



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE TURISMO

INFORME FINAL DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR, MODALIDAD PRESENCIAL

TEMA:

“LODGE CON ESTILO ANDINO EN LA COMUNIDAD DE RUMIPAMBA, LA ESPERANZA-IBARRA”

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de licenciado en Turismo

**Línea de investigación: Gestión, producción, productividad, innovación y desarrollo socio
económico.**

Autora: Atis Cajas Dayana Fernanda

Director: MSc. Jorge Armando Flores Ruiz

Ibarra – 2025



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	1005158975		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Atis Cajas Dayana Fernanda		
DIRECCIÓN:	Priorato		
EMAIL:	dfatisc@utn.edu.ec		
TELÉFONO FIJO:	S/N	TELF. MOVIL	0997537526

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	Lodge con estilo Andino En la Comunidad de Rumipamba, La Esperanza-Ibarra
AUTOR (ES):	Dayana Fernanda Atis Cajas
FECHA: AAAAMMDD	2025/03/05
SOLO PARA TRABAJOS DE TITULACIÓN	
CARRERA/PROGRAMA:	☒ GRADO ☐ POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Licenciatura en turismo
DIRECTOR:	Jorge Armando Flores Ruiz.

AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, Dayana Fernanda Atis Cajas, con cédula de identidad Nro. 1005158975, en calidad de autor (es) y titular (es) de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de integración curricular descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

Ibarra, a los ..05.. días del mes de ...marzo... de 20.25..

EL AUTOR:

Firma.....



Nombre: Dayana Fernanda Atis Cajas

CONSTANCIAS

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

Ibarra, a los 05 días, del mes de mayo de 2025...

EL AUTOR:

Firma.


Nombre: Dayana Fernanda Atis Cajas

CERTIFICACIÓN DIRECTOR DEL TRABAJO DE INTERGRACIÓN CURRICULAR

Ibarra, 05 de marzo de 2025

MSc. Armando Flores

DIRECTOR DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

CERTIFICA:

Haber revisado el presente informe final del trabajo de Integración Curricular, el mismo que se ajusta a las normas vigentes de la Universidad Técnica del Norte; en consecuencia, autorizo su presentación para los fines legales pertinentes.



MSc. Jorge Armando Flores Ruiz
C.C.: 1002236410

APROBACIÓN DEL COMITÉ CALIFICADOR

El Comité Calificado del trabajo de Integración Curricular **“LODGE CON ESTILO ANDINO EN LA COMUNIDAD DE RUMIPAMBA, LA ESPERANZA-IBARRA”** elaborado por Dayana Fernanda Atis Cajas, previo a la obtención del título del Licenciatura en Turismo, aprueba el presente informe de investigación en nombre de la Universidad Técnica del Norte:


(f):
MSc. Jorge Armando Flores Ruiz
C.C.: 1002236410


(f):
PhD. Mónica Patricia Buenaño Allauca
C.C.: 0603964073

DEDICATORIA

A Dios, por ser mi refugio en cada desafío, por darme la fortaleza y la sabiduría para seguir adelante en este camino. Sin su amor y guía, este logro no habría sido posible. A mi novio, el padre de mi hija, por su apoyo incondicional, su paciencia y por estar a mi lado en cada momento, creyendo en mí y motivándome a alcanzar mis metas. A mi hija, mi mayor inspiración, cuya existencia me impulsa a ser mejor cada día, dándome la fuerza para superar cualquier obstáculo con amor y determinación.

A mi madre, por su amor infinito, sus sacrificios y enseñanzas, siendo siempre mi ejemplo de lucha y perseverancia. A mis hermanos, quienes han sido mi apoyo incondicional en cada etapa de mi vida, y especialmente a mi hermano que partió a otro país, porque a pesar de la distancia, su cariño y aliento han sido fundamentales para mí. Este logro es también de ustedes, porque sin su amor y apoyo, no habría sido posible.

Dayana Atis

AGRADECIMIENTO

Agradezco a la Universidad Técnica del Norte por ser la institución que me permitió crecer académica y profesionalmente. A mis docentes e ingenieros, por su dedicación, paciencia y guía constante, transmitiéndome conocimientos y valores fundamentales. A mis compañeros de carrera, por su apoyo, amistad y por compartir juntos este camino lleno de retos y aprendizajes. A todos aquellos que, de alguna manera, aportaron a mi formación y al logro de esta meta, mi más sincero reconocimiento y gratitud.

Dayana Atis

RESUMEN EJECUTIVO

El estudio analiza el concepto de "Lodge con Estilo Andino" en Rumipamba, cantón La Esperanza, Ibarra, Ecuador, proponiendo un modelo de alojamiento turístico que fusiona la cultura y arquitectura andina con la sostenibilidad. Se busca impulsar el desarrollo económico local y preservar las tradiciones autóctonas.

La investigación evalúa la viabilidad e impacto de este lodge, integrando materiales y técnicas constructivas tradicionales, además de promover experiencias inmersivas en la naturaleza y la cultura andina. Se analiza el turismo actual en la zona, las necesidades de la comunidad y los recursos disponibles, explorando alianzas con organizaciones locales para fortalecer la oferta turística. También se estudian las oportunidades de empleo y capacitación que este proyecto podría generar.

Los resultados resaltan el alto potencial de la zona para un turismo sostenible, que respete los valores culturales y ambientales y beneficie económicamente a la comunidad. El lodge podría posicionarse como un referente en turismo rural, contribuyendo a la identidad local y a la conservación del entorno. Su implementación representa una oportunidad para diversificar la oferta turística y atraer visitantes nacionales e internacionales interesados en el turismo ecológico y cultural.

Palabras clave: Lodge Andino, turismo sostenible, desarrollo local, cultura andina, arquitectura tradicional, sostenibilidad, turismo rural, identidad cultural, economía local, ecoturismo.

ABSTRACT

This study analyzes the concept of an "Andean-Style Lodge" in Rumipamba, La Esperanza canton, Ibarra, Ecuador, proposing a tourism accommodation model that integrates Andean culture and architecture with sustainability. The goal is to promote local economic development while preserving indigenous traditions.

The research assesses the feasibility and impact of the lodge, incorporating traditional construction techniques and local materials, while offering immersive experiences in nature and Andean culture. It includes an analysis of the current tourism landscape, community needs, and available resources, exploring partnerships with local organizations to strengthen the tourism offering. Additionally, it examines employment and training opportunities that this project could generate.

The findings highlight the region's high potential for sustainable tourism, which respects cultural and environmental values while providing economic benefits to the local population. The lodge has the potential to become a benchmark in rural tourism, contributing to local identity and environmental conservation. Its implementation represents an opportunity to diversify the tourism offer and attract national and international visitors interested in eco-cultural tourism.

Keywords: Andean Lodge, sustainable tourism, local development, Andean culture, traditional architecture, sustainability, rural tourism, cultural identity, local economy, ecotourism.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Contenido

Contenido	11
INTRODUCCIÓN	17
Problema de investigación.....	17
Justificación	18
Objetivos	19
Objetivo General.....	19
Objetivos Específicos.....	19
CAPÍTULO I.....	20
1.1 DIAGNÓSTICO SITUACIONAL.....	20
1.2 Matriz FODA	21
CAPÍTULO II	23
MÉTODOLOGÍA.....	24
2.1 Diseño de la investigación.....	24
2.1.1 Tipos de Investigación / Técnicas e instrumentos de recolección	25
2.1.2 Tipo de muestreo y cálculo de la muestra	27
2.1.3 Instrumentos de recolección.....	28
CAPÍTULO III	29
RESULTADOS Y DISCUSIÓN	29
3.1 Estudio de Mercado	29
3.1.1 Preferencias de consumo del producto/comportamiento del consumidor	29
3.1.2 Segmentación del mercado consumidor	41
3.1.3 Análisis de la demanda	43
3.1.4 Análisis de la oferta.....	44
3.1.5 Demanda insatisfecha o nivel de aceptación del producto	45
3.1.6 Demanda objetiva proyectada.....	45
3.2 Estudio Técnico	46
3.2.1 Macro localización.....	46
3.2.2 Micro localización.....	47
3.2.3 El producto/servicio	48
3.2.4 Infraestructura de la empresa.....	63

3.2.5	Estimación de equipamiento y mobiliario	66
3.2.6	Requerimientos por áreas	67
3.2.7	Inversiones y capital de trabajo	73
3.2.8	Organización empresarial	73
3.2.9	Organigramas	76
3.2.10	Constitución legal de la empresa.....	79
3.2.11	Estrategias de comercialización	80
3.2.12	Propuesta comercial.....	87
3.3	Estudio Ambiental	91
3.3.1	Descripción del proyecto o emprendimiento.....	91
3.3.2	Objetivos.....	91
3.3.3	Objetivo General.....	92
3.3.4	Objetivos específicos.....	92
3.3.5	Descripción de las etapas y sus respectivas actividades del emprendimiento.....	93
3.3.6	Determinación de la metodología.....	94
3.3.7	Determinación de la magnitud del impacto.....	95
3.3.8	Identificación, evaluación y jerarquización de los impactos ambientales	95
3.3.9	Jerarquización	108
3.3.10	Gráficos estadísticos de impactos em etapa de operación	109
3.3.11	Matriz de plan de manejo ambiental	111
3.4	Estudio económico financiero	112
3.4.1	Capital de trabajo	112
3.4.2	Balance de situación inicial.....	114
3.4.3	Tabla de amortización	115
3.4.4	Costo de Capital.....	116
3.4.5	Flujo de un año	117
3.4.6	Análisis financiero Flujo de caja 10 años.....	118
CAPÍTULO IV		120
Conclusiones y recomendaciones.....		120
Conclusiones.....		120
Recomendaciones		122
Bibliografía		123
4	Anexos	125

Anexo 1	125
Anexo 2	125
Anexo 3	126
Anexo 4	126
Anexo 5	127
Anexo 6	128
Anexo 7	128

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 <i>Segmentación de mercados del proyecto turístico</i>	42
Tabla 2 <i>Demanda potencial</i>	43
Tabla 3 <i>Análisis de la oferta hotelera</i>	44
Tabla 4 <i>Proyección de la demanda insatisfecha del Lodge Andino</i>	45
Tabla 5 <i>Proyección de la demanda objetiva del proyecto</i>	45
Tabla 6 <i>Infraestructura del establecimiento</i>	66
Tabla 7 <i>Equipo para el lodge Andino</i>	67
Tabla 8 <i>Insumos del Lodge Andino</i>	69
Tabla 9 <i>Inversión del emprendimiento</i>	73
Tabla 10 <i>Componentes del logo</i>	81
Tabla 11 <i>Etapas de creación del emprendimiento</i>	93
Tabla 12 <i>Etapas de operación del emprendimiento</i>	93
Tabla 13 <i>Factores ambientales de Chakana Lodge</i>	94
Tabla 14 <i>Matriz de identificación de impactos ambientales 1</i>	96
Tabla 15 <i>Matriz de impactos ambientales etapa de creación</i>	98
Tabla 16 <i>Matriz de impactos ambientales en etapa de operación</i>	102
Tabla 17 <i>Matriz resumen de Chakana Lodge</i>	106
Tabla 18 <i>Tabla de jerarquización de los impactos ambientales del proyecto</i>	108
Tabla 19 <i>Matriz del plan de manejo ambiental de Chakana Lodge</i>	111

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 <i>Matriz FODA</i>	21
Figura 2 <i>Pregunta 1</i>	29
Figura 3 <i>Pregunta 2</i>	30
Figura 4 <i>Pregunta 3</i>	31
Figura 5 <i>Pregunta 4</i>	32
Figura 6 <i>Pregunta 5</i>	33
Figura 7 <i>Pregunta 6</i>	34
Figura 8 <i>Pregunta 7</i>	35
Figura 9 <i>Pregunta 8</i>	36
Figura 10 <i>Pregunta 16</i>	37
Figura 11 <i>Pregunta 14</i>	38
Figura 12 <i>Pregunta 12</i>	39
Figura 13 <i>Pregunta 11</i>	40
Figura 14 <i>Macro localización del proyecto</i>	46
Figura 15 <i>Micro localización del proyecto 1</i>	47
Figura 16 <i>Micro localización del proyecto 2</i>	47
Figura 17 <i>Grafico del producto 1</i>	49
Figura 18 <i>Gráfico del producto 2</i>	50
Figura 19 <i>Gráfico producto 3</i>	51
Figura 20 <i>Gráfico producto 4</i>	53
Figura 21 <i>Gráfico producto 6</i>	54
Figura 22 <i>Gráfico producto 6</i>	56
Figura 23 <i>Gráfico producto 7</i>	57
Figura 24 <i>Gráfico desayuno 1</i>	58
Figura 25 <i>Gráfico desayuno 2</i>	59
Figura 26 <i>Gráfico desayuno 3</i>	60
Figura 27 <i>Gráfico almuerzo 1</i>	61
Figura 28 <i>Gráfico almuerzo 2</i>	61
Figura 29 <i>Gráfico almuerzo 3</i>	62
Figura 30 <i>Gráfico almuerzo 4</i>	63
Figura 31 <i>Infraestructura del lodge</i>	65
Figura 32 <i>Infraestructura del SPA</i>	66
Figura 33 <i>Organigrama estructural del proyecto</i>	76
Figura 34 <i>Organigrama funcional de la empresa</i>	78
Figura 35 <i>Imagen corporativa del Lodge de estilo andino</i>	80
Figura 36 <i>Material publicitario</i>	84
Figura 37 <i>Red social Facebook</i>	86
Figura 38 <i>Sistema de comercialización</i>	87
Figura 39 <i>Canal de comercialización directo</i>	89
Figura 40 <i>Canal de comercialización indirecto</i>	90
Figura 41 <i>Numeración de la matriz de Leopold</i>	95
Figura 42 <i>Rangos del índice del impacto ambiental</i>	95
Figura 43 <i>Grafico sobre la etapa de operación del proyecto</i>	109

<i>Figura 44 Gráficos estadísticos de impactos en etapa de creación.....</i>	<i>110</i>
--	------------

INTRODUCCIÓN

Problema de investigación.

La comunidad de Rumipaba presenta insuficientes actividades turísticas, lo que limita su capacidad para satisfacer las necesidades de los turistas con opciones de alojamiento y recreación acorde al ambiente local.

Las causas y efectos que se han identificado entorno a la problemática parte de la escasa infraestructura turística desarrollada como alojamientos adecuados y servicios recreativos, se presenta como una barrera para atraer y retener visitantes. Esta situación se agrava por las limitaciones en el acceso a financiamiento, para el desarrollo de infraestructura turística lo que dificulta la mejora de las instalaciones y servicios disponibles, como resultado, la comunidad experimenta una falta de ingresos económicos debido al desempleo en el sector turístico, lo que afecta negativamente la calidad de vida y el bienestar de los residentes locales.

La comunidad de Rumipamba enfrenta desafíos significativos en el desarrollo de su potencial turístico. La carencia de capacitación y formación de gestión turística, así como la creación de experiencias auténticas para los visitantes representa un desafío importante. Esta carencia se ve afectada por el escaso acceso a recursos y materiales educativos sobre gestión turística, lo que limita la capacidad de los actores locales para implementar prácticas efectivas. Esto ha dado como consecuencia una deficiente calidad en la prestación de servicios turísticos debido a la escasa capacitación del personal, lo que afecta la experiencia del visitante en el destino turístico.

Se evidencia una escasa sinergia entre actores clave en el desarrollo turístico sostenible. La ausencia de colaboración entre comunidades, empresas y autoridades locales obstaculiza el progreso y crecimiento del turismo en la región. Esta ausencia de colaboración se manifiesta en la carencia de espacios de diálogo y coordinación entre los diferentes actores involucrados en la actividad turística local. Además, los conflictos y rivalidades entre los actores locales exacerban esta situación, generando divisiones que

dificultan la implementación de estrategias efectivas para impulsar el desarrollo turístico de manera sostenible.

Justificación

El turismo, como uno de los sectores económicos más grandes y de más rápido crecimiento a nivel mundial, ofrece oportunidades significativas para el desarrollo sostenible, especialmente en comunidades rurales como Rumipamba. Sin embargo, el desafío reside en implementar modelos de turismo que respeten la cultura local, promuevan la conservación ambiental y contribuyan al bienestar económico de las comunidades.

El turismo sostenible ha sido reconocido por la Organización Mundial del Turismo como una herramienta imprescindible para la conservación del patrimonio natural y cultural. Al centrarse en un lodge de estilo andino que utiliza materiales locales y técnicas de construcción tradicionales, el proyecto no solo se alinea con las prácticas globales de sostenibilidad, sino que también actúa como un catalizador para la preservación de la biodiversidad y los valores culturales de Rumipamba. Integrar a la comunidad de Rumipamba en el desarrollo y gestión del lodge puede fortalecer la economía local y fomentar el empoderamiento comunitario. A través de empleos directos e indirectos, y la oportunidad de comercializar productos locales y artesanías, el proyecto propuesto tiene el potencial de mejorar significativamente la calidad de vida de los habitantes locales.

El lodge servirá no solo como un espacio para el alojamiento de turistas, sino también como un centro para la educación y sensibilización sobre temas ambientales y culturales. Programas de interpretación ambiental y cultural diseñados en colaboración con la comunidad podrán aumentar la conciencia sobre la importancia de conservar los recursos naturales y culturales de la región. Este proyecto de tesis aportará al cuerpo académico de conocimientos en el campo del turismo sostenible al proporcionar un estudio detallado sobre la viabilidad, impacto y beneficios de los lodges andinos en comunidades rurales como Rumipamba. Además, establecerá un modelo replicable que otras comunidades con características similares podrían adoptar.

En un mundo donde los viajeros buscan cada vez más experiencias auténticas y significativas, el lodge de estilo andino en Rumipamba ofrece una propuesta atractiva que combina naturaleza, cultura y sostenibilidad. Este enfoque no solo atrae a un segmento de mercado en crecimiento, sino que también promueve una forma de turismo más responsable y consciente.

Objetivos

Objetivo General

Realizar un estudio de factibilidad para la implementación de un lodge de estilo andino en la comunidad de Rumipamba.

Objetivos Específicos

- Diagnosticar las condiciones del entorno para un lodge de estilo rústico en la comunidad de Rumipamba.
- Determinar el segmento de mercado y comportamiento del consumidor para alojamientos turísticos tipo lodge en Rumipamba, Provincia de Imbabura.
- Realizar un estudio técnico para la implementación y funcionamiento del lodge.
- Evaluar los impactos ambientales que generará el lodge de estilo rústico en la naturaleza y su entorno.
- Determinar la factibilidad del proyecto mediante un estudio económico financiero analizando la situación para futuras proyecciones.

CAPÍTULO I

1.1 DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

Rumipamba es una comunidad ubicada en las zonas altas de la provincia de Imbabura, Ecuador. Rodeada de montañas y valles, ofrece un paisaje espectacular con un clima que varía de templado a frío, característico de las alturas andinas. Esta comunidad se distingue por sus profundas tradiciones indígenas y su conexión con la naturaleza y la agricultura.

La economía en Rumipamba está principalmente basada en la agricultura y la ganadería. Los cultivos tradicionales incluyen papas, maíz, y habas, entre otros. Además, muchos habitantes de Rumipamba participan en mercados locales y regionales, vendiendo sus productos agrícolas, así como artesanías, especialmente tejidos que son altamente apreciados tanto a nivel nacional como internacional. La parroquia Rumipamba se caracteriza por la presencia de diversos y bellos sitios naturales que forman parte integral de su paisaje y atractivo turístico. Entre estos destacan los imponentes nevados y páramos que bordean la zona, como el Imbabura y el Cubilche, que brindan un telón de fondo majestuoso.

La parroquia Rumipamba, si bien no cuenta con una infraestructura turística masiva, ha venido desarrollando gradualmente su capacidad de atención a los visitantes que llegan a esta zona rural de Imbabura. En la cabecera parroquial y algunas comunidades, existen pequeños emprendimientos de hospedaje, alimentación y servicios que ofrecen una alternativa de alojamiento y gastronomía típica para quienes desean conocer de cerca la cultura y naturaleza de Rumipamba. Además, la parroquia cuenta con guías locales que brindan recorridos y experiencias de turismo comunitario, permitiendo a los turistas interactuar directamente con los habitantes y apreciar sus tradiciones.

1.2 Matriz FODA

Se manifiesta que, “El análisis FODA se utiliza habitualmente en los negocios y la educación para estudiar los puntos fuertes, los puntos débiles, las oportunidades y las amenazas en una situación determinada” (Ortega, 2018).

De igual manera, “El análisis FODA es una técnica utilizada para realizar evaluaciones de aspectos internos y externos” (Schüler, 2022)

Figura 1 Matriz FODA



Rumipamba se caracteriza por su rica herencia cultural, que incluye tradiciones indígenas profundamente arraigadas, habilidades artesanales y el uso del idioma Kichwa, aspectos que la convierten en un destino único y atractivo. Su ubicación estratégica y la facilidad de acceso para

turistas nacionales e internacionales favorecen el flujo constante de visitantes. Además, la comunidad cuenta con un fuerte respaldo colectivo, donde la cooperación entre sus habitantes refuerza la promoción del turismo local. Los conocimientos y habilidades tradicionales de la población representan un recurso valioso para ofrecer experiencias auténticas y diferenciadas a los turistas.

La creciente demanda global de turismo responsable y sostenible constituye una oportunidad significativa para Rumipamba, especialmente entre viajeros interesados en experiencias culturales y ecológicas. El respaldo gubernamental a iniciativas de turismo comunitario puede proporcionar recursos y políticas que beneficien el desarrollo de proyectos locales. Las posibles inversiones en infraestructura vial y de transporte tienen el potencial de mejorar notablemente la experiencia del visitante. Asimismo, establecer alianzas con operadores turísticos podría incrementar la promoción del destino y ampliar su visibilidad en el mercado.

Sin embargo, Rumipamba enfrenta algunas limitaciones importantes. La falta de inversiones económicas significativas restringe el desarrollo y modernización de su oferta turística. La comunidad presenta desafíos en cuanto a habilidades de gestión turística, lo que dificulta la promoción eficiente del destino. Además, la deficiencia en servicios básicos y en infraestructura supone un obstáculo para garantizar una experiencia satisfactoria para los visitantes. La promoción limitada y la falta de estrategias de marketing dificultan aún más el posicionamiento competitivo de la comunidad en el mercado turístico.

Por otro lado, Rumipamba debe enfrentar varios factores externos que podrían afectar su desarrollo. La competencia de destinos turísticos bien establecidos en la región representa un desafío importante para captar visitantes. Los factores climáticos, como lluvias intensas o cambios bruscos en el tiempo, pueden impactar negativamente en la accesibilidad y las actividades

turísticas. Las fluctuaciones macroeconómicas también podrían reducir el poder adquisitivo de los turistas, afectando el flujo de visitantes. Existe además el riesgo de sobreexplotación de recursos naturales, lo que podría comprometer la sostenibilidad ambiental del destino. Finalmente, los cambios en las preferencias de los turistas y las tendencias del mercado podrían impactar en la demanda de experiencias como las que ofrece Rumipamba.

CAPÍTULO II

2 METODOLOGÍA

2.1 Diseño de la investigación

Se dice que, “Un diseño de investigación se define como el plan o estructura general que guía el proceso de realización de la investigación” (Alam, 2023).

Se considera que, "El diseño de investigación es el marco con el que un investigador planifica su investigación" (Ayala, 2020)

Se propone llevar a cabo una investigación centrada en el diseño y la implementación de un lodge con estilo andino en la comunidad de Rumipamba. El objetivo de este estudio es identificar los elementos clave que permitan comprender el mercado potencial y optimizar la oferta del establecimiento, basándose en los datos recopilados durante la investigación.

El enfoque de investigación adoptado será cuantitativo, permitiendo un análisis sistemático y detallado de las características que definen la demanda turística en esta región específica. A través de los resultados estadísticos obtenidos, se podrá mejorar y ajustar el diseño y la estructura del lodge para que responda mejor a las expectativas de los turistas que buscan una experiencia única en un entorno natural y culturalmente enriquecido. Además, se utilizará un enfoque deductivo en el proceso de investigación, basándose en conocimientos previos de experiencias similares en otros destinos con características andinas, pero con un enfoque distinto al del hospedaje convencional.

Para la recopilación de información, se empleará una encuesta detallada que se centrará en aspectos como la calidad de los servicios, el atractivo del entorno, las posibles áreas de mejora y el perfil del consumidor interesado en una experiencia de alojamiento que combine confort con una inmersión cultural auténtica. Esta encuesta será diseñada con un enfoque multidimensional

para capturar las diversas facetas de la experiencia que los turistas buscan en un lodge con estilo andino.

En cuanto al proceso de muestreo, se utilizará una combinación de técnicas no probabilísticas y de muestreo por cuotas, lo que permitirá obtener resultados más precisos y representativos del mercado objetivo. Esto facilitará una interpretación adecuada de los datos y ayudará a tomar decisiones informadas para mejorar la propuesta de valor del lodge, asegurando su éxito en el mercado turístico de Rumipamba.

2.1.1 Tipos de Investigación / Técnicas e instrumentos de recolección

Se considera que, "Las técnicas de investigación son procesos e instrumentos que se utilizan al iniciar el estudio de un fenómeno determinado" (González, 2020).

Esta investigación adopta un enfoque cuantitativo con el fin de realizar un análisis detallado del fenómeno en cuestión. La elección de este enfoque se respalda por varias razones fundamentales. En primer lugar, la pregunta de investigación exige la recopilación de datos numéricos que permitan identificar patrones, relaciones y tendencias dentro de una muestra representativa de la población. Además, el uso de métodos cuantitativos facilita la posibilidad de extrapolar los resultados a una población más amplia, lo que aumenta la validez externa de los hallazgos. Por otro lado, este enfoque posibilita el análisis estadístico de los datos, lo cual ayuda a descubrir conexiones significativas entre las variables de estudio y a formular conclusiones basadas en evidencia concreta.

- **Método de investigación deductivo**

Se menciona que, "El método deductivo es un proceso lógico en el que se parte de una premisa general y se aplica la lógica para llegar a una conclusión específica" (Suárez, 2024)

De igual manera (Bernal, 2010) menciona que: “Este método de razonamiento consiste en tomar conclusiones generales para obtener explicaciones particulares” pág.75

Se lleva a cabo un análisis detallado y sistemático para comprender a fondo los intereses y preferencias de los consumidores potenciales. Este proceso no solo impulsa la creación de una variedad de ideas innovadoras para mejorar las instalaciones y servicios del lodge ubicado en el sector de Rumipamba, sino que también permite el desarrollo de estrategias basadas en la retroalimentación obtenida. Al integrar múltiples perspectivas a través de encuestas y estudios de mercado, se logra una visión más amplia y enriquecedora sobre las expectativas de los usuarios. Esta metodología facilita, además, captar de manera eficaz la atención del mercado objetivo y descubrir nuevas oportunidades comerciales que resulten atractivas y sostenibles en el tiempo, fortaleciendo así las bases para el crecimiento del emprendimiento en el área.

- **Técnicas de investigación**

Encuesta

Se manifiesta que, "Método de recopilación de información a través de preguntas coherentes, objetivas y articuladas" (Frederick, 2021)

Se manifiesta que, "Una encuesta es un método de investigación que recopila información, datos y comentarios por medio de una serie de preguntas específicas" (Gómez, 2023)

Se llevó a cabo una encuesta considerando los aspectos fundamentales que valoran las personas al planificar sus viajes turísticos. El propósito de este estudio es definir de manera precisa los criterios esenciales que deben tener en cuenta aquellos interesados en emprender en el sector turístico. Este análisis abarca a toda la población ecuatoriana y tiene como objetivo proporcionar información valiosa para identificar posibles clientes y satisfacer sus expectativas en el mercado turístico.

2.1.2 Tipo de muestreo y cálculo de la muestra

- **Muestreo no probabilístico**

Por otro lado, "El muestreo no probabilístico es una técnica de investigación que se utiliza para seleccionar una muestra de la población de estudio sin seguir un proceso aleatorio" (Economía Planificada, 2023)

El muestreo no probabilístico es una técnica de selección de muestras en la que no se emplea un proceso aleatorio, lo cual implica que no todos los individuos de la población tienen la misma probabilidad de ser elegidos. En este tipo de muestreo, la selección depende de criterios específicos, como la accesibilidad de los participantes o el juicio del investigador, en lugar de la suerte o el azar. Este método suele utilizarse cuando se busca estudiar características particulares de un grupo o cuando existen limitaciones de tiempo o recursos. Aunque no garantiza representatividad estadística, el muestreo no probabilístico es útil en investigaciones exploratorias, en estudios cualitativos o cuando se pretende obtener una visión específica sobre un segmento de la población.

- **Cálculo de la muestra**

Fórmula de cálculo de la población finita para la propuesta de negocio.

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

Ilustración 1 *Formula cálculo de muestra*

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

$$n = \frac{(1,96)^2(0,50)(0,50)(2349172,3)}{(0,07)^2(2349172,3 - 1) + (1,96)^2(0,50)(0,50)}$$

$$n = \frac{2256145,077}{11511,899}$$

n		196	
N	Total de la población	2.974.531	
d2	Variabilidad de la Población	0,25	
E	Márgen de Error	0,07	7%
Z	Nivel de confianza de los datos	1,96	95%

Después de aplicar el cálculo de la muestra teniendo en cuenta el total de la población de 2974.531 con un margen de error del 7% y un nivel de confianza de los datos del 95% nos da como resultado que el cálculo de la muestra o el número de encuestas a aplicar es de 196.

2.1.3 Instrumentos de recolección

Para analizar la viabilidad de implementar un lodge de temática andina en Rumipamba, se diseñó un cuestionario compuesto por 18 preguntas. Este cuestionario está orientado a identificar y comprender las características y preferencias del posible mercado objetivo. A través de esta encuesta, es posible captar las preferencias de los clientes, lo que permitirá enfocar la propuesta de manera que atraiga el interés de la mayoría de potenciales consumidores, alineándose con sus gustos y expectativas.

CAPÍTULO III

3 RESULTADOS Y DISCUSIÓN

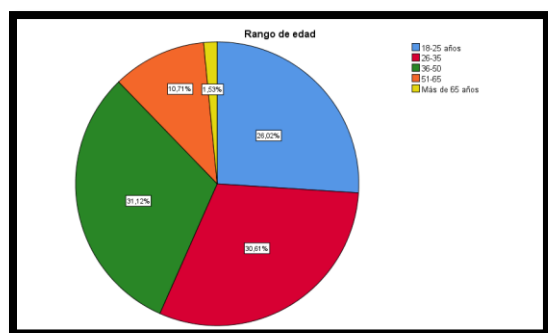
3.1 Estudio de Mercado

Se puede decir que, "Un estudio de mercado puede ser muy útil dentro de las empresas porque te ayuda a obtener información acerca de la competencia y la situación económica de una compañía" (Álvarez, 2020)

Por otro lado también, "Un estudio de mercado es la investigación de un determinado sector, para poder definir estrategias efectivas de marketing, productos o servicios" (De Tena, 2022)

3.1.1 *Preferencias de consumo del producto/comportamiento del consumidor*

Figura 2 *Pregunta 1*

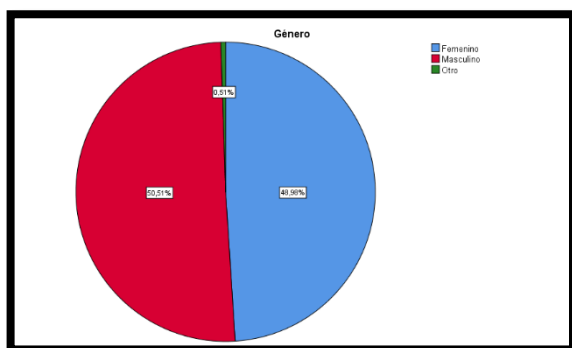


Análisis:

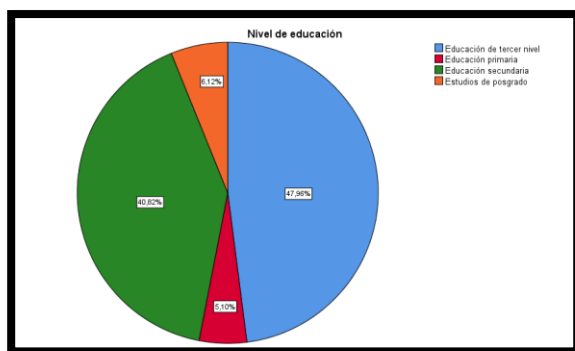
El gráfico circular presenta una distribución de edades, donde los grupos de 26-35 y 36-50 años concentran la mayor parte de la población, sugiriendo un predominio de adultos jóvenes y de mediana edad. Los rangos de 18-25 y mayores de 65 años tienen una representación menor, lo que podría indicar una muestra no representativa o factores específicos que afectan la distribución. Para una interpretación más completa, sería necesario conocer el tamaño total de la muestra, el contexto del estudio y comparar los resultados con otros grupos o datos

poblacionales. Esta información puede ser útil para diversas aplicaciones, como estrategias de marketing, diseño de productos y análisis demográfico.

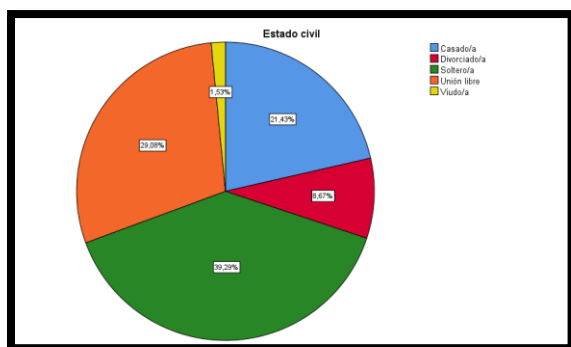
Figura 3 *Pregunta 2*



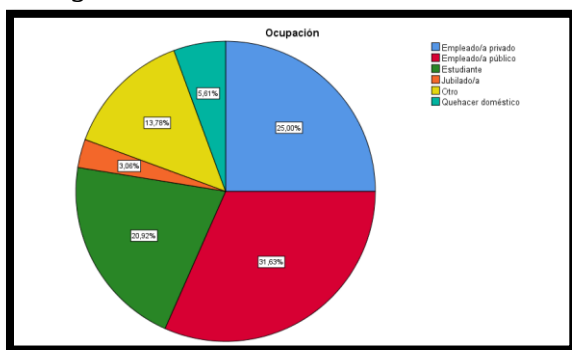
El gráfico circular muestra una distribución de género casi equitativa, con un ligero predominio del género masculino. El porcentaje de personas que se identifican con un género distinto a hombre o mujer es muy bajo. Esta distribución sugiere una muestra relativamente equilibrada en términos de género, aunque es importante considerar el tamaño de la muestra y la definición específica de la categoría "Otro" para una interpretación más precisa. Esta información puede ser útil para evaluar la diversidad de género en el grupo analizado y puede tener implicaciones en diversos campos como la investigación social, el diseño de productos y la evaluación de políticas. Sin embargo, para obtener conclusiones más sólidas, sería necesario complementar este análisis con otros datos demográficos y contextuales.

Figura 4 *Pregunta 3*

El gráfico circular muestra una distribución de niveles educativos donde predomina la educación de tercer nivel (universitaria), indicando un alto nivel educativo general en la muestra. La educación primaria tiene la menor representación, sugiriendo que la mayoría ha completado al menos la secundaria. La presencia de estudios de posgrado indica un nivel educativo aún más avanzado en una porción de la población. Sin embargo, es importante considerar el tamaño de la muestra y la definición específica de cada nivel educativo para una interpretación más precisa. Esta información es útil para evaluar el nivel educativo de la población analizada y puede tener implicaciones en diversos campos como la educación, el mercado laboral y la investigación social.

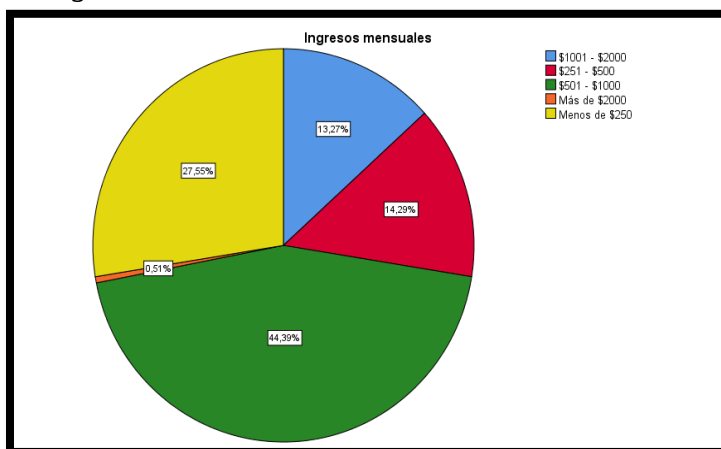
Figura 5 *Pregunta 4*

El gráfico circular nos muestra que el estado civil predominante en la muestra es la soltería, seguido del matrimonio. Los estados civiles de divorcio, unión libre y viudez tienen una representación menor. Esta distribución sugiere que la muestra está compuesta principalmente por personas jóvenes o que han pospuesto la formación de una pareja estable. Sin embargo, es importante considerar el contexto del estudio y el tamaño de la muestra para una interpretación más precisa. Esta información puede ser útil para entender las dinámicas sociales y demográficas de la población analizada, y puede tener implicaciones en diversos campos como el marketing, la planificación urbana y las políticas sociales.

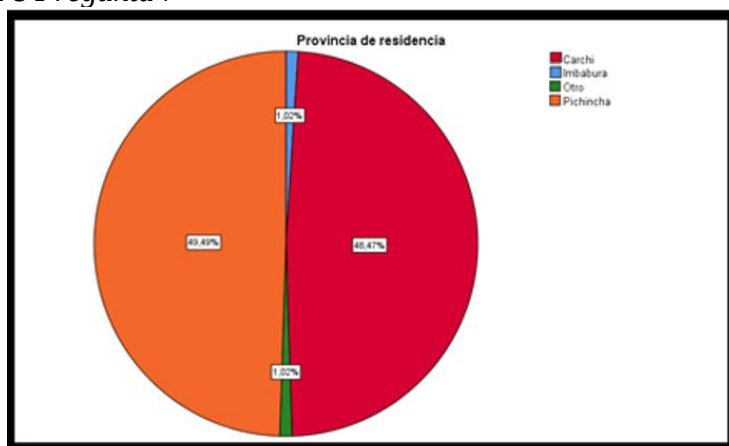
Figura 6 *Pregunta 5*

El gráfico circular revela que la ocupación predominante en la muestra es la de empleado/a en el sector privado (26.09%), seguida por el empleo público (21.53%). Esto indica una clara inclinación hacia el mercado laboral formal, con una mayor concentración en empresas privadas. El 13.79% de los encuestados se identifica como estudiantes, lo que sugiere una población relativamente joven o un estudio enfocado en un entorno académico. Los jubilados representan un 5.01%, mientras que las categorías de "otros" y "quehaceres domésticos" abarcan un 3.04% y un 5.51% respectivamente, indicando una diversidad ocupacional más allá de los empleos formales. Esta distribución sugiere una economía con una combinación de sectores público y privado, una población con un nivel educativo variable y una diversidad de situaciones laborales. Para una interpretación más completa, sería útil considerar el contexto del estudio (región, tamaño de la muestra, etc.) y comparar estos resultados con datos nacionales o regionales.

Figura 7 *Pregunta 6*

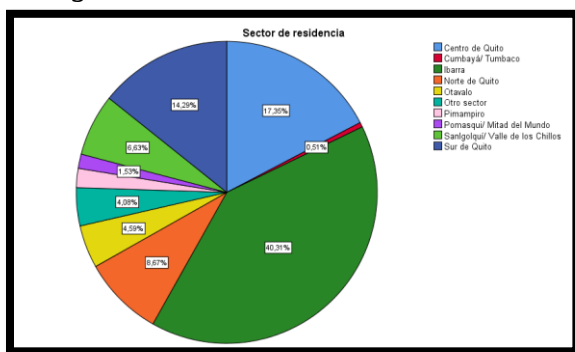


El gráfico de ingresos mensuales revela una marcada desigualdad en la distribución de la riqueza. Un grupo minoritario, aquellos que perciben más de \$2000 mensuales (14.2%), concentra una porción significativa del ingreso total, evidenciando una concentración de la riqueza en pocas manos. En contraste, la mayoría de la población se encuentra en los rangos de ingresos más bajos, con un 44.3% reportando ingresos menores a \$500 mensuales. Esta situación genera una brecha significativa en la calidad de vida y el acceso a oportunidades, subrayando la urgencia de implementar políticas públicas que promuevan una mayor equidad. Es preocupante observar que un **0.5%** de la población encuestada reporta ingresos menores a \$250 mensuales, lo que indica una situación de extrema vulnerabilidad económica. Esta desigualdad en la distribución del ingreso tiene implicaciones profundas en términos de desarrollo social y económico, y plantea un desafío crucial para construir sociedades más justas e inclusivas.

Figura 8 *Pregunta 7*

El gráfico circular revela una marcada concentración de la población en las provincias de Pichincha y Imbabura, las cuales representan un 49.47% y 40.49% del total, respectivamente. Esta distribución geográfica indica una clara tendencia de la población a concentrarse en estas dos provincias, posiblemente debido a factores como la oferta de empleo, servicios, o centros educativos. Es notable la baja proporción de residentes en la provincia de Carchi, con apenas un 1.07%. La categoría "Otros" representa un 1.52%, lo que sugiere una dispersión de la población en otras provincias del país. Estos datos subrayan la importancia de Pichincha e Imbabura en el contexto regional y nacional, y plantean interrogantes sobre las causas de esta concentración poblacional, así como sobre las implicaciones para el desarrollo de las diferentes provincias.

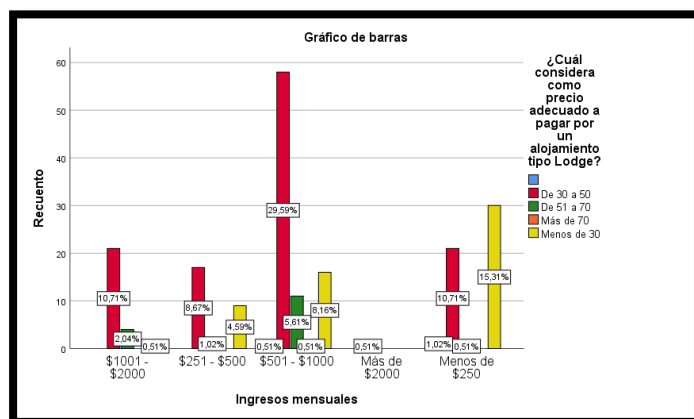
Figura 9 *Pregunta 8*



El gráfico circular muestra una clara concentración de la población en el centro de Quito (14.29%) y el norte de Quito (17.39%), representado por tonos de azul. Esto sugiere una urbanización y crecimiento demográfico en estas zonas. Otavalo (8.67%), representado por un tono verde, presenta una notable concentración poblacional, posiblemente debido a factores económicos o culturales. En contraste, sectores como Pomasqui/Mitad del Mundo y Sangolquí/Valle de los Chillos presentan porcentajes menores, evidenciando una menor densidad poblacional. La categoría 'Otro sector' (0.51%), representada por un tono rojo, indica una dispersión de la población en otras áreas no especificadas.

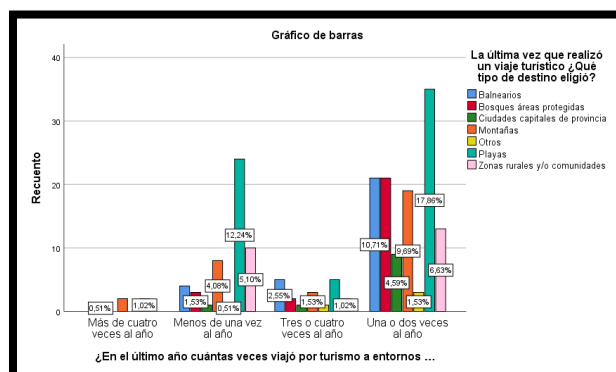
COMPORTAMIENTO DE CONSUMO

Figura 10 *Pregunta 16*



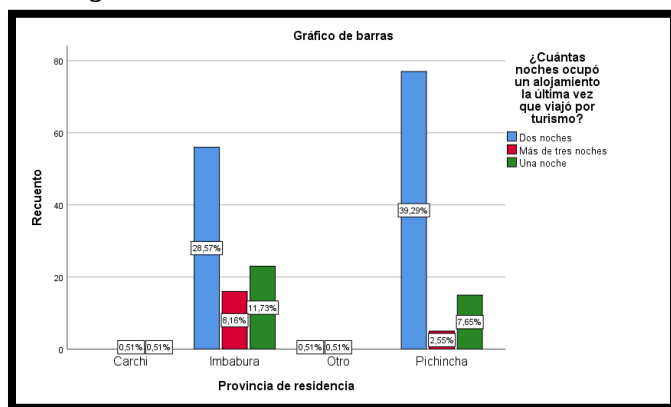
En el comportamiento de consumo tenemos que las personas consideran como precio adecuado a pagar de \$30 a \$50 por un alojamiento tipo Lodge las cuales encuentran en su mayoría aquellas que tienen un ingreso mensual de \$501-\$1000, por otro lado tenemos a aquellas personas con ingresos menores a \$250 quienes consideran como precio adecuado pagar menos de \$30 debido a su bajo ingreso mensual. Tenemos como resultado que el precio adecuado para las personas encuestadas va de un rango de menos de \$30 hasta \$50, lo que considero que es un precio que podrían pagar aquellos turistas que decidan hospedarse en un lodge de estilo rústico en una zona rural.

Figura 11 Pregunta 14



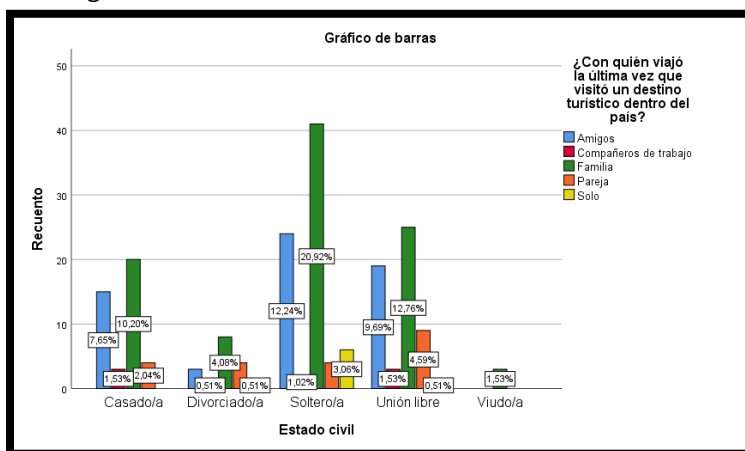
En esta gráfica observamos que las personas viajan en su mayoría uno o dos veces al año a visitar entornos rurales que se encuentran divididos en bosques áreas protegidas, montañas, zonas rurales y/o comunidades y balnearios. En el rango de una o dos veces al año y de menos de una vez al año tenemos un alto porcentaje de personas que viajan como destino las playas. Tenemos un bajo porcentaje de personas que viajan tres o cuatro veces año y mas de cuatro veces al año, teniendo en cuenta esto podemos concluir que las veces para viajar en el año solamente es de una o dos veces al año, ya que el nivel de adquisición y tiempo de nuestro país no da alcance para viajar mucho más en el año.

Figura 12 *Pregunta 12*



En este gráfico podemos analizar que las personas que residen en las provincias de Imbabura y Pichincha la última vez que viajaron por turismo ocuparon solamente dos noches en un alto porcentaje, seguido de aquellas que han preferido hospedarse una sola noche y con un porcentaje muy bajo tenemos a aquellas que han preferido hospedarse más de tres noches, concluimos que el comportamiento de consumo es hospedarse dos noches en un establecimiento turístico.

Figura 13 Pregunta 11



En esta parte observamos que las personas de estado civil soltero/a, unión libre y casados en un alto porcentaje, prefieren viajar con su familia a algún destino turístico, seguido de aquellas que prefieren viajar con sus amigos, en un porcentaje muy bajo tenemos a aquellos que prefieren viajar con su pareja, compañeros de trabajo y solos. En este análisis concluimos que sin importar el estado civil entendemos que las personas prefieren viajar con su familia y sus amigos.

3.1.2 Segmentación del mercado consumidor

De igual manera, “Los segmentos de consumidores son grupos de personas que las empresas agrupan de acuerdo con características comunes” (Zendesk, 2022)

También se menciona que, “La segmentación de clientes es una técnica muy utilizada por el marketing para servir a las estrategias de promoción de productos” (Zendesk, 2022)

El segmento de mercado objetivo representa el 40% de la población nacional, con un enfoque especial en las provincias de Pichincha y Carchi, que en conjunto reúnen aproximadamente a 2.964.000 habitantes. Esta área geográfica es estratégica debido a su proximidad y su alto potencial para participar en actividades turísticas innovadoras.

Desde una perspectiva demográfica, el grupo está conformado por hombres y mujeres de entre 25 y 45 años. La mayoría de ellos son solteros, casados o en unión libre, representando el 68,5% del segmento analizado.

Económicamente, este público tiene ingresos mensuales que oscilan entre \$600 a \$2000, lo que identifica a un total de 250.115 individuos con una capacidad adquisitiva media-alta.

En cuanto a su comportamiento, aproximadamente el 25% de estas personas manifiestan un interés activo en el turismo, lo que equivale a unas 62.528 personas predispuestas a realizar viajes con fines recreativos.

Tabla 1 Segmentación de mercados del proyecto turístico

SEGMENTACIÓN DE MERCADOS			
Producto turístico: Establecimiento de alojamiento en Imbabura			
Segmentación Geográfica			
<i>Variable</i>		<i>Número</i>	<i>Porcentaje</i>
<i>País:</i>	Ecuador	17,510.643	100%
<i>Región:</i>	Sierra	7,529.576	43,9%
<i>Provincia/s:</i>	Pichincha, Carchi	2,964.000	16,93%
<i>Ciudad:</i>	-----		-----
1er Resultado: 2,964.000 personas de Pichincha y Carchi			
Segmentación Demográfica (verificar el % correspondiente a los segmentos de edades en el INEC Proyecciones Poblacionales (ecuadorencifras.gob.ec))			
<i>Variable</i>		<i>Número</i>	<i>Porcentaje</i>
<i>Género:</i>	Masculino y femenino	2,964.000	100%
<i>Edad:</i>	25-45	1.043.235	35%
<i>Estado civil:</i>	Solteros y casados	714.615	68,5%
<i>Ocupación:</i>	Empleados públicos y privados	500.231	Ref. 70%
<i>Ingresos:</i>	> 600usd	250.115	50%
2do Resultado: 250.115 hombres y mujeres en edades de 25 a 45 años de estado civil solteros y casados, que trabajan y ganan más de \$600.			
Segmentación Conductual			
<i>Variable</i>		<i>Número</i>	<i>Porcentaje</i>
<i>Estilo de vida</i>	Viajeros por turismo	62.528	25%
Mercado meta: 62.528 hombres y mujeres que viven en las provincias de Pichincha y Carchi, entre 25 a 45 años de edad, solteros y casados, que trabajan y ganan más de \$600, que viajan por turismo.			

3.1.3 *Análisis de la demanda*

Se puede decir que, "Estimar la demanda se ha convertido en una cuestión crítica tanto para optimizar sus soluciones como para minimizar los costos corporativos" (Pereda, 2021).

Para calcular la demanda potencial de manera precisa, es fundamental analizar dos aspectos principales: primero, la identificación del mercado objetivo, lograda mediante un proceso detallado de segmentación de mercados, que permite agrupar a los consumidores con características similares. Segundo, evaluar el porcentaje de personas dentro de ese segmento que manifiestan un interés explícito o una preferencia clara por el producto o servicio, información que suele derivarse de estudios de mercado y encuestas cuidadosamente diseñadas. Esta combinación de datos asegura una comprensión más completa del panorama y facilita la toma de decisiones estratégicas.

Tabla 2 *Demanda potencial*

Población de las provincias de Pichincha y Carchi.	2,964.000
Nro. de consumidores de la Demanda Potencial	62.528
Fuente: encuesta – investigación de mercado	

La demanda potencial en las provincias de Pichincha y Carchi se designa como el grupo estimado de consumidores dentro de una población total de 2.964.000 habitantes que podrían estar interesados en adquirir un producto o servicio específico. En este caso, el número de posibles compradores se calcula en 62.528 personas, lo que representa una fracción del total de la población. Este segmento corresponde a aquellos individuos que, según el análisis realizado, cumplen con los criterios de interés, capacidad adquisitiva y disposición para consumir, lo que los convierte en el

público objetivo de la oferta. Este dato es clave para evaluar el alcance del mercado y planificar estrategias comerciales efectivas.

3.1.4 *Análisis de la oferta*

Se manifiesta que, "El análisis de la oferta es una herramienta utilizada en el ámbito empresarial para evaluar la cantidad de bienes o servicios que están disponibles en el mercado" (**Martín, 2023**)

Tabla 3 *Análisis de la oferta hotelera*

Nombre	Número de habitaciones	Capacidad de alojamiento de personas	Categoría Estrellas
Hostería San Clemente	13	32	NINGUNA
Casa Suya	5	15	NINGUNA
Pondowasi Lodge	9	20	NINGUNA
Hacienda la Merced baja	10	22	NINGUNA

La oferta hotelera analizada incluye cuatro establecimientos sin categoría de estrellas, enfocados en un turismo de pequeña escala y personalizado. La capacidad de alojamiento varía entre 5 y 13 habitaciones por establecimiento, con espacios diseñados para recibir entre 15 y 32 personas. Estos datos reflejan una oferta dirigida a grupos reducidos, ideal para quienes buscan experiencias acogedoras en entornos rurales, priorizando la tranquilidad y el contacto cercano con el entorno natural.

3.1.5 *Demanda insatisfecha o nivel de aceptación del producto*

Se dice que, “Cuando hablamos de demanda insatisfecha, nos referimos a las necesidades de un segmento de la población que no se están cumpliendo con la oferta ya existente” (Villarreal, 2024)

Los resultados se derivan de la información presentada en la siguiente tabla:

Tabla 4 *Proyección de la demanda insatisfecha del Lodge Andino*

Año	Demanda potencial	Competencia	Demanda insatisfecha
Año1	62.528	32,485	30,043

La tabla muestra la proyección de la demanda insatisfecha para un establecimiento hotelero, identificando tres variables clave: la demanda potencial, la competencia y la demanda insatisfecha. Para el primer año, se estima que la demanda potencial es de 62.528 personas, mientras que la competencia tiene una capacidad para atender a 32.485 personas. La diferencia entre la demanda potencial y la capacidad de la competencia revela una demanda insatisfecha de 30.043 personas.

3.1.6 *Demanda objetiva proyectada.*

Los resultados obtenidos se manifiestan en la siguiente matriz.

Tabla 5 *Proyección de la demanda objetiva del proyecto*

Año	Demanda insatisfecha	Demanda objetiva
Año 1	30,043	10,220

La elevada demanda de hospedaje, con 30,043 personas buscando opciones de alojamiento, evidencia una necesidad insatisfecha en el mercado. La oferta actual, limitada en cantidad y calidad, genera frustración entre los potenciales huéspedes. Nuestra propuesta de valor se centra en cubrir esta brecha, ofreciendo un servicio que satisfaga las expectativas de 10,220 clientes identificados como nuestro público objetivo.

3.2 Estudio Técnico

3.2.1 *Macro localización*

Figura 14 *Macro localización del proyecto*



Fuente: *Con Tecnología de Bing*

La provincia de Imbabura, ubicada en la Sierra norte del Ecuador, se destaca por su posición estratégica en la Región Andina, conectando la Sierra con la Costa y la Amazonía y facilitando el comercio y el turismo transfronterizo con Colombia. Su capital, Ibarra, conocida como la "Ciudad Blanca" por su arquitectura colonial, se sitúa a 2,225 metros sobre el nivel del mar y es un centro neurálgico de comercio y servicios gracias a su ubicación en la carretera Panamericana. Ibarra es también un atractivo turístico, rodeada por el Volcán Imbabura y con lugares emblemáticos como el Lago Yahuarcocha y diversos sitios históricos y culturales. En las cercanías, la localidad de Rumipamba, a 2,700 metros sobre el nivel del mar en las faldas del

volcán, ofrece un entorno natural andino ideal para el senderismo y conserva un ambiente rural y tradicional, brindando una experiencia auténtica y enriquecedora a los visitantes.

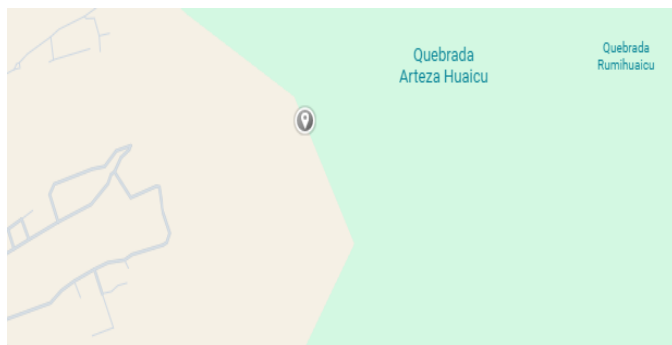
3.2.2 Micro localización

Figura 15 Micro localización del proyecto 1



Fuente: Datos de Google Maps 2024

Figura 16 Micro localización del proyecto 2



Fuente: Datos de Google Maps 2024

El lodge se ubicará en la comunidad de Rumipamba, parroquia La Esperanza, en la provincia de Imbabura, Ecuador. Este destino se caracteriza por su entorno natural privilegiado, rodeado de paisajes andinos, campos agrícolas y vistas impresionantes del volcán Imbabura. Su ubicación estratégica facilita el acceso a actividades culturales y turísticas en la región, como visitas a mercados artesanales, senderismo, y recorridos por sitios emblemáticos. Además, el lodge está conectado por vías en buen estado, permitiendo un fácil desplazamiento desde ciudades

cercanas como Ibarra y Otavalo, lo que lo convierte en un refugio ideal para quienes buscan tranquilidad y contacto con la naturaleza.

3.2.3 El producto/servicio

Se menciona que, "Un producto económico es el resultado final de un proceso de producción dentro de una empresa" (Quiroa, 2019)

Se dice que, "La calidad del servicio no es solo un diferencial competitivo, sino un elemento de extrema importancia para las relaciones comerciales" (Cardozo, 2021)

3.2.3.1 Preámbulo y características

Con base en los datos obtenidos de las encuestas realizadas, se identificó con claridad la opción de alojamiento preferida por los participantes. El análisis detallado de los resultados indica que el proyecto en Rumipamba responde de manera precisa a las expectativas y necesidades expresadas por los encuestados. Así, el lodge emerge como la alternativa más popular, sobresaliendo por ofrecer una variada oferta de servicios que abarcan mucho más que un simple hospedaje. Este tipo de alojamiento brinda a los visitantes no solo un espacio cómodo para pernoctar, sino también una serie de actividades recreativas y de relajación en contacto directo con el entorno natural, creando una experiencia completa y memorable.

3.2.3.2 Diseño ajustado a las preferencias del mercado

- **Producto 1: Alojamiento en Lodge Andino**

Figura 17 *Grafico del producto 1*



El diseño del alojamiento en el lodge de Rumipamba está ajustado para satisfacer las preferencias del mercado, ofreciendo un espacio acogedor y natural, ideal para parejas y familias que buscan una experiencia única de conexión con el entorno andino. El lodge será construido principalmente de madera local, lo que permite una estética rústica que se integra con el paisaje, de igual manera se busca aprovechar el material rocoso para así juntar estos dos recursos “Madera y Piedra”.

Cada habitación contará con detalles pensados para brindar comodidad y privacidad. Las unidades para parejas estarán equipadas con una cama king size, un balcón privado con vistas al volcán y una chimenea interior para un ambiente cálido e íntimo.

Para las familias, el hospedaje será más amplio y tendrán una distribución con habitaciones separadas, áreas de descanso y un espacio de terraza para disfrutar del entorno natural. En ambas modalidades, el diseño interior combinará materiales como madera y piedra, creando un ambiente rústico, pero elegante, con ventanales amplios que permitirán la entrada de luz natural y vistas panorámicas. Además, todas las cabañas estarán equipadas

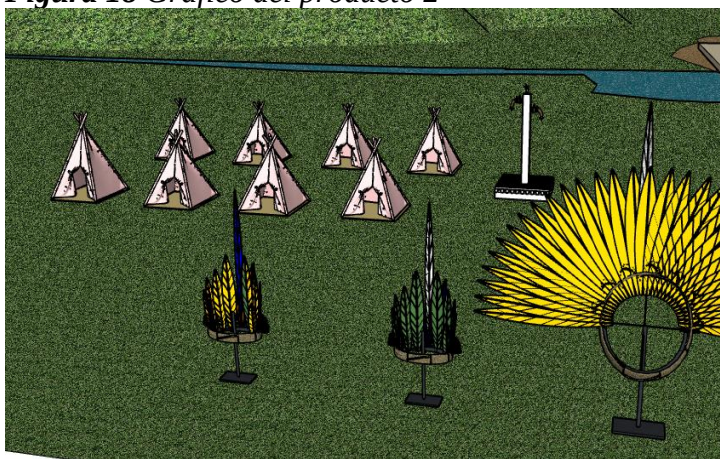
con un baño moderno y ecológico, y algunas contarán con una tina de hidromasaje en el exterior, ideal para relajarse al aire libre.

Costo:

✓ 140 dólares la cabaña para 2 adultos y 2 niños.

- **Producto 2: Camping Andino**

Figura 18 Gráfico del producto 2



El camping andino, caracterizado por alojar hasta un máximo de tres personas en tiendas de diseño tradicional, ofrece una experiencia única que combina lo rústico y lo elegante. Estas tiendas presentan un estilo antiguo con toques de lujo, proporcionando un ambiente acogedor y cómodo. Están equipadas con colchones térmicos y cobijas especialmente diseñadas para retener el calor, garantizando una estancia confortable en el clima frío de la región.

Como valor agregado, este tipo de alojamiento está decorado con artesanías y accesorios indígenas típicos de la comunidad de Rumipamba, incluyendo elementos

culturales como la chakana, símbolo ancestral de gran importancia en la cosmovisión andina. Estos detalles no solo enriquecen la experiencia del huésped, sino que también rinden homenaje a las tradiciones locales, permitiendo una inmersión auténtica en la cultura de la zona.

Costo:

- ✓ 20 dólares (Unidad)
- ✓ 25 dólares (Promoción dos personas)
- ✓ 30 dólares (Promoción de tres personas)

• **Producto 3: Cabalgata**

Figura 19 *Gráfico producto 3*



La cabalgata se presenta como una experiencia cautivadora y enriquecedora, diseñada para ofrecer a los turistas una aventura única que combina exploración y contacto íntimo con la naturaleza. Este recorrido ecuestre permite a los visitantes desplazarse hacia las áreas de SPA y camping, atravesando espectaculares paisajes montañosos y observando

de cerca los pintorescos volcanes de la provincia de Imbabura. A lo largo del trayecto, los jinetes, equipados con sillas de montar cómodas, estribos y riendas que aseguran una experiencia segura, tienen la oportunidad de sumergirse en la belleza del entorno natural y disfrutar de las vistas panorámicas que revelan la majestuosidad de la geografía local.

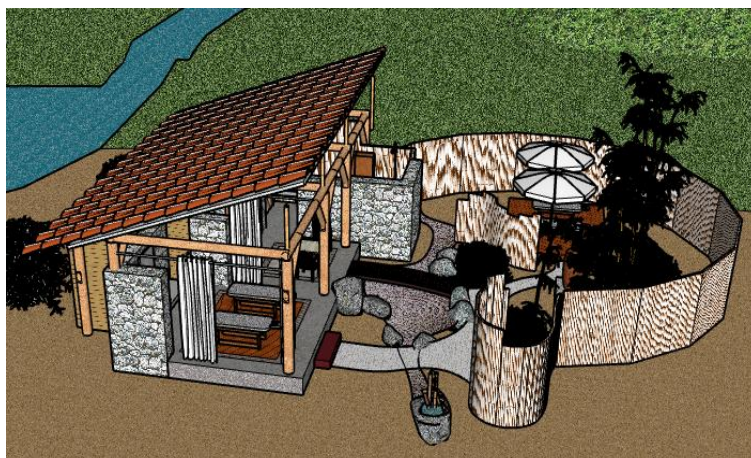
Además de ser una actividad turística, la cabalgata permite experimentar una sensación de libertad al montar a caballo, brindando una conexión especial con el animal y el ambiente que lo rodea. Los senderos cuidadosamente seleccionados ofrecen un recorrido escénico donde los turistas pueden sentir la tranquilidad y la armonía de la naturaleza mientras exploran áreas de difícil acceso a pie. Esta actividad no solo proporciona entretenimiento, sino también un espacio para reflexionar y conectar profundamente con el paisaje, convirtiendo cada paseo en una experiencia memorable y enriquecedora que atrae a aquellos que buscan aventura y una conexión genuina con el entorno natural.

Costo:

- ✓ 6 dólares (Unidad)
- ✓ 11 dólares (Promoción dos personas)
- ✓ 17 dólares (Promoción de tres personas)

- **Producto 4: Spa**

Figura 20 *Gráfico producto 4*



El Spa es una experiencia diseñada para brindar al turista un ambiente de relajación profunda, rodeado de paisajes naturales que potencian el bienestar físico y mental. Este servicio ofrece tratamientos integrales en un espacio al aire libre cuidadosamente adaptado, donde los visitantes pueden disfrutar de una gama de terapias orientadas a revitalizar cuerpo y mente, mientras se conectan con el entorno natural.

Entre los tratamientos principales se incluyen masajes relajantes con aceites esenciales de plantas nativas, conocidos por sus propiedades terapéuticas, además de baños de vapor con hierbas medicinales de la región, ideales para liberar tensiones y promover la purificación de la piel. También se realizan sesiones de hidroterapia en piscinas naturales o jacuzzis al aire libre, donde el sonido del agua y el canto de las

aves crean una atmósfera que invita a la tranquilidad y a la desconexión del estrés cotidiano.

Ofrece, además, prácticas de yoga y meditación guiadas por expertos, realizadas en áreas abiertas o terrazas con vistas panorámicas, lo cual facilita una profunda conexión con el paisaje circundante y ayuda a lograr un estado de paz interior. Cada aspecto de esta experiencia está diseñado para que los turistas vivan un momento de descanso y renovación en perfecta armonía con la naturaleza, llevándose consigo una sensación de equilibrio y revitalización.

Costos

- ✓ Spa en la naturaleza (Masajes): 20 \$
- ✓ Spa aromático (Completo) 35 \$

- **Producto 5: Senderismo**

Figura 21 *Gráfico producto 6*



El producto turístico de senderismo en la zona de Rumipamba, cerca del imponente Volcán Imbabura, ofrece una experiencia de aventura y conexión con la naturaleza andina. Este recorrido guiado permite a los visitantes explorar los majestuosos paisajes y la biodiversidad de la región, con rutas cuidadosamente seleccionadas para adaptarse a diferentes niveles de experiencia y condición física.

Durante la caminata, el turista es acompañado por guías especializados que brindan información sobre la flora y fauna local, destacando plantas medicinales y especies endémicas que enriquecen el ecosistema del área. Además, los guías comparten aspectos de la cultura e historia de la comunidad de Rumipamba, lo que permite al visitante comprender la importancia cultural y espiritual del Volcán Imbabura para los habitantes locales.

A lo largo del sendero, los turistas pueden disfrutar de miradores naturales que ofrecen vistas panorámicas del valle, los pueblos cercanos, y otros elementos geográficos de la región, creando una oportunidad ideal para la fotografía y la contemplación del paisaje. Los visitantes también tienen la opción de realizar paradas en puntos estratégicos para descansar, hidratarse, y disfrutar de snacks elaborados con productos locales. Esta actividad proporciona un espacio seguro y organizado para que los turistas vivan una experiencia inmersiva en el entorno andino, combinando ejercicio físico, aprendizaje cultural y disfrute de la naturaleza en su estado más puro.

Costo:

- ✓ 20 dólares (Unidad)
- ✓ 25 dólares (Promoción dos personas)
- ✓ 30 dólares (Promoción de tres personas)

- **Producto 6: Visitas a comunidades indígenas**

Figura 22 *Gráfico producto 6*



La visita a las comunidades indígenas de Rumipamba, cerca del volcán Imbabura, ofrece una experiencia cultural única para los turistas, brindándoles la oportunidad de conocer de primera mano las tradiciones y formas de vida de los pueblos ancestrales de la zona. Durante el recorrido, los visitantes serán guiados por miembros de la comunidad, quienes compartirán conocimientos sobre la agricultura tradicional, la elaboración de artesanías como cerámica y tejidos, y su conexión espiritual con la naturaleza y el volcán Imbabura. Además, los turistas podrán participar en rituales locales y disfrutar de la gastronomía autóctona, lo que les permitirá vivir una experiencia que combina educación, cultura y sostenibilidad. Este producto turístico no solo ofrece una vivencia auténtica, sino que también contribuye al apoyo y desarrollo de las comunidades locales.

Costo:

- ✓ 15 dólares (Unidad)
- ✓ 25 dólares (Promoción dos personas)
- ✓ 40 dólares (Promoción de tres personas)

- **Producto 7: Hiking al volcán Imbabura**

Figura 23 Gráfico producto 7



La escalada al volcán Imbabura, ubicada en la zona de Rumipamba, ofrece una experiencia única para los amantes de la aventura y la naturaleza. Este producto turístico permite a los visitantes conquistar una de las montañas más emblemáticas de la Sierra Norte de Ecuador, rodeados de impresionantes paisajes andinos. El recorrido comienza en las faldas del volcán, donde los turistas reciben una breve capacitación sobre técnicas básicas de escalada y seguridad, antes de iniciar el ascenso guiado por expertos locales.

A lo largo del trayecto, los participantes atraviesan diferentes ecosistemas, desde bosques nublados hasta páramos de altura, observando una flora y fauna únicas, que incluyen especies endémicas de la región. Durante la escalada, los turistas tienen la oportunidad de disfrutar de vistas panorámicas espectaculares de los alrededores, incluidos los valles cercanos, las lagunas y las comunidades que se extienden a lo largo de la base del volcán.

Una vez en la cima, los escaladores pueden apreciar la majestuosidad del volcán Imbabura, un imponente gigante que se alza a 4,609msnm, y disfrutar de un sentimiento de logro y conexión con la naturaleza. Además, este tipo de actividad fomenta una profunda inmersión en la cultura local, ya que los guías proporcionan información sobre la historia geológica, las leyendas indígenas y las tradiciones ancestrales relacionadas con el volcán.

Costos

✓ 45 dólares (Unidad)

Menú

• Desayuno Andino Tradicional

Precio aproximado: \$6 - \$8 USD

Incluye:

- ✓ Panecillos caseros (pan de yuca, pan de trigo, o pan de maíz)
- ✓ Queso fresco de la región
- ✓ Mantequilla o mermeladas caseras (como de mora, guayaba)
- ✓ Quimbolito
- ✓ Café o té de hojas (usualmente de hierbas locales como manzanilla o muña)
- ✓ Jugos naturales (de frutas tropicales como maracuyá, naranjilla, papaya o mango)

Figura 24 Gráfico desayuno 1



- **Desayuno Continental**

Precio aproximado: \$7 USD

Incluye:

- ✓ Café o té
- ✓ Zumo de naranja natural
- ✓ Panecillos o croissants acompañados de mantequilla y mermelada
- ✓ Fruta fresca de temporada (como plátano, piña, papaya o manzana)
- ✓ Cereal o yogurt
- ✓ Huevos revueltos o a la plancha (opcional)

Figura 25 Gráfico desayuno 2



- **Desayuno Americano**

Precio aproximado: \$9 USD

Incluye:

- ✓ Huevos al gusto (revueltos, fritos, a la plancha o pochados)
- ✓ Tocineta o jamón
- ✓ Pancakes o waffles con miel y frutas frescas
- ✓ Tostadas con mantequilla o queso
- ✓ Café o té
- ✓ Jugo natural de fruta (naranja, maracuyá, o mango)
- ✓ Frutas de temporada (plátano, fresas, piña)

Figura 26 Gráfico desayuno 3



Almuerzos

- ✓ **\$8 - \$12 USD por persona: Almuerzo Típico Andino**

Plato principal: Locro de papas (sopa espesa de papas, queso y aguacate), acompañado de arroz, ensalada de cebollas con tomate y mote (maíz cocido).

Descripción: Este almuerzo representa uno de los platos más emblemáticos de la región

andina, preparado con ingredientes locales frescos y de alta calidad. El locro es una sopa reconfortante, ideal para disfrutar en el clima fresco de la zona.

Figura 27 Gráfico almuerzo 1



✓ **\$12 USD por persona: Almuerzo con Carne Asada**

Plato principal: Carne asada acompañada de papas fritas, ensalada fresca, y arroz con menestra (frijoles o lentejas).

Descripción: Este almuerzo incluye carne asada preparada a la parrilla, jugosa y acompañada de guarniciones clásicas. Es una opción popular entre los turistas que buscan sabores robustos y tradicionales, con un toque local en sus acompañantes.

Figura 28 Gráfico almuerzo 2



- **\$13 USD por persona: Almuerzo de Trucha Andina**

Plato principal: Trucha frita o al ajillo, con papas nativas y ensalada de chochos (frijoles de la región andina).

Descripción: La trucha es uno de los pescados más comunes en las zonas andinas, especialmente en áreas cercanas a lagos y ríos. Este almuerzo destaca la frescura del pescado, servido con un toque de especias y guarniciones típicas de la región.

Figura 29 Gráfico almuerzo 3



- **\$20 USD por persona: Almuerzo Típico con Cuy**

Plato principal: Cuy asado (conocido como "conejo de indias"), servido con papas nativas, arroz y ensalada de tomates con cebolla.

Descripción: El cuy es una delicadeza tradicional en la sierra ecuatoriana, preparado de manera especial para brindar una experiencia auténtica. Este plato

es ideal para quienes buscan experimentar los sabores más representativos de la cultura andina.

Figura 30 *Gráfico almuerzo 4*



3.2.4 Infraestructura de la empresa

Espacios y ambientes requeridos para el funcionamiento óptimo de la empresa

La disposición del Lodge Andino, situado en el sector de Rumipamba, Imbabura, ha sido diseñada para brindar una experiencia cómoda y cercana a la naturaleza, manteniendo la privacidad en cada espacio y optimizando tanto las áreas interiores como exteriores.

1. Recepción y Lobby:

- ✓ Al entrar, los huéspedes son recibidos en un ambiente cálido y acogedor, con una zona de espera decorada con sofás y sillas de estilo rústico. La recepción presenta un mostrador principal, donde se brinda información sobre actividades y opciones gastronómicas de la zona. Las paredes, de madera y piedra, reflejan una estética inspirada en los Andes.

2. Área de Habitaciones:

- ✓ Las habitaciones están alineadas a lo largo de un corredor iluminado con grandes ventanas, dejando pasar luz natural y permitiendo vistas hacia el exterior.
- ✓ Habitaciones Individuales y Dobles: Ubicadas en la primera parte del corredor, estas habitaciones cuentan con una cama de alta calidad de 2 plazas y media, un baño privado que incluye jacuzzi, y un pequeño balcón. Además, están equipadas con una mesa comedor y una cómoda silla de descanso.
- ✓ Habitaciones Familiares: Se encuentran en la segunda parte del corredor, diseñadas para acomodar a familias o grupos. Incluyen dos camas de 2 plazas, además de un sofá cama y una mesa comedora con sillas. Estas habitaciones también tienen baño privado con jacuzzi y balcón con vista panorámica.

3. Zona Común de Descanso y Mirador:

- ✓ Al final del corredor de habitaciones, se encuentra una zona común para el descanso, con una terraza que actúa como mirador, ofreciendo amplias vistas de Rumipamba. Este espacio está amueblado con sillas de fibra natural y hamacas, además de bancos largos y mesas de madera, ideales para socializar.

4. Área de Spa y Relajación:

- ✓ Ubicada en un extremo de la planta, cerca de las habitaciones, se encuentra una pequeña área de spa equipada con sauna, baño de vapor, y una ducha de agua natural proveniente de la montaña. Esta zona, rodeada de plantas locales, proporciona un ambiente íntimo y relajante.

5. Jardines y Senderos:

- ✓ Rodeando la estructura principal, hay jardines y senderos diseñados con flora autóctona.

Los caminos conducen a pequeños espacios de descanso y miradores secundarios, ideales para apreciar la naturaleza y la fauna de Rumipamba.

Figura 31 Infraestructura del lodge

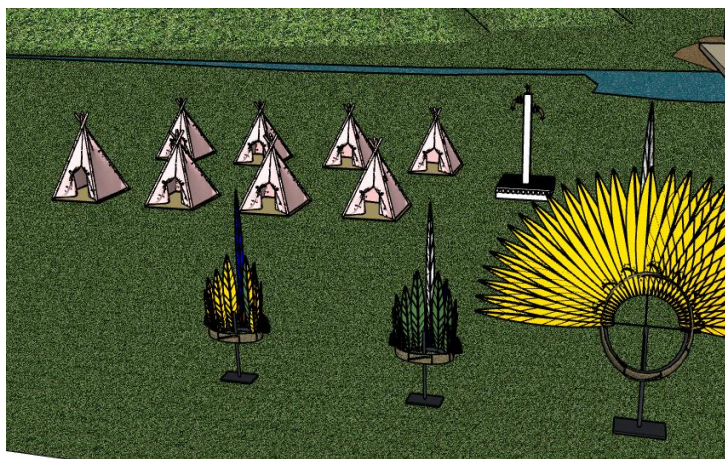
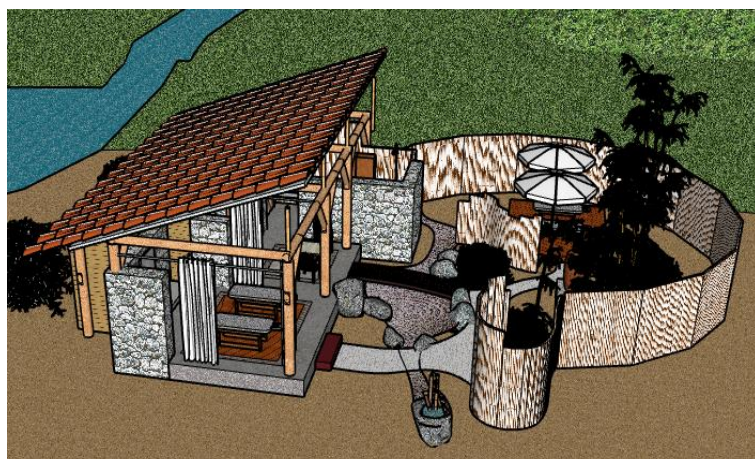


Figura 32 Infraestructura del SPA

3.2.5 Estimación de equipamiento y mobiliario

Tabla 6 Infraestructura del establecimiento

Adecuaciones/ construcciones	Características	Cantidad	Valor unitario	Total
Zona Lodge	Construcción de estilo andino de 285m2 de 3 pisos	1	45000usd	45000usd
	De figura cuadrangular			
SPA	donde cada lado mide alrededor de 10m	1	6000usd	6000usd
TOTAL, PRESUPUESTO				46 000usd

3.2.6 *Requerimientos por áreas*

Maquinaria y Equipo

Los dispositivos y herramientas indispensables para la puesta en marcha el complejo vacacional, se manifiestan en una variedad de formas técnicas

Tabla 7 *Equipo para el lodge Andino*

ÁREA	EQUIPO	CANTIDAD	CARACTERÍSTICAS	VALOR
Cocina	Congelador de carnes	1	Congelador industrial vertical de 1,80m de dos puertas	350,00
	Refrigerador	1	Congelador horizontal de 1,50m de puerta de vidrio corrediza	500,00
	Cocina industrial	1	Cocina industrial de 6 quemadores, con puertas metálicas	350,00
	Mesa de trabajo	1	Mesa de trabajo de metal con dimensiones de 4m x 3m	200,00
	Parrilla de metal	1	Parrilla metálica artesanal de 1,5m x 1m	100,00
Restaurante	Refrigerador de bebidas heladas	1	Refrigerador de bebidas con puertas de vidrio, eficiente, ajustable.	200,00

	Mesas	6	Mesas Ikea y Herman Miller: resistentes, elegantes con madera de pino.	280
	Sillas	24	Sillas Ikea y Herman Miller: resistentes, elegantes con madera de pino.	110
	Cuadros decorativos	5	Cuadros decorativos de figuras andinas y emblemáticas de Imbabura	25
	Iluminación decorativa	1	Iluminación de luces led y de alto glamour	50
Sendero	Señalética de madera	1	Señalética con temática rupestre de 2m x 3m de altura, pintoresco	100
	Letreros de interpretación ambiental	10	Letreros de madera de pino con una base metálica y madera de pino.	50
SPA	Mesas de masajes	2	Mesas de masajes con almohadas acopladas y con reclinación	100
	Muebles para sala de espera	1	Muebles de algodón y madera de 5 piezas	250

Jacuzzis	2	Jacuzzi de dimensiones 1,5 x 2	500
Aparatos de microdermoabrasión	1	Microdermoabrasión para aliviar el estrés con conexión de dos entradas	100

Tabla 8 *Insumos del Lodge Andino*

ÁREA	INSUMO	CANT	CARACTERÍSTICAS	VALOR UNIT.	TOTAL, usd
Habitaciones	Cama y Colchón de 2 plz	7	Cama y colchón paraíso anti ácaros 2B	200	1400
	Cama y Colchón de 1 plz y media	14	Cama y colchón paraíso acolchado de espuma Viscoelástica (Memory Foam)	170	2380
SPA	Lampara	7	Lampara de 3 modos de luz con diseño de flores	10	70
	Alfombra	7	Alfombra de 1m x 1.5m	12	84
	Cortinas	7	Cortinas con caída de cascada de color Canela de 2m x 1m	15	105

Armario	7	Armario de madera de pino aprx 1,5m x 2m x 2m de altura	200	1400
Sábanas	12	Sábanas de algodón para camas de 2 plazas y 1 plaza y media.	20	240
Edredones	12	Edredones 80% de algodón con tela térmica y diseño andino/rustico.	25	300
Almohadas	22	Almohada anti caídas de algodón de marca panda.	12	84
Combo de toallas de baño	10	Toallas de baño color canela junto con combo de rodapiés y de manos.	200	200
Alexa	7	Sistema integrado tecnológico con comandos de voz para control de la habitación.	45	315
Basureros	7	Basureros color canela con apoyo de pies.	6	42
Floreros	7	Floreros con diseños artísticos andinos	6	42

Inodoros	7	Inodoro tradicional con dos sistemas de riego de agua	45	350
Lavamanos	7	Lavamanos con sistema de agua caliente y agua fría.	35	245
Ducha	7	Ducha de forma cuadrada con 68 huecos de salida.	30	350
Aceites	6	Aceites corporales y faciales marca sentiva	25	150
Piedras de calientes	7	Piedras volcánicas	5	35
Cojines de masaje	5	Cojines con 60% de algodón	9	45
Velas aromáticas	10	Velas aromáticas con variación de olores	1	10
Pac. Mascarillas faciales	5	Mascarillas quirúrgicas	2	10

	Batas de baño	5	Batas de baño color rojo con diseño de la empresa	15	75
	Exfoliantes corporales	5	Exfoliantes corporales en marca sentiva	5	25
	Sales de baño	5	Sales de baño pac 5 en 1	5	25
	Plantas y decoraciones	5	Plantas endémicas del lugar	10	50
	Dispensadores de jabón	5	Dispensador de jabón para un litro	9	45
	Ropa interior desechable	5	Ropa interior desechable con elástico de algodón	10	50
	Cepillos y esponjas	5	Cepillos y esponjas para expansión de cremas sentiva.	9	45
Camping	Almohadas	5	Almohadas Ortopédicas	5	25
	Colchón inflable	5	Colchón de 1 plaza y media	40	200
	Cobijas térmicas	5	Cobija con diseño Andino	25	125
	Linternas camping	5	Linternas LED recargables	5	25

Carpas	5	Carpas para 3 personas con palitroques	100	500
Cobertor de lluvias	5	Cobertor de lluvia para carpas	35	175

3.2.7 Inversiones y capital de trabajo

A continuación, se presentan los valores consolidados derivados del presupuesto detallado en las matrices previas.

Tabla 9 *Inversión del emprendimiento*

Construcción y adecuaciones del proyecto	46.000
Maquinaria y equipos establecidos	3.090
Insumos y requerimientos de proporción	8.872
TOTAL	57.962,00

Dentro del estudio técnico el valor de inversión del emprendimiento para el funcionamiento del mismo es de 57.962,00 lo que incluye construcción y adecuaciones del proyecto, maquinaria y equipos establecidos e insumos y requerimientos de proporción.

3.2.8 Organización empresarial

3.2.8.1 Misión

Nuestra misión es ofrecer una experiencia auténtica e inolvidable en conexión con la cultura andina, la naturaleza y la espiritualidad ancestral. Inspirados en la Chakana, símbolo de armonía y equilibrio, buscamos promover el turismo sostenible, preservando la biodiversidad y compartiendo las tradiciones de nuestra tierra. A través de nuestra hospitalidad, gastronomía, y actividades culturales, invitamos a nuestros huéspedes a redescubrir el poder de la Pachamama y llevar consigo un profundo respeto por la riqueza cultural y natural de los Andes.

3.2.8.2 Visión

Ser reconocidos como un destino líder en turismo cultural y ecológico en los Andes, destacándonos por nuestra dedicación a preservar las tradiciones ancestrales, proteger el medio ambiente y brindar experiencias significativas. Aspiramos a inspirar a nuestros visitantes a conectar con la esencia andina, promoviendo un modelo de turismo responsable que fomente el respeto por la naturaleza y el enriquecimiento cultural, mientras fortalecemos el desarrollo sostenible de nuestra comunidad.

3.2.8.3 Políticas

- Promovemos prácticas responsables con el medio ambiente. Reducimos residuos, usamos eficientemente los recursos naturales y protegemos la biodiversidad local.
- Fomentamos el respeto por las tradiciones andinas. Aseguramos que nuestras actividades y servicios se alineen con los valores culturales de la región y apoyen su difusión.
- Trabajamos con productores y artesanos locales. Priorizamos la compra de productos y servicios que beneficien directamente a las familias y comunidades de la zona.
- Diseñamos actividades que permiten a los visitantes disfrutar y aprender mientras cuidamos los entornos naturales y culturales donde se desarrollan.
- Garantizamos un trato igualitario a todos nuestros huéspedes y colaboradores. Promovemos un ambiente inclusivo, seguro y respetuoso para todos.
- Superamos las expectativas de nuestros visitantes brindando atención personalizada y hospitalidad de excelencia para garantizar una experiencia inolvidable.
- Implementamos medidas de seguridad y protocolos preventivos para proteger a nuestros huéspedes, colaboradores y el entorno.
- Actuamos con integridad en todas nuestras operaciones. Garantizamos honestidad, claridad y responsabilidad en nuestras relaciones con clientes, socios y colaboradores.

- Capacitamos a nuestros colaboradores y sensibilizamos a nuestros huéspedes sobre la importancia de cuidar y conservar el entorno natural y cultural andino.
- Evaluamos constantemente nuestros servicios, procesos y políticas para adaptarnos a las necesidades de nuestros huéspedes y mejorar nuestra contribución al turismo sostenible.

3.2.8.4 Valores

- Conexión con la Pachamama, valorando y honrando la relación sagrada con la naturaleza, promoviendo el respeto y la gratitud hacia la tierra que nos sostiene.
- Autenticidad cultural, preservando y compartiendo con orgullo las tradiciones y el conocimiento ancestral de los Andes, brindando a nuestros huéspedes experiencias genuinas.
- Armonía y equilibrio, buscando el balance en todo lo que hacemos, promoviendo la coexistencia respetuosa entre las personas, la cultura y el medio ambiente.
- Compromiso con la comunidad, trabajando de la mano con las comunidades locales, fomentando su desarrollo sostenible y empoderamiento.
- Hospitalidad con propósito, ofreciendo un servicio cálido y personalizado, guiado por la intención de crear experiencias transformadoras y memorables para cada visitante.
- Responsabilidad ambiental, asumiendo el compromiso de proteger y regenerar nuestro entorno, adoptando prácticas sostenibles que minimicen nuestro impacto ecológico.
- Aprendizaje continuo, manteniéndonos abiertos al aprendizaje constante para mejorar nuestra forma de operar, crecer como equipo y aportar más valor a nuestros huéspedes y socios.
- Espiritualidad y respeto, fomentando el respeto por las creencias y valores de cada persona, promoviendo un espacio donde la espiritualidad y la diversidad sean celebradas.

- Innovación consciente, integrando creatividad e innovación en nuestras operaciones, siempre priorizando la sostenibilidad y el respeto por las tradiciones.

3.2.9 Organigramas

3.2.9.1 Organigrama Estructural

Figura 33 Organigrama estructural del proyecto



Bajo la dirección del dueño, se encuentran dos equipos fundamentales que se encargan de gestionar y supervisar distintas áreas clave dentro del lodge:

El equipo de Ventas tiene la responsabilidad de atraer huéspedes y asegurar que el lodge se mantenga con una ocupación constante. Actúan como los "vendedores" del establecimiento, creando estrategias y realizando esfuerzos continuos para promocionar los servicios del lodge,

asegurándose de que las habitaciones se encuentren ocupadas y de que el negocio siga prosperando. Son fundamentales para la generación de ingresos, trabajando estrechamente con las plataformas de reservas y coordinando promociones y marketing.

Por otro lado, el equipo de Administración maneja todos los aspectos financieros y operativos que ocurren tras bastidores. Este equipo se encarga de tareas esenciales como la contabilidad, la gestión de pagos y facturas, y la supervisión del flujo de caja. Además, se asegura de que todos los procesos internos funcionen correctamente, manteniendo el orden administrativo, organizando los presupuestos y gestionando al personal para que todas las operaciones diarias se lleven a cabo sin inconvenientes.

Por debajo de estos dos equipos principales, se encuentran los empleados encargados de las tareas diarias y el funcionamiento operativo del lodge, asegurando que todo se desarrolle de manera fluida y eficiente. El equipo de Mantenimiento es crucial para garantizar que las instalaciones del lodge estén siempre en buen estado. Son los encargados de llevar a cabo reparaciones, el mantenimiento preventivo, y cualquier trabajo relacionado con la infraestructura del lugar, como arreglar grifos, reparar cerraduras o incluso pintar las habitaciones para mantener un ambiente agradable y seguro para los huéspedes.

El Personal de Servicios es el rostro visible del lodge, quienes interactúan directamente con los huéspedes y velan por su comodidad y satisfacción. Este equipo incluye a los camareros, recepcionistas y personal de limpieza. Ellos se encargan de recibir a los huéspedes con una sonrisa, responder a sus necesidades y mantener las habitaciones limpias y ordenadas, garantizando una estancia agradable.

Finalmente, el Trabajador es un puesto versátil que puede asumir diferentes tareas según las necesidades del lodge en un día determinado. Este empleado está disponible para apoyar en diversas funciones, desde asistir en el servicio de alimentos hasta ayudar en el mantenimiento o en tareas administrativas, siempre contribuyendo al buen desarrollo de las operaciones.

Organigrama funcional

Figura 34 *Organigrama funcional de la empresa*



El organigrama de Chakana Lodge puede visualizarse de manera simple y clara, si lo comparamos con la estructura de una casa. En este caso, el dueño del lodge sería como el propietario de la casa, ya que él es quien toma todas las decisiones importantes y tiene la

responsabilidad general sobre el funcionamiento del lodge. Es la figura central que supervisa y coordina todas las actividades que se llevan a cabo. Por otro lado, Ventas y Administración serían como los gerentes de la casa.

El equipo de ventas se encarga de atraer a los huéspedes y gestionar las reservas de las habitaciones, asegurándose de que siempre haya ocupación, mientras que Administración se ocupa de los aspectos organizativos y financieros, como el pago de cuentas y la planificación de recursos humanos. En la base del organigrama, se encuentran los empleados que ejecutan las tareas diarias. Mantenimiento se ocupa de cualquier reparación necesaria, asegurándose de que todo en el lodge esté en buen estado, como si fuera el encargado de reparar las instalaciones de la casa.

El Personal de Servicios se encarga de la limpieza y el orden de las habitaciones y las áreas comunes, manteniendo la higiene y el confort del lugar, algo así como los encargados de la limpieza doméstica. Finalmente, el Trabajador tiene una labor más versátil, ayudando en distintas áreas como la cocina, el jardín o cualquier otra actividad que se necesite para que todo funcione sin problemas.

3.2.10 Constitución legal de la empresa

Según (SAS Ecuador, 2022): La Sociedad por Acciones Simplificada se trata de un tipo de empresa que permite una gestión más simple y económica, ideal para emprender o hacer crecer ordenadamente un negocio personal.

LODGE CHAKANA S.A.S. es una sociedad por acciones simplificada constituida conforme a la normativa vigente, con personalidad jurídica propia y patrimonio independiente de sus accionistas, estableciendo su domicilio principal en la ciudad de Ibarra, en el sector de Rumipamba, con la posibilidad de expandirse a otras localidades. Su objeto social incluye la gestión y operación de alojamientos turísticos sostenibles, ofreciendo servicios de hospedaje,

ecoturismo, gastronomía y experiencias culturales, promoviendo el respeto por el medioambiente y las comunidades locales. Su duración será indefinida, salvo decisión en contrario de la Asamblea de Accionistas, y su administración estará a cargo de un representante legal designado conforme a los estatutos.

3.2.11 Estrategias de comercialización

3.2.11.1 Marca e imagen corporativa

Por otro lado, se menciona que, "La marca corporativa se refiere a la imagen global y la identidad de una empresa o organización" (Barragan, 2023)

Figura 35 Imagen corporativa del Lodge de estilo andino



3.2.11.2 Diseño de logo/isotipo

El logotipo de Chakana Lodge presenta un diseño que combina elementos culturales y una imagen corporativa profesional. La figura central es una representación de la chakana (cruz andina), un símbolo ancestral de gran relevancia en la cosmovisión indígena andina, que sugiere un enfoque en la tradición y la conexión con las raíces culturales. La tipografía es moderna y minimalista, lo que transmite seriedad y profesionalismo, mientras que el lema "Donde la cultura te conecta..." refuerza la misión de la empresa de generar una experiencia cultural inmersiva.

La paleta de colores emplea tonos neutros, como el gris y el beige dorado, que evocan elegancia, sofisticación y conexión con la tierra. Este logo refleja un equilibrio entre lo tradicional y lo contemporáneo, alineándose con una visión empresarial que busca atraer a clientes interesados en experiencias auténticas y culturalmente enriquecedoras.

Tabla 10 *Componentes del logo*



“Chakana Lodge” transmite elegancia y conexión con la naturaleza. Su logotipo, con el nombre en letras serif sobre un fondo oscuro, evoca sofisticación y tranquilidad. El color dorado agrega un toque de lujo. La elección del nombre “Chakana”, asociado a la cruz andina, sugiere una experiencia de hospedaje que busca conectar al huésped con la cultura y la espiritualidad andina. En resumen, la imagen corporativa de Chakana Lodge proyecta un ambiente sereno y exclusivo, ideal para quienes buscan una escapada relajante y en armonía con la naturaleza.



El logotipo presenta una estilización de la Chakana, una cruz andina de gran significado espiritual. La cruz cuadrada, con sus escalones y el círculo central, simboliza la conexión entre el cielo, la tierra y el inframundo, representando un equilibrio cósmico. Los triángulos inscritos dentro del círculo podrían aludir a los elementos, los puntos cardinales o los niveles de conciencia. El color dorado aporta un toque de nobleza y sabiduría, asociándose con la divinidad y el conocimiento ancestral. En conjunto, este logotipo sugiere una profunda conexión con la naturaleza, la espiritualidad y las tradiciones ancestrales, evocando un sentido de equilibrio, armonía y pertenencia.

Donde la cultura te conecta...

El eslogan "Donde la cultura te conecta..." invita a una reflexión sobre la capacidad de la cultura para unir a las personas. Sugiere que, a través de las expresiones artísticas, las tradiciones, los

valores y las costumbres compartidas, podemos encontrar un sentido de pertenencia y conexión con otros. Esta frase evoca una experiencia enriquecedora y significativa, donde la cultura actúa como un puente que une a individuos y comunidades, trascendiendo fronteras y creando un sentido de comunidad global.

3.2.11.3 Adaptabilidad de la marca

Material publicitario

Se manifiesta que, "La publicidad es un conjunto de estrategias de comunicación diseñadas para compartir una solución comercial con un público de posibles consumidores" (Santos, 2018)

Figura 36 *Material publicitario*





■ INICIO

Servicios

Productos

Sobre nosotros

[Buscar](#)


CHAKANA
LODGE

Habitación

DE LUJO PARA PAREJAS

Incluye:

- Cama para dos personas
- Sendero interpretativo
- Baño completo
- Escritorio
- SPA
- Jacuzzi
- Balcón privado

Desde **140 \$**

*El precio mostrado es por noche.

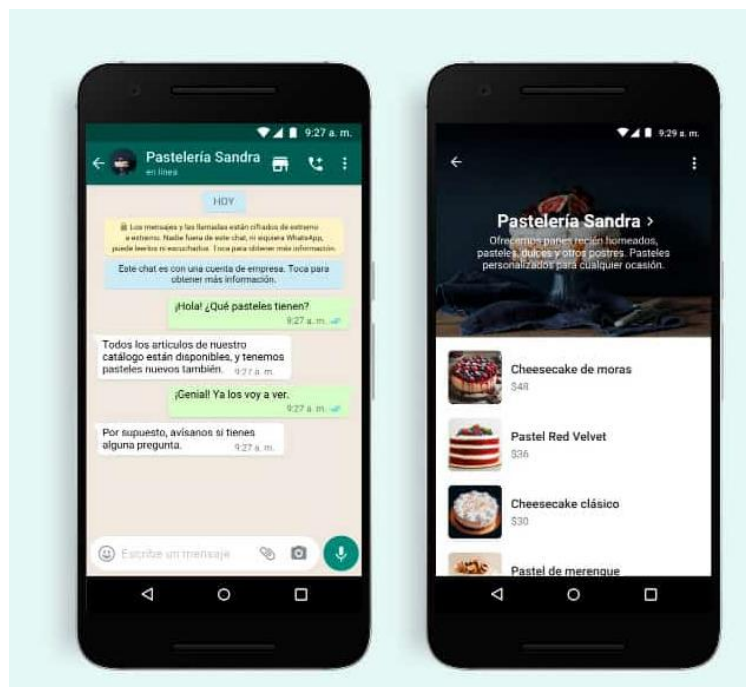

HAZ TU RESERVACIÓN:
+593 997537526




CHAKANA
LODGE
Donde la cultura te conecta...

Redes sociales

Figura 37 Red social Facebook



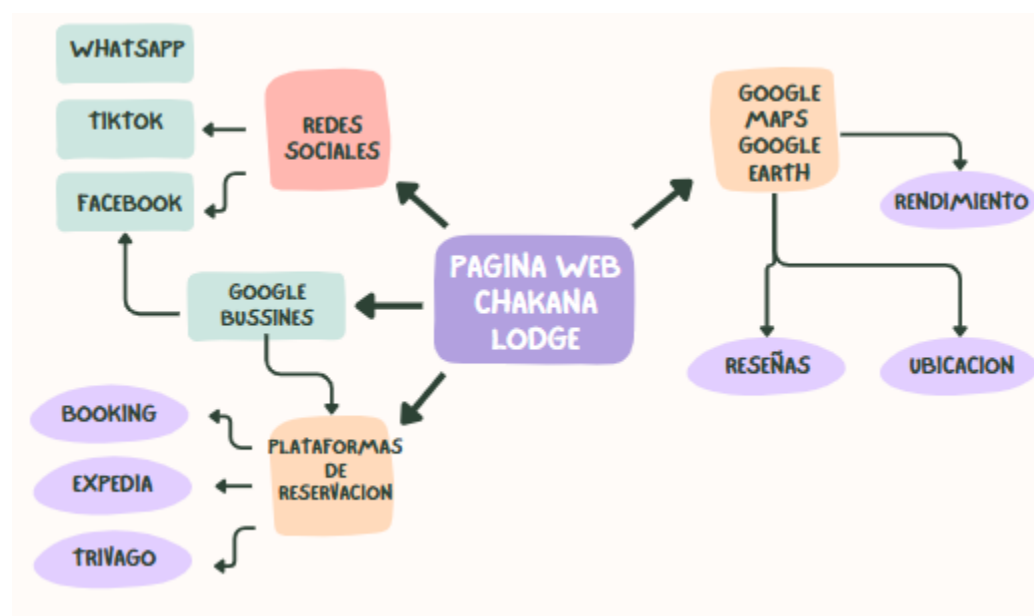
3.2.12 Propuesta comercial

También se menciona que, "Las propuestas comerciales pueden ser solicitadas o no solicitadas.

Una propuesta comercial solicitada se envía cuando un cliente la solicita específicamente" (Hempenstall, 2022)

Sistema de comercialización

Figura 38 Sistema de comercialización



La imagen presenta un diagrama que visualiza la estrategia de marketing digital de Chakana Lodge. En el centro se encuentra la página web del alojamiento, que actúa como el núcleo de todas las acciones. A partir de ella, se ramifican distintas herramientas y plataformas que permiten una amplia difusión y conexión con el público objetivo. Las redes sociales (Facebook, TikTok, WhatsApp) se utilizan para generar interacción y comunidad, mientras que Google My

Business optimiza la presencia en los resultados de búsqueda local. Las plataformas de reserva (Booking, Expedia, Trivago) facilitan las transacciones y las reseñas de los clientes, que a su vez se integran en Google para mejorar la reputación online. Por último, la integración con Google Maps y Google Earth permite una visualización detallada de la ubicación del lodge, facilitando su localización. En conjunto, esta estrategia busca aumentar la visibilidad de Chakana Lodge en el entorno digital, atraer a un mayor número de clientes potenciales y mejorar su experiencia a lo largo de todo el proceso de reserva y estancia.

3.2.12.1 Descripción de los canales de comercialización

También se menciona que, "Un canal de distribución es la cadena de pasos necesarios para que un producto o servicio alcance a su consumidor final" (Muñoz, 2023).

El lodge utiliza una variedad de canales de comercialización para alcanzar de manera efectiva a su público objetivo. Entre ellos se encuentran herramientas digitales como su página web y plataformas de reservas en línea, que permiten ampliar su alcance de forma significativa. También emplea redes sociales para conectar visualmente con potenciales clientes, destacando los atractivos del lugar. Asimismo, colabora con agencias de viajes, operadores turísticos y negocios locales para fortalecer su presencia en el mercado. Finalmente, fomenta las recomendaciones de clientes satisfechos y participa en eventos turísticos, consolidando su reputación y atrayendo a nuevos visitantes.

Canal directo

Se manifiesta que, "Un canal de distribución directa es organizado y gestionado por el mismo fabricante" (Rodríguez, 2022).

Figura 39 *Canal de comercialización directo*



En el “Canal directo” se logra visualizar de manera esquemática la estrategia de marketing digital implementada por Chakana Lodge. Se estructura en torno a cuatro ejes principales que convergen en la marca. En primer lugar, se destaca la importancia de las plataformas web como el sitio oficial, que actúa como la vitrina digital del alojamiento, proporcionando información detallada y actualizada a los potenciales clientes. En segundo lugar, se resalta el papel de las redes sociales como canales de comunicación bidireccional, permitiendo a Chakana Lodge interactuar con su público objetivo, generar engagement y construir una comunidad en torno a la marca. En tercer lugar, se considera al cliente como el centro de la estrategia, reconociendo su importancia en el éxito del negocio. Finalmente, se subraya la relevancia de fomentar la fidelización del cliente, incentivando la repetición de la compra y convirtiéndolos en promotores de la marca. Esta estrategia integral busca no solo aumentar la visibilidad de Chakana Lodge en el entorno digital,

sino también fortalecer su relación con los clientes y posicionarse como una opción preferente en el mercado turístico.

Canal indirecto

Figura 40 *Canal de comercialización indirecto*



El diagrama ilustra una estrategia de comercialización que expande el alcance de Chakana Lodge a través de múltiples conexiones. Esta estrategia se fundamenta en cuatro pilares: primero, fomentar las recomendaciones de clientes satisfechos; segundo, establecer alianzas con empresas turísticas para integrar el alojamiento en sus paquetes; tercero, aprovechar la influencia de personalidades digitales para generar interés; y cuarto, colaborar con organizadores de viajes para personalizar las experiencias. Mediante esta red de promotores, Chakana Lodge no solo incrementa su visibilidad, sino que también consolida su reputación y atrae a un público más diverso, posicionándose como una opción preferente en el mercado turístico.

3.3 Estudio Ambiental

3.3.1 *Descripción del proyecto o emprendimiento*

El proyecto consiste en la creación de un lodge andino sostenible en la comunidad de Rumipamba, priorizando el respeto y la conservación del medioambiente. Desde su planificación, se llevará a cabo un estudio exhaustivo de impacto ambiental para identificar y mitigar cualquier efecto negativo sobre el ecosistema local. Este análisis abarcará aspectos como la preservación de la biodiversidad, la calidad del aire y agua, el manejo de residuos y el uso eficiente de recursos naturales.

Se evaluarán cuidadosamente las condiciones del terreno y su capacidad de carga, garantizando que las instalaciones sean compatibles con el entorno sin alterar los ecosistemas cercanos. Además, se implementarán medidas preventivas para minimizar la erosión del suelo y evitar posibles desequilibrios en los sistemas naturales. El uso de tecnologías limpias y renovables será fundamental para reducir la huella ecológica del lodge.

3.3.2 *Objetivos*

1. Identificar y analizar los impactos ambientales potenciales derivados de la implementación del lodge andino en los ecosistemas locales.
2. Proponer medidas efectivas para prevenir, mitigar o compensar los posibles efectos negativos sobre el medioambiente.
3. Evaluar el manejo de recursos naturales, como agua, energía y materiales, para garantizar prácticas sostenibles en cada fase del proyecto.
4. Desarrollar un plan integral para la gestión adecuada de residuos sólidos y aguas residuales, evitando la contaminación de suelos y cuerpos de agua cercanos.
5. Determinar la capacidad de carga del área, asegurando que el desarrollo turístico no genere sobreexplotación ni desequilibrios ambientales.

6. Implementar sistemas de monitoreo continuo que permitan evaluar los cambios en indicadores ambientales clave, como la biodiversidad y la calidad del agua y el aire.
7. Fomentar la incorporación de tecnologías sostenibles y energías renovables para minimizar el impacto ecológico del lodge a largo plazo.

3.3.3 *Objetivo General*

Evaluar el impacto ambiental del lodge andino en la comunidad de Rumipamba para garantizar su desarrollo sostenible y la preservación del entorno natural.

3.3.4 *Objetivos específicos*

1. Analizar las condiciones ambientales del área de influencia del lodge andino, incluyendo su flora, fauna, suelo, agua y aire.
2. Identificar los impactos ambientales directos e indirectos que podrían generarse durante la construcción y operación del lodge.
3. Diseñar estrategias de mitigación para reducir los efectos negativos sobre los ecosistemas locales y garantizar su conservación.
4. Evaluar el uso sostenible de los recursos naturales requeridos para el proyecto, promoviendo la eficiencia energética y la gestión responsable del agua.
5. Desarrollar un plan para la gestión adecuada de residuos sólidos y líquidos, minimizando su impacto en el medioambiente.
6. Monitorear los indicadores ambientales clave para garantizar que el lodge opere de forma sostenible y con el menor impacto ecológico posible.
7. Promover el uso de tecnologías limpias y renovables que contribuyan a la sostenibilidad del proyecto a largo plazo.

3.3.5 Descripción de las etapas y sus respectivas actividades del emprendimiento

Las actividades planificadas para las fases de construcción y operación, las cuales se describen en los siguientes apartados, son las que tienen el potencial de ocasionar un impacto ambiental significativo

Tabla 11 Etapa de creación del emprendimiento

FASE DE CREACIÓN
Infraestructura del lodge
Construcción del sendero andino
Construcción de infraestructura para desarrollo de cabalgata
Infraestructura del SPA
Compra de materias primas
Implementación de zona camping
Construcción de parqueadero
Contratación del personal para construcción

Tabla 12 Etapa de operación del emprendimiento

FASE DE OPERACIÓN
Servicio de alojamiento en el lodge
Senderismo
Cabalgata andina
Uso de zonas húmedas (SPA)
Alimentación
Servicio de alojamiento en el camping
Contratación de personal para atención
Guianza en comunidades indígenas
Guianza al volcán Imbabura

Tabla 13 Factores ambientales de Chakana Lodge

Factores Ambientales	Biofísico	Suelo	Erosión del suelo
			Ocupación de infraestructura turística en espacio natural
	Biótico	Flora	Alteración de la flora nativa
			Perdida de la cubierta vegetal
			Implementación de áreas verdes (ornamentación)
		Fauna	Perturbación de especies
			Integración de caballos para servicios recreativos
			Migración de las especies
	Sociocultural y Económico	Interpretación/educación	Conservación Cultural y natural
			Vivencias culturales
			Turismo regenerativo
			Tradiciones y manifestaciones culturales Karanki
			Educación intercultural
		Económico/ingresos	Inversiones
			Dinamización económica
			Generación de empleo

3.3.6 Determinación de la metodología

- **Leopold modificado**

Se dice que, "La matriz de Leopold es un método de reporte, el cual contiene información esencial para evaluar el impacto ambiental de un proyecto" (Ivette, 2021)

3.3.7 Determinación de la magnitud del impacto

- **Formula método Leopold modificado**

Índice de impacto: $(2 \times \text{Extensión} + \text{Sinergia} + \text{Persistencia} + 2 \times \text{Reversibilidad} + 2 \times \text{Recuperabilidad})$

3.3.8 Identificación, evaluación y jerarquización de los impactos ambientales

Figura 41 Numeración de la matriz de Leopold

CRITERIO/RANGO	CALIFICACIÓN	CRITERIO/RANGO	CALIFICACIÓN
NATURALEZA		EXTENSIÓN (*2)	
• Impacto Beneficio	+	• Efecto Local	1
• Impacto Perjudicial	-	• Efecto Amplio	3
SINERGIA		RECUPERABILIDAD (*2)	
• Efecto Simple	1	• Efecto Recuperable	1
• Efecto Múltiple	3	• Efecto Medianamente Recuperable	2
		• Efecto Irrecuperable	3
PERSISTENCIA		REVERSIBILIDAD (*2)	
• Efecto Temporal	1	• Efecto Reversible	1
• Efecto de Mediano Plazo	2	• Efecto Medianamente Reversible	2
• Efecto Permanente	3	• Efecto Irreversible	3

Figura 42 Rangos del índice del impacto ambiental

Rango de Índice de Impacto		Positivo
8	14	Bajo
15	19	Medio
20	22	Alto
23	24	Muy Alto

Rango de Índice de Impacto		Negativo
- 8	- 14	Compatible
- 15	- 19	Moderado
- 20	- 22	Severo
- 23	- 24	Critico

Matriz de identificación de impactos ambientales

Tabla 14 Matriz de identificación de impactos ambientales 1

Actividades Factores Ambientales			Impactos Ambientales	FASE DE CREACIÓN													FASE DE OPERACIÓN									
				Infraestructura del lodge	Construcción del sendero	Construcción de	Infraestructura del SPA	Compra de materias primas	Implementación de zona	Construcción de	Contratación del personal	Signo	Σ	Servicio de alojamiento en el	Senderismo	Cabalgata andina	Uso de zonas húmedas (SPA)	Alimentación	Servicio de alojamiento en el	Contratación de personal	Guianza en comunidades	Guianza al volcán Imbabura	Signo	Σ		
Factores Ambientales	Biofísico	Suelo	Erosión del suelo	-x	-x	-x	-x			-x		-	5	x	x						x	x	-	4		
			Ocupación de infraestructura turística en espacio natural	-x	-x	-x	-x						-	4	x	x		x						-	3	
	Biótico	Flora	Alteración de la flora nativa	-x	-x		-x			-x		-	4	x		x	x							-	3	
			Perdida de la cubierta vegetal	-x	-x		-x		-x	-x		-	5	x	x		x					x	x	-	5	
			Implementación de áreas verdes (ornamentación)									-	2						x					-	1	
		Fauna	Perturbación de especies		-x					-x		-	2	x	x	x			x			x	x	-	6	
			Integración de caballos para servicios recreativos	-x		-x	-x						-	3								x	x	-	2	

			Migración de las especies	-x		-x					-	2	x	x	x							-	3		
	Sociocultural y Económico	Interpretación/educación	Conservación Cultural y natural	x	x	x		x	x		x	+	6			x					x	x	+	3	
			Vivencias culturales	x	x				x		x	+	4		x	x						x	x	+	4
			Turismo regenerativo	x	x				x			+	3		x						x	x	x	+	4
			Tradiciones y manifestaciones culturales Karanki	x	x							+	2								x	x	x	+	3
			Educación intercultural	x	x	x		x			x	+	5		x	x		x			x	x	x	+	6
			Económico/ingresos	Inversiones	x		x			x	x	x	+	5		x	x					x	x	x	+
	Dinamización económica	x						x		x	+	3			x				x		x	x	+	4	
	Generación de empleo	x		x	x	x	x			x	+	6	x			x		x	x		x		+	5	
	Σ				14	12	8	6	4	6	5	6	61	7	9	9	3	2	4	4	12	11	61		

Tabla 15 Matriz de impactos ambientales etapa de creación

ETAPA DE CREACIÓN													
TABLA DE VALORACIÓN DE IMPACTOS AMBIENTALES Y ACTIVIDADES													
FACTOR AMBIENTAL		IMPACTO AMBIENTAL	ACTIVIDAD	N	Ex	Si	Pe	Rv	Rc	IP	Signo	Clasificación	
Biofísico	Suelo	Erosión del suelo	Construcción del sendero Andino	-	1	1	2	2	1	11	-	COMPATIBLE	
			Infraestructura del lodge	-	1	3	3	3	3	20	-	SEVERO	
			Construcción de infraestructura para desarrollo de cabalgata	-	1	1	2	1	1	9	-	COMPATIBLE	
			Infraestructura del SPA	-	1	1	3	1	1	10	-	COMPATIBLE	
		Ocupación de infraestructura turística en espacio natural	Construcción del sendero Andino	-	1	1	2	1	1	9	-	COMPATIBLE	
			Infraestructura del lodge	-	1	1	2	3	3	17	-	MODERADO	
			Construcción de infraestructura para desarrollo de cabalgata	-	1	1	2	2	1	11	-	COMPATIBLE	
			Infraestructura del SPA	-	1	1	3	2	2	14	-	COMPATIBLE	
		Alteración de la flora nativa	Infraestructura del lodge	-	1	1	1	3	3	16	-	MODERADO	
			Construcción de parqueadero	-	1	1	2	2	2	13	-	COMPATIBLE	
			Construcción del sendero andino	-	1	1	2	2	2	13	-	COMPATIBLE	
			Infraestructura del SPA	-	1	1	1	2	1	10	-	COMPATIBLE	
		Pérdida de la cubierta vegetal	Construcción del sendero Andino	-	1	1	1	2	2	12	-	COMPATIBLE	
			Infraestructura del lodge	-	1	1	3	3	3	18	-	MODERADO	
			Infraestructura del SPA	-	1	1	2	2	2	13	-	COMPATIBLE	
			Construcción de parqueadero	-	1	1	1	2	2	12	-	COMPATIBLE	

		Implementación de zonas verdes (ornamentación)	Implementación de zona camping	-	1	1	1	2	1	10	-	COMPATIBLE
			Construcción del sendero andino	-	1	1	1	2	1	10	-	COMPATIBLE
			Compra de materias primas	-	1	1	1	2	1	10	-	COMPATIBLE
	Fauna	Perturbación de especies	Construcción del sendero andino	-	1	1	2	3	3	17	-	MODERADO
			Construcción de parqueadero		1	1	2	2	2	13	-	COMPATIBLE
		Integración de caballos para servicios recreativos	Construcción de infraestructura para desarrollo de cabalgata	-	1	1	2	1	2	11	-	COMPATIBLE
			Infraestructura del lodge		1	1	1	1	2	10	-	COMPATIBLE
			Infraestructura del SPA	-	1	1	2	1	2	11	-	COMPATIBLE
		Migración de las especies	Infraestructura del lodge	-	1	1	2	1	1	9	-	COMPATIBLE
			Construcción de infraestructura para desarrollo de cabalgata	-	1	1	2	1	1	9	-	COMPATIBLE
Sociocultural y Económico	Interpretación/educación	Conservación Cultural y natural	Contratación del personal para construcción	+	3	3	1	1	2	16	+	MEDIO
			Infraestructura del lodge	+	1	3	1	1	3	14	+	BAJO
			Construcción del sendero andino	+	1	1	1	1	1	8	+	BAJO
			Construcción de infraestructura para desarrollo de cabalgata	+	1	1	2	1	1	9	+	BAJO
			Implementación de zona camping	+	1	1	2	2	1	11	+	BAJO
			Compra de materias primas	+	1	1	2	2	2	13	+	BAJO
		Vivencias culturales	Construcción del sendero Andino	+	1	3	2	2	2	15	+	MEDIO
			Infraestructura del lodge	+	1	3	1	2	2	14	+	BAJO

			Implementación de zona camping	+	1	1	3	2	1	12	+	BAJO
			Contratación del personal	+	3	1	1	1	2	14	+	BAJO
		Turismo regenerativo	Construcción del sendero Andino	+	1	1	2	1	2	11	+	BAJO
			Infraestructura del lodge	+	1	1	2	3	3	17	+	MEDIO
			Implementación de zona camping	+	3	1	2	1	2	15	+	MEDIO
		Tradiciones y manifestaciones culturales Karanki	Infraestructura del lodge	+	1	1	1	2	2	12	+	BAJO
			Construcción del sendero Andino	+	1	1	1	2	2	12	+	BAJO
		Educación intercultural	Infraestructura del lodge	+	1	1	1	2	2	12	+	BAJO
			Construcción del sendero andino	+	1	1	2	2	2	13	+	BAJO
			Construcción de infraestructura para desarrollo de cabalgata	+	1	1	2	2	2	13	+	BAJO
			Compra de materias primas	+	1	1	1	2	2	12	+	BAJO
			Contratación del personal para construcción	+	1	1	1	2	2	12	+	BAJO
	Económico/ingresos	Conservación Cultural	Construcción del sendero Andino	+	1	1	1	1	1	8	+	BAJO
			Cabalgata andina	+	1	1	2	1	2	11	+	BAJO
			Implementación de zona camping	+	1	1	2	2	2	13	+	BAJO
			Contratación del personal	+	3	1	1	2	1	14	+	BAJO
		Educación intercultural	Construcción del sendero Andino	+	1	3	3	2	1	14	+	BAJO
			Implementación de zona camping	+	1	1	1	2	1	10	+	BAJO
			Contratación del personal	+	3	1	2	1	2	15	+	MEDIO

		Generación de empleo	Construcción del sendero Andino	+	1	3	2	1	2	13	+	BAJO
			Infraestructura del lodge	+	3	1	2	1	2	15	+	MEDIO
			Construcción de infraestructura para desarrollo de cabalgata	+	3	1	2	1	1	13	+	BAJO
			Infraestructura del SPA	+	1	1	2	1	2	11	+	MEDIO
			Compra de materias primas	+	1	1	1	1	1	8	+	MEDIO
			Contratación del personal	+	3	3	3	1	2	18	+	MEDIO
		Inversiones	Infraestructura del lodge	+	1	1	1	2	1	10	+	BAJO
			Construcción de infraestructura para desarrollo de cabalgata	+	1	1	1	1	1	8	+	BAJO
			Implementación de zona camping	+	1	1	1	1	1	8	+	BAJO
			Construcción de parqueadero	+	1	1	1	1	1	8	+	BAJO
			Contratación del personal para construcción	+	1	1	2	1	2	11	+	BAJO
		Dinamización económica	Infraestructura del lodge	+	1	3	2	1	2	13	+	BAJO
			Implementación de zona camping	+	1	1	1	2	1	10	+	BAJO
			Contratación del personal para construcción	+	1	3	1	3	3	18	+	MEDIO

Tabla 16 Matriz de impactos ambientales en etapa de operación

ETAPA DE OPERACIÓN												
TABLA DE VALORACIÓN DE IMPACTOS AMBIENTALES Y ACTIVIDADES												
FACTOR AMBIENTAL	IMPACTO AMBIENTAL	ACTIVIDAD	N	Ex	Si	Pe	Rv	Rc	IP	Signo	Clasificación	
Biofísico	Suelo	Erosión del suelo	Guianza en comunidades indígenas	-	1	1	1	2	1	10	-	COMPATIBLE
			Servicio de alojamiento en el lodge	-	1	1	2	2	2	13	-	COMPATIBLE
			Senderismo	-	1	1	2	2	2	13	-	COMPATIBLE
			Guianza al volcán Imbabura	-	1	1	1	2	2	12	-	COMPATIBLE
		Ocupación de infraestructura turística en espacio natural	Servicio de alojamiento en el lodge	-	1	1	2	2	2	13	-	COMPATIBLE
			Uso de zonas húmedas (SPA)	-	1	1	2	2	2	13	-	COMPATIBLE
			Senderismo	-	1	1	1	2	1	10	-	COMPATIBLE
Biótico	Flora	Alteración de la flora nativa	Uso de zonas húmedas (SPA)	-	1	1	2	1	1	9	-	COMPATIBLE
			Servicio de alojamiento en el lodge	-	1	1	2	1	2	11	-	COMPATIBLE
			Cabalgata andina	-	1	1	2	1	2	11	-	COMPATIBLE
		Pérdida de la cubierta vegetal	Guianza en comunidades indígenas	-	1	1	1	1	1	8	-	COMPATIBLE
			Servicio de alojamiento en el lodge	-	1	1	2	1	2	11	-	COMPATIBLE
			Senderismo	-	1	1	2	1	2	11	-	COMPATIBLE
			Uso de zonas húmedas (SPA)	-	1	1	2	1	2	11	-	COMPATIBLE
			Guianza al volcán Imbabura	-	1	1	1	1	1	8	-	COMPATIBLE
		Implementación de áreas verdes (ornamentación)	Servicio de alojamiento en el camping	+	1	1	2	2	1	11	+	BAJO
	Fauna	Perturbación de especies	Servicio de alojamiento en el lodge	-	1	1	1	2	1	10	-	COMPATIBLE

			Guianza en comunidades indígenas	+	3	1	2	1	3	17	+	MEDIO
			Guianza al volcán Imbabura	+	1	1	2	2	1	11	+	BAJO
		Tradiciones y manifestaciones culturales Karanki	Contratación de personal para atención	+	3	1	1	2	1	14	+	BAJO
			Guianza en comunidades indígenas	+	3	1	1	2	1	14	+	BAJO
			Guianza al volcán Imbabura	+	3	1	1	1	2	14	+	BAJO
		Educación intercultural	Senderismo	+	3	1	1	1	2	14	+	BAJO
			Cabalgata andina	+	3	1	1	1	2	14	+	BAJO
			Alimentación	+	1	1	1	1	2	10	+	BAJO
			Contratación de personal para atención	+	3	1	1	2	1	14	+	BAJO
			Guianza en comunidades indígenas	+	1	1	2	2	1	11	+	BAJO
			Guianza al volcán Imbabura	+	1	1	1	2	1	10	+	BAJO
	Económico/ingresos	Inversiones	Senderismo	+	1	1	2	2	1	11	+	BAJO
			Cabalgata andina	+	1	1	1	1	1	8	+	BAJO
			Contratación de personal para atención	+	1	1	2	2	2	13	+	BAJO
			Guianza en comunidades indígenas	+	1	1	3	1	1	10	+	BAJO
			Guianza al volcán Imbabura	+	1	1	1	2	1	10	+	BAJO
		Dinamización económica	Cabalgata andina	+	1	1	1	1	1	8	+	BAJO
			Servicio de alojamiento en el camping	+	1	3	2	2	2	15	+	MEDIO
			Guianza en comunidades indígenas	+	1	1	2	1	1	9	+	BAJO
			Guianza al volcán Imbabura	+	3	1	2	2	2	17	+	MEDIO
		Generación de empleo	Servicio de alojamiento en el lodge	+	3	1	2	1	2	15	+	MEDIO

			Cabalgata andina	+	3	3	1	1	3	18	+	MEDIO
			Alimentación	+	3	1	1	1	3	16	+	MEDIO
			Servicio de alojamiento en el camping	+	3	1	2	1	3	17	+	ALTO
			Guianza en comunidades indígenas	+	3	1	2	3	3	21	+	ALTO

Tabla 17 Matriz resumen de Chakana Lodge

Factores Ambientales			Actividades	Impactos Ambientales	FASE DE CREACIÓN													FASE DE OPERACIÓN									
					Infraestructura del lodge	Construcción del sendero andino	Construcción de infraestructura para desarrollo	Infraestructura del SPA	Compra de materias primas	Implementación de zona camping	Construcción de parqueadero	Contratación del personal para construcción	Signo		Servicio de alojamiento en el lodge	Senderismo	Cabalgata andina	Uso de zonas húmedas (SPA)	Alimentación	Servicio de alojamiento en el camping	Contratación de personal para atención	Guianza en comunidades indígenas	Guianza al volcán Imbabura	Signo			
					Σ									Σ										Σ			
Factores Ambientales	Biofísico	Suelo	Erosión del suelo	20	11	9	10			14		-	64		13			13		10	12	-	48				
			Ocupación de infraestructura turística en espacio natural	17	9	11	14					-	51	13	10		13					-	36				
	Biótico	Flora	Alteración de la flora nativa	16	13		10			13		-	52	11		11	9					-	31				
			Perdida de la cubierta vegetal	18	12		13		10	12		-	65	11	11		11			8	8	-	49				
			Implementación de áreas verdes (ornamentación)		10			10				-	20					11				-	11				
		Fauna	Perturbación de especies		17					13		-	30	10	9	9		11		11	8	-	58				
			Integración de caballos para servicios recreativos	10		11	11					-	32							12	8	-	20				

			Migración de las especies	9		9						-	18	10	9	9						-	28	
	Sociocultural y Económico	Interpretación/educación	Conservación Cultural y natural	14	8	9		13	11		16	+	71			10					16	12	+	38
			Vivencias culturales	14	15				12		14	+	55		10	13					15	16	+	54
			Turismo regenerativo	17	11				15			+	43		17					17	17	11	+	62
			Tradiciones y manifestaciones culturales Karanki	12	12							+	24							14	14	14	+	42
			Educación intercultural	12	13	12		12			12	+	61		14	14		10		14	11	10	+	73
			Económico/ingresos	Inversiones	10		8			8	8	8	+	42		11	8				13	10	10	+
		Dinamización económica		13					10		18	+	41			8			15		9	17	+	49
		Generación de empleo		15	13	13	11	8			11	+	71	15		18		16	17		21		+	87
		Σ				197	144	82	69	43	66	60	79	740	70	104	100	33	26	67	58	154	126	738

3.3.9 Jerarquización

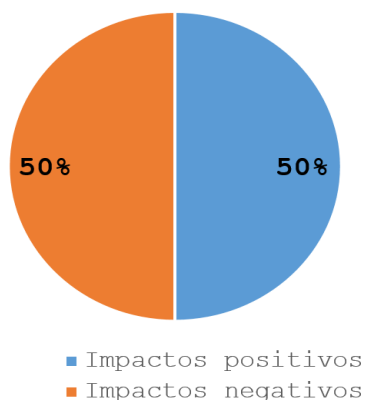
Tabla 18 Tabla de jerarquización de los impactos ambientales del proyecto

FASE DE CREACIÓN	Conservación Cultural y natural	71
	Generación de empleo	71
	Educación intercultural	61
	Vivencias culturales	55
	Turismo regenerativo	43
	Inversiones	42
	Dinamización económica	41
	Tradiciones y manifestaciones culturales Karanki	24
	Migración de las especies	-18
	Implementación de áreas verdes (ornamentación)	-20
	Perturbación de especies	-30
	Integración de caballos para servicios recreativos	-32
	Ocupación de infraestructura turística en espacio natural	-51
	Alteración de la flora nativa	-52
	Erosión del suelo	-64
	Perdida de la cubierta vegetal	-65
FASE DE OPERACIÓN	Generación de empleo	87
	Educación intercultural	73
	Turismo regenerativo	62
	Vivencias culturales	54
	Inversiones	52
	Dinamización económica	49
	Tradiciones y manifestaciones culturales Karanki	42
	Conservación Cultural y natural	38
	Implementación de áreas verdes (ornamentación)	-11

Integración de caballos para servicios recreativos	-20
Migración de las especies	-28
Alteración de la flora nativa	-31
Ocupación de infraestructura turística en espacio natural	-36
Erosión del suelo	-48
Perdida de la cubierta vegetal	-49
Perturbación de especies	-58

3.3.10 Gráficos estadísticos de impactos en etapa de operación

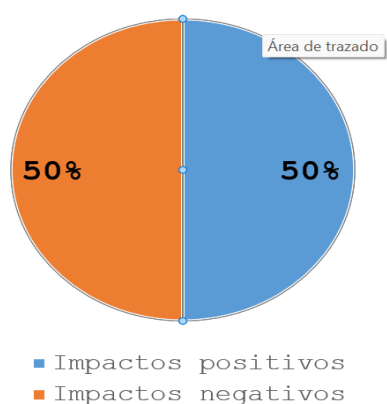
Figura 43 Grafico sobre la etapa de operación del proyecto
ETAPA DE OPERACIÓN



El gráfico presentado ilustra el balance de impactos ambientales en la etapa de operación del proyecto Chakana Lodge. Se observa una distribución equitativa entre impactos positivos (50%) e impactos negativos (50%). Esto refleja que, aunque las actividades operativas contribuyen significativamente al desarrollo sostenible, también presentan desafíos que requieren atención. Los impactos positivos están relacionados con la generación de empleo, la promoción del turismo sostenible y la revalorización cultural de la comunidad de Rumipamba. Por otro lado, los impactos

negativos, aunque controlados, podrían estar vinculados al consumo de recursos y generación de residuos. Este balance subraya la necesidad de implementar medidas efectivas para maximizar los beneficios positivos y mitigar los efectos adversos, asegurando así la sostenibilidad del proyecto a largo plazo.

Figura 44 Gráficos estadísticos de impactos en etapa de creación
ETAPA DE CREACIÓN



El gráfico muestra la distribución de impactos ambientales durante la etapa de creación del proyecto Chakana Lodge, reflejando un equilibrio entre impactos positivos (50%) e impactos negativos (50%). En esta fase, los impactos positivos se asocian principalmente a la generación de empleo temporal, el uso de materiales locales y el fortalecimiento de la economía de la comunidad. Por el contrario, los impactos negativos están relacionados con las actividades de construcción, como la alteración temporal del entorno natural y la producción de residuos. Este balance evidencia la importancia de establecer estrategias que potencien los beneficios positivos y minimicen los efectos adversos desde los inicios del proyecto.

3.3.11 Matriz de plan de manejo ambiental

Tabla 19 Matriz del plan de manejo ambiental de Chakana Lodge

		PLAN DE MANEJO					
		IMPACTO AMBIENTAL	METODO DE MITIGACIÓN	PRESUPUESTOS	RESPONSABLES	TIEMPO	OBSERVACIÓN
Biofísico	Suelo	Degradación ambiental	Restaurar ecosistemas, reforestar, manejar recursos sosteniblemente, reducir emisiones y promover energías renovables.	250 \$	Ingenieros ambientales	Cada 6 meses	Revisar mensualmente
	Flora	Perdida de la cubierta vegetal	Establecer zonas protegidas, implementar barreras naturales y minimizar la remoción innecesaria de vegetación.	300 \$	Ingenieros ambientales	Cada 6 meses	Desarrollar nuevos sistemas
	Fauna	Migración de las especies	Crear corredores ecológicos seguros que permitan el desplazamiento natural de las especies locales.	500\$	Ingenieros ambientales	Cada 3 meses	Implementar nuevas formas de conservación
Sociocultural y Económico	Interpretación	Conservación de áreas de vegetación	Implementar cercos protectores, reforestación y monitoreo continuo para preservar áreas de vegetación existentes.	150\$	Arquitectos	Una sola vez	Revisar mensualmente el estado de la infraestructura
	Natural/Cultural	Generación de empleo	Promover empleos locales con contratos justos y capacitación ambiental para minimizar impactos negativos.	50\$	Recursos humanos	Constantemente	Campañas de empleo a personas con necesidades en la zona del emprendimiento

3.4 Estudio económico financiero

3.4.1 Capital de trabajo

Por otro lado, "El capital de trabajo es la cantidad necesaria de recursos para una empresa o institución financiera realizar sus operaciones con normalidad" (Cruz, 2018)

		1 MES	2 MES	3 MES	4 MES	5 MES	6 MES	TOTAL	TOTAL CONSOLIDADO	\$15.053,00
ARRIENDO								0	0	
SERVICIOS BÁSICOS									1350	
	Agua	80	80	80	80	80	80	480		
	Luz	90	90	90	90	90	90	540		
	Tv Cable	15	15	15	15	15	15	90		
	Internet	40	40	40	40	40	40	240		
SUELDOS										
	Trabajador 1	470	470	470	470	470	470	2820	12060	
	Trabajador 2	470	470	470	470	470	470	2820		
	Trabajador 3	470	470	470	470	470	470	2820		
	Trabajador 4	600	600	600	600	600	600	3600		
MATERIAS PRIMAS									843	
	TODA CLASE DE VERDURAS	50	50	50				150		
	FRUTAS NATURALES	50	50	50				150		
	LACTEOS Y SUS INSUMOS	60	60	60				180		
	CEREALES DIFERENTE TIPO	40	40	40				120		
	ACEITES DE COCINA	35	35	35				105		
	ALINIOS Y CONDIMENTOS	10	10	10				30		
	CHOCOLATE DE COCINA	20	20	20				60		
Combustibles										
	GAS	8	8	8	8	8	8	48		
GASTOS DE MÁRKETING	IMAGEN CORPORATIVA	600						600	800	
	DISEÑO WEB	200						200		

El capital de trabajo destinado a la creación y operación del Chakana Lodge asciende a \$15,053.00, una cantidad considerada adecuada para garantizar el desarrollo de sus actividades turísticas. Este monto permitirá ofrecer servicios de alojamiento y experiencias únicas a los visitantes, asegurando la sostenibilidad y calidad del emprendimiento.

Para determinar este capital, se tomaron en cuenta diversos elementos fundamentales. Entre ellos destacan los costos relacionados con los servicios básicos esenciales, como electricidad, agua e internet, que son indispensables para el funcionamiento continuo del lodge. Además, se incluyeron

los salarios de cuatro colaboradores clave, quienes cumplirán funciones operativas, administrativas y de atención al cliente, garantizando una experiencia óptima para los huéspedes.

También se contemplaron los gastos destinados a la adquisición de materias primas de alta calidad, necesarias para la operación de la cocina del lodge, con el fin de brindar una propuesta gastronómica memorable. Por otro lado, se consideraron los costos de combustible requeridos para la movilización en el sector, facilitando la logística y mejorando la eficiencia en la prestación de servicios.

Finalmente, se incluyeron las inversiones asociadas a la presencia digital del Chakana Lodge, tales como el desarrollo y mantenimiento de su sitio web. Este aspecto es fundamental para la promoción y comercialización del lodge, permitiendo alcanzar a una audiencia más amplia y posicionarse como una opción preferida en el sector turístico de la región.

Este cálculo detallado del capital de trabajo asegura que todos los aspectos operativos y promocionales estén cubiertos, brindando una base sólida para el éxito del emprendimiento.

3.4.2 Balance de situación inicial

Se menciona que, "El balance inicial es el que se realiza al comienzo del ciclo contable de una empresa" (Llamas, 2020)

			EMPRESA ABC		
			BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL AL 1 DE ENERO DE 2020		
ACTIVO			PASIVO		
<u>Activo Circulante</u>			<u>Pasivo Circulante</u>		
Caja		\$1.500	Proveedores		
BANCOS		\$13.553	Prestamo al Ban Ecuador		70.074
			Intereses por pagar		
			ISR por pagar		
			Anticipo de clientes		
Total Activo Circulante		\$15.053,00	Total Pasivo Circulante		\$70.074
<u>Activo Fijo</u>			<u>Pasivo a Largo Plazo</u>		
Terrenos		\$45.000	Documentos por pagar a largo plazo		
Edificios/construcciones		\$66.400	Total Pasivo a Largo Plazo		\$0
Mobiliario y equipo		\$11.313			
Vehículos		\$0,00			
Maquinaria		\$2.600			
Equipos de cómputo		\$330,00			
Gastos de instalación		\$800			
Papelería y útiles de oficina		\$28			
Propaganda o publicidad		\$550,00			
Total Activo Fijo		\$127.021			
<u>Otros activos</u>					
PLATAFORMA DE COMERCIALIZACIÓN		\$5.000			
Derechos de marca de empresa					
Total Otros Activos		\$5.000			
SUMA DEL ACTIVO		\$147.074	SUMA DEL PASIVO	\$70.074	47,65%
			PATRIMONIO		
			BIENES INMUEBLES		\$50.000
			BIENES MUEBLES		\$12.000
			APORTE EN EFECTIVO		\$15.000
			Total Capital contable		\$77.000
					52,35%
			SUMA DEL CAPITAL CONTABLE	\$77.000	
			SUMA DEL PASIVO + PATRIMONIO	\$147.074	100%

El balance inicial de Chakana Lodge demuestra una estructura financiera sólida y equilibrada, con un total de activos de \$147,074 distribuidos en diferentes rubros clave. Los activos circulantes representan el 10.23% de este total \$15,053, lo que garantiza la disponibilidad inmediata de recursos para las necesidades operativas. En este rubro, el efectivo en caja equivale

al 1.02% del total \$1,500, mientras que los fondos en bancos constituyen el 9.21% \$13,553. Por otro lado, los activos fijos son el componente más significativo, conformando el 86.37% \$127,021, con inversiones destacadas en terrenos 30.61% y edificios o construcciones 45.17%, esenciales para la infraestructura del establecimiento. Además, los otros activos, como los derechos de marca y plataformas de comercialización, representan un 3.40% \$5,000, reflejando el interés en posicionar al lodge en el mercado turístico.

Los pasivos totales ascienden a \$70,074, lo que equivale al 47.65% del balance. Todo este monto corresponde a pasivos circulantes, lo que indica que no existen deudas a largo plazo, fortaleciendo la estabilidad financiera del emprendimiento. El patrimonio alcanza los \$77,000, representando el 52.35% del total del balance. Este capital está distribuido entre bienes inmuebles, que equivalen al 34.01% \$50,000, bienes muebles que aportan un 8.16% (\$12,000), y un aporte en efectivo que representa el 10.20% \$15,000.

3.4.3 *Tabla de amortización*

Plazos a realizar	72
Monto total	70.074
Tasa anual del banco	11,86%

Tasa mensual a cancelar	0,99%
Pago mensual a cancelar	1.365

La tabla de amortización de Chakana Lodge revela un compromiso financiero a largo plazo con el Banco del Ecuador por un monto total de 70.074 unidades monetarias, a ser cancelado en 72 cuotas mensuales. La tasa de interés anual del 11,86% indica un costo de financiamiento

considerable, aunque dentro del rango promedio del mercado para el sector turístico ecuatoriano. Sin embargo, es crucial evaluar si existen alternativas de financiamiento más ventajosas para el establecimiento. Este análisis debe considerar no solo la tasa de interés, sino también las condiciones asociadas al préstamo, como comisiones, seguros y requisitos de garantía. Además, es fundamental realizar un análisis de sensibilidad para determinar el impacto de posibles variaciones en la tasa de interés o en los ingresos de Chakana Lodge en la capacidad de pago del préstamo. Finalmente, es imprescindible integrar este financiamiento en el presupuesto general del establecimiento y establecer mecanismos de control interno para garantizar una gestión eficiente de los recursos obtenidos.

3.4.4 Costo de Capital

CÁLCULO DEL COSTO DE CAPITAL					
	VALORES	PARTICIPACIÓN	INTERÉS	EQUIVALENCIA	COSTO DE CAPITAL DE LA INVERSIÓN
INVERSIÓN	147074	100%		9,42%	9,42%
IMPUESTO A LA RENTA				0%	
CAPITAL PROPIO	77000	52%	7,19%	3,76%	
FINANCIAMIENTO	70074	48%	11,86%	5,65%	

El cálculo del costo de capital de Chakana Lodge revela que la empresa financia sus operaciones mediante una combinación de capital propio y deuda, con un costo promedio ponderado del 9.42%. Este indicador sugiere que, en promedio, cada dólar invertido en el proyecto debe generar una rentabilidad superior a este porcentaje para cubrir los costos de financiamiento y generar valor para los inversores. La estructura de financiamiento actual, con un peso mayor del

financiamiento externo, implica un mayor costo financiero debido a las tasas de interés asociadas a la deuda. Sin embargo, este enfoque permite a la empresa apalancar su crecimiento y potencialmente aumentar su rentabilidad. Es fundamental monitorear de cerca este indicador y evaluar periódicamente si la estructura de capital actual es la más adecuada para los objetivos de la empresa, considerando factores como el riesgo financiero, la capacidad de generación de flujo de caja y las condiciones del mercado.

3.4.5 Flujo de un año

CUANTIFICACIÓN DE FLUJO AÑO 1															
INGRESOS	Precio	unidad a la venta	mes 1	mes 2	mes 3	mes 4	mes 5	mes 6	mes 7	mes 8	mes 9	mes 10	mes 11	mes 12	TOTAL ANUAL
			20%	25%	20%	20%	25%	25%	25%	25%	25%	20%	20%	25%	
Lodge	100	210	4200	5250	4200	4200	5250	5250	5250	5250	5250	4200	4200	5250	57750
Camping Andino	15	45	675	675	675	675	675	675	675	675	675	675	675	675	8100
Ascenso al Imbabura	40	60	1200	600	480	480	600	600	600	600	600	480	480	600	7320
Desayunos	12	65	780	780	780	780	780	780	780	780	780	780	780	780	9360
Almuerzos	12	65	780	780	780	780	780	780	780	780	780	780	780	780	9360
Cenas	14	65	910	910	910	910	910	910	910	910	910	910	910	910	10920
Senderismo	20	60	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	14400
Cabalgata	7	60	420	420	420	420	420	420	420	420	420	420	420	420	5040
SPA	30	60	1800	1800	1800	1800	1800	1800	1800	1800	1800	1800	1800	1800	21600
TOTAL INGRESOS			11965	12415	11245	11245	12415	12415	12415	12415	12415	11245	11245	12415	143850
EGRESOS															
Lodge			630	787,5	630	630	787,5	787,5	787,5	787,5	787,5	630	630	787,5	8662,5
Camping Andino			47,25	47,25	47,25	47,25	47,25	47,25	47,25	47,25	47,25	47,25	47,25	47,25	567
Ascenso al Imbabura			360	180	144	144	180	180	180	180	180	144	144	180	2196
Costo de desayunos			390	390	390	390	390	390	390	390	390	390	390	390	4680
Costo almuerzos			390	390	390	390	390	390	390	390	390	390	390	390	4680
Costo cenas			364	364	364	364	364	364	364	364	364	364	364	364	4368
Costo senderismo			360	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360	4320
Costo cabalgata			84	84	84	84	84	84	84	84	84	84	84	84	1008
Costo SPA			540	270	270	270	270	270	270	270	270	270	270	270	3510
Mantenimiento			100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	1200
Sueldos y salarios			2010	2010	2010	2010	2010	2010	2010	2010	2010	2010	2010	2010	24120
Decimos										1880				2010	3890
Personal de limpieza			120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	1440
Permisos			100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	1200
Impuestos			677,264151	702,735849	636,509434	636,509434	702,7358491	702,7358491	702,7358491	702,7358491	636,509434	636,509434	702,7358491		8142,45283
Publicidad			150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	1800
Servicios Básicos			180	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180	2160
Arriendo															0
PAG DE PRESTAMO			\$1.364,86	\$1.364,86	\$1.364,86	\$1.364,86	\$1.364,86	\$1.364,86	\$1.364,86	\$1.364,86	\$1.364,86	\$1.364,86	\$1.364,86	\$1.364,86	16378,36691
															0
															0
															0
TOTAL EGRESOS			7867,38	7600,35	7340,62	7340,62	7600,35	7600,35	7600,35	9480,35	7600,35	7340,62	7340,62	9610,35	94322,32
FLUJO DE CAJA			4097,62	4814,65	3904,38	3904,38	4814,65	4814,65	4814,65	2934,65	4814,65	3904,38	3904,38	2804,65	49527,68
FLUJO ACUMULADO			4097,62	8912,27	12816,65	16721,03	21535,68	26350,33	31164,98	34099,63	38914,28	42818,65	46723,03	49527,68	49527,68

La evaluación del flujo de caja para el primer año de operaciones permite obtener una visión detallada de los ingresos y egresos proyectados en el emprendimiento durante ese período. Los ingresos provienen de las actividades que generan recursos para la empresa, mientras que los

egresos corresponden a los gastos necesarios para asegurar su funcionamiento continuo. Se presentan los detalles de los ingresos generados por el negocio.

El precio de venta al público para una habitación en el Chakana Lodge está fijado en \$100 por unidad. Para calcular los ingresos mensuales, se multiplica este precio por las 210 unidades que se prevé vender, resultando en \$21,000 al mes. Este monto se multiplica por los 12 meses del año, lo que da un total de \$252,000 anuales. Este mismo proceso se aplica a todos los productos comercializados, según lo detallado en la tabla. Al sumar los ingresos de cada producto, se obtiene el total de ingresos anuales.

Los egresos incluyen los costos relacionados con los productos vendidos, considerados como costos variables. También se deben tener en cuenta los gastos fijos, como salarios, permisos de operación, impuestos estatales, campañas de promoción, servicios básicos y pagos de deudas con el banco. Estos desembolsos se realizan cada mes, sumando un total anual de \$94,322.32

3.4.6 *Análisis financiero Flujo de caja 10 años*

Incremento anual	5%									
Costo de capital	9,42%									
Inversión	147074									
VAN	231639,69									
TIR	36,17%									

Detalle	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5	año 6	año 7	año 8	año 9	año 10
Ingresos	143850,00	151042,50	158594,63	166524,36	174850,57	183593,10	192772,76	202411,40	212531,97	223158,56
Egresos	94322,32	99038,44	103990,36	109189,88	114649,37	120381,84	126400,93	132720,98	139357,02	146324,88
Flujo de caja	49527,68	52004,06	54604,27	57334,48	60201,20	63211,27	66371,83	69690,42	73174,94	76833,69
	-147074,00	49527,68	52004,06	54604,27	60201,20	63211,27	66371,83	69690,42	73174,94	76833,69
FLUJO ACUMULADO	49527,68	101531,74	156136,01	213470,49	273671,70	336882,96	403254,79	472945,21	546120,15	622953,84

280329,2279 342624,61

Se menciona también que, “El análisis financiero es un método que permite analizar las consecuencias financieras de las decisiones de negocios” (Porto & Merino, 2011).

El análisis del flujo de caja proyectado para los próximos 10 años revela un panorama financiero prometedor para el proyecto. La proyección indica un crecimiento sostenido de los ingresos, con una tasa de crecimiento anual del 5%, lo cual sugiere una demanda estable y en expansión para los productos o servicios ofrecidos.

La inversión inicial requerida para poner en marcha el proyecto asciende a 147,074 unidades monetarias, una cantidad considerable que se recupera en un período relativamente corto gracias a la generación de flujos de caja positivos desde el primer año. El Valor Actual Neto (VAN) positivo de 231,639.69 unidades monetarias y la Tasa Interna de Retorno (TIR) del 36.17% confirman la viabilidad financiera del proyecto y su capacidad para generar una rentabilidad superior al costo de capital.

Es importante destacar que el flujo de caja acumulado experimenta un crecimiento constante a lo largo de los 10 años, lo que indica una mejora continua en la posición financiera del proyecto. Esto se traduce en una mayor capacidad para hacer frente a obligaciones financieras, reinvertir en el negocio o distribuir dividendos a los accionistas.

CAPÍTULO IV

Conclusiones y recomendaciones

Conclusiones

- El diagnóstico de las condiciones del entorno para la implementación de un lodge de estilo rústico en la comunidad de Rumipamba revela que la ubicación es adecuada tanto desde el punto de vista ambiental como cultural. La zona ofrece un entorno natural rico en biodiversidad, lo que permite el desarrollo de un turismo sostenible que promueve la conservación de los recursos naturales. Además, la comunidad local está abierta a iniciativas que fomenten el empleo y la revalorización de su patrimonio cultural. Sin embargo, es fundamental implementar prácticas responsables en la construcción y operación del lodge, garantizando la integración armoniosa con el entorno y la sostenibilidad a largo plazo del proyecto.
- Mediante un análisis de segmentación de mercado, se identificó un grupo objetivo de 62,528 personas, hombres y mujeres, residentes en Pichincha y Carchi. Este segmento está compuesto por individuos de entre 25 y 45 años, tanto solteros como casados, con empleo estable y un ingreso superior a \$600. Además, tienen una tendencia a viajar regularmente por motivos turísticos o de ocio. Estos datos respaldan la viabilidad del proyecto, sugiriendo que su implementación será exitosa y sostenible a largo plazo, dada la demanda potencial y las características del mercado identificado.
- El estudio técnico realizado para la implementación y funcionamiento del lodge andino en la comunidad de Rumipamba ha demostrado la viabilidad del proyecto en términos de infraestructura y operatividad. Se detallaron los aspectos clave de la construcción, como el diseño arquitectónico rústico que se adapta al entorno, utilizando materiales locales y sostenibles. En cuanto a la parte operacional, se definieron los procesos y servicios esenciales para el funcionamiento diario del lodge, tales como la gestión de reservas, recepción de huéspedes, servicios de limpieza, alimentación con productos locales y organización de actividades turísticas. Además, se establecieron los procedimientos para

garantizar una experiencia fluida y de calidad, desde la llegada de los visitantes hasta su partida, asegurando un funcionamiento eficiente y satisfactorio para los clientes.

- El análisis financiero del proyecto revela que la inversión inicial de \$126,021 cuenta con un respaldo clave de BanEcuador, que ofrece un financiamiento de \$88,952 con una tasa de interés del 9.76%, lo que brinda una base financiera sólida. Este apoyo refleja el compromiso del proyecto de “Chakana Lodge” con el desarrollo sostenible en la región. Los resultados de los cálculos del Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR) destacan la viabilidad del negocio. Con proyecciones de flujo de efectivo positivas, se anticipa que la inversión se recupere en el tiempo estimado, consolidando la estabilidad del proyecto. La TIR de 26.75% y el superávit del capital evidencian la sostenibilidad del proyecto, alcanzando el punto de equilibrio en su tercer año, lo que confirma su alta factibilidad y gran potencial a largo plazo.
- El análisis ambiental llevado a cabo reveló que, en la fase de operación del proyecto, los efectos positivos superan a los negativos, representando el 67% frente al 33% de impactos adversos. Esto demuestra que el proyecto se orienta principalmente hacia la sostenibilidad ecológica. Sin embargo, durante la construcción, los impactos negativos ascienden al 60%, debido a las obras de infraestructura necesarias, con un 40% también identificado como efectos desfavorables en esta etapa. A pesar de estos retos, se logra una compensación con la conservación de la biodiversidad y actividades educativas como el sendero de cabalgata o caminata. Además, se promueve la conciencia ambiental entre los turistas, fomentando prácticas ecológicas y una mayor valoración del entorno natural. Esta combinación de acciones subraya el compromiso con la protección del medioambiente y la educación ecológica, buscando un equilibrio entre el progreso y la conservación.

Recomendaciones

- Implementar prácticas de construcción sostenibles, priorizando el uso de materiales locales y ecológicos para preservar el entorno natural y asegurar la armonía entre el lodge y la comunidad de Rumipamba.
- Aprovechar las características del mercado identificado para diversificar las ofertas de servicios y paquetes turísticos, adaptándolos a las preferencias de los grupos demográficos con mayor potencial de demanda, como las familias y viajeros frecuentes.
- Asegurar que la infraestructura del lodge se mantenga actualizada y funcione de manera eficiente mediante la capacitación continua del personal y la implementación de procesos operativos que garanticen una experiencia fluida y de alta calidad para los visitantes.
- Mantener un seguimiento constante de los resultados financieros y explorar oportunidades adicionales de financiamiento o alianzas estratégicas que fortalezcan la estabilidad económica del proyecto y faciliten su crecimiento a largo plazo.
- Desarrollar e implementar un plan de gestión ambiental específico para la fase de construcción, minimizando los impactos negativos a través de la correcta disposición de residuos y la protección de la biodiversidad local, asegurando la sostenibilidad del proyecto desde su inicio.

Referencias Bibliográficas

Bibliografía

- Alam, M. (08 de 09 de 2023). *IdeaScale*. Obtenido de IdeaScale:
<https://ideascale.com/es/blogs/que-es-el-diseno-de-la-investigacion/>
- Álvarez, F. (11 de 11 de 2020). *Mediasource.mx*. Obtenido de Mediasource.mx:
<https://www.mediasource.mx/blog/estudio-de-mercado>
- Asana. (17 de 02 de 2024). *Asana*. Obtenido de Qué es un organigrama y cómo hacerlo con plantillas gratis: <https://asana.com/es/resources/organizational-chart>
- Ayala, M. (04 de 09 de 2020). *Lifeder*. Obtenido de Lifeder: <https://www.lifeder.com/disenio-de-investigacion/>
- Barragan, M. (15 de 06 de 2023). *MARIAJOSE BARRAGAN*. Obtenido de MARIAJOSE BARRAGAN: <https://mariajosemediamagic.com/que-es-la-marca-corporativa/>
- Bernal, C. (2010). Metodología de la investigación. (3a ed.). Colombia: Pearson Educación.
- Cardozo, L. (1 de 3 de 2021). *Zenvia*. Obtenido de Zenvia:
<https://www.zenvia.com/es/blog/calidad-del-servicio/>
- Cruz, D. (11 de 06 de 2018). *Blog Konfío*. Obtenido de Blog Konfío:
<https://konfio.mx/blog/diccionario-financiero/que-es-el-capital-de-trabajo/>
- De Tena, R. (11 de 08 de 2022). *Holded*. Obtenido de Holded:
<https://www.holded.com/es/blog/estudio-mercado-ejemplo>
- Economía Planificada. (10 de 06 de 2023). *Economía Planificada*. Obtenido de Economía Planificada: <https://economyplanificada.com/muestreo-no-probabilistico/>
- Frederick, D. (31 de 05 de 2021). *Enciclopedia Iberoamericana*. Obtenido de Enciclopedia Iberoamericana: <https://enciclopediaiberoamericana.com/encuesta/>
- Gómez, M. C. (28 de 06 de 2023). *Hubspot.es*. Obtenido de Hubspot.es:
<https://blog.hubspot.es/service/que-es-una-encuesta>
- González, G. (12 de 5 de 2020). *Lifeder*. Obtenido de Lifeder: <https://www.lifeder.com/tecnicas-de-investigacion/>
- Hempenstall, A. (07 de 06 de 2022). *Better Proposals*. Obtenido de Better Proposals:
<https://betterproposals.io/blog/what-is-a-business-proposal/>

- Ivette, A. (08 de 09 de 2021). *Economipedia*. Obtenido de Economipedia:
<https://economipedia.com/definiciones/matriz-de-leopold.html>
- Llamas, J. (13 de 04 de 2020). *Economipedia*. Obtenido de Economipedia:
<https://economipedia.com/definiciones/balance-inicial.html>
- Martín, P. (23 de 04 de 2023). *One Marketing*. Obtenido de One Marketing:
<https://onemarketing.es/que-es-el-analisis-de-la-oferta/>
- Muñoz, A. (11 de 07 de 2023). *Saleslayer.com*. Obtenido de Saleslayer.com:
<https://blog.saleslayer.com/es/canales-de-distribucion-como-asegurar-el-exito-de-tus-productos>
- Ortega, C. (22 de 09 de 2018). *QuestionPro*. Obtenido de QuestionPro:
<https://www.questionpro.com/blog/es/analisis-foda/>
- Pereda, M. (17 de 11 de 2021). *Rock Content - ES*. Obtenido de Rock Content - ES:
<https://rockcontent.com/es/blog/analisis-de-la-demanda/>
- Porto, J., & Merino, M. (17 de 01 de 2011). *Definición.de*. Obtenido de Definición.de:
<https://definicion.de/analisis-financiero/>
- Quiroa, M. (07 de 01 de 2019). *Economipedia*. Obtenido de Economipedia:
<https://economipedia.com/definiciones/producto.html>
- Rodríguez, A. (26 de 07 de 2022). *SIMÓN DE CIRENE*. Obtenido de SIMÓN DE CIRENE:
<https://simondecirene.cl/blog/distribucion-directa-en-indirecta/>
- SAS Ecuador. (01 de 03 de 2022). *Simple SAS*. Obtenido de Sociedades por Acciones Simplificadas: <https://sasecuador.com/>
- Schüler, L. (24 de 03 de 2022). *Blog de Inbound Marketing y Ventas | RD Station*. Obtenido de Blog de Inbound Marketing y Ventas | RD Station:
<https://www.rdstation.com/blog/es/analisis-foda-como-hacerlo/>
- Suárez, E. (9 de 2 de 2024). *Experto Universitario*. Obtenido de Experto Universitario:
<https://expertouniversitario.es/blog/metodo-inductivo-y-deductivo/>
- Villarreal, M. (27 de 03 de 2024). *Prosperia.mx*. Obtenido de Prosperia.mx:
<https://prosperia.mx/como-usar-la-demanda-insatisfecha-para-definir-tu-producto-inmobiliario/>
- Zendesk. (22 de 07 de 2022). *Zendesk*. Obtenido de Zendesk:
<https://www.zendesk.com.mx/blog/segmentos-de-consumidores/>

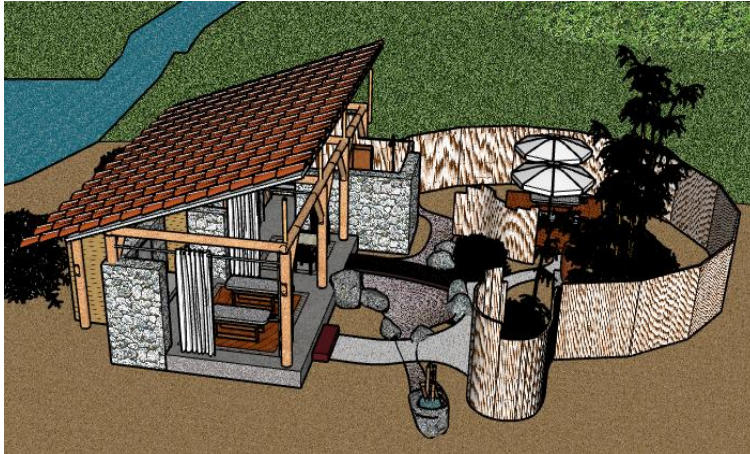
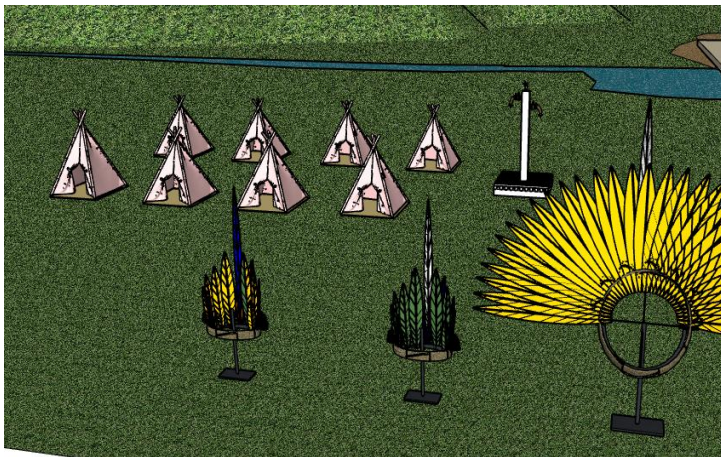
4 Anexos

Anexo 1



Anexo 2



Anexo 3**Anexo 4**

Anexo 5

[■ INICIO](#)[Servicios](#)[Productos](#)[Sobre nosotros](#)[Buscar](#)

Anexo 6

			EMPRESA ABC		
			BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL AL 1 DE ENERO DE 2020		
ACTIVO			PASIVO		
Activo Circulante			Pasivo Circulante		
Caja		\$1.500	Proveedores		
BANCOS		\$13.553	Prestamo al Ban Ecuador		70.074
			Intereses por pagar		
			ISR por pagar		
			Anticipo de clientes		
Total Activo Circulante		\$15.053,00	Total Pasivo Circulante		\$70.074
Activo Fijo			Pasivo a Largo Plazo		
Terrenos		\$45.000	Documentos por pagar a largo plazo		
Edificios/construcciones		\$66.400	Total Pasivo Circulante		\$0
Mobiliario y equipo		\$11.313			
Vehículos		\$0,00			
Maquinaria		\$2.600			
Equipos de cómputo		\$330,00			
Gastos de instalación		\$800			
Papelería y útiles de oficina		\$28			
Propaganda o publicidad		\$550,00			
Total Activo Fijo		\$127.021			
Otros activos					
PLATAFORMA DE COMERCIALIZACIÓN		\$5.000			
Derechos de marca de empresa					
Total Otros Activos		\$5.000			
SUMA DEL ACTIVO		\$147.074	SUMA DEL PASIVO	\$70.074	47,65%
			PATRIMONIO		
			BIENES INMUEBLES		\$50.000
			BIENES MUEBLES		\$12.000
			APORTE EN EFECTIVO		\$15.000
			Total Capital contable		\$77.000
					52,35%
			SUMA DEL CAPITAL CONTABLE	\$77.000	
			SUMA DEL PASIVO + PATRIMONIO	\$147.074	100%

Anexo 7

CÁLCULO DEL COSTO DE CAPITAL					
	VALORES	PARTICIPACIÓN	INTERÉS	EQUIVALENCIA	COSTO DE CAPITAL DE LA INVERSIÓN
INVERSIÓN	147074	100%		9,42%	9,42%
IMPUESTO A LA RENTA				0%	
CAPITAL PROPIO	77000	52%	7,19%	3,76%	
FINANCIAMIENTO	70074	48%	11,86%	5,65%	

**EVALUACIÓN DE LA FASE DE DESARROLLO DEL INFORME FINAL DEL
TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR.**

Tema: "Lodge con estilo andino en la comunidad de Rumipamba, La Esperanza-Ibarra"

Director: MSc. Armando Flores

Facultad: Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas

Carrera: Licenciatura en Turismo

Autor: Dayana Fernanda Atis Cajos

* Simbología de evaluación: *MA* = Muy Aceptable: *A* = Aceptable: *PA* = Poco Aceptable

ACTIVIDADES SEGÚN CRONOGRAMA		CUMPLIÓ CRONOGRAMA			RESULTADOS			Horas de asesoría	OBSERVACIONES (FECHA DE LA REVISIÓN)
		MA	A	PA	MA	A	PA		
1.1	Introducción	✓			✓				
1.2	Diagnóstico Situ	✓			✓				
1.3	Metodología	✓			✓				
2.1	Resultados y Discusión	✓			✓				
2.2	Evaluación Impacto	✓			✓				Revisión de Hatoceca

Seguimiento del Director /Asesor TIC

Fecha: día 10 mes 11 año 2024 Firma: _____

Fecha: día 07 mes 01 año 2025 Firma: _____

Fecha: día 09 mes 01 año 2025 Firma: _____

Fecha: día 13 mes 02 año 2025 Firma: _____

Firma del biometrista (metodología): _____

Firma del estudiante: _____

Firma del Coordinador de la carrera: _____

**EVALUACIÓN DE LA FASE DE DESARROLLO DEL INFORME FINAL DEL
TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR.**

Tema: "Lodge con estilo andino en la comunidad de Rumipamba, La Esperanza-Ibarra"

Asesor: Ph.D. Mónica Buenaño

Facultad: Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas

Carrera: Licenciatura en Turismo

Autor: Dayana Fernanda Atis Cajal

* Simbología de evaluación: MA = Muy Aceptable; A = Aceptable; PA = Poco Aceptable

ACTIVIDADES SEGÚN CRONOGRAMA	CUMPLIÓ CRONOGRAMA			RESULTADOS			Horas de asesoría	OBSERVACIONES (FECHA DE LA REVISIÓN)
	MA	A	PA	MA	A	PA		
1.1 Estudio mercado								No he realizado el trabajo para su revisión, en la futura solo se revisa QTP.
1.2 Estudio técnico								
1.3 Estudio ambiental								
2.1 Estudio económico								
2.2 Revisión de diagnóstico	X				X			Valen Pedirios de trabajo final

Seguimiento del Director /Asesor TIC

Fecha: día 13, mes 02, año 2015. Firma: 

Fecha: día _____ mes _____ año _____ Firma: _____

Fecha: día _____ mes _____ año _____ Firma: _____

Fecha: día _____ mes _____ año _____ Firma: _____

Firma del biometrista (metodología): 

Firma del estudiante: 

Firma del Coordinador de la carrera: 