ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE RECURSOS NATURALES

ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN ECOLODGE EN EL CANTÓN TAISHA, PROVINCIA DE MORONA SANTIAGO.

TRABAJO DE TITULACIÓN
PROYECTO TÉCNICO PARA TITULACIÓN DE GRADO

PRESENTADO COMO REQUISITO PARCIAL PARA OBTENER EL TÍTULO DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO

JOHNATAN DANILO FLORES JARAMILLO

RIOBAMBA - ECUADOR

2018

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE RECURSOS NATURALES

ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO

El Tribunal de Trabajo de Titulación certifica que: El trabajo de investigación: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN ECOLODGE EN EL CANTÓN TAISHA, PROVINCIA DE MORONA SANTIAGO, de la responsabilidad del señor Johnatan Danilo Flores Jaramillo, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal, quedando autorizada su presentación

Ing. Catalina Margarita Verdugo Bernal
DIRECTORA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Ing. Eduardo Antonio Muñoz Jácome
ASESOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, Johnatan Danilo Flores Jaramillo, declaro que el presente trabajo de titulación es de mi autoría y que los resultados en el mismo son auténticos y originales. Los textos constantes y el documento que proviene de otra fuente están debidamente citados y referenciados.

Como autor, soy responsable legal y académicamente de los contenidos de este trabajo de titulación.

Riobamba, 16 de abril del 2018.

Johnatan Danilo Flores Jaramillo
C.I. 140055950 - 4

Página de responsabilidad y derechos compartidos

Yo, Johnatan Danilo Flores Jaramillo soy responsable de las ideas, doctrinas y resultados expuestos en la presente Tesis y el patrimonio intelectual del Trabajo de Titulación de Grado pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Johnatan Danilo Flores Jaramillo

Derechos de Autor Copyright

2018, Johnatan Danilo Flores Jaramillo

Se autoriza la reproducción total o parcial, con fines académicos, por cualquier medio o procedimiento, incluyendo la cita bibliográfica del documento, siempre y cuando se reconozca el Derecho de Autor.

DEDICATORIA

Primeramente, a Dios, por darme el apoyo y fortaleza día a día, para llegar a cumplir una de mis metas durante el trascurso de mi vida.

A mis padres por su infinita paciencia, apoyo incondicional y comprensión ante cada dificultad, no permitiéndome dejar de lado mis sueños y mis metas, por impulsarme y apoyarme a ser mejor persona cada día, a ustedes este trabajo y dedicación con todo mi amor.

A mis hermanos por su apoyo y ayuda incondicional, y no dejarme vencer a pesar del tiempo.

A mi novia, María Alexandra, por haberme apoyado hasta las últimas instancias y así poder cumplir esta meta en mi vida, quien con su amor y comprensión ha sabido impulsarme, mi fortaleza y mi debilidad, gracias mi amor.

Johnatan Flores Jaramillo

AGRADECIMIENTO

A Dios, ante todo porque siempre has estado a mi lado y no me has dejado caer, aunque en tiempos de tormenta, uno casi siempre pierde la fe y aún más en los mejores nos olvidamos de tu grandeza y bondad, gracias por no abandonarme en todo momento.

A la ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO, sus docentes y directivos, quienes han sido los gestores de los conocimientos adquiridos, con experiencias únicas e inolvidables, preparándome para mi vida laboral y estudiantil en mis próximos proyectos y metas, gracias mi POLITÉCNICA.

A la Ing. Catalina Verdugo y al Ing. Eduardo Muñoz, quienes me han asesorado de la mejor manera durante este proceso con sus conocimientos y consejos, Dios les pague.

A toda mi familia y amigos que me han impulsado a culminar esta etapa de mi vida, Dios les pague de todo corazón por su infinita confianza en mi persona. Gracias.

Tabla de contenidos

I. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN ECOLODGE EN EL CANTÓN TAISHA, PROVINCIA DE MORONA SANTIAGO 1
II. INTRODUCCIÓN 1
A. JUSTIFICACIÓN 2
III. OBJETIVOS 4
A. OBJETIVO GENERAL 4
B. OBJETIVOS ESPECÍFICOS 4
IV. HIPÓTESIS 4
A. Hipótesis nula 4
B. Hipótesis alternativa 4
V. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA 5
A. ECOTURISMO 5
B. ECOLODGE 5
C. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD 6
D. DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL 6
E. INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS 7
1. Los atractivos turísticos 7
2. Facilidades turísticas 7
3. Etapas para la elaborar el inventario de atractivos 7
4. Clasificación de los atractivos turísticos 8
5. Procedimiento para el registro de la información 9
6. Instructivo para utilizar la ficha de evaluación de atractivos 12
7. Formularios resumen 13
8. Evaluación de los atractivos 14
9. Declaración de la imagen turística de la zona 16
F. ANÁLISIS SITUACIONAL 17
1. Matriz CPES 17
2. Matriz FODA 18
G. ESTUDIO DE MERCADO 20
H. ESTUDIO TÉCNICO 24
1. Componentes del estudio técnico 25
I. ESTUDIO DE IMPACTO AMBIENTAL 26
1. Matriz de Lázaro Lagos 26
J. ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL 28
1. Estudio Administrativo 28
2. Estudio Legal 29
K. ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO 30
1. Determinación de Costos 30
2. Inversión Total Inicial 31
3. Cronograma de Inversión 31

4. Depreciación y Amortización 31
5. Capital de Trabajo 31
6. Punto de Equilibrio 32
7. Estado de Resultados Proforma 32
8. Costo de Capital o Tasa mínima aceptable de rendimiento 32
9. Financiamiento. Tabla de Pago de la deuda 32
10. Balance General 32
VI. MATERIALES Y MÉTODOS 33
A. CARACTERIZACIÓN DEL LUGAR 33
11. Localización 33
12. Ubicación geográfica 33
13. Características climáticas 33
14. Clasificación ecológica 33
15. Materiales y equipos 33
B. METODOLOGÍA 34
1. Validar el potencial turístico de la comunidad de Yuwints 34
2. Analizar la viabilidad comercial del proyecto 34
3. Determinar la viabilidad técnica de la propuesta 36
4. Determinar la viabilidad socio - ambiental de la propuesta 36
5. Determinar la viabilidad administrativa - legal 37
6. Evaluar la viabilidad económica – financiera 37
VII. RESULTADOS 38
A. VALIDACIÓN DEL POTENCIAL TURÍSTICO DE LA COMUNIDAD DE YUWINTS 38
1. Situación actual de la comunidad de Yuwints 38
2. Inventario de atractivos turísticos 51
3. Análisis situacional de la comunidad 53
B. VIABILIDAD COMERCIAL DEL PROYECTO 57
1. Estudio de mercado 57
C. VIABILIDAD TÉCNICA 83
1. Localización del proyecto 83
2. Tamaño del proyecto 84
3. Ingeniería del proyecto 88
D. VIABILIDAD SOCIO - AMBIENTAL 133
1. Identificación de acciones que puedan causar impacto 133
2. Identificación de factores ambientales y sociales del entorno susceptible a recibir impacto . 133
E. VIABILIDAD ADMINISTRATIVA - LEGAL 138
1. Estudio administrativo 138
2. Viabilidad legal 151
F. VIABILIDAD ECONÓMICA Y FINANCIERA 157
1. Análisis Económico 157
VIII. CONCLUSIONES 162
IX. RECOMENDACIONES 163

X. RESUMEN 164
XI. SUMMARY 165
XII. BIBLIOGRAFÍA 166
XIII. ANEXOS 169

Lista de tablas

Tabla 1. Encuestas a turistas nacionales y extranjeros 35
Tabla 2. Habitantes por género 40
Tabla 3. Tipo de alcantarillado 42
Tabla 4. Eliminación de desechos 42
Tabla 5. Tipos de vivienda 43
Tabla 6. Transporte aéreo para la comunidad 44
Tabla 7. Transporte terrestre hasta la parroquia Macuma 45
Tabla 8. Flora representativa de la zona 46
Tabla 9. Fauna representativa de la zona 47
Tabla 10. Ficha resumen de calificación y jerarquización de inventarios de atractivos turísticos 51
Tabla 11. Resumen de los atractivos turísticos de la comunidad 52
Tabla 12. Matriz CEPES (Causa, efecto, problema, solución) 53
Tabla 13. Matriz FODA (Fortalezas, oportunidades, debilidades y amenzas) 55
Tabla 14. Propuesta de mejoramiento de servicios ofertados 55
Tabla 15. Alojamiento y alimentación 57
Tabla 16. Transporte aéreo 57
Tabla 17. Transporte Terrestre 57
Tabla 18. Conectividad y accesibilidad 58
Tabla 19. Características de la Hostería Kawaa 58
Tabla 20. Características del Hotel Restaurante Mary 58
Tabla 21. Género de los turistas nacionales 61
Tabla 22. Le gustaría conocer el cantón Taisha 66
Tabla 23. Creación de un Ecolodge en el cantón Taisha 66
Tabla 24. Género de los turistas extranjeros 71
Tabla 25. Turistas extranjeros que desean conocer el cantón Taisha 75
Tabla 26. Turistas extranjeros desean la creación de un ecolodge 75
Tabla 27. Proyección de la demanda objetivo 82
Tabla 28. Número de clientes proyetados 84
Tabla 29. Proyección de consumidores de los servicios demandados 85
Tabla 30. Proyección de los consumidores con respecto al servicio de alimentación 85
Tabla 31. Derivación y determinación del mercado por comida típica 85
Tabla 32. Derivación y determinación del mercado por comida nacional 86
Tabla 33. Derivación y determinación del mercado por comida nacional 86
Tabla 34. Derivación y determinación del mercado por el servicio de alojamiento 86

Tabla 35. Derivación y determinación del mercado por productos del servicio de recreación... 87
Tabla 36. Derivación y determinación del mercado por productos del servicio salud..... 87
Tabla 37. Organización del espacio del Ecolodge 93
Tabla 38. Necesidades de construcción. 93
Tabla 39. Presupuesto de construcción de una cabaña..... 94
Tabla 40. Presupuesto de construcción de zona de recepción..... 95
Tabla 41. Presupuesto de construcción de zona de restaurante..... 96
Tabla 42. Presupuesto de construcción duchas, baños y vestidores..... 99
Tabla 43. Presupuesto de construcción de los cuartos de máquinas, bodega y lavandería. 100
Tabla 44. Presupuesto de construcción para la planta de tratamiento..... 102
Tabla 45. Presupuesto de construcción total del Ecolodge 103
Tabla 46. Requerimiento de mano de obra para el departamento operacional 103
Tabla 47. Requerimiento de mano de obra para el departamento directivo..... 104
Tabla 48. Requerimiento de mano de obra para el departamento comercial 104
Tabla 49. Requerimiento de mano de obra para el departamento financiero..... 104
Tabla 50. Determinación de materia prima para el plato Ayampaco(5 porciones)..... 104
Tabla 51. Determinación de materia prima para el plato Seco de pollo(8 porciones) 105
Tabla 52. Determinación de materia prima para el plato guatita (8 porciones) 105
Tabla 53. Determinación de materia prima para el plato milanesa(4 porciones)..... 106
Tabla 54. Determinación de materia prima para el palto Filette Mignon(4 porciones) 106
Tabla 55. Cuadro resumen de los costos de materia prima 107
Tabla 56. Insumos de cocina..... 107
Tabla 57. Insumos de limpieza..... 108
Tabla 58. Insumos para el servicio de alojamiento 109
Tabla 59. Insumos para el servicio de alimentación 109
Tabla 60. Insumos para el servicio de recreación y esparcimiento 109
Tabla 61. Requerimiento de equipos..... 110
Tabla 62. Requerimiento muebles y enseres del Restaurante y sala de eventos 111
Tabla 63. Requerimientos de muebles y enseres zona de hospedaje 111
Tabla 64. Requerimientos muebles y enseres zona recreación y salud..... 111
Tabla 65. Requerimiento muebles y enseres zona de recepción 112
Tabla 66. Requerimiento muebles y enseres lavandería, bodega y guardianía 112
Tabla 67. Requerimiento muebles y enseres zona administrativa y financiera..... 112
Tabla 68. Requerimientos muebles y enseres total 113
Tabla 69. Requerimiento de menaje textil 113
Tabla 70. Requerimiento de menaje de cocina 114
Tabla 71. Requerimiento de menaje cristalería..... 114

Tabla 72. Requerimiento de menaje de mesas 115
Tabla 73. Requerimiento de menaje cubertería 115
Tabla 74. Requerimiento de menaje platos 115
Tabla 75. Requerimientos de menaje hospedaje 116
Tabla 76. Requerimientos de insumos recreación 116
Tabla 77. Requerimientos de menaje aseo y limpieza 117
Tabla 78. Requerimientos de menaje total 117
Tabla 79. Requerimiento de servicios básicos 118
Tabla 80. Precio servicio de hospedaje 123
Tabla 81. Precio servicio de alimentación 123
Tabla 82. Precio servicios de recreación y salud 123
Tabla 83. Plan publicitario para Macuma Ecolodge 126
Tabla 84. Gastos área comercial 132
Tabla 85. Matriz de evaluación de impactos 134
Tabla 86. Matriz de cuantificación 135
Tabla 87. Medidas de mitigación de impactos 136
Tabla 88. Manual de funciones del Gerente General 142
Tabla 89. Manual de funciones del Responsable de marketing 142
Tabla 90. Manual de funciones del Contador(a) 143
Tabla 91. Manual de funciones del Administrador 143
Tabla 92. Manual de funciones del Recepcionista 144
Tabla 93. Manual de funciones del encargado de bodega 145
Tabla 94. Manual de funciones del Chef 145
Tabla 95. Manual de funciones del ayudante de cocina 146
Tabla 96. Manual de funciones del cajero 146
Tabla 97. Manual de funciones del mesero(a) 147
Tabla 98. Manual de funciones del encargado de áreas verdes 147
Tabla 99. Manual de funciones del Guardia 147
Tabla 100. Manual de funciones de Gobernata 148
Tabla 101. Manual de funciones de Camarera 148
Tabla 102. Manual de funciones encargado de lavandería 149
Tabla 103. Manual de funciones encargado de Mantenimiento 149
Tabla 104. Remuneraciones del Departamento productivo 150
Tabla 105. Remuneraciones del Departamento directivo 150
Tabla 106. Remuneraciones del Departamento comercial 150
Tabla 107. Remuneraciones del Departamento financiero 150
Tabla 108. Obligaciones por única vez 156

Tabla 109. Obligaciones anuales 156
Tabla 110. Inversiones del proyecto 157
Tabla 111. Cálculo de pago de la deuda 157
Tabla 112. Depreciación de activos fijos 158
Tabla 113. Amortización de activos diferidos 158
Tabla 114. Costos y gastos 158
Tabla 115. Presupuestos de ingresos 159
Tabla 116. Estado de resultados 159
Tabla 117. Flujo de caja 160
Tabla 118. VAN 160
Tabla 119. Tabla resumen 161

Lista de Figuras

Figura 1. Habitantes de la comunidad por edad 39
Figura 2. Nivel de educación de los habitantes de la comunidad 40
Figura 3. Forma de obtención del agua 41
Figura 4. Energía que utilizan los habitantes de la comunidad 41
Figura 5. Características de las viviendas de los habitantes de la comunidad 43
Figura 6. Ocupación de los habitantes de la comunidad 48
Figura 7. Ingresos mensuales de los habitantes de la comunidad 48
Figura 8. Organigrama administrativo de la comunidad 49
Figura 9. Edad de los turistas nacionales 61
Figura 10. Ocupación de los turistas nacionales 62
Figura 11. Estado civil de los turistas nacionales 62
Figura 12. Procedencia de los turistas nacionales 63
Figura 13. Ingresos económicos mensuales de los turistas nacionales 63
Figura 14. Motivación para viajar de los turistas nacionales 64
Figura 15. Acopañamiento para viajar de los turistas nacionales 64
Figura 16. Días de estancia de los turistas nacionales en la provincia 65
Figura 17. Tiene información sobre el cantón Taisha 65
Figura 18. Servicios que ofertará el Ecolodge 66
Figura 19. Tipo de alimentación que les gustaría servirse 67
Figura 20. Dispuestos a pagar por el servicio de hospedaje 67
Figura 21. Dispuestos a pagar por el servicio de alimentación 68
Figura 22. Dispuestos a pagar por servicios adicionales o recreación 68
Figura 23. Atividades a realizar en el Ecolodge 69
Figura 24. Forma de pago de los turistas nacionales y extranjeros 69
Figura 25. Medios por el cual los turistas se informan de los destinos turísticos 70
Figura 26. Edad de turistas extranjeros 70
Figura 27. Ocupación de los turistas extranjeros 71
Figura 28. Estado civil de los turistas extranjeros 72
Figura 29. Procedencia de los turistas extranjeros 72
Figura 30. Nivel de ingresos económicos de los turistas extranjeros 73
Figura 31. Motivación de viajar de los turistas extranjeros 73
Figura 32. Acompañamiento en el viaje del turista extranjero 74
Figura 33. Días de estancia de los turistas extranjeros 74
Figura 34. Turistas extranjeros que conocen sobre el cantón Taisha 75
Figura 35. Tipos de servicios que los turistas extranjeron prefieren 76

Figura 36. Tipo de alimentación para los turistas extranjeros 76
Figura 37. Gastos de los turistas extranjeros por el servicio de hospedaje 77
Figura 38. Gastos de los turistas extranjeros por el servicio de alimentación 77
Figura 39. Gastos de los turistas extranjeros por servicios adicionales 78
Figura 40. Preferencia de actividades por los turistas extranjeros 78
Figura 41. Preferencia de forma de pago de los turistas extranjeros 79
Figura 42. Medios de información de los turistas extranjeros 79
Figura 43. Mapa de ubicación del cantón Taisha 83
Figura 44. Mapa ubicación del terreno del Ecolodge 84
Figura 45. Flujograma general de prestación de servicios turísticos del Ecolodge 88
Figura 46. Flujograma del servicio de hospedaje 90
Figura 47. Flujograma del servicio de alimentación 91
Figura 48. Flujograma del servicio de recreación 92
Figura 49. Emplazamiento del proyecto 119
Figura 50. Marca, imagen de la empresa 121
Figura 51. Hoja membretada 122
Figura 52. Tarjeta de presentación 123
Figura 53. Canal de distribución directa 124
Figura 54. Canal de distribución indirecto 124
Figura 55. Diseño página web Macuma Ecolodge 127
Figura 56. Página red social twitter de Macuma Ecolodge 128
Figura 57. Página red social facebook de Macuma Ecolodge 128
Figura 58. Diseño volante Macuma Ecolodge 129
Figura 59. Gorras Macuma Ecolodge 130
Figura 60. Esferos Macuma Ecolodge 130
Figura 61. Camiseta verde Macuma Ecolodge 130
Figura 62. Camiseta negra Macuma Ecolodge 131
Figura 63. Camiseta blanca Macuma Ecolodge 131
Figura 64. Organigrama estructural 140
Figura 65. Organigrama funcional de la empresa 141

I. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN ECOLODGE EN EL CANTÓN TAISHA, PROVINCIA DE MORONA SANTIAGO

II. INTRODUCCIÓN

"El sector servicios es el principal sector económico en las economías de los países desarrollados. Incluye actividades tan variadas como la educación, el comercio, el turismo o los servicios personales" (Serrano, 2011), dentro de ella los ingresos que genera cada país se da con relación a los ingresos hoteles, restaurantes, viajes, guías turísticas y otros servicios.

Desde hace algo más de una década que la industria hotelera en América Latina y el Caribe se ha desarrollado considerablemente, más de 26 millones de visitas a 6000 hoteles del mundo fueron los datos que se emplearon para desarrollar el estudio "Estadísticas Hoteleras en América Latina 2014", una investigación que muestra una síntesis del desempeño online del huésped en los sitios web de hoteles durante este año (Diario del Hotelero , 2015).

El Ecuador en la actualidad es considerado a nivel mundial como uno de los países más biodiversos, a pesar de que el país es considerado uno de los más pequeños del mundo, cuenta con una gran variedad de flora y fauna, así como también es uno de los países más predilectos del mundo por su belleza, variedad étnica, y costumbres, de forma que en la actualidad el país busca promocionar a nivel mundial los distintos lugares turísticos que cuenta cada ciudad, de esta forma en los últimos años el país ha logrado mejorar el turismo de forma considerable, lo cual ha generado varias fuentes de trabajo, de igual manera, dentro de nuestro país se ha motivado a la ciudadanía a realizar actividades relacionas con el ecoturismo, en áreas protegidas, comunidades indígenas, y demás lugares de nuestro hermoso Ecuador, para así concientizar a las personas acerca del cuidado, protección de la naturaleza y de las culturas que lo habitan.

El interés por la naturaleza ha ido creciendo poco a poco. Hoy en día, los turistas extranjeros tienen una conciencia de conservación y respeto al medio ambiente, una de las razones es que en sus países no poseen esa gran biodiversidad que nuestro país les proporciona y que al visitarnos la pueden palpar y observar.

En la provincia de Morona Santiago, el parque nacional Sangay es considerado como Patrimonio Natural de la Humanidad (UNESCO, 1983), además de ser una provincia conocida por sus cascadas sagradas, cuevas misteriosas, ríos navegables, una mega biodiversidad de flora

y fauna, junto a un gran legado histórico, cultural y religioso, todos estos lugares con atractivos turísticos incomparables hacen de Morona Santiago una provincia encantadora que invita a "Amar la Vida" y conocer regiones que aún conservan sus cualidades ancestrales.

Esta bella provincia, que cautiva a los turistas extranjeros y nacionales, cuenta con doce hermosos cantones, entre ellos Taisha, siendo el cantón más extenso de la provincia, está conformado por 4 parroquias rurales (Macuma, Huasaga, Pumpuentsa y Tuutinentsa) y una urbana (Taisha, cabecera cantonal); posee con una gran llanura selvática en estado natural que habitan las nacionalidades Shuar, Achuar y el pueblo mestizo, lo cual ha atraído a simpatizantes y extraños a visitar, conocer y recorrer la zona llena de sus bellos paisajes y saberes ancestrales.

A. JUSTIFICACIÓN

El cantón Taisha se encuentra en una etapa de iniciación de las actividades turísticas, de igual manera posee majestuosos paisajes, brindando una hermosa vista a la naturaleza, en los últimos años la visión del cantón se ha enfocado al desarrollo sostenible turístico, la cual se refiere a la administración racional de los recursos naturales, de forma que la calidad de vida sea posible para los habitantes del cantón.

En la provincia de Morona Santiago, no existe una variedad de servicios turísticos de hospedaje clasificado como "ecolodge", y las empresas de servicios de alojamiento existentes no cumplen con estándares turísticos sostenibles, sólo se limitan a brindar los servicios de hospedaje comunes en sus empresas.

En el Código Orgánico de Organización Territorial Autonomía y Descentralización. Título II. Organización del territorio. Artículo 12, menciona que: con la finalidad de precautelar la biodiversidad del territorio amazónico el gobierno central y los gobiernos autónomos descentralizados de manera concurrente, adoptarán políticas para el desarrollo sustentable y medidas de compensación para corregir las inequidades. En el ámbito de su gestión ambiental se aplicarán políticas preservación, conservación y remediación acordes con su diversidad biológica. (Asamblea Nacional del Ecuador, 2010)

Siendo el cantón Taisha, un lugar con gran biodiversidad, se ha visto al turismo como una fuente importante de ingresos económicos, ya que arriban turistas nacionales y extranjeros para conocer sus atractivos turísticos, tanto naturales como culturales, pero, al no poseer instalaciones adecuadas para alojarlos, no les permite brindar una atención de primera a sus visitantes y de la misma manera no permanecen en el lugar por más de un día.

Pretendiendo aportar al crecimiento de una oferta turística sostenible en el cantón Taisha y aplicando políticas de preservación y conservación de la diversidad biológica como menciona el COOTAD, proporcionando un sitio capaz de generar bienestar a los visitantes del lugar mediante actividades y lugares apropiados que permitan la satisfacción total del turista, se ha visto la necesidad de realizar un estudio para determinar la factibilidad para la implementación de un ecolodge en el cantón Taisha, provincia de Morona Santiago.

De forma que al no existir competitividad en el cantón Taisha, y las empresas dedicadas a la prestación de servicios turísticos que se encuentran en el lugar no son legales o no poseen permiso de funcionamiento por parte del Ministerio de Turismo o GAD parroquial o cantonal, por lo que se considera importante el estudio de factibilidad para la creación de un ecolodge, acorde al lugar debido que los turistas extranjeros y nacionales podrán alojarse y disfrutar de mayor tiempo de los atractivos turísticos que ofrece el cantón, de esta forma se podrá ofertar nuevos servicios y dinamizar el turismo, ya que el turista mientras más tiempo permanece en un lugar, mayor es su gasto.

III. OBJETIVOS

A. OBJETIVO GENERAL

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de un ecolodge en el cantón Taisha, provincia de Morona Santiago**.**

B. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Valorar el potencial turístico de la comunidad de Yuwints.
- Analizar la viabilidad comercial del proyecto**.**
- Determinar la viabilidad técnica de la propuesta.
- Determinar la viabilidad socio – ambiental de la propuesta.
- Definir la viabilidad administrativa – legal de la propuesta.
- Evaluar la viabilidad económica – financiera del proyecto.

IV. HIPÓTESIS

A. Hipótesis nula

Es factible la creación de un ecolodge en el cantón Taisha, provincia de Morona Santiago para proporcionar servicios de calidad satisfaciendo las necesidades de los turistas nacionales e internacionales que visitan el lugar promoviendo a la vez la conservación de la naturaleza y cultura del cantón.

B. Hipótesis alternativa

No es factible la creación de un ecolodge en el cantón Taisha, provincia de Morona Santiago que proporcione servicios de calidad satisfaciendo las necesidades de los turistas nacionales e internacionales que visitan el lugar promoviendo a la vez la conservación de la naturaleza y cultura del cantón.

V. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA

A. ECOTURISMO

El ecoturismo está dedicado a la promoción de lugares con áreas naturales no industrializadas, que cuentan con paisajes y sitios con naturaleza inigualables, pero que tienen que ser preservados para poder disfrutar la vida salvaje, la flora endémica y, en algunos casos zonas arqueológicas de importancia cultural, aunado a etnias de las regiones que han vivido en las mismas, antes del desarrollo tecnológico en el que vivimos en la actualidad. (Soto, 2012, pág. 14)

Además, se puede agregar que "El ecoturismo está vinculado a un sentido de la ética, ya que más allá del disfrute del viajero, intenta promover el bienestar de las comunidades locales (receptoras del turismo) y la preservación del medio natural." (Pérez & Merino, 2009)

En conclusión, se puede definir al ecoturismo como aquel que vela por los intereses de las comunidades locales, de la naturaleza y el disfrute de los turistas o visitantes en donde se realizan diferentes tipos de actividades, buscando un bien común.

B. ECOLODGE

Ecologde, es un establecimiento de alojamiento turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje en habitaciones o cabañas privadas, con cuarto de baño y aseo privado y/o compartido conforme a su categoría. Ubicado en entornos naturales en los que se privilegia el paisaje. Utiliza materiales locales y diseños propios de la arquitectura vernácula de la zona en la que se encuentre y mantiene la armonización con el ambiente. Sirve de enclave para realizar excursiones organizadas, tales como observación flora y fauna, culturas locales, caminatas por senderos, entre otros. Presta el servicio de alimentos y bebidas sin perjuicio de proporcionar otros servicios complementarios. Deberá contar con un mínimo de cinco habitaciones. (Ministerio de Turismo, 2015)

Ecolodge and types definitions, explica que el término "ecolodge" proviene desde los 90's, el mismo que ha sido usado para describir un tipo de alojamiento que se distingue de otros por su tipo de construcción, además de poseer las siguientes características:

- Está localizado en un área natural, lejos de la contaminación.
- Usa sistemas que protegen el medio ambiente y evitan la contaminación.
- Ayuda y capacita a las comunidades locales.
- Contribuye a la economía local.

- Ayuda a los visitantes a concienciar sobre la importancia del cuidado del medio ambiente y como disfrutarlo de la mejor manera. (Duffy, s.f.)

C. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

"El estudio de factibilidad es un instrumento utilizado para determinar la vialidad de una propuesta empresarial aunque la estructura de los estudios de factibilidad puede variar, el análisis debe evaluar exhaustivamente la propuesta de la empresa y concentrarse especialmente en el mercado y viabilidad financiera." (Drumm, Moore, Soles, Patterson, & Terborgh, 2004, pág. 86)

La guía para elaborar estudios de factibilidad para proyectos ecoturísticos explica que el estudio de factibilidad es el análisis de una empresa para determinar:

- Si el negocio que se propone será bueno o malo, y en cuales condiciones se debe desarrollar para que sea exitoso.
- Si el negocio propuesto contribuye con la conservación, protección o restauración de los recursos naturales y el ambiente. (Luna & Chaves, 2011, pág. 1)

Los pasos utilizados con mayor frecuencia para realizar un estudio de factibilidad son:

- Preguntas preliminares
- Recolección de información
- Definición de metas
- Inventario de recursos
- Análisis del mercado
- Análisis competitivo
- Descripción y operación de la empresa
- Pronóstico de ventas
- Análisis financiero
- Evaluación de viabilidad (Drumm, Moore, Soles, Patterson, & Terborgh, 2004)

D. DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL

El diagnóstico del entorno de un área donde se pretende desarrollar un proyecto de turismo pretende responder a las siguientes preguntas:

- ¿Existen en el área seleccionada para el desarrollo del turismo limitaciones importantes?

- ¿El área turística seleccionada tiene potencial para desarrollar el turismo?

Este análisis consiste en la búsqueda de información a través de mapas topográficos, estudios económicos de las entidades locales regionales y nacionales de planificación y administración, información sobre estadísticas y censos, fotografías aéreas o terrestres, directorios locales y regionales; y oficinas de turismo gubernamentales locales y regionales. (Tierra, 2010, págs. 37, 38)

E. INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

Ministerio de Turismo (2004), en su libro metodología para inventarios de atractivos turísticos nos dice que: "inventario es el proceso mediante el cual se registra ordenadamente los factores físicos, biológicos y culturales, como conjunto de atractivos, efectiva o potencialmente puestos en el mercado, contribuyen a confrontar la oferta turística del país. Proporcionan información importante para el desarrollo del turismo, su tecnificación, evaluación y zonificación en el sentido de diversificar las áreas del desarrollo turístico.

1. Los atractivos turísticos

Son el conjunto de lugares, bienes costumbres y acontecimientos que por sus características propias o de ubicación en un contexto, atraen el interés del visitante.

2. Facilidades turísticas

Comprende el conjunto de bienes y servicios que hacen posible la actividad turística. Se refiere a las instalaciones donde los visitantes pueden satisfacer sus necesidades y los servicios complementarios para la práctica del turismo.

3. Etapas para la elaborar el inventario de atractivos

a. Clasificación de los atractivos

Consiste en identificar claramente la categoría, tipo y subtipo, al cual pertenece el atractivo a inventariar.

b. Recopilación de información

En esta fase se selecciona tentativamente los atractivos para lo cual se investigan sus características relevantes. Esta fase de investigación es documental, cuya información debe obtenerse en las oficinas relacionadas con su manejo.

c. Trabajo de campo

Consiste en la visita a efectuarse a los sitios para verificar la información sobre cada atractivo. Es el procedimiento mediante el cual se le asignan las características al atractivo.

El trabajo de campo debe ordenarse en función de los desplazamientos para estimar el tiempo total que demande esta actividad. Es recomendable dirigirse a las oficinas públicas que puedan dotar de información adicional, como Municipios y Consejos Cantonales, Gobernaciones, Casas Parroquiales, así como de informantes locales, y tratar de visitar con alguno de ellos el atractivo, del que se harán al menos 5 fotografías.

d. Evaluación y jerarquización

Consiste en el análisis individual de cada atractivo, con el fin de calificarlo en función de la información y las variables seleccionadas: calidad, apoyo y significado. Permite valorar los atractivos objetiva y subjetivamente.

4. Clasificación de los atractivos turísticos

La clasificación de las categorías de atractivos en esta metodología se la hace en dos grupos: SITIOS NATURALES y MANIFESTACIONES CULTURALES. Ambas categorías se agrupan en tipos y subtipos.

En la categoría de **Sitios naturales** se reconocen los tipos: Montañas, Planicies, Desiertos. Ambientes Lacustres, Ríos, Bosques, Aguas Subterráneas, Fenómenos Espeleológicos, Costas o Litorales, Ambientes Marinos, Tierras Insulares, Sistema de Areas protegidas.

En la categoría **Manifestaciones Culturales** se reconocen los tipos: históricos, Etnográficos, Realizaciones Técnicas y Científicas, Realizaciones Artísticas Contemporáneas y Acontecimientos Programados.

a. Categoría

Define los atributos que tiene un elemento y motivan la visita turística dependiendo de su naturaleza**.**

b. Tipo

Son los elementos de características similares en una categoría**.**

c. Subtipo

Son los elementos que caracterizan los tipos**.**

5. Procedimiento para el registro de la información

a. Instructivo para el llenado de formularios

La misma ficha será utilizada para el levantamiento de datos tanto de Sitios naturales como de Manifestaciones Culturales.

1) Datos generales

En primer lugar se numerará la ficha y se indicará la fecha en la que se inicia el trabajo. Debe además constar el nombre de la persona que levantará los datos y el del supervisor-evaluador del trabajo.

a) Categoría

Se escribirá ya sea SITIOS NATURALES O MANIFESTACIONES CULTURALES.

b) Tipo y subtipo

Anotar el tipo o subtipo a los cuales pertenece el atractivo

c) Nombre

Indicar el nombre como se conoce al sitio.

d) Ubicación

Se debe indicar el nombre de la provincia, cantón y parroquia. Para el caso de Manifestaciones Culturales es necesario la ciudad, calle, número, sector y sitio.

e) Distancia al centro urbano más cercano al atractivo

Anotar los nombres de dos localidades representativas que se hallen más cerca del atractivo y los kilómetros que distan considerándose que ellas prestan facilidades turísticas para acceder al atractivo.

2) Calidad

a) Características

Se debe anotar el conjunto de propiedades inherentes a una cosa, que permiten apreciarla como igual, mejor o peor que las restantes de su especie, se debe remitir a los cuadros "Características que constan en los respectivos listados.

b) Valor intrínseco

De acuerdo a la categoría, en este casillero se anotar, tipo y subtipo del atractivo, las características que constan en los respectivos listados y todos aquellos datos que se consideren relevantes y que puedan definir en mejor forma al atractivo. La ALTITUD debe estar referida a metros sobre el nivel del mar a que se encuentra el atractivo o la ciudad al cual pertenece.

c) Temperatura

Corresponde a la temperatura media, mínima y máxima en grados centígrados de la zona en donde se ubica el atractivo y la precipitación pluviométrica en milímetros.

d) Valor extrínseco

En este casillero se indicarán los hechos relevantes que dan mayor importancia al atractivo; por ejemplo, hechos históricos, científicos, etc.
Para el caso de Sitios Naturales se consignarán los usos actuales del atractivo y aquellos factibles de realizar.

e) Estado de conservación

Se debe resaltar el grado de integridad física en que se encuentra el atractivo, marcando el casillero "alterado" si el atractivo ha sufrido cambios, ya sea por razones naturales o por acción del hombre, y "no alterado" si se suscitase la situación opuesta. Así mismo, es necesario medir el grado de conservación del atractivo, seleccionando de las tres alternativas señaladas aquella que define las acciones en marcha para su defensa y protección, describiendo las causas o acciones que influyen para mantener la situación actual.

f) Entorno

Hay que señalar el ambiente físico-biológico y socio-.cultural que rodea al atractivo, ya sea conservado, en proceso de deterioro o deteriorado, describiendo de manera puntual las acciones que inciden para tal situación. En el caso de acontecimientos programados se debe anotar la organización y cumplimiento del evento.

3) Apoyo

Infraestructura vial y de acceso: Se debe marcar con una X las vías y medios de acceso al atractivo. Cuando éste se encuentre dentro del casco urbano de una localidad que dispone de aeropuerto, se deberá colocar la X en la casilla de transporte "aéreo".

Estado de conservación de las vías:
Tipo de Transporte: Se marcará con X los tipos de transporte que se utilizan para el acceso al atractivo y en observaciones se señalará el caso de existir otro medio; ejemplo, acémila, a pie, etc.

g) Frecuencia

En los respectivos casilleros se anotará la frecuencia de viajes de transporte masivo que exista permanentemente hacia el atractivo.

h) Temporalidad de accesos

Para el caso de los Sitios Naturales se anotará los meses del año que por condiciones climáticas se puede acceder al atractivo; mientras que para las Manifestaciones Culturales se debe señalar los días y las horas.

Cuando el atractivo puede apreciarse libremente o pagando una tarifa, se debe anotar en el casillero de observaciones tales opciones.

Si el atractivo puede observarse a cualquier hora, anotar "permanentemente", y "restringido" si existen horarios especiales.

i) Facilidades o servicios turísticos

En los casilleros de alojamiento, alimentación y esparcimiento, se debe indicar el número total de plazas en las diferentes categorías y las unidades de servicio hotelero.

Igualmente, con una X se señalará la existencia de agencias de viajes, télex, fax, almacenes, etc.

j) Infraestructura básica

Se deberá señalar con una X la presencia de redes de agua potable, energía eléctrica y alcantarillado.
Asociación con otros atractivos:
Hay que señalar el grado de integración del atractivo a un conjunto de atractivos afines o no.

4) Significado:

Se anotará el interés y conocimiento que tiene el atractivo ya sea a nivel local, provincial, nacional e internacional.

6. <u>Instructivo para utilizar la ficha de evaluación de atractivos</u>

Esta labor tiene lugar luego de realizadas las actividades de campo y será de exclusiva responsabilidad del Supervisor del Trabajo, quien deberá consignar su nombre en la ficha.
En esta ficha de evaluación, a más del nombre de la provincia y del atractivo, se calificará las variables, registrando en cada casilla el valor en números enteros asignados a cada factor de esa variable, sin sobrepasar los puntos máximos señalados.

En el casillero JERARQUIA, se debe anotar, en números romanos la jerarquía del **I** a **IV**, que corresponda según el rango dentro del cual se ubica la cifra de puntos totales escrita en la casilla anterior.

Los atractivos de acuerdo a la jerarquización que se les ha asignado, deberán responder aproximadamente a la siguiente descripción.

a. Jerarquía IV

Atractivo excepcional de gran significación para el mercado turístico internacional, capaz por sí solo de motivar una importante corriente de visitantes actual o potencial.

b. Jerarquía III

Atractivo con rasgos excepcionales en un país, capaz de motivar una corriente actual o potencial de visitantes del mercado interno, y en menor porcentaje el internacional, ya sea por sí solos o en conjunto con otros atractivos contiguos.

c. Jerarquía II

Atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de larga distancia, ya sea del mercado interno, y receptivo, que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas actuales o potenciales, y atraer al turismo fronterizo de esparcimiento.

d. Jerarquía I

Atractivos sin mérito suficiente para considerarlos a nivel de las jerarquías anteriores, pero que igualmente forman parte del patrimonio turístico como elementos que pueden complementar a otros de mayor jerarquía en el desarrollo y funcionamiento de cualquiera de las unidades que integran el espacio turístico.

7. Formularios resumen

En los formularios de sitios naturales y manifestaciones culturales, a fin de contar con información sintetizada de los atractivos, se debe consignar la información puntual en cada casillero, utilizando para el efecto formularios que sean necesarios por cada provincia, etapa que se la cumple luego de la evaluación y jerarquización correspondiente.

8. Evaluación de los atractivos

Evaluar un conjunto de atractivos significa establecer una relación de orden entre los elementos de ese conjunto, en base a la descripción contenida en los formularios de registro de la información. El proceso de evaluación conduce a la asignación de una jerarquía.

a. Descripción de los parámetros de evaluación

- Los atractivos deberán ser evaluados en base a tres parámetros:
- Información consignada en los formularios,
- Estudio fotográfico (mínimo 5 tomas por atractivo) y,
- Un minucioso conocimiento de los evaluadores sobre las características particulares de los atractivos.

La jerarquía se establece a partir de la suma de los valores asignados a cada factor, y en función de los puntos obtenidos se determina el rango jerárquico donde se ubica el atractivo.

Los rangos son:

1 a 25	**puntos:**	**Jerarquía I**
26 a 50	**puntos:**	**Jerarquía II**
51 a 75	**puntos:**	**Jerarquía III**
76 a 100	**puntos:**	**Jerarquía IV**

b. Definición de variables y factores

1) Calidad

Es la medida del interés de un atractivo, inherente a sí mismo. Las características que hacen único o relativamente único al atractivo y que motivan la visita de corrientes turísticas.

a) Valor intrínseco

Significa el valor en sí del atractivo de acuerdo a su naturaleza; es decir escénico, científico, artístico, cultural, etc.

b) Valor extrínseco

Es el valor convencional en un atractivo; esto es, afectado en magnitud, majestuosidad, monumentalidad, por hecho o factor circunstancial o accidental (como es el caso de los bienes históricos). Para el caso de Sitios Naturales se debe valorar en función de los usos y en la medida de su exclusividad o variedad.

c) Estado de conservación (y/u organización)

Significa el grado de integridad física en que se encuentra un atractivo, tanto desde el punto de vista de su situación original o inicial como a partir de las posibles acciones del hombre para buscar una mayor vida del atractivo. Para el caso de acontecimientos programados se considera la organización, contenido, programación y cumplimiento del evento.

d) Entorno

Se refiere al ambiente físico-biológico y socio-cultural que rodea un atractivo. Dado que es susceptible de mejoramiento se han asignado 10 puntos como valor máximo.

2) Apoyo

Es la medida de las condiciones físicas y operativas que complementan el atractivo, para contribuir a su difusión y apuesta efectiva en el mercado.

Acceso: Es la infraestructura, medios de comunicación y de transporte que permiten la llegada al atractivo turístico.

Servicios: Este factor comprende tanto las facilidades turísticas como aquellos servicios indispensables para satisfacer las necesidades del turista, en la zona donde está el atractivo, teniendo como área de ubicación un radio de dos horas de recorrido a pie, a caballo o en un automóvil. Se evalúa también en este factor la acción de los comercializadores del turismo en pro de la promoción de los atractivos.

Asociación con otros atractivos: Permite medir el grado de complementariedad de un atractivo al pertenecer o estar ubicado dentro de un conjunto de atractivos, hecho que afecta su difusión en el mercado turístico.

3) Significado

Es la variable que denota la importancia o relevancia de un atractivo en función del área territorial donde es conocido o divulgado.
Local: Este factor está referido al grado de conocimiento del atractivo dentro del área municipal.
Provincial: El conocimiento o difusión abarca una o más provincias.
Nacional: El área de difusión abarca la totalidad del país.
Internacional: El atractivo supera las fronteras y es conocido en otros países. Son generalmente los atractivos promocionados por el turismo receptivo. (Ministerio de Turismo, 2004)

9. Declaración de la imagen turística de la zona

La formulación de la declaratoria de la imagen de un sitio turístico está en función del conocimiento de las características del área y de los atractivos, así como de la evaluación de éstos últimos (atractivos).

Para realizar la declaratoria de la imagen turística de la zona se procede a:

- Codificar las fichas de inventarios
- Procesar las fichas
- Analizar los cuadros por:
- Tipos de atractivos
- Por características
- Calidad ambiental
- Aptitud turística por atractivo
- Jerarquía por atractivo
- Declaratoria de la imagen turística.

Para la redacción de la declaratoria de la imagen turística se debe describir:

- El número de los atractivos identificados en el sitio turístico, indicando a que categoría y tipos corresponden.
- Analizar el valor procesado de la media del estado de conservación, de la percepción del entorno y de la posibilidad de desarrollar actividades turísticas en base a los parámetros establecidos.

- Analizar la estructura porcentual, respecto de la jerarquía lo cual nos indica hacia qué mercado turístico es factible su promoción y futura comercialización

Toda esta descripción permite formular una declaratoria que se constituye en una imagen turística inicial. (Tierra, 2010, pág. 41)

F. ANÁLISIS SITUACIONAL

Para realizar el Análisis situacional de una comunidad se deberá partir de la matriz CPES para luego proseguir con la matriz FODA y definir las estrategias para encaminar el desarrollo turístico de la comunidad.

1. Matriz CPES

Tierra (2011), en su texto básico de planificación territorial, nos dice:

> La Fundación Gabriel Piedrahita, en su página web publica que los Diagramas Causa-Efecto ayudan a pensar sobre todas las causas reales y potenciales de un suceso o problema, y no solamente en las más obvias o simples. Además, son idóneos para motivar el análisis y la discusión grupal, de manera que cada equipo de trabajo pueda ampliar su comprensión del problema, visualizar las razones, motivos o factores principales y secundarios, identificar posibles soluciones, tomar decisiones y, organizar planes de acción.
>
> Esta matriz es una adaptación de la metodología planteada en Modelos para Evaluar el Deterioro Agroecológico y Ambiental.
>
> La matriz causa efecto propone para el levantamiento de la información básica, una matriz estructurada por un conjunto de filas y columnas contentivas de la siguiente información:
>
> - En una primera columna se le asignan números a cada una de las causas;
> - Lista de los problemas seleccionados por la comunidad, ordenados de mayor a menor importancia;

- El efecto con el que se está relacionando,
- En la cuarta se colocan el conjunto de alternativas propuestas por los participantes durante la realización de los talleres vivenciales, ordenadas y relacionados de acuerdo con cada una de los problemas indicados en la columna anterior.

Para la aplicación de las matrices de este tipo se requiere que las comunidades afectadas por problemas relacionados con el inadecuado manejo de los recursos naturales participen de la mejor manera en la toma de decisiones que estén orientadas a la conservación y buen uso de los recursos existentes en el territorio. Es por ello, que se hace necesario la aplicación de talleres vivenciales en los que se genere un espacio de confianza entre los facilitadores y los participantes que permita desarrollar ideas, comentarios, sugerencias y aportes significativos.

2. Matriz FODA

La matriz FODA es una herramienta de análisis que puede ser aplicada a cualquier situación, individuo, producto, empresa, etc., que esté actuando como objeto de estudio en un momento determinado del tiempo.

Es como si se tomara una "radiografía" de una situación puntual de lo particular que se esté estudiando. Las variables analizadas y lo que ellas representan en la matriz son particulares de ese momento. Luego de analizarlas, se deberán tomar decisiones estratégicas para mejorar la situación actual en el futuro.

El análisis FODA es una herramienta que permite conformar un cuadro de la situación actual del objeto de estudio (persona, empresa u organización, etc) permitiendo de esta manera obtener un diagnóstico preciso que permite, en función de ello, tomar decisiones acordes con los objetivos y políticas formulados.

Luego de haber realizado el primer análisis FODA, se aconseja realizar sucesivos análisis de forma periódica teniendo como referencia el primero, con el propósito de conocer si estamos cumpliendo con los objetivos planteados en nuestra formulación estratégica. Esto es aconsejable dado que las condiciones externas e internas son dinámicas y algunos factores cambian con el paso del tiempo, mientras que otros sufren modificaciones mínimas.

La frecuencia de estos análisis de actualización dependerá del tipo de objeto de estudio del cual se trate y en qué contexto lo estamos analizando.

En términos del proceso de Marketing en particular, y de la administración de empresas en general, diremos que la matriz FODA es el nexo que nos permite pasar del análisis de los ambientes interno y externo de la empresa hacia la formulación y selección de estrategias a seguir en el mercado.

El objetivo primario del análisis FODA consiste en obtener conclusiones sobre la forma en que el objeto estudiado será capaz de afrontar los cambios y las turbulencias en el contexto, (oportunidades y amenazas) a partir de sus fortalezas y debilidades internas.
Ese constituye el primer paso esencial para realizar un correcto análisis FODA. Cumplido el mismo, el siguiente consiste en determinar las estrategias a seguir.

Para comenzar un análisis FODA se debe hacer una distinción crucial entre las cuatro variables por separado y determinar qué elementos corresponden a cada una.
A su vez, en cada punto del tiempo en que se realice dicho análisis, resultaría aconsejable no sólo construir la matriz FODA correspondiente al presente, sino también proyectar distintos escenarios de futuro con sus consiguientes matrices FODA y plantear estrategias alternativas.

Tanto las fortalezas como las debilidades son internas de la organización, por lo que es posible actuar directamente sobre ellas. En cambio las oportunidades y las amenazas son externas, y solo se puede tener injerencia sobre ellas modificando los aspectos internos.

a. Fortalezas

Son las capacidades especiales con que cuenta la empresa, y que le permite tener una posición privilegiada frente a la competencia. Recursos que se controlan, capacidades y habilidades que se poseen, actividades que se desarrollan positivamente, etc.

b. Oportunidades

Son aquellos factores que resultan positivos, favorables, explotables, que se deben descubrir en el entorno en el que actúa la empresa, y que permiten obtener ventajas competitivas.

c. Debilidades

Son aquellos factores que provocan una posición desfavorable frente a la competencia, recursos de los que se carece, habilidades que no se poseen, actividades que no se desarrollan positivamente, etc.

d. Amenazas

Son aquellas situaciones que provienen del entorno y que pueden llegar a atentar incluso contra la permanencia de la organización.

A continuación se enumeran diferentes ejemplos de las variables que debemos tener en cuenta al momento de analizar las fortalezas, las debilidades, las oportunidades y las amenazas. (Tierra, 2011)

G. ESTUDIO DE MERCADO

Los objetivos del estudio de mercado son: ratificar la existencia de una necesidad insatisfecha en el mercado; determinar la cantidad de bienes o servicios provenientes de una nueva unidad de producción que la comunidad estaría dispuesta a adquirir a determinados precios; conocer cuáles son los medios que se emplean para hacer los bienes y servicios a los usuarios. (Abreu, 2006, pág. 7)

Tierra (2011) menciona los siguientes pasos para realizar un correcto estudio de mercado:

a. Análisis de la oferta

1) Caracterización de la oferta

Corresponde a la caracterización de la oferta actual que nuestra empresa está comercializando, para ello es necesario realizar una descripción detallada de los siguientes aspectos:

- Productos y/o servicios con los que contamos.
- Condiciones de calidad.
- Características únicas.
- Precios.
- Autorizaciones con las que se cuentan (licencias).

- Capacidad instalada.

2) Análisis de la competencia

El análisis de los competidores debe determinar cuál es o cuál va a ser el porcentaje de participación en el mercado de nuestra competencia, para ello se requiere conocer sus principales características, fortalezas y debilidades en relación a los productos y servicios. Es muy importante considerar que no solamente se deben investigar a los competidores directos, sino también a aquellas empresas que ofrecen servicios complementarios o sustitutos. (Tierra, 2010, pág. 12)

b. Análisis de la demanda

3) Segmentación del mercado

Segmentación es el proceso de análisis metodológico mediante el cual se estudia el mercado de consumidores. Consiste en dividir el mercado total de un bien o servicio en varios grupos más pequeños e internamente homogéneos. La esencia de la segmentación es conocer realmente a los consumidores. Uno de los elementos decisivos del éxito de una empresa es su capacidad de segmentar adecuadamente su mercado. (Tierra, 2010, pág. 13)

El segmento de mercado es un grupo relativamente grande y homogéneo de consumidores que se pueden identificar dentro de un mercado, que tienen deseos, poder de compra, ubicación geográfica, actitudes de compra o hábitos de compra similares y que reaccionarán de modo parecido ante una mezcla de marketing. (Tierra, 2010, pág. 13)

La Organización Mundial de Turismo considera que para la determinación del segmento de mercado las empresas turísticas considerarán las siguientes condiciones

- Se agrupan éstos según unos factores homogéneos (segmento de mercado)
- Se eligen los que más interesan a la empresa por su atractivo (público objetivo)
- Se determina la posición competitiva de la empresa y sus productos (posicionamiento)

a) Proceso de segmentación de mercados

Estudio: Se examina el mercado para determinar las necesidades específicas satisfechas por las ofertas actuales, las que no lo son y las que podrían ser reconocidas. Se llevan a cabo entrevistas

de exploración y organiza sesiones de grupos para entender mejor las motivaciones, actitudes y conductas de los consumidores. Recaba datos sobre los atributos y la importancia que se les da, conciencia de marca y calificaciones de marcas, patrones de uso y actitudes hacia la categoría de los productos; así como, datos demográficos, psicográficos, entre otros.

Análisis: Se interpretan los datos para eliminar las variables y agrupar o construir el segmento con los consumidores que comparten un requerimiento en particular y lo que los distingue de los demás segmentos del mercado con necesidades diferentes.

Preparación de perfiles: Se prepara un perfil de cada grupo en términos de actitudes distintivas, conductas, demografía, etc. Se nombra a cada segmento con base a su característica dominante. La segmentación debe repetirse periódicamente porque los segmentos cambian. También se investiga la jerarquía de atributos que los consumidores consideran al escoger una marca, este proceso se denomina partición de mercados. Esto puede revelar segmentos nuevos de mercado.

b) Tipos de la segmentación

Una buena segmentación debe tener como resultado subgrupos o segmentos de mercado con las siguientes características:

Ser intrínsecamente homogéneos (similares): los consumidores del segmento deben de ser lo más semejantes posible respecto de sus probables respuestas ante las variables de la mezcla de marketing y sus dimensiones de segmentación.

Heterogéneos entre sí: los consumidores de varios segmentos deben ser lo más distintos posible respecto a su respuesta probable ante las variables de la mezcla de marketing.

Bastante grandes: para poder garantizar la rentabilidad del segmento.

Operacionales: Para identificar a los clientes y escoger las variables de la mezcla de marketing. Se debe de incluir la dimensión demográfica para poder tomar decisiones referentes a la plaza y la promoción.

4) Determinación del universo y la muestra

a) Universo o población

Se conoce como universo o población al conjunto total del conglomerado humano que se investiga. Por ejemplo, sí la investigación se hace entre operadoras de turismo.

b) Muestra

La muestra es la parte del universo. Por ser considerado como muestra, el grupo escogido debe ser representativo, es decir sus características han de ser similares a las de la población de la cual se extrae, de tal manera que los resultados de la investigación serán válidos para toda la población o universo. (Tierra, 2010, pág. 17)

Para el cálculo de la muestra se sugiere emplear el muestreo probabilístico en cualquiera de sus formas, por cuanto la información obtenida puede ser ampliada a la muestra en función del grado de error muestral que se haya aceptado previamente. La fórmula a emplear es de la muestra para poblaciones finitas:

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

Dónde:
n: tamaño de la muestra (838)
N: universo de estudio
e: margen de error o precisión admisible
z: nivel de confianza (depende de la varianza)(1.96)
p: probabilidad de ocurrencia (0.5)
q: probabilidad de no ocurrencia (0.5)

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

$$n= \frac{838*0.5*0.5}{(838-1)\left(\frac{0.05}{1.96}\right)2+0.5*0.5)}$$

$$n= \frac{209.5}{0.7946}$$

n= 263.62 turistas

Una vez realizada la formula estadística se puede conocer que se debe realizar a 264 turistas la encuesta.

5) Preparación de la encuesta y análisis de resultados

6) Determinación del perfil del turista

c. Confrontación o balance oferta - demanda

1) Cálculo de la demanda insatisfecha

Corresponde a la proyección del crecimiento del mercado en el corto, mediano y largo plazo. Así como ayuda a determinar el comportamiento de las tendencias de ciertas variables de segmentación, las proyecciones utilizarán para cálculo la fórmula del interés compuesto.

Co = Cn (1+i) n
Dónde:
Co = Año a proyectar
Cn = Demanda actual: turistas nacionales y extranjeros
I = Incremento de turismo nacional e internacional
N = El año a proyectarse (1–5)

H. ESTUDIO TÉCNICO

"El estudio técnico es aquel que presenta la determinación del tamaño óptimo de la planta, determinación de la localización óptima de la planta, ingeniería del proyecto y análisis organizativo, administrativo y legal." (Baca, 2010, pág. 7)

Una de las conclusiones más importantes derivada en este estudio, es que se deberá definir la función de producción que optimice el empleo de los recursos disponibles en la producción del bien o servicio del proyecto. De aquí podrá obtenerse la información de las necesidades de capital, mano de obra y recursos materiales, tanto para la puesta en marcha como para la posterior operación del proyecto. (Sapag & Sapag, 2008, pág. 25)

De esta manera, con el estudio técnico se podrá obtener los requerimientos de equipos de fábrica para la operación y el monto de la inversión correspondiente. Del análisis de las

características y especificaciones técnicas de las máquinas se precisará su disposición en planta, la que a su vez permitirá dimensionar las necesidades de espacio físico para que el desarrollo de las operaciones se efectúe de manera normal, en consideración a las normas y principios de la administración de la producción. (Sapag & Sapag, 2008, pág. 25)

1. Componentes del estudio técnico

A continuación, se da una descripción breve de los componentes del estudio técnico mencionados por Baca (2010):

a. Localización del proyecto

La localización óptima de un proyecto es la que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de Análisis y determinación de la localización óptima del proyecto Análisis y determinación del tamaño óptimo del proyecto Análisis de la disponibilidad y el costo de los suministros e insumos Identificación y descripción del proceso Determinación de la organización humana y jurídica que se requiere para la correcta operación del proyecto rentabilidad sobre capital o a obtener el costo unitario mínimo. El objetivo general de este punto es, llegar a determinar el sitio donde se instalará la planta. En la localización óptima del proyecto se encuentran dos aspectos: la Macro localización (ubicación del mercado de consumo; las fuentes de materias primas y la mano de obra disponible) y la Micro localización (cercanía con el mercado consumidor, infraestructura y servicios).

b. Determinación del tamaño óptimo de la planta

Se refiere a la capacidad instalada del proyecto, y se expresa en unidades de producción por año. Existen otros indicadores indirectos, como el monto de la inversión, el monto de ocupación efectiva de mano de obra o algún otro de sus efectos sobre la economía. Se considera óptimo cuando opera con los menores costos totales o la máxima rentabilidad económica.

c. Ingeniería del proyecto

Su objetivo es resolver todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta, desde la descripción del proceso, adquisición del equipo y la maquinaria, se determina la distribución óptima de la planta, hasta definir la estructura jurídica y de organización que habrá de tener la planta productiva. En síntesis, resuelve todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta.

d. Organización de la organización humana y jurídica

Una vez que el investigador haya hecho la elección más conveniente sobre la estructura de organización inicial, procederá a elaborar un organigrama de jerarquización vertical simple, para mostrar cómo quedarán, a su juicio, los puestos y jerarquías dentro de la empresa. Además, la empresa, en caso de no estar constituida legalmente, deberá conformarse de acuerdo al interés de los socios, respetando el marco legal vigente en sus diferentes índoles: fiscal, sanitario, civil, ambiental, social, laboral y municipal.

I. ESTUDIO DE IMPACTO AMBIENTAL

El impacto ambiental es el cambio que se ocasiona sobre una condición o característica del ambiente por efecto de un proyecto, obra o actividad y que este cambio puede ser benéfico o perjudicial ya sea que la mejore o la deteriore, puede producirse en cualquier etapa del ciclo de vida de los proyectos y tener diferentes niveles de importancia. (Arboleda, 2008)

El estudio de impacto ambiental es un documento que describe pormenorizadamente las características de un proyecto o actividad que se pretende realizar o modificar. Un estudio de impacto ambiental debe proporcionar antecedentes fundados para la predicción, identificación, e interpretación de su impacto ambiental y describir la o las actividades que ejecutará para impedir o minimizar sus efectos significativamente adversos. (Gestión en Recursos Culturales de Chile, 2017)

Y en lo referente a la evaluación impacto ambiental, Arboleda (2008), la define como un instrumento o herramienta de carácter preventivo, encaminado a identificar las consecuencias ambientales de la ejecución y funcionamiento de una actividad humana, con el fin de establecer las medidas preventivas y de control que hagan posible el desarrollo de la actividad sin perjudicar, o perjudicando lo menos posible, al medio ambiente.

1. Matriz de Lázaro Lagos

La Matriz de Lázaro Lagos para la evaluación de impactos ambientales se obtuvo a partir de las matrices de Leopold y Batelle-Columbus, todo gracias al ingenio del científico cubano Lázaro Lagos que modificó las mencionadas matrices para transformarse en un método fácil, rápido y sencillo que permite al investigador generar información precisa. La matriz está determinada en primera instancia por los componentes ambientales que están siendo afectados o estudiados

como: agua, aire, suelo, flora y fauna, entre otros. Así como también las actividades que se realizan en proyecto, para posteriormente desembocar en los impactos generados. Para la evaluación de las componentes mencionadas se han determinado nueve criterios de evaluación. (Caballero, 2006)

a. Parámetros para la evaluación de impactos ambientales

1) Naturaleza

Dependiendo si el impacto es positivo se marcará con un signo (+) o de lo contrario de ser negativo se marcará con (-).

2) Magnitud

La magnitud se delimita a través de tres rangos:

1 = Baja intensidad = Cuando el área afectada es menor a 1 ha.

2 = Moderada intensidad = Cuando el área afectada está entre 1 a 10 has

3 = Alta intensidad = Cuando el área afectada es mayor a 10 has.

3) Importancia

Se determina a través de cuatro rangos de evaluación:

0 = Sin importancia

1 = Menor importancia

2 = Moderada importancia

3 = Importante importancia

4) Certeza

Se determina a través de tres rangos definidos con letras:

C Si el impacto ocurrirá con una probabilidad del 75%

D Si el impacto ocurrirá con una probabilidad de entre 50 a 75%

I Si se requiere de estudios específicos para evaluar la certeza del impacto.

5) Tipo

Se define a través de:

(Pr)	Primario.	Si el impacto es consecuencia directa de la implementación del Proyecto
(Sc)	Secundario.	Si el impacto es consecuencia indirecta de la implementación del Proyecto
(Ac)	Acumulativo.	Si el impacto es consecuencia de impactos individuales repetitivos.

6) Reversibilidad.

Puede ser de dos tipos:

1 Reversible. Si el impacto es transformable por mecanismos naturales

2 Irreversible. Si el impacto no es transformable por mecanismos naturales

7) Duración.

Se determina a través del tiempo en:

1 A corto plazo. Si el impacto permanece menos de 1 año

2 A mediano plazo. Si el impacto permanece entre de 1 a 10 años

3 A largo plazo. Si el impacto permanece más de 10 años

8) Tiempo en aparecer.

Determinado también por el tiempo se clasifica en:

Corto plazo (C). Si el impacto aparece inmediatamente o dentro de los primeros seis meses posteriores a la implementación del proyecto.

Mediano plazo (M). Si el impacto aparece entre 9 meses a 5 años después de la implementación del proyecto.

Largo plazo (L). Si el impacto aparece en 10 años o más a la implementación del proyecto.

9) Considerado en el proyecto.

Se define por las alternativas:

S Si Si el impacto fue considerado en el proyecto

N No Si el impacto no fue considerado en el proyecto

Posteriormente se debe determinar el sistema de mitigación más adecuado dependiendo del estado de conservación y del medio ambiente en general. (Caballero, 2006)

J. ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL

1. Estudio Administrativo

En este proceso es importante simular con detalle los procedimientos administrativos que podrían implementarse en el proyecto, de igual manera la decisión de desarrollar internamente actividades que pudieran contraerse influye directamente en los costos por la mayor cantidad de

personal que pudiera necesitarse, la mayor inversión en oficinas y equipamiento y el mayor costo en materiales y otros insumos. Como puede apreciarse, una decisión que pareciera ser secundaria lleva asociada una serie de inversiones y costos que ningún estudio de proyectos podría obviar. (Sapag & Sapag, 2008, pág. 28)

El estudio administrativo en un proyecto de inversión proporciona las herramientas que sirven de guía para los que en su caso tendrán que administrar dicho proyecto. Este estudio muestra los elementos administrativos tales como la planeación estratégica que defina el rumbo y las acciones a realizar para alcanzar los objetivos de la empresa, por otra parte, se definen otras herramientas como el organigrama y la planeación de los recursos humanos con la finalidad de proponer un perfil adecuado y seguir en la alineación del logro de las metas empresariales. Finalmente se muestra el aspecto legal, fiscal, laboral y ecológico que debe tomar en cuenta toda organización para iniciar sus operaciones o bien para reorganizar las actividades ya definidas. (López, Aceves, Pellat, & Puerta, 2000)

Dentro del estudio administrativo se debe considerar lo siguiente:

- Planeación estratégica
- Organigramas
- Planificación de recursos humanos
- Aspecto laboral
- Aspecto ecológico

2. Estudio Legal

En este rubro de la elaboración de proyectos de inversión se debe dejar muy claro el tipo de personalidad jurídica que tiene la empresa, pudiendo ser Persona física o Persona moral. En caso de ser persona moral será necesario fundamentar el tipo de sociedad a partir de lo establecido en el código mercantil dentro de la Ley General de Sociedades Mercantiles. (López, Aceves, Pellat, & Puerta, 2000)

El marco legal del proyecto ayuda a que la empresa de un buen funcionamiento y cumplimiento con todos los trámites necesarios, con el fin de que la empresa pueda ser construida y funcione sin problema alguno; tal y como afirma Lara (2011), que el marco legal se enfoca a “todos los requerimientos de orden legal y tributario necesario para el funcionamiento del proyecto.

K. ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO

En el estudio de la viabilidad económica se pretende definir, mediante la comparación de beneficios y costos estimados de un proyecto, si es recomendable su implementación y posterior operación. En la concreción de esta viabilidad se reconocen tres etapas o niveles en que se clasifican los estudios de acuerdo con su profundidad y con la calidad y cantidad de información utilizada, siendo la última de tales etapas la de factibilidad. (Cuartas, 2008)

El objetivo del estudio económico es "ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionan las etapas anteriores y elaborar los cuadros analíticos que sirven de base para la evaluación económica" (Baca, 2010)

Según Baca (2010), explica que para desarrollar el estudio económico es necesario analizar los siguientes componentes:

1. Determinación de Costos

El costo es un desembolso en efectivo o en especie hecho en el pasado, en el presente, en el futuro o de forma virtual.

a. Costos de producción

Los costos de producción no son más que el reflejo de las determinaciones realizadas en el estudio técnico. Los costos de producción se anotan y determinan de las siguientes bases:

- Costo de materia prima.
- Costo de mano de obra.
- Envases.
- Costo de energía eléctrica
- Costo de agua.
- Combustibles.
- Control de calidad.
- Mantenimiento.
- Cargos de depreciación y amortización.
- Costos para combatir la contaminación.
- Otros costos.

b. Costos de administración

Son los costos que provienen para realizar la administración de la empresa

c. Costos de Ventas

En este departamento, no solo suelen dedicarse a la venta del producto o servicio, por lo cual la magnitud del costo de venta dependerá tanto del tamaño de la empresa como del tipo de actividades que los promotores del proyecto quieran que desarrolle ese departamento.

d. Costos financieros

Son los intereses que se deben pagar en relación con capitales obtenidos en préstamo.

2. Inversión Total Inicial

La inversión inicial comprende la adquisición de todos los activos fijos o tangibles y diferidos o intangibles necesarios para iniciar las operaciones de la empresa, con excepción del capital de trabajo.

3. Cronograma de Inversión

Es simplemente un diagrama de Grantt, en el que tomando en cuenta los plazos de entrega ofrecidos por los proveedores, y de acuerdo con los tiempos que se tarde tanto en instalar como poner en marcha los equipos, se calcula el tiempo apropiado para capitalizar o registrar los activos en forma contable.

4. Depreciación y Amortización

La depreciación es aquella que se aplica al activo fijo, mientras que la amortización se aplica a los activos diferidos o intangibles. Cualquier empresa que esté en funcionamiento, para hacer los cargos de depreciación y amortización correspondientes deberá basarse en la ley tributaria.

5. Capital de Trabajo

Es en sí el capital con el que hay que contar para que empiece a funcionar la empresa, esto es, hay que financiar la primera producción antes de recibir ingresos.

6. Punto de Equilibrio

Es una técnica útil para estudiar las relaciones entre los costos fijos, costos variables y los beneficios. El punto de equilibrio es el nivel de producción en que los beneficios por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y los costos variables.

7. Estado de Resultados Proforma

La finalidad del estado de resultados es calcular la utilidad neta y lo flujos netos de efectivo del proyecto, que son, en forma general, el beneficio real de la operación de la planta, y que se obtienen restando a los ingresos todos los costos en que incurra la planta y los impuestos que deba pagar.

8. Costo de Capital o Tasa mínima aceptable de rendimiento

Toda empresa debe realizar una inversión inicial, el capital que forma esta inversión puede provenir de varias fuentes: sólo de personas físicas (inversionistas), de éstas con personas morales (otras empresas), de inversionistas e instituciones de crédito (bancos). Cada uno de ellos tendrá un costo asociado al capital que aporte, y la nueva empresa así formada tendrá un costo de capital propio.

9. Financiamiento. Tabla de Pago de la deuda

Una empresa está financiada cuando ha pedido capital en préstamo para cubrir cualquiera de sus necesidades económicas.

10. Balance General

El balance tiene como objetivo determinar anualmente cuál se considera que es el valor real de la empresa en ese momento. Un balance general está conformado por activos, que son cualquier pertenencia material o inmaterial; pasivos, tipo de deuda u obligación que se tenga con terceros; y, capital, significa los activos, representados en dinero o en títulos, que son propiedad de los accionistas o propietarios directos de la empresa.

VI. MATERIALES Y MÉTODOS

A. CARACTERIZACIÓN DEL LUGAR

11. Localización

El presente trabajo se realizará en la comunidad Yuwints, cantón Taisha, provincia de Morona Santiago.

12. Ubicación geográfica

Latitud: 02°06’28.2’’
Longitud: 77°53’19.7’’
Altitud: 530 m.s.n.m.

13. Características climáticas

El cantón Taisha tienen un clima Megatérmico lluvioso, que se caracteriza por una temperatura media anual de alrededor de los 25°C. Los totales pluviométricos son casi siempre superiores a 3000 mm anual, pudiendo alcanzar valores hasta de los 6000 mm, siendo la repartición muy regular a lo largo del año, a excepción de una débil recesión entre diciembre y febrero. La humedad relativa es elevada, del orden del 90 %. (Gobierno Autónomo Descentralizado de Macuma, 2015)

14. Clasificación ecológica

La comunidad de Yuwints, perteneciente al cantón Taisha, provincia de Morona Santiago, pertenece a la zona de vida de Bosque siempreverde piemontano de las cordilleras del Cóndor – Kutukú. (Ministerio del Ambiente del Ecuador, 2012)

15. Materiales y equipos

Los materiales y equipos que se van a utilizar en el desarrollo del presente plan son: GPS, computador portátil, impresora, cámara fotográfica, flash memory, hojas de papel bond, libreta de apuntes, lápiz, esferos.

B. METODOLOGÍA

1. Validar el potencial turístico de la comunidad de Yuwints

a. Diagnóstico situacional de la comunidad de Yuwints

Se realizó la búsqueda de información a través de mapas topográficos, estudios económicos de las entidades locales, regionales y nacionales de planificación y administración, información sobre estadísticas y censos, oficinas de turismo gubernamentales locales y regionales; de igual manera se realizó una visita a cada familia de la comunidad para aplicar una boleta censal, con la finalidad de conocer la características socio - económicas de la población en la misma que constará preguntas sobre los aspectos antes mencionados.

b. Inventario de atractivos turísticos

Se realizó un taller con las personas de la comunidad que conocen la zona para así obtener un listado de todos los atractivos y recursos naturales y culturales del lugar; posteriormente se procedió a elaborar un cronograma para visitar cada uno de los atractivos con las personas de la comunidad, en donde se tomó información geográfica y se describió cada atractivo, siguiendo el formato de fichas modificadas por Cajas & Tierra (2009).

Luego se procedió a evaluar cada atractivo para asignarle una jerarquía, finalmente se procedió a llenar la hoja de resumen de los atractivos turísticos naturales y culturales identificados.

Una vez caracterizados, evaluados y jerarquizados los atractivos, se realizó la declaratoria de imagen turística de la zona, la misma que está basada en el análisis de los atractivos turísticos y estado de conservación de los mismos.

c. Análisis situacional de la comunidad

Se realizó mediante un taller con las personas de la comunidad, para así elaborar la matriz CPES y la matriz FODA, en el mismo que se definieron participativamente estrategias que ayudarán a fortalecer a la comunidad en el ámbito turístico.

2. Analizar la viabilidad comercial del proyecto

Con la utilización del método descriptivo se busca obtener información confiable y de primera mano que sirva para analizar el entorno donde se pretende ejecutar el proyecto, para ser capaces de identificar los recursos disponibles y reducir las amenazas que podrían afectar al ecolodge en

el futuro, así como conocer el perfil del consumidor y evaluar la factibilidad de creación de la misma.

La investigación exploratoria o cualitativa, se enfoca al conocimiento profundo de los problemas, esta investigación busca exclusivamente tener una idea concreta sobre las cualidades del servicio de hospedaje al que se desea incursionar, esta investigación es dinámica y se puede realizar por medio de entrevistas con el fin de suministrar datos profundos.

Técnicas de la investigación

Fuentes primarias: es aquella que provee información de primera mano, la obtención de información se realiza dentro del campo de estudio.

Dentro de las fuentes primarias se realizaron las siguientes:

Encuestas: Fueron dirigidas a los turistas nacionales y extranjeros que visitan el parque nacional Sangay, que se encuentra en el 70% de la provincia de Morona Santiago, a quienes se les aplicó una encuesta para conocer sus características psicográficas y sociográficas, obteniendo como resultado el perfil del turista.

Fase de estudio	Investigación de campo	Fuente de información	Universo	Muestra
Viabilidad comercial del proyecto	**Perfil del Turista**			
	Extranjero	En el 2015 visitaron 16468 turistas el Parque Nacional Sangay, de los cuales 798 fueron extranjeros.	798	260
	Nacional	En el 2015 visitaron 16568 turistas el Parque Nacional Sangay, de los cuales 15670 fueron nacionales.	15.670	375
TOTAL ENCUESTAS				**675**

Tabla 1. **Encuestas a turistas nacionales y extranjeros**

Observación. Realizar la técnica de la observación es muy importante, porque de esta manera se obtiene información clara y se evitan tergiversaciones o criterios que no tienen que ver con el tema, de tal manera la observación directa, permite identificar los problemas más frecuentes que se presentan en la zona de estudio.

Por último, se realizó la confrontación de la oferta-demanda, en la que se definió la demanda objetiva con la que se puede trabajar a futuro.

Obteniendo de la siguiente manera

Demanda Insatisfecha = Demanda Potencial – Oferta Potencial

Posteriormente se procedió a realizar una proyección del crecimiento del mercado en el corto, mediano y largo plazo. Las proyecciones utilizaron para el cálculo la fórmula del interés compuesto.

Co = Cn (1+i) n
Dónde:
Co = Año a proyectar
Cn = Demanda actual: turistas nacionales y extranjeros
I = Incremento de turismo nacional e internacional
N = El año a proyectarse (1–10)

3. Determinar la viabilidad técnica de la propuesta

Una vez definido los aspectos del mercado, se procedió al análisis del estudio técnico necesario, lo cual lleva a determinar de manera eficiente el proyecto, analizando varios aspectos, como son:

- Localización del proyecto, donde se definió la macro-localización y micro-localización del proyecto.
- Tamaño del proyecto, Se toma en cuenta la demanda objetiva, la misma que pasa a ser el número de clientes potenciales y el terreno donde se desarrollará el proyecto.
- Ingeniería del proyecto, donde se realizó el diseño de diagramas de flujos para diferentes servicios que ofertará el ecolodge, recetas del menú, mobiliario, equipos y menajes del proyecto, talento humano y salarios, servicios básicos y mantenimiento, además se definió el diseño arquitectónico, diseño de interiores y de distribución, costos de mano de obra y construcción.
- Estudio de mercadotecnia, donde se definieron las estrategias de posicionamiento e identificación del nicho de mercado, para lo cual tomamos en cuenta el mix de marketing.

4. Determinar la viabilidad socio - ambiental de la propuesta

Por el medio del método analítico descriptivo se logra determinar los impactos socio – ambientales y culturales que causaría el proyecto en desarrollo.

Utilizando la matriz de Lázaro Lagos, la misma que fue modificada de acuerdo a las necesidades del proyecto para medir el impacto ambiental y social que generará el proyecto en la comunidad.

5. Determinar la viabilidad administrativa - legal

a. Viabilidad administrativa

Para el estudio administrativo se realizó el análisis y elaboración de la misión, visión, objetivos, estrategias y políticas de la empresa, además de elaborar organigramas funcional y estructural, manual de funciones para cada área de trabajo dentro del Ecolodge, reglamentos, talento humano y salarios.

b. Viabilidad legal

Para definir la viabilidad legal, se analizó en base a los aspectos legales, en los cuales se definió el tipo de empresa a crearse, siguiendo las normas y leyes para la constitución de una empresa según la Superintendencia de compañías.

6. Evaluar la viabilidad económica – financiera

a. Viabilidad económica

El estudio económico se realizó mediante los activos fijos, activos diferidos y capital de trabajo; Fuentes de financiamiento y uso de fondos; cálculo de depreciación y amortizaciones; presupuesto de costos y gastos, costos e ingresos; estado de resultados; flujo de caja del proyecto.

b. Viabilidad financiera

Se calculó los siguientes aspectos:

- VAN, lo cual ayuda a determinar con seguridad si el proyecto genera un flujo de caja.
- TIR, lo que permite identificar la rentabilidad que tiene el capital invertido.
- RBC, determina si el proyecto genera ganancia operativa entre en VAN y el TIR.

VII. RESULTADOS

A. VALIDACIÓN DEL POTENCIAL TURÍSTICO DE LA COMUNIDAD DE YUWINTS

1. Situación actual de la comunidad de Yuwints

a. Ámbito espacial

La comunidad de Yuwints está localizada en la provincia de Morona Santiago, cantón Taisha, parroquia Macuma; a la misma que se puede arribar por vía aérea desde la ciudad de Macas y por vía terrestre en la vía Macas – Macuma, seguido de una caminata de 8 horas.

Los límites son:
Norte: Comunidad de Kusutka
Sur: Comunidad de Pimpintsa
Este: Comunidad de Iniayua
Oeste: Río Macuma

b. Ámbito socio - cultural

1) Reseña histórica

La comunidad de Yuwints, actualmente es reconocida ante el Estado Ecuatoriano, mediante Acuerdo Ministerial No. 141 del 14 de Mayo del 2005, pertenece a la parroquia Macuma, Cantón Taisha, Provincia de Morona Santiago, Ecuador.

Antes que la comunidad naciera, los fundadores vivían en las riveras del río Chankuap por la zona Pastaza perteneciente a la nacionalidad Achuar, a través de las guerras entre Shamanes de las dos localidades, se había dado muerte al Shaman Wajarai que pertenecía a los Shuar, quienes habían huido de las riveras del rio Chankuap.

Escondiéndose de los enemigos se asentaron en la desembocadura del río Yuwints y Kusutka, desde entonces el líder de la tribu Ayuy con todos sus hijos y sus seguidores fundaron la comunidad Yuwints, su asentamiento fue realizado abriendo un espacio a manera de patio en el bosque, para posteriormente construir la escuela y la pista de aterrizaje.

Los fundadores de la comunidad Yuwints son los señores Kajekae y su esposa Nank, Juan Mashiant con su esposa Payant y Juant, Chiriap con su esposa Chakukuy, Sharup con su esposa Atsasu, Tankamash con su esposa Nupirat, Pitiur el Joven, Kasent el joven, Makat viuda, Masuk viuda. El año de la fundación es el 31 de diciembre del 1960.

La comunidad Shuar Yuwints actualmente con 50 años de vida como comunidad y con 6 años de vida política constitutiva es filial a la Nación Shuar del Ecuador NASHE, viene trabajando con miras hacia un buen futuro en la región amazónica y con un propósito de mejorar la calidad de vida, conservando y protegiendo el medio ambiente.

2) Etnicidad

Los habitantes de la comunidad de Yuwints se reconocen como parte de la nacionalidad Shuar, su lengua natal es el Shuar Chicham, pero también hablan el español tanto adultos como niños.

3) Población

Según el censo realizado en el mes de abril del año 2012 (encuesta puerta a puerta), son un total de 93 habitantes, divididos en 19 familias.

a) Población por edades

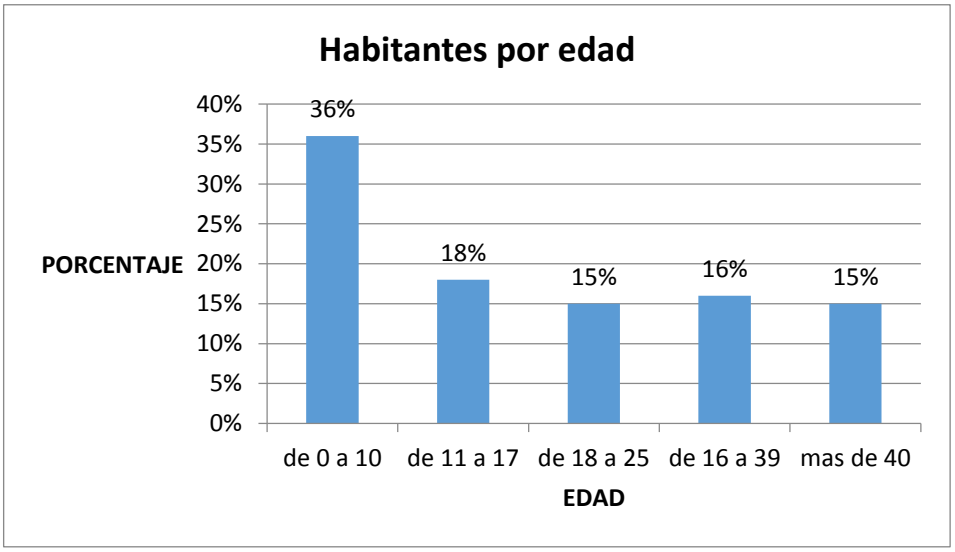


Figura 1. Habitantes de la comunidad por edad

Como se puede observar en el gráfico, el 36% de los habitantes de la comunidad son niños de 0 a 10 años de edad, el 18% corresponde a adolescentes de 11 a 17 años de edad, el 46% restante corresponde a jóvenes y adultos de 18 años en adelante.

b) Población por género

Tabla 2. Habitantes por género

Rango	Frecuencia
Masculino	42
Femenino	51
Total	**93**

Como se observa en la tabla anterior se puede visibilizar que 42 personas dentro de la comunidad son del género masculino y las 51 personas restantes son del género femenino.

4) Nivel de instrucción

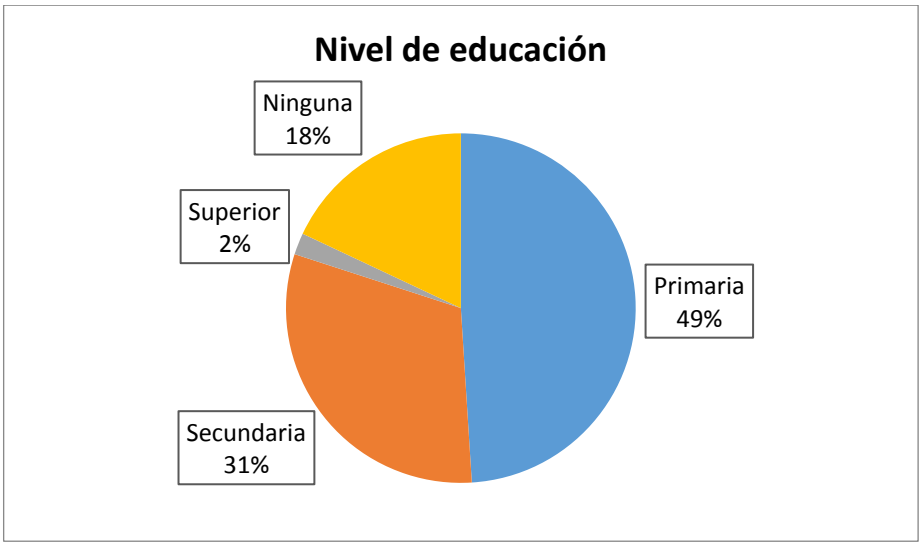


Figura 2. Nivel de educación de los habitantes de la comunidad

Como se puede apreciar en el gráfico anterior, el 49% de los habitantes tienen un nivel de educación primaria, el 31% corresponde a secundaria, el 18% no poseen ninguna educación y el 2% de los habitantes poseen un título universitario.

5) Servcios básicos

a) Agua

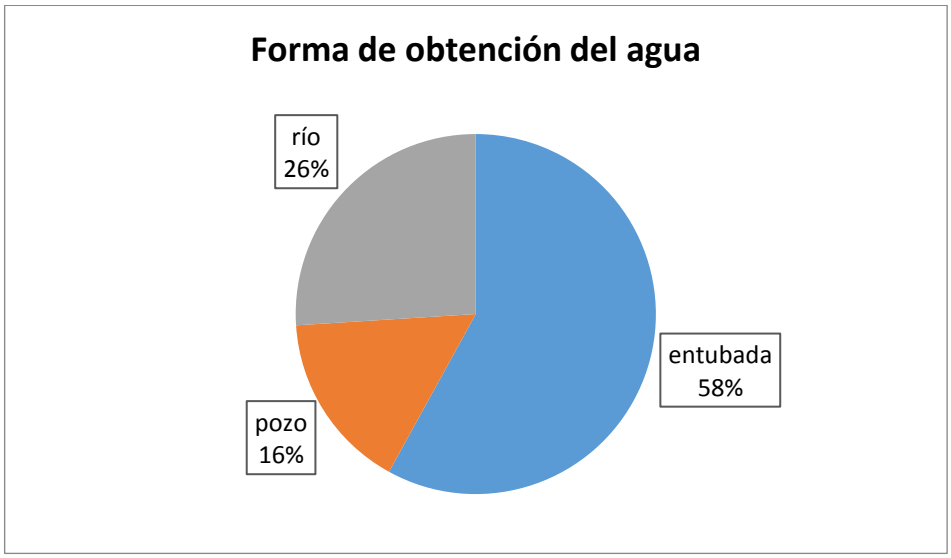


Figura 3. Forma de obtención del agua

En lo que se refiere a la obtención del agua según el gráfico, el 58% de los habitantes poseen agua entubada, el 26% la obtienen del río, y el 16% restante la obtienen de un pozo.

b) Energía

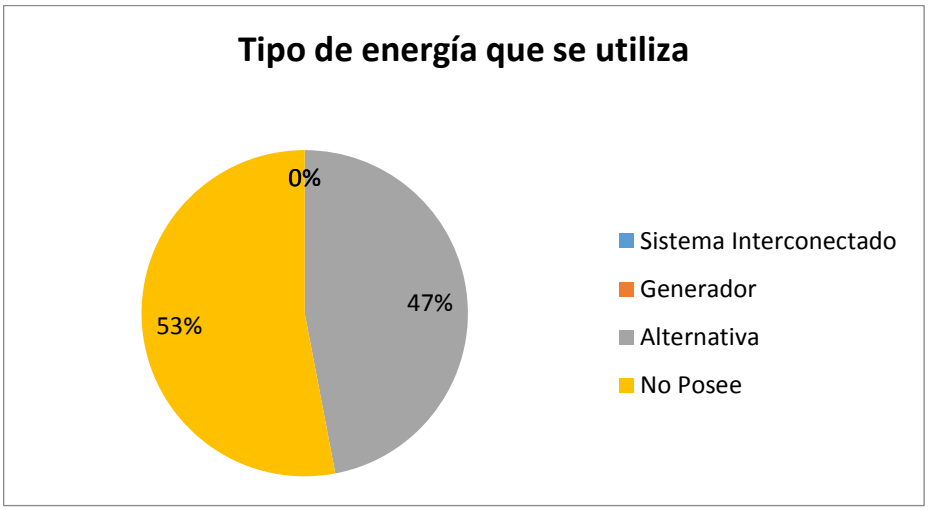


Figura 4. Energía que utilizan los habitantes de la comunidad

Según el gráfico, el 53% de los habitantes de la comunidad de Yuwints, no poseen energía, mientras que el 47% restante poseen energía alternativa de paneles solares.

c) Alcantarillado

Tabla 3. Tipo de alcantarillado

Rango	Frecuencia
Pozo Ciego	0
Pozo Séptico	8
Letrina	0
Ninguna	11
Otros	0
TOTAL	**19**

En lo que se refiere al alcantarillado, el once de las familias habitantes del lugar no tienen alcantarillado, y ocho familias restantes poseen un pozo séptico.

d) Eliminación de desechos

Tabla 4. Eliminación de desechos

Rango	Frecuencia	Porcentaje
Terreno Baldío	7	37%
Carro Recolector	0	0%
Incineración o entierro	2	11%
Otra forma: Separación, Compost y Entierro	10	53%
TOTAL	**19**	**100%**

La tabla indica que el 53% de los habitantes separan la basura o la utilizan como abono, el 37% lo dejan en terrenos baldíos, y el 10% la entierra o la incinera.

6) Vivienda

a) Tipo de vivienda

Tabla 5. Tipos de vivienda

Tipo	Frecuencia	Porcentaje
Casa	3	16%
Departamento	0	0%
Mediagua	0	0%
Choza	16	84%
TOTAL	**19**	**100%**

En la tabla anterior se puede ver que el 16% de los habitantes viven en casas, mientras que el 84% chozas ancestrales, las mismas que son ovaladas y poseen dos divisiones, una para dormitorio y cocina, y la otra para recibir a los visitantes e invitados.

b) Características de la vivienda

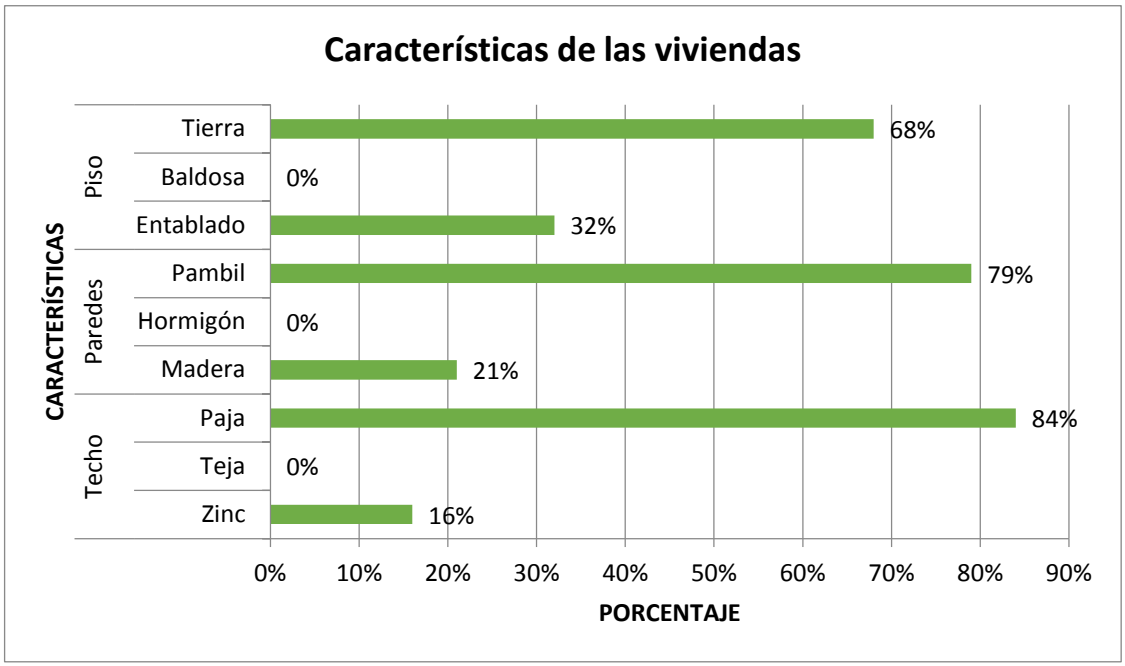


Figura 5. Características de las viviendas de los habitantes de la comunidad

En lo que se refiere a las características de la vivienda, el 84% tiene como techo la paja, el 16% tiene zinc; el 79% tiene paredes de pambil, el 21% las tiene de madera; y, el 68% de los habitantes tiene como piso tierra, mientras que el 32% tiene entablado.

7) Salud

La comunidad de Yuwints lamentablemente no cuenta con un centro o subcentro de salud, razón por la cual en caso de emergencias tienen que salir en avioneta a la ciudad de Macas.

8) Educación

En lo que se refiere a educación cuentan con una escuela y un colegio que funcionan simultáneamente en la misma instalación. La construcción es de madera, la misma se divide en 3 aulas que se encuentran en buenas condiciones. A estos centros de educación asisten un total de 38 estudiantes tanto de la escuela como del colegio.

Para impartir las clases a los estudiantes de escuela y colegio cuentan con dos docentes avalados por el Ministerio de Educación Bilingüe de Morona Santiago. Desafortunadamente los docentes no reciben capacitaciones para actualizar sus conocimientos e impartir los mismos a sus docentes.

9) Comunicación

Poseen una radio de larga distancia para emergencias y recados, también cuentan con el servicio de internet satelital.

10) Medios de transporte

Tabla 6. Transporte aéreo para la comunidad

Nº	Empresa	Dirección	Teléfono	Precio
1	Aero Misional	Amazonas y Sucre	2700142	30,00
2	Aereo Sangay	Av. 29 de mayo	2702562	50,00+ IVA
3	Fundación Amazonía Verde	Amazonas y Sucre	2702647	50,00

Tabla 7. Transporte terrestre hasta la parroquia Macuma

Nº	Empresa	Dirección	Teléfono	Precio
1	Coop. Macas Ltda	Terminal terrestre	2700869	3,25
2	Coop. Valle del Upano	Terminal terrestre		3,25
2	Coop. Rayo de Luna	Terminal terrestre		3,25

Dentro de la comunidad no existe transporte terrestre, ya que no llega la carretera a la zona. En lo que se refiere al transporte aéreo tiene un costo de $300,00 con capacidad para cinco personas ó novecientas libras de peso, el mismo que puede ingresar desde la ciudad de Macas por tres empresas diferentes las mismas que son: AeroSangay, Aeromisional y Fundación Amazonía Verde, sus frecuencias de ingreso son regulares, es decir, ingresan una vez cada quince días o un mes, dependiendo de las emergencias y traslados de otras personas hacia la comunidad.

11) Abastecimiento de productos

Para el abastecimiento de productos existe una familia (Mashiant Ayuy) que sale de la comunidad para adquirir los productos de uso diario como sal, aceite, azúcar, entre otros; mismos que se venden a los habitantes de la comunidad.

Otros productos básicos de la dieta familiar como yuca, plátano, papa china, peces, animales silvestres, entre otros, son obtenidos del bosque y sus chacras familiares.

c. Ámbito ambiental

1) Hidrología

Los ríos existentes dentro del territorio comunidad de Yuwints son cuatro: río Macuma, Kan, Yuwints y Kusutka.

2) Clima

Su clima es templado, con una temperatura entre 20 a 30° centígrados.
Su temporada de Invierno es de Octubre a Marzo; y Verano de Abril a Septiembre

3) Flora representativa

En lo que se refiere a flora, debido a la tala de árboles que ha existido en la zona, se pueden encontrar principalmente plantas medicinales y plantas de su consumo diario (alimentación), estas últimas sembradas por ellos mismos.

Tabla 8. Flora representativa de la zona

Familia	Nombre Científico	Nombre Vulgar
Araceae	*Colocasia esculenta*	Papa china
Arecaceae	*Astrocaryum chambira*	Chambira
	Aiphanes ulei	Chontilla
	Bacftris gasipaes	Chontaduro
	Maximiliana maripa	Palma real
	Iriartea cornuta	Palmito
	Iriartea deltoidea	Pambil
	Phytolephas aecuatorialis	Tagua
Bignoniaceae	*Tabebuia crysantha*	Guayacán
	Tabebuia haemantha	Roble colorado
	Jacarana copaia	Arabisco
Bombacaceae	*Ceiba pentandra*	Ceibo
	Matisia alata	Sapotillo
Clusiaceae	*Clussia sp.*	Matapalo
Cyatheaceae	*Cyathea gigantea*	Helecho arbóreo
Euphorbiaceae	*Cortón lechleri*	Sangre de drago
	Pyllanthus fluitans	Barbasco
Heliconiaceae	*Heliconea marginata*	Platanillo
Leguminosa	*Mimosa acantholoba*	Uña de gato
	Myroxylon balsamun	Bálsamo
Meliácea	*Cedrela adorata*	Cedro
	Trichilia pleeana	Caoba panelado
Moraceae	*Ficus clusifolia*	Matapalo
Zingiberaceae	*Zingiber officinale*	Jengibre

4) Fauna representativa

La comunidad de Yuwints habita en un área ya intervenida y debido a la caza continua que se ha realizado con el pasar de los años las especies han migrado, pero todavía se pueden observar algunas de ellas, como las que se detallan en el siguiente cuadro.

Tabla 9. Fauna representativa de la zona

Nombre Común	Nombre Científico	Nombre Shuar
Mamíferos		
Oso Perezoso tres dedos	*Bradypus variegatus*	Uñush
Mono Nocturno	*Aotus sp.*	Ujukam
Mono Machín	*Cebus albifronts*	Tsere
Cuchucho	*Nasua nasua*	Kushi
Nutria Gigante	*Pteronura brasiliensis*	Uñu
Danta	*Tapirus terrestres*	Pama
Saíno	*Tayassu tajacu*	Yankypik
Pecarí labiado	*Tayassu pecari*	Untsury Paky
Venado	*Mazama americana*	Japa
Guanta	*Agouti paca*	Kashay
Guatusa	*Dasyprocta fuliginosa*	Kañuk
Aves		
Lechuza de anteojos	*Pulsatrix perspicillata*	Ampush
Tucán de Cuvier	*Ramphastos cuvieri*	Tsukanka
Capintero de Penacho amarillo	*Melanerpes cruentatus*	Tirasha
Golondrina fajiblanca	*Atticora fasciata*	Shuirpip
Lora cabeciazul	*Pionus menstruus*	Tuish
Peces, Reptiles y Anfibios		
Tortuga terrestre	*Geochelone denticulata*	Kunkuim
Tortuga charapa	*Podocnemis expansa*	Entsania kunkuim
Boa	*Boa constrictor*	Kukar Panki
Serpiente equis	*Bothrops atrox*	Makansh
Boca chico	*Prochilodus nigricans*	Namak

5) Problemas ambientales

a) Tala de árboles

Se viene practicando desde su asentamiento en el lugar, y lo realizan para la construcción de sus casas y limpieza para la siembra.

b) Presencia de desechos

Los desechos producidos en casa como botellas, sobras de alimentos, entre otros, los incineran, los entierran o los dejan en terrenos baldíos, lo que causa un impacto al suelo, debido a que el plástico o botellas de vidrio tardan demasiado tiempo en descomponerse, mientras que los desechos orgánicos causan malos olores y la presencia de plagas.

d. Ámbito económico - productivo

1) Ocupación

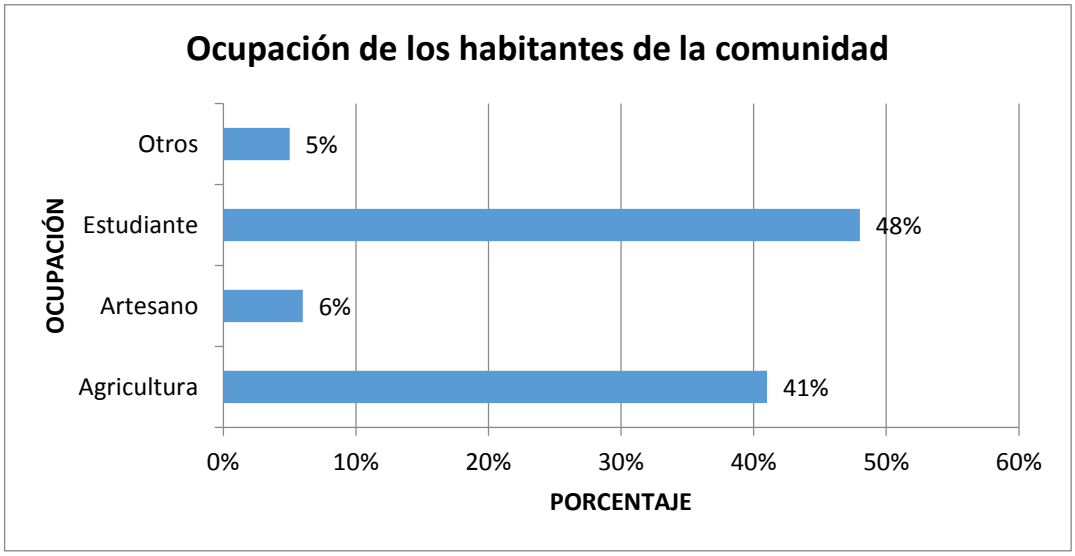


Figura 6. Ocupación de los habitantes de la comunidad

En el gráfico anterior se puede apreciar que el 48% de los habitantes son estudiantes, el 41% se dedica a la agricultura, el 6% realizan artesanías y el 5% restante realizan otras actividades, como el trabajo en una empresa pública y la investigación microbiológica en las áreas de la zona.

2) Ingresos económicos

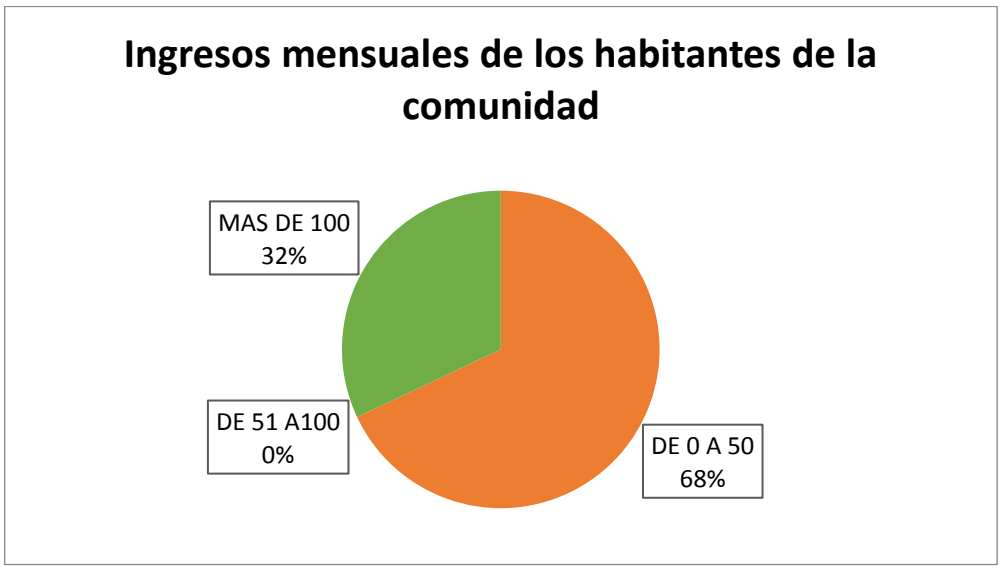


Figura 7. Ingresos mensuales de los habitantes de la comunidad

El 32% restante tiene un ingreso de más de cien dólares (100,00 USD), mientras que el 68% de los habitantes tienen ingresos de menos de cincuenta dólares (50,00 USD) mensuales, eso último indica que ganan diariamente un dólar con sesenta y siete centavos (1,67 USD), lo que quiere decir que existe un nivel alto de pobreza en la comunidad.

3) Desarrollo actual del turismo en la zona

Actualmente la comunidad cuenta con una cabaña en forma de trébol, la misma que tiene 8 habitaciones con una capacidad total para 20 pax.

En lo que se refiere a alimentación, ellos cultivan sus productos como legumbres, plátano, yuca, papachina, papaya, para así abastecer a los turistas que lleguen a la comunidad.

e. Ámbito político – administrativo

1) Administración interna

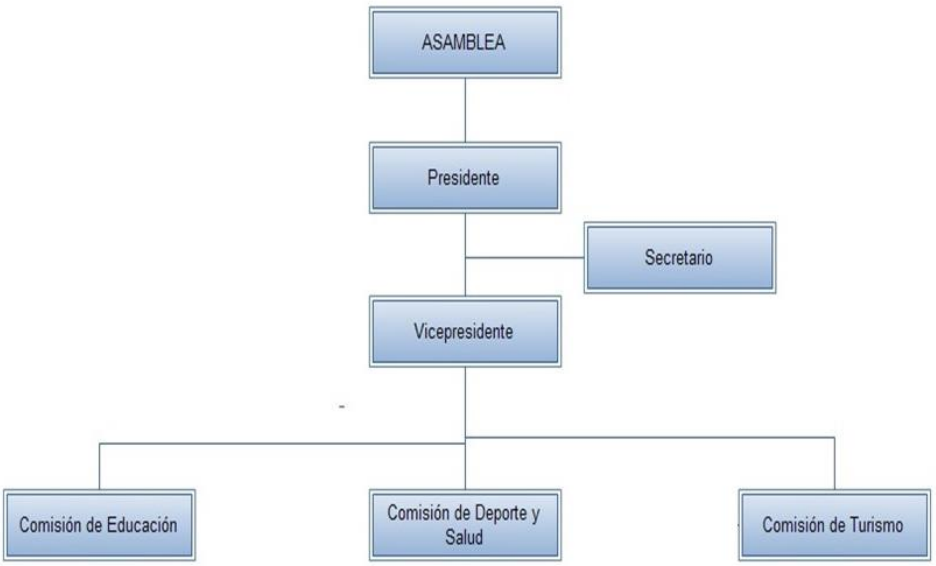


Figura 8. Organigrama administrativo de la comunidad

La administración de la comunidad de Yuwints se maneja de la siguiente manera:

La asamblea general es la encargada de tomar las decisiones convenientes para la comunidad, y a la misma que se deberá rendir cuentas de las actividades realizadas para el desarrollo del lugar.

El presidente, es el encargado de aplicar las decisiones tomadas en la asamblea general, dar seguimiento a las actividades planificadas con ayuda del secretario y el vicepresidente.

El secretario de presidencia, es el encargado de tomar apuntes de las resoluciones tomadas en las reuniones, llevar una agenda de actividades planificadas.

El vicepresidente, se encarga de de suplir al presidente en caso de no poder asistir y de apoyar al mismo en sus actividades planificadas con anterioridad.

La organización a partir de aquí se divide en tres comisiones, las mismas que son de educación, deporte y salud y la comisión de turismo.

La comisión de educación, se encarga de ver por el bienestar de los alumnos y los docentes, dando seguimiento a los docentes y sus actividades diarias.

En relación a la comisión de deportes y salud, se encarga de ver por el bienestar de la comunidad en lo que se refiere a salud, tramitando con diferentes empresas para la adquisición de medicamentos y la construcción del subcentro de salud. En lo que se refiere a deportes, se organizan juegos entre comunidades en las fiestas para el disfrute y distracción de los habitantes, otra de las actividades es la adquisición de implementos deportivos.

Respecto a la comisión de turismo, es la parte más nueva que conforma la comunidad con fines de crecer en el campo del turismo.

2. Inventario de atractivos turísticos

Tabla 10. Ficha resumen de calificación y jerarquización de inventarios de atractivos turísticos

FICHA DE RESUMEN DE INVENTARIOS DE ATRACTIVOS TURISTICOS

PROVINCIA: Morona Santiago – Taisha – Comunidad de Yuwints **FECHA**: Diciembre - 2017

NOMBRE DEL ATRACTIVO	CALIDAD		ENTORNO	ESTADO DE CONSERV.	ACCESO	SERVIC.	ASOC. CON OTROS ATRACTIVOS	SIGNIFICADO				SUMA	JERARQUIA 1-2-3-4
	VALOR INTRINSECO Max 15	VALOR EXTRINSECO Max 15	Max 10	Max 10	Max 10	Max 10	Max 5	LOCAL Max 2	REGIONAL Max 4	NAC. Max 7	INT. Max 12		
Mirador Kunkuk	11	9	7	8	6	5	3	2			1	52	III
Bosque Comunitario yuwints	13	10	8	8	6	5	3	2			3	58	III
Cascada Arutam	10	11	6	8	6	5	3	2			2	53	III
Río Kan	9	7	7	8	6	5	3	2				47	II
Cascada Yuwints 3	8	7	8	8	5		1	2				39	II
Cascada Yuwints 2	8	8	8	8	5		2	2				41	II
Balneario kusutka	12	11	8	8	3	5	5	2			3	57	III
Mirador Kusutka	11	9	9	8	5	5	5	2			2	56	III
Cascada Yuwints	12	10	8	8	3	5	5	2			3	56	III
Saladero de Animales Penka	10	8	7	5	3		5	2				40	II
Río Kusutka	8	7	8	6	5			2				28	II
Artesanías													
Manifestaciones Religiosas, tradiciones y creencias													
Río Yuwints	8	8	8	8	5			2				39	II

Tabla 11. Resumen de los atractivos turísticos de la comunidad

Nombre del Atractivo	Categoría	Tipo	Jerarquía
Rio Macuma	Sitios Naturales	Río	II
Cascada Arutam	Sitios Naturales	Cascada	II
Río Kan	Sitios Naturales	Cascada	II
Cascada Yuwints 3	Sitios Naturales	Cascada	III
Cascada Yuwints 2	Sitios Naturales	Cascada	III
Balneario kusutka	Sitios Naturales	Meandro, Curva de un Río	III
Mirador Kusutka	Sitios Naturales	Mirador, Montaña	III
Cascada Yuwints	Sitios Naturales	Cascada	III
Mirador Kunkuk	Sitios Naturales	Mirador, Montaña	III
Saladero de Animales Penka	Sitios Naturales	Bosque Húmedo Trópical	II
Río Kusutka	Sitios Naturales	Río	II
Artesanías	Manifestaciones Culturales	Artesanías, cultura shuar	II
Manifestaciones Religiosas, tradiciones y creencias	Manifestaciones Culturales	Manifestaciones culturales	II
Río Yuwints	Sitios Naturales	Río	II

a. Declaratoria de la imagen turística

La comunidad de Yuwints, está conformada por catorce atractivos, de los cuales el 86% corresponden a atractivos naturales y el 14% a manifestaciones culturales.

El estado de conservación en que se encuentran los atractivos turísticos a diciembre del 2017, fecha del inventario, es el siguiente: el 90% se encuentran conservados y el 10% están en proceso de deterioro debido a la falta de un manejo adecuado.

Con relación al estado del entorno, el 70% de los atractivos se encuentran sin intervención humana y el 30% semi-intervenidos, lo cual indica, que se requiere mitigar algunos impactos en el entorno de los atractivos.

Respecto al uso de actividades turísticas, es posible desarrollar en todos los atractivos una variedad de actividades turísticas como: caminatas, fotografía, observación de flora y fauna, interpretación ambiental y cultural, deportes de aventura, participación en eventos culturales, entre otros.

Dadas las jerarquías turísticas alcanzadas por los atractivos se puede indicar que el 90% de los atractivos pueden motivar corrientes turísticas de mercados receptivos mundiales y continentales orientados a la naturaleza y al conocimiento étnico.

Entonces, la imagen turística de la comunidad de Yuwints, es la **aventura tropical, para conocer la naturaleza, complementada con la vida comunitaria del grupo étnico Shuar**.

Esta imagen turística puede ser desarrollada mediante la modalidad de una operación de ecoturismo, que introduzca la actividad económica del turismo en la comunidad, y de esa manera se generen ingresos económicos que coadyuven a la satisfacción de las necesidades sentidas de la población y a la vez, se contribuya al desarrollo, promoción y manejo de programas de conservación de los recursos naturales y culturales con que cuenta.

3. Análisis situacional de la comunidad

a. Matriz CEPES

Tabla 12. Matriz CEPES (Causa, efecto, problema, solución)

CAUSA	PROBLEMA	EFECTO	SOLUCION
La cobertura de las empresas de comunicación es limitada.	La comunidad no cuenta con medios de comunicación.	Pérdida de clientes potenciales. Canales de comercialización deficientes.	Gestionar por medio de las autoridades provinciales y de la empresa de telecomunicación la dotación del servicio de comunicación fija, móvil o satelital.
Falta de gestión de la comunidad ante el Ministerio de Salud Pública para la dotación del servicio.	La comunidad no cuenta con un subcentro de salud.	Personas enfermas sin tratamiento para erradicar sus dolencias. Desarrollo de nuevas enfermedades en el lugar.	Gestionar con las autoridades provinciales y el Ministerio de Salud la implementación de un subcentro en la comunidad.
Falta de gestión de la comunidad ante la Municipalidad del cantón Taisha para la mejora del servicio.	Mala calidad de agua que utilizan los habitantes de la comunidad.	Generación de nuevas enfermedades y problemas gastrointestinales	Gestionar con las autoridades del Municipio de Taisha un sistema de mejoramiento del servicio del agua.
Desvalorización y desinterés por los saberes culturales por parte de los jóvenes	Pérdida de costumbres y tradiciones ancestrales	Adopción de nuevas costumbres, perdiendo así su identidad	Elaboración de un Plan de Revitalización Cultural. Concienciar a los jóvenes sobre la importancia de su cultura mediante un programa de

			conferencias.
Malas condiciones de las aulas y falta de implementos para impartir conocimientos. Docentes con conocimientos poco actualizados impartiendo clases.	Estudiantes con bajos niveles de conocimientos.	Incomodidades en el desempeño óptimo de los estudiantes.	Gestionar la mejora y ampliación del establecimiento educativo al Gobierno Municipal de Taisha o a su vez al Gobierno Provincial. Gestionar capacitaciones para los docentes de la comunidad con el Ministerio de Educación.
Falta de gestión de las personas de la comunidad para la dotación del servicio de energía.	Más de la mitad de los habitantes no poseen energía de ningún tipo	Inseguridad. Malestar en los habitantes de la comunidad.	Gestionar la implementación del servicio con el gobierno Municipal del cantón Taisha.
Desinterés por parte de las personas de la comunidad en gestionar capacitaciones para mejorar la calidad de su oferta.	Falta de personal capacitado en turismo.	Falta de conocimientos y dificultades en la prestación de servicios.	Gestionar capacitaciones a las personas de la comunidad involucradas en el turismo a través del Ministerio de turismo.
Escasa de gestión por parte de los habitantes de la comunidad.	Inexistencia del sistema de alcantarillado	Contaminación ambiental. Generación de malos olores y enfermedades.	Gestionar con las autoridades pertinentes la implementación del sistema de alcantarillado en la comunidad. Desarrollar mingas de limpieza en el centro poblado.
Escasos recursos económicos y conocimientos técnicos en turismo para el diseño e implementación de mejoras.	Escasas facilidades turísticas en los atractivos pertenecientes a la comunidad.	Dificultad de acceso y permanencia en los atractivos turísticos.	Capacitar a las personas de la comunidad sobre construcciones alternativas para el turismo y en el diseño, implementación y mantenimiento de facilidades turísticas. Presentar proyectos para financiar la implementación de facilidades turística.

b. Matriz FODA

Tabla 13. Matriz FODA (Fortalezas, oportunidades, debilidades y amenzas)

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES	DEBILIDADES	AMENAZAS
Poseen una planta turística propia de hospedaje y alimentación.	Apoyo por parte de organizaciones no gubernamentales (ONGs).	Servicios básicos en malas condiciones.	Caza furtiva de especies de fauna por parte de colindantes.
Existe una gran diversidad de flora y fauna.	Ministerio de turismo otorga financiamientos a proyectos turísticos por medio del Banco del Fomento.	Pérdida del patrimonio cultural de la comunidad.	Aumento de precios en gasolina para avionetas.
Cuentan con atractivos naturales y culturales con potencialidad turística.	Ministerio de Turismo capacita a emprendedores turísticos y público en general en áreas correspondientes al turismo.	Falta de capacitación a los habitantes de la comunidad involucrados en el turismo.	Extracción minera en la zona.
Poseen servicio de internet satelital.	Apertura de la vía Macuma – Taisha.	Escasas facilidades turísticas en diferentes atractivos de la zona.	Poco interés por parte de las autoridades locales (GAD cantonal) para realizar mejoras en la zona.
La comunidad se encuentra bien organizada y delega funciones para cada área.		No cuentan con figura legal para operar turismo.	
		Desconocen leyes, normas, reglamentos y procedimientos para el ejercicio del turismo.	

c. Propuesta de mejoramiento de servicios

Tabla 14. Propuesta de mejoramiento de servicios ofertados

PROGRAMA	PROYECTOS
LEGISLACIÓN TURÍSTICA	Plan de socialización del marco legal turístico de la República del Ecuador a los habitantes de la comunidad involucrados en el turismo.
	Asesoramiento técnico para la legalización de los guías naturales.
INFRAESTRUCTURA BÁSICA	Mejoramiento del sistema de manejo y distribución del agua.
	Diseño e implementación de un plan de manejo de desechos sólidos.
	Diseño e implementación de un plan de manejo sostenible para el tratamiento de aguas servidas.
	Implementación de un sistema eléctrico para la comunidad.

DISEÑO Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS	Innovación de productos turísticos ofertados en la comunidad. Diseño de paquetes turísticos para la comunidad. Diseño y ejecución de un Plan de Marketing Turístico.
FORMACIÓN DEL TALENTO HUMANO DE LA COMUNIDAD	Diseño e implementación de un plan de capacitación en mandos medios para los habitantes de la comunidad involucrados en el turismo.
	Implementación de un sistema para el control de la calidad de los servicios ofertados.
MANEJO SOSTENIBLE DEL PATRIMONIO NATURAL Y CULTURAL	Elaboración de un programa de Educación Ambiental
	Diseño e implementación de un Plan de Revitalización Cultural para el aprovechamiento turístico sostenible.

B. VIABILIDAD COMERCIAL DEL PROYECTO

1. Estudio de mercado

a. Análisis de la oferta

1) Planta Turística actual y competencia

Los sitios de alojamiento del cantón Taisha no se encuentran registrados en el Ministerio del Ambiente, por lo tanto son establecimientos sin permiso de funcionamiento, ilegales.

Tabla 15. Alojamiento y alimentación

Establecimiento	Categoría	Dirección	Teléfono
Hostal Ñuca Huasi	Sin categorizar		
Hostal La Aldea	Sin categorizar	Calle Domingo Antum y Tuna	
Hotel Jea Mia	Sin categorizar	Av. Arutam	
Hotel- Restaurante Mary	Sin categorizar	Av. Arutam	073 900 103
Hotel Taisha	Sin categorizar		
Hostería Kawa	Sin categorizar	Calle Roberto Taish y Uwi	
Restaurante Churuwia	Sin categorizar		
Restaurante Lupita	Sin Categorizar		

Tabla 16. Transporte aéreo

Nº	Empresa	Dirección	Teléfono	Precio
1	Aero Misional	Amazonas y Sucre	2700142	30.00
2	Aero Sangay	Av. 29 de mayo	2702562	50.00
3	Fundación Amazonía Verde	Amazonas y Sucre	2702647	50.00

Tabla 17. Transporte Terrestre

Nº	Empresa	Dirección	Teléfono	Precio
1	Coop. Macas Ltda	Terminal terrestre	2700869	10.00
2	Coop. Sucúa	Terminal Terrestre		10.00

Tabla 18. Conectividad y accesibilidad

Vía	Km	Tipo	Estado	Tiempo Horas
Macas – Macuma (Terrestre)	200	Pavimentado - Lastre	Regular – bueno	03H00
Macas – Taisha (Terrestre)	358	Pavimentado - lastre	Regular	08H00
Macuma – Yuwints (Terrestre)	10	Sendero	Regular – malo	08H00
Taisha - Yuwints	30	Sendero	Regular – malo	48H00
Macas - Yuwints	65	Aéreo		00H45

2) Competencia

Para determinar la competencia se ha tomado como referencia a los principales establecimientos que oferten servicios de hospedaje, alimentación y esparcimiento, ubicados en el cantón Taisha.

Tabla 19. Características de la Hostería Kawaa

Razón Social	**Hostería Kawaa**
Propietario (a)	
Ubicación	Calles Roberto Taish y Uwi
Categoría	Sin registrar, ni categorizar
N° Habitaciones	8
N° Plazas	20
Precio	14,00 dólares por persona.
Descripción de los servicios	Las instalaciones comprenden de un de ocho habitaciones, la construcción es de madera y guadúa, no ofrecen el servicio de alimentación, ofrecen los servicios de visitas a diferentes atractivos turísticos dentro del cantón.
Visitantes anuales	122

Tabla 20. Características del Hotel Restaurante Mary

Razón Social	**Hotel Restaurante Mary**
Propietario (a)	María
Ubicación	Av. Arutam
Categoría	Sin registrar, ni categorizar

N° Habitaciones	10
N° Plazas	30
Precio	15,00 dólares por persona.
Descripción de los servicios	Las instalaciones comprenden de un de diez habitaciones, la construcción es de madera y guadúa, ofrecen el servicio de alimentación y además tiene piscina para disfrutar de la estancia, con un lugar amplio para caminar y distraerse admirando la naturaleza y escuchando el silvido de las aves.
Visitantes anuales	164

b. Análisis de la demanda

1) Segementación de mercado

La provincia de Morona Santiago no es una zona desarrollada en turismo, por lo cual existe muy poco ingreso de turistas extranjeros, por lo tanto la segmentación de mercado va dirigida a los turistas nacionales e internacionales que realizan diferentes actividades turísticas como caminata, investigación, entre otros, los mismos que pueden ser estudiantes o profesionales. Morona Santiago, es una provincia en proceso de desarrollo en el campo turístico, por lo que no existe un análisis de la demanda turística en el mismo, se ha obtado por basarse en el ingreso de turistas nacionales y extranjeros al Parque Nacional Sangay.

2) Determinación del universo y la muestra

Para la determinación del universo se ha tomado como referencia el ingreso de los turistas nacionales (15.670) y extranjeros (798) siendo 16.468 turistas que arribaron al área protegida Parque Nacional Sangay (Cordinación General de Estadística e Investigación, 2017), el mismo que tiene una presencia del 70% del total de su área en la provincia de Morona Santiago.

Por lo tanto, el tamaño de muestra se determinó empleando la fórmula para poblaciones finitas con un margen de error al 5% y una constante de corrección igual a 1,96.

Aplicando la fórmula:

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

Dónde:

n = Muestra

N = Universo (798 extranjeros) (15.670 nacionales)

p = Probabilidad de que suceda el evento (50%)

q = Probabilidad de que no suceda el evento (50%)

e = Margen de error (0,05)

z = Constante, nivel de confianza (1,96)

Entonces:

$$n = \frac{0,25 * 798}{(798- 1)\ (0,05/1,96)^2 + 0,25} \qquad n = \frac{0,25 * 15670}{(15670- 1)\ (0,05/1,96)^2 + 0,25}$$

$$n = \frac{199,50}{(797)\ (0,0006508) + 0,25} \qquad n = \frac{3917,50}{(15669)\ (0,0006508) + 0,25}$$

$$n = \frac{199,50}{0,77} \qquad n = \frac{3917,50}{10,45}$$

n = 260 encuestas a turistas extranjeros

n = 375 encuestas a turistas nacionales

Después del cálculo se determina que la muestra es de 260 encuestas a realizarse para los turistas extranjeros y de la misma manera aplicamos la fórmula para los turistas nacionales obteniendo un total de 375 encuestas, sumando un total de 635 encuestas que se ha realizado y su resultado se presenta acontinuación.

3) Resultado del estudio de mercado

a) Turistas nacionales

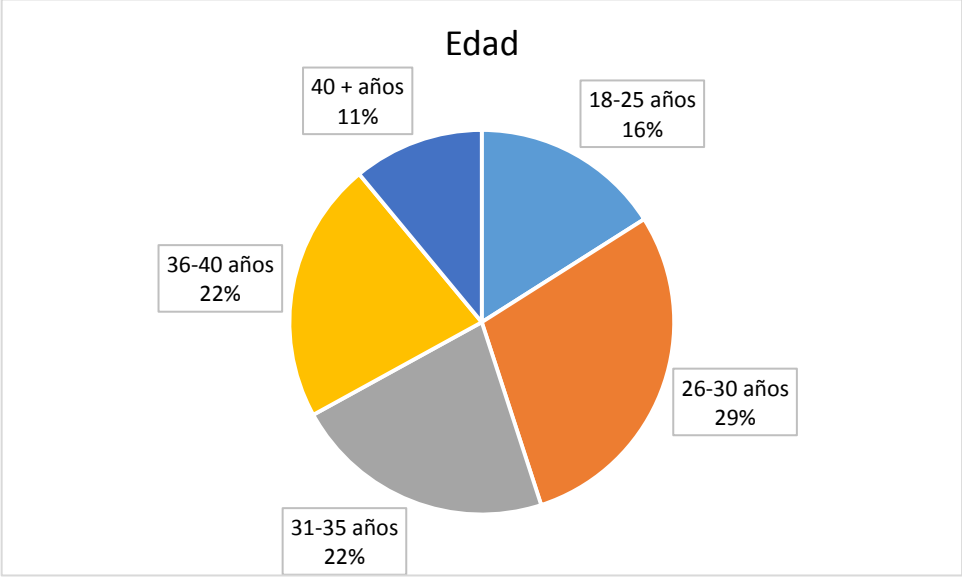


Figura 9. Edad de los turistas nacionales

Como se puede apreciar la figura, indica la edad de los turistas, el 29% tienen de 26 a 30 años de edad, seguidos por las personas de 31 a 35 años y de 36 a 40 años de edad con el 22% a cada uno respectivamente.

Tabla 21. Género de los turistas nacionales

Rango	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	326	87%
Femenino	49	13%
Total	**375**	**100%**

Como se puede apreciar en la Tabla, existe una mayor cantidad de turistas del género masculino (87%) que visitan nuestra provincia en comparación con el género femenino (13%).

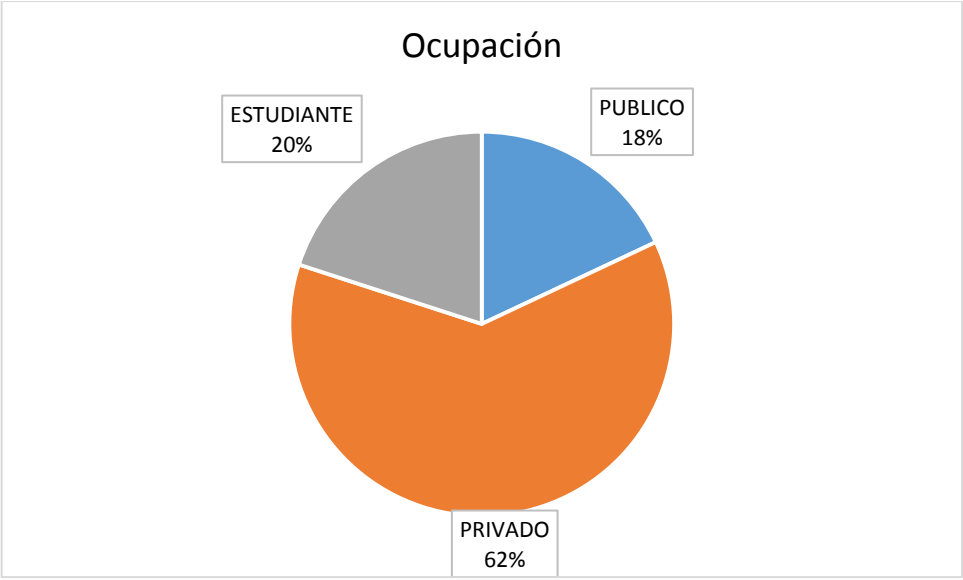


Figura 10. Ocupación de los turistas nacionales

Como se puede observar en la figura 10, la mayoría de turistas nacionales laboran en el sector privado (62%), siendo el porcentaje restante (38%) estudiantes y trabajores públicos.

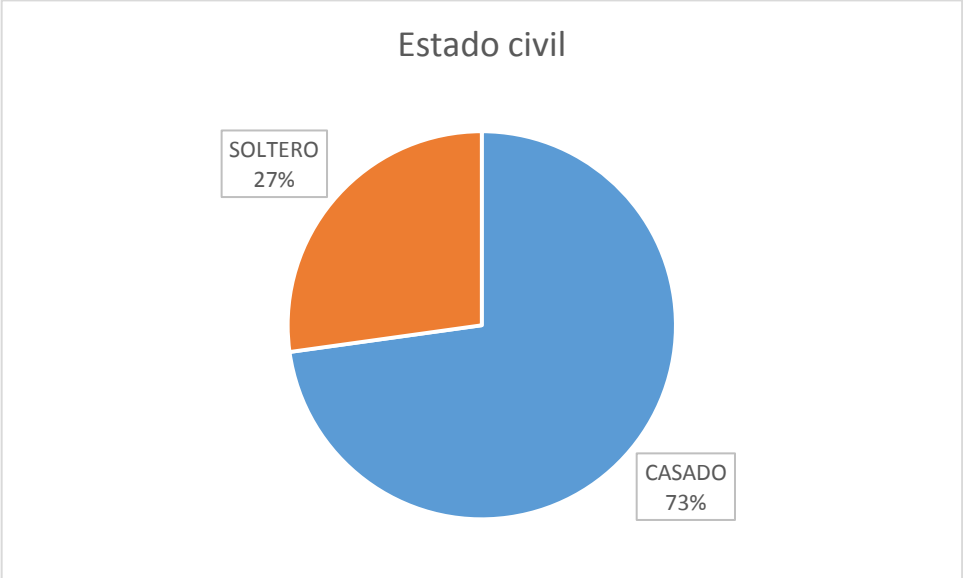


Figura 11. Estado civil de los turistas nacionales

Como indica la figura 11, el 73% de los visitantes son de estado civil casados, siendo 27% restantes solteros.

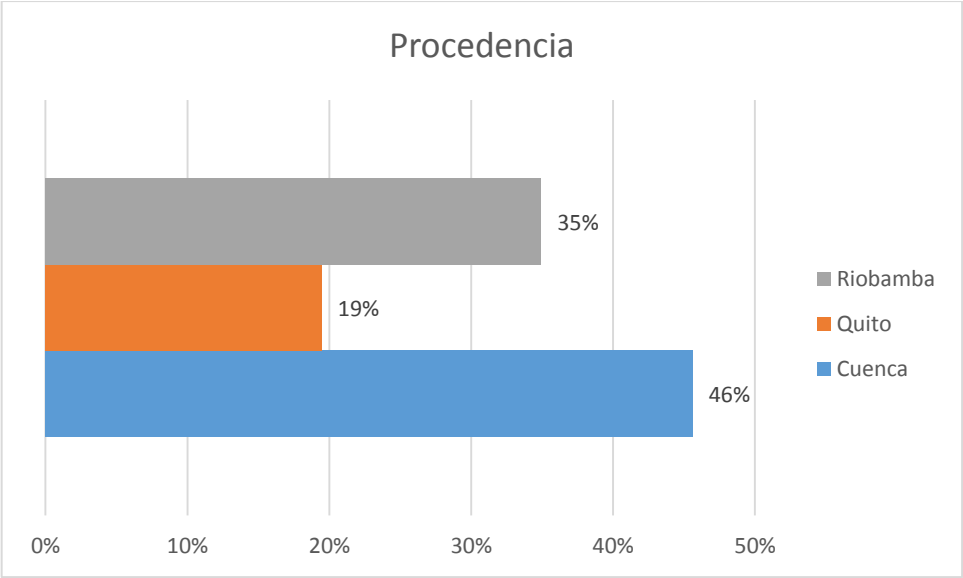


Figura 12. Procedencia de los turistas nacionales

En la figura, se puede observar que los turistas nacionales que visitan la provincia de Morona Santiago en un 59% son de las ciudades de Cuenca (45%), Quito (19%) y Riobamba (35%).

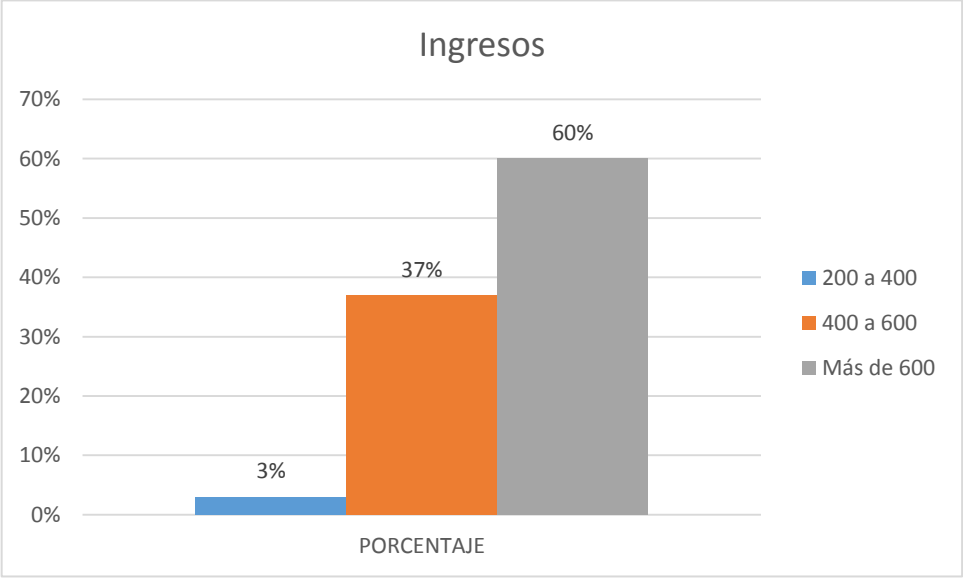


Figura 13. Ingresos económicos mensuales de los turistas nacionales

Como se puede apreciar en la figura 13, los turistas que ingresan a la provincia tienen unos ingresos económicos mensuales, en su mayoría de más de 600,00 dólares americanos (60%).

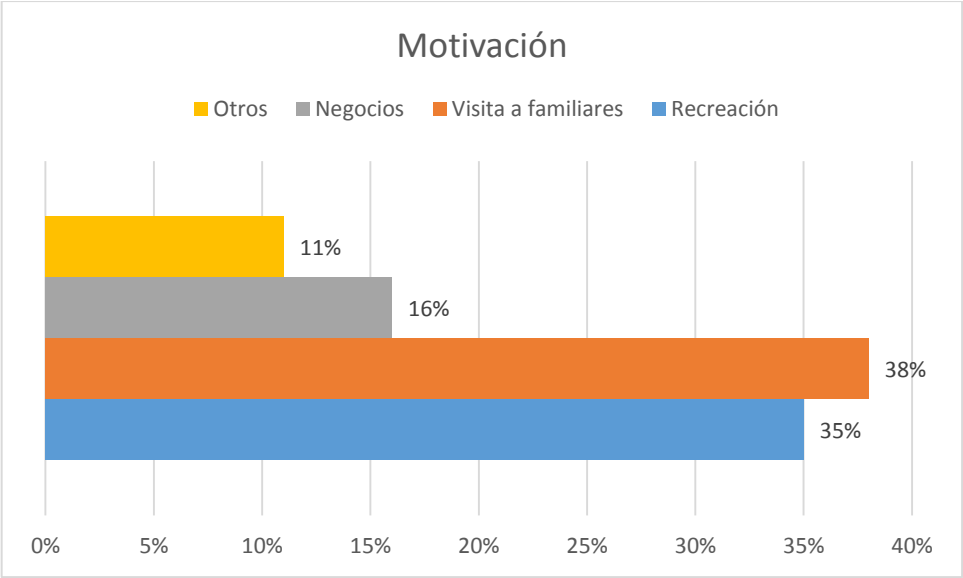


Figura 14. Motivación para viajar de los turistas nacionales

Los turistas que viajan a la provincia de Morona Santiago, lo hacen por recreación (35%), otras actividades o intereses (11%), Visita a familiares (38%), y por negocios (16%), como se lo puede observar en la figura 14.

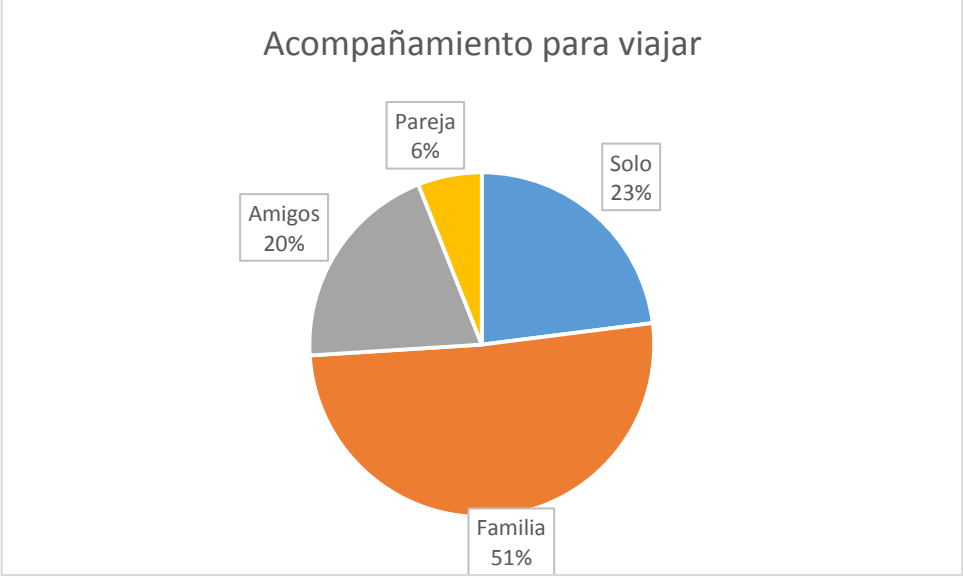


Figura 15. Acopañamiento para viajar de los turistas nacionales

En la figura 15, se aprecia que los turistas nacionales y extranjeros prefieren viajar con la familia (51%), sólos (23%), amigos y pareja (26%).

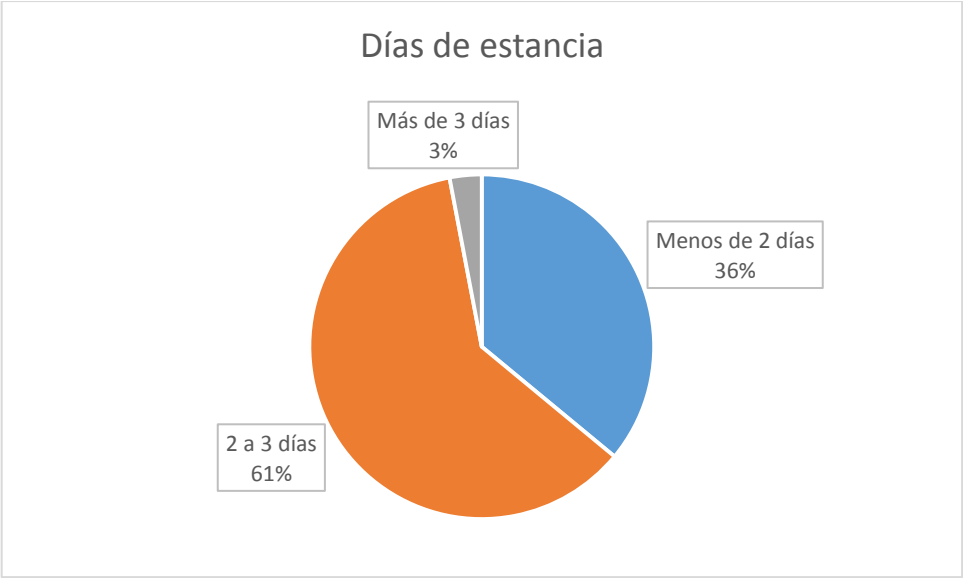


Figura 16. Días de estancia de los turistas nacionales en la provincia

Los turistas en su mayoría (61%) permanecen en la provincia de Morona Santiago de dos a tres días, seguidos por las personas que lo hacen por menos de dos días (36%) y las que prefieren hacerlo por más de tres días (3%), como se observa en la figura 16.

Figura 17. Tiene información sobre el cantón Taisha

La figura 17, indica que el 91% de los turistas nacionales no conocen o no tienen información alguna sobre el cantón Taisha de la provincia de Morona Santiago.

Tabla 22. Le gustaría conocer el cantón Taisha

RANGO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	326	100%
NO	0	0%
TOTAL	**326**	**100%**

De los turistas que mencionaron no conocer, ni tener información alguna acerca del cantón Taisha en la figura 17, en esta tabla, anuncian que si les gustaría conocer el cantón Taisha.

Tabla 23. Creación de un Ecolodge en el cantón Taisha

RANGO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	375	100%
NO	0	0%
TOTAL	**375**	**100%**

El 100% de los turistas nacionales y extranjeros mencionan que sí es necesaria la creación de un ecolodge en el cantón Taisha, el mismo que satisfaga sus necesidades.

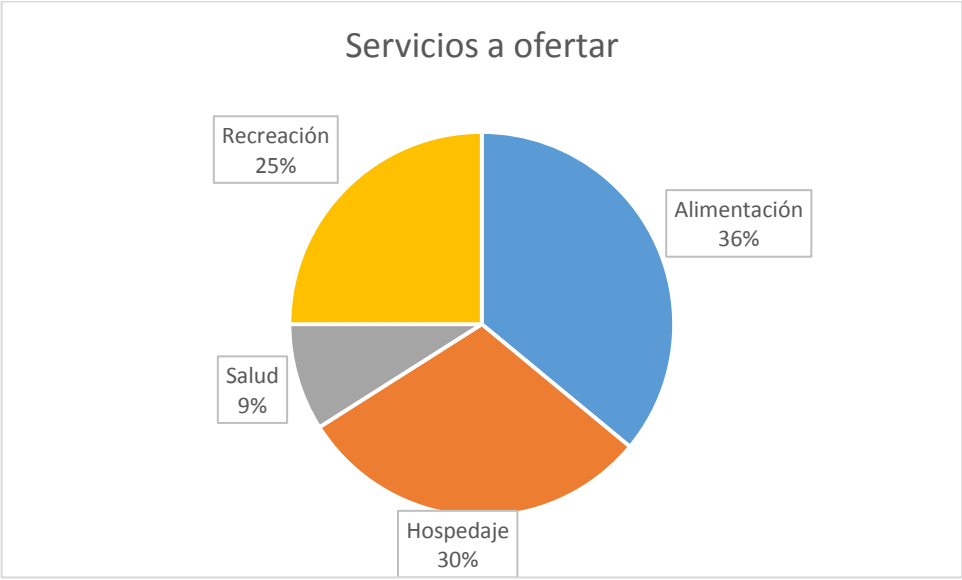


Figura 18. Servicios que ofertará el Ecolodge

En la figura 18 se puede apreciar que con un 25% respetivamente en cada servicio, a los turistas les gustaría que se brinde en el Ecolodge hospedaje, alimentación, salud y recreación.

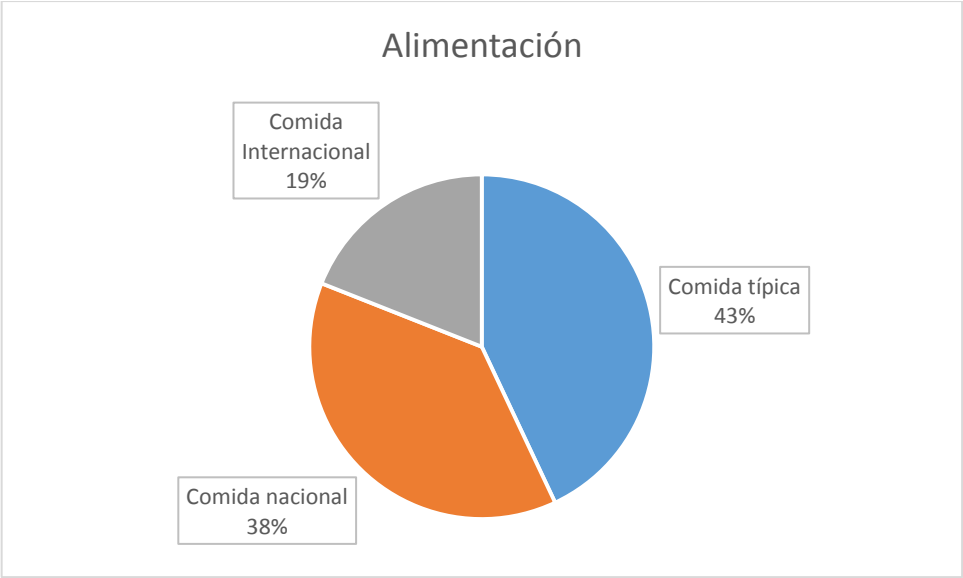


Figura 19. Tipo de alimentación que les gustaría servirse

El 43% de los turistas tanto nacionales como extranjeros desean servirse comida típica de la zona, el 38% comida nacional y el 19% restante le gustaría degustar comida internacional.

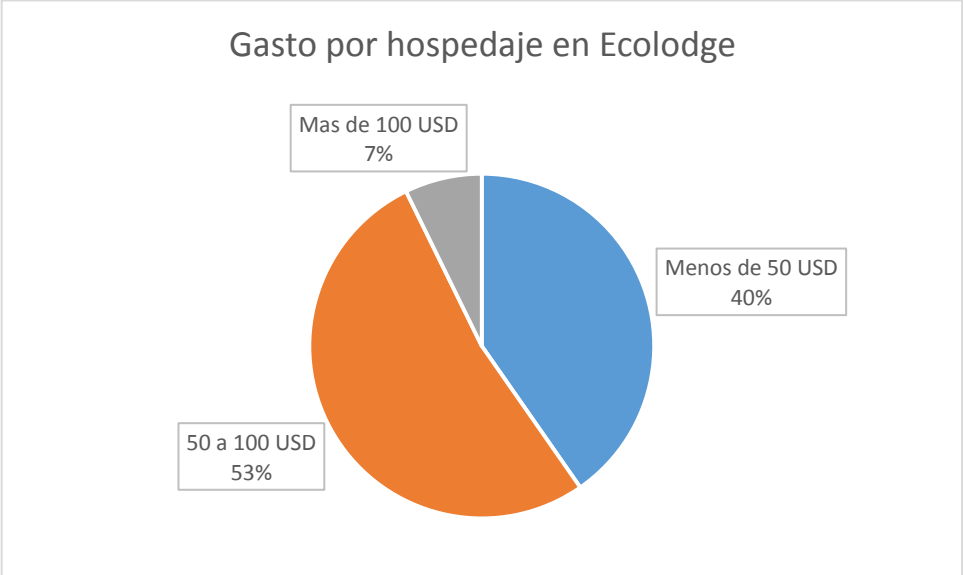


Figura 20. Dispuestos a pagar por el servicio de hospedaje

En la figura 20, se puede apreciar que los turistas nacionales y extranjeros en su mayoría están dispuestos a cancelar un valor de 50,00 a 100,00 dólares americanos (53%) por los servicios de hospedaje, de igual forma el 40% prefiere cancelar por el mismo servicio un valor inferior a los 50,00 dólares americanos y el 7% restante un valor superior a los 100,00 dólares americanos.

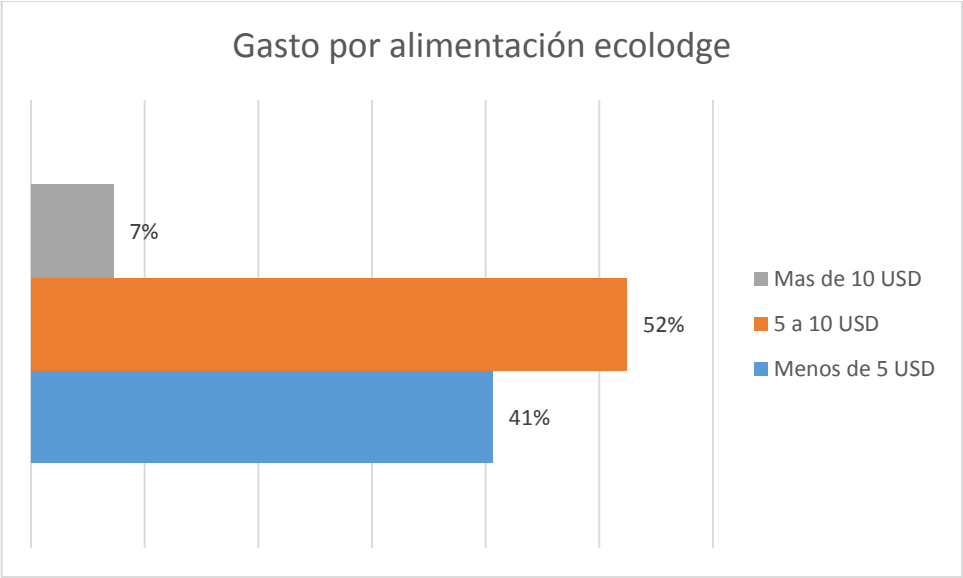


Figura 21. Dispuestos a pagar por el servicio de alimentación

Con respecto a los servicios por alimentación como muestra la figura 21, los turistas nacionales y extranjeros prefieren cancelar un valor de 5,00 a 10,00 dólares (52%).

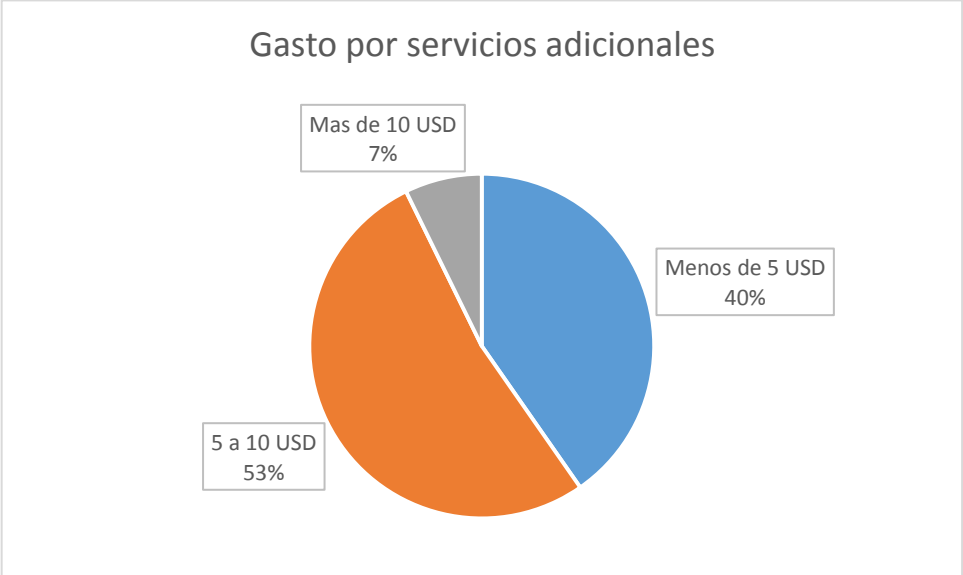


Figura 22. Dispuestos a pagar por servicios adicionales o recreación

Por servicios adicionales o de recreación los turistan prefieren cancelar valores de 5,00 a 10,00 dólares americanos (53%)

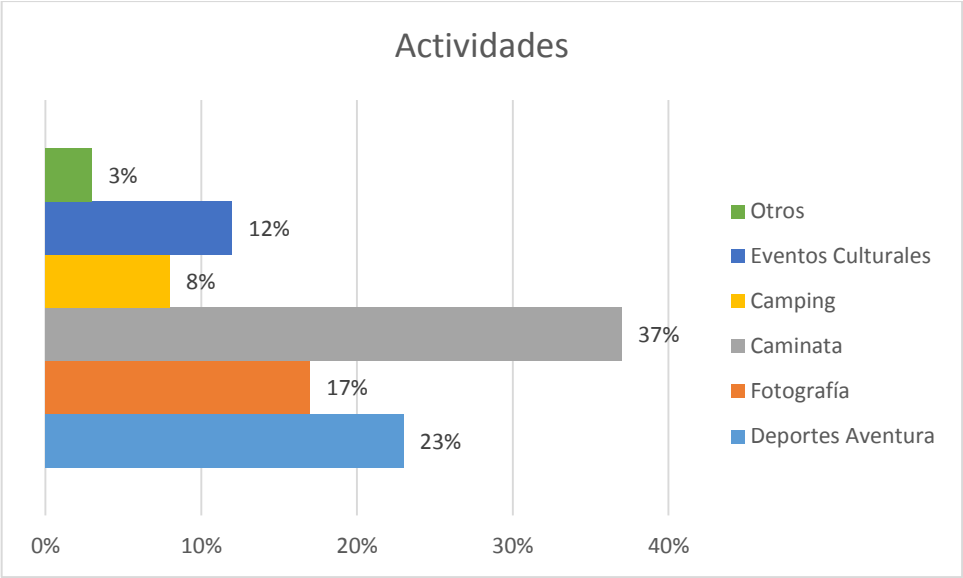


Figura 23. Atividades a realizar en el Ecolodge

Como se puede observar en el gráfico anterior los turistas nacionales y extranjeros les gustaría realizar actividades turísticas como caminatas (37%), deportes de aventura (23%), fotografía (17%), eventos culturales (12%), camping (8%) y otras actividades turísticas o de esparcimiento, o prefieren descansar en lugares tranquilos (3%).

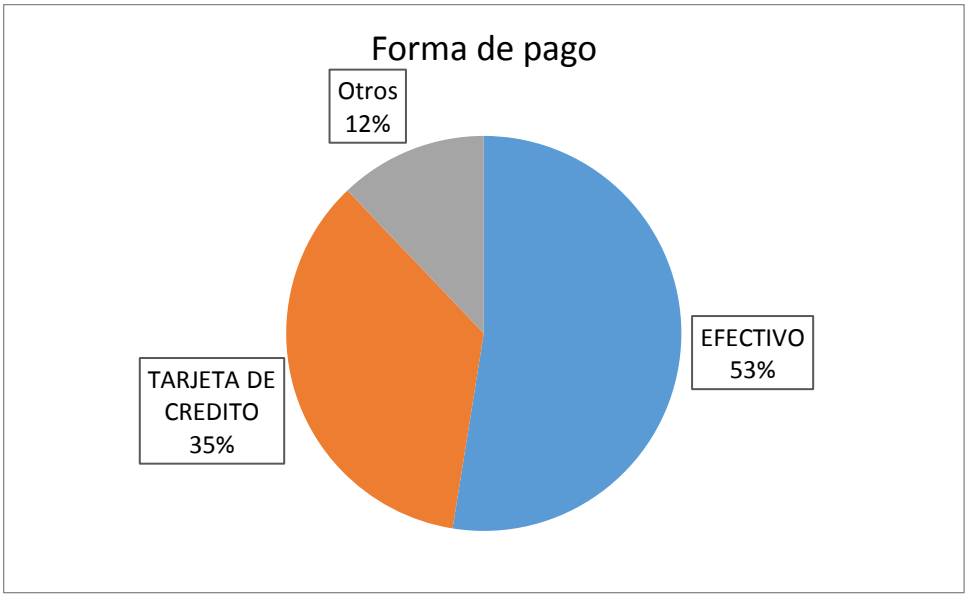


Figura 24. Forma de pago de los turistas nacionales y extranjeros

El método de pago que prefieren los turistas nacionales y extranjeros que visitan la provincia de Morona Santiago es en efectivo (53%), tarjeta de crédito (35%), y otras formas de pago (12%).

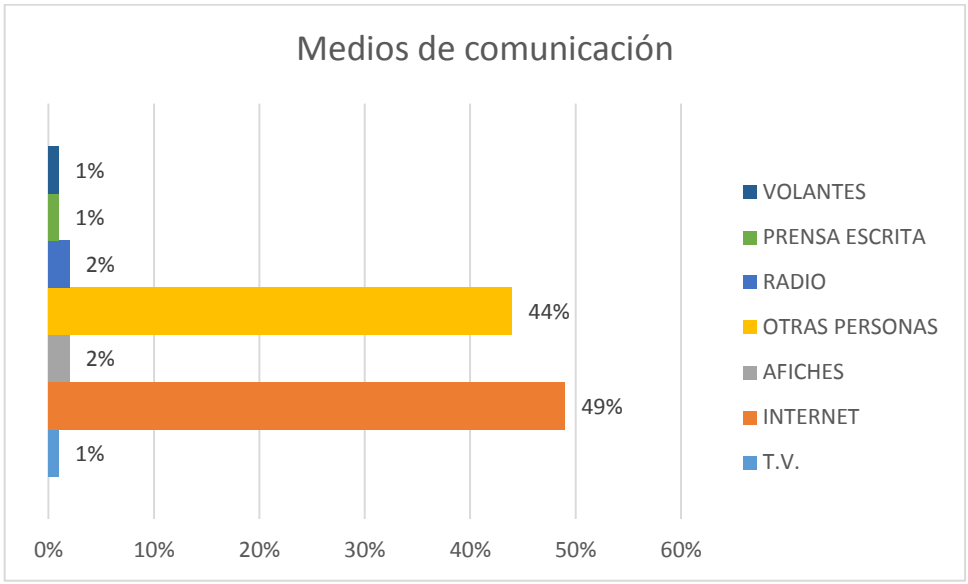


Figura 25. Medios por el cual los turistas se informan de los destinos turísticos

En la figura 25 se puede observar que los turistas se informan por medio del internet (49%) y otras personas (44%), en su mayoría, el resto de turistas se informan por televisón, volantes, radio y afiches (7%).

b) Turistas extranjeros

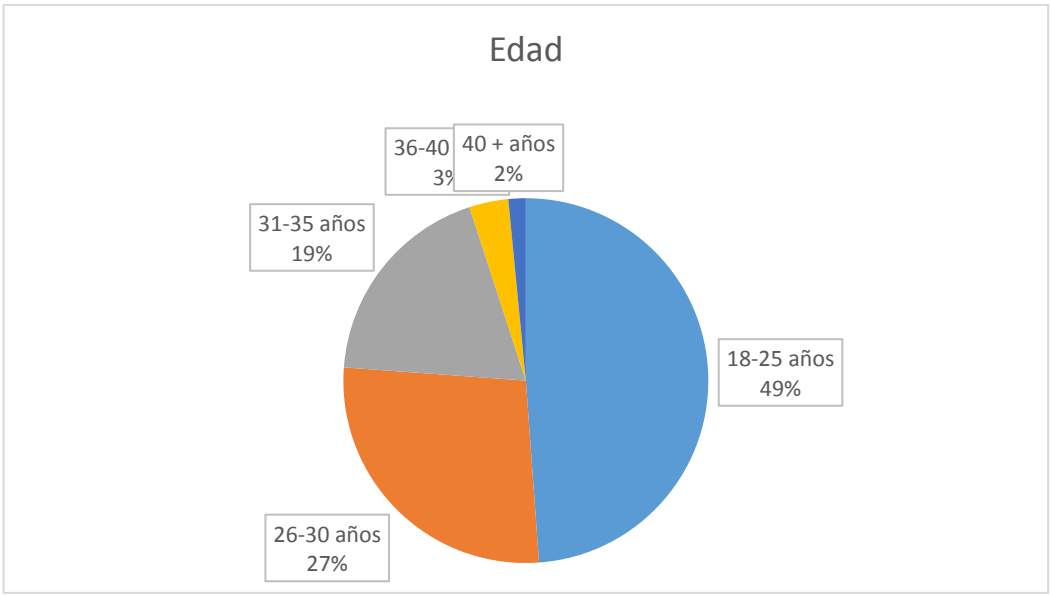


Figura 26. Edad de turistas extranjeros

El 49% de los turistas que visitan la provincia de Morona Santiago tienen entre 18 a 25 años de edad, el 27% tienen entre 26 a 30 años de edad, el 24% restante tienen entre más de 31 años de edad.

Tabla 24. Género de los turistas extranjeros

RANGO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MASCULINO	226	87%
FEMENINO	34	13%
TOTAL	**260**	**100%**

La tabla anterior indica que el 87% de los turistas extranjeros que visitan la provincia de Morona Snatiago son del género masculino, mientras que el 13% restante son del género femenino.

Figura 27. Ocupación de los turistas extranjeros

El 62% de los turistas extranjeros que visitan la provincia de Morona Santiago trabajan en el sector privado, el 38% restante son estudiantes y trabajan en el sector público.

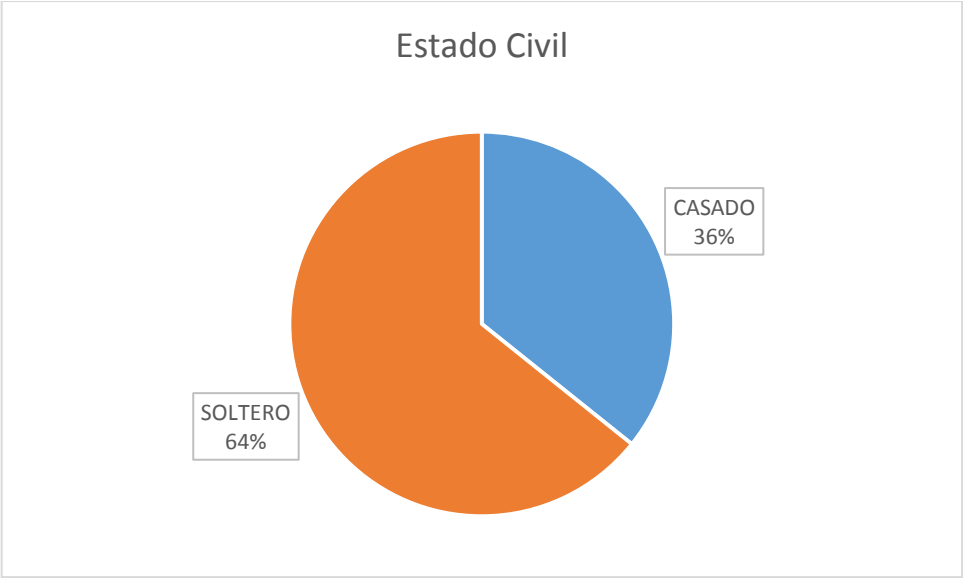


Figura 28. Estado civil de los turistas extranjeros

La figura 28 indica que el 64% de los turistas extranjeros son de estado civil soltero y el 38% restante son casados.

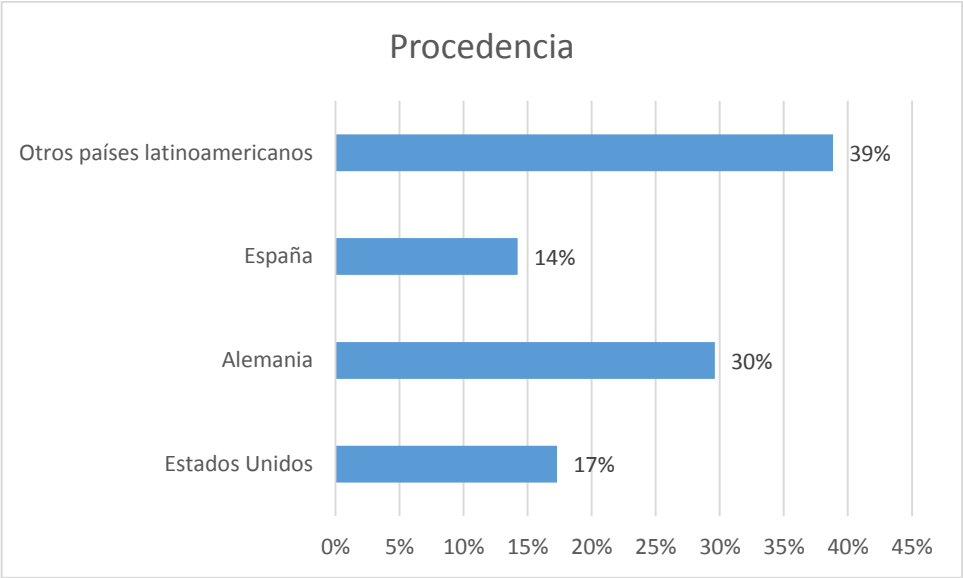


Figura 29. Procedencia de los turistas extranjeros

Como se puede observar en la figura 29, el 39% de los turistas extranjeros que visitan la provincia de Morona Santiago proceden de otros países como Venezuela, Colombia y Perú, el 30% son de Alemania, el 17% provienen de Estados Unidos y el 14% restante arrivan de España.

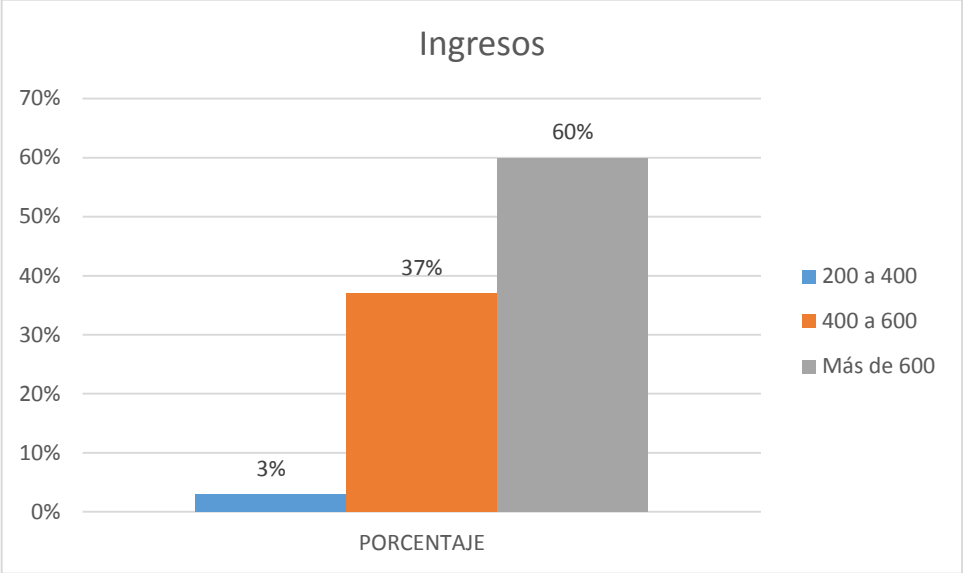


Figura 30. Nivel de ingresos económicos de los turistas extranjeros

El 97% de los turistas extranjeros perciben más de 400 dólares americanos y el 3% restante perciben menos de 400,00 dólares americanos, lo que se puede apreciar en la figura 30.

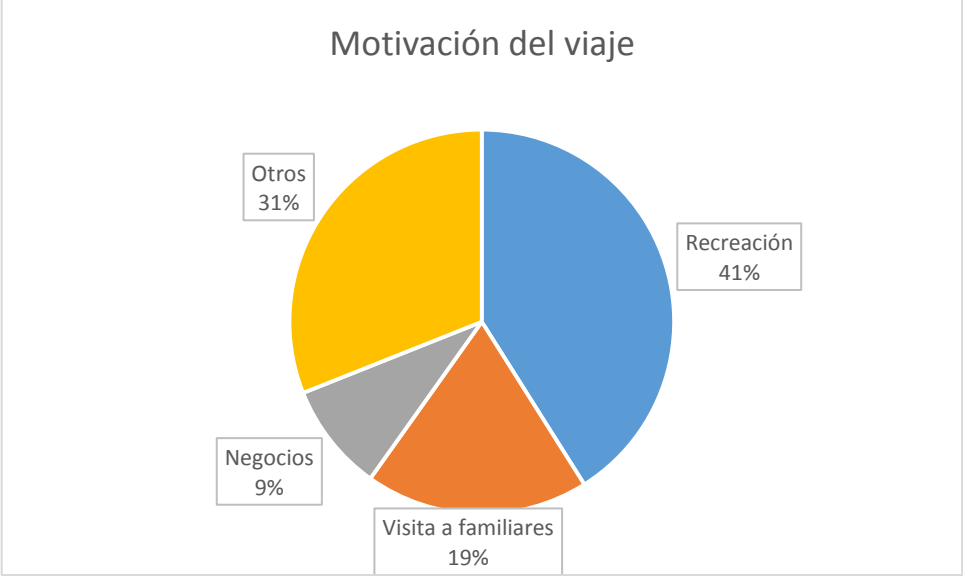


Figura 31. Motivación de viajar de los turistas extranjeros

Figura 31, se puede observar que el 41% de los turistas extranjeros viajan por recreación, el 31% por otros motivos, el 28% restante lo hace por visitar a sus familiares y por negocios.

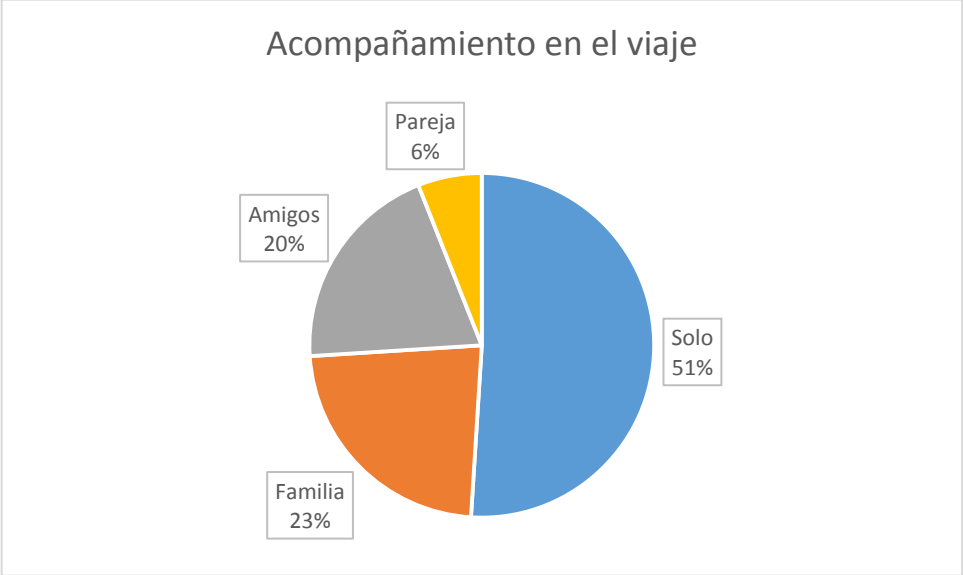


Figura 32. Acompañamiento en el viaje del turista extranjero

Como se puede apreciar en la figura 32, con respecto al acompañamiento en el viaje del turista extranjero, el 51% de turistas prefieren viajar solos, el 23% lo hace en familia y el 26% restante lo hace con su pareja y amigos.

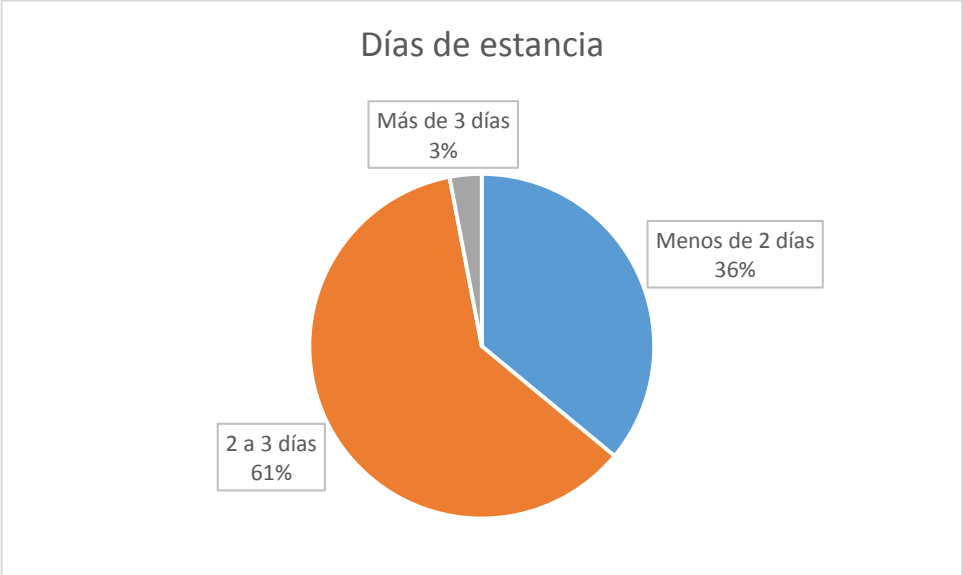


Figura 33. Días de estancia de los turistas extranjeros

La mayoría de turistas extranjeros prefieren permanecer en la provincia de Morona Santiago hasta los tres días (97%), y muy pocas prefieren hacerlo por más de tres días (3%)

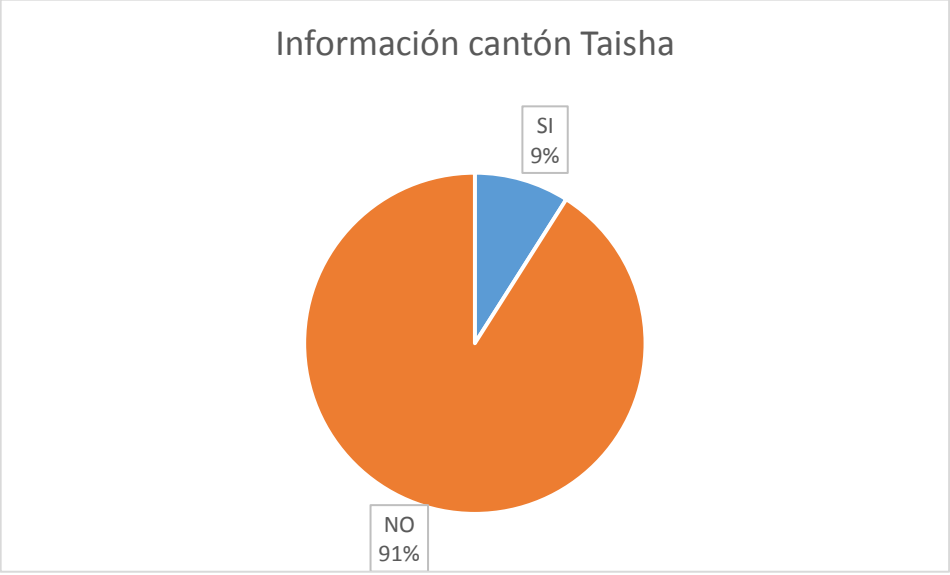


Figura 34. Turistas extranjeros que conocen sobre el cantón Taisha

En la figura 34, se puede apreciar que el 9% de los turistas extranjeros no tienen conocimiento sobre el cantón Taisha, mientras que el 91% no tiene conocimiento sobre el cantón.

Tabla 25. Turistas extranjeros que desean conocer el cantón Taisha

Rango	Frecuencia	Porcentaje
Si	237	100%
No	0	0%
Total	**237**	**100%**

De los turistas que mencionaron no conocer, ni tener información alguna acerca del cantón Taisha en la figura 34, en esta tabla, anuncian que si les gustaría conocer el cantón Taisha.

Tabla 26. Turistas extranjeros desean la creación de un ecolodge

Rango	Frecuencia	Porcentaje
Si	260	100%
No	0	0%
Total	**260**	**100%**

El 100% de los turistas extranjeros mencionan que sí es necesaria la creación de un ecolodge en el cantón Taisha, el mismo que satisfaga sus necesidades.

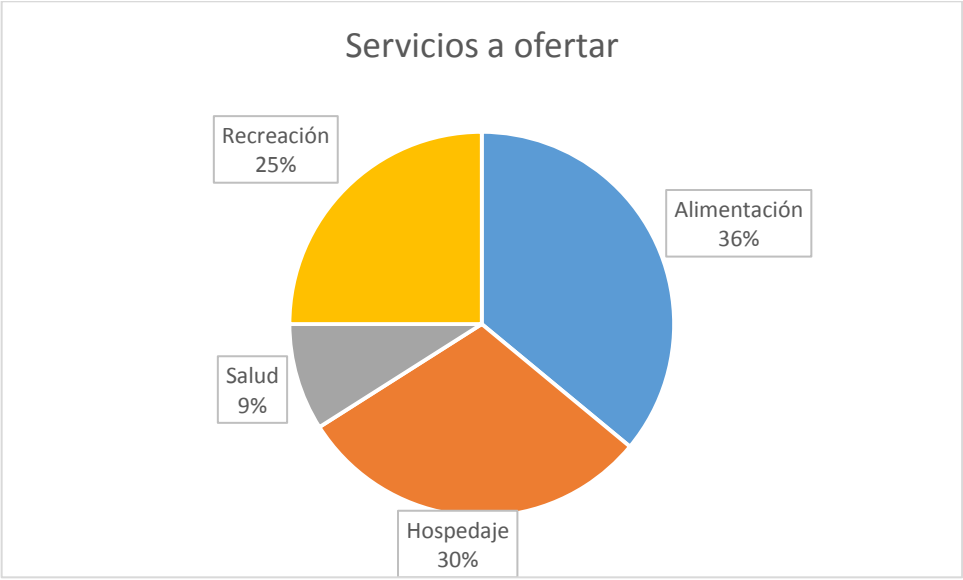


Figura 35. Tipos de servicios que los turistas extranjeron prefieren

En la figura 35 se puede apreciar que con un 25% de los turistas les gusataría que se oferten servicios de recreción en el ecolodge, 9% desean servicios de turismo de salud, el 66% de los turistas restantes les agradaría que el ecolodge brinde los servicios de alimentación y hospedaje.

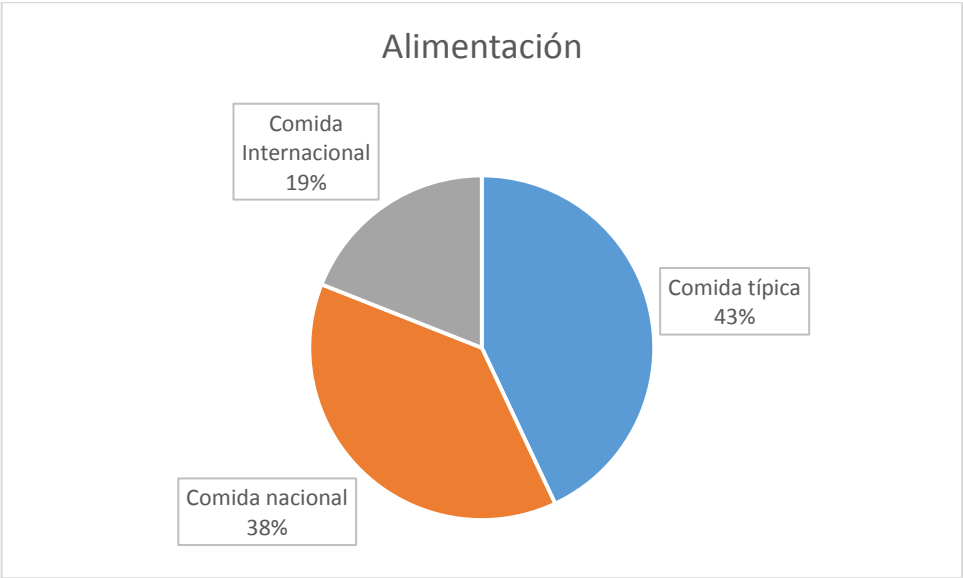


Figura 36. Tipo de alimentación para los turistas extranjeros

El 43% de los turistas tanto nacionales como extranjeros desean servirse comida típica de la zona, el 38% comida nacional y el 19% restante le gustaría degustar comida internacional.

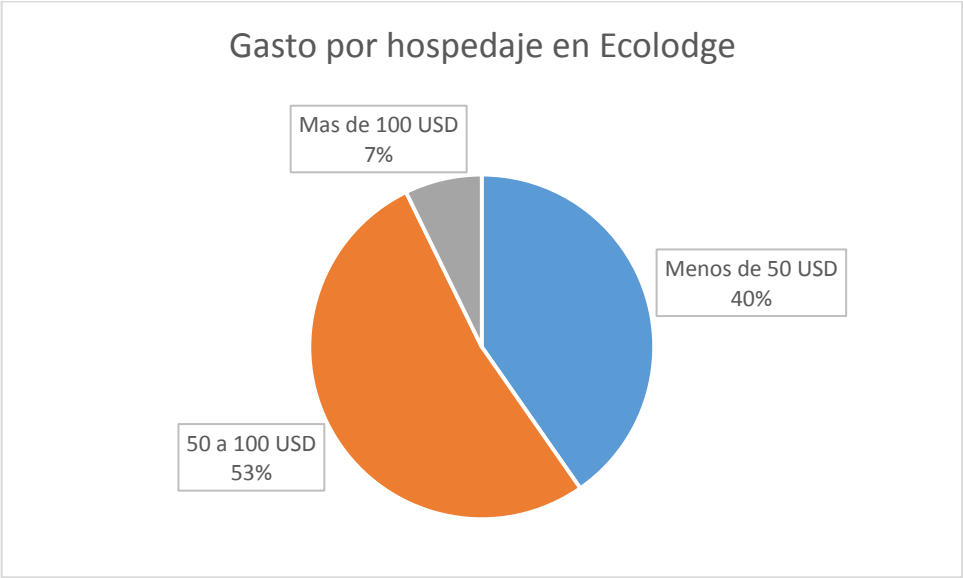


Figura 37. Gastos de los turistas extranjeros por el servicio de hospedaje

En la figura 37, se puede apreciar que los turistas nacionales y extranjeros en su mayoría están dispuestos a cancelar un valor de 50,00 a 100,00 dólares americanos (53%) por los servicios de hospedaje, de igual forma el 40% prefiere cancelar por el mismo servicio un valor inferior a los 50,00 dólares americanos y el 7% restante un valor superior a los 100,00 dólares americanos.

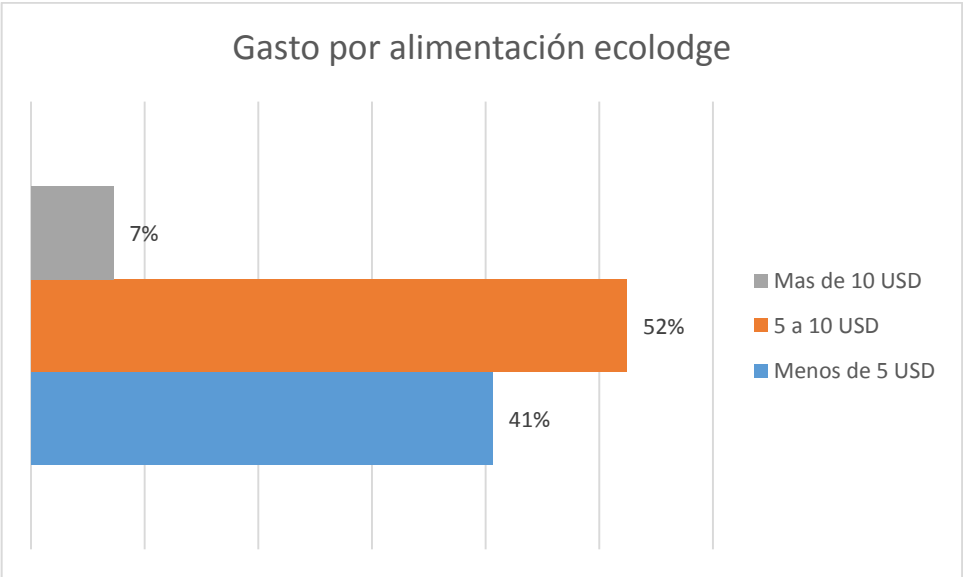


Figura 38. Gastos de los turistas extranjeros por el servicio de alimentación

Con respecto a los servicios por alimentación como muestra la figura 21, los turistas nacionales y extranjeros prefieren cancelar un valor de 5,00 a 10,00 dólares (52%).

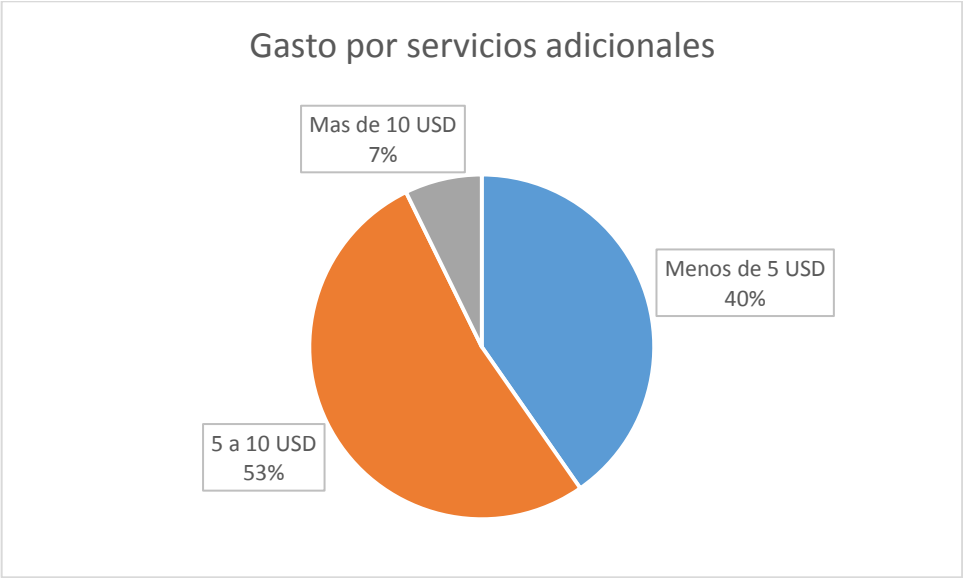


Figura 39. Gastos de los turistas extranjeros por servicios adicionales

Por servicios adicionales o de recreación los turistan prefieren cancelar valores de 5,00 a 10,00 dólares americanos (53%)

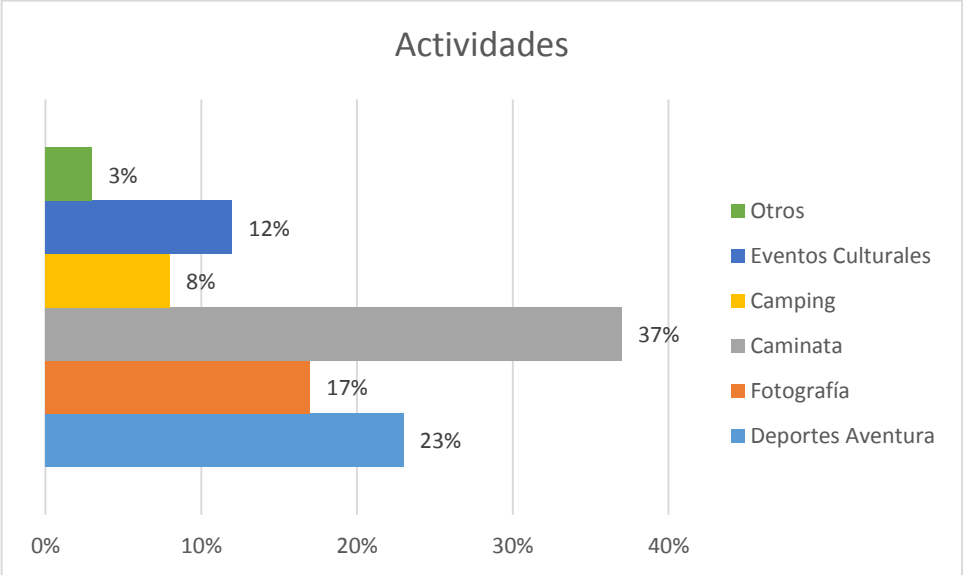


Figura 40. Preferencia de actividades por los turistas extranjeros

Como se puede observar en el gráfico anterior los turistas nacionales y extranjeros les gustaría realizar actividades turísticas como caminatas (37%), deportes de aventura (23%), fotografía

(17%), eventos culturales (12%), camping (8%) y otras actividades turísticas o de esparcimiento, o prefieren descansar en lugares tranquilos (3%).

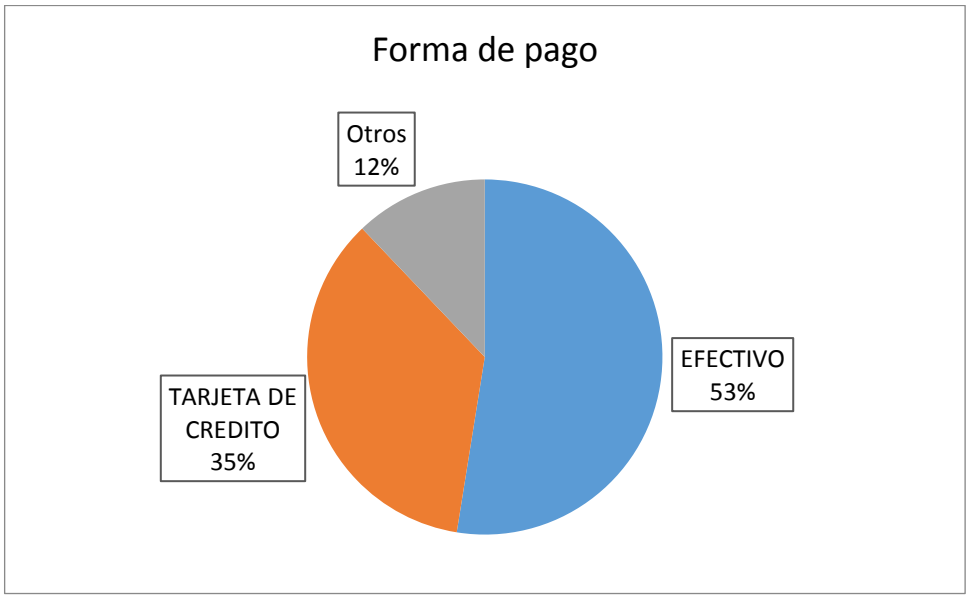


Figura 41. Preferencia de forma de pago de los turistas extranjeros

El método de pago que prefieren los turistas nacionales y extranjeros que visitan la provincia de Morona Santiago es en efectivo (53%), tarjeta de crédito (35%), y otras formas de pago (12%).

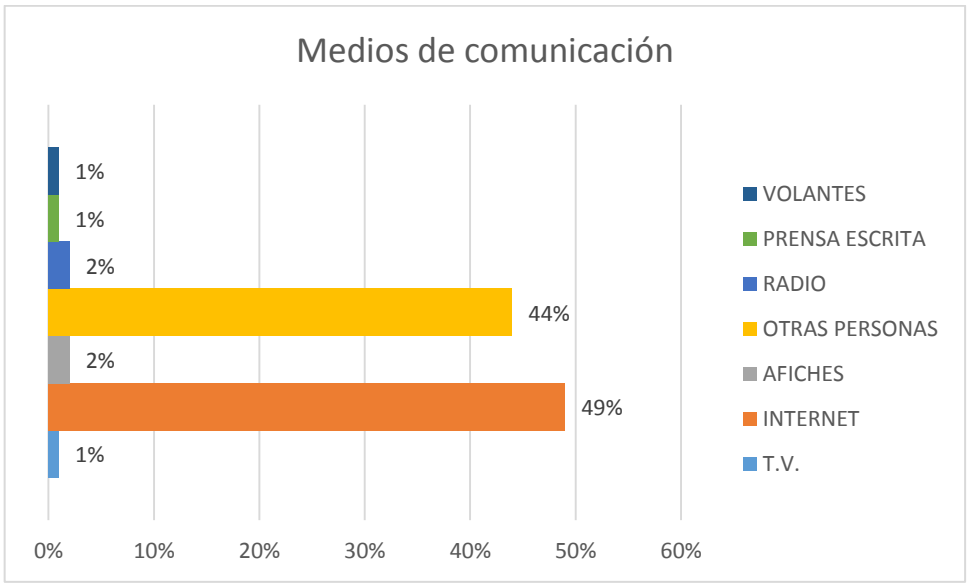


Figura 42. Medios de información de los turistas extranjeros

En la figura 25 se puede observar que los turistas se informan por medio del internet (49%) y otras personas (44%), en su mayoría, el resto de turistas se informan por televisón, volantes, radio y afiches (7%).

4) Perfil del turista

a) Nacionales

El turista nacional que visita la provincia de Morona Santiago tiene de 26 a 40 años de edad (73%), de género masculino (87%), trabaja en una empresa privada (62%), de estado civil casado (73%), proviene de las ciudades de Cuenca (46%) , Quito (19%) y Riobamba (35%%).

Poseen ingresos de más de cuatrocientos dólares mensuales (97%), el motivo de su vista es por visita a otros familiares (38%), recreación (35%), negocios (16%) y otras actividades turísticas y no turísticas (11%), frecuenta viajar con la familia (51%), solos y con amigos (49%), están dispuestos a permanecer de 2 a 3 días en la provincia de Morona Santiago.

Del total de los turistas encuentados el 90% de ellos no conoce el cantón Taisha, de los mismos al 100% les encantaría conocer el cantón y creen que sería una excelente iniciativa la creación de un Ecolodge en el cantón antes mencionado.

A los turistas nacionales les gustaría que el ecolodge ofrezca los servicios de hospedaje, alimentación, recreación y salud, servicios por los cuales estarían predispuestos a cancelar de 1,00 a 100,00 dólares americanos por hospedaje, de 1,00 a 10,00 dólares americanos por alimentación y de 1,00 a 10,00 dólares americanos por servicios adicionales o de recreación que ofrezca el ecolodge.

Entre las actividades que prefieren están las caminatas (37%), deportes extremos (23%), fotografía y eventos culturales (29%), además de otras actividades (11%).

Están dispuestos a cancelar en efectivo (53%), tarjeta de crédito (35%) y por medio de otras formas de pago (12%), el medio de comunicación por el cuál prefieren informarse es por internet o por medio de otras personas, adicionalmente por volantes u otras formas (tarjetas de presentación).

b) Extranjeros

El turista extranjero que visita la provincia de Morona Santiago tiene de 18 a 38 años de edad (76%), de género masculino (87%), trabaja en una empresa privada (62%), de estado civil soltero (64%), proviene de países como Estados Unidos (17%), España (14%), Alemania (30%) y otros países latinoamericanos (39%)

Poseen ingresos de más de cuatrocientos dólares mensuales (97%), el motivo de su vista es por recreación (41%), y otras actividades trísticas y no turísticas (31%), frecuenta viajar con la familia (23%), solos y con amigos (51%), están dispuestos a permanecer hasta 3 días en la provincia de Morona Santiago.

Del total de los turistas encuentados el 91% de ellos no conoce el cantón Taisha, de los mismos al 100% les encantaría conocer el cantón y creen que sería una excelente iniciativa la creación de un Ecolodge en el cantón antes mencionado.

A los turistas extranjeros les gustaría que el ecolodge ofrezca los servicios de hospedaje, alimentación, recreación y salud, servicios por los cuales estarían predispuestos a cancelar de 1,00 a 100,00 dólares americanos por hospedaje, de 1,00 a 10,00 dólares americanos por alimentación y 1,00 a 10,00 dólares americanos por servicios adicionales o de recreación que ofrezca el ecolodge.

Entre las actividades que prefieren están las caminatas (37%), deportes extremos (23%), fotografía y eventos culturales (29%), además de otras actividades (11%).

Están dispuestos a cancelar en efectivo (53%), tarjeta de crédito (35%) y por medio de otras formas de pago (12%), el medio de comunicación por el cuál prefieren informarse es por internet o por medio de otras personas, adicionalmente por volantes u otras formas (tarjetas de presentación).

5) Confrontación oferta - demanda

La confrontación de la oferta-demanda considera como oferta (competencia) establecimientos turísticos que poseen servicios similares a los de la empresa, realizado el análisis se determinan los siguientes resultados:

Demanda insatisfecha = Demanda potencial – Oferta actual
Demanda insatisfecha = 16.468 – 286
Demanda insatisfecha = 16.182

De los visitantes a la provincia, se procede a calcular la demanda potencial en base al porcentaje de aceptación que tendría la oferta turística de la empresa, la diferencia entre este valor y el de la oferta actual (competencia) identifica la demanda insatisfecha de la cual se calcula el porcentaje a captar de conformidad con la capacidad instalada del Ecolodge, la misma que tomamos el 65%, constituyéndose así la demanda objetivo de mercado.

$$\mathbf{Co = Cn\ (1+i)^n}$$

Co = Años a proyectar
Cn = Demanda actual
i = Incremento anual
n = Año a proyectarse

Tabla 27. Proyección de la demanda objetivo

Año	Demanda proyectada	Oferta proyectada	% aceptacion	Demanda insatisfecha	Demanda objetivo
2017	16468	286	15151	14865	9662
2018	17538	305	16135	15831	10290
2019	18678	324	17184	16860	10959
2020	19893	347	18301	17954	11670
2021	21186	371	19491	19120	12428
2022	22563	396	20758	20362	13235

C. VIABILIDAD TÉCNICA

1. Localización del proyecto

a. Macrolocalización

El proyecto estará localizado en la parroquia Macuma, cantón Taisha, provincia de Morona Santiago, república del Ecuador.

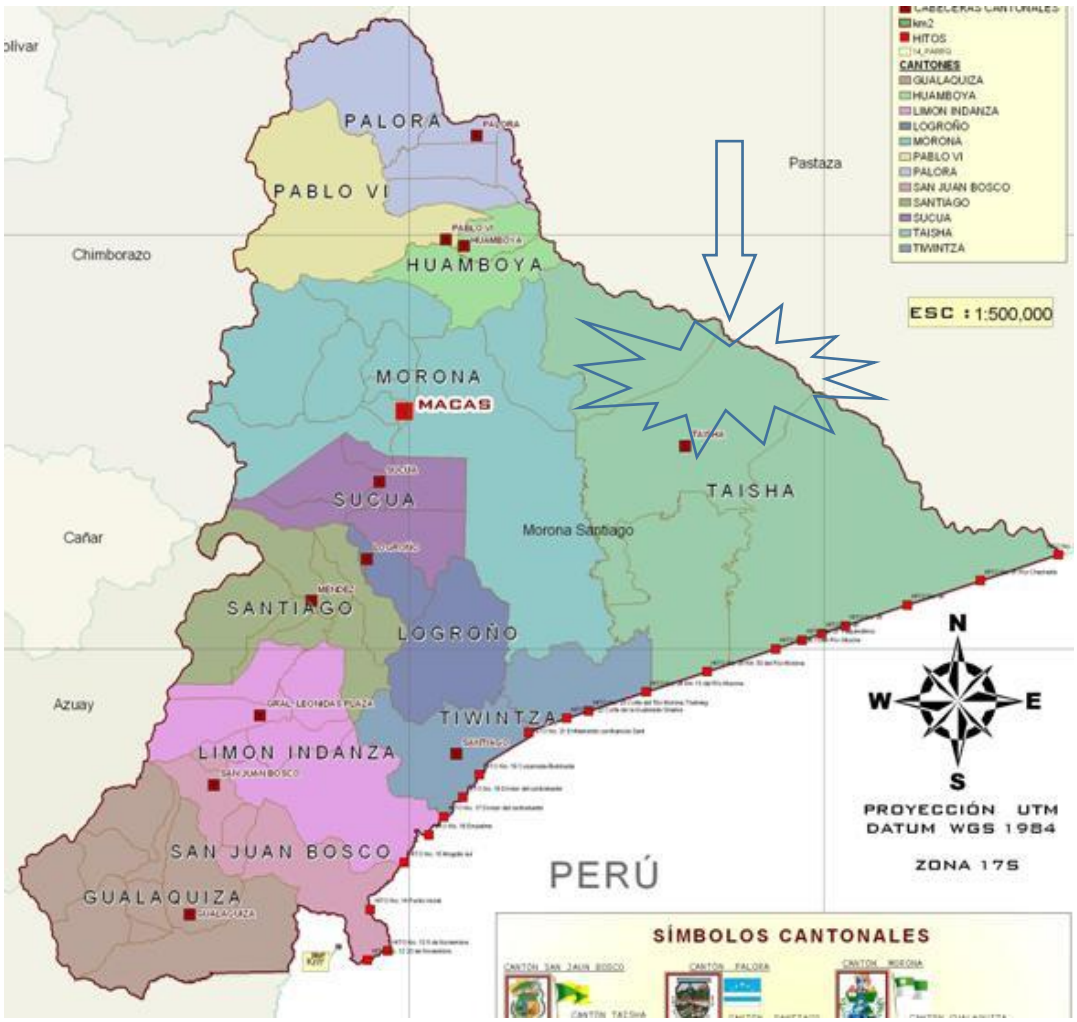


Figura 43. Mapa de ubicación del cantón Taisha

b. Microlocalización

El terreno que se utilizará para el presente proyecto se encuentra ubicado en la comunidad de Yuwints, parroquia Macuma, cantón Taisha, provincia de Morona Santiago.

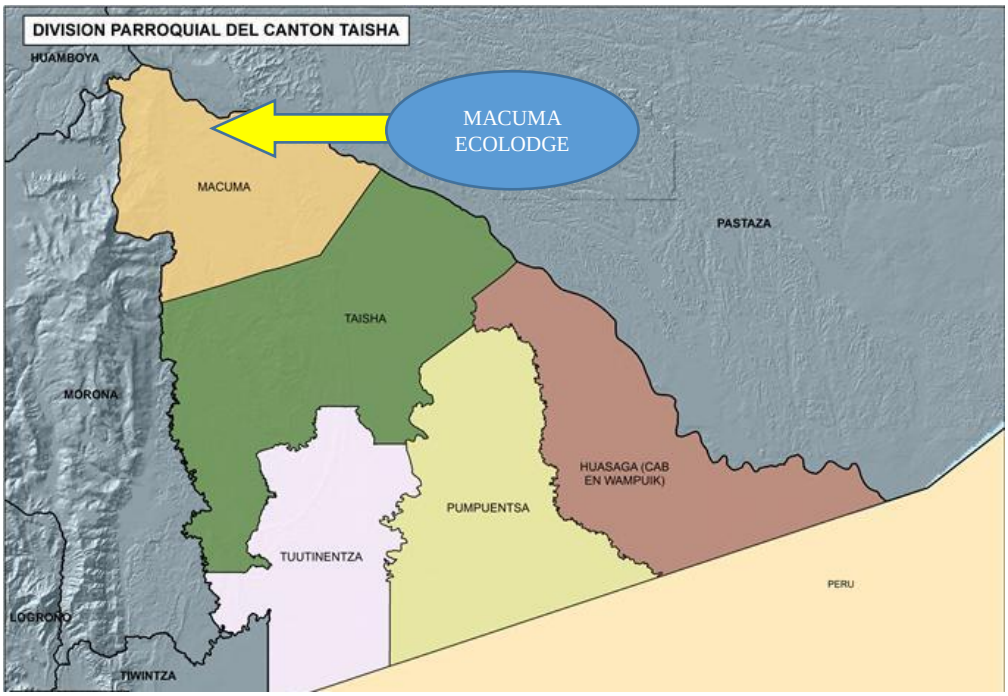


Figura 44. Mapa ubicación del terreno del Ecolodge

2. Tamaño del proyecto

a. Número de clientes proyectados

Tabla 28. Número de clientes proyetados

Año	Demanda objetivo	Mensual	Semanal	Diario
2017	9662	805	201	29
2018	10290	857	214	31
2019	10959	913	228	33
2020	11670	972	243	35
2021	12428	1036	259	37
2022	13235	1103	276	39

b. Consumo aparente con respecto a los servicios demandados

Tabla 29. Proyección de consumidores de los servicios demandados

Año	Demanda objetivo	Alimentación (36%)	Hospedaje (30%)	Salud (9%)	Recreación (25%)
2017	9662	3478	2899	870	2415
2018	10290	3704	3087	926	2572
2019	10959	3945	3288	986	2740
2020	11670	4201	3501	1050	2917
2021	12428	4474	3728	1119	3107
2022	13235	4765	3971	1191	3309

c. Consumo aparente del servicio de alimentación

1) Proyección de los consumidores

Tabla 30. Proyección de los consumidores con respecto al servicio de alimentación

Año	Demanda objetivo	Comida típica (43%)	Comida nacional (38%)	Comida internacional (19%)
2017	3478	1496	1322	661
2018	3704	1593	1408	704
2019	3945	1696	1499	750
2020	4201	1807	1596	798
2021	4474	1924	1700	850
2022	4765	2049	1811	905

2) Derivación y determinación del tamaño del mercado por productos del servicio de alimentación

Tabla 31. Derivación y determinación del mercado por comida típica

Año	Demanda objetivo	Mensual	Semanal	Diario
2017	1496	125	31	4
2018	1593	133	33	5

2019	1696	141	35	5
2020	1807	151	38	5
2021	1924	160	40	6
2022	2049	171	43	6

Tabla 32. Derivación y determinación del mercado por comida nacional

Año	Demanda objetivo	Mensual	Semanal	Diario
2017	1322	110	28	4
2018	1408	117	29	4
2019	1499	125	31	4
2020	1596	133	33	5
2021	1700	142	35	5
2022	1811	151	38	5

Tabla 33. Derivación y determinación del mercado por comida nacional

Año	Demanda objetivo	Mensual	Semanal	Diario
2017	661	55	14	2
2018	704	59	15	2
2019	750	62	16	2
2020	798	67	17	2
2021	850	71	18	3
2022	905	75	19	3

d. Consumo aparente de servicio de alojamiento

1) Derivación y determinación del tamaño de mercado por producto de servicio de alojamiento

Tabla 34. Derivación y determinación del mercado por el servicio de alojamiento

Año	Demanda objetivo	Mensual	Semanal	Diario
2017	2899	242	60	9
2018	3087	257	64	9
2019	3288	274	68	10

2020	3501	292	73	10
2021	3728	311	78	11
2022	3971	331	83	12

e. Consumo aparente del servicio área recreativa

1) Derivación y determinación del tamaño de mercado por productos del servicio de recreación

Tabla 35. Derivación y determinación del mercado por productos del servicio de recreación

Año	Demanda objetivo	Mensual	Semanal	Diario
2017	2415	201	50	7
2018	2572	214	54	8
2019	2740	228	57	8
2020	2917	243	61	9
2021	3107	259	65	9
2022	3309	276	69	10

f. Consumo aparente del servicio de salud

1) Derivación y determinación del tamaño de mercado por productos del servicio de salud

Tabla 36. Derivación y determinación del mercado por productos del servicio salud

Año	Demanda objetivo	Mensual	Semanal	Diario
2017	870	72	18	3
2018	926	77	19	3
2019	986	82	21	3
2020	1050	88	22	3
2021	1119	93	23	3
2022	1191	99	25	4

3. Ingeniería del proyecto

a. Flujograma del proceso productivo general de servicios del proyecto turístico

El presente proyecto turístico oferta cuatro servicios principales: hospedaje, alimentación y recreación, que tienen como características principales la flexibilidad, ya que deben ser adaptados a las solicitudes del cliente; y el factor humano, siendo los trabajadores quienes son los intermediarios para brindar el servicio, por lo cual es necesario y fundamental la capacitación al personal laboral.

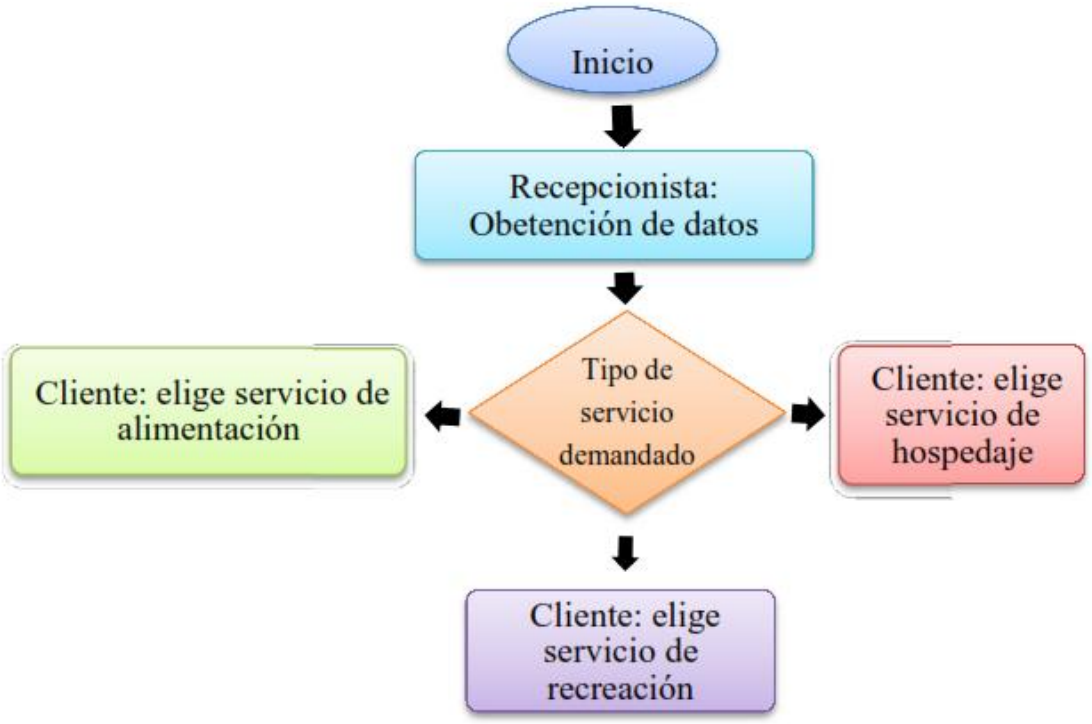


Figura 45. Flujograma general de prestación de servicios turísticos del Ecolodge

1) **Servicio de hospedaje**

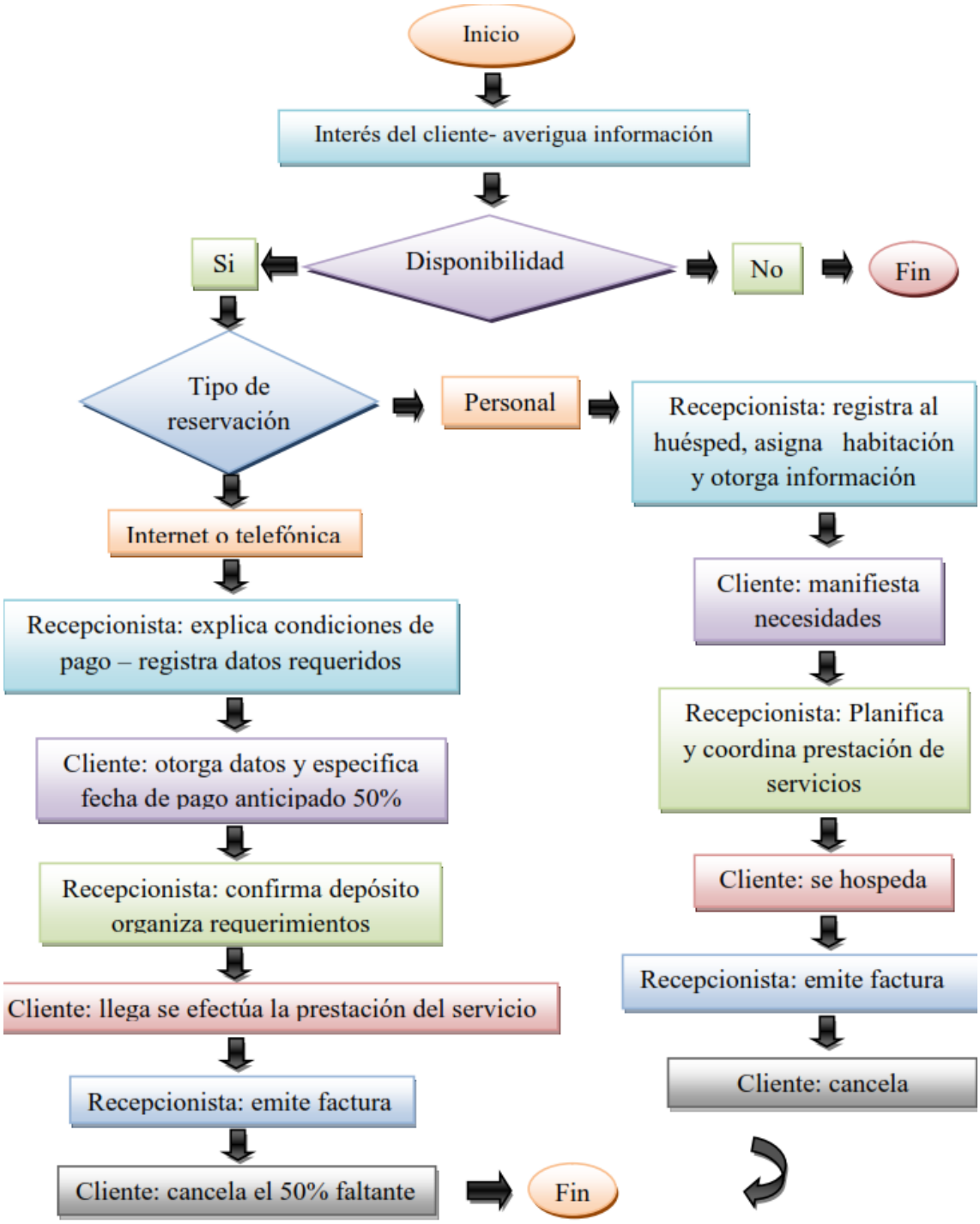


Figura 46. Flujograma del servicio de hospedaje

2) Servicio de alimentación

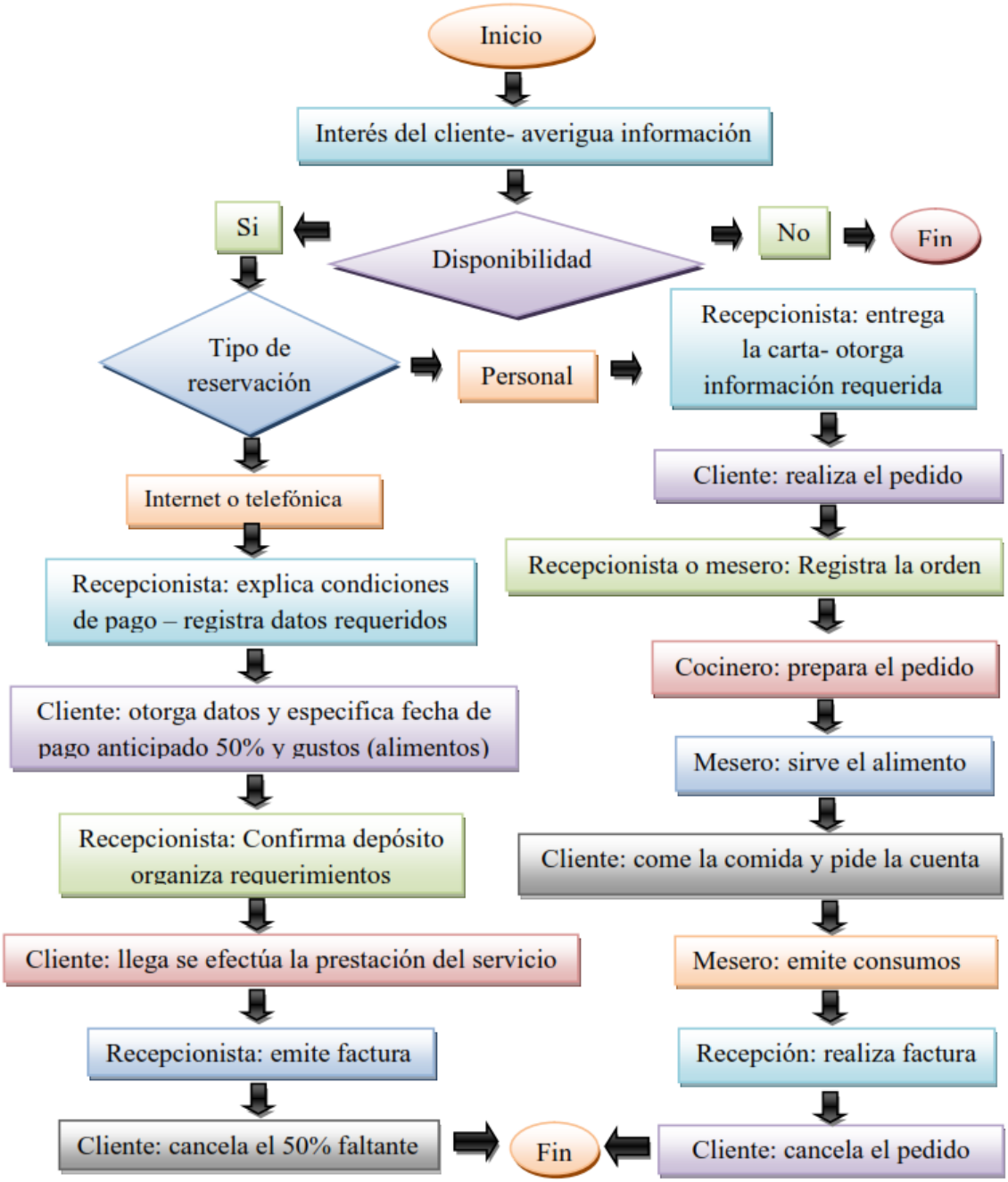


Figura 47. Flujograma del servicio de alimentación

3) Servicio de recreación

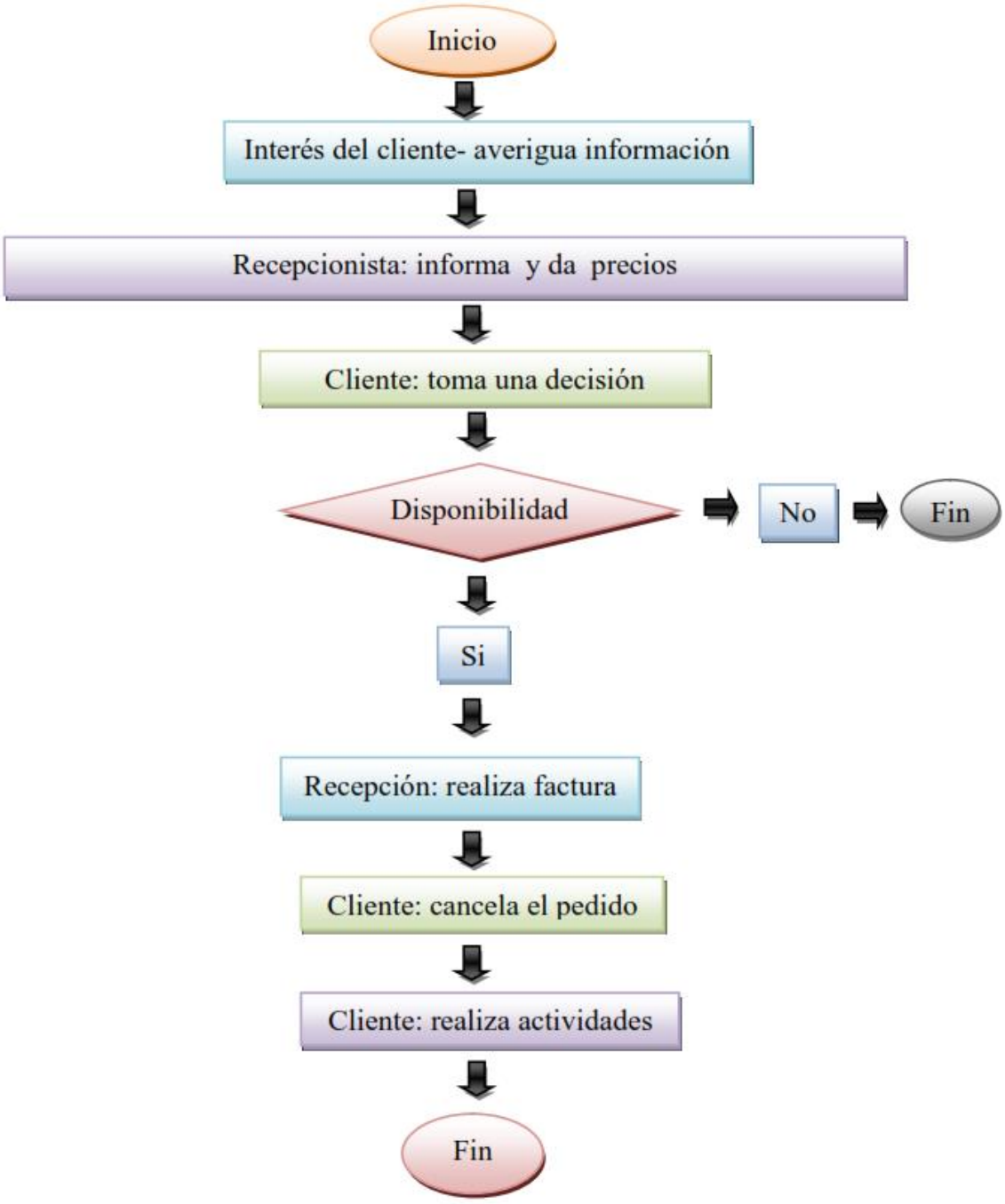


Figura 48. Flujograma del servicio de recreación

b. Requerimientos de instalaciones

1) Definición y organización del espacio

Tabla 37. Organización del espacio del Ecolodge

Descripción	Detalle
Zona recepción	Recepción
	Bodega
	Sala común
	Área de ventas
Zona de hospedaje	14 Habitaciones (1 cabaña)
	Baños, duchas, vestidores
	Lavandería, bodega
Zona de alimentación	Cocina
	Bodega
	Comedor, recepción
	Baños
Zona Especial	Control de baterias
	Tratamiento de aguas servidas
	Tratamiento de de agua de consumo
	Generador de energía eléctrica
Zona de huertos	Plantas para consumo

2) Necesidades de construcción

Las necesidades de construcción se identificaron en función de los requerimientos básicos que nos permitan brindar al turista los servicios demandados.

Tabla 38. Necesidades de construcción.

Zona recepción
1 mostrador
1 mueble tipo recepción
1 baño
3 sillones
1 mesa de sala pequeña
Mostradores de madera y aluminio
Muebles en bodega
Zona hospedaje
13 habitaciones
1 cama de 2 plazas
2 literas
2 veladores
1 closet
1 mueble individual
2 sillas

	1 escritorio mediano
	1 caja fuerte
	1 mesa pequeña tipo velador
	1 refrigerador pequeño
	1 hamaca
	Zona bodegas y lavandería
	Generadores de energía
	Baterías de paneles solares
	2 closets grandes
	1 almacenador de comida
	3 lavadoras
	3 secadoras
	1 Closet de ropa grande
	1 mesa tipo escritorio grande
	2 planchadores
	2 planchas
	10 tinas para ropa
	Zona restaurante
	30 mesas
	200 sillas
	1 cocina
	1 zona de dj
	1 escenario
	1 baño hombres
	1 baño mujeres
	Zona tratamiento de aguas y reciclaje, generador de energía
	Equipos y máquinas necesarias para el tratamiento de aguas, reciclaje y generadores de energía hidraúlica y fotovoltaica.

3) Presupuesto de instalaciones

Tabla 39. Presupuesto de construcción de una cabaña

Item	Código	Descripción	Unidad	Cantidad	P.U.	P. Total
1	501010	Replanteo y nivelación	m2	14,25	0,35	4,99
2	515033	Excavación retroexcavadora, zanja 0-2m, material sin clasificar, cuchara 60cm	m3	8,03	3,01	24,18
3	518011	Hormigón Ciclopeo 60% HS y 40% piedra	m^3	2,60	134,25	348,51
4	503055	Hormigón de 210 kg/cm2 para cadenas de cimientos	M3	0,92	200,82	185,18
5	520004	Acero de refuerzo en barras FY=4200Kg/cm2	Kg	161,65	2,41	389,58
6	503016	Replantillo de piedra e=15 cm	m^2	12,25	5,54	67,87
7	503015	Hormigón 180 kg/cm^2 para piso paleteado e=5cm + malla electrosoldada cuadros 15x15 cm; R64	m^2	12,25	12,52	153,37

8	507094	Vigas de madera de 15x15cm	Ml	81,75	10,79	882,08
9	507034	Guadua inmunizada por quemado	m²	68,05	9,82	668,20
10	507095	Columna de madera de 15x15cm	Ml	30,00	10,98	329,40
11	510001	Punto de instalación de agua, Llave, inodoro, lavamanos, ducha	U	3,00	2,20	6,60
12	511002	Sum. e Ins. Inodoro con fluxómetro	U	1,00	208,00	208,00
13	511009	Lavamanos	u	1,00	72,42	72,42
14	524002	Sum. Inst. de Tina incluye accesorios	u	1,00	353,11	353,11
15	513038	Punto de luz (foco, interruptor, tomacorriente)	Pto.	12,00	22,65	271,80
16	513006	Foco ahorrador instalado	u	5,00	19,80	99,00
17	513005	Instalación de Ventilador y tomacorriente	Pto.	5,00	35,90	179,50
18	513086	Interruptor doble instalado	Pto.	2,00	23,71	47,42
19	507083	Puerta de madera baño 80cm	u	1,00	131,09	131,09
20	507096	Puerta aluminio y vidrio 6mm	m2	5,25	110,71	581,23
21	507097	Puerta de madera	u	1,00	152,10	152,10
22	524001	Sum. Inst. de Closet	ml	3,00	270,22	810,66
23	506002	Sum. Inst. de piso flotante	m²	42,11	21,92	923,05
24	508034	Cerámica de 30x30 cm en paredes y piso	m²	4,14	21,76	90,09
25	509037	Cielo raso de gypsum anti-humedad incluye estucado	m2	42,11	31,11	1.310,04
26	509041	Cubierta de paja toquilla	m2	46,25	16,04	741,85
					SUBTOTAL	9.031,32
					IVA 12%	1.083,76
					TOTAL	**10.115,07**

Tabla 40. Presupuesto de construcción de zona de recepción

Item	Código	Descripción	Unidad	Cantidad	P.Unitario	P.Total
1	501010	Replanteo y nivelación	m2	49,29	0,36	17,74
2	515033	Excavación retroexcavadora, zanja 0-2m, material sin clasificar, cuchara 60cm	m3	7,37	3,01	22,18
3	518011	Hormigón Ciclopeo 60% HS y 40% piedra	m³	2,44	134,27	327,62
4	503067	Replantillo de piedra h=20 cm	m²	49,29	9,20	453,47
5	503013	Hormigón 210 kg/cm² fundido en losas (incluye encofrado), paleteado superficial	m³	49,29	268,40	13.229,44
6	503011	Hormigón 210 kg/cm² columnas (incluye encofrado).	m³	1,88	245,38	460,09
7	503012	Hormigón 210 kg/cm² fundido en vigas y/o losas	m³	2,44	260,68	636,06
8	503058	Malla Electrosoldada Armex R 64 (6.25 x 2.4) en losas de concreto	m2	49,29	3,38	166,60
9	520004	Acero de refuerzo en barras FY=4200Kg/cm2	kg	257,61	2,40	618,26
10	506008	Porcelanato colocado en pisos	m²	47,50	46,28	2.198,30
11	503038	Mamposteria de Ladrillo 28 x 14 x 7, con mortero 1:3	m²	79,30	23,47	1.861,17
12	505004	Enlucido Horizontal	m²	91,35	5,51	503,34
13	508002	Pintura para paredes y zócalos, int., ext. (2 manos) de látex, ó	m²	91,35	2,56	233,86

		caucho				
14	509037	Cielo raso de gypsum anti-humedad incluye estucado	m2	49,29	31,12	1.533,90
15	507011	Ventana de aluminio y vidrio	m²	16,00	74,64	1.194,24
16	507096	Puerta aluminio y vidrio 6mm	m2	8,40	110,71	929,96
17	513038	Punto de luz (foco, interruptor, tomacorriente)	Pto.	12,00	22,64	271,68
18	513086	Interruptor doble instalado	Pto.	4,00	23,71	94,84
19	513006	Foco ahorrador instalado	u	8,00	19,79	158,32
20	510001	Punto de instalación de agua, Llave, inodoro, lavamanos, ducha	u	2,00	2,21	4,42
21	511003	Sum. e Ins. Inodoro coronet	u	1,00	87,23	87,23
22	511001	Sum. e inst. de lavamanos con pedestal	u	1,00	60,72	60,72
23	508016	Piedra ornamental en paredes	m²	27,60	59,50	1.642,20
24	509026	Cubierta teja metálica	m2	55,00	24,55	1.350,25
					SUBTOTAL	28.055,89
					IVA 12%	3.366,71
					TOTAL	**31.422,60**

Tabla 41. Presupuesto de construcción de zona de restaurante

Item	Código	Descripción	U.	Cant.	P.U.	P. Total
1	501010	Replanteo y nivelación	m2	1.086,22	0,36	391,04
2	515033	Excavación retroexcavadora, zanja 0-2m, material sin clasificar, cuchara 60cm	m3	133,19	3,01	400,90
3	517003	Desalojo de material en volquete	m³	173,15	5,77	999,05
4	518011	Hormigón Ciclopeo 60% HS y 40% piedra	m³	133,19	134,27	17.883,35
5	503055	Hormigón de 210 kg/cm2 para cadenas de cimientos	m³	12,28	200,84	2.467,12
6	503012	Hormigón 210 kg/cm² fundido en vigas y/o losas	m³	54,31	260,68	14.157,73
7	503032	Hormigón 210 kg/cm² fundido en escaleras (incluye encofado)	m³	3,60	262,37	944,53
8	503011	Hormigón 210 kg/cm² columnas (incluye encofrado).	m³	3,44	245,38	843,49
9	503058	Malla Electrosoldada Armex R 64 (6.25 x 2.4) en losas de concreto	m2	987,00	3,38	3.336,06
10	520004	Acero de refuerzo en barras FY=4200Kg/cm2	kg	475,32	2,40	1.140,77
11	503067	Replantillo de piedra h=20 cm	m²	987,00	9,20	9.080,40
12	503006	Mampostería de Bloque de concreto 15x20x40	m²	1,00	17,11	17,11
13	508016	Piedra ornamental en paredes	m²	1,00	59,50	59,50
14	509041	Cubierta de paja toquilla	m2	1.100,00	16,04	17.644,00
1		**Restaurant**				**31.957,38**
1.001		Salón				23.744,28
1.001.001	506008	Porcelanato colocado en pisos	m²	199,00	46,28	9.209,72
1.001.002	506014	Piso flotante colocado	m²	60,90	24,56	1.495,70
1.001.003	506031	Piso duela eucalipto pulido y lacado	m²	19,43	21,71	421,72
1.001.004	505015	Enlucido paleteado más estucado	m²	1,00	8,32	8,32
1.001.005	508013	Pintura para paredes y zócalos, int., ext. (2 manos) de esmalte	m²	1,00	3,94	3,94

1.001.006	507096	Puerta aluminio y vidrio 6mm	m2	23,52	110,71	2.603,90
1.001.007	507011	Ventana de aluminio y vidrio	m²	1,00	74,64	74,64
1.001.008	509037	Cielo raso de gypsum anti-humedad incluye estucado	m2	279,33	31,12	8.692,59
1.001.009	513038	Punto de luz (foco, interruptor, tomacorriente)	pto	29,00	22,64	656,56
1.001.010	513006	Foco ahorrador instalado	u	15,00	19,79	296,85
1.001.011	513086	Interruptor doble instalado	pto	6,00	23,71	142,26
1.001.012	513085	Tomacorriente doble 110V-30A	u	8,00	17,26	138,08
1.002		Bar				2.110,40
1.002.001	506003	Piso cerámico alto tráfico antideslizante 40x40 cm, MOHS 8.	m²	21,03	24,58	516,79
1.002.002	508013	Pintura para paredes y zócalos, int., ext. (2 manos) de esmalte	m²	1,00	3,94	3,94
1.002.003	503029	Mesón de hormigón e=0.10 m	m²	4,60	43,21	198,77
1.002.004	508034	Cerámica de 30x30 cm en paredes y piso	m²	2,76	21,77	60,09
1.002.005	510001	Punto de instalación de agua, Llave, inodoro, lavamanos, ducha	u	1,00	2,21	2,21
1.002.006	507064	Fregadero de acero inoxidable un pozo, una falda	u	1,00	87,29	87,29
1.002.007	507097	Puerta de madera	u	1,00	152,10	152,10
1.002.008	513038	Punto de luz (foco, interruptor, tomacorriente)	pto	10,00	22,64	226,40
1.002.009	513006	Foco ahorrador instalado	u	4,00	19,79	79,16
1.002.010	513086	Interruptor doble instalado	pto	4,00	23,71	94,84
1.002.011	513085	Tomacorriente doble 110V-30A	u	2,00	17,26	34,52
1.002.012	509037	Cielo raso de gypsum anti-humedad incluye estucado	m2	21,03	31,12	654,30
1.003		Baños				2.948,24
1.003.001	508013	Pintura para paredes y zócalos, int., ext. (2 manos) de esmalte	m²	1,00	3,94	3,94
1.003.002	506003	Piso cerámico alto tráfico antideslizante 40x40 cm, MOHS 8.	m²	29,16	24,58	716,75
1.003.003	510001	Punto de instalación de agua, Llave, inodoro, lavamanos, ducha	u	14,00	2,21	30,94
1.003.004	511003	Sum. e Ins. Inodoro coronet	u	5,00	87,23	436,15
1.003.005	511004	Sum. e inst. de lavamanos oakbrook 4" 8" color suave	u	7,00	76,90	538,30
1.003.006	511005	Sum. e Ins. Urinario Colby	u	2,00	200,44	400,88
1.003.007	507004	Sum, inst. Puerta de madera	m²	5,00	71,38	356,90
1.003.008	503002	Instalación de espejo	m²	4,00	30,54	122,16
1.003.009	513038	Punto de luz (foco, interruptor, tomacorriente)	pto	8,00	22,64	181,12
1.003.010	513006	Foco ahorrador instalado	u	4,00	19,79	79,16
1.003.011	513086	Interruptor doble instalado	pto	2,00	23,71	47,42
1.003.012	513085	Tomacorriente doble 110V-30A	u	2,00	17,26	34,52
1.004		Cocina				3.154,45
1.004.001	506003	Piso cerámico alto tráfico antideslizante 40x40 cm, MOHS 8.	m²	29,30	24,58	720,19
1.004.002	508013	Pintura para paredes y zócalos, int., ext. (2 manos) de esmalte	m²	18,92	3,94	74,53
1.004.003	503029	Mesón de hormigón e=0.10 m	m²	5,75	43,21	248,46
1.004.004	508034	Cerámica de 30x30 cm en paredes y piso	m²	6,48	21,77	140,96
1.004.005	510001	Punto de instalación de agua, Llave, inodoro, lavamanos, ducha	u	2,00	2,21	4,42
1.004.006	515027	Sum. e inst. de Fregadero 2 pozo	u	1,00	199,79	199,79
1.004.007	513038	Punto de luz (foco, interruptor, tomacorriente)	pto	7,00	22,64	158,48
1.004.008	513006	Foco ahorrador instalado	u	4,00	19,79	79,16

1.004.009	513086	Interruptor doble instalado	pto	1,00	23,71	23,71
1.004.010	513085	Tomacorriente doble 110V-30A	u	2,00	17,26	34,52
1.004.011	524004	Extractor de olores	u	1,00	1.470,23	1.470,23
2		**Sala de juegos**				**5.951,19**
2.001	506014	Piso flotante colocado	m²	80,03	24,56	1.965,41
2.002	505015	Enlucido paleteado más estucado	m²	85,54	8,32	711,69
2.003	508013	Pintura para paredes y zócalos, int., ext. (2 manos) de esmalte	m²	85,54	3,94	337,03
2.004	507096	Puerta aluminio y vidrio 6mm	m2	1,71	110,71	189,31
2.005	509037	Cielo raso de gypsum anti-humedad incluye estucado	m2	80,03	31,12	2.490,38
2.006	513038	Punto de luz (foco, interruptor, tomacorriente)	pto	6,00	22,64	135,84
2.007	513006	Foco ahorrador instalado	u	2,00	19,79	39,58
2.008	513086	Interruptor doble instalado	pto	2,00	23,71	47,42
2.009	513085	Tomacorriente doble 110V-30A	u	2,00	17,26	34,52
3		**Salón de eventos**				**33.261,09**
3.001		Salón				28.202,44
3.001.001	506008	Porcelanato colocado en pisos	m²	343,00	46,28	15.874,04
3.001.002	506031	Piso duela eucalipto pulido y lacado	m²	19,25	21,71	417,92
3.001.003	505015	Enlucido paleteado más estucado	m²	1,00	8,32	8,32
3.001.004	508013	Pintura para paredes y zócalos, int., ext. (2 manos) de esmalte	m²	1,00	3,94	3,94
3.001.005	507096	Puerta aluminio y vidrio 6mm	m2	4,20	110,71	464,98
3.001.006	507011	Ventana de aluminio y vidrio	m²	1,00	74,64	74,64
3.001.007	509037	Cielo raso de gypsum anti-humedad incluye estucado	m2	343,00	31,12	10.674,16
3.001.008	513038	Punto de luz (foco, interruptor, tomacorriente)	pto	16,00	22,64	362,24
3.001.009	513006	Foco ahorrador instalado	u	8,00	19,79	158,32
3.001.010	513086	Interruptor doble instalado	pto	4,00	23,71	94,84
3.001.011	513085	Tomacorriente doble 110V-30A	u	4,00	17,26	69,04
3.002		Bar				2.110,40
3.002.001	506003	Piso cerámico alto tráfico antideslizante 40x40 cm, MOHS 8.	m²	21,03	24,58	516,79
3.002.002	508013	Pintura para paredes y zócalos, int., ext. (2 manos) de esmalte	m²	1,00	3,94	3,94
3.002.003	503029	Mesón de hormigón e=0.10 m	m²	4,60	43,21	198,77
3.002.004	508034	Cerámica de 30x30 cm en paredes y piso	m²	2,76	21,77	60,09
3.002.005	510001	Punto de instalación de agua, Llave, inodoro, lavamanos, ducha	u	1,00	2,21	2,21
3.002.006	507064	Fregadero de acero inoxidable un pozo, una falda	u	1,00	87,29	87,29
3.002.007	507097	Puerta de madera	u	1,00	152,10	152,10
3.002.008	513038	Punto de luz (foco, interruptor, tomacorriente)	pto	10,00	22,64	226,40
3.002.009	513006	Foco ahorrador instalado	u	4,00	19,79	79,16
3.002.010	513086	Interruptor doble instalado	pto	4,00	23,71	94,84
3.002.011	513085	Tomacorriente doble 110V-30A	u	2,00	17,26	34,52
3.002.012	509037	Cielo raso de gypsum anti-humedad incluye estucado	m2	21,03	31,12	654,30
3.003		Baños				2.948,24
3.003.001	508013	Pintura para paredes y zócalos, int., ext. (2 manos) de esmalte	m²	1,00	3,94	3,94
3.003.002	506003	Piso cerámico alto tráfico antideslizante 40x40 cm, MOHS 8.	m²	29,16	24,58	716,75
3.003.003	510001	Punto de instalación de agua, Llave, inodoro, lavamanos, ducha	u	14,00	2,21	30,94

3.003.004	511003	Sum. e Ins. Inodoro coronet	u	5,00	87,23	436,15
3.003.005	511004	Sum. e inst. de lavamanos oakbrook 4" 8" color suave	u	7,00	76,90	538,30
3.003.006	511005	Sum. e Ins. Urinario Colby	u	2,00	200,44	400,88
3.003.007	507004	Sum, inst. Puerta de madera	m²	5,00	71,38	356,90
3.003.008	503002	Instalación de espejo	m²	4,00	30,54	122,16
3.003.009	513038	Punto de luz (foco, interruptor, tomacorriente)	pto	8,00	22,64	181,12
3.003.010	513006	Foco ahorrador instalado	u	4,00	19,79	79,16
3.003.011	513086	Interruptor doble instalado	pto	2,00	23,71	47,42
3.003.012	513085	Tomacorriente doble 110V-30A	u	2,00	17,26	34,52
					SUBTOTAL	140.534,71
					IVA 12%	16.864,16
					TOTAL	**157.398,87**

Tabla 42. Presupuesto de construcción duchas, baños y vestidores

Item	Código	Descripción	U.	Cant.	P. U.	P. Total
1	501010	Replanteo y nivelación	m2	220,58	0,36	79,41
2	515033	Excavación retroexcavadora, zanja 0-2m, material sin clasificar, cuchara 60cm	m3	26,19	3,01	78,84
3	518011	Hormigón Ciclopeo 60% HS y 40% piedra	m³	9,37	134,27	1.257,84
4	520004	Acero de refuerzo en barras FY=4200Kg/cm2	kg	968,30	2,40	2.323,92
5	503006	Mampostería de Bloque de concreto 15x20x40	m²	327,50	17,11	5.603,53
6	509026	Cubierta teja metálica	m2	235,00	24,55	5.769,25
4		**Duchas**				**2.035,00**
4.001	506003	Piso cerámico alto tráfico antideslizante 40x40 cm, MOHS 8.	m²	43,20	24,58	1.061,86
4.002	505004	Enlucido Horizontal	m²	48,00	5,51	264,48
4.003	508026	Pintura para paredes y zócalos, int., ext. (2 manos) de látex, ó caucho ..	m²	48,00	3,12	149,76
4.004	513038	Punto de luz (foco, interruptor, tomacorriente)	pto	2,00	22,64	45,28
4.005	513006	Foco ahorrador instalado	u	2,00	19,79	39,58
4.006	513086	Interruptor doble instalado	pto	2,00	23,71	47,42
4.007	510001	Punto de instalación de agua, Llave, inodoro, lavamanos, ducha	u	12,00	2,21	26,52
4.008	510022	Sum,-Ins, Ducha	u	10,00	40,01	400,10
5		**Vestidores**				**4.448,58**
5.001	506003	Piso cerámico alto tráfico antideslizante 40x40 cm, MOHS 8.	m²	47,52	24,58	1.168,04
5.002	505004	Enlucido Horizontal	m²	69,75	5,51	384,32
5.003	508026	Pintura para paredes y zócalos, int., ext. (2 manos) de látex, ó caucho ..	m²	69,75	3,12	217,62
5.004	513038	Punto de luz (foco, interruptor, tomacorriente)	pto	7,00	22,64	158,48
5.005	513006	Foco ahorrador instalado	u	7,00	19,79	138,53
5.006	513086	Interruptor doble instalado	pto	6,00	23,71	142,26
5.007	507097	Puerta de madera	u	5,00	152,10	760,50
5.008	509037	Cielo raso de gypsum anti-humedad incluye estucado	m2	47,52	31,12	1.478,82
6		**Baños**				**11.340,11**
6.001		Baños de hombres				6.156,78
6.001.001	505004	Enlucido Horizontal	m²	103,25	5,51	568,91

6.001.002	508026	Pintura para paredes y zócalos, int., ext. (2 manos) de látex, ó caucho ..	m²	103,25	3,12	322,14
6.001.003	507097	Puerta de madera	u	5,00	152,10	760,50
6.001.004	506003	Piso cerámico alto tráfico antideslizante 40x40 cm, MOHS 8.	m²	40,19	24,58	987,75
6.001.005	510001	Punto de instalación de agua, Llave, inodoro, lavamanos, ducha	u	15,00	2,21	33,15
6.001.006	511003	Sum. e Ins. Inodoro coronet	u	4,00	87,23	348,92
6.001.007	511005	Sum. e Ins. Urinario Colby	u	5,00	200,44	1.002,20
6.001.008	511001	Sum. e inst. de lavamanos con pedestal	u	6,00	60,72	364,32
6.001.009	513038	Punto de luz (foco, interruptor, tomacorriente)	pto	6,00	22,64	135,84
6.001.010	513006	Foco ahorrador instalado	u	4,00	19,79	79,16
6.001.011	513086	Interruptor doble instalado	pto	2,00	23,71	47,42
6.001.012	509037	Cielo raso de gypsum anti-humedad incluye estucado	m2	40,19	31,12	1.250,56
6.001.013	503002	Instalación de espejo	m²	4,50	30,54	137,43
6.001.014	507098	Tool separador para urinarios	m²	1,20	98,74	118,49
6.002		Baños de mujeres				5.183,33
6.002.001	506003	Piso cerámico alto tráfico antideslizante 40x40 cm, MOHS 8.	m²	36,34	24,58	893,18
6.002.002	505004	Enlucido Horizontal	m²	102,13	5,51	562,71
6.002.003	508026	Pintura para paredes y zócalos, int., ext. (2 manos) de látex, ó caucho ..	m²	102,13	3,12	318,63
6.002.004	507097	Puerta de madera	u	7,00	152,10	1.064,70
6.002.005	510001	Punto de instalación de agua, Llave, inodoro, lavamanos, ducha	u	12,00	2,21	26,52
6.002.006	511003	Sum. e Ins. Inodoro coronet	u	6,00	87,23	523,38
6.002.007	511001	Sum. e inst. de lavamanos con pedestal	u	6,00	60,72	364,32
6.002.008	513038	Punto de luz (foco, interruptor, tomacorriente)	pto	6,00	22,64	135,84
6.002.009	513006	Foco ahorrador instalado	u	4,00	19,79	79,16
6.002.010	513086	Interruptor doble instalado	pto	2,00	23,71	47,42
6.002.011	509037	Cielo raso de gypsum anti-humedad incluye estucado	m2	36,34	31,12	1.130,82
6.002.012	503002	Instalación de espejo	m²	1,20	30,54	36,65
					SUBTOTAL	**32.936,48**
					IVA 12%	3952.38
					TOTAL	**36.888,86**

Tabla 43. Presupuesto de construcción de los cuartos de máquinas, bodega y lavandería.

Item	Código	Descripción	U.	Cant.	P.U.	P. Total
001	501010	Replanteo y nivelación	m2	193,80	0,36	69,77
2	515033	Excavación retroexcavadora, zanja 0-2m, material sin clasificar, cuchara 60cm	m3	23,00	3,01	69,23
1		**Cuarto de guardianía**				**14.858,42**
1.001	503003	Mampostería de piedra, Mortero pobre	m³	2,94	73,22	215,56
1.002	503016	Replantillo de piedra e=15 cm	m²	68,43	5,53	378,42
1.003	503015	Hormigón 180 kg/cm² para piso paleteado e=5cm + malla electrosoldada cuadros 15x15 cm; R64	m²	68,43	12,54	858,11
1.004	503011	Hormigón 210 kg/cm² columnas (incluye encofrado).	m³	2,94	245,38	722,40
1.005	503063	Hormigón 210 kg/cm² vigas incluye encofrado	m³	1,88	219,36	411,30

1.006	520004	Acero de refuerzo en barras FY=4200Kg/cm2	kg	394,21	2,40	946,10
1.007	503006	Mampostería de Bloque de concreto 15x20x40	m²	73,19	17,11	1.252,28
1.008	506003	Piso cerámico alto tráfico antideslizante 40x40 cm, MOHS 8.	m²	68,43	24,58	1.682,01
1.009	524001	Sum. Inst. de Closet	ml	3,60	270,23	972,83
1.010	505004	Enlucido Horizontal	m²	146,38	5,51	806,55
1.011	507011	Ventana de aluminio y vidrio	m²	18,75	74,64	1.399,50
1.012	507004	Sum, inst. Puerta de madera	m²	4,00	71,38	285,52
1.013	503028	Mesón de hormigón ancho=0.60, e=0.10 m	m	5,70	30,56	174,19
1.014	510001	Punto de instalación de agua, Llave, inodoro, lavamanos, ducha	u	5,00	2,21	11,05
1.015	515019	Sum. e inst. de Fregadero 1 pozo	u	1,00	88,91	88,91
1.016	510013	Sum,-Ins, Ducha	u	1,00	137,09	137,09
1.017	511003	Sum. e Ins. Inodoro coronet	u	1,00	87,23	87,23
1.018	511001	Sum. e inst. de lavamanos con pedestal	u	1,00	60,72	60,72
1.019	508025	Pintura para paredes y zócalos, int., ext. (2 manos) de esmalte , hidrolavado y fondeado	m²	146,38	3,91	572,35
1.020	513038	Punto de luz (foco, interruptor, tomacorriente)	pto	6,00	22,64	135,84
1.021	513006	Foco ahorrador instalado	u	1,00	19,79	19,79
1.022	513086	Interruptor doble instalado	pto	3,00	23,71	71,13
1.023	513085	Tomacorriente doble 110V-30A	u	6,00	17,26	103,56
1.024	509036	Cielo raso con placas de fibrocel pre-pintado	m2	68,43	26,10	1.786,02
1.025	509026	Cubierta teja metálica	m2	68,43	24,55	1.679,96
2		**Bodega**				**4.334,06**
2.001	503003	Mampostería de piedra, Mortero pobre	m³	1,15	73,22	84,35
2.002	503016	Replantillo de piedra e=15 cm	m²	25,52	5,53	141,10
2.003	503015	Hormigón 180 kg/cm² para piso paleteado e=5cm + malla electrosoldada cuadros 15x15 cm; R64	m²	25,52	12,54	319,96
2.004	503011	Hormigón 210 kg/cm² columnas (incluye encofrado).	m³	0,31	245,38	76,68
2.005	503063	Hormigón 210 kg/cm² vigas incluye encofrado	m³	0,90	219,36	197,42
2.006	520004	Acero de refuerzo en barras FY=4200Kg/cm2	kg	159,93	2,40	383,83
2.007	503006	Mampostería de Bloque de concreto 15x20x40	m²	34,25	17,11	586,02
2.008	505004	Enlucido Horizontal	m²	68,50	5,51	377,44
2.009	508025	Pintura para paredes y zócalos, int., ext. (2 manos) de esmalte , hidrolavado y fondeado	m²	68,50	3,91	267,84
2.010	507011	Ventana de aluminio y vidrio	m²	4,00	74,64	298,56
2.011	513006	Foco ahorrador instalado	u	2,00	19,79	39,58
2.012	513086	Interruptor doble instalado	pto	1,00	23,71	23,71
2.013	513085	Tomacorriente doble 110V-30A	u	2,00	17,26	34,52
2.014	513038	Punto de luz (foco, interruptor, tomacorriente)	pto	5,00	22,64	113,20
2.015	507046	Puerta metálica	m2	4,40	165,23	727,01
2.016	509026	Cubierta teja metálica	m2	27,00	24,55	662,85
3		**Cuarto de Maquinas**				**5.330,15**
3.001	503003	Mampostería de piedra, Mortero pobre	m³	1,33	73,22	97,24
3.002	503016	Replantillo de piedra e=15 cm	m²	32,45	5,53	179,42
3.003	503015	Hormigón 180 kg/cm² para piso paleteado e=5cm + malla electrosoldada cuadros 15x15 cm; R64	m²	32,45	12,54	406,86
3.004	503011	Hormigón 210 kg/cm² columnas (incluye encofrado).	m³	0,63	245,38	153,36
3.005	503063	Hormigón 210 kg/cm² vigas incluye encofrado	m³	0,92	219,36	200,93
3.006	520004	Acero de refuerzo en barras FY=4200Kg/cm2	kg	190,16	2,40	456,38
3.007	503006	Mampostería de Bloque de concreto 15x20x40	m²	42,63	17,11	729,31
3.008	505004	Enlucido Horizontal	m²	85,25	5,51	469,73
3.009	513038	Punto de luz (foco, interruptor, tomacorriente)	pto	11,00	22,64	249,04
3.010	513006	Foco ahorrador instalado	u	4,00	19,79	79,16

3.011	513086	Interruptor doble instalado	pto	2,00	23,71	47,42
3.012	513085	Tomacorriente doble 110V-30A	u	5,00	17,26	86,30
3.013	508025	Pintura para paredes y zócalos, int., ext. (2 manos) de esmalte , hidrolavado y fondeado	m²	85,25	3,91	333,33
3.014	507046	Puerta metálica	m2	5,50	165,23	908,77
3.015	509026	Cubierta teja metálica	m2	38,00	24,55	932,90
4		**Lavandería**				**3.871,79**
4.001	503003	Mampostería de piedra, Mortero pobre	m³	1,15	73,22	84,35
4.002	503016	Replantillo de piedra e=15 cm	m²	25,52	5,53	141,10
4.003	503015	Hormigón 180 kg/cm² para piso paleteado e=5cm + malla electrosoldada cuadros 15x15 cm; R64	m²	25,52	12,54	319,96
4.004	503011	Hormigón 210 kg/cm² columnas (incluye encofrado).	m³	0,31	245,38	76,68
4.005	503063	Hormigón 210 kg/cm² vigas incluye encofrado	m³	0,90	219,36	197,42
4.006	520004	Acero de refuerzo en barras FY=4200Kg/cm2	kg	159,93	2,40	383,83
4.007	503006	Mampostería de Bloque de concreto 15x20x40	m²	0,88	17,11	14,97
4.008	505004	Enlucido Horizontal	m²	1,75	5,51	9,64
4.009	508025	Pintura para paredes y zócalos, int., ext. (2 manos) de esmalte , hidrolavado y fondeado	m²	0,88	3,91	3,42
4.010	506003	Piso cerámico alto tráfico antideslizante 40x40 cm, MOHS 8.	m²	25,52	24,58	627,16
4.011	507011	Ventana de aluminio y vidrio	m²	7,00	74,64	522,48
4.012	510001	Punto de instalación de agua, Llave, inodoro, lavamanos, ducha	u	6,00	2,21	13,26
4.013	513038	Punto de luz (foco, interruptor, tomacorriente)	pto	9,00	22,64	203,76
4.014	513006	Foco ahorrador instalado	u	4,00	19,79	79,16
4.015	513086	Interruptor doble instalado	pto	1,00	23,71	23,71
4.016	513085	Tomacorriente doble 110V-30A	u	4,00	17,26	69,04
4.017	507096	Puerta aluminio y vidrio 6mm	m2	3,30	110,71	365,34
4.018	509026	Cubierta teja metálica	m2	30,00	24,55	736,50
		SUBTOTAL				28.533,42
		IVA 12%				3.424,01
		TOTAL				**31.957,43**

Tabla 44. Presupuesto de construcción para la planta de tratamiento

Item	Código	Descripción	Unidad	Cantidad	P.U.	P. Total
001	501010	Replanteo y nivelación	m2	25,90	0,36	9,32
2	515033	Excavación retroexcavadora, zanja 0-2m, material sin clasificar, cuchara 60cm	m3	75,11	3,01	226,08
3	517003	Desalojo de material en volquete	m³	97,64	5,77	563,40
4	503001	Replantillo de piedra e=20 cm, emporado con ripio	m²	25,90	11,42	295,78
5	518017	Hormigón Simple 210 kg/cm² + impermeabilizante	m3	16,94	158,93	2.692,27
6	504004	Encofrado recto (Dos usos)	m2	59,19	7,08	419,07
7	503080	Material granular filtrante	m3	0,87	35,10	30,54
8	514017	Sum,-Ins, Geomembrana para dren	m²	62,06	2,05	127,22

9	520004	Acero de refuerzo en barras FY=4200Kg/cm2	kg	2.872,40	2,40	6.893,76
					SUBTOTAL	11.257,44
					IVA 12%	1.350,89
					TOTAL	**12.608,34**

Tabla 45. Presupuesto de construcción total del Ecolodge

Item	Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
1	Zona de hospedaje cabaña y habitaciones	2,00	10.115,07	20.230,14
2	Zona Recepción	1,00	31.422,60	31.422,60
3	Zona Restaurante	1,00	157.398,87	157.398,87
4	Zona de baños, duchas, vestidores	1,00	36.888,86	36.888,86
5	Zona de guardianía, bodega y máquinas	1,00	31.957,43	31.957,43
6	Zona de planta de tratamiento y reciclado	1,00	12.608,34	12.608,34
			TOTAL	**290.526,24**

c. Requerimientos de mano de obra

1) Requerimiento de mano de obra para el departamento operacional

Tabla 46. Requerimiento de mano de obra para el departamento operacional

Cargo	N°	Costo mensual	Costo anual
Administrador	1	600	7200
Recepcionista	2	386	9264
Bodeguero	1	386	4632
Gobernata	1	386	4632
Mucama	1	386	4632
Chef	1	600	7200
Ayudante de cocina	1	386	4632
Bartender	2	400	9600
Cajero(a)	2	386	9264
Mesero (a)	2	386	9264
Jardinero	2	386	9264
Encargado de planta de tratamiento y reciclaje	1	600	7200
Encargado de cuarto de máquinas y mantenimiento	2	600	14400
Disk Jokey (DJ)	2	200	4800
Guardia	2	400	9600
TOTAL			**115584**

2) Requerimiento de mano de obra para el departamento directivo

Tabla 47. Requerimiento de mano de obra para el departamento directivo

Cargo	N°	Costo mensual	Costo anual
Gerente General	1	800,00	9600,00
		TOTAL	**9600,00**

3) Requerimiento de mano de obra para el departamento comercial

Tabla 48. Requerimiento de mano de obra para el departamento comercial

Cargo	N°	Costo mensual	Costo anual
Encargado de marketing	1	600,00	7200,00
Atención al cliente y ventas	1	386,00	4632,00
		TOTAL	**11632,00**

4) Requerimiento de mano de obra para el departamento financiero

Tabla 49. Requerimiento de mano de obra para el departamento financiero

Cargo	N°	Costo mensual	Costo anual
Contador(a)	1	600,00	7200,00
		TOTAL	**7200,00**

d. Requerimientos de materia prima, insumos y suminitros para el proyecto

1) Requerimiento de materia prima para el servicio de alimentación

a) Recetas comida típica

Tabla 50. Determinación de materia prima para el plato Ayampaco(5 porciones)

Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Costo total
Hojas de achira	30	U	0.20	6.00
Pollo	4	Libras	1.50	6.00
Yuca	4	libras	1.00	4.00
Palmito	1	U	2.00	2.00
Sal, pimienta y	1	Al gusto	0.50	0.50

comino	
Costo total materia prima	**18.50**
Costo total materia prima por plato	**2.31**
12%	**0.28**
100%	**2.31**
P.V.P	**4.90**

b) Recetas comida nacional

Tabla 51. Determinación de materia prima para el plato Seco de pollo(8 porciones)

Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Costo total
Pollo	1	u	9,00	9,00
Tomate	2	u	0,15	0,30
Pimiento	1	u	0,25	0,25
Perejil	1	ramita	0,10	0,10
Cilantro	2	ramitas	0,10	0,20
Ají	1	u	0,15	0,15
Cebollo paiteña	2	u	0,20	0,40
Ajo	4	u	0,15	0,60
Laurel	2	hojas	0,10	0,20
Achiote	2	cucharadas	0,10	0,20
Cerveza	1	u	1,30	1,30
Cubito de calgo de gallina	1	u	0,25	0,25
Sal y comino	1	Al gusto	0,20	0,20
Costo total de materia prima				13,15
Costo total de materia prima por plato				**1,64**
12%				**0,20**
75%				**1,23**
P.V.P				**3,07**

Tabla 52. Determinación de materia prima para el plato guatita (8 porciones)

Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Costo total
Estómago de res	4	libras	2.15	8.60
Papas	2	libras	0.50	1.00
Cebolla blanca	3	u	0.25	0.75
Cebolla paiteña	3	u	0.50	1.50
Cilantro	3	ramitas	0.15	0.45
Perejil	3	ramitas	0.10	0.30
Tomate	2	u	0.50	1.00
Pimiento	2	u	0.30	0.60

Ajo	3	u	0.25	0.75
Maní	1	taza	2.50	2.50
Achiote	4	cucharadas	0.20	0.80
Sal y comino	1	Al gusto	0.50	0.50
Costo total de materia prima				18.75
Costo total de materia prima por plato				**2.34**
12%				**0.28**
100%				**1.38**
P.V.P				**4.01**

c) Recetas comida internacional

Tabla 53. Determinación de materia prima para el plato milanesa(4 porciones)

Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Costo total
lomo de res grosor de 1/2 cm.	3	libras	3.00	6.90
Huevos	2	u	0.15	0.30
Papas	3	libras	0.40	1.20
Bizcocho	4	u	0.15	0.60
Ajo	3	u	0.15	0.45
Arveja	01-feb	libras	1.35	0.68
Zanahoria	4	u	0.25	1.00
Lechuga	1	u	0.50	0.50
Sal y comino	1	u	0.25	0.25
Costo total de materia prima				11.88
Costo total de materia prima por plato				**2.97**
12%				**0.36**
75%				**2.23**
P.V.P				**5.55**

Tabla 54. Determinación de materia prima para el palto Filette Mignon(4 porciones)

Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Costo total
Lomo fino cortado en medallones	2	libras	3.00	6.00
Papas	3	libras	0.50	1.50
Coliflor	1	u	0.50	0.50
Arveja	0.50	libras	1.40	0.70
Zanahoria	4	u	0.30	1.20
Rábano	4	u	0.10	0.40
Sal y comino	1	u	0.50	0.50
Costo total de materia prima				10.80
Costo total de materia prima por plato				**2.70**
12%				**0.32**

75%	**2.03**
P.V.P	**5.05**

d) Cuadro resumen de los costos de materia prima

Tabla 55. Cuadro resumen de los costos de materia prima

Denominación	Porcentaje de aparente consumo	N° clientes al año	Costo materia prima por plato	Precio cliente	Costo anual clientes/plato	Total precio/cliente anual
Típica de la zona	**1496**					
Ayampaco	100%	1496	2.31	4.90	3459.50	7334.14
			Subtotal 1		**3336.08**	**7334.14**
Nacional	**1322**					
Seco de pollo	50%	661	1.64	3.07	1084.04	2029.27
Guatita	50%	661	2.34	4.01	1549.22	2647.31
			Subtotal 2		**2633.26**	**4676.58**
Internacional	**661**					
Milanesa	50%	330	2.70	5.55	891.00	1832.79
Filet Mignon	50%	330	2.97	5.05	980.10	1666.17
			Subtotal 3		**1871.10**	**3498.96**
				Subtotal General	**7840.44**	**15509.67**
				10% Imprevistos	784.04	1550.97
				TOTAL	**8624.48**	**17060.64**

2) Insumos de cocina

Tabla 56. Insumos de cocina

Descripción	Cantidad	Precio unitario	Costo mensual	Costo anual
Fósforos el sol paquete x10	5	0,75	0,31	3,75
Aceite alesol 1Lt. Funda	24	1,85	3,70	44,40
Achiote en grano 40gr.	12	0,50	0,50	6,00
Chocolate en polvo la Universal 500g.	12	1,90	1,90	22,80
Aliño condimensa 380g.	12	0,92	0,92	11,04
Anís estrellado 12g.	6	0,70	0,35	4,20
Café Nescafé 85g.	12	4,90	4,90	58,80
Canela en rama 30g.	6	0,80	0,40	4,80

Hierbas aromáticas horminans 25 sobres	12	1,06	1,06	12,72
Sal Ecuasal 1k	24	0,50	1,00	12,00
Pimienta molida 500g.	24	0,50	1,00	12,00
Margarina Bonella 1k	12	2,90	2,90	34,80
Cerveza	48	1,10	4,40	52,80
Vinagre blanco 500cc	6	0,97	0,49	5,82
Harina de trigo YA 1k	6	2,49	1,25	14,94
Pimienta negra	12	0,65	0,65	7,80
Pasta de maní 200g.	12	1,65	1,65	19,80
Coñac botella	12	2,79	2,79	33,48
Arroz 1001 50kg	6	49,00	24,50	294,00
Azúcar Valdez 50kg	3	47,00	11,75	141,00
			SUBTOTAL	**796,95**
			10% imprevistos	79,70
			TOTAL	**876,65**

3) Insumos de limpieza

Tabla 57. Insumos de limpieza

Descripción	Cantidad	Precio unitario	Costo mensual	Costo anual
Esponja mixta estrella 10g	12	0,50	0,50	6,00
Estropajo de alambre estrella x3	12	0,70	0,70	8,40
Cloro ajax 2000cc	48	2,43	9,72	116,64
Limpiador pato tanque pastilla 48g	200	2,84	47,33	568,00
Desinfectante fresklin 100cc	24	2,65	5,30	63,60
Detergente deja 1000g	48	2,50	10,00	120,00
Jabón lava todo 6250g x 2	48	1,10	4,40	52,80
Lavavajilla axion 900g	24	2,85	5,70	68,40
Fundas para basura x 10	300	0,50	12,50	150,00
			SUBTOTAL	**1153,84**
			10% Imprevistos	115,38
			TOTAL	**1269,22**

4) Insumos para el servicio de alojamiento

Tabla 58. Insumos para el servicio de alojamiento

Descripción	Cantidad	Precio unitario	Costo mensual	Costo anual
Papel higiénico familia económico x12	200	2,79	46,50	558,00
Shampoo sachet	400	0,13	4,33	52,00
Jabón	400	0,25	8,33	100,00
Toallas grande	100	2,12		212,00
			SUBTOTAL	**922,00**
			10% Imprevistos	71,00
			TOTAL	**993,00**

5) Insumos para el servicios de alimentaición

Tabla 59. Insumos para el servicio de alimentación

Descripción	Cantidad	Precio unitario	Costo mensual	Costo anual
Papel higiénico familia económico x12	200	2,79	46,50	558,00
Servilletas familia 100u	200	1,10	18,33	220,00
abón	100	0,25	2,08	25,00
			SUBTOTAL	**803,00**
			10% Imprevistos	80,30
			TOTAL	**883,30**

6) Insumos para el servicio de recreación y esparcimiento

Tabla 60. Insumos para el servicio de recreación y esparcimiento

Descripción	Cantidad	Precio unitario	Costo mensual	Costo anual
Cuerda 100mts	5	50.00	0	250.00
Ponchos de agua	50	3.50	0	175.00
Botas de caucho	50	5.00	0	250.00
Carpas	15	70.00	0	1050.00
SUBTOTAL				**1725.00**
10% Imprevistos				172.50
TOTAL				**1897.50**

e. Requerimientos activos fijos

1) Requerimiento de equipos

Tabla 61. Requerimiento de equipos

	Descripción	Cantidad	Precio U	Costo T.
Restaurante, sala de juegos y eventos	Congelador horizontal Luxor	2	600,00	1200,00
	Refrigeradora Durex	1	1020,00	1020,00
	Cocina industrial 6 quemadores	1	920,00	920,00
	Horno industrial	1	450,00	450,00
	Tostadora	1	24,00	24,00
	Licuadora 14 velocidades Oster	2	90,00	180,00
	Televisión LCD Sony 42pulg	4	1200,00	4800,00
	Caja registradora	2	400,00	800,00
	Batidora extreme 2ltr. Base y recipiente	1	25,00	25,00
	Consola	2	200,00	400,00
	Micrófonos	4	30,00	120,00
	Proyector	2	600,00	1200,00
	Parlantes y bajos	8	120,00	960,00
	Computadoras de escritorio	4	500,00	2000,00
			SUBTOTAL	**14099,00**
Hospedaje	Caja fuerte pequeña	10	250,00	2500,00
	Televisión LCD Sony 32pulg	10	300,00	3000,00
			SUBTOTAL	**5500,00**
Recepción	Computadoras de escritorio	2	400,00	800,00
	Televisión LCD Sony 32pulg	1	300,00	300,00
	Minicomponente LG	1	140,00	140,00
	Router TPLINK	2	50,00	100,00
	Teléfono Panasonic	2	45,00	90,00
			SUBTOTAL	**1430,00**
Lavandería	Lavadoras LG	3	900,00	2700,00
	Secadoras	3	400,00	1200,00
	Planchas	2	24,00	48,00
			SUBTOTAL	**3948,00**
Cuarto de máquinas	Batería cargador solar	1	700,00	700,00
	Generador de energía	1	840,00	840,00
			SUBTOTAL	**1540,00**
Departamento administrativo	Computadoras de escritorio	1	400,00	400,00
	Teléfono Panasonic	1	45,00	45,00
			SUBTOTAL	**445,00**
Departamento financiero	Computadoras de escritorio	1	400,00	400,00
	Teléfono Panasonic	1	45,00	45,00
	Calculadora	1	30,00	30,00
			SUBTOTAL	**475,00**
Departamento comercial	Computadoras de escritorio	1	400,00	400,00
	Teléfono Panasonic	1	45,00	45,00
			SUBTOTAL	**445,00**
			SUBTOTAL GENERAL	**27882,00**
			Imprevistos 10%	2788,20
			TOTAL	**30670,20**

2) Requerimientos muebles y enseres

Tabla 62. Requerimiento muebles y enseres del Restaurante y sala de eventos

	Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Costo Total
Restaurante y sala de eventos	Mesas de madera 80x80 cm	21	25,00	525,00
	Sillas de madera con espaldar	84	13,00	1092,00
	Sillas plásticas Italo con brazos	200	5,00	1000,00
	Sillas para niños con mesa	5	37,00	185,00
	Alacenas para la cocina y abasto de bar 2 m.	5	80,00	400,00
	Mesas de billar	2	520,00	1040,00
	Juegos completos para billar (bolas, tizas y marcadores)	2	50,00	100,00
	Palos de billar	10	12,00	120,00
	Mesas de tenis	1	200,00	200,00
	Juegos completos para tenis (raquetas, redes y pelotas)	2	35,00	70,00
	Cartas	5	0,50	2,50
	Juego de fichas para póker	2	50,00	100,00
	Muebles tipo recepción	2	250,00	500,00
			TOTAL	**5334,50**

Tabla 63. Requerimientos de muebles y enseres zona de hospedaje

	Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Costo Total
Hospedaje	Camas de 2 plazas	5	110,00	550,00
	Colchones de 2 plazas	5	97,00	485,00
	Literas de madera 1,5 plazas	10	230,00	2300,00
	Colchones de 1,5 plazas	15	82,00	1230,00
	Roperos de madera	10	100,00	1000,00
	Peinadores	10	135,00	1350,00
	Escritorio	10	135,00	1350,00
	Veladores	20	25,00	500,00
	Sillas de madera con espaldar	10	13,00	130,00
	Toallas pequeñas y grandes	40	10,00	400,00
	Hamacas	10	30,00	300,00
			TOTAL	**9595,00**

Tabla 64. Requerimientos muebles y enseres zona recreación y salud

	Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Costo Total
Recreación y salud	Equipos para paintball (pistolas y cascos)	10	130,00	1300,00
	Cestos de plástico para ropa	20	3,85	77,00
	Mueble con cajones de seguridad (20 cajones)	1	200,00	200,00
	Sillas de madera incrustadas en pared para vestidores	5	20,00	100,00
			SUBTOTAL	**1677,00**

	TOTAL	**1677,00**

Tabla 65. Requerimiento muebles y enseres zona de recepción

	Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Costo Total
Recepción	Mueble tipo recepción con divisiones	1	250,00	250,00
	Sillas de madera	2	13,00	26,00
	Estante para llaves de cabañas	1	80,00	80,00
	Juegos de sillones	1	230,00	230,00
	Mesa de centro	1	25,00	25,00
			TOTAL	**611,00**

Tabla 66. Requerimiento muebles y enseres lavandería, bodega y guardianía

	Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Costo Total
Guardianía	Camas de 2 plazas	2	110,00	220,00
	Colchones de 2 plazas	2	97,00	194,00
	Veladores	4	25,00	100,00
	Roperos de madera	2	100,00	200,00
	Mesa de madera	1	120,00	120,00
	Sillas de madera con espaldar	6	13,00	78,00
	Alacenas para la cocina 2 m.	2	80,00	160,00
	Juego de sillones	1	230,00	230,00
			SUBTOTAL	**1302,00**
Bodega	Estantes de madera con puertas	7	190,00	1330,00
			SUBTOTAL	**1330,00**
Lavandería	Mesa de planchar	1	70,00	70,00
	Estantes de madera para ropa con puertas	2	190,00	380,00
			SUBTOTAL	**450,00**
			TOTAL	**3082,00**

Tabla 67. Requerimiento muebles y enseres zona administrativa y financiera.

	Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Costo Total
Departamento administrativo	Escritorio de madera	1	170,00	170,00
	Silla giratoria	1	45,00	45,00
	Sillas con espaldar	2	23,00	46,00
	Archivadores aéreos	1	78,00	78,00
			SUBTOTAL	**339,00**
Departamento financiero	Escritorio de madera	1	170,00	170,00
	Silla giratoria	1	45,00	45,00
	Sillas con espaldar	2	23,00	46,00
	Archivadores aéreos	1	78,00	78,00
			SUBTOTAL	**339,00**
Departamento	Escritorio de madera	1	170,00	170,00

comercial	Silla giratoria	1	45,00	45,00
	Sillas con espaldar	2	23,00	46,00
	Archivadores aéreos	1	78,00	78,00
			SUBTOTAL	**339,00**
			TOTAL	**1017,00**

Tabla 68. Requerimientos muebles y enseres total

Descripción	Costo Total
Restaurante y eventos	5334.50
Hospedaje	9595.00
Recreación	1677.00
Recepción	611.00
Guardianía	1302.00
Bodega	1330.00
Lavandería	450.00
Departamento administrativo	339.00
Departamento financiero	339.00
Departamento comercial	339.00
SUBTOTAL	**21316.50**
Imprevistos 10%	2131.65
TOTAL	**23448.15**

3) Requerimiento de suministros e insumos

a) Requerimiento de menaje restaurante

Tabla 69. Requerimiento de menaje textil

Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Precio total
Chaleco de mesero	5	10,00	50,00
Manteles de mesa	40	4,20	168,00
Cubre mantel	40	4,90	196,00
Servilletas de tela	200	1,35	270,00
		TOTAL	**684,00**

Tabla 70. Requerimiento de menaje de cocina

Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Costo total
Achiotero de aluminio	1	3,00	3,00
Aislante de calor grande de aluminio	1	7,35	7,35
Balde de plástico 10 lts. Con tapa	1	3,60	3,60
Balde de plástico 12 lts.	1	2,00	2,00
Balde de plástico 8 lts.	1	2,00	2,00
Banco de plástico	3	3,05	9,15
Cesto de plástico calado	2	2,70	5,40
Colador de hierro	2	2,15	4,30
Ensaladera de acero inoxidable	2	1,30	2,60
Escurridor de plástico 27 cm.	2	1,30	2,60
Espátula de madera mediana	2	1,10	2,20
Exprimidor de limón de aluminio	1	4,30	4,30
Canasta de plástico	2	4,00	8,00
Basureros de metal	2	3,90	7,80
Tacho de plástico megafuerte	5	6,55	32,75
Tanques de gas	4	35,00	140,00
Jarra plástica 1 lt.	4	0,89	3,56
Jarra plástica 2 lt.	4	2,79	11,16
Sartén mediano de teflón	2	7,00	14,00
Sartén asador 28 cm.	1	32,00	32,00
Juego de sartenes de 20 y 24 cm.	1	29,99	29,99
Cuchillos tramontina med.	3	11,00	33,00
Cuchillos tramontina grandes	3	15,00	45,00
Set de toallas de cocina x 3 unidades	4	6,59	26,36
Paila gruesa	2	21,20	42,40
Olla Umco 32	2	39,00	78,00
Olla Umco 36	2	57,00	114,00
Olla Umco 40	1	69,00	69,00
Set de cuchillos + tabla	2	10,00	20,00
		TOTAL	**755,52**

Tabla 71. Requerimiento de menaje cristalería

Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Costo total

Vasos de vidrio liso 14 onz.	200	0,42	84,00
Jarra de vidrio	25	2,93	73,25
Copas de cristal	200	0,89	178,00
		TOTAL	**335,25**

Tabla 72. Requerimiento de menaje de mesas

Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Costo total
Servilletero	40	0,99	39,60
Ajicero	40	1,99	79,60
Salero y pimentero	40	2,00	80,00
Envase para salsa	40	0,59	23,60
Envase para mayonesa	40	0,59	23,60
		TOTAL	**246,40**

Tabla 73. Requerimiento de menaje cubertería

Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Costo total
Tenedores x 12	20	11,25	225,00
Cuchillos x 12	20	13,50	270,00
Cucharas para sopa x 12	20	11,25	225,00
Cucharas para postre x 12	20	6,75	135,00
		TOTAL	**855,00**

Tabla 74. Requerimiento de menaje platos

Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Costo total
Plato base de 30 cm diámetro	200	6,50	1300,00
Plato llano de 27 cm diámetro	200	4,80	960,00
Plato medio de 25 cm diámetro	200	4,00	800,00

Plato medio de 17,5 cm de diámetro	200	2,00	400,00
Plato hondo de 18,7 cm de diámetro	200	2,10	420,00
Plato para pan de 16 cm de diámetro	200	1,80	360,00
Plato de 8 cm de diámetro	200	1,50	300,00
Plato de 16 cm de diámetro	200	1,90	380,00
Tazas	200	2,25	450,00
Plato base para taza	200	1,50	300,00
		TOTAL	**5670,00**

TOTAL RESTAURANTE Y EVENTOS	**8.546,17**

b) Requerimientos de insumos hospedaje

Tabla 75. Requerimientos de menaje hospedaje

Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Costo total
Basureros pequeños plástico	20	2,00	40,00
Alfombra	20	4,00	80,00
Cortinas para baño	20	6,00	120,00
Cortinas habitaciones	20	13,00	260,00
Almohadas	40	2,15	86,00
Cobertor de colchón	20	4,00	80,00
Sábanas juego de 2 plazas	10	13,00	130,00
Sábanas juego de 1,5 plazas	20	11,00	220,00
Espejos baño	10	2,10	21,00
Espejos cómoda	10	3,80	38,00
Cobijas	20	8,00	160,00
Edredones	20	11,00	220,00
Lámparas	20	1,10	22,00
Armadores x 10	20	9,00	180,00
		TOTAL	**1.657,00**

c) Requerimientos de insumos recreación

Tabla 76. Requerimientos de insumos recreación

Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Costo total
Manguera 50m	2	42,00	84,00
Azadón mediano	2	11,20	22,40

Fumigadora	2	27,00	54,00
Set de jardinería completo	3	26,00	78,00
Podadora	1	250,00	250,00
Guadaña	1	130,00	130,00
Botas de caucho (par)	2	7,00	14,00
		TOTAL	**632,40**

d) Requerimientos de insumos aseo y limpieza

Tabla 77. Requerimientos de menaje aseo y limpieza

Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Precio total
Botella con atomizador	10	0,89	8,90
Cepillo para lavar ropa	5	0,70	3,50
Detergente para ropa saco	5	37,00	185,00
Trapeadores	5	1,25	6,25
Guantes de caucho negro (par)	5	1,23	6,15
Pala para basura	5	0,99	4,95
Destapa cañerías	5	2,00	10,00
Escobas	5	2,25	11,25
Escobillas	5	2,00	10,00
Basureros verdes	10	13,00	130,00
Basureros negros	10	13,00	130,00
Basureros metálicos para oficina	5	7,00	35,00
Basureros de baño 12 litros	30	2,80	84,00
		TOTAL	**625,00**

e) Requerimientos de suministros e insumos total

Tabla 78. Requerimientos de menaje total

Descripción	Precio total
Restaurante y eventos	8546,17
Hospedaje	1657,00
Recreación	632,40
Aseo y limpieza	625,00
SUBTOTAL	**11.460,57**
Imprevistos 10%	1.146,057
TOTAL	**12.606,63**

4) Requerimiento servicios básicos

Tabla 79. Requerimiento de servicios básicos

Rubro	Proveedor	Costo Mensual	Costo Anual
Internet	CNT	120.00	1440.00
Luz	Autosustentable	0,00	0,00
Agua	Autosustentable	0,00	0,00

f. Diseño técnico

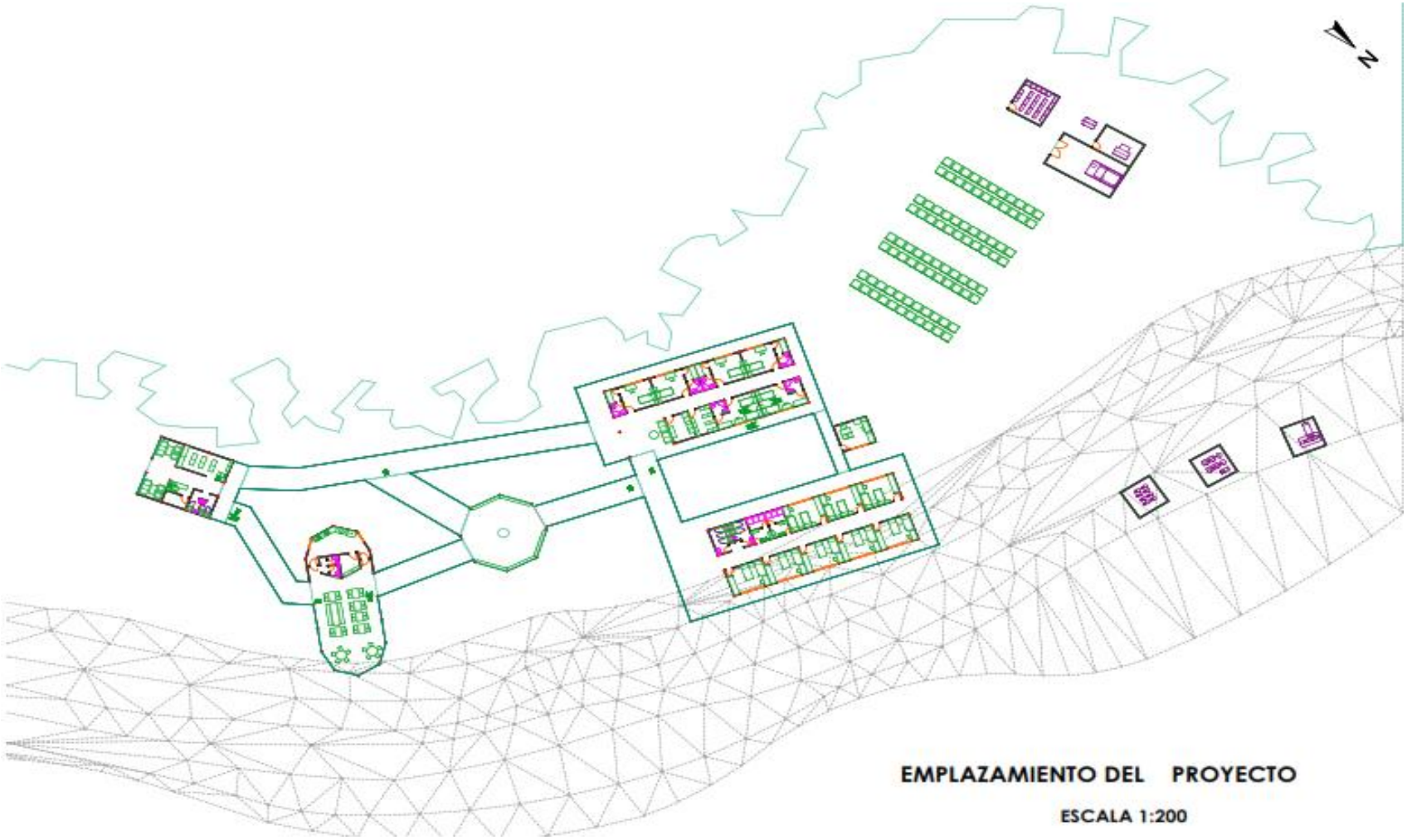


Figura 49. Emplazamiento del proyecto

g. Estudio de mercadotecnia

1) Identificación del nicho de mercado

Una vez realizado el estudio de mercado, donde se obtuvieron las respuestas por parte de los turistas nacionales y extranjeros mencionando que les gustaría que se creara un Ecolodge en el cantón Taisha, con servicios y atención de buena calidad.

Gracias al estudio de mercado se ha logrado identificar el target de los turistas nacionales y extranjeros:

a) Target nacional

El proyecto estará enfocado a los turistas que arriven de las ciudades de Cuenca (23%), Riobamba (19%) y Quito (18%), cuyas edades oscilan de 26 a 40 años.

b) Target internacional

El proyecto estará dirigido a los turistas extranjeros que arrivan desde los países de Estados Unidos (7%), Alemania (9%), España (7%) y otros países latinoamericanos como Perú, Colombia, Venezuela y Chile (17%)

2) Marketing mix

c) Producto

El proyecto cuenta con las siguientes características:

Diseño arquitectónico, el mismo que será construído con materiales de la zona y causando el menor impacto ambiental posible, con planes de mitigación y manejo correcto, además de contar con áreas de recreación y salud, turismo de salud.

Conciencia ambiental: Cuenta con minigeneradores de energía hidraúlica y fotovoltaíca, además de mini plantas de procesamiento de aguas servidas, de procesamiento de agua potable, además contará con un guía para las visitas a diferentes atractivos naturales y culturales de la zona.

Conciencia social: Contará con demostración de la cultura Shuar en la zona, danzas, venta y elaboración de artesanías, venta de comida típica de la zona, involucrando a las personas de la cultura shuar dentro del ámbito laboral y turístico.

i. Nombre

El nombre del proyecto se ha tomado de la parroquia donde se encontrará ubicado, debido a ello tomará el nombre de “MACUMA ECOLODGE”.

Figura 50. Marca, imagen de la empresa

ii. Componentes

Oso perezoso y rama de árbol: Es un animal símbolo de la comunidad de yuwints, al mismo que podemos apreciar trepando árboles muy cerca de donde nos encontramos, además de que se encuentre en peligro de extinción.

Hojas de paja toquilla y platanillo: Son plantas representativas del lugar que las utilizan para sus trabajos manuales o artesanías la cultura shuar, además la paja toquilla es utilizada para el techo de sus casas.

Slogan: “Aventura, cultura y confort” demostrando que además de descanso y alimentación se garantiza al turista una aventura inolvidable, convivencia con la cultura de la localidad y confort en su estadía y servicios que utilice.

iii. Colores

Verde: Color que representa a la naturaleza, lo que lleva a la mente del turista una imagen de paz y tranquilidad con aire puro y fresco.

Café: Es un color que representa a la madera y la tierra, siendo un colo neutro, el mismo que estimula al apetito de las personas.

Amarillo: Es un color brillante, alegre, se asocia con la parte del intelecto humano.

Naranja: Es un color cálido, que levanta el ánimo de las personas e incentiva a la creatividad y al éxito.

iv. Identidad corporativa

Se elaboró el diseño de varios elementos corporativos de la empresa.

Figura 51. Hoja membretada

Figura 52. Tarjeta de presentación

d) Precio

i. Precio final de los productos

Se establecieron los precios de acuerdo a la competencia con servicios similares de otras empresas, análisis de costos, exclusividad de la empresa y el estudio de la demanda, ya que de esa manera se pueda establecer en el mercado y sea rentable para la empresa, los cuales se deberá modificar con respecto al movimeinto del mercado.

Tabla 80. Precio servicio de hospedaje

Habitaciones	Precio
Simple	40,00
Doble	80,00
Familiar	100,00

Tabla 81. Precio servicio de alimentación

Denominación	Precio cliente
Ayampaco	4.90
Seco de pollo	3.07
Guatita	4.01
Milanesa	5.55
Filet Mignon	5.05
Desayunos	3,50

Tabla 82. Precio servicios de recreación y salud

Denominación	Precio cliente
Shaman	30.00
Actividades guianza y recreación	40.00

ii. Política de cobro y formas de pago

Con respecto a las habitaciones y demás servicios, se ha determinado que se puede cancelar en el momento que se reserve el 50% del valor total y el 50% restante, al momento de arrivar al ecolodge, en el caso de que sea sin reserva y llegue de manera directa a la empresa, se el cobrará de manera directa la totalidad del servicio, con posibilidad de recargos por servicios o consumos adicionales.

La forma de pago que el lodge aceptará, será mediante trasferencias bancarias, pagos en efectivo o medinate tarjeta de crédito de cualquier institución bancaria.

e) Plaza

Según el estudio de mercado realizado, se ha determinado los siguientes canales de distrubición para la empresa:

i. Canal directo e indirecto

Macuma Ecolodge, comercializará sus servicios y productos de manera directa e indirecta, ya que los turistas nacionales y extranjeros si utilizan servicios de una operadora de turismo o agencia de viajes, más no en su totalidad, de esta anera se abarca una mayor demanda potencial u objetiva.

Figura 53. Canal de distribución directa

Figura 54. Canal de distribución indirecto

ii. Plan de comercialización

Tabla 83. Plan publicitario para Macuma Ecolodge

Target	Canal	Táctica	Política de funcionamiento	Medios publicitarios	Precio de publicidad		
					Cantidad	Precio	Precio total
Turistas nacionales de las ciudades de Quito, Cuenca y Riobamba, de 26 a 40 años de edad; y, turistas extranjeros que no utilicen los servicios de agencias u operadoras de viajes.	Directo	Venta directo de los servicios que oferta el ecolodge	Se difundirá información clara y concreta por medio de medios de publicidad como hojas volante e internet. Además se brindará atención personalizada vía telefónica o e-mail.	Página web, redes sociales.	1	600	600
Turistas nacionales de las ciudades de Quito, Cuenca y Riobamba, de 26 a 40 años de edad; y, turistas extranjeros que utilicen los servicios de agencias u operadoras de viajes.	Indirecto	Visitar a operadoras y agencias de viajes turísticas de renombre en las ciudades de Riobamba, Cuenca y Quito para negociar y realizar convenios estratégicos de los servicios que oferta el ecolodge	Establecer alianzas estratégicas con empresas que presten servicios turísticos.	Tarjeta de presentación	1000	0.04	40
				Volantes	1	120	120
				Material pop	1	400	400
				Hojas membretadas	1000	0.25	250
						Total	**1410**

f) Promoción

Según el estudio de mercado realizado a los turistas nacionales y extranjeros, mencionaron que se información por medio del internet y por medio de otras personas en su mayoría, un mínima cantidad por volanteos y otros medios de comunicación, habiendo tabulado esto, se definieron los siguientes medios para la publicidad: Página web, redes sociales, volantes y material pop.

i. Página web

Macuma Ecolodge, estará ofertando sus servicios y productos por medio de una página web propia, la misma que tedrá el siguiente dominio: www.macumaecolodge.com

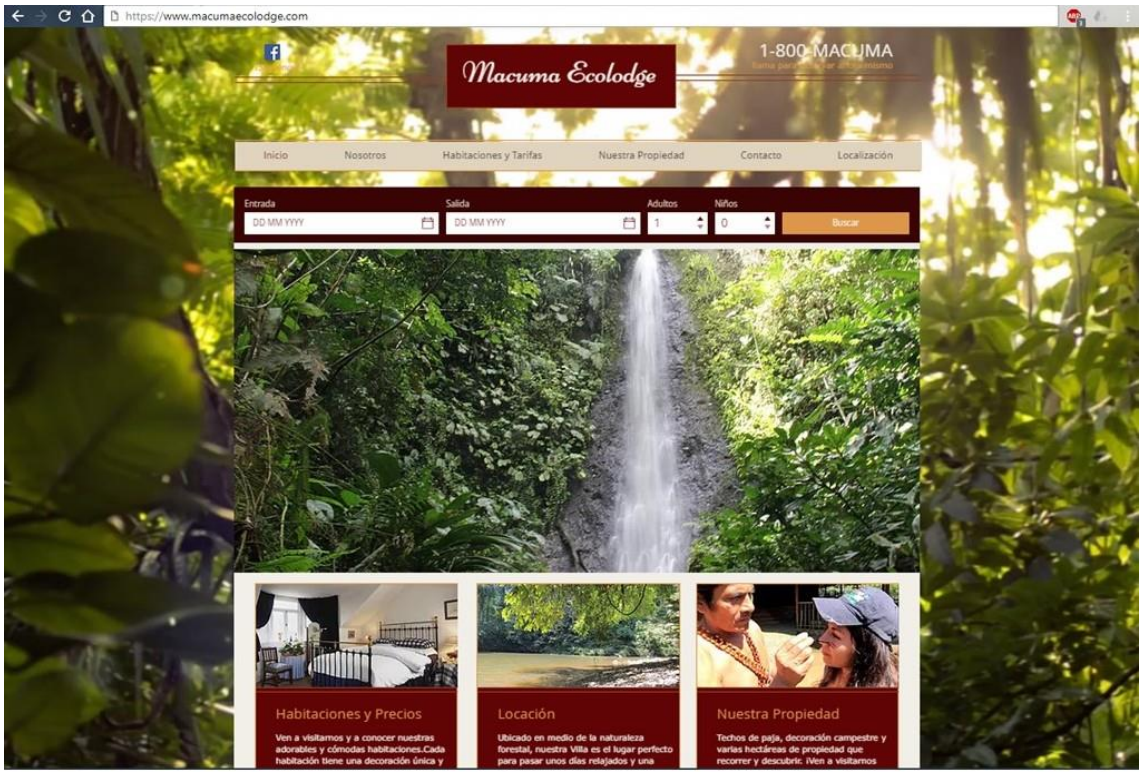


Figura 55. Diseño página web Macuma Ecolodge

ii. Redes sociales

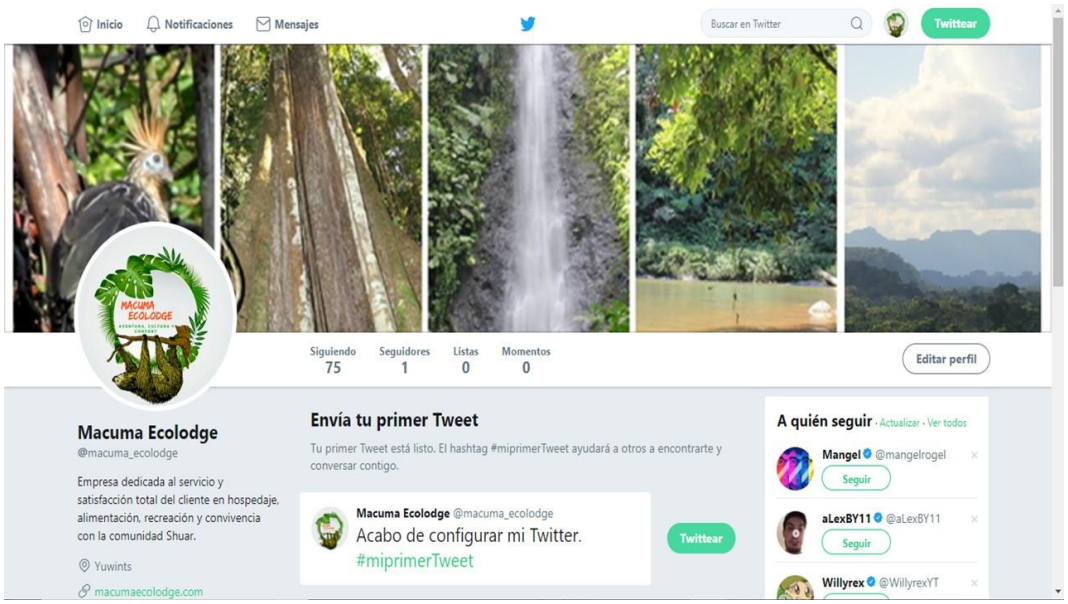


Figura 56. Página red social twitter de Macuma Ecolodge

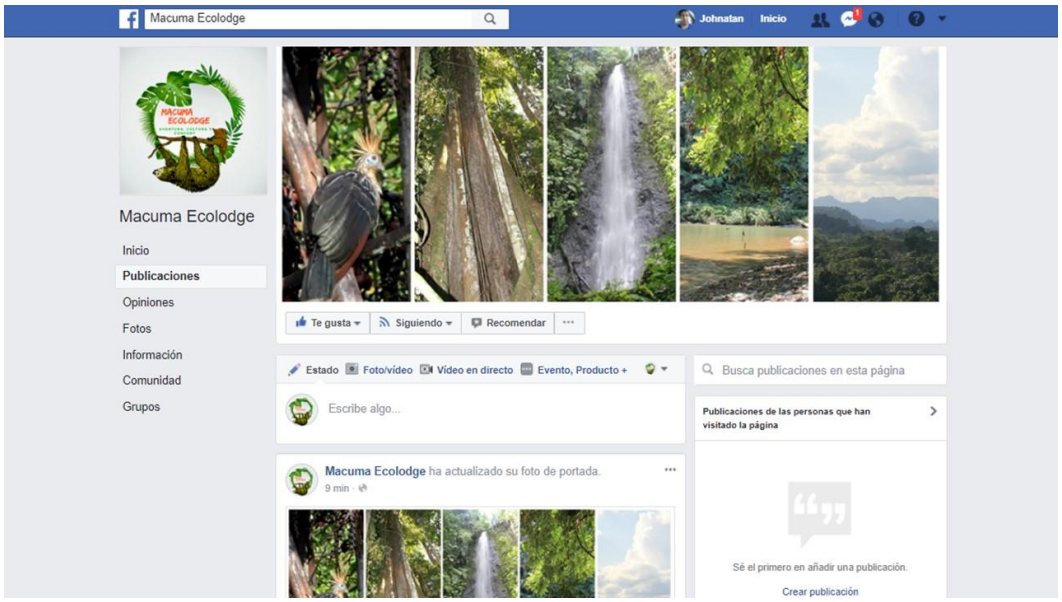


Figura 57. Página red social facebook de Macuma Ecolodge

iii. Volantes

Este material se colocará en diferente partes de la ciudad y empresas como agencias de viajes, operadoras turísticas, servicios de información turística, donde se pueda promocionar el Ecolodge.

Figura 58. Diseño volante Macuma Ecolodge

iv. Material Pop

Para Macuma Ecolodge, se ha diseñado el siguiente material pop:

Figura 59. Gorras Macuma Ecolodge

Figura 60. Esferos Macuma Ecolodge

Figura 61. Camiseta verde Macuma Ecolodge

Figura 62. Camiseta negra Macuma Ecolodge

Figura 63. Camiseta blanca Macuma Ecolodge

v. Políticas de promoción

Los servicios y productos del Ecolodge se promocionarán en ferias turísticas, feriados, fines de semana con promociones especiales de acuerdo a la ocasión y número de pax.

Se realizarán descuentos a cumpleañeros y clientes VIP (frecuentes).

Realizar obsequios por cosumos superiores a 50,00 dólares americanos.

Por cada 12 pax, se entregará una gratuidad.

vi. Gastos del área comercial

Tabla 84. Gastos área comercial

Rubro	Costo Mensual	Costo Anual
Talento Humano	100,00	1200,00
Medios Publicitarios	300,00	3600,00
Salidas de promoción	100,00	1200,00

D. VIABILIDAD SOCIO - AMBIENTAL

Para el presente estudio ambiente se tomó en cuenta la matriz de Lázaro Lagos, la misma que es una de las más completas para la la evaluación de impactos ambientales.

1. Identificación de acciones que puedan causar impacto

a. Fase de instalación

- Movimiento de tierras
- Montaje de la obra

b. Fase de Operación

- Operación Turística
- Actividades turísticas
- Actividades recreacionales
- Educación ambiental
- Eliminación de deshechos
- Fuentes de trabajo

2. Identificación de factores ambientales y sociales del entorno susceptible a recibir impacto

- Aire
- Suelo
- Agua
- Flora y fauna
- Socio – económico
- Paisaje

a. Matriz de calificación de impactos ambientales

Tabla 85. Matriz de evaluación de impactos

Componentes Ambientales	Actividades								Impactos	Criterio de evaluación									
	1. Movimiento de tierras	2. Montaje de la obra	3. Operación Turística	4. Actividades turísticas	5. Actividades recreacionales	6. Educación ambiental	7. Eliminación de deshechos	8. Fuentes de trabajo		1. Naturaleza	2. Magnitud	3. Importancia	4. Certeza	5. Tipo	6. Reversibilidad	7. Duración	8. Tiempo en aparecer	9. Considerado en proyecto	10. Ponderación
A. AIRE	x	x	x						**Emisión de gases contaminantes**	(-)	2	1	C	Pr	2	3	C	N	7
B. SUELO	x	x							**Compactación**	(-)	2	1	D	Pr	2	3	M	N	7
	x	x		x	x		x		**Contaminación por desechos orgánicos e inorgánicos**	(-)	2	1	C	Sc	1	3	C	N	6
C. AGUA					x	x			**Revalorización de la naturaleza**	+	1	3	D	Pr	1	1	C	S	5
D. FLORA Y FAUNA	x	x					x		**Modificación del hábitat**	(-)	2	2	C	Pr	1	1	C	N	6
	x	x		x	x		x		**Alejamiento de especies de fauna**	(-)	2	2	C	Sc	2	2	C	N	8
	x	x		x					**Pérdida de flora**	(-)	2	2	C	Sc	2	3	C	N	9
		x			x				**Reforestación de especies nativas**	+	1	3	C	Pr	2	1	M	S	6
E. SOCIO CULTURAL				x	x	x			**Aumento de turismo en la zona**	+	2	3	D	Pr	2	3	L	S	1
					x	x			**Sensibilización de turistas**	+	2	2	D	Pr	2	3	M	S	9
				x	x	x			**Intercambio cultural**	+	2	1	C	Pr	2	3	M	S	7
	x	x	x	x	x			X	**Dinamización de la economía local**	+	2	2	D	Pr	2	3	M	S	9
					x				**Esparcimiento**	+	2	2	D	Pr	2	3	M	S	9
F. PAISAJE	x	x		x	x		x		**Generación y eliminación de basura**	(-)	2	2	D	Pr	1	1	C	N	6
	x	x		x	x				**Perturbación por ruido**	(-)	1	1	D	Pr	1	1	C	N	3
	x	x					x		**Modificación del entorno**	(-)	2	2	C	Pr	1	3	C	N	8

b. Matriz de cuantificación

Tabla 86. Matriz de cuantificación

Componentes Ambientales	Actividades								TOTAL (+)	TOTAL (-)	TOTAL
	1	2	3	4	5	6	7	8			
A	-7	-7	-7							**21**	**21**
B	-7, -6	-7, -6		-6	-6		-6			**44**	**44**
C					+5	+5			**10**		**10**
D	-6,-8,-9	-6,-8,-9,+6		-8,-9	-8	+6	-6,-8		**12**	**85**	**97**
E	+9	+9	+9	+11,+7,+9	+11,+9,+7,+9,+9	+11,+9,+7		+7	**133**		**133**
F	-6.-3,-8	-6.-3,-8		-6,-3			-6,-8			**66**	**66**
TOTAL (+)	**9**	**15**	**9**	**27**		**38**		**7**	**155**		
TOTAL (-)	**60**	**60**	**7**	**32**			**34**			**216**	
TOTAL	**69**	**75**	**16**	**59**		**38**	**34**	**7**			**371**

c. Interpretación de la matriz

Como se puede observar en las matrices anteriores sus labores son negativos respectivamente; con un valor de 155 negativos, frente a a variable negativa de 216 positivo, lo cual es un resultado aceptable y lógico, ya que en esencia el proyecto va a iniciar desde cero, que es desde la construcción misma.

En cambio, en otro punto tenemos un vaor positivo de 50, en lo que se refiere a su actividad principal posible que sería en este caso las actividades recreacionales, ya que de manera socio – cultural se generan fuentes de trabajo para la localidad, por ende ingresos económicos, reduce el desempleo y concientiza al turista sobre el cuidado y protección del medio ambiente.

De la misma manera las posibles actividades que perjudicarían al ambiente son: movimiento de la tierra y el montaje de la obra, los mismos que tienen una calificación de 60, pero con el debido seguimiento y control adecuado, utilizando técnicas eficientes se logrará controlar, no permitiendo así que el impacto causado sea mayor o nocivo en el ecosistema donde se ejecutará la obra.

Por otro lado en el nivel socio – económico del componente ambiental, se obtuvo un valor de 133, siendo el más beneficioso, ya que crea varias fuentes de empleo para las personas de la localidad y busca la concienciación del cuidado ambiental por parte de los turistas que visiten el Ecolodge.

d. Medidas de mitigación

Tabla 87. Medidas de mitigación de impactos

Impacto	Acciones
Emisión de gases contaminantes	Utilizar químicos no muy nocivos y con mucha precaución
	La maquinaria que se use deberá estar en perfecto estado y con sus mantenimientos al día.
Alejamiento de especies por ruido	La persona o empresa contratada deberá cumplir con lo establecido en el TULAS Libro VI, Anexo 5, Tabla 1; no sobrepasar los 55dB
Movimiento de tierra para construcción	Mover la tierra sólo del espacio a ocupar

	Herramientas y técnicas adecuadas para el movimiento de la tierra
Contaminación por desechos	Elaborar una planta de tratamiento de residuos
	Abono orgánico
Mal sistema de eliminación de aguas residuales	Elaboración de una mini planta de tratamiento de aguas servidas
Aculturación por turistas	Rescatar las manifestaciones culturales, folklóricas y tradiciones de la parroquia y la cultura shuar.

E. VIABILIDAD ADMINISTRATIVA - LEGAL

1. Estudio administrativo

Para laborar de una manera eficiente, los empleados, en especial, los o el administrador deberá entender claramente la estructura ogranizacional de la empresa, tomando en cuenta la importancia de que exista personal capacitado en cada área de trabajo, esto ayudará a cumplir los objetivos y metas que tiene la empresa.

a. Planificación estratégica de la empresa

Este es el proceso de elaboración e implementación de planes para alcanzar objetivos y metas

1) Misión

Ser un Ecolodge que brinde una atención al cliente de calidad, cuya infraestructura sobrepase las espectativas de los turistas con materiales propios de la zona, promoviendo el cuidado y protección del medio ambiente, con personal capacitado de la zona, logrando un desarrollo conjunto de la empresa y la comunidad.

2) Visión

Prestar el servicio de la calidad y con calidez a los huéspedes y turistas que visiten la comunidad o parroquia, siendo una empresa preocupada por sus huéspedes y trabajadores en la zona.

3) Políticas

Para lograr el cumplimeinto de las metas planteadas por el Ecolodge Macuma, se ha planteado las siguientes políticas, para el buen funcionamiento del mismo:

- Atender a los clientes y/o huéspedes de manera cálida y con respeto.
- Mantener las áreas de trabajo en perfecto estado de higiene.
- Servir de manera rápida y eficiente
- Capacitar a los empleados cotinuamente, fomentando la autosuperación.
- Estar capacitados para dar información turística de la zona y la provincia.
- Ofertar servicios adicionales al cliente.

4) Estrategias

Macuma Ecolodge propone algunas estrategias de promoción y publicidad para darse a coocer en el mundo del turismo a nivel nacional e internacional, para lo cual se ha propuesta las siguientes estrategias:

- Se lanzarán al mercado semestralmente nuevos productos turísticos con precios módicos y accesibles, logrando así una buena acogida por parte del cliente.
- Incluir servicios adicionales para el mejor disfrute de la estancia del huésped en el Ecolodge.
- Realizar campañas publicitarias, promocionando nuestros servicios y/o productos turísticos por diferentes medios de comunicación, aplicando técnicas de marketing.
- Realizar convenios con distintas empresas turísticas como son agencias, operadoras, empresas que oferten diferentes servicios turísticos, logrando un fin común.
- Trípticos o documentos de información sobre la empresa se realizarán en 3 idiomas (inglés, español y francés).
- Colocar señalética en todo el transcurso de la vía hasta que el cliente objetivo pueda llevar al Ecolodge.
- Los socios se reunirán semestralmente para rendir informes, elaborar estrategias de marketing y planificaciones a futuro.

b. Estructura organizativa de la empresa

1) Organización estructural

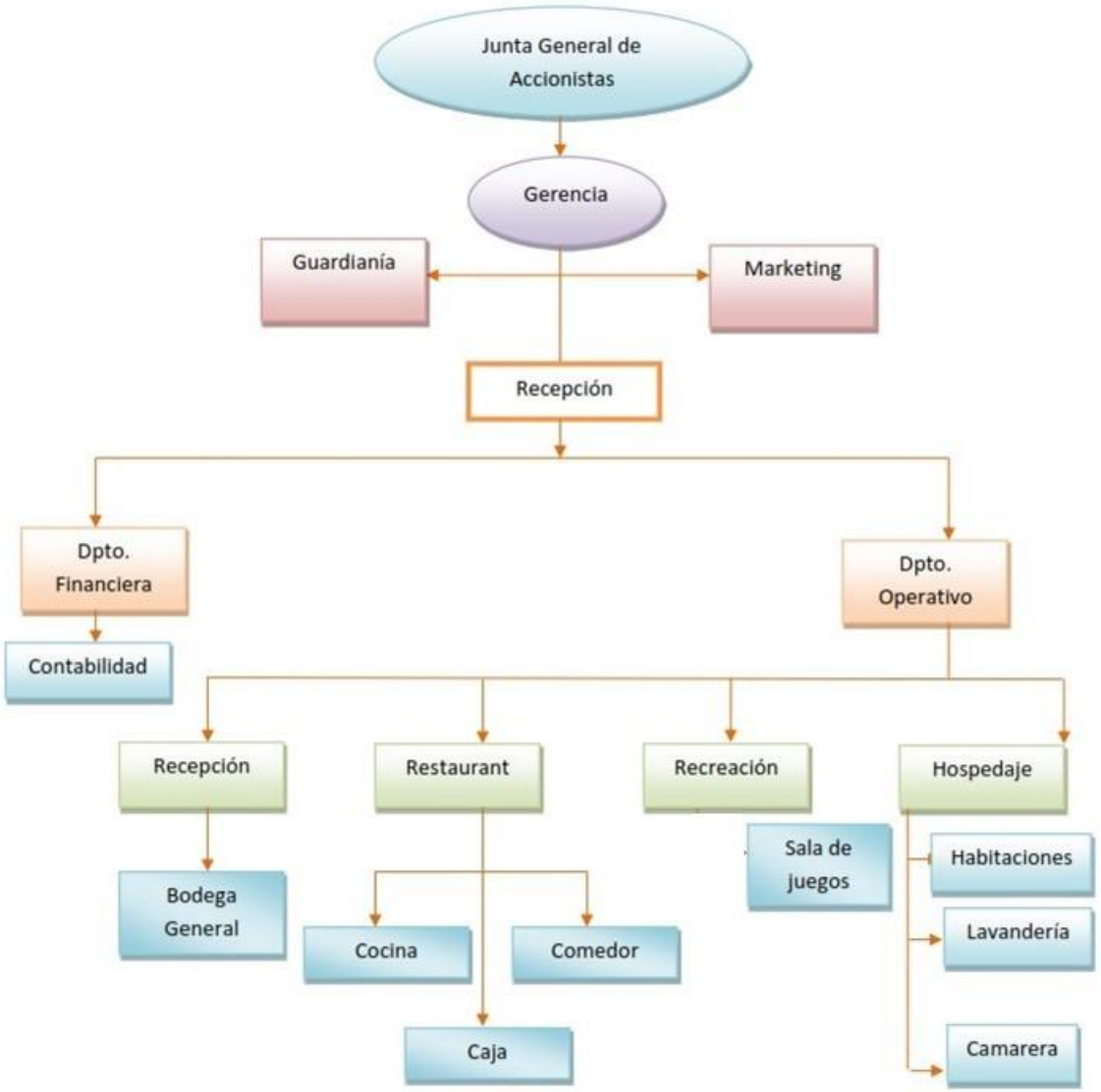


Figura 64. Organigrama estructural

2) Organigrama funcional

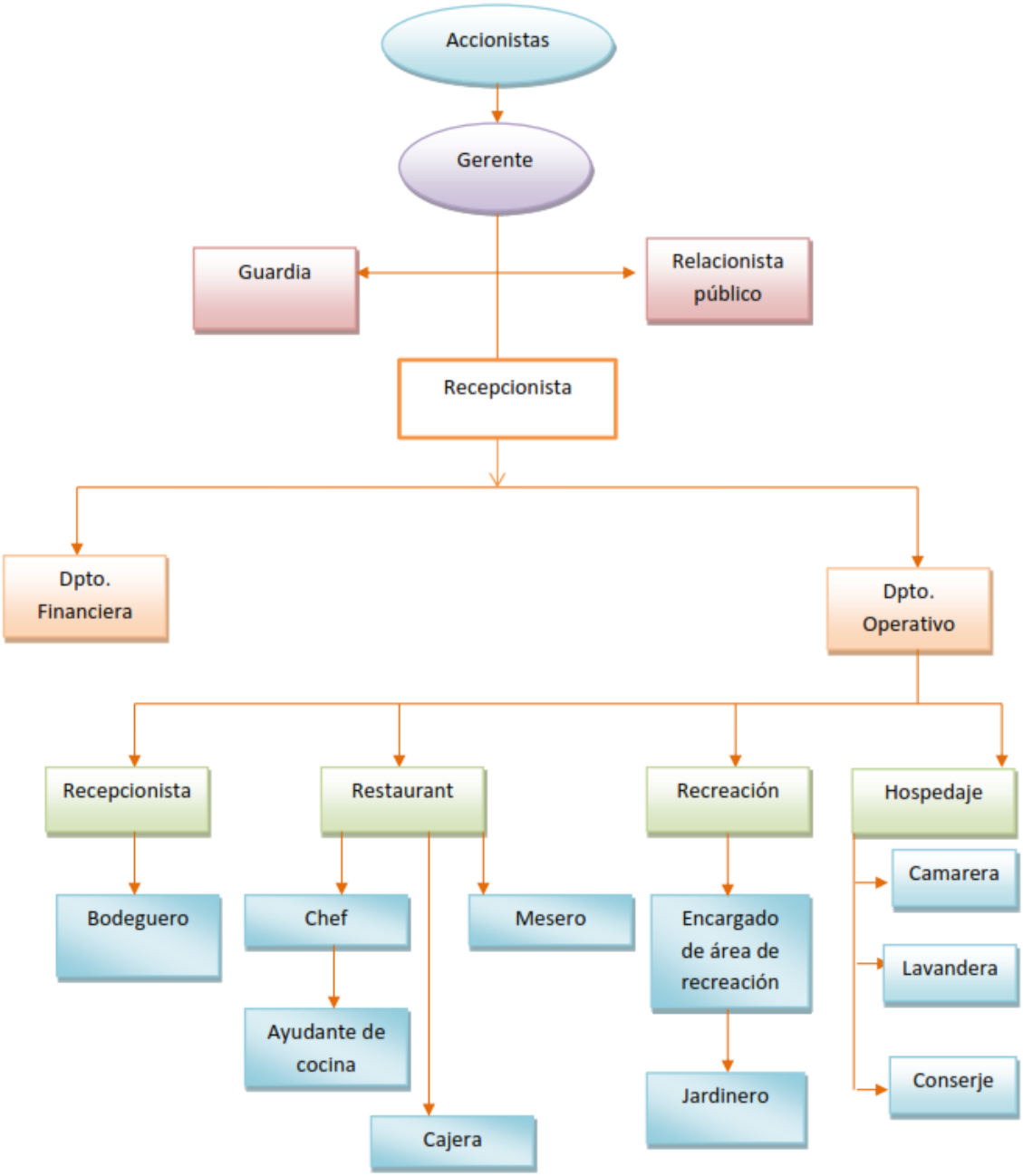


Figura 65. Organigrama funcional de la empresa

c. Manual de funciones

Tabla 88. Manual de funciones del Gerente General

CARGO	GERENTE GENERAL
Funciones	• Realizar evaluaciones periódicas acerca del cumplimiento de las funciones de los diferentes departamentos. • Planear y desarrollar metas a corto y largo plazo junto con objetivos anuales y entregar las proyecciones de dichas metas. • Seguimiento técnico, económico y comercial de la empresa. • Realizar un plan de desarrollo a corto, mediano y largo plazo. • Velar por el cumplimiento de la misión, visión, políticas y normas de la empresa. • Coordinar con los subalternos proyectos que sean de beneficio para la hostería. • Ser el responsable del cumplimiento de las actividades. • Ser el representante legal de la empresa. • Dirigir, coordinar y controlar la gestión de la empresa. • Seleccionar y contratar al personal. • Organizar cursos de capacitación para el personal. • Fijación de sanciones e incentivos al personal de la empresa. • Pagar sueldos y salarios, control de horarios. • Supervisa las funciones que deben realizar los empleados. • Administra el desempeño que tienen los departamentos.
Dependencia	Depende de la Junta de Accionistas y ante él responderá por el cumplimiento de sus deberes y atribuciones.
Subrogación	En caso de ausencia temporal o total, será reemplazo por el presidente de la Junta General de Accionistas, con tus sus atribuciones, hasta que la misma resuelva lo conveniente.

Tabla 89. Manual de funciones del Responsable de marketing

CARGO	**RESPONSABLE DE MARKETING**
Funciones	• Conocimiento del mercado turístico. • Diseñar estrategias para la venta de sus productos. • Establecer estrategias para mejorar el producto y la promoción del mismo. • Planificar actividades mensualmente para incremento de ventas y satisfacción de los empleados. • Realizar presupuestos anuales para el departamento. • Colaborar con el contador en ejercicios contables que incluyan sus ventas. • Colaborar con el Gerente General en la participación de licitaciones, ferias, concursos de precios y ofertas. • Cumplir con otras funciones asignadas por su superior inmediato.
Dependencia	Depende del Gerente General
Subrogación	En caso de ausencia temporal o total, será reemplazo por quien se designe por escrito.

Tabla 90. Manual de funciones del Contador(a)

CARGO	CONTADOR (A)
Funciones	• Llevar la contabilidad de la empresa. • Control de compras de mercancías realizadas por los distintos departamentos de la empresa. • Control de compras y adquisiciones. • Elaboración de presupuestos. • Gestiones bancarias. • Control de créditos. • Realizar las declaraciones al Servicio de Rentas Internas. • Elaborar el estado de ganancias y pérdidas anualmente. • Llevar el registro del libro diario. • Realizar el rol de pagos y autorizar los mismos. • Autorizar salida de dineros para los diferentes departamentos.
Dependencia	Depende del Gerente General
Subrogación	En caso de ausencia temporal o total, será reemplazo por quien se designe por escrito.

Tabla 91. Manual de funciones del Administrador

CARGO	ADMINISTRADOR(A)
Funciones	• **Liderar un equipo humano de trabajo:** • Incentivar la cooperación, participación y compromiso de sus colaboradores. • Brindar un buen ambiente físico y humano de trabajo. • Promover cambios orientados a la consecución de los objetivos. • **Asegurar la satisfacción del cliente:** • Mantener contacto permanente con el cliente. • Supervisar y chequear los servicios y atenciones dispuestas al huésped. • Controlar estándares de calidad. • Establecer políticas de seguridad y privacidad para el cliente. • **Velar por la seguridad y mantenimiento del establecimiento:** • Promover entrenamiento para emergencias. • Monitorear la condición de uso de muebles, equipos y utensilios. • **Alcanzar objetivos esperados:** • Aumentar la proyección de desarrollo del mercado. • Lograr máxima rentabilidad. • Establecer una red de contactos con empresas. • Trabajar en alianza con otras empresas de iguales o distintos servicios. • Elaborar resúmenes e informes. • **Planificar objetivos y estrategias.** • **Analizar y evaluar resultados para proponer acciones.**
Conocimientos	• Técnicas de definición de precios, productos y servicios. • Técnicas de manejo de personal y equipos de trabajo. • Técnicas de negociación y administración de contratos. • Vocabulario técnico del segmento de turismo y hospitalidad. • Aspectos laborares legales, comerciales, tributarios, fiscales, de salud, de

	seguridad, sociales y ambientales, relacionados a la administración hotelera. • Técnicas de liderazgo. • Métodos de evaluación del desempeño del personal. • Tipos, estructura y funcionamiento de los establecimientos de alojamiento. • Técnicas de mercadeo.
Habilidades	• Planificación de corto y mediano plazo. • Toma de decisiones en toda circunstancia. • Raciocinio numérico aplicado a los negocios. • Raciocinio verbal para entender y comunicarse de manera clara y articulada, en forma oral y escrita. • Interpretación del lenguaje corporal.
Actitudes	• Previsor.- Planificador, programa con antelación, disfruta fijando objetivos, proyecta tendencias y planea proyectos. • Perseverante.- Se ajusta a los plazos acordados, completa las tareas, constante para cumplir con la rutina, le gustan los programas definidos. • Atento.- Cordial con el cliente, considerado hacia otros, ayuda a aquellos que lo necesitan, tolerante y comprometido. • Innovador.- Con nuevas ideas, imaginación, plantea sugerencias, aporta soluciones.
Dependencia	Depende del Gerente General
Subrogación	En caso de ausencia temporal o total, será reemplazo por quien se designe por escrito.

Tabla 92. Manual de funciones del Recepcionista

CARGO	**RECEPCIONISTA**
Funciones	• Vender habitaciones • Tramitar y controlar las solicitudes y cancelaciones de reservas. • Controlar el estado ocupacional de las habitaciones. • Recibir al huésped. • Información y asesoría sobre el funcionamiento y servicios ofertados. • Asignar las habitaciones al huésped. • Recepción de llamadas. • Cambiar de habitación al cliente si así lo amerita. • Generar una respuesta inmediata a sus solicitudes, problemas o quejas. • Preparar, verificar y arreglar la cuenta al momento de la salida de huésped. • Manejar el libro de recepción y quejas. • Comunicación con otras áreas para el control de servicios. • Aplicación de políticas que marquen las normas de la empresa. • Elaborar reportes de reservaciones y ocupaciones. • Solicitar suministros. • Controlar paquetes y promociones especiales. • Verificaciones de pago. • Elaboración de la nota de cargo o vale de servicio telefónico. • Elaboración del parte del mensaje o comunicación. • Recibir y enviar mensajes por fax. • Resguardo y entrega de llaves. • Entrega de recados.
Dependencia	Depende del Gerente General

Subrogación	En caso de ausencia temporal o total, será reemplazo por quien se designe por escrito.

Tabla 93. Manual de funciones del encargado de bodega

CARGO	ENCARGADO DE BODEGA
Funciones	• Inventario de bodega. • Control de compras de productos. • Control de provisiones existentes. • Control de provisiones necesarias para la confección de platos. • Recepción y almacenamiento de alimentos y bebidas. • Dar de baja los géneros que no estuvieran en buenas condiciones. • Recepción y almacenamiento de mantelería, sábanas, cobijas, etc. • Supervisión de calidad y precios de provisiones. • Elaboración de pedidos. • Manejo del sistema. • Selección de proveedores.
Dependencia	Depende del Administrador
Subrogación	En caso de ausencia temporal o total, será reemplazo por quien se designe por escrito.

Tabla 94. Manual de funciones del Chef

CARGO	CHEF
Funciones	• Confección del menú diario. • Elaboración de platos. • Limpieza general del área. • Comprobación del estado de las instalaciones de la cocina. • Petición de personal extra en ocasiones especiales. • Verifica y aprueba la compra de insumos. • Revisa permanentemente la calidad y porción de los platos que se sirven al cliente. • Control diario de reservaciones, revisión del planning de reservas. • Control de presentación de alimentos y bebidas. • Inspección de las instalaciones y equipos necesarios.
Dependencia	Depende del Administrador
Subrogación	En caso de ausencia temporal o total, será reemplazo por quien se designe por escrito.

Tabla 95. Manual de funciones del ayudante de cocina

CARGO	AYUDANTE DE COCINA
Funciones	• Asistencia en la confección del menú y elaboración de platos. • Lavado de vajilla. • Colaborar con el chef en el servicio. • Organizar neveras y armarios. • Lavar, pelar, tornear y cortar legumbres, hortalizas, carnes, pescados y mariscos. • Disponer adecuadamente las herramientas, utensilios y materiales de trabajo. • Limpiar y ordenar su puesto de trabajo, y colaborar en el arreglo general de la cocina. • Otras funciones que le asigne su jefe superior inmediato.
Dependencia	Depende del Chef
Subrogación	En caso de ausencia temporal o total, será reemplazo por quien se designe por escrito.

Tabla 96. Manual de funciones del cajero

CARGO	CAJERO(A)
Funciones	• Elabora la cuenta, factura o vale comanda del cliente. • Traslada al contador(a) el respectivo documento de consumo del cliente. • Cobro, facturación de cuentas. • Responder durante la jornada laboral por el fondo de cambio y la recaudación diaria tomando las medidas que garanticen la no existencia de sobrantes ni faltantes en la caja. • Otras funciones que le asigne su jefe superior inmediato.
Dependencia	Depende del Contador(a)
Subrogación	En caso de ausencia temporal o total, será reemplazo por quien se designe por escrito.

Tabla 97. Manual de funciones del mesero(a)

CARGO	MESERO(A)
Funciones	• Decoración de las instalaciones del lugar. • Preparación de mesas y utensilios. • Información sobre el menú del día. • Atención al cliente, bienvenida y asignación de mesas. • Toma de órdenes. • Solicita pedidos a la cocina. • Responsable del desmontaje de vajilla, cristalería y cubertería. • Presenta la cuenta al cliente. • Promueve la venta de determinados platos. • Revisa la cuenta. • Presentarse al cliente con amabilidad y cortesía. • Atender de forma eficiente las quejas y solicitudes de los clientes. • Otras funciones que le asigne su jefe superior inmediato.
Dependencia	Depende del Chef
Subrogación	En caso de ausencia temporal o total, será reemplazo por quien se designe por escrito.

Tabla 98. Manual de funciones del encargado de áreas verdes

CARGO	ENCARGADO DE ÁREAS VERDES
Funciones	• Cuidar de los jardines y huertos. • Podar. • Reconocer las malezas. • Detectar plagas y enfermedades. • Fumigar. • Regar las plantas. • Cumplir otras funciones que le asigne su jefe superior inmediato.
Dependencia	Depende del Administrador.
Subrogación	En caso de ausencia temporal o total, será reemplazo por quien se designe por escrito.

Tabla 99. Manual de funciones del Guardia

CARGO	GUARDIA
Funciones	• Custodiar el establecimiento. • Cuidar el buen orden, funcionamiento y cumplimiento por parte de los clientes. • Recorrer las instalaciones para comprobar el estado en que se encuentran y recoger, si fuera el caso, objetos extraviados. • Cumplir otras funciones que le asigne su jefe superior inmediato.
Dependencia	Depende del Gerente General
Subrogación	En caso de ausencia temporal o total, será reemplazo por quien se designe por escrito.

Tabla 100. Manual de funciones de Gobernata

CARGO	GOBERNATA
Funciones	• Comprobar estado de las instalaciones. • Informe de anomalías al administrativo. • Solicitar la reparación de daños en caso de existir. • Atención al cliente. • Ubicación del cliente en su respectiva habitación. • Selección de suministros de limpieza. • Inventario de elementos existentes y faltantes. • Recorrido y supervisión de las habitaciones. • Elaboración de los programas de limpieza. • Asistencia a juntas, cada que sea solicitado. • Enviar reportador, solicitados por la administración. • Inspección de habitaciones, corredores, baños y escaleras. • Limpieza de habitaciones en horario pertinente. • Control de ocupación de habitaciones. • Elaboración del parte de ocupación de habitaciones. • Bloqueo y desbloqueo de las habitaciones. • Entrega de llaves de la habitación y control de TV. • Informe de servicios complementarios a los clientes. • Establecimiento de suministros requeridos para cada habitación. • Resolución de quejas de los clientes. • Elaboración del check out. • Control total de las llaves. • Escoltar al cliente y sus pertenencias a la habitación. • Cumplir otras funciones que le asigne su jefe superior inmediato.
Dependencia	Depende del Administrador
Subrogación	En caso de ausencia temporal o total, será reemplazo por quien se designe por escrito.

Tabla 101. Manual de funciones de Camarera

CARGO	CAMARERA
Funciones	• Auxiliar de limpieza en todas las áreas del establecimiento. • Informe de anomalías al administrativo. • Inventario de elementos de limpieza existente y faltante. • Recorrido y supervisión de áreas para intervenir su limpieza. • Integrar los programas de limpieza. • Informe de servicios complementarios a los clientes. • Resolución de quejas y solicitudes de los clientes. • Cumplir otras funciones que le asigne su jefe superior inmediato.
Dependencia	Depende del Administrador
Subrogación	En caso de ausencia temporal o total, será reemplazo por quien se designe por escrito.

Tabla 102. Manual de funciones encargado de lavandería

CARGO	ENCARGADO DE LAVANDERÍA
Funciones	• Control de inventarios de ropa del establecimiento. • Limpieza de ropa del establecimiento. • Atención a la ropa de los clientes. • Comprobar el estado de las instalaciones y máquinas de lavado y secado, solicitar reparación de las mismas en caso de necesitarlo. • Mantenimiento de las instalaciones. • Selección de suministros. • Asistencia a juntas cada vez que sea solicitado. • Resolución de quejas de los clientes. • Cumplir otras funciones que le asigne su jefe superior inmediato.
Dependencia	Depende del Administrador
Subrogación	En caso de ausencia temporal o total, será reemplazo por quien se designe por escrito.

Tabla 103. Manual de funciones encargado de Mantenimiento

CARGO	ENCARGADO DE MANTENIMIENTO
Funciones	• Probar el funcionamiento de equipos o instalaciones. • Determinar presupuesto de reparación, en caso de ser necesario. • Determinar listado de repuestos o materiales, tiempo de reparación y necesidad del mantenimiento. • Reparar fallas eléctricas. • Reparar fallas hidráulicas. • Reparar fallas mecánicas. • Reparar fallas telefónicas. • Hacer reparaciones prediales (pisos, pintura, tumbados, revestimientos). • Hacer instalaciones provisionales. • Manejar y controlar existencia de materiales en el área de mantenimiento. • Operar equipos. • Cuidar el área de trabajo. • Participar en programas de mantenimiento. • Actuar en emergencias (falla o daño de equipos). • Actuar como nexo entre áreas de mantenimiento y ama de llaves. • Apoyar al equipo humano de trabajo. • Cuidar de la apariencia personal. • Cumplir otras funciones que le asigne su jefe superior inmediato.
Dependencia	Depende del Administrador
Subrogación	En caso de ausencia temporal o total, será reemplazo por quien se designe por escrito.

d. Políticas de remuneración

Tabla 104. Remuneraciones del Departamento productivo

Cargo	N°	Costo mensual	Costo anual
Administrador	1	600	7200
Recepcionista	2	386	9264
Bodeguero	1	386	4632
Gobernata	1	386	4632
Mucama	1	386	4632
Chef	1	600	7200
Ayudante de cocina	1	386	4632
Bartender	2	400	9600
Cajero(a)	2	386	9264
Mesero (a)	2	386	9264
Jardinero	2	386	9264
Encargado de planta de tratamiento y reciclaje	1	600	7200
Encargado de cuarto de máquinas y mantenimiento	2	600	14400
Disk Jokey (DJ)	2	200	4800
Guardia	2	400	9600
TOTAL			**115584**

Tabla 105. Remuneraciones del Departamento directivo

Cargo	N°	Costo mensual	Costo anual
Gerente General	1	800,00	9600,00
		TOTAL	**9600,00**

Tabla 106. Remuneraciones del Departamento comercial

Cargo	N°	Costo mensual	Costo anual
Encargado de marketing	1	600,00	7200,00
Atención al cliente y ventas	1	386,00	4632,00
		TOTAL	**11632,00**

Tabla 107. Remuneraciones del Departamento financiero

Cargo	N°	Costo mensual	Costo anual
Contador(a)	1	600,00	7200,00
		TOTAL	**7200,00**

2. Viabilidad legal

a. Extractos de la ley que abalicen la creación de la empresa

1) Constitución de la República del Ecuador

- Art. 66, numeral 13.- El derecho a asociarse, reunirse y manifestarse en forme libre y voluntaria.

- Art. 66, numeral 15.- El derecho a desarrollar actividades económicas en forma individual o colectiva, conforme a los principios de solidaridad, responsabilidad social y ambiental.

- Art. 66, numeral 25.- derecho a acceder a bienes y servicios públicos y privados de calidad, con eficiencia, eficacia y buen trato, así como a recibir información adecuada y veraz sobre su contenido y características.

- Art. 83, literal 6.- Respetar los derechos de la naturaleza, preservar un ambiente sano y utilizar los recursos naturales de modo racional, sustentable y sostenible.

- Art. 319.- Se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras, las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas.

2) Ley de turismo

- Art. 5.- Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:
  a. Alojamiento;
  b. Servicio de alimentos y bebidas;
  c. Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito;
  d. Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento;
  e. La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones; y,
  f. Casinos, salas de juego (bingo-mecánicos) hipódromos y parques de atracciones estables.

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

- Art.9.- El Registro de Turismo consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos, sea persona natural o jurídica, previo al inicio de actividades y por una sola vez en el Ministerio de Turismo, cumpliendo con los requisitos que establece el Reglamento de esta Ley. En el registro se establecerá la clasificación y categoría que le corresponda.

- Art. 10.- El Ministerio de Turismo o los municipios y consejos provinciales a los cuales esta Cartera de Estado, les transfiera esta facultad, concederán a los establecimientos turísticos, Licencia Única Anual de Funcionamiento.

3) Reglamento general a la aplicación de la ley de turismo

- Art. 45.- Quien puede ejercer actividades turísticas.- El ejercicio de actividades turísticas podrá ser realizada por cualquier persona natural o jurídica, sean comercial o comunitaria que, cumplidos los requisitos establecidos en la ley y demás normas aplicables y que no se encuentren en las prohibiciones expresas señaladas en la ley y este reglamento, se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual de las actividades turísticas establecidas en el Art. 5 de la Ley de Turismo.

Del registro único de turismo

- Art. 47.- Obligación del Registro Único de Turismo.- Toda persona natural, jurídica, empresa o sociedad, previo el inicio de cualquiera de las actividades turísticas descritas en el artículo 5 de la Ley de Turismo, obtendrán el registro de turismo, que consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos en el catastro o registro público de empresarios y establecimientos turísticos, en el Ministerio de Turismo. El registro de turismo se efectuará por una sola vez; y, cualquier cambio que se produzca en la declaración inicial deberá notificarse al Ministerio en el plazo máximo de 30 días de ocurrido el hecho tales como transferencia a cualquier título, arrendamiento, cambio de nombre o razón social, asociación, cambio de local, apertura de sucursal, cierre de establecimiento y otros.

- Art. 48.- Pago por concepto de registro.- El valor por concepto de registro se hará por una sola vez y, de acuerdo con el detalle que conste en el correspondiente acuerdo ministerial. Los valores podrán ser ajustados anualmente.

De la licencia única anual de funcionamiento

- Art. 55.- Requisito previo para la operación.- Para el inicio y ejercicio de las actividades turísticas se requiere además del registro de turismo, la licencia única anual de funcionamiento, la misma que constituye la autorización legal a los establecimientos dedicados a la prestación de los servicios turísticos, sin la cual no podrán operar, y tendrá vigencia durante el año en que se la otorgue y los sesenta días calendario del año siguiente.

- Art. 56.- Derechos por la obtención de la licencia única anual de funcionamiento.- A la persona natural o jurídica en cuyo beneficio se ha expedido la licencia única anual de funcionamiento, le acceden todos los derechos establecidos en el artículo 10 de la Ley de Turismo.

- Art. 60.- Pago de la licencia.- El valor que deberá pagarse es igual al valor que se paga por registro. En los municipios descentralizados el valor será fijado mediante la expedición de la ordenanza correspondiente.

4) Reglamento de Alojamiento Turístico

Art. 7. Requisitos previo al registro.- Las personas naturales o jurídicas previo al iniciar el proceso de registro del establecimiento de alojamiento turístico, deberá contar con lo siguientes documentos:

a) En el caso de personas jurídicas, escritura de la constitución, aumento de capital o reforma de estatutos, debidamente inscrita en el Registro Mercantil.

b) Nombramiento del representante legal, debidamente inscrito en el registro Mercantil.

c) Registro Único de Contribuyentes (RUC), para persona natural o jurídica.

d) Cédula de identidad o ciudadanía, y papeleta de votación, de la persona natural o representante legal de la compañía.

e) Certificado de gravámenes o contrato de arrendamiento del local de ser el caso, debidamente legalizado ante autoridad competente.

f) Inventario valorado de activos fijos de la empresa bajo la responsabilidad del propietario o representante legal.

g) Pago del uno por mil.

h) Para uso del nombre comercial, el establecimiento de alojamiento deberá cumplir con las disposiciones de la ley de la Propiedad Intelectual y la normativa aplicable en esta materia. Deberá verificarse el resultado de la búsqueda fonética.

Art. 8. Del procedimiento de registro e inspección de un establecimiento turístico.- El procedimeinto para el registro e inspección de un establecimiento de alojamiento turístico será el siguiente:

a) La Autoridad Nacional de Turismo contará con una herramienta digital de uso obligatorio para el registro de los establecimientos de alojamiento turístico, en el que se determinará el cumplimiento de requisitos apra la calificación y categorización.

b) Para el registro, el empresario deberá seguir los pasos del sistema digital que será estblaecido por la Autoridad Nacional de Turismo. Al finalizar el proceso el sistema emitirá un certificado de registro de establecimiento.

c) La Autoridad Nacional de Turismo realizará inspecciones de verificación y/o control a los establecimientos. Al final de la inspección se emitirá un acta suscrita entre el funcionario de la Autoridad Nacional de Turismo y el propietario, representante legal, administrador o encargado del establecimiento de alojamiento turístico, donde se dejará constancia de la diligencia realizada. Una copia de esta acta será entregada al establecimiento.

d) En caso de que los resultados de la inspección, determinen que el establecimiento no consignó información veráz al registrarse o posteriormente en caso de modificaciones, re-categorizaciones o reclasificaciones, la Autoridad Nacional de Turismo o los Gobiernos Autónomos Descentralizados a los que se les haya transferido la competencia de control, impondrán las sanciones establecidad en la normativa.

Art. 12. Clasificación de alojamiento turístico y nomenclatura.- Los establecimientos de alojamiento turístico se clasifican en:

a)	Hotel	H
b)	Hostal	HS
c)	Hostería	HT
d)	Hacienda Turística	HA
e)	Lodge	L
f)	Resort	RS
g)	Refugio	RF
h)	Campamento Turístico	CT
i)	Casa de Huéspedes	CH

c.3. Lodge.- Establecimiento de alojamiento turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje en habitacione so cabañas privadas, con cuarto de baño y aseo privado y/o compartido conforme a su categoría. Ubicados en entornos naturales en los que se privilegia el paisaje. Utiliza materiales locales y diseños propios de la arquitectura vernácula de la zona en la que se encuentre y mantiene la armonización con el ambiente. Sirve de enclave para realizar excursiones organizadas, tales como observación de flora y fauna, culturas locales, caminatas por senderos, entre otros. Presta el servicio de alimentos y bebidas sin perjuicio de proporcionar otros servicios complementarios. Deberá contar ocn un mínino de cinco habitaciones.

5) Ley de compañías

- Art. 143.- La compañía anónima es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones. Las sociedades o compañías civiles anónimas están sujetas a todas las reglas de las sociedades o compañías mercantiles anónimas.

- Art. 144.- Se administra por mandatarios amovibles, socios o no. La denominación de esta compañía deberá contener la indicación de "compañía anónima" o "sociedad anónima", o las correspondientes siglas. No podrá adoptar una denominación que pueda confundirse con la de una compañía preexistente. Los términos comunes y aquellos con los cuales se determine la clase de empresa, como "comercial", "industrial", "agrícola", "constructora", etc., no serán de uso exclusive e irán acompañadas de una expresión peculiar.

> Las personas naturales o jurídicas que no hubieren cumplido con las disposiciones de esta Ley para la constitución de una compañía anónima, no podrán usar en anuncios, membretes de carta, circulares, prospectos u otros documentos, un nombre, expresión o siglas que indiquen o sugieran que se trata de una compañía anónima.

Los que contravinieren a lo dispuesto en el inciso anterior, serán sancionados con arreglo a lo prescrito en el Art. 445. La multa tendrá el destino indicado en tal precepto legal. Impuesta la sanción, el Superintendente de Compañías notificará al Ministerio de Salud para la recaudación correspondiente

b. Reglamento de la empresa

Se realizaron los estatutos de la empresa de sociedad anónima, en base a la ley de compañías. El documento se encuentra en el Anexo N° 3.

c. Obligaciones fiscales

Tabla 108. Obligaciones por única vez

Obligaciones	Costo
Registro Único de Turismo (según los valores dados por la municipalidad del cantón Morona)	56,00
Apertura de una cuenta en Banco del Fomento	400,00
Otras instituciones	200,00
TOTAL	**656,00**

Tabla 109. Obligaciones anuales

Obligaciones	Costo
Licencia anual de funcionamiento (valores dados por la municipalidad del cantón Morona)	56,00
Otras instituciones	50,00
TOTAL	**106,00**

F. VIABILIDAD ECONÓMICA Y FINANCIERA

1. Análisis Económico

a. Inversiones del proyecto

Tabla 110. Inversiones del proyecto

Inversiones	Inversión propias	Inversión financiera	Total
Activos fijos		**455035.51**	**455035.51**
Terreno		92000.00	92000.00
Construcción y edificación		290506.24	290506.24
Maquinaria y equipos		30670.20	30670.20
Muebles y enseres		23448.15	23448.15
Insumos y suministros		18410.92	18410.92
Activos diferidos	**9122.00**		**9122.00**
Gasto de organización y constitución	762.00		762.00
Promoción y publicidad	7410.00		7410.00
Estudios de investigación	950.00		950.00
Capital de trabajo	**153209.13**		**153209.13**
Sueldos y salarios	144016.00		144016.00
Servicios básicos	1440.00		1440.00
Materia prima	7753.13		7753.13
Contingencia			500.00
Total			**617366.64**

b. Cálculo de pago de la deuda

Tabla 111. Cálculo de pago de la deuda

Monto:	**455035.51**
Interés anual:	12%
Entidad Financiera:	BanEcuador

Año	Préstamo	Capital a pagar	Interés	Cuota anual	Saldo
2018	455035.51	91007.102	54604.2612	145611.3632	364028.408
2019	364028.408	91007.102	43683.40896	134690.511	273021.306
2020	273021.306	91007.102	32762.55672	123769.6587	182014.204
2021	182014.204	91007.102	21841.70448	112848.8065	91007.102
2022	91007.102	91007.102	10920.85224	101927.9542	0
Total		**455035.51**	**163812.7836**	**618848.2936**	

c. Depreciación de activos fijos

Tabla 112. Depreciación de activos fijos

Activo	Valor del bien	Depreciación por la ley (Años)	Depreciación anual	Depreciación por uso en el proyecto(5 años)	Valor de salvamento
Insumos y suministros	18410.92	3	6136.973333	30684.86667	-12273.94667
Maquinaria y equipos	30670.2	10	3067.02	15335.1	15335.1
Muebles y enseres	23448.15	10	2344.815	11724.075	11724.075
Infraestructura	290506.24	20	14525.312	72626.56	217879.68
Total			**26074.12033**	**130370.6017**	**232664.9083**

d. Amortización de activos

Tabla 113. Amortización de activos diferidos

Activos diferidos	2018	2019	2020	2021	2022
9122	1824.4	1824.4	1824.4	1824.4	1824.4

e. Costos y gastos

Tabla 114. Costos y gastos

Denominación	2018	2019	20120	2021	2022
Costos de producción					
Suministros e insumos	18410.92	20804.3396	23508.90375	26565.06124	30018.5192
Materia prima	7753.13	8761.0369	9899.97	11186.97	12641.27
SUB TOTAL 1	**7753.13**	**8761.0369**	**9899.971697**	**11186.96802**	**12641.27386**
Gastos Administrativos					
Sueldos y salarios	144016	162738.08	183894.03	207800.25	234814.29
Servicios básicos	1440	1627.20	1838.74	2077.77	2347.88
Depreciaciones	26074.12033	29463.76	33294.04	33793.45	34300.36
SUB TOTAL 2	**171530.1203**	**193829.04**	**199687.52**	**208808.92**	**221622.18**
Gastos comerciales					
Promoción y publicidad	7410	8373.3	9461.83	10691.87	12081.81

SUB TOTAL 3	**7410**	**8373.3**	**9461.83**	**9894.03**	**10501.16**
Gastos financieros					
Intereses durante el funcionamiento	54604.2612	43683.40896	32762.55672	21841.70448	10920.85224
SUB TOTAL 4	**54604.2612**	**43683.40896**	**32762.55672**	**21841.70448**	**10920.85224**
TOTAL	**241297.5115**	**254646.78**	**251811.88**	**251731.62**	**255685.47**

f. Presupuestos de ingresos

Tabla 115. Presupuestos de ingresos

Denominación	Precio	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Alimentación	16	55648	59264	63120	67216	71584	76240
Salud	30	26100	27780	29580	31500	33570	35730
Recreación	40	96600	102880	109600	116680	124280	132360
Hospedaje	80	231920	246960	263040	280080	298240	317680
Total		**410268**	**436884**	**465340**	**495476**	**527674**	**562010**

g. Estado de resultados

Tabla 116. Estado de resultados

Denominación	2018	2019	2020	2021	2022
Ventas	436884	465340	495476	527674	562010
Costo de producción	7753.13	8761.0369	9899.971697	11186.96802	12641.27386
Utilidad bruta	**429130.87**	**456578.9631**	**485576.0283**	**516487.032**	**549368.7261**
Gastos administrativos	171530.1203	193829.04	199687.52	208808.92	221622.18
Gastos comerciales	7410	8373.3	9461.83	9894.03	10501.16
Gastos financieros	54604.2612	43683.40896	32762.55672	21841.70448	10920.85224
Utilidades antes de impuestos	**195586.4885**	**210693.22**	**243664.12**	**275942.38**	**306324.53**
Impuestos(25%)	48896.62212	52673.30454	60916.031	68985.5944	76581.13361
Utilidades antes de repartición de utilidades	146689.8664	158019.91	182748.09	206956.78	229743.40
Repartición de utilidades(15%)	22003.47995	23702.98704	27412.21395	31043.51748	34461.51012
Utilidad neta	**124686.3864**	**134316.93**	**155335.88**	**175913.27**	**195281.89**

h. Flujo de caja

Tabla 117. Flujo de caja

Denominaciones	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Inversiones	617366.64					
Recuperación del capital de trabajo						153209.13
Valor del salvamento						232664.9083
Depreciaciones		26074.12033	26074.12033	26074.12033	26074.12033	26074.12033
UTILIDAD NETA		124686.3864	134316.93	155335.88	175913.27	195281.89
Flujo de caja neta	**617366.64**	**150761**	**160391**	**181410**	**201987**	**607230**

i. Valor actual neto

Tabla 118. VAN

Rubro	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Flujo de caja	-617366.64	150761	160391	181410	201987	607230
VAN	433673.59					
TIR	24					
Periodo de recuperación	2.37	Periodo de recuperación 1 año, 9 meses y 8 días				

j. Relación beneficio costo

Rubro	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Flujo de caja	-617367	150761	160391	181410	201987	607230
Factor de actualización	1.00	0.9	0.8	0.7	0.6	0.6
Flujo de caja actualizado	-617366.64	134607.6	127862.8	129124.1	128366.6	344558.6
		Sumatorias	262470.4	391594.4	519961.0	864519.7
RBC	1.40					

k. Resumen

Tabla 119. Tabla resumen

VAN	**433673.59**
TIR	24
PERIODO DE RECUPERACIÓN	2.37
RBC	1.40

El VAN es positivo por tanto el proyecto es viable económicamente.

La tasa de rentabilidad del dinero que se mantendrá en el proyecto es de 24%.

El tiempo de recuperación de la inversión es de 2,4 años.

La relación costo beneficio da como resultado que por cada dólar invertido se va a recuperar 0,40 centavos de dólar.

VIII. CONCLUSIONES

A. Al conocer a los turistas potenciales que utilizarán los servicios del ecolodge, conocemos que tanto nacionales como extranjeros tienen deseo de visitar y usar el ecolodge en el cantón Taisha, quienes además desean realizar actividades de fotografía, caminatas, eventos culturales y deportes extremos, prefiriendo gastar hasta 120,00 dólares diarios aproximadamente, por servicios de alojamiento, restaurante, salud y recreación.

B. Para posesionarse en el mercado se ha elegido como nombre oficial "Macuma Ecolodge", por la parroquia donde se encontrarrá ubicado, además de ello, se ha diseñado la marca imagen basados en lo más representativo de la zona, a partir de ello se ha elaborado el diseño de página web, creación de cuentas de redes sociales y correo electrónico para un mejor contacto directo e indirecto con los clientes objetivos.

C. Para conocer los impactos ambientales causados debido la construcción e instalación del ecolodge, se realizó la cuantificación de los mismos a través de la matriz de Lázaro Lagos, donde se pudo observar que los impactos son mínimos y reparables, mediante un plan de mitigación de impactos.

D. Se ha diseñado estratégicamente estratégicamente la estructura organizacional de la empresa, por lo que cuenta con misión, visión, políticas y estrategias claras, que se deberán cumplir para el desarrollo exitoso de la empresa.

E. De acuerdo al estudio económico y financiero se calculó que se contará con un valor actual positivo de 433673,59 con la tasa interna de retorno del 24%, que se recuperará en 2,4 años y la relación beneficio – costo resultó de 1,40$ dólares.

IX. RECOMENDACIONES

A. Se recomienda que al iniciar las actividades o el funcionamiento del Ecolodge, se lo haga con el personal necesario para cada área de trabajo.

B. Se deberá comenzar con la publicidad por los medios ya definidos, como son el internet (página web y redes sociales), volantes y ferias turísticas.

C. Es necesario mantener a todo el personal que labora en la empresa capacitado en sus respectivas áreas de trabajo, por lo que se recomienda brindar capacitaciones de una manera constantemente para mejorar la calidad en los servicios que se ofertarán en el ecolodge.

D. Es oportuno que se trabaje en conjunto con la Junta Parroquial y la comunidad involucrada directamente, para que mediante gestión se puedan mejorar las facilidades turísticas en la parroquia.

E. Se recomienda controlar los niveles de ruído, tala de árboles y demás actividades o instrumentos a ocupar al momento de construir para disminuir el impacto ambiental en la zona, evitando la migración masiva de las especies del lugar.

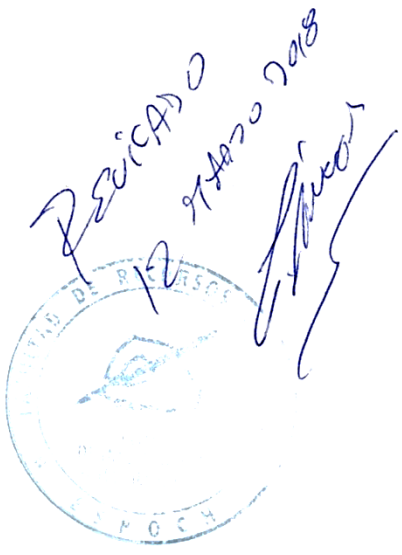
F. Se recomienda socializar el presente proyecto con la comunidad de Yuwints para que el mismo pueda ser implementado y financiado.

X. RESUMEN

La presente investigación propone: estudiar la factibilidad para la creación de un ecolodge en el cantón Taisha, provincia de Morona Santiago; en el que constan seis puntos: la validación del potencial turístico de la comunidad de Yuwints, lugar donde se realizó el presente estudio; el estudio de mercado; viabilidad técnica; viabilidad socio-ambiental, viabilidad administrativa-legal y viabilidad económica - financiera. Obteniendo como resultados que el 100% de los turistas que no conocen el cantón Taisha, lo desearían conocer y les gustaría que se cree un ecolodge en el lugar, el mismo que ofrezca servicios de hospedaje, alimentación, recreación y salud, teniendo conciencia y cuidado del medio ambiente, para lo cual se diseñaron planos arquitectónicos, determinando un espacio adecuado para cada área y el personal necesario para el correcto funcionamiento de la empresa, además del diseño del mix de marketing en su totalidad; cabe mencionar que el estudio de impacto ambiental y social, determinó que se causarán daños ambientales en la fase de construcción, para lo cual se desarrollaron medidas de mitigación; y, finalmente se determinó en el estudio económico y financiero, que la puesta en marcha del proyecto propuesto tendrá un costo de **617.366,64$** dólares, valor que será financiado por los socios de la empresa y préstamo bancario, con un VAN (valor actual neto) de 433.675,59$ dólares, una TIR (tasa interna de retorno) del 24% y una relación beneficio – costo de 1,40$ dólares. Se recomienda socializar el proyecto con la comunidad para el desarrollo del mismo.

Palabras clave: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD – IMPACTO AMBIENTAL – IMPACTO SOCIAL – MEDIDAS DE MITIGACIÓN.

Por: Johnatan Flores Jaramillo



XI. SUMMARY

This research proposes: the feasibility study for the creation of an Eco lodge in the Taisha canton, province of Morona Santiago; which consist of six points: the validation of the tourism potential of the community of Yuwints, where was the present study; the market study; technical feasibility; socio - environmental feasibility; viability administrative - legal and economic viability - financial. Obtaining results 100% of the tourists who do not know the canton of Taisha, they would like to know and would like believed an Eco lodge in the place, which offers services of accommodation, food, recreation and health, awareness and care of the environment, for which designed flat architectural, determining adequate space for each area and the staff required for the proper functioning of the company, as well as the design of the whole marketing mix; It is noteworthy that the environmental and social impact study, determined that environmental damage in the construction phase, will cause for which developed mitigation measures; and finally determined in the study economic and financial, the implementation of the proposed project will have a cost of $617.366,64, value that will be funded by the partners of the company and bank loan, with a VAN (net present value) $433.675,59 dollars, an IRR (internal rate of return) of 24% and a relationship benefit - cost of $1.40. It is recommended to socialize the project with the development of the community

Key words: STUDY OF FEASIBILITY, ENVIRONMENTAL IMPACT, SOCIAL IMPACT, MITIGATION MEASURES.

XII. BIBLIOGRAFÍA

1. Abreu, M. (2006). *Formulación y evaluación de proyectos de inversión en México.* México.
2. Arboleda, J. (2008). *Manual de evaluación de impacto ambiental de proyectos, obras o actividades.* Medellín - Colombia.
3. Asamblea Nacional del Ecuador. (2010). *Código orgánico de organización territorial, autonomía y descentralización.* Quito - Ecuador: Asamblea Nacional.
4. Baca, G. (2010). *Evaluación de proyectos.* México DF. - México: Mc Graw-Hill/Interamericana.
5. Caballero, V. (2006). *Diagnóstico ambiental de las lagunas del centro de recursos tecnológicos "Fátima" provincia de Pastaza.* Riobamba: ESPOCH. Recuperado el 23 de febrero del 2017, de http://dspace.espoch.edu.ec/bitstream/123456789/3384/1/23T0397.pdf
6. Cordinación General de Estadística e Investigación. (2017). *Boletín de Estadísticas Turísticas 2011-2015.* Quito: Ministerio de Turismo del Ecuador. Recuperado el 17 de enero del 2018 de http://www.turismo.gob.ec
7. Cordinación General de Estadísticas e Investigación. (Diciembre de 2016). *Principales Indicadores de Turismo 2015-2016.* Recuperado el 23 de Febrero de 2017, de Ecuador Potencia Turística: http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/portfolio/turismo-cifras/19-inteligencia-de-mercados/boletin-mensual/95
8. Cuartas, F. (2008). *Evaluación económica y financiera de los proyectos.* Recuperado el 23 de Febrero de 2017, de Gaceta Financiera: http://www.gacetafinanciera.com/PROY_EXCEL/VIABILIDADPROYEC.doc.
9. Diario del Hotelero. (2015). *Estadisticas hoteleras en America Latina* . Recuperado el 23 de febrero del 2017, de http://www.diariodelhotelero.com.ar/noticias/detalle/estadisticas-hoteleras-en-america-latina .
10. Drumm, A., Moore, A., Soles, A., Patterson, C., & Terborgh, J. (2004). *Desarrollo y manejo del ecoturismo.* Arlington - USA: The Nature Conservancy.
11. Duffy, G. (s.f.). *Ecolodge types and definitions.* Recuperado el 23 de Febrero de 2017, de Worldwide Ecolodges: http://worldwideecolodges.com/wp/ecolodge-exp-2/
12. Gestión en Recursos Culturales de Chile. (2017). *Estudio de impacto ambiental*. Recuperado el 17 de enero del 2018, de Estudio de impacto ambiental: http://www.grn.cl/estudio-de-impacto-ambiental.html
13. Gobierno Autónomo Descentralizado de Macuma. (30 de Octubre de 2015). *Sistema Nacional de Información.* Recuperado el 23 de febrero del 2017 de Sistema Nacional de Información: http://app.sni.gob.ec/sni-

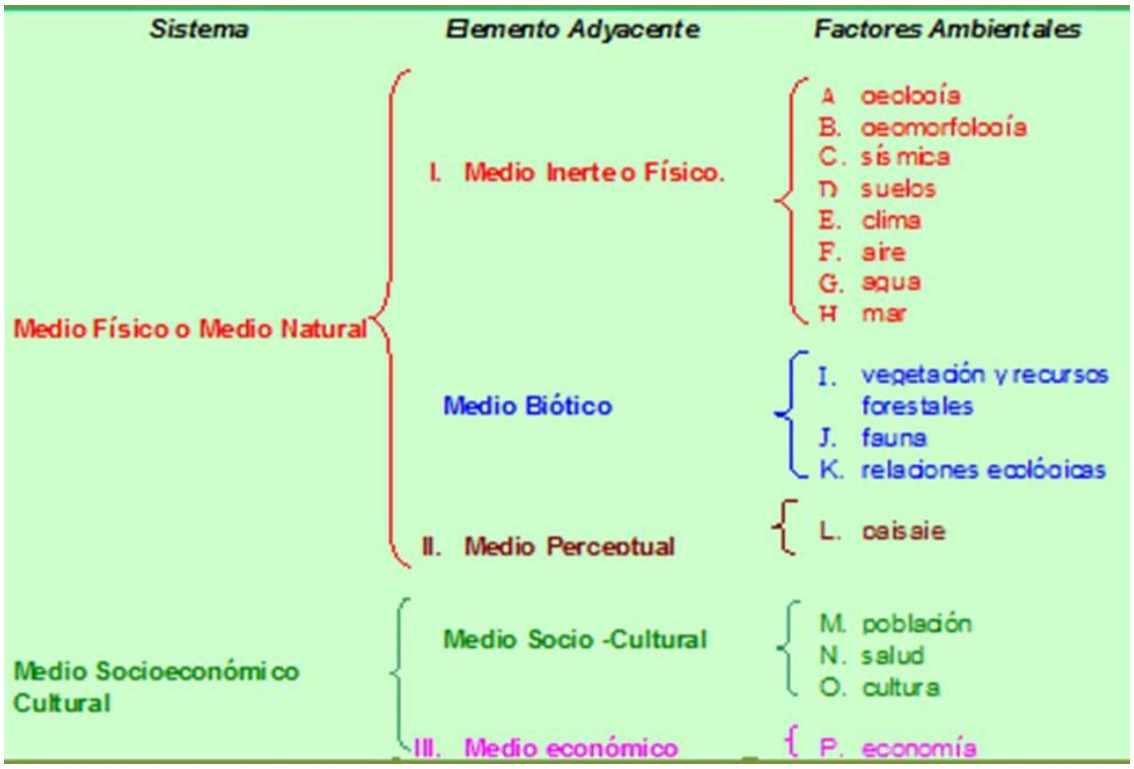
link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/1460014670001_Actualizacion%20PDOT_Macuma2015_30-10-2015_14-10-44.pdf

14. Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Morona. (2013). *Guía turística del cantón Morona.* Macas - Ecuador.
15. Gobierno Autonomo Descentralizado Municipal Taisha. (s.f.). *Historia del cantón Taisha* . Recuperado el 23 de febero del 2017 de http://www.taisha.gob.ec/index.php/municipio/historia.
16. Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2010). *Resulados del censo 2010.* Recuperado el 23 de Febrero de 2017, de Instituto Nacional de Estadísticas y Censos: http://www.ecuadorencifras.gob.ec/resultados/
17. Lara, B. (2011). *Cómo elaborar proyectos de inversión paso a paso.* Quito: Oseas Espin.
18. López, M., Aceves, J., Pellat, A., & Puerta, C. (2000). *Estudio administrativo.* México.
19. Luna, R., & Chaves, D. (2011). *Guía para elaborar estudios de factibilidad de proyectos ecoturísticos.* Guatemala.
20. Ministerio Coordinador del Desarrollo Social. (2011). *Sistema integrado de indicadores sociales del Ecuador*. Recuperado el 23 de febrero de 2017, de SIISE: http://www.siise.gob.ec/siiseweb/
21. Ministerio de Turismo del Ecuador. (2004). *Metodología para la Elaboración de Inventarios de Atractivos Turísticos.* Quito: Ministerio de Turismo.
22. Ministerio de Turismo del Ecuador. (24 de Marzo de 2015). *Reglamento de alojamiento turístico.* Recuperado el 23 de Febrero de 2017, de Registro Oficial: https://www.registroficial.gob.ec/index.php/registro-oficial-web/publicaciones/suplementos/item/1443-suplemento-al-registro-oficial-no-465.html
23. Ministerio del Ambiente del Ecuador. (2012). *Sistema de clasificación de los ecosistemas del Ecuador continental.* Quito: Subsecretaría de Patrimonio Natural.
24. Notaria Segunda del cantón Morona. (2009). *Escritura de cesión de derechos posesorios.* Macas - Ecuador.
25. Organización Mundial de Turismo. (s.f). *Ecoturismo y áreas protegidas.* Recuperado el 17 de enero del 2018 de Organización Mundial de Turismo: http://sdt.unwto.org/es/content/ecoturismo-y-areas-protegidas
26. Organización Mundial del Turismo. (s.f.). *Definición de Turismo.* Recuperado el 27 de marzo del 2017 de Organización Mundial del Turismo: http://sdt.unwto.org/es/content/definicion
27. Pérez, J., & Merino, M. (2009). *Definición de ecoturismo.* Recuperado el 23 de Febrero de 2017, de Definición.de: http://definicion.de/ecoturismo/
28. Sapag, N., & Sapag, R. (2008). *Preparación y evaluación de proyectos.* Bogotá - Colombia: Mc Graw-Hill/Interamericana.

29. Serrano, C. (2011). *El sector servicios en la economía global: transformaciones y consecuencias* . Temario de oposiciones de Geografía e Historia. Madrid - España.
30. Soto, N. (2012). *Ecoturismo.* Tlalnepantla, México: Red Tercer Milenio.
31. Tierra, N. (2010). *Texto básico de paquetes turísticos.* Riobamba - Ecuador.
32. Tierra, N. (2011). *Texto básico de planificación territorial.* Riobamba - Ecuador.
33. United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. (1983). *Sangay National Park. UNESCO*. Recuperado el 27 de febrero del 2017, de United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization: http://whc.unesco.org/en/list/260

XIII. ANEXOS

ANEXO 1. Factores ambientales a evaluar



ANEXO 2. Matriz de identificación, descripción y evaluación

Matriz de identificación, descripción y Evaluación

Factor ambiental	1	2	3	4	Impactos	N	M	I	C	T	R	D	T	Cd	Ponderación

P= M*I + R-D

ANEXO 3. Matriz de cuantificación

Tabla 2 Matriz de cuantificación por Lázaro Lago Pérez

Factor Ambiental	Acciones						Total (+)	Total (-)	Total n	Total
Total (+)										
Total (-)										
Total (n)										
Total										

ANEXO 4. Tabla para interpretar la matriz por componentes ambientales

TABLAS PARA INTERPRETAR LA MATRIZ.

POR COMPONENTES AMBIENTALES

A -INDICADOR DEL TOTAL D E IMPACTOS (POSITIVOS, NEGATIVOS, NEUTROS)

ALTO	MEDIO	BAJO
MAYOR 55	ENTRE 35 -55	MENOR 30

B – INDICADOR DEL TOTAL DE IMPACTOS POSITIVOS

ALTO	MEDIO	BAJO
MAYOR 25	ENTRE 15 - 25	MENOR 15

C – INDICADOR DEL TOTAL D IMPACTOS NEGATIVOS.

ALTO	MEDIO	BAJO
MAYOR DE 40	ENTRE 20- 40	MENOR 20

ANEXO 5. Fichas del inventario de atractivos turísticos de la comunidad

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: Johnatan Flores Jaramillo	**1.2 Ficha Nº** 001
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Patricia Tierra	**1.4 Fecha:** 18-04-2012
1.5 Nombre del Atractivo: Mirador Kunkuk	
1.6 Categoría: Sitio Natural	
1.7 Tipo: Montaña	
1.8 Subtipo: Mirador	
Foto: Johnatan Flores J.	
2. UBICACIÓN	
2.1 Provincia: Morona Santiago	**2.2 Ciudad y/o Cantón:** Taisha
2.3 Parroquia: Macuma	
2.4 Latitud: 02°09'12.6'' Sur	**2.5 Longitud:** 77°34'39.3'' Oeste
3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.	
3.1 Nombre del poblado: Yuwints	**3.2 Distancia:** 0,8 Km

4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.
4.1 Altitud: 565 m.s.n.m. **4.2 Temperatura:** 20° - 30°C **4.3 Precipitación Pluviométrica:** 2000 a 3000 mm/año
4.4 Ubicación del Atractivo
El atractivo se encuentra ubicado a 0,8 Km del centro de la comunidad de Yuwints, al mismo que se puede arribar a pie unos 5 minutos para posteriormente cruzar un río en canoa y continuar la caminata por dos horas hasta llegar al lugar.
4.5 Descripción del atractivo. Está ubicado en la parte media de la montaña, no existe infraestructura en el lugar, lo mismo que hace la vista más hermosa por la naturaleza que abunda en la zona. Aquí se puede observar el volcán Sangay, cuando el cielo está despejado y una vista panorámica impresionante; a más de los animales que se pueden observar como un oso perezoso en las ramas de los árboles más altos.
4.6 Atractivos individuales que lo conforman: Pequeña colina con vegetación poco intervenida, en los cuales existen especies de árboles chonta.

Por el momento no existe un sendero definido para llegar al lugar, por lo que hace necesaria la presencia del dueño del lugar o guía de la zona.
4.7 Permisos y Restricciones La preferencia de visita al lugar es en las mañanas y al atardecer para así poder apreciar la hermosa vista que presenta en esas horas. Para acceder al lugar hace falta la presencia de un guía nativo.

4.8 Usos
4.8.1 Usos Actuales En la actualidad la colina no es utilizada para ningún fin principal.
4.8.2 Usos Potenciales Puede ser utilizado como mirador y colocando unas sillas naturales que pueden servir como descanso y fotografía para los turistas que visiten el lugar.
4.8.3 Necesidades turísticas Se debe mejorar los senderos para el acceso al mirador, de tal manera que se brinde mayor confort y seguridad para el visitante, al momento de realizar su ingreso. Incrementar sillas naturales, y si es posible un mirador de madera para poder observar y apreciar mejor desde lo más alto.
4.9 Impactos
4.9.1 Impactos positivos - Ingresos económicos para la comunidad y el dueño de las tierras. - Ayuda económica para el mejoramiento de la infraestructura de acceso - Un nuevo lugar para la relajación, paz y tranquilidad del turista, así como un mirador de fácil acceso para todas las edades.
4.9.2 Impactos negativos - Erosión del suelo

5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:
5.1 Estado: Poco Alterado
5.2 Causas: Existe basura en la zona como botellas de plástico.

6. ENTORNO:
6.1 Entorno: Conservado
6.2 Causas: Debido a que es un lugar nuevo y recién descubierto, se encuentra conservado y sin muchos daños a la vegetación existente en el lugar.

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO	
7.1 Tipo: Terrestre	**7.2 Subtipo:** Sendero
7.3 Estado de Vías: Regular	**7.4 Transporte:** Se tiene que caminar desde el centro de la comunidad hasta el mirador.
7.5 Frecuencias: Todos los días	**7.6 Temporalidad de acceso:** Todo el año
7.7 Observaciones: Se recomienda usar ropa y zapatos adecuados para caminar, así como también gorra, bloqueador solar y poncho de aguas. El tiempo de ingreso al mirador no tiene frecuencia de entrada, pero es necesario el acompañamiento de un guía nativo de la comunidad, las horas de visita recomendadas es al amanecer y al atardecer para poder observar un paisaje excepcional.	

8. FACILIDADES TURÍSTICAS.
Planta turística de hospedaje y alimentación existente en la comunidad de Yuwints.
9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA
9.1 Agua: No **9.2 Energía Eléctrica:** No **9.3 Alcantarillado:** No

10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.	
10.1 Nombre del atractivo:	**10.2 Distancia:**
Saladero Penka	500m
Cascada de Yuwints	1km

11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:		
11.1 Difusión: Local –internacional		
12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO		
VARIABLE	**FACTOR**	**PUNTOS**
CALIDAD	a) Valor intrínseco	8
	b) Valor extrínseco	5
	c) Entorno	5
	d) Estado de Conservación y/o Organización	7
APOYO	a) Acceso	5
	b) Servicios	0
	c) Asociación con otros atractivos	3
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	0
	c) Nacional	0
	d) Internacional	3
TOTAL		38
13. JERARQUIZACIÓN		
Jerarquía II. Atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de larga distancia, ya sea del mercado interno, y receptivo, que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas actuales o potenciales, y atraer al turismo fronterizo de esparcimiento.		

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: Johnatan Flores Jaramillo	**1.2 Ficha Nº** 002
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Patricia Tierra	**1.4 Fecha:** 18-04-2012
1.5 Nombre del Atractivo: Saladero Penka	
1.6 Categoría: Sitio Natural	
1.7 Tipo: Bosque	
1.8 Subtipo: Bosque Húmedo Trópico Amazónico	

Foto: Johnatan Flores J.

2. UBICACIÓN	
2.1 Provincia: Morona Santiago	**2.2 Ciudad y/o Cantón:** Taisha
2.3 Parroquia: Macuma	
2.4 Latitud: 02°09’00.2’’ Sur	**2.5 Longitud:** 77°34’32.8’’ Oeste

3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.	
3.1 Nombre del poblado: Yuwints	**3.2 Distancia:** 1 Km

4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.

4.1 Altitud: 554 m.s.n.m.
4.2 Temperatura: 20° - 30°C
4.3 Precipitación Pluviométrica: 2000 a 3000 mm/año

4.4 Ubicación del Atractivo

El atractivo se encuentra ubicado a 1 Km del centro de la comunidad de Yuwints, al mismo que se puede llegar a pie por un sendero .

4.5 Descripción del atractivo.

Está ubicado al otro lado del río, el mismo que se puede cruzar en canoa y posteriormente seguir a pie dos horas hasta llegar al atractivo, en donde podemos observar animales de distintas especies y familias que llegan a la zona a beber del agua, como saíno, pecarí con collar, danta, guatusa, guanta y algunas especies de aves.

4.6 Atractivos individuales que lo conforman:

Pequeño riachuelo que nace de las rocas, poza pequeña de agua y varias plantas como enredaderas, y árboles maderables.

4.7 Permisos y Restricciones

No existe un sendero definido al lugar por lo que se necesita acompañamiento de un guía de la zona, y pues los precios incluyen en lo que es el hospedaje y alimentación que presta la comunidad de Yuwints.

4.8 Usos

4.8.1 Usos Actuales

Este lugar fue utilizado para la cacería, pero actualmente han dejado de cazar para lograr un turismo responsable y que el turista pueda observar los animales aún con vida en su propio

hábitat.
4.8.2 Usos Potenciales Puede ser utilizado para la observación de animales de la zona, para lo cual se deberá estar en silencio.
4.8.3 Necesidades turísticas Se debe mejorar los senderos para el acceso al lugar y establecer una zona y perímetro de llegada desde donde se puedan observar a los animales que acuden a la zona.
4.9 Impactos
4.9.1 Impactos positivos - Ingresos económicos para la comunidad y el dueño de las tierras. - Ayuda económica para el mejoramiento de la infraestructura de acceso - Un nuevo lugar para la observación de animales y satisfacción del turista.
4.9.2 Impactos negativos - Erosión del suelo. - Migración temporal de las especies.

5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:
5.1 Estado: Poco Alterado
5.2 Causas: Es un sitio nuevo para el turismo, pero ya que anteriormente ha sido utilizado por personas de la comunidad pues existen pocas especies que acuden al lugar.

6. ENTORNO:
6.1 Entorno: Conservado
6.2 Causas: Debido a que es un lugar nuevo y recién descubierto, se encuentra conservado y sin muchos daños a la vegetación existente en el lugar y las especies existentes aún acuden al lugar.

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO	
7.1 Tipo: Terrestre	**7.2 Subtipo:** Sendero
7.3 Estado de Vías: Regular	**7.4 Transporte:** Se tiene que caminar desde el centro de la comunidad hasta el mirador.
7.5 Frecuencias: Todos los días	**7.6 Temporalidad de acceso:** Todo el año
7.7 Observaciones: Se recomienda usar ropa y zapatos adecuados para caminar, así como también gorra, bloqueador solar y poncho de aguas. El horario de ingreso ideal para la observación de estos hermosos animales es a las 5am, 12pm, 6pm, son las horas ideales para lograr verlos. Se recomienda estar en total silencio para que los animales no huyan y poder observarlos tranquilamente.	

8. FACILIDADES TURÍSTICAS.
Planta turística de hospedaje y alimentación existente en la comunidad de Yuwints.

9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA
9.1 Agua: No **9.2 Energía Eléctrica:** No **9.3 Alcantarillado:** No

10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.	
10.1 Nombre del atractivo:	**10.2 Distancia:**
Mirador Kunkuk	500m
Cascada de Yuwints	500m

11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:		
11.1 Difusión: Local		
12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO		
VARIABLE	**FACTOR**	**PUNTOS**
CALIDAD	a) Valor intrínseco	10
	b) Valor extrínseco	8
	c) Entorno	7
	d) Estado de Conservación y/o Organización	5
APOYO	a) Acceso	3
	b) Servicios	0
	c) Asociación con otros atractivos	5
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	0
	c) Nacional	0
	d) Internacional	0
TOTAL		40
13. JERARQUIZACIÓN		
Jerarquía II. Atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de larga distancia, ya sea del mercado interno, y receptivo, que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas actuales o potenciales, y atraer al turismo fronterizo de esparcimiento.		

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: Johnatan Flores Jaramillo	**1.2 Ficha Nº** 003
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Patricia Tierra	**1.4 Fecha:** 19-04-2012
1.5 Nombre del Atractivo: Cascada de Yuwints	
1.6 Categoría: Sitio Natural	
1.7 Tipo: Ríos	
1.8 Subtipo: Cascada	

Foto: Johnatan Flores J.

2. UBICACIÓN	
2.1 Provincia: Morona Santiago	**2.2 Ciudad y/o Cantón:** Taisha
2.3 Parroquia: Macuma	
2.4 Latitud: 02°08’50.5’’ Sur	**2.5 Longitud:** 77°34’41.6’’ Oeste

3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.	
3.1 Nombre del poblado: Yuwints	**3.2 Distancia:** 1,6 Km

4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.

4.1 Altitud: 574 m.s.n.m.
4.2 Temperatura: 20° - 30°C
4.3 Precipitación Pluviométrica: 2000 a 3000 mm/año

4.4 Ubicación del Atractivo
El atractivo se encuentra ubicado a 1,6 Km del centro de la comunidad de Yuwints, al mismo que se puede llegar caminando por unas dos horas, y así apreciar la belleza de la cascada.

4.5 Descripción del atractivo.
Está ubicado al otro lado del río, el mismo que se puede cruzar en canoa y posteriormente seguir a pie dos horas y media hasta llegar al atractivo, en donde podemos observar una hermosa cascada en la misma que se puede bañar cualquier persona sin ningún inconveniente.
Posee unas rocas con diferentes formas, que se desconoce el por qué de sus formas y huecos.

4.6 Atractivos individuales que lo conforman:
Una caída de agua de unos 3 metros de altura, con rocas a ambos lados del río con diferentes formas y orificios en la misma, las mismas que tienen pequeños agujeros y formas de olas, lo cual llama la atención. Alrededor se encuentran especies de plantas comunes del bosque tropical húmedo.

4.7 Permisos y Restricciones
Para arribar al lugar es necesario acudir con un guía de la zona, y solicitar permiso a la comunidad y dueño del lugar.

4.8 Usos

4.8.1 Usos Actuales
Actualmente no tiene un uso actual, ya que fue descubierto hace poco tiempo.

4.8.2 Usos Potenciales
Puede ser utilizado como balneario y fotografía para los turistas que visiten el lugar.

4.8.3 Necesidades turísticas
Se debe mejorar los senderos para el acceso al lugar conjuntamente con señalización.

4.9 Impactos

4.9.1 Impactos positivos
- Ingresos económicos para la comunidad y el dueño de las tierras.
- Ayuda económica para el mejoramiento de la infraestructura de acceso
- Un nuevo lugar para el disfrute y relajación del turista

4.9.2 Impactos negativos
- Migración temporal de las especies.
- Contaminación del agua.

5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:

5.1 Estado: Poco Alterado
5.2 Causas: Es un sitio nuevo para el turismo, pero ya ha sido intervenido por las personas de la comunidad, que han limpiado el lugar de las malas hierbas.

6. ENTORNO:	
6.1 Entorno: Conservado	
6.2 Causas: Debido a que es un lugar nuevo, está conservado y lo mantienen limpio los habitantes de la comunidad, lo mismo que hace que sea un lugar apto para visitarlo y bañarse.	
7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO	
7.1 Tipo: Terrestre	**7.2 Subtipo:** Sendero
7.3 Estado de Vías: Regular	**7.4 Transporte:** Se tiene que caminar desde el centro de la comunidad hasta el mirador.
7.5 Frecuencias: Todos los días	**7.6 Temporalidad de acceso:** Todo el año
7.7 Observaciones: Se recomienda usar ropa y zapatos adecuados para caminar, así como también gorra, bloqueador solar y poncho de aguas, de igual manera ropa de cambio para las personas que deseen bañarse y tomarse fotografías en el lugar. El ingreso a esta cascada puede hacerse en cualquier horario y temporada, el mismo que debe hacerse con un guía nativo.	

8. FACILIDADES TURÍSTICAS.
Planta turística de hospedaje y alimentación existente en la comunidad de Yuwints.

9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA
9.1 Agua: No
9.2 Energía Eléctrica: No
9.3 Alcantarillado: No

10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.	
10.1 Nombre del atractivo:	**10.2 Distancia:**
Mirador Kunkuk	1km
Saladero Penka	500m

11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:
11.1 Difusión: Local – Internacional

12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO		
VARIABLE	**FACTOR**	**PUNTOS**
CALIDAD	a) Valor intrínseco	12
	b) Valor extrínseco	10
	c) Entorno	7
	d) Estado de Conservación y/o Organización	8
APOYO	a) Acceso	3
	b) Servicios	0
	c) Asociación con otros atractivos	5
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	0
	c) Nacional	0
	d) Internacional	3
TOTAL		50

13. JERARQUIZACIÓN
Jerarquía II. Atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de larga distancia, ya sea del mercado interno, y receptivo, que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas actuales o potenciales, y atraer al turismo fronterizo de esparcimiento.

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: Johnatan Flores Jaramillo	**1.2 Ficha Nº** 004
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Patricia Tierra	**1.4 Fecha:** 19-04-2012
1.5 Nombre del Atractivo: Balneario Kusutka	
1.6 Categoría: Sitio Natural	
1.7 Tipo: Ríos	
1.8 Subtipo: Meandro	

Foto: Johnatan Flores J.

2. UBICACIÓN	
2.1 Provincia: Morona Santiago	**2.2 Ciudad y/o Cantón:** Taisha
2.3 Parroquia: Macuma	
2.4 Latitud: 02°09’08.6’’ Sur	**2.5 Longitud:** 77°34’50.2’’ Oeste

3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.	
3.1 Nombre del poblado: Yuwints	**3.2 Distancia:** 1,6 Km

4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.
4.1 Altitud: 509 m.s.n.m. **4.2 Temperatura:** 20° - 30°C **4.3 Precipitación Pluviométrica:** 2000 a 3000 mm/año
4.4 Ubicación del Atractivo El atractivo se encuentra ubicado a 700m del centro de la comunidad de Yuwints, al mismo que se puede ir a pie, junto el guía de la comunidad.
4.5 Descripción del atractivo. El balneario está ubicado a 45 minutos del centro de la comunidad, un lugar en el cual se puede aprovechar de una gran curva del río para bañarse y nadar libremente, disfrutando del paisaje que les rodea.
4.6 Atractivos individuales que lo conforman:

Meandro del río Kusutka con una playa de arena y piedras, conjuntamente con plantas a los bordes del río que adornan el paisaje y lo hacen llamativo y único.

4.7 Permisos y Restricciones

Para arribar al lugar es necesario acudir con un guía de la zona, y solicitar permiso a la comunidad y dueño del lugar.

4.8 Usos

4.8.1 Usos Actuales

Actualmente lo usan como balneario para los turistas que los visitan.

4.8.2 Usos Potenciales

Se puede potencializar el uso como balneario para turistas, e incrementar una zona de descanso y camping.

4.8.3 Necesidades turísticas

Se debería incrementar una zona de descanso y mejorar los senderos para el acceso al lugar conjuntamente con la debida señalización turística.

4.9 Impactos

4.9.1 Impactos positivos

- Ingresos económicos para la comunidad y el dueño de las tierras.
- Ayuda económica para el mejoramiento de la infraestructura de acceso.
- Un nuevo lugar para el disfrute y relajación del turista.

4.9.2 Impactos negativos

- Migración temporal de las especies.
- Contaminación del agua.
- Erosión del suelo.

5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:

5.1 Estado: Poco Alterado

5.2 Causas:

Es un sitio nuevo para el turismo, pero ya ha sido intervenido por las personas de la comunidad, ya que han limpiado el lugar de las malas hierbas.

6. ENTORNO:

6.1 Entorno: Conservado

6.2 Causas:

Debido a que es un lugar nuevo, está conservado y lo mantienen limpio los habitantes de la comunidad, lo mismo que hace que sea un lugar apto para visitarlo y bañarse.

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO

7.1 Tipo: Terrestre

7.2 Subtipo: Sendero

7.3 Estado de Vías: Regular

7.4 Transporte: Se tiene que caminar desde el centro de la comunidad hasta el mirador.

7.5 Frecuencias: Todos los días

7.6 Temporalidad de acceso: Todo el año

7.7 Observaciones:

Se recomienda usar ropa y zapatos adecuados para caminar, así como también gorra, bloqueador solar y poncho de aguas, de igual manera ropa de cambio para las personas que deseen bañarse y tomarse fotografías en el lugar.

El ingreso al lugar se lo debe hacer con un guía de la comunidad

8. FACILIDADES TURÍSTICAS.

Planta turística de hospedaje y alimentación existente en la comunidad de Yuwints.

9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA
9.1 Agua: No **9.2 Energía Eléctrica:** No **9.3 Alcantarillado:** No

10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.	
10.1 Nombre del atractivo: Mirador Kusutka	**10.2 Distancia:** 150m

11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:
11.1 Difusión: Local - Internacional

12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO		
VARIABLE	**FACTOR**	**PUNTOS**
CALIDAD	a) Valor intrínseco	12
	b) Valor extrínseco	10
	c) Entorno	7
	d) Estado de Conservación y/o Organización	8
APOYO	a) Acceso	3
	b) Servicios	0
	c) Asociación con otros atractivos	5
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	0
	c) Nacional	0
	d) Internacional	3
TOTAL		50

13. JERARQUIZACIÓN
Jerarquía II. Atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de larga distancia, ya sea del mercado interno, y receptivo, que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas actuales o potenciales, y atraer al turismo fronterizo de esparcimiento.

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: Johnatan Flores Jaramillo	**1.2 Ficha Nº** 005
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Patricia Tierra	**1.4 Fecha:** 19-04-2012
1.5 Nombre del Atractivo: Mirador Kusutka	
1.6 Categoría: Sitio Natural	
1.7 Tipo: Montaña	
1.8 Subtipo: Mirador	

Foto: Johnatan Flores J.

2. UBICACIÓN	
2.1 Provincia: Morona Santiago	**2.2 Ciudad y/o Cantón:** Taisha
2.3 Parroquia: Macuma	
2.4 Latitud: 02°09’05’’ Sur	**2.5 Longitud:** 77°34’53.4’’ Oeste

3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.	
3.1 Nombre del poblado: Yuwints	**3.2 Distancia:** 1,6 Km

4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.
4.1 Altitud: 533 m.s.n.m. **4.2 Temperatura:** 20° - 30°C **4.3 Precipitación Pluviométrica:** 2000 a 3000 mm/año
4.4 Ubicación del Atractivo El atractivo se encuentra ubicado a unos 150 metros antes del balneario Kusutka.
4.5 Descripción del atractivo. Es un mirador potencial, desde el mismo se puede observar las playas del río Kusutka, y la vegetación a su alrededor, de la misma manera el curso del río.
4.6 Atractivos individuales que lo conforman: Pequeña colina, desde la cual se puede observar al río Kusutka y su playa. El mirador se encuentra en estado natural, rodeado por plantas y árboles del lugar.
4.7 Permisos y Restricciones Para acudir a este lugar es necesario acudir con un guía de la zona, y solicitar permiso a la comunidad y dueño del lugar.

4.8 Usos
4.8.1 Usos Actuales Actualmente no tienen ningún uso.
4.8.2 Usos Potenciales Se puede incrementar bancas para que los turistas descansen y se tomen fotografías con el mirador.

4.8.3 Necesidades turísticas Señalizar el sendero, incrementar bancas para el descanso de los turistas y limpiar un poco para que se pueda apreciar mejor el paisaje.
4.9 Impactos
4.9.1 Impactos positivos - Ingresos económicos para la comunidad y el dueño de las tierras. - Ayuda económica para el mejoramiento de la infraestructura de acceso. - Un nuevo lugar para el disfrute y relajación del turista.
4.9.2 Impactos negativos - Migración temporal de las especies. - Erosión del suelo.

5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:
5.1 Estado: Poco Alterado
5.2 Causas: Es un sitio nuevo para el turismo, y ya que se encuentra cerca del sendero pues ya está alterado.

6. ENTORNO:	
6.1 Entorno: Conservado	
6.2 Causas: Debido a que es un lugar nuevo, está conservado y aún no muy intervenido.	
7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO	
7.1 Tipo: Terrestre	**7.2 Subtipo:** Sendero
7.3 Estado de Vías: Regular	**7.4 Transporte:** Se tiene que caminar desde el centro de la comunidad hasta el mirador.
7.5 Frecuencias: Todos los días	**7.6 Temporalidad de acceso:** Todo el año
7.7 Observaciones: Se recomienda usar ropa y zapatos adecuados para caminar, así como también gorra, bloqueador solar y poncho de aguas. El ingreso al lugar se lo debe hacer con un guía de la comunidad	
8. FACILIDADES TURÍSTICAS.	
Planta turística de hospedaje y alimentación existente en la comunidad de Yuwints.	
9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA	
9.1 Agua: No	
9.2 Energía Eléctrica: No	
9.3 Alcantarillado: No	

10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.	
10.1 Nombre del atractivo:	**10.2 Distancia:**
Balneario Kusutka	150m

11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:
11.1 Difusión: Local

12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO		
VARIABLE	**FACTOR**	**PUNTOS**
CALIDAD	a) Valor intrínseco	6
	b) Valor extrínseco	5
	c) Entorno	5
	d) Estado de Conservación y/o Organización	6
APOYO	a) Acceso	5

	b) Servicios	0
	c) Asociación con otros atractivos	5
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	0
	c) Nacional	0
	d) Internacional	0
TOTAL		34

13. JERARQUIZACIÓN

Jerarquía II. Atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de larga distancia, ya sea del mercado interno, y receptivo, que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas actuales o potenciales, y atraer al turismo fronterizo de esparcimiento.

1. DATOS GENERALES

1.1 Encuestador: Johnatan Flores Jaramillo	**1.2 Ficha Nº** 006
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Patricia Tierra	**1.4 Fecha:** 20-04-2012

1.5 Nombre del Atractivo: Cascada Arutam

1.6 Categoría: Sitio Natural

1.7 Tipo: Ríos

1.8 Subtipo: Cascada

Foto: Johnatan Flores J.

2. UBICACIÓN

2.1 Provincia: Morona Santiago **2.2 Ciudad y/o Cantón:** Taisha

2.3 Parroquia: Macuma

2.4 Latitud: 02°09’43.2’’ Sur **2.5 Longitud:** 77°35’35.9’’ Oeste

3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.

3.1 Nombre del poblado: Yuwints **3.2 Distancia:** 1,6 Km

4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.

4.1 Altitud: 653 m.s.n.m.

4.2 Temperatura: 20° - 30°C
4.3 Precipitación Pluviométrica: 2000 a 3000 mm/año

4.4 Ubicación del Atractivo
El atractivo se encuentra ubicado a 1,6Km del centro de la comunidad.

4.5 Descripción del atractivo.
Es una cascada que mide aproximadamente 20 metros de altitud, y posee una caverna en la base de la misma de unos 2 metros de profundidad; cuenta con un mide pozo para bañarse y tomarse fotos, está rodeado de rocas y musgo.
Existe la creencia que en el lugar habita el dios Arutam, por lo que se las personas de la comunidad acuden al lugar pintados la cara y antes de llegar fuman ayahuasca como símbolo de respeto y solicitando permiso de ingreso al lugar.

4.6 Atractivos individuales que lo conforman:
Una cascada de 20 metros de altura aproximadamente, piedras, una poza y una caverna de 2 metros de profundidad, de igual manera musgos y plantas a su alrededor.

4.7 Permisos y Restricciones
Para acudir a este lugar es necesario acudir con un guía de la zona, y solicitar permiso a la comunidad y dueño del lugar.

4.8 Usos

4.8.1 Usos Actuales
Actualmente no tiene ningún uso

4.8.2 Usos Potenciales
Puede ser utilizado para fotografía, y como un lugar para bañarse, de igual manera para actos culturales por parte de las personas de la comunidad, ya que tiene un gran significado para ellos.

4.8.3 Necesidades turísticas
Señalizar el sendero, incrementar bancas para el descanso de los turistas y limpiar un poco para que se pueda apreciar mejor el paisaje.

4.9 Impactos

4.9.1 Impactos positivos
- Ingresos económicos para la comunidad y el dueño de las tierras.
- Ayuda económica para el mejoramiento de la infraestructura de acceso.
- Un nuevo lugar para el disfrute y relajación del turista.

4.9.2 Impactos negativos
- Migración temporal de las especies.
- Erosión del suelo.
- Contaminación del agua

5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:

5.1 Estado: No Alterado

5.2 Causas:
Es un sitio nuevo para el turismo.

6. ENTORNO:

6.1 Entorno: Conservado

6.2 Causas:
Debido a que es un lugar nuevo, está conservado y aún no muy intervenido.

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO

7.1 Tipo: Terrestre **7.2 Subtipo:** Sendero

7.3 Estado de Vías: Regular	**7.4 Transporte:** Se tiene que caminar desde el centro de la comunidad hasta el mirador.
7.5 Frecuencias: Todos los días	**7.6 Temporalidad de acceso:** Todo el año

7.7 Observaciones:
Se recomienda usar ropa, zapatos adecuados para caminar, así como también gorra, bloqueador solar, ropa de cambio y poncho de aguas.
El ingreso al lugar se lo debe hacer con un guía de la comunidad

8. FACILIDADES TURÍSTICAS.
Planta turística de hospedaje y alimentación existente en la comunidad de Yuwints.

9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA
9.1 Agua: No
9.2 Energía Eléctrica: No
9.3 Alcantarillado: No

10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.	
10.1 Nombre del atractivo:	**10.2 Distancia:**
- Río Kan	- 200 metros

11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:
11.1 Difusión: Local

12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO		
VARIABLE	**FACTOR**	**PUNTOS**
CALIDAD	a) Valor intrínseco	13
	b) Valor extrínseco	8
	c) Entorno	7
	d) Estado de Conservación y/o Organización	7
APOYO	a) Acceso	5
	b) Servicios	0
	c) Asociación con otros atractivos	2
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	0
	c) Nacional	0
	d) Internacional	3
TOTAL		47

13. JERARQUIZACIÓN
Jerarquía II. Atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de larga distancia, ya sea del mercado interno, y receptivo, que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas actuales o potenciales, y atraer al turismo fronterizo de esparcimiento.

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: Johnatan Flores Jaramillo	**1.2 Ficha Nº** 007
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Patricia Tierra	**1.4 Fecha:** 20-04-2012
1.5 Nombre del Atractivo: Río Kan	
1.6 Categoría: Sitio Natural	
1.7 Tipo: Ríos	
1.8 Subtipo: Rápidos	

Foto: Johnatan Flores J.

2. UBICACIÓN	
2.1 Provincia: Morona Santiago	**2.2 Ciudad y/o Cantón:** Taisha
2.3 Parroquia: Macuma	
2.4 Latitud: 02°09’48.7’’ Sur	**2.5 Longitud:** 77°35’13.5’’ Oeste

3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.	
3.1 Nombre del poblado: Yuwints	**3.2 Distancia:** 1,4 Km

4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.
4.1 Altitud: 525 m.s.n.m. **4.2 Temperatura:** 20° - 30°C **4.3 Precipitación Pluviométrica:** 2000 a 3000 mm/año
4.4 Ubicación del Atractivo El atractivo se encuentra ubicado a 1,4Km del centro de la comunidad.
4.5 Descripción del atractivo. Es un río con un caudal medio, amplio y con una vista única desde distintos ángulos. Es un lugar ideal para un baño y dejar correr la corriente del agua por el cuerpo, lo cuál es relajante y un masaje natural.
4.6 Atractivos individuales que lo conforman: Piedras, plantas de la zona, y el mismo río con su caudal.
4.7 Permisos y Restricciones Para acudir a este lugar es necesario acudir con un guía de la zona, y solicitar permiso a la comunidad y dueño del lugar.

4.8 Usos
4.8.1 Usos Actuales Actualmente no tiene ningún uso
4.8.2 Usos Potenciales Puede ser utilizado para la fotografía, como lugar para baño y descanso.

4.8.3 Necesidades turísticas Señalizar y mejorar el sendero hacia el lugar.
4.9 Impactos
4.9.1 Impactos positivos - Ingresos económicos para la comunidad y el dueño de las tierras. - Ayuda económica para el mejoramiento de la infraestructura de acceso. - Un nuevo lugar para el disfrute y relajación del turista.
4.9.2 Impactos negativos - Migración temporal de las especies. - Contaminación del agua

5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:
5.1 Estado: No Alterado
5.2 Causas: Es un sitio nuevo para el turismo.

6. ENTORNO:	
6.1 Entorno: Conservado	
6.2 Causas: Debido a que es un lugar nuevo, está conservado y aún no muy intervenido.	
7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO	
7.1 Tipo: Terrestre	**7.2 Subtipo:** Sendero
7.3 Estado de Vías: Regular	**7.4 Transporte:** Se tiene que caminar desde el centro de la comunidad hasta el mirador.
7.5 Frecuencias: Todos los días	**7.6 Temporalidad de acceso:** Todo el año
7.7 Observaciones: Se recomienda usar ropa, zapatos adecuados para caminar, así como también gorra, bloqueador solar, ropa de cambio y poncho de aguas. El ingreso al lugar se lo debe hacer con un guía de la comunidad	

8. FACILIDADES TURÍSTICAS.
Infraestructura turística existente en la comunidad de Yuwints.

9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA
9.1 Agua: No **9.2 Energía Eléctrica:** No **9.3 Alcantarillado:** No

10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.	
10.1 Nombre del atractivo:	**10.2 Distancia:**
- Cascada Arutam	- 200 metros

11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:
11.1 Difusión: Local

12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO		
VARIABLE	**FACTOR**	**PUNTOS**
CALIDAD	a) Valor intrínseco	8
	b) Valor extrínseco	8
	c) Entorno	8
	d) Estado de Conservación y/o Organización	8
APOYO	a) Acceso	5

	b) Servicios	0
	c) Asociación con otros atractivos	2
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	0
	c) Nacional	0
	d) Internacional	0
TOTAL		41

13. JERARQUIZACIÓN

Jerarquía II. Atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de larga distancia, ya sea del mercado interno, y receptivo, que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas actuales o potenciales, y atraer al turismo fronterizo de esparcimiento.

1. DATOS GENERALES

1.1 Encuestador: Johnatan Flores Jaramillo	**1.2 Ficha Nº** 008
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Patricia Tierra	**1.4 Fecha:** 21-04-2012

1.5 Nombre del Atractivo: Río Macuma

1.6 Categoría: Sitio Natural

1.7 Tipo: Ríos

1.8 Subtipo: Rápidos

Foto: Johnatan Flores J.

2. UBICACIÓN

2.1 Provincia: Morona Santiago **2.2 Ciudad y/o Cantón:** Taisha
2.3 Parroquia: Macuma
2.4 Latitud: 02°10’58.5’’ Sur **2.5 Longitud:** 77°35’16.7’’ Oeste

3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.

3.1 Nombre del poblado: Yuwints **3.2 Distancia:** 2,2 Km

4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.

4.1 Altitud: 489 m.s.n.m.
4.2 Temperatura: 20° - 30°C
4.3 Precipitación Pluviométrica: 2000 a 3000 mm/año

4.4 Ubicación del Atractivo
El atractivo se encuentra ubicado a 2,2Km del centro de la comunidad.

4.5 Descripción del atractivo.
Es un río con un caudal muy fuerte, amplio y con una vista única desde distintos ángulos.

4.6 Atractivos individuales que lo conforman:
Piedras, plantas de la zona, y el mismo río con su majestuoso caudal.

4.7 Permisos y Restricciones
Para acudir a este lugar es necesario acudir con un guía de la zona, y solicitar permiso a la comunidad y dueño del lugar.
Cabe recalcar que es un río peligroso ya que crece inesperadamente, hay que acudir con mucha precaución.

4.8 Usos

4.8.1 Usos Actuales
Actualmente no tiene ningún uso

4.8.2 Usos Potenciales
Puede ser utilizado para fotografía, y para deportes de aventura como rafting, kayak, tubing.

4.8.3 Necesidades turísticas
Señalizar el sendero hacia el lugar, incrementar implementos para los deportes extremos en el agua, y capacitarse en el uso de los mismos.

4.9 Impactos

4.9.1 Impactos positivos
- Ingresos económicos para la comunidad y el dueño de las tierras.
- Ayuda económica para el mejoramiento de la infraestructura de acceso.
- Un nuevo lugar para el disfrute y relajación del turista.

4.9.2 Impactos negativos
- Migración temporal de las especies.
- Contaminación del agua

5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:

5.1 Estado: No Alterado

5.2 Causas:
Es un sitio nuevo para el turismo.

6. ENTORNO:

6.1 Entorno: Conservado

6.2 Causas:
Debido a que es un lugar nuevo, está conservado y aún no muy intervenido.

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO

7.1 Tipo: Terrestre	**7.2 Subtipo:** Sendero
7.3 Estado de Vías: Regular	**7.4 Transporte:** Se tiene que caminar desde el centro de la comunidad hasta el mirador.
7.5 Frecuencias: Todos los días	**7.6 Temporalidad de acceso:** Todo el año

7.7 Observaciones:
Se recomienda usar ropa, zapatos adecuados para caminar, así como también gorra, bloqueador solar, ropa de cambio y poncho de aguas.

El ingreso al lugar se lo debe hacer con un guía de la comunidad

8. FACILIDADES TURÍSTICAS.
Planta turística de hospedaje y alimentación existente en la comunidad de Yuwints.

9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA
9.1 Agua: No **9.2 Energía Eléctrica:** No **9.3 Alcantarillado:** No

10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.	
10.1 Nombre del atractivo: ninguno	**10.2 Distancia:**

11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:
11.1 Difusión: Local

12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO		
VARIABLE	**FACTOR**	**PUNTOS**
CALIDAD	a) Valor intrínseco	8
	b) Valor extrínseco	8
	c) Entorno	8
	d) Estado de Conservación y/o Organización	8
APOYO	a) Acceso	6
	b) Servicios	0
	c) Asociación con otros atractivos	0
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	0
	c) Nacional	0
	d) Internacional	0
TOTAL		40

13. JERARQUIZACIÓN
Jerarquía II. Atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de larga distancia, ya sea del mercado interno, y receptivo, que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas actuales o potenciales, y atraer al turismo fronterizo de esparcimiento.

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: Johnatan Flores Jaramillo	**1.2 Ficha Nº** 009
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Patricia Tierra	**1.4 Fecha:** 22-04-2012
1.5 Nombre del Atractivo: CASCADA YUWINTS 2	
1.6 Categoría: Sitio Natural	
1.7 Tipo: Ríos	
1.8 Subtipo: Cascadas	

Foto: Johnatan Flores J.

2. UBICACIÓN	
2.1 Provincia: Morona Santiago	**2.2 Ciudad y/o Cantón:** Taisha
2.3 Parroquia: Macuma	
2.4 Latitud: 02°11’51.0’’ Sur	**2.5 Longitud:** 77°33’12.8’’ Oeste

3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.	
3.1 Nombre del poblado: Yuwints	**3.2 Distancia:** 3 Km

4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.

4.1 Altitud: 483 m.s.n.m.
4.2 Temperatura: 20° - 30°C
4.3 Precipitación Pluviométrica: 2000 a 3000 mm/año

4.4 Ubicación del Atractivo
El atractivo se encuentra ubicado a 3 Km del centro de la comunidad.

4.5 Descripción del atractivo.
Es una cascada de aproximadamente 3 metros de alto y con una poza para bañarse, está rodeado de rocas y piedras, además cuenta con cuevas de 2 metros de profundidad cada una, en las que se puede descansar y tomar fotografías.

4.6 Atractivos individuales que lo conforman:
El río Yuwints, piedras, y plantas de la zona, aparte de que se encuentra en medio de dos montañas con un amplio espacio para disfrutar y pasar con los turistas.

4.7 Permisos y Restricciones
Para acudir a este lugar es necesario acudir con un guía de la zona, y solicitar permiso a la comunidad y dueño del lugar.

4.8 Usos

4.8.1 Usos Actuales
Actualmente no tiene ningún uso

4.8.2 Usos Potenciales

Puede ser utilizado para la fotografía, como lugar para baño y descanso.
4.8.3 Necesidades turísticas Señalizar y mejorar el sendero hacia el lugar.
4.9 Impactos
4.9.1 Impactos positivos - Ingresos económicos para la comunidad y el dueño de las tierras. - Ayuda económica para el mejoramiento de la infraestructura de acceso. - Un nuevo lugar para el disfrute y relajación del turista.
4.9.2 Impactos negativos - Migración temporal de las especies. - Contaminación del agua

5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:
5.1 Estado: No Alterado
5.2 Causas: Es un sitio nuevo para el turismo.

6. ENTORNO:	
6.1 Entorno: Conservado	
6.2 Causas: Debido a que es un lugar nuevo, está conservado y aún no muy intervenido.	
7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO	
7.1 Tipo: Terrestre	**7.2 Subtipo:** Sendero
7.3 Estado de Vías: Regular	**7.4 Transporte:** Se tiene que caminar desde el centro de la comunidad hasta el mirador.
7.5 Frecuencias: Todos los días	**7.6 Temporalidad de acceso:** Todo el año
7.7 Observaciones: Se recomienda usar ropa, zapatos adecuados para caminar, así como también gorra, bloqueador solar, ropa de cambio y poncho de aguas. El ingreso al lugar se lo debe hacer con un guía de la comunidad	

8. FACILIDADES TURÍSTICAS.
Infraestructura turística existente en la comunidad de Yuwints.

9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA
9.1 Agua: No **9.2 Energía Eléctrica:** No **9.3 Alcantarillado:** No

10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.	
10.1 Nombre del atractivo:	**10.2 Distancia:**
- Cascada Yuwints 3	- 1 Km

11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:
11.1 Difusión: Local

12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO		
VARIABLE	**FACTOR**	**PUNTOS**
CALIDAD	a) Valor intrínseco	8
	b) Valor extrínseco	8

	c) Entorno	8
	d) Estado de Conservación y/o Organización	8
APOYO	a) Acceso	5
	b) Servicios	0
	c) Asociación con otros atractivos	2
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	0
	c) Nacional	0
	d) Internacional	0
TOTAL		41

13. JERARQUIZACIÓN

Jerarquía II. Atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de larga distancia, ya sea del mercado interno, y receptivo, que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas actuales o potenciales, y atraer al turismo fronterizo de esparcimiento.

1. DATOS GENERALES

1.1 Encuestador: Johnatan Flores Jaramillo	**1.2 Ficha Nº** 010
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Patricia Tierra	**1.4 Fecha:** 22-04-2012

1.5 Nombre del Atractivo: CASCADA YUWINTS 3

1.6 Categoría: Sitio Natural

1.7 Tipo: Ríos

1.8 Subtipo: Cascadas

Foto: Johnatan Flores J.

2. UBICACIÓN

2.1 Provincia: Morona Santiago **2.2 Ciudad y/o Cantón:** Taisha

2.3 Parroquia: Macuma

2.4 Latitud: 02°12’00.5’’ Sur **2.5 Longitud:** 77°32’55.3’’ Oeste

3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.

3.1 Nombre del poblado: Yuwints	**3.2 Distancia:** 4 Km

4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.
4.1 Altitud: 478 m.s.n.m. **4.2 Temperatura:** 20° - 30°C **4.3 Precipitación Pluviométrica:** 2000 a 3000 mm/año
4.4 Ubicación del Atractivo El atractivo se encuentra ubicado a 4 Km del centro de la comunidad.
4.5 Descripción del atractivo. Son dos cascadas seguidas, una con caída de 6 metros, a la misma que hay que escalar por la parte de recha de la segunda, y la otra cascada posee una caída de 10 metros de altura. Juntas forman una vista espectacular desde la parte baja, lugar desde donde se pueden tomar fotografías, colocarse bajo la cascada y disfrutar del agua caer sobre uno.
4.6 Atractivos individuales que lo conforman: Dos caídas de agua, roca por donde el agua corre y las plantas de la zona que se encuentran a los lados de las cascadas.
4.7 Permisos y Restricciones Para acudir a este lugar es necesario acudir con un guía de la zona, y solicitar permiso a la comunidad y dueño del lugar.

4.8 Usos
4.8.1 Usos Actuales Actualmente no tiene ningún uso
4.8.2 Usos Potenciales Puede ser utilizado para la fotografía, como lugar para baño y descanso.
4.8.3 Necesidades turísticas Señalizar y mejorar el sendero hacia el lugar, limpiar el lugar para obtener una mejor apreciación de la zona.
4.9 Impactos
4.9.1 Impactos positivos - Ingresos económicos para la comunidad y el dueño de las tierras. - Ayuda económica para el mejoramiento de la infraestructura de acceso. - Un nuevo lugar para el disfrute y relajación del turista.
4.9.2 Impactos negativos - Migración temporal de las especies. - Contaminación del agua

5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:
5.1 Estado: No Alterado
5.2 Causas: Es un sitio nuevo para el turismo.

6. ENTORNO:
6.1 Entorno: Conservado
6.2 Causas: Debido a que es un lugar nuevo, está conservado y aún no muy intervenido.
7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO
7.1 Tipo: Terrestre **7.2 Subtipo:** Sendero

7.3 Estado de Vías: Regular	**7.4 Transporte:** Se tiene que caminar desde el centro de la comunidad hasta el mirador.
7.5 Frecuencias: Todos los días	**7.6 Temporalidad de acceso:** Todo el año

7.7 Observaciones:
Se recomienda usar ropa, zapatos adecuados para caminar, así como también gorra, bloqueador solar, ropa de cambio y poncho de aguas.
El ingreso al lugar se lo debe hacer con un guía de la comunidad

8. FACILIDADES TURÍSTICAS.

Infraestructura turística existente en la comunidad de Yuwints.

9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA

9.1 Agua: No
9.2 Energía Eléctrica: No
9.3 Alcantarillado: No

10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.	
10.1 Nombre del atractivo:	**10.2 Distancia:**
- Cascada Yuwints 2	- 1 Km

11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:

11.1 Difusión: Local

12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO		
VARIABLE	**FACTOR**	**PUNTOS**
CALIDAD	a) Valor intrínseco	8
	b) Valor extrínseco	7
	c) Entorno	8
	d) Estado de Conservación y/o Organización	8
APOYO	a) Acceso	5
	b) Servicios	0
	c) Asociación con otros atractivos	1
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	0
	c) Nacional	0
	d) Internacional	0
TOTAL		39

13. JERARQUIZACIÓN

Jerarquía II. Atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de larga distancia, ya sea del mercado interno, y receptivo, que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas actuales o potenciales, y atraer al turismo fronterizo de esparcimiento.

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: Johnatan Flores Jaramillo	**1.2 Ficha Nº** 011
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Patricia Tierra	**1.4 Fecha:** 23-04-2012
1.5 Nombre del Atractivo: RÍO KUSUTKA	
1.6 Categoría: Sitio Natural	
1.7 Tipo: Ríos	
1.8 Subtipo: Rápidos	

Foto: Johnatan Flores J.

2. UBICACIÓN	
2.1 Provincia: Morona Santiago	**2.2 Ciudad y/o Cantón:** Taisha
2.3 Parroquia: Macuma	
2.4 Latitud: 02°09’34.1’’ Sur	**2.5 Longitud:** 77°34’37.5’’ Oeste

3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.	
3.1 Nombre del poblado: Yuwints	**3.2 Distancia:** 200 metros

4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.

4.1 Altitud: 478 m.s.n.m.
4.2 Temperatura: 20° - 30°C
4.3 Precipitación Pluviométrica: 2000 a 3000 mm/año

4.4 Ubicación del Atractivo
El atractivo se encuentra ubicado a 200 metros del centro de la comunidad.

4.5 Descripción del atractivo.
Es el río más cercano al centro de la comunidad, en el mismo que el turista puede bañarse y disfrutar del paisaje.

4.6 Atractivos individuales que lo conforman:
El mismo río y a sus lados plantas de la zona, que adornan el paisaje, de igual manera una mini playa con piedras.

4.7 Permisos y Restricciones
Para acudir a este lugar es necesario acudir con un guía de la zona, y solicitar permiso a la comunidad y dueño del lugar.

4.8 Usos

4.8.1 Usos Actuales
Actualmente no tiene ningún uso

4.8.2 Usos Potenciales
Puede ser utilizado para la fotografía, como lugar para baño y descanso.

4.8.3 Necesidades turísticas Señalizar y mejorar el sendero hacia el lugar, limpiar el lugar para obtener una mejor apreciación de la zona.
4.9 Impactos
4.9.1 Impactos positivos - Ingresos económicos para la comunidad y el dueño de las tierras. - Ayuda económica para el mejoramiento de la infraestructura de acceso. - Un nuevo lugar para el disfrute y relajación del turista.
4.9.2 Impactos negativos - Migración temporal de las especies. - Contaminación del agua

5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:
5.1 Estado: No Alterado
5.2 Causas: Es un sitio nuevo para el turismo.

6. ENTORNO:	
6.1 Entorno: Conservado	
6.2 Causas: Debido a que es un lugar nuevo, está conservado y aún no muy intervenido.	
7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO	
7.1 Tipo: Terrestre	**7.2 Subtipo:** Sendero
7.3 Estado de Vías: Regular	**7.4 Transporte:** Se tiene que caminar desde el centro de la comunidad hasta el mirador.
7.5 Frecuencias: Todos los días	**7.6 Temporalidad de acceso:** Todo el año
7.7 Observaciones: Se recomienda usar ropa, zapatos adecuados para caminar, así como también gorra, bloqueador solar, ropa de cambio y poncho de aguas. El ingreso al lugar se lo debe hacer con un guía de la comunidad	

8. FACILIDADES TURÍSTICAS.
Planta turística de hospedaje y alimentación existente en la comunidad de Yuwints.

9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA
9.1 Agua: No **9.2 Energía Eléctrica:** No **9.3 Alcantarillado:** No

10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.	
10.1 Nombre del atractivo: - Ninguno	**10.2 Distancia:** -

11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:
11.1 Difusión: Local

12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO		
VARIABLE	**FACTOR**	**PUNTOS**
CALIDAD	a) Valor intrínseco	8
	b) Valor extrínseco	7

	c) Entorno	8
	d) Estado de Conservación y/o Organización	6
APOYO	a) Acceso	5
	b) Servicios	0
	c) Asociación con otros atractivos	0
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	0
	c) Nacional	0
	d) Internacional	0
TOTAL		36

13. JERARQUIZACIÓN

Jerarquía II. Atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de larga distancia, ya sea del mercado interno, y receptivo, que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas actuales o potenciales, y atraer al turismo fronterizo de esparcimiento.

1. DATOS GENERALES

1.1 Encuestador: Johnatan Flores Jaramillo	**1.2 Ficha Nº** 012
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Patricia Tierra	**1.4 Fecha:** 23-04-2012

1.5 Nombre del Atractivo: RÍO YUWINTS

1.6 Categoría: Sitio Natural

1.7 Tipo: Ríos

1.8 Subtipo: Rápidos

Foto: Johnatan Flores J.

2. UBICACIÓN

2.1 Provincia: Morona Santiago **2.2 Ciudad y/o Cantón:** Taisha

2.3 Parroquia: Macuma

2.4 Latitud: 02°09’34.6’’ Sur **2.5 Longitud:** 77°34’36.5’’ Oeste

3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.

3.1 Nombre del poblado: Yuwints **3.2 Distancia:** 300 metros

4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.
4.1 Altitud: 478 m.s.n.m. **4.2 Temperatura:** 20° - 30°C **4.3 Precipitación Pluviométrica:** 2000 a 3000 mm/año
4.4 Ubicación del Atractivo El atractivo se encuentra ubicado a 300 metros del centro de la comunidad.
4.5 Descripción del atractivo. Es el río más cercano al centro de la comunidad, en el mismo que el turista puede bañarse y disfrutar del paisaje.
4.6 Atractivos individuales que lo conforman: El mismo río y a sus lados plantas de la zona, que adornan el paisaje, de igual manera una mini playa con piedras.
4.7 Permisos y Restricciones Para acudir a este lugar es necesario acudir con un guía de la zona, y solicitar permiso a la comunidad y dueño del lugar.

4.8 Usos
4.8.1 Usos Actuales Actualmente no tiene ningún uso
4.8.2 Usos Potenciales Puede ser utilizado para la fotografía, como lugar para baño y descanso.
4.8.3 Necesidades turísticas Señalizar y mejorar el sendero hacia el lugar, limpiar el lugar para obtener una mejor apreciación de la zona.
4.9 Impactos
4.9.1 Impactos positivos - Ingresos económicos para la comunidad y el dueño de las tierras. - Ayuda económica para el mejoramiento de la infraestructura de acceso. - Un nuevo lugar para el disfrute y relajación del turista.
4.9.2 Impactos negativos - Migración temporal de las especies. - Contaminación del agua

5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:
5.1 Estado: No Alterado
5.2 Causas: Es un sitio nuevo para el turismo.

6. ENTORNO:
6.1 Entorno: Conservado
6.2 Causas: Debido a que es un lugar nuevo, está conservado y aún no muy intervenido.

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO	
7.1 Tipo: Terrestre	**7.2 Subtipo:** Sendero
7.3 Estado de Vías: Regular	**7.4 Transporte:** Se tiene que caminar desde el centro de la comunidad hasta el mirador.

7.5 Frecuencias: Todos los días	**7.6 Temporalidad de acceso:** Todo el año

7.7 Observaciones:
Se recomienda usar ropa, zapatos adecuados para caminar, así como también gorra, bloqueador solar, ropa de cambio y poncho de aguas.
El ingreso al lugar se lo debe hacer con un guía de la comunidad

8. FACILIDADES TURÍSTICAS.
Planta turística de hospedaje y alimentación existente en la comunidad de Yuwints.
9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA
9.1 Agua: No **9.2 Energía Eléctrica:** No **9.3 Alcantarillado:** No

10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.	
10.1 Nombre del atractivo:	**10.2 Distancia:**
- Ninguno	-

11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:
11.1 Difusión: Local

12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO		
VARIABLE	**FACTOR**	**PUNTOS**
CALIDAD	a) Valor intrínseco	8
	b) Valor extrínseco	8
	c) Entorno	8
	d) Estado de Conservación y/o Organización	8
APOYO	a) Acceso	5
	b) Servicios	0
	c) Asociación con otros atractivos	0
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	0
	c) Nacional	0
	d) Internacional	0
TOTAL		39

13. JERARQUIZACIÓN
Jerarquía II. Atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de larga distancia, ya sea del mercado interno, y receptivo, que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas actuales o potenciales, y atraer al turismo fronterizo de esparcimiento.

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: Johnatan Flores Jaramillo	**1.2 Ficha Nº** 013
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Patricia Tierra	**1.4 Fecha:** 24-04-2012
1.5 Nombre del Atractivo: ARTESANÍAS	
1.6 Categoría: Manifestaciones Culturales	
1.7 Tipo: Etnografía	
1.8 Subtipo: Artesanías	

Foto: Johnatan Flores J.

2. UBICACIÓN	
2.1 Provincia: Morona Santiago	**2.2 Ciudad y/o Cantón:** Taisha
2.3 Parroquia: Macuma	
2.4 Latitud: 02°09’37.4’’ Sur	**2.5 Longitud:** 77°34’38.7’’ Oeste

3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.	
3.1 Nombre del poblado: Yuwints	**3.2 Distancia:** 0 metros

4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.

4.1 Altitud: 530 m.s.n.m.
4.2 Temperatura: 20° - 30°C
4.3 Precipitación Pluviométrica: 2000 a 3000 mm/año

4.4 Ubicación del Atractivo

El atractivo se encuentra ubicado dentro de la comunidad de Yuwints.

4.5 Descripción del atractivo.

Las artesanías de la comunidad shuar Yuwints son elaborados por ellos mismos, las mismas que son utilizadas en los quehaceres diarios del hogar, y para fiestas o eventos culturales, todas son elaboradas con materiales de la zona.

4.6 Atractivos individuales que lo conforman:

La Chankina

Los materiales que utilizan son: el bejuco trepador (kaap). Los mismos que se encuentran en lugares altos en las montañas y en los planos.

Para elaborarlo se recogen los bejucos, por lo menos unas 12 unidades, posteriormente se procede a sacar la corteza para partir de acuerdo el tamaño de la canasta.

Luego se procede a tejer, proceso que demora alrededor de una media hora, de acuerdo al tamaño y por último se le da un acabado.

Normalmente esta artesanía es utilizada para transportar cargas como: alimentos, frutas, carnes, y cualquier tipo de carga pesada y es más utilizado por las mujeres.

Pilche

Lo realizan a partir del fruto de una planta de la zona, la misma que es cultivada en las huertas de cada familia.

Para elaborar esta artesanía primero se debe seleccionar el fruto, recolectarlo, partirlo en la mitad, para posteriormente proceder a sacar todo el corazón o se puede cocinarlo en un muits (olla), luego se procede a tallar el pilche y por último ponerlo a secar en el sol, este proceso dura aproximadamente medio día, dependiendo del tamaño del pilche.
Esta artesanía es utilizada normalmente para servir la chicha, y otras comidas.

Corona
Lo realizan de plumas y Kaap (bejuco).
Para elaborar esta artesanía primeramente salen de casería de aves, como papagayo y tucán, posteriormente recolectan sus plumas, y luego de una semana se recoge el Kaap, posteriormente se procede a partir el kaap de acuerdo al tamaño de la corona y por último se procede al tejido de la corana y colocación de las plumas, las mismas que deben ser de color negro, rojo y amarillo. La corona preparada es sagrada y se usa en las fiestas o cualquier otro evento cultural.

Lanza
Las lanzas son hechas de pambil.
Para su elaboración hay que tumbar un árbol de pambil, cortarlo en tuco, de acuerdo cuantos metros queremos, posteriormente partir en la mitad y sacar una parte de quincha, hay que sacar las partes que no sirven y luego hacer un círculo la quincha para hacer la lanza y por último se afila la punta de la lanza. Es utilizada generalmente para la casería, dar la bienvenida a los visitantes y como defensa de los enemigos.

Flauta
Material: Guadúa especial.
Para elaborar esta artesanía primero se procede a cortar y dejar secar la guadúa, solo una parte y debe ser la más recta, luego hacer un hueco con alambre de acuerdo como queremos el sonido, hay un hueco donde se soplará, y dos donde que se sostendrá con dos dedos. Generalmente es utilizado para hacer música de baile y en la madrugada para tomar guayusa.

4.7 Permisos y Restricciones
Se necesita tener el permiso de las personas de la comunidad o el presidente de la misma, para ver las artesanías que poseen.

4.8 Usos

4.8.1 Usos Actuales
Actualmente no tiene ningún uso

4.8.2 Usos Potenciales
Puede ser utilizado para la observación, fotografía, y venta de las mismas.

4.8.3 Necesidades turísticas
Crear un lugar de exposición de las artesanías u organizar una exposición durante la estancia de los turistas.

4.9 Impactos

4.9.1 Impactos positivos
- Ingresos económicos para la comunidad y el dueño de las tierras.
- Ayuda económica para el mejoramiento de la infraestructura de acceso.
- Un nuevo lugar para el disfrute y relajación del turista.

5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:

5.1 Estado: No Alterado

5.2 Causas:
No existe alteración actualmente ya que no han sido expuestas a los turistas.

6. ENTORNO:	
6.1 Entorno: Conservado	
6.2 Causas: No han sido mostradas a los turistas y se encuentran conservadas.	
7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO	
7.1 Tipo: Terrestre	**7.2 Subtipo:** Sendero
7.3 Estado de Vías: Regular	**7.4 Transporte:** queda localizado en la comunidad.
7.5 Frecuencias: Todos los días	**7.6 Temporalidad de acceso:** Todo el año
7.7 Observaciones: Se deberá solicitar a las personas de la comunidad que hagan una exposición de sus artesanías ya sea para observación o compra de las mismas.	

8. FACILIDADES TURÍSTICAS.
Planta turística de hospedaje y alimentación existente en la comunidad de Yuwints.

9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA
9.1 Agua: No
9.2 Energía Eléctrica: No
9.3 Alcantarillado: No

10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.	
10.1 Nombre del atractivo: - Ninguno	**10.2 Distancia:** -

11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:
11.1 Difusión: Local

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: Johnatan Flores Jaramillo	**1.2 Ficha Nº** 014
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Patricia Tierra	**1.4 Fecha:** 24-04-2012
1.5 Nombre del Atractivo: MANIFESTACIONES RELIGIOSAS, TRADICIONES Y CREENCIAS	
1.6 Categoría: Manifestaciones Culturales	
1.7 Tipo: Etnografía	
1.8 Subtipo: Manifestaciones religiosas, tradiciones y creencias	

2. UBICACIÓN	
2.1 Provincia: Morona Santiago	**2.2 Ciudad y/o Cantón:** Taisha
2.3 Parroquia: Macuma	
2.4 Latitud: 02°09’37.4’’ Sur	**2.5 Longitud:** 77°34’38.7’’ Oeste

3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.	
3.1 Nombre del poblado: Yuwints	**3.2 Distancia:** 0 metros

4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.
4.1 Altitud: 530 m.s.n.m.

4.2 Temperatura: 20° - 30°C

4.3 Precipitación Pluviométrica: 2000 a 3000 mm/año

4.4 Ubicación del Atractivo

El atractivo se encuentra ubicado dentro de la comunidad de Yuwints.

4.5 Descripción del atractivo.

Las tradiciones, mitos y leyendas han sido pasadas de generación en generación hasta los tiempos de ahora, son parte de la cultura de la comunidad de Yuwints.

4.6 Atractivos individuales que lo conforman:

Mito: Mikiua

Es un animal pequeño tipo oso perezoso, hocico muy rojo y las manos rojas.

Antiguamente la mayoría de los niños se mantenían en silencio desde las horas 7 y 8 de la noche por que se dice que este animalito en tiempos atrás, un niño había estado llorando por la noche y este perezoso le había imitado como pájaro, y muy enseguida se había puesto pálido el niño hasta morir, por eso hoy en día siempre se aconseja mantener en silencio los niños.

Leyenda: Etsa y Nantu

Antiguamente estos dos astros habían sido dos jóvenes muy hermosos de buen parecer, por eso se habían casado con una sola mujer que en las noches se turnaban para abrazar, primero el Etsa que es el sol, se acostaban los dos hermanos y la mujer en el medio, el sol abrazaba primero y luego Nantu que es luna y así amanecían, un día se acostaron, cuando la luna amaneció abrazada sin dejarla, en eso se enojaron los dos hermanos, luego se pusieron a luchar hasta que le hizo quedar ciego a su hermano luna.

Por eso se dice hoy, que la luna no tiene fuerza para alumbrar de noche.

4.7 Permisos y Restricciones

En una noche las personas se reúnen en la cabaña a contar estas historias, mitos y leyendas de la comunidad.

4.8 Usos

4.8.1 Usos Actuales

Actualmente no tiene ningún uso

4.8.2 Usos Potenciales

Puede ser utilizado para la observación, fotografía, y venta de las mismas.

4.8.3 Necesidades turísticas

Crear un lugar de exposición de las artesanías u organizar una exposición durante la estancia de los turistas.

4.9 Impactos

4.9.1 Impactos positivos

- Ingresos económicos para la comunidad y el dueño de las tierras.
- Ayuda económica para el mejoramiento de la infraestructura de acceso.
- Un nuevo lugar para el disfrute y relajación del turista.

4.9.2 Impactos negativos

5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:
5.1 Estado: No Alterado
5.2 Causas: No existe alteración actualmente ya que no han sido expuestas a los turistas.

6. ENTORNO:	
6.1 Entorno: Conservado	
6.2 Causas: No hay sido mostradas a los turistas y se encuentran conservadas.	
7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO	
7.1 Tipo: Terrestre	**7.2 Subtipo:** Sendero
7.3 Estado de Vías: Regular	**7.4 Transporte:** queda localizado en la comunidad.
7.5 Frecuencias: Todos los días	**7.6 Temporalidad de acceso:** Todo el año
7.7 Observaciones: Se deberá solicitar a las personas de la comunidad que hagan una exposición de sus artesanías ya sea para observación o compra de las mismas.	

8. FACILIDADES TURÍSTICAS.
Infraestructura turística existente en la comunidad de Yuwints.

9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA
9.1 Agua: No
9.2 Energía Eléctrica: No
9.3 Alcantarillado: No

10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.	
10.1 Nombre del atractivo:	**10.2 Distancia:**
- Ninguno	-

11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:
13.1 Difusión: Local

ANEXO 6. Modelo de encuesta para turistas nacionales y extranjeros

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD RECURSOS NATURALES

ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO

La presente encuesta tiene como finalidad determinar la factibilidad, previo a la implementación de un ECOLODGE en el cantón Taisha, provincia de Morona Santiago. Por favor conteste con sinceridad, gracias.

1. **Datos generales**

   Edad_____ Género _____ Ocupación _____

   Estado Civil _____

   Lugar de Procedencia _____

2. **¿Cuál es su nivel promedio de ingresos?**

   De 100 a 300 dólares ☐

   De 300 a 600 dólares ☐

   Más de 600 dólares ☐

3. **¿Con que frecuencia realiza actividades turísticas?**

   Una vez por semana ☐

   Cada 15 días ☐

   Una vez por mes ☐

   Una vez por año ☐

   Otro ☐ ----------

4. **¿Cuál es su motivación para viajar?**

   Recreación/turismo ☐

   Compras ☐

   Congreso/convenciones ☐

   Negocios ☐

   Otros ☐

5. **¿Con quién suele realizar sus viajes?**

   Sólo ☐ Amigos ☐ Familia ☐ Otros ☐

6. **Estancia**

   Menos de 2 días ☐

De 2 a 3 días ☐

Más de 3 días ☐

7. ¿Conoce o ha escuchado sobre el cantón Taisha?

Sí ☐ No ☐

8. Si su respuesta es NO, ¿Le gustaría conocer el cantón Taisha?

Sí ☐ No ☐

9. ¿Considera usted necesaria la creación de un Ecolodge en el cantón Taisha que satisfaga sus necesidades de descanso y distracción?

Sí ☐ No ☐

10. ¿Qué servicios le gustaría que ofrezca el Ecolodge?

Alimentación

Hospedaje

Piscina natural, sauna, turco

Recreación

11. ¿Qué tipo de comida le gustaría degustar en el Ecolodge?

Típica Nacional Interna

12. ¿Cuánto estaría dispuesto a cancelar por el servicio de hospedaje que oferta el Ecolodge?

Menos de 50 dólares ☐

50 a 100 dólares ☐

Más de 100 dólares ☐

13. ¿Cuánto estaría dispuesto a cancelar por el servicio de alimentación que oferta el Ecolodge?

Menos de 50 dólares ☐

50 a 100 dólares ☐

Más de 100 dólares ☐

14. ¿Cuánto estaría dispuesto a cancelar por servicios adicionales que oferta el Ecolodge?

Menos de 50 dólares ☐

☐

☐

50 a 100 dólares

Más de 100 dólares

15. ¿Qué actividades le gustaría realizar?

Deportes de Aventura ☐

Fotografía ☐

Caminata ☐

Camping ☐

Eventos Culturales ☐

Otros ☐ _____

16. ¿Cuál es su forma de pago?

Efectivo ☐

Tarjeta de crédito ☐

Otros ☐

17. ¿Por qué medio se informa usted para realizar sus viajes?

Televisión ☐ Radio ☐

Internet ☐ Prensa Escrita ☐

Afiches ☐ Volantes ☐

Otras Personas ☐

Gracias por su colaboración.

ANEXO 7. Minuta de la empresa

ECOLODGE "MACUMA"

CAPITULO PRIMERO
NOMBRE. DOMICILIO. OBJETO SOCIAL Y PLAZO DE DURACIÓN

ARTICULO UNO.- NOMBRE.- La compañía llevará el nombre de "MACUMA"

ARTICULO DOS.- DOMICILIO.- El domicilio principal de la compañía es la comunidad de Yuwints, parroquia Macuma, cantón Taisha, provincia de Morona Santiago y, por resolución de la Junta general de accionistas, podrá establecer sucursales agencias, oficinas representaciones y establecimientos en cualquier lugar del Ecuador o de países extranjeros, conforme a la ley.

ARTICULO TRES.- OBJETO SOCIAL.- La compañía tiene como objeto social principal: Brindar servicios turísticos y actividades recreativas y de entretenimiento, dentro de los cuales resaltan los siguientes: hospedaje, alimentación, canchas deportivas, piscinas, sauna, turco, hidromasaje, paintball. Al mismo tiempo producir servicios turísticos de calidad dentro de un marco de sustentabilidad y sostenibilidad.

ARTICULO CUATRO.- DURACIÓN.- El plazo de duración de la compañía es de treinta años, contados a partir de la fecha de inscripción de la escritura en el Registro Mercantil del domicilio principal; pero podrá disolverse en cualquier tiempo o prorrogar su plazo de duración, si así lo resolviese la Junta general de accionistas en la forma prevista en estos estatutos y en la ley.

CAPITULO SEGUNDO
DEL CAPITAL DEL AUMENTO Y RESPONSABILIDAD

ARTICULO CINCO.- DEL CAPITAL.- El capital autorizado de la compañía es de sesenta y cinco mil dólares, con un valor de un dólar cada una, nominativas y ordinarias, las que estarán representadas por títulos, que serán firmados por el presidente y por el gerente general de la compañía. El capital será suscrito, pagado y emitido hasta por el límite del capital autorizado en las oportunidades, proporciones y condiciones que decida la Junta general de accionistas y conforme a la ley. El capital suscrito y pagado de esta compañía consta en las declaraciones.

ARTICULO SEIS.- AUMENTO DE CAPITAL.- El capital de la compañía podrá ser aumentado en cualquier momento, por resolución de la Junta general de accionistas, por los medios y en la forma establecida en la Ley de Compañías. Los accionistas tendrán derecho

preferente en la suscripción de las nuevas acciones en proporción de las que tuvieren pagadas al momento de efectuar dicho aumento.

ARTICULO SIETE.- RESPONSABILIDAD.- La responsabilidad de los accionistas por las obligaciones sociales, se limita al monto de sus acciones. La acción con derecho a voto lo tendrá en relación a su valor pagado. Los votos en blanco y las abstenciones se sumarán a la acción.

ARTICULO OCHO. - LIBRO DE ACCIONES. - La compañía llevara un libro de acciones y accionistas en el que se registrarán las transferencias de las acciones, la constitución de derechos reales, y las demás modificaciones que ocurran respecto del derecho sobre las acciones. La propiedad de las acciones, se probará con la Inscripción en el libro de acciones y accionistas. El derecho de negociar las acciones y transferirlas, se sujeta a lo dispuesto en la Ley de Compañías.

CAPITULO TERCERO
EJERCICIO ECONÓMICO. BALANCE, DISTRIBUCIÓN DE UTILIDADES Y RESERVAS

ARTICULO NUEVE.- EJERCICIO ECONÓMICO.- El ejercicio económico será anual y terminará el treinta y uno de diciembre de cada año. Al fin de cada ejercicio y dentro de los tres primeros meses del siguiente, el gerente general someterá a consideración de la Junta general de accionistas el balance general anual, el estado de pérdidas y ganancias, la fórmula de distribución de beneficios y demás informes necesarios. El comisario, igualmente, presentara su informe durante los quince días anteriores a la sesión de Junta; tales balances e informes podrán ser examinados por los accionistas en las oficinas de la compañía.

ARTICULO DIEZ.- UTILIDADES Y RESERVAS.- La Junta general de accionistas resolverá la distribución de utilidades, la que será en proporción al valor pagado de las acciones. De las utilidades líquidas se segregará, por lo menos, el diez por ciento anual para la formación e incremento del fondo de reserva legal de la compañía, hasta cuando éste alcance, por lo menos, el cincuenta por ciento del capital suscrito. Además la Junta general de accionistas podrá resolver la creación de reservas especiales o extraordinarias.

CAPITULO CUARTO
DEL GOBIERNO, ADMINISTRACIÓN Y REPRESENTACIÓN

ARTICULO ONCE.- GOBIERNO Y ADMINISTRACIÓN.- La compañía estará gobernada por la Junta general de accionistas y. administrada por el directorio, por el presidente y por el gerente general, en su orden; cada uno de estos órganos, con las atribuciones y deberes que les concede la Ley de Compañías y estos estatutos.

SECCIÓN UNO: DE LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS.

ARTICULO DOCE.- DE LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS.- La Junta general de accionistas es el organismo supremo de la compañía. Se reunirá ordinariamente una vez al año, dentro de los tres meses posteriores a la finalización del ejercicio económico; y, extraordinariamente las veces que fuere convocada para tratar los asuntos puntualizados en la convocatoria. La Junta estará formada por los accionistas legalmente convocados y reunidos.

ARTICULO TRECE.- CONVOCATORIA.- La convocatoria a junta general de accionistas la hará el presidente de la compañía, mediante comunicación por la prensa, en uno de los periódicos de mayor circulación en el domicilio de la compañía, cuando menos con ocho días de anticipación a la reunión de la Junta y expresando los puntos a tratarse. Igualmente, el presidente convocará a Junta general, a pedido de los accionistas que representen por lo menos, el veinticinco por ciento del capital, para tratar los puntos que se Indiquen en su petición, de conformidad con lo establecido en la Ley de Compañías.

ARTICULO CATORCE.- REPRESENTACION DE LOS ACCIONISTAS.- Las Juntas generales de accionistas, ordinarias y extraordinarias se reunirán en el domicilio principal de la compañía. Los accionistas podrán concurrir a la Junta personalmente o mediante poder otorgado a otro accionista o a un tercero, ya se trate de poder notarial o de carta poder, para cada Junta. El poder a un tercero será otorgado necesariamente ante notario público. No podrán ser representantes de los accionistas. Los administradores y comisarios de la compañía.

ARTICULO QUINCE.- QUORUM.- Para que se instale válidamente la Junta general de accionistas en primera convocatoria, se requerirá la presencia de por lo menos, la mitad del capital SI no hubiere este quórum habrá una segunda convocatoria, mediando, cuando más, treinta días de la fecha fijada para la primera reunión, y la Junta general se instalará con el número de accionistas presentes o que concurran cualquiera sea el capital que representen, particular que se expresara en la convocatoria. Para los casos particulares contemplados en el artículo doscientos ochenta y dos de la Ley de Compañías, se estará al procedimiento allí señalado.

ARTICULO DIECISEIS.- DE LA PRESIDENCIA.- Presidirá la junta general de accionistas el presidente de la compañía. Actuará como secretario el gerente general. A falta del presidente actuará quien lo subrogue, que será uno de los vocales del directorio, en orden a sus nombramientos; y, a falta del gerente general actuará como secretario la persona que designe la Junta.

ARTICULO DIECISIETE.- ATRIBUCIONES Y DEBERES DE LA JUNTA GENERAL.- La Junta general de accionistas, legalmente convocada y reunida, es el órgano supremo de la compañía y en consecuencia, tiene plenos poderes para resolver todos los asuntos relacionados con los negocios sociales, así como, con el desarrollo de la empresa, que no se hallaren atribuidos a otros órganos de la compañía; siendo de su competencia lo siguiente:

Nombrar al presidente, al gerente general, al comisario principal y suplente, así como a los vocales principales y alternos del directorio;

Conocer y resolver todos los informes que presente el directorio y órganos de administración y fiscalización, como los relativos a balances, reparto de utilidades, formación de reservas y administración;

Resolver sobre el aumento o disminución de capital, prórroga del plazo, disolución anticipada, cambio de domicilio, de objeto social y demás reformas a los estatutos, de conformidad con la Ley de Compañías;

Fijar las remuneraciones que percibirán el presidente, los vocales del directorio, el gerente general y el comisario;

Resolver acerca de la disolución y liquidación de la compañía, designar a los liquidadores, señalar la remuneración de los Liquidadores y considerar las cuentas de liquidación;

Fijar la cuantía de los actos y contratos para cuyo otorgamiento o celebración el gerente general requiere autorización del directorio, y la de los que requieran autorización de la Junta general de accionistas, sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo doce de la Ley de Compañías;

Autorizar al gerente general el otorgamiento de poderes generales, de conformidad con la ley;

Interpretar obligatoriamente estos estatutos;

Resolver cualquier asunto que fuere sometido a su consideración y que no fuere atribución de otro organismo de la compañía;

Las demás que contemplan la ley y estos estatutos.

ARTICULO DIECIOCHO.- JUNTA UNIVERSAL.- La compañía podrá celebrar sesiones de junta general de accionistas en la modalidad de junta universal, de conformidad con lo dispuesto en el artículo doscientos ochenta de la Ley de Compañías, esto es, que la Junta puede constituirse en cualquier tiempo y en cualquier lugar, dentro del territorio nacional, para tratar cualquier asunto, siempre que esté presente todo el capital, y los asistentes quienes deberán suscribir el acta bajo sanción de nulidad acepten por unanimidad la celebración de la Junta, entendiéndose así legalmente convocada y válidamente constituida.

SECCIÓN DOS: DEL DIRECTORIO.

ARTÍCULO DIECINUEVE.- DEL DIRECTORIO.- El directorio estará integrado por el presidente de la compañía y cuatro vocales. Los vocales tendrán alternos.

ARTICULO VEINTE.- PERIODO DE LOS VOCALES.- Los vocales del directorio durarán dos años en sus funciones; podrán ser reelegidos y permanecerán en sus cargos hasta ser legalmente reemplazados. Para ser vocal del directorio no se requiere la calidad de accionista.

ARTICULO VEINTE Y UNO.- PRESIDENCIA DEL DIRECTORIO.- Presidirá las sesiones del directorio el presidente de la compañía y actuará como secretario el gerente general. A falta del presidente, lo reemplazará su subrogante que será uno de los vocales principales, en el orden de su elección, debiéndose, en este caso, principalizar al respectivo suplente; y, a falta del gerente general, se nombrara un secretario ad-hoc.

ARTICULO VEINTE Y DOS.- CONVOCATORIA.- La convocatoria a sesión de directorio, la hará el presidente de la compañía, mediante comunicación escrita a cada uno de los miembros. El quórum se establece con dos miembros.

ARTICULO VEINTE Y TRES.- ATRIBUCIONES Y DEBERES DEL DIRECTORIO.- Son atribuciones y deberes del directorio los siguientes:

Sesionar ordinariamente cada trimestre y, extraordinariamente cuando fuere convocado;

Someter a consideración de la Junta general de accionistas el proyecto de presupuesto, en el mes de enero de cada año;

Autorizar la compra de inmuebles a favor de la compañía, así como la celebración de contratos de hipoteca y cualquier otro gravamen que limite el dominio o posesión de los bienes inmuebles de la compañía;

Autorizar al gerente general el otorgamiento y celebración de actos y contratos para los que se requiera tal aprobación, en razón de la cuantía fijada por la Junta general;

Controlar el movimiento económico de la compañía y dirigir la política de los negocios de la misma;

Contratar los servicios de auditoría interna, de acuerdo a la Ley;

Cumplir y hacer cumplir las resoluciones de la Junta general y las disposiciones de los estatutos y reglamentos;

Presentar anualmente a conocimiento de la Junta general de accionistas los balances, el proyecto de distribución de utilidades, la creación e incrementos de reservas legales, facultativas o especiales y los informes del gerente general;

Designar a la persona que reemplace al gerente general de la compañía en caso de su fallecimiento, renuncia, falta temporal o definitiva;

Aprobar anualmente el presupuesto de la compañía;

Dictar los reglamentos de la compañía;

Los demás que contemplan la ley y los estatutos y las resoluciones de la Junta general de accionistas.

ARTICULO VEINTE Y CUATRO.- RESOLUCIONES.- Las resoluciones del directorio serán tomadas por simple mayoría de votos; y, los votos en blanco y las abstenciones se sumarán a la mayoría.

ARTICULO VEINTE Y CINCO.- ACTAS.- De cada sesión de directorio se levantará la correspondiente acta, la que será firmada por el presidente y el secretario, que actuaron en la reunión.

SECCIÓN TRES: DEL PRESIDENTE.

ARTÍCULO VEINTE Y SEIS.- El presidente de la compañía será elegido por la Junta general de accionistas para un período de dos años. Puede ser reelegido indefinidamente y podrá tener o no la calidad de accionista. El presidente permanecerá en el cargo hasta ser legalmente reemplazado.

ARTÍCULO VEINTE Y SIETE.- ATRIBUCIONES Y DEBERES DEL PRESIDENTE: Son atribuciones y deberes del presidente de la compañía:

Convocar y presidir las sesiones de Junta general y de directorio;

Legalizar con su firma los certificados provisionales y las acciones;

Vigilar la marcha general de la compañía y el desempeño de los servidores de la misma, e Informar de estos particulares a la junta general de accionistas;

Velar por el cumplimiento del objeto social de la compañía y por la aplicación de las políticas de la entidad;

Firmar el nombramiento del gerente y conferir copias del mismo, debidamente certificadas;

Las demás que señale la Ley de Compañías, estos estatutos y reglamentos de la compañía, y, las resoluciones de la Junta general de accionistas.

SECCIÓN CUATRO: DEL GERENTE GENERAL.

ARTÍCULO VEINTE Y OCHO.- DEL GERENTE GENERAL.- El gerente general será elegido por la Junta general de accionistas para un período de dos años. Puede ser reelegido indefinidamente y podrá tener o no la calidad de accionista. Ejercerá el cargo hasta ser legalmente reemplazado, el gerente general será el representante legal de la compañía.

ARTICULO VEINTE Y NUEVE.- ATRIBUCIONES Y DEBERES DEL GERENTE GENERAL.- Son deberes y atribuciones del gerente general de la compañía:

Representar legalmente a la compañía, judicial y extrajudicialmente;

Conducir la gestión de los negocios sociales y la marcha administrativa de la compañía;

Dirigir la gestión económico-financiera de la compañía;

Gestionar, planificar, coordinar, poner en marcha y cumplir las actividades de la compañía;

Realizar pagos por concepto de gastos administrativos de la compañía;

Realizar inversiones, adquisiciones y negocios, sin necesidad de firma conjunta con el presidente, hasta por el monto para el que está autorizado;

Suscribir el nombramiento del presidente y conferir copias y certificaciones sobre el mismo;

Inscribir su nombramiento con la razón de su aceptación en el Registro Mercantil;

Presentar anualmente informe de labores ante la Junta general de accionistas;

Conferir poderes especiales y generales de acuerdo a lo dispuesto en los estatutos y en la ley; Nombrar empleados y fijar sus remuneraciones;

Cuidar que se lleven conforme a ley, los libros de contabilidad, el de acciones y accionistas y las actas de Junta general de accionistas;

Cumplir y hacer cumplir las resoluciones de Junta general de accionistas;

Presentar a la junta general de accionistas el balance del estado de pérdidas y ganancias. Y la propuesta de distribución de beneficios, dentro de los sesenta días siguientes al cierre del ejercido económico;

Ejercer y cumplir las demás atribuciones, deberes y responsabilidades que establecen la ley, estos estatutos y reglamentos de la compañía, así como las que señale la Junta general de accionistas.

CAPITULO QUINTO
DE LA FISCALIZACIÓN Y CONTROL

ARTICULO TREINTA.- DEL COMISARIO.- La junta general de accionistas nombrará un comisario principal y un suplente, accionista o no, quienes durarán dos años en sus funciones, pudiendo ser reelegidos indefinidamente.

ARTICULO TREINTA Y UNO.- ATRIBUCIONES Y DEBERES DEL COMISARIO.- Son atribuciones y deberes del comisario los que consten en la ley, en estos estatutos y sus reglamentos y, los que determine la Junta general de accionistas. En general el comisario tiene derecho ilimitado de inspección y vigilancia sobre todas las operaciones sociales, sin dependencia de la administración y en interés de la compañía.

CAPITULO SEXTO
DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN DE LA COMPAÑÍA

ARTICULO TREINTA Y DOS.- DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN.- La disolución y liquidación de la compañía se regirá por las disposiciones pertinentes de la Ley de Compañías; especialmente, por lo establecido en la sección décimo primera de esta ley, así como en el reglamento, respecto de la disolución y liquidación de compañías y por lo previsto en estos estatutos.

ARTICULO TREINTA Y TRES.- DISPOSICIÓN GENERAL.- En todo lo no previsto en estos estatutos, se estará a las disposiciones de la Ley de Compañías y su reglamento, así como a los reglamentos de la compañía y, a lo que resuelva la Junta general de accionistas.

ARTICULO TREINTA Y CUATRO.- AUDITORIA.- Sin perjuicio de la de fiscalización, la Junta general de accionistas podrá contratar la asesoría contable o auditoría de cualquier persona natural o Jurídica especializada, observando las disposiciones legales sobre esta materia.

ARTICULO TREINTA Y CINCO.- AUDITORIA EXTERNA.-En lo que se refiere a la auditoria externa se estará a lo que dispone la ley.