corresponde a \$145.093 con un costo de capital del 7.74% que es superado con el flujo de efectivo en el quinto año con un monto de \$447.272.00. Aplicando el calculo de la forma para la tasa interna de retorno obtenemos un valor positivo de 12.57% que de la misma forma determinan que el proyecto es rentable en un ejercicio de cinco años.

Incrmento anual	5,86%
Costo de capital	7,74%
Inversión	\$145.093
VAN	19803,65
TIR	12,57%

#### 4.2.2 Cálculo del TIR (Tasa Interna de Retorno)

De la misma forma, con los mismos valores de proyección y flujo de efectivo se aplica el calculo con la formula de valor actual Neto obteniendo un valor positivo de \$ 159,844.76 lo que ratifica que el proyecto es rentable en un ejercicio de cinco años.

Incrmento anual	5%
Costo de capital	7,74%
Inversión	\$145.093
VAN	159844,76
TIR	26,39%



venta de siete productos que tienen la siguiente participación: el primer producto el 0.75%, el segundo producto el 1.50%, el tercer producto 1.94%, el cuarto producto 16.96%, el quinto producto 29.68%, el sexto producto 33.92% y el séptimo producto el 15.26%. El precio promedio ponderado es de \$8.33 el costo promedio ponderado es de \$ 4.38 y el margen de contribución ponderado es de \$6.40

En este caso el ejercicio de proyección nos permite superar el punto de equilibrio en el año 5 y obtener una rentabilidad positiva en un ejercicio de 10 años.

## CAPITULO V. ESTUDIO AMBIENTAL

### 5.1 Estudio Ambiental

El siguiente estudio de impacto ambiental tiene como finalidad principal evaluar los posibles efectos ambientales, sociales y culturales que se generan por la implementación de la Hacienda Turística Luz y Vida en la provincia de Sucumbíos.

#### **5.1.1 Descripción de las acciones/actividades del emprendimiento.**

Lago Agrio es la capital de la Provincia de Sucumbíos, así como la urbe más grande y poblada de la misma. Se localiza al norte de la Región amazónica del Ecuador, en una extensa planicie, en la orilla izquierda del río Aguarico, a una altitud de 297 msnm y con un clima lluvioso tropical de 28 °C en promedio. (Red, 2019, pág. 2)

Dada a que la mayoría de los establecimientos en este caso las haciendas la mayoría de ellas se dedican a la producción tanto de palma africana como de ganado existe una baja demanda de este tipo de establecimientos que deseen incorporar este tipo de actividades recreativas. Uno de los problemas principales es los limitados proyectos en donde establezcan diferentes áreas o sitios que quieran dar a conocer sus productos. La presente investigación, contribuirá a obtener el conocimiento exacto, sobre los impactos ambientales generados por la actividad turística en, y de ser el caso se propondrá alternativas para minimizar los impactos negativos y maximizar los positivos, resolver problemas, satisfacer necesidades, aprovechar las oportunidades que nos brinda y finalmente optimizar el uso de los recursos utilizados en el lugar.

#### **Objetivo general**

Analizar los impactos ambientales producidos por la actividad turística en Lago Agrio mediante la identificación y evaluación de los mismos, para conocer las condiciones en que se encuentra y diseñar acciones que minimicen los efectos ambientales negativos, que garanticen el bienestar y salud de la comunidad.

### **Objetivos específicos**

- Sistematizar la fundamentación teórica y legal para el tema de investigación.
- Realizar el diagnóstico ambiental de Lago Agrio en donde se va a realizar la Hacienda, evidenciando el estado actual de la misma.
- Identificar, analizar y evaluar los impactos ambientales derivados de la actividad turística en el lugar.
- Elaborar el Plan de Manejo Ambiental para prevenir, mitigar y/o compensar los impactos ambientales producidos por la actividad turística.

### **Actividades turísticas en Lago Agrio**

El cantón Lago Agrio se caracteriza por ser uno de los cantones más variados del país, debido a que de manera permanente recibe la visita de viajeros de todo el país y el mundo motivados por los maravillosos paisajes naturales y más que podemos encontrar, por todo lo bueno que significa vivir en este incomparable rincón turístico del Ecuador. Día a día se han ido descubriendo nuevos atractivos dispuestos a ofertar a todos los visitantes como lo son sus magníficas lagunas, hermosos ríos y playas. Su flora la forman especies arbóreas como el guarumo, papayuelo, sangre de gallina, higuerón, peine de mono, árbol de caucho, helechos gigantes entre otros de la misma manera su fauna es el hábitat de pirañas, rayas, tortugas de agua y gran cantidad de invertebrados que forman parte de sus ecosistemas. (Red, Viajando, 2019)

#### **5.1.2 Factores ambientales para interrelacionar en el EIA**

Se propone realizar un estudio de mitigación para contrarrestar los impactos ambientales negativos posibles de esta manera se podrá precautelar el área natural. Las políticas de protección al medio ambiente, leyes de protección medioambiental, actitud ecológica, preocupación por el calentamiento global, y variables relacionadas con el medio ambiente son mejoras de propuestas que se propone relacionarlas con el proyecto de esta manera se mantendrá un equilibrio adecuado de la flora y fauna del sector. Para la selección de los

factores ambientales se tomó en cuenta la información obtenida del diagnóstico situacional, los cuales son los representativos del área de estudio que pueden ser afectados por las actividades realizadas y las futuras.

### 5.1.3 Identificación de los Impactos Ambientales

#### Resumen de Medidas de Prevención

**Tabla 42**  
Matriz de medidas de prevención

COMPONENTES AMBIENTALES	FACTOR	DEFINICIÓN
Suelo	superficie del Erosión	Proceso de desgaste y movilización de los materiales que conforman la suelo, por acción del viento agua, temperatura o intervención humana. Proceso por el cual se modifica las características del suelo por presencia de elementos o Contaminación con desechos sólidos y materiales sólidos o líquidos extraños como la basura u otros elementos por hombre acción del líquido
	<u>Compactación</u>	<u>Perdida en cuanto a volumen del suelo a causa de fuerzas externas que actúan sobre él.</u>
Aire	Contaminación por ruido	Incremento de los niveles de presión sonora.

	Calidad del aire u otros.	Alta presencia en el aire de gases provenientes de automotores
Agua	Proceso por el cual se modifica las características del agua por presencia de elementos o materiales sólidos o líquidos extraños como la basura u otros elementos por acción del líquido hombre.	Contaminación con desechos sólidos y líquidos extraños como la basura u otros elementos por
Flora y Fauna	Perdida de cobertura vegetal	Disminución de la superficie cubierta por vegetación.
	Modificación del hábitat	Cambio producido por condiciones del medio en cuanto a la reducción del número de individuos de la zona.
	Recuperación de la cobertura vegetal en peligro.	Rescatar, cuidar y/o reintegrar especies vegetales que estaban en peligro.
	Cambio en patrones de conducta (alimentación).	Alteración del comportamiento natural de las especies
	Migración de especies	Desplazamiento o traslado de especies de un lugar a otro.
	Introducción de especies	Inserción de especies animales que no son propias del lugar.
	Recuperación de especies	Rescatar, cuidar y/o reintegrar especies que estaban en peligro.

## COMPONENT

SER	Mejoramiento de las condiciones de vida en la comunidad.	Cambio en la calidad de vida y el bienestar de quienes habitan
HUMANO	Mejoramiento de la salud y seguridad habitan la comunidad.	Alteraciones de los niveles de salud y seguridad de quienes
	Generación de Empleo	Contratación de servicios, venta de artesanías, servicio de alimentación y hospedaje.

**Fuente:** Los autores (2021)

#### **5.1.4 Descripción del método aplicar**

Ivette (2021) en su estudio sobre la matriz de Leopold nos fundamenta que:

La matriz de Leopold se utiliza por el hecho de que permite conocer la relación de causa y efecto ambiental de algún proyecto que se llevará a la práctica. Este método de evaluación de impacto ambiental fue propuesto por primera vez en 1971. En ese año, el ingeniero civil, físico-meteorólogo y geólogo-geomorfólogo Luna Leopold propuso la matriz. Así, fue este ingeniero quien, preocupado por evaluar las acciones humanas en el medio ambiente, creó este método. (págs. 4,5)

Para la ayuda a una mejor organización entre las acciones a implementar y claramente el efecto en la fase de construcción y operación de la Hacienda se utilizará la matriz de Leopold. La matriz a implementar está estructurada en base a la tabla de interacciones lo que permite evaluar de forma apropiada y organizada el proyecto.

#### **5.1.5 Escalas o rangos para la valoración ambiental para el EIA (Estudio de Impacto Ambiental)**

A continuación, se describen las principales actividades turísticas que podrían ocasionar impactos en los factores ambientales, las acciones seleccionadas se presentan en las matrices de identificación y evaluación cualitativa y cuantitativa.

**Tabla 43**

Actividades turísticas para EIA

ACTIVIDADES TURÍSTICAS		DESCRIPCIÓN
Construcción de la infraestructura	Construcción de la infraestructura de la Hacienda Turística	Se realizará una infraestructura con un enfoque amigable para el medio ambiente, utilizando materiales ecológicos.
Prestación de servicios Turísticos	Ingreso de investigadores	Admisión de visitantes, turistas, voluntarios, y practicantes.

	Uso de instalación es	Recorridos en el sendero, laguna, camping y servicios que brinda la comunidad como hospedaje y alimentación
	Venta de Artesanías	Oferta, compraventa de artesanías elaboradas por la comunidad.
	Mantenimiento de las instalaciones	Sistema de control que se utiliza para detectar y corregir los defectos que surjan luego del uso de las instalaciones.
Abandono de la infraestructura a turística	Retiro de infraestructura usada	Recogimiento de los materiales de la para actividades turísticas.
	Transporte de los materiales	Traslado de los materiales hacia otro lugar.
	Regeneración intervenido.	Recuperación del bosque del área

Fuente: Los autores (2021)

### 5.1.5.1 Ampliación del método de interacción y la valoración de los impactos ambientales

<b>Medio abiótico</b>	Agua
	Suelo
	Atmosfera
<b>Medio biótico</b>	Flora
	Fauna
	Paisaje
<b>Medio socio – cultural</b>	Calidad de vida
<b>Económico</b>	Hacienda turística

### 5.1.5.2 Determinación de la magnitud, importancia, severidad o significancia

#### 5.1.5.2.1 Magnitud del Impacto.

La magnitud del impacto se refiere al grado de incidencia de la acción sobre el factor, para esto el rango varía desde 1 hasta 10, donde el valor 10 expresa la destrucción total del factor en el área de influencia directa, mientras que los valores de magnitud 1 y 2.5 expresan una afección mínima y poco significativa.

El impacto se considera positivo cuando el resultado de la acción sobre el factor ambiental produce una mejora a la calidad ambiental; por otro lado, se considerará negativo, cuando el resultado produce una disminución de la calidad ambiental del factor ambiental considerado.

**Tabla 44**  
Magnitud

	Bajo	Moderado	Riesgoso	Severo	Critico
Magnitud	1	3	5	7	10

**Fuente:** Los autores (2021)

**Tabla 45**  
Categorización del Impacto Ambiental Magnitud negativa

Rango	Tipo	Indicador
10	CRITICO	
7	SEVERO	
5	RIESGOSO	
3	MODERADO	
1	NO SIGNIFICATIVO	
	POSITIVOS O BENÉFICOS	

**Fuente:** Los autores (2021)

- **Crítico:** Impacto de carácter negativo, cuyo valor es 1 el cual muestra que las afectaciones que se realizan son perjudiciales para el factor ambiental y poseen una característica difícil de corregir llegando a ser irreversibles en muchas de las ocasiones.
- **Severo:** Impacto de carácter negativo, cuyo valor es mayor o igual a 7. Representan a las afectaciones de gran incidencia sobre el factor ambiental, difícil de corregir.
- **Riesgoso:** Impacto de carácter negativo, cuyo valor es de menor a 7. pero mayor o igual a 5, los cuales son factibles de corrección, de extensión local y duración temporal.
- **Moderado:** Impacto de carácter negativo que es menor a 5 pero mayor a 1, los cuales son corregibles y de por sí compensados durante la ejecución del Plan de Manejo Ambiental, son reversibles de duración esporádica y con influencia puntual.
- **No Significativa:** Impacto de carácter negativo con una puntuación de 1 el cual significa que afecta al medio ambiente pero mínimamente por lo cual este es reversible.
- **Benéficos:** Impactos de carácter positivo que son beneficiosos para las actividades turísticas en Lago Agrio

### 5.1.5.3 Jerarquización de los impactos ambientales según la evaluación.

**Tabla 46**

Caracterización del valor de importancia ambiental

Rango	Tipo	Indicador
10	CRITICO	
7	SEVERO	
5	RIESGOSO	
3	MODERADO	
1	NO SIGNIFICATIVO	
POSITIVOS O BENÉFICOS		

**Fuente:** Los autores (2021)



5.1.5.4 Matriz de plan de manejo ambiental sobre la base de la jerarquización ambiental.

Tabla 47

Matriz de identificación de impactos ambientales

ACTIVIDADES PROGRAMADAS COMPONENTES AMBIENTALES			REMODELA CIÓN	PRESTACIÓN DE SERVICIOS TURÍSTICOS				ABANDONO DE NFRAESTRUCTURA			TOTAL
			Cabañas	Ingreso de Turistas	Uso de Instalaciones	Venta de artesanías	Mantenimiento de Instalaciones	Retiro de Materiales	Transporte de Materiales	Regeneración del área	
COMPONENTE FÍSICO	SUELO	Erosión		X							1
		Contaminación por desechos sólidos/líquidos	X	X	X		X	X			5
		Compactación	X	X					X		3
	AIRE	Contaminación por ruido	X	X	X			X	X		5
		Calidad del Aire		X					X		2
	AGUA	Contaminación por desechos sólidos/líquidos	X	X	X						3
COMPONENTE BIOLÓGICO		Perdida de cobertura vegetal		X	X						2
	FLORA	Modificación del hábitat						X		X	2

		Recuperación de la cobertura vegetal								X	1
		Cambio en los patrones de conducta		X	X					X	3
		Mitigación de especies	X	X	X				X		4
	FAUNA	Introducción de especies		X						X	2
		Recuperación de especies		X				X		X	2
COMPONENTE SOCIOECONÓMICO	SER HUMANO	Condición de vida	X	X	X	X				X	5
		Salud y seguridad		X						X	2
	ECONÓMICO	Empleo	X	X	X	X		X	X		6
											48

Fuente: Los autores (2021)



**Tabla 49**  
Matriz de ponderación de Impactos Ambientales

ACTIVIDADES PROGRAMADAS COMPONENTES AMBIENTALES			CONSTRUCCIÓN		PRESTACIÓN DE SERVICIOS TURÍSTICOS					ABANDONO DE INFRAESTRUCTURA				Impactos Positivos	Impactos Negativos	Severidad Aspecto Ambiental	Afectación Componente Ambiental	Afectación total del proyecto			
			Cabañas	Ingreso de Turistas	Uso de Instalaciones	Venta de artesanías	Mantenimiento de Instalaciones	Retiro de Materiales	Transporte de Materiales	Regeneración del área											
COMPONENTE FÍSICO	SUELO	Erosión	-7	5	-1	1	-1	1					-3	1	3	5	1	4	-25	-66	275
		Contaminación por desechos sólidos/líquidos	-3	1	1	3	-1	3		-1	1						1	3	-4		
		Compactación	-1	1	-1		-1	1										3	-2		
	AIRE	Contaminación por ruido	-3	5	-3	1	-3	1			-1	3	-1	3				5	-27		
		Calidad del Aire	-1	1														1	-1		
AGUA	Contaminación por desechos sólidos/líquidos	-3	1	-1	1	-3	1										3	-7			
COMPONENTE BIOLÓGICO	FLORA	Pérdida de cobertura vegetal	-5	1	-1	3	-1	3		-1	3	-1	1	3	1	1	6	-21	-1	275	
		Modificación del hábitat	-7	5	-3	3	-1	3					-5	3	5	3	1	4			-47
		Recuperación de la cobertura vegetal	-3	1	-3	1					5	3		7	7		2	2			58
	FAUNA	Cambio en los patrones de conducta Migración de especies	-1	3	-1	1	-3	1						6	3		1	3			11
		Introducción de especies			-5	1								7	5		1	1			30
		Recuperación de especies	-5	3	-3	5	-5	5			3	1	-5	3	7	5	2	4			-32
COMPONENTE SOCIO-ECONÓMICO	SER HUMANO	Condición de vida	5	5	7	5	7	3	3	5				5	5		5		121	342	275
		Salud y seguridad																	0		
	ECONÓMICO	Empleo	5	5	7	7	7	5	10	7	7	5	3	1	3	1	1	8			
													23	39	275	275					

Fuente: Los autores (2021)

## Etapa de construcción

**Tabla 50**  
**Impactos positivos**

<b>Factor ambiental</b>	<b>Impacto ambiental</b>
Calidad de vida	Diversificación de las actividades
	Vinculación de la población local
	Mejoramiento de la calidad de vida
Económico	Generación de fuentes de empleo
	Aprovechamiento de productos locales
	Revalorización de la identidad de las comunidades kichwa cercanas.

**Fuente:** Los autores (2021)

**Tabla 51**  
**Impactos negativos**

<b>Factor ambiental</b>	<b>Impacto ambiental</b>
Atmósfera	Generación de gases contaminantes
Suelo	Contaminación del agua
Atmosfera	Emanación de olores
Suelo	Desertificación
Suelo	Perdida de fertilidad
Suelo	Erosión
Fauna	Cambios de hábitat
Paisaje	Modificación del paisaje
Flora	Perdida de la cubierta vegetal

Fauna	Perturbación de especies
Atmosfera	Esparcimiento de partículas de polvo

**Fuente:** Los autores (2021)

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

- Generación de empleo
- Por otra parte, los impactos negativos que más sobresalen en la etapa de construcción forman parte de:
  - Esparcimiento de partículas de polvo
  - Perturbación de especies
  - Perdida de la cubierta vegetal

### **Etapa de operación**

**Tabla 52**  
**Impactos positivos**

<b>Factor</b>	<b>Impacto ambiental</b>
Calidad de vida	Diversificación de las actividades
	Vinculación de la población local
	Mejoramiento de la calidad de la vida
Económico	Generación de fuentes de empleo
	Aprovechamiento de productos locales
	Rescate de la identidad del pueblo

**Fuente:** Los autores (2021)

**Tabla 53**  
**Impactos negativos**

<b>Factor ambiental</b>	<b>Impacto ambiental</b>
Suelo	Desertificación
Suelo	Perdida de fertilidad
Suelo	Erosión
Atmosfera	Generación de gases contaminantes
Fauna	Cambios de hábitat
Atmosfera	Esparcimiento de partículas de polvo
Flora	Perdida de la cubierta vegetal
Fauna	Perturbación de especies
Atmosfera	Emanación de olores
Paisaje	Modificación del paisaje
Agua	Contaminación de agua

**Fuente:** Los autores (2021)

Los impactos positivos que más sobresalen en la etapa de operación:

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

Los impactos negativos que más sobresalen en la etapa de construcción:

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

**Tabla 54**  
Plan de manejo ambiental

Impacto ambiental	Medidas de mitigación	Medidas de compensación
Contaminación del agua	Evitar o reducir el consumo de los productos de limpieza más agresivos como limpiadores de alfombra etc.	
	Modernización el equipo e instalación del área húmeda.	
	Los cambios de aceite y combustible de la maquinaria se deben realizar en los talleres	
Erosión	Plantar árboles y especies retiradas en la fase de limpieza	
	Aportar nutrientes al suelo	
Esparcimiento de partículas de polvo	Humedecer la superficie que se va a utilizar para prevenir la dispersión del material articulado.	Sembrar árboles que ayuden a crear barreras que no permitan que en viento arrastre las partículas de polvo.
Perdida de la cubierta vegetal	Crear rutas para la circulación de la maquinaria durante la fase de construcción.	

	Señalizar las áreas donde se va a realizar la construcción	
Desertificación	Evitar la limpieza innecesaria al momento de quitar la maleza	
Perturbación de especies	Evitar las actividades ruidosas en periodos de anidamiento	Creación de corredores biológicos
	Evitar la construcción de vías de acceso sin una adecuada planificación para no afectar en demasía las áreas silvestres	
Cambios de hábitat	Conservar los principales hábitat y nichos reproductivos de las aves para reducir la migración	
Modificación del paisaje	Observar y ver la posibilidad de una forma distinta para construir evitando modificar el paisaje en su totalidad	
Emanación de olores	Instalación de purificadores de ambiente en la zona de restauración	
Diversificación de las actividades		Impactos positivos
Vinculación de la población local		
Mejoramiento de la calidad de vida		
Generación de fuentes de empleo		

**Fuente:** Los autores (2021)

**Tabla 55**

Presupuesto y actividades del PMA

<b>FASES DE OPERACIÓN</b>	<b>COSTO</b>
Manejo adecuado de desechos generados	\$ 3.000,00
Mantenimiento de los equipos	\$ 4.000,00
Mantenimiento de áreas verdes	\$ 1.250,00
Programa de monitoreo y control	\$ 525,00
Manejo del sistema de tratamiento de aguas residuales y domésticas	\$ 3.650,00
<b>TOTAL:</b>	<b>\$ 12.425,00</b>
<b>FASES DE CONSTRUCCIÓN</b>	<b>COSTO</b>
Adecuación de acceso de materiales de construcción	\$ 525,00
Manejos adecuados de desechos generados por el personal de la obra	\$ 4.000,00
Baterías sanitarias móviles	\$ 1.000,00
Control de emisiones atmosféricas de ruido	\$ 350,00
Control de gestión de ruidos	\$ 850,00
<b>TOTAL:</b>	<b>\$ 6.725,00</b>

**Fuente:** Los autores (2021)

**Procesamiento de datos de la capacidad de carga física. Con respecto al sendero de observación de aves.**

$$CCF = \left( \frac{S}{SP} \right) (NV)$$

Donde

S: superficie turística disponible (longitud de sendero)

SP: superficie usada por persona 2 metros

NV: número de veces que el área puede ser visitado por la persona en el mismo

$$\text{día } NV = \left( \frac{HV}{TV} \right)$$

HV= horario de visitas

TV= tiempo necesario para la visita (observación) variable

Longitud del sendero= 1642 metros

Superficie usada por persona= 2 metros por temas de bioseguridad

Número de veces que puede ser visitado 5

Horario de visitas 05:30 am – 09:30

Tiempo de visita: 3 horas

**Cálculo de NV**

$$NV = \frac{HV}{TV}$$

$$NV = \frac{4H/D}{3}$$

NV= 1 VISITAS / DIA / VISITANTES

**CCF**

$$\left(\frac{S}{SP}\right) (NV)$$

$$CCF = \frac{1642}{2} (1)$$

CCF = 821 - La capacidad de carga física

CCR = primero se calcula los factores de corrección

1 factor de corrección de erosión

F (cero)1 =  $\frac{mpe}{mt}$  distancia de sendero con problemas – distancia total del sendero

$$F(\text{cero})1 = \frac{252 \text{ m} \times 2}{1642} = \frac{504}{1642} = 0.30$$

$$F(\text{cero}) = 0.30$$

2. Factor de corrección de precipitación

Fc pre =  $1 = \frac{hl}{ht}$  horas de precipitación – horas que el sendero esta abierto

Precipitación del sector 3000 / por los meses que mas llueve que son 5 meses diciembre – abril

Horas de precipitación 600

Hora que el sendero está abierto 1460

$$F_{CPRE} = 1 - \frac{hl}{ht}$$

$$F_{CPRE} = 1 - \frac{600}{1460}$$

$$F_{CPRE} = 0.41$$

Factor de corrección brillo solar

$$FC_{sol} = 1 - \frac{hsl}{ht} * \frac{ms}{mt}$$

5 horas x 365

horas de brillo solar 1825

horas del sendero abierto 1460

longitud del sendero 504

longitud total 1642

$$F_{sol} = 1 - \frac{1825}{1460} * \frac{504}{1642}$$

$$F_{sol} = 0.25 \times 0.30$$

$$F_{sol} = 0.075$$

CC Real

$$CCR = CCF \times (FC1 \times FC2 \times FCN)$$

$$CCR = CCF (0.30 \times 0.41 \times 0.075)$$

$$CCR = 821 \times 0.075$$

$$CCR = 75.5$$

#### CAPACIDAD DE MANEJO

$$CM = \frac{INFRA * OFICINA * PERSONAS}{3} \times 100$$

$$CM = \frac{15}{3} \times 100$$

$$CM = 5 \times 100$$

$$CM = 500$$

$$CM = 5\%$$

#### CCE

$$CCE = CCR * CM$$

$$CCE = 75.5 \times 0.5$$

$$CCE = 37.5$$

## CONCLUSIONES

La Hacienda Luz y Vida, es un proyecto que se crea a partir de la necesidad de plasmar y revalorizar la identidad de las comunidades amazónicas del cantón Lago Agrio y más que nada del reciento Luz y Vida del mejoramiento de las condiciones socio – económicas de sus habitantes, la protección del entorno natural y cultural a través de la prestación de servicios turísticos.

- El proyecto determinó que el cantón de Lago Agrio cuenta con un número significativo de atractivos tanto naturales como culturales, que contribuyen a promover la actividad turística de esa manera se ha podido tener en cuenta una lista de actividades al momento de la realización de paquetes turísticos, además cabe mencionar que la accesibilidad hacia la Hacienda se encuentra en buen estado y con la señalética adecuada, también cuenta con servicios básicos lo que permite una mejor emisión de información hacia otros sitios, de esta forma se vio las condiciones adecuadas para recibir visitantes y claramente diversificar la oferta.
- La Hacienda Luz y Vida será una infraestructura que en la parte de alojamiento se caracterizará por tener cabañas tipo chalet que darán ese realce y armonía con el entorno natural, con una estructura organizativa que estará determinada en base a los procesos, actividades y las funciones necesarias en el establecimiento de alojamiento, en donde estará encabezada por los profesional o gerentes; además, esta forma permitirá una mejor comunicación y coordinación adecuada de cada uno de los empleados que deberá trabajar en base a la filosofía de la Hacienda, tales como la misión, visión, políticas y principalmente resaltando los valores.
- Se identificó el perfil del turista al cantón ya que el cliente potencial para la Hacienda Luz y Vida contiene algunas características tales como, personas de 26 a 40 años de edad y que les gusta que el establecimiento tenga una variedad en los servicios que ofrece. Se ve una clara

motivación de salir de su lugar habitual a visitar lugares naturales, más que todo en familia en donde por gasto promedio es de entre 100 a 400 dólares, donde su permanecía para ellos es aproximadamente de tres días y dos noches, donde se ve resaltado una gran importancia por deportes extremos y caminatas que se encuentran en entornos naturales.

- Se identificaron los impactos naturales, sociales y económicos que se generan con el funcionamiento de la Hacienda Luz y Vida, de esta forma se ha establecido una serie de medidas de mitigación de los impactos negativos detectados. Con la finalidad de precautelar la flora y fauna del sitio, en la etapa de construcción y de manejo de residuos se han tomado una serie de medidas mitigables y de la misma manera la aplicación del plan de manejo ambiental, para compensar el daño. Por otro lado, en la etapa de operación los impactos positivos aumentan y claramente contribuyen al mejoramiento de la economía, al desarrollo de la Hacienda y al beneficio de la población.
- En la parte de comercialización y marketing es esencial para el desarrollo de las actividades necesarias para que se complementen con el objetivo y las metas de la Hacienda. Dado los resultados arrojados en la encuesta aplicada el mercado consumidor prefiere ser informado a través de redes sociales principalmente Facebook e Instagram. Así como tener los paquetes turísticos, promociones, paneles publicitarios y artículos de compra en la respectiva página web. De esta forma se puede fidelizar a los clientes y fomentar a la compra de productos y servicios que en cierta forma revalorizan la cultura amazónica. Por lo tanto, se utilizó estrategias de comercialización que consisten en acciones estructuradas y completamente planeadas que se llevan a cabo para alcanzar los objetivos determinados inicialmente.
- Después de realizar la evaluación financiera se llega a la conclusión que el ejercicio de proyección arroja que el punto de equilibrio se alcanza con la venta de 65.029 unidades, que en dólares debe realizarse una venta

total de \$ 541.903 en el cual se alcanza en el quinto año del ejercicio económico, en este caso el ejercicio de proyección permite superar el punto de equilibrio en el año 5 y obtener una rentabilidad positiva en un ejercicio de 10 años reflejando que la realización del emprendimiento es viable.

### **RECOMENDACIONES**

- Generar programas de capacitación continua que permitan perfeccionar la operatividad de las diferentes funcionalidades de la Hacienda Luz y Vida. Para que de esa forma se entienda la importancia del conocimiento de cada uno de los trabajadores que la conforman así, como la utilidad de los mecanismos de calidad, siendo esta una herramienta fundamental para el perfeccionamiento del proyecto.
- Formar alianzas estratégicas con la ayuda de las entidades tanto públicas como privadas, en donde es necesario una modificación e implementación de infraestructura turística tanto en el cantón como en el recinto. Teniendo en cuenta los servicios básicos y espacios de calidad, para diversificar y aumentar el turismo como las diferentes actividades beneficiosas para el lugar, en el cual el involucramiento de la población será indispensable para resaltar la valoración y la importancia de preservar la cultura del sitio.
- Para la mejora y fidelización de los clientes, es necesario establecer nuevas estrategias de ventas, incrementar canales de distribución y tener muy en cuenta la actualización de los medios publicitarios con regularidad o de una manera anual, para indicar al consumidor final los beneficios de adquirir los productos, servicios y promociones de la Hacienda.
- Crear actividades turísticas donde estén involucradas las personas del pueblo Kichwa amazónico del cantón Lago Agrio, principalmente para fortalecer la identidad cultural. Así como las innovaciones y creaciones en

los conocimientos tradicionales y las expresiones culturales tradicionales que enriquecen la economía, fomentan el desarrollo de la comunidad e impulsan también la creación de empleo, el desarrollo de capacidades y el turismo. De esta forma los ingresos derivados de la venta de artesanías fabricada de acuerdo a técnicas y métodos de conocimientos tradicionales, son fundamentales para el sustento de muchas comunidades.

- Impulsar medidas innovadoras para diferenciar el tipo de servicio que se va a ofertar en el emprendimiento de los demás competidores con la finalidad de llamar la atención de más turistas. Los programas para estimular la recuperación del turismo, de la misma manera centrarse en reconstruir lugares turísticos para que sean más sostenibles lo que crearía puestos de trabajo en la reconstrucción, además de aumentar su atractivo. Por otra parte, la tecnología es un área que merece su respectiva atención al momento de impulsar las medidas innovadoras.
- Para garantizar la viabilidad del proyecto, de acuerdo al VAN y al TIR propuesto, la implementación de la Hacienda debe realizarse en los plazos establecidos, tomando en cuenta que, a partir del quinto año de funcionamiento se generaran las utilidades y así proporcionar seguridad a los inversionistas interesados en el proyecto. Si es que lo amerita.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Red, E. (2019). Obtenido de <https://ec.viajandox.com/lago-agrio/parque-ecologico-recreativo-lago-agrio-A1252>
- Padilla, O. d. (15 de Abril de 2021). *Entorno Turístico* . Obtenido de <https://www.entornoturistico.com/8-definiciones-para-entender-que-es-el-turismo/>
- Hernandez, C. R. (17 de Agosto de 2016). *Importancia del turismo* . Obtenido de <https://es.slideshare.net/carmenrosa60h/importancia-del-turismo-65103533>
- Sergio. (14 de Mayo de 2015). *Gobierno de Mexico*. Obtenido de <http://www.sectur.gob.mx/hashtag/2015/05/14/turismo-cultural/>
- OMT. (2008). Obtenido de <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>
- Villasante, W. M. (13 de Mayo de 2016). *Historia de la Hotelería* . Obtenido de <https://asesoresenturismoperu.wordpress.com/2016/05/13/historia-de-la-hoteleria/>
- Koschwitz, G. (2019). *Tour Cert*. Obtenido de <https://www.tourcert.org/es/projects/turismo-comunitario/>
- OMT. (20 de Noviembre de 2017). Obtenido de <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>
- Sucre, T. (05 de 06 de 2017). *La Planta Turística* . Obtenido de <http://turismosucre20.blogspot.com/2017/06/la-planta-turistica.html>
- turistico, R. d. (18 de Febrero de 2016). *Ministerio de Turismo*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/06/REGLAMENTO-DE-ALOJAMIENTO-TURISTICO.pdf>
- Paniagua, J. A. (03 de Octubre de 2014). *CONCEPTO Y TIPOS DE HOTEL*. Obtenido de <https://es.slideshare.net/tonypaniagua94/conceptos-y-tipos-de-hotel>
- Hosteria. (31 de Enero de 2021). *Concepto y definición* . Obtenido de <https://conceptodefinicion.de/hosteria/>
- Toscani, M. (22 de 06 de 2019). *Hotel y Resort* . Obtenido de <http://expertoenhoteles.com/4024/hotel-resort-diferencias-hotel-resort>
- Elinsignia. (15 de Junio de 2017). *La evolución del alojamiento* . Obtenido de <https://blog.elinsignia.com/2017/06/15/la-evolucion-del-alojamiento/>

- Institucional, C. d. (01 de Mayo de 2021). *Sobre los servicios de alimentación* . Obtenido de <https://catedraalimentacioninstitucional.wordpress.com/inicio/#:~:text=En%20general%20un%20Servicio%20de,preparaciones%20culinarias%2C%20de%20acuerdo%20a>
- MINTUR. (24 de Mayo de 2016). *Reglamento de Guianza Turística*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/06/REGLAMENTO-DE-GUIANZA-TURISTICA.pdf>
- Romero, D. (13 de Marzo de 2017). *Atractivos Culturales* . Obtenido de <https://prezi.com/pk8nocjtrpdi/attractivos-culturales/>
- CARE. (Febrero de 2016). *Etnohistoria de los pueblos y nacionalidades originarias de Ecuador* . Obtenido de <https://www.care.org.ec/wp-content/uploads/2016/02/Modulo-2.pdf>
- INPC. (18 de Agosto de 2014). *Patrimonio Cultural Material* . Obtenido de [https://issuu.com/inpc/docs/folleto\\_patrimonio\\_material](https://issuu.com/inpc/docs/folleto_patrimonio_material)
- Family, T. S. (06 de Septiembre de 2018). *Cómo hacer un estudio de mercado*. Obtenido de [https://blog.mailrelay.com/es/2018/09/06/estudio-de-mercado#\\_Que\\_es\\_un\\_estudio\\_de\\_mercado](https://blog.mailrelay.com/es/2018/09/06/estudio-de-mercado#_Que_es_un_estudio_de_mercado)
- fcarvajals. (02 de Octubre de 2009). *Estudio Financiero*. Obtenido de <https://es.slideshare.net/fcarvajals/estudio-financiero-2114226>
- Quiroa, M. (07 de Enero de 2020). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/producto.html>
- Thompson, I. (Septiembre de 2019). *Marketing.com*. Obtenido de <https://www.marketing-free.com/producto/definicion-producto.html>
- Grapsas, T. (22 de Noviembre de 2017). *Rockcontec* . Obtenido de <https://rockcontent.com/es/blog/plaza-en-el-marketing/>
- Arturo. (21 de Diciembre de 2019). *Crece Negocios*. Obtenido de <https://www.crecenegocios.com/precio/>
- Marketing, I. (22 de Junio de 2010). *Qué es Promoción*. Obtenido de <https://www.marketingintensivo.com/articulos-promocion/que-es-promocion.html>
- Coutinho, V. (01 de Enero de 2017). *RockContec*. Obtenido de <https://rockcontent.com/es/blog/promocion-en-el-marketing/>
- Raffino, M. E. (05 de Octubre de 2020). *Concepto.de*. Obtenido de <https://concepto.de/tipos-de-investigacion/>

- Invest. (10 de Diciembre de 2019). *Significados.com*. Obtenido de <https://www.significados.com/investigacion-cualitativa/>
- Qualtrics. (2021). *Investigación cuantitativa*. Obtenido de <https://www.qualtrics.com/es/gestion-de-la-experiencia/investigacion/investigacion-cuantitativa/>
- Ocampo, D. S. (03 de Diciembre de 2019). *Investigalia* . Obtenido de <https://investigaliacr.com/investigacion/investigacion-bibliografica/>
- Zamora, F. A. (08 de Junio de 2018). *Metodo Inductivo*. Obtenido de [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1990-86442018000300117](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1990-86442018000300117)
- Westreicher, G. (19 de Mayo de 2020). *Método Deductivo* . Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/metodo-deductivo.html>
- Espada, B. (29 de Abril de 2021). *Qué es el método descriptivo*. Obtenido de <https://okdiario.com/curiosidades/que-metodo-descriptivo-2457888>
- sociales, M. d. (09 de Agosto de 2012). *Las Técnicas y los Instrumentos*. Obtenido de <https://sites.google.com/site/metodolo8giacienciassociales/las-tecnicas-y-los-instrumentos>
- Sena. (30 de Enero de 2017). *La encuesta estadística* . Obtenido de <https://es.slideshare.net/anfo28/diseo-de-la-encuesta>
- Galán, J. S. (27 de Mayo de 2015). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/segmentacion-de-mercado.html>
- Torres, D. (06 de Octubre de 2020). *Hubspot*. Obtenido de <https://blog.hubspot.es/sales/analisis-demanda>
- Diego. (2016). *La demanda Insatisfecha* . Obtenido de <https://www.emaze.com/@AWLCWZWZ>
- Peiró, R. (05 de Julio de 2017). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/mercado-objetivo.html>
- Content, R. (04 de Febrero de 2019). *Rockcontent.com*. Obtenido de <https://rockcontent.com/es/blog/canales-de-distribucion/>
- Roldán, P. N. (27 de Junio de 2017). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/patrocinio.html>
- Entorno Turístico. (17 de Enero de 2016). *Tipos de Turismo*. Obtenido de Entorno Turístico : <https://www.entornoturistico.com/cuales-son-los-tipos-de-turismo-que-existen/>

- De la Torre Padilla, O. (2021). El Turismo fenómeno social. En O. d. Padilla, *El Turismo* (pág. 134). Fondo de la Cultura Económica .
- G.A.D.M LagoAgrio. (2019). *Actualización del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial LUTOPSA*. Obtenido de Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Lago Agrio.: [http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL\\_SNI/data\\_sigad\\_plus/sigadplusdocumentofinal/1560000510001\\_1560000510001\\_PLAN%20DE%20DESARROLLO%20Y%20ORDENAMIENTO%20TERRITORIAL%20LAGO%20AGRIO%20MARZO%202015\\_15-03-2015\\_21-28-34\\_12-04-2016\\_15-48-22.pdf](http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/1560000510001_1560000510001_PLAN%20DE%20DESARROLLO%20Y%20ORDENAMIENTO%20TERRITORIAL%20LAGO%20AGRIO%20MARZO%202015_15-03-2015_21-28-34_12-04-2016_15-48-22.pdf)
- Vera, I. (28 de febrero de 2018). *Turismo en la economía de Ecuador*. Obtenido de Entorno Turístico: <https://www.entornoturistico.com/turismo-en-la-economia-de-ecuador/>
- Escobedo, A. (20 de Noviembre de 2018). *Turismo de naturaleza: ¿En qué consiste y cuál es su origen?* Obtenido de Entorno Turístico: <https://www.entornoturistico.com/turismo-de-naturaleza-en-que-consiste-y-cual-es-su-origen/>
- Hernandez, V. (11 de diciembre de 2016). PREFORDISMO, FORDISMO Y POSTFORDISMO EN EL TURISMO: MODELOS PARA EL ANÁLISIS DEL TURISMO. *Turydes Revista Turismo y Desarrollo*. ISSN. Obtenido de <https://www.eumed.net/rev/turydes/21/fordismo.html>
- Bembibre, C. (29 de mayo de 2021). *Importancia del Turismo*. Obtenido de Importancia.org.: <https://www.importancia.org/turismo.php>
- Changuán, K., & Valencia, A. (24 de Agosto de 2017). *Diseño de un producto agroturístico para la finca Mulaute, parroquia rural San José de Alluriquín, cantón Santo Domingo*. Obtenido de Pontificia Universidad Católica del Ecuador sede Santo Domingo PUCE SD: [https://issuu.com/pucesd/docs/tesis\\_changu\\_\\_n\\_valencia](https://issuu.com/pucesd/docs/tesis_changu__n_valencia)
- Alba, S. (26 de marzo de 2020). *¿Qué tipo de turismo se identifica contigo?* Obtenido de KIKE ARNAIZ : <https://www.kikearnaz.com/blog-de-viajes/tipos-de-turismo-que-necesitas-conocer>
- Morales, F. C. (21 de Marzo de 2020). Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/tipos-de-turismo.html#:~:text=sol%20y%20playa.-,Turismo%20individual,relacionado%20con%20aspectos%20del%20viaje>  
e.
- HostelBookers. (24 de Abril de 2018). *Diferencias entre hotel, hostel*. Obtenido de <https://www.edestinos.com/consejos-para-viajeros/hoteles/categorias-de-hoteles/diferencias-entre-hotel-hostal-y-motel>

- Red, E. (2019). *Viajandox*. Obtenido de <https://ec.viajandox.com/lago-agrio/parque-ecologico-recreativo-lago-agrio-A1252>
- López, R. G. (07 de Septiembre de 2017). *Turismo Rural Comunitario (TRC)*. Obtenido de Aprende de Turismo.org: [https://www.aprendedeturismo.org/turismo-rural-comunitario-trc/#:~:text=El%20Turismo%20Rural%20Comunitario%20\(TRC,que%20beneficiar%20del%20desarrollo%20turístico.](https://www.aprendedeturismo.org/turismo-rural-comunitario-trc/#:~:text=El%20Turismo%20Rural%20Comunitario%20(TRC,que%20beneficiar%20del%20desarrollo%20turístico.)
- CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR. (12 de marzo de 2020). *CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR 2008*. Obtenido de Defensoría.gob: <https://biblioteca.defensoria.gob.ec/bitstream/37000/2726/1/Constituci%c3%b3n%20de%20la%20Rep%c3%bablica%20del%20Ecuador.pdf>
- LEY DE TURISMO. (29 de diciembre de 2014). *LEY DE TURISMO*. Obtenido de Turismo.gob: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/LEY-DE-TURISMO.pdf>
- MITUR. (18 de febrero de 2016). *REGLAMENTO DE ALOJAMIENTO TURISTICO*. Obtenido de Ministerio de Turismo: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/06/REGLAMENTO-DE-ALOJAMIENTO-TURISTICO.pdf>
- CEPAL. (12 de diciembre de 2018). *La Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible - Una oportunidad para América Latina y el Caribe*. Obtenido de CEPAL - Naciones Unidas: [https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/40155/24/S1801141\\_es.pdf](https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/40155/24/S1801141_es.pdf)
- LEY ORGANICA DE CULTURA. (29 de diciembre de 2016). *LEY ORGANICA DE CULTURA*. Obtenido de Registro Oficial Suplemento 913 de 30-dic.-2016: [https://www.presidencia.gob.ec/wp-content/uploads/2017/08/a2\\_LEY\\_ORGANICA\\_DE\\_CULTURA\\_julio\\_2017.pdf](https://www.presidencia.gob.ec/wp-content/uploads/2017/08/a2_LEY_ORGANICA_DE_CULTURA_julio_2017.pdf)

## ANEXOS

### Encuestas de los establecimientos

#### Objetivo

Determinar el segmento de mercado y el comportamiento de consumo de establecimientos de alojamiento del Recinto Luz y Vida del cantón Lago Agrio Sucumbíos – Ecuador los resultados obtenidos serán utilizados plenamente con fines académicos.

Fecha: 13 – 06 - 2021

Entrevistador: Darío Palacios

#### Datos personales entrevistado

Nombre: Camilo Cueva

Edad:39

Nivel de educación: bachiller

Cargo: administrador

Profesión: Chef

Nombre de la empresa: Ayawaska atractivo Sacha Wasi

Ubicación: Lago Agrio km 13 y medio.

Categoría del establecimiento: Hospedaje



#### Preguntas

1. ¿Cuánto tiempo está la empresa en el mercado?

1 año

2. ¿Cuál es su mercado meta?

Turistas nacionales y extranjeros

3. ¿Normalmente reciben más turistas nacionales o turistas extranjeros?

Extranjeros

4. ¿Cuántas habitaciones tiene el establecimiento?

4 habitaciones

5. ¿Qué cantidad de turistas recibe su establecimiento mensualmente?  
10 por motivo de la coyuntura también este numero se ha reducido mucho

6. ¿En que periodo de tiempo es temporada alta?  
Mayo – junio - julio

7. ¿Los turistas que pernoctan en su establecimiento de donde proviene mayormente?  
Australia – Alemania - Francia – Estados Unidos

8. ¿Qué tipos de servicio brinda?  
Actividades sendero camping ceremonias avistamiento de aves

9. ¿Qué actividades turísticas complementarias integraría a los servicios que presta su establecimiento?

Pesca deportiva

Deportes extremos

Paseo a caballo

La resbaladera más larga

Servicios de piscina y spa

zona de camping

#### **Paseo a caballo**

10. ¿Como comercializa usted su establecimiento?  
Por medio de amistades más que todo y redes sociales



**Figura 47** Ubicación de "Sacha Wasi"

**Fuente:** Los autores (2021) a partir de Google Earth (2018)

## Objetivo

Determinar el segmento de mercado y el comportamiento de consumo de establecimientos de alojamiento del Recinto Luz y Vida del cantón Lago Agrio Sucumbíos – Ecuador los resultados obtenidos serán utilizados plenamente con fines académicos.

Fecha: 13 – 06 - 2021

Entrevistador: Darío Palacios

Nombre: Rosa Escobar

Edad: 40

Nivel de educación: Superior

Cargo: Administradora

Profesión: Abogada

Nombre de la empresa: La Quinta Primavera

Ubicación: Lago Agrio – parroquia de Santa Cecilia vía Quito Km 13

Categoría del establecimiento: Alojamiento

## Preguntas

1. ¿Cuánto tiempo está la empresa en el mercado?  
3 años y medio
2. ¿Cuál es su mercado meta?  
Turistas nacionales y extranjeros
3. ¿Normalmente reciben más turistas nacionales o turistas extranjeros?  
Turistas nacionales
4. ¿Cuántas habitaciones tiene el establecimiento?  
10 habitaciones entre dobles e individuales
5. ¿Qué cantidad de turistas recibe su establecimiento mensualmente?  
Actualmente por motivos de la pandemia, reciben de 30 – 40 turistas
6. ¿En qué periodo de tiempo es temporada alta?  
Julio – Agosto – Diciembre
7. ¿Los turistas que pernoctan en su establecimiento de donde proviene mayormente?  
Lago Agrio en su mayoría y temporada alta como agosto proviene más de la ciudad de Quito
8. ¿Qué tipos de servicio brinda?  
Restaurante, hospedaje, actividades de recreación, eventos
9. ¿Qué actividades turísticas complementarias integraría a los servicios que presta su establecimiento?

Pesca deportiva

Deportes extremos

Paseo a caballo

La resbaladera más larga

Servicios de piscina y spa

zona de camping

### **Deportes Extremos**

10. ¿Como comercializa usted su establecimiento?  
Por medio de redes sociales y conocidos

@QuintaPrimaveraHOSPEDAJE

**La Quinta Primavera**  
Hospedaje Campesino

**CAPACIDAD: 16 PERSONAS**

- Cabana con cómodas habitaciones dobles, triples y cuádruples
- Campos de camping

**COSTO:**

- Habitación individual: 29 USD (1)
- Habitación matrimonial con baño privado: 40 USD (2)
- Habitación matrimonial con baño compartido: 35 USD (2)
- Habitación triple: 50 USD (3)
- Habitación cuádruple: 60 USD (4)
- Campos de Camping: 25 USD (2)
- Cabana familiar con 5 habitaciones: 225 USD
- Alquiler de las instalaciones para grupos, durante el día, incluido una habitación: Cunto 100 USD

**El costo de las habitaciones incluye los siguientes servicios:**

- *Asesoria turística condicional*
- Hospedaje
- Uso de todas las instalaciones, áreas verdes y deportivas
- Parquesadero
- WiFi en zonas comunes
- Consumo libre de frutas de temporada

**DESCUENTOS ESPECIALES PARA:**

**RESERVAS ANTECIPADAS**

- Alquiler de toda la cabana: 15 USD por persona
- 5 % de descuento en la primera noche
- 10 % de descuento en la segunda noche
- 15 % de descuento en la tercera noche

**SERVICIOS CON COSTO ADICIONAL:**

- Servicio de alimentación previa confirmación
- Servicio de Taxi puerta a puerta
- Servicio de eventos.

**TELEFONO: 0994932044**  
Email: quinta Primavera@gmail.com  
Lugar: Agua - Sarandub - Ecuador

**LOS BUENOS MOMENTOS SEGUEN SIEMPRE BUENOS RECURRENDO**



**Figura 48** Actividades de la Quinta Primavera  
Fuente: Escobar R (2021)



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**  
**Carrera de Turismo**



**DATOS DEL DOCENTE**

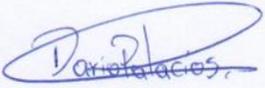
<b>NOMBRE:</b>	Ruiz Erazo Victoria Geovana
<b>SEMESTRE:</b>	Noveno
<b>ASIGNATURA:</b>	Trabajo de Grado I
<b>FECHA ENTREGA:</b>	10-may-21
<b>NOMBRE/INTEGRANTES</b>	Darío Ulyses Palacios Achanga Rocha Suarez Oscar Gabriel
<b>TEMA/EMPRENDIMIENTO:</b>	Hacienda turística con cabañas tipo chalet con el fin de aportar con las tradiciones rurales y actividades en la parroquia luz y vida del cantón Lago Agrio provincia de Sucumbíos.

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

**1.4.1 ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA**

<b>SITUACIÓN MACROAMBIENTE</b>	<b>Político - Legal</b>	<b>Tendrá referencia ya que se debe sacar los respectivos certificados de funcionamiento.</b>
	<b>Socio cultural</b>	<b>Se integrará a las personas de la localidad</b>
	<b>Económico</b>	<b>Se pretende aportar con la economía tanto local como nacional.</b>
	<b>Tecnológico</b>	<b>Se propone la utilización de herramienta tecnológicas para difusión del sitio.</b>

	<b>Medio Ambiental</b>	<b>Se propone realizar un estudio de mitigación para contrarrestar los impactos ambientales negativos posibles.</b>
<b>SITUACIÓN COMPETITIVA</b>	<b>Infraestructura</b>	<b>Se propone la construcción de cabañas tipo chalet en los árboles de la hacienda.</b>
	<b>Inversiones de la industria</b>	<b>Se analizará los factores de atracción de inversionistas que busquen destinos competitivos</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Operadoras turísticas</b></li> <li>• <b>Instituciones públicas y privadas</b></li> <li>• <b>Entre otras</b></li> </ul>
	<b>Número/competidores</b>	<b>Cuatro haciendas turísticas</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Hacienda la Delicia</li> <li>• Proyecto Inti churi</li> <li>• Hacienda buena fe</li> <li>• Hacienda la primavera</li> </ul>



Darío Ulyses Palacios Achange.

FIRMA ESTUDIANTE



Rocha Suarez Oscar Gabriel.

FIRMA ESTUDIANTE

*Anexo 1: matriz de factores que intervienen en el negocio*



X	X	X	X	X	X	X	X	La red de alcantarillado esta por culminar la obra, ha existido retraso por motivos de la coyuntura actual.
INFRAESTRUCTURA, EQUIPAMIENTOS GENERALES Y SEGURIDAD (#)								
TRANSPORTE PÚBLICO	OFICINAS BANCARIAS	HOSPITALES/CENTROS DE SALUD	OFICINAS PÚBLICAS DE APOYO EMPRESARIAL	POLICÍA				
X		X		X				
COOPERATIVAS DE TAXIS		PARQUE ADEROS	MERCADOS Y/O TIENDAS					
X		X	X					
PROXIMIDAD A OTROS CENTROS URBANOS								
LOCALIDAD		DISTANCIA	TIEMPO	MEDIOS DE TRANSPORTE	TIPO DE VÍA			
Lago Agrio		16.8 km	Veinte minutos aproximadamente	Público y privado	Mixta			
General Farfán		28.4 km	Cuarenta y cinco minutos aproximadamente	Público y privado	Mixta			
POTENCIALIDADES TURÍSTICAS CERCANAS QUE FAVORECEN AL EMPRENDIMIENTO								
NATURALES			CULTURALES					
NOMBRE DEL SITIO	CARACTERÍSTICAS FAVORABLES		NOMBRE DEL SITIO	CARACTERÍSTICAS FAVORABLES				

Parque Ecológico y Recreativo Lago Agrio Perla	El canopy, el paseo en bote y las caminatas por senderos son los principales atractivos del lugar	Museo casa de la cultura Ecuatoriana	Arqueología y arte de las diferentes comunidades de la zona amazónica
Parque turístico Nueva Loja	Comprende un área natural protegida de aproximadamente 30,9 hectáreas. El Parque turístico Nueva Loja que además de ser un atractivo turístico, buscaría convertirse en un refugio para especies rescatadas y se encuentra dentro de la ciudad lo que es favorable.		
Laguna Julio Marín	Se encuentra en el corazón de la ciudad. Un pórtico da la bienvenida al lugar. Alrededor de la laguna de 80 metros de ancho por 200 de largo se construyó un pequeño camino para que los		

		visitantes rodeen el atractivo turístico y admiren los cambios de tonalidades que se producen gracias al sol. Los barcos para los paseos están a disposición de los turistas.			
Centro de recreación laguna azul		Balneario alrededor de grandes áreas recreativas tanto para realizar comida como para admirar la naturaleza.			
<b>COMPETENCIA</b>					
<b>NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO</b>	<b>CARACTERÍSTICAS</b>			<b>OBSERVACIONES</b>	
	<b>UBICACIÓN</b>	<b>SERVICIO/PRODUCTO QUE BRINDA</b>	<b>POSIBLE SEGMENTO DE MERCADO QUE CUBRE</b>	<b>CAPACIDAD DE SERVICIO</b>	
Hacienda la Delicia	Santa Cecilia	Hospedaje, caminatas, restaurante, canchas deportivas,	Familiar	S/D	En el área de capacidad de servicio no se han encontrado muchos datos (S/N) referente a ello.

		observación de aves.		
Proyecto Inti churi	Parroquia el Eno	Cabañas, restaurante, chozas y canchas deportivas, área de camping, pesca deportiva.	Familiar	Limitada
Hacienda buena fe	Comunidad paca yacu	Cuenta con senderos, restaurante, canchas deportivas, pesca deportiva, caminata del café	Familiar	S/D
Hacienda la primavera	Vía batallón la selva	Cuenta con los servicios como restaurante, hospedaje, piscina, gastronomía típica, canchas	Familiar	S/N

		deportivas, recorridos nocturnos por los senderos, área de camping.		

#### FACILIDADES TURÍSTICAS DE ACCESO AL EMPRENDIMIENTO

19.1 TIPO	SI/NO	DETALLE DE LA INFORMACIÓN	ESTADO	OBSERVACIONES
SEÑALIZACIÓN	Si	Cuenta con la señalización correcta.	Regular	
SEÑALÉTICA	Si	Cuenta con la señalética correcta.	Regular	
UBICACIÓN EN MAPAS DIGITALES	Si	ubicación digital en los diferentes mapas de acceso.	Optimo	

#### MODALIDADES DE TURISMO QUE SE PRACTICAN

TIPO	SI/NO	TEMPORALIDAD	LUGAR (ES) DONDE DE	MODALIDAD A LA QUE CONTRIBUYE EL EMPRENDIMIENTO
------	-------	--------------	---------------------	---

				SE EJECUTA LA ACTIVIDAD	
ECOTURISMO	Si	Permanente		Área natural	Como factor importante que contribuye al desarrollo económico del país y la localidad mediante la generación de empleo.
TUR. DE NATURALEZA	Si	Permanente		Área natural	
TURISMO COMUNITARIO	Si	Temporal		Área natural	
TURISMO CULTURAL					
TURISMO RELIGIOSO					
TURISMO DE SALUD	Si	Temporal		Área natural	
TURISMO DE DEPORTES					
TURISMO DE AVENTURA	Si	Permanente		Área natural	
CONVENCIONES					
OTROS					
POBLACIONES BENEFICIADAS POR LA ACTIVIDAD TURÍSTICA		DECLARATORIAS EN EL DESTINO			ASPECTOS QUE FAVORECEN AL NEGOCIO
COMUNIDADES	LOCALIDADES	ENTIDAD		ESTADO	
Reciento Luz y vida		MINISTERIO DEL AMBIENTE			El entorno natural ya que está rodeado de varios árboles valiosos en donde se propone poner las infraestructuras tipo chalet, teniendo en cuenta el magnífico paisaje que se tiene en el lugar.

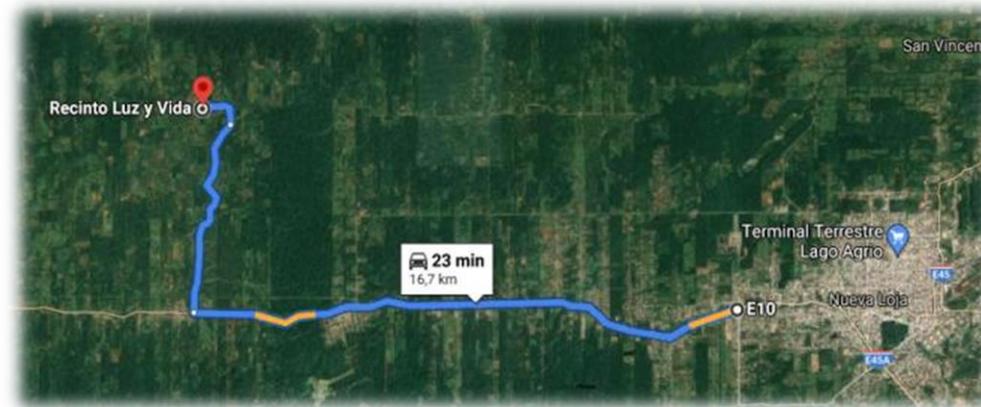
		MINISTERIO DE CULTURA Y PATRIMONIO			
	Lago Agrio	MINISTERIO DE TURISMO			

**PRINCIPALES PROBLEMAS IDENTIFICADOS QUE LIMITEN LA IMPLEMENTACIÓN DEL NEGOCIO**

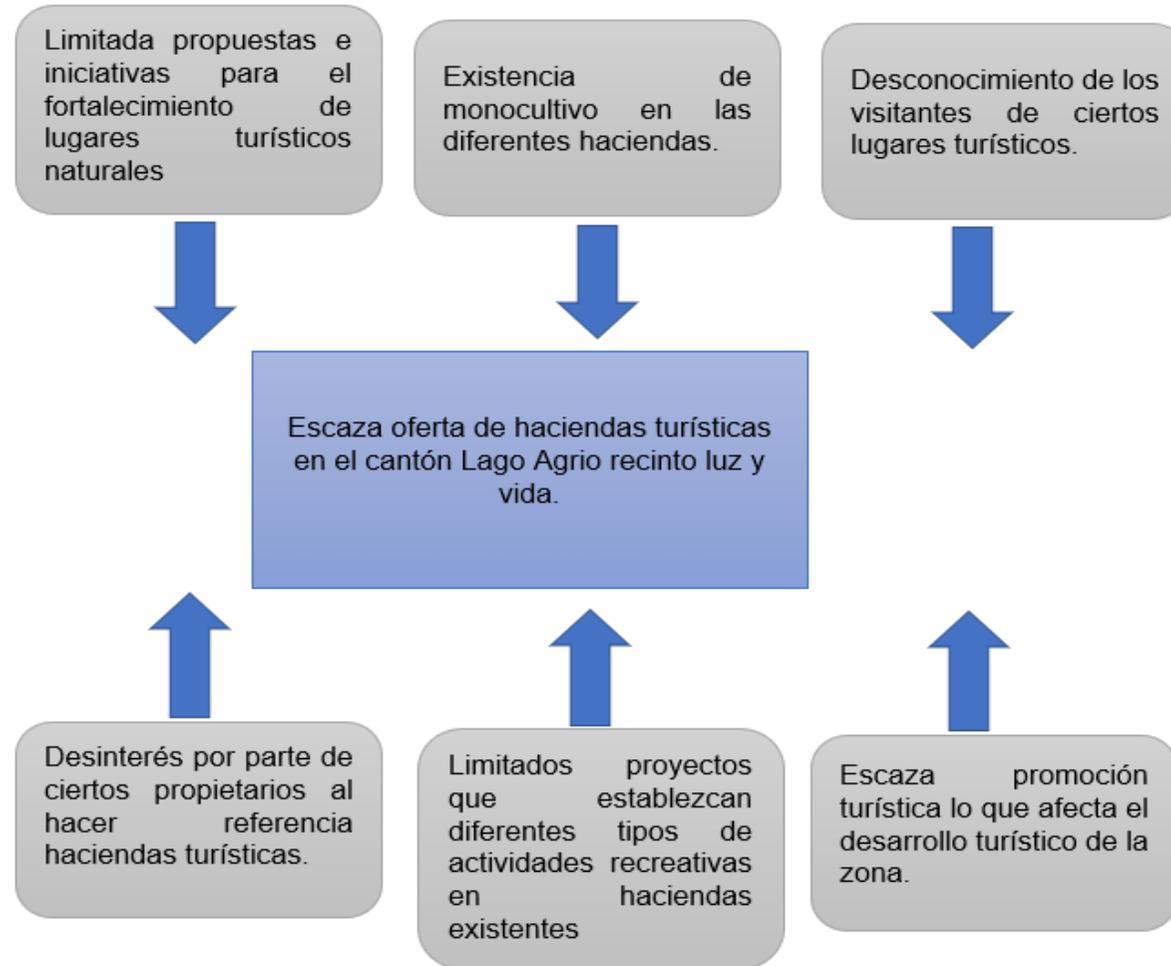
DETALLE	MARCAR	ESPECIFICACIONES
SEGURIDAD CIUDADANA		
ACCESIBILIDAD		
ACCESO A SERVICIOS BÁSICOS	<b>X</b>	Alcantarillado para las aguas servidas es uno de los principales problemas identificados. Existe un tramo de construcción para el mismo pero el proceso está atrasado por motivos de la coyuntura que se está pasando.
CIRCULACIÓN VEHICULAR		
AUSENCIA DE FACILIDADES TURÍSTICAS		
SEÑALIZACIÓN		
SEÑALÉTICA EN ATRACTIVOS	<b>X</b>	<b>SS</b>

LIMITADO TALENTO HUMANO CAPACITADO	X	Las personas que ayudaran a la realización de esto necesitan capacitación sobre los diferentes servicios que se va a dar a conocer.
OTROS	X	Imprevistos en el transcurso del proyecto.
OBSERVACIONES		

### MAPA



*Anexo 2: Ficha de diagnóstico para el emprendimiento*



Anexo 3: Árbol de problemas

