

UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA DEL ECUADOR

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA, GUIANZA Y GESTION

Trabajo de Titulación para la obtención del título de Ingeniero en Administración
de Empresas Turísticas

**Propuesta técnica para el diseño de un centro turístico – ecológico en la
Hacienda “La Yuquita” en Lumbaqui, Sucumbíos - Ecuador.**

Autor:

Roberto Orlando Martínez Vásconez

Director:

Mst. Víctor Cristóbal Jácome Oquendo

Quito, Ecuador.

Junio - 2015

CARTA DE AUTORÍA DEL TRABAJO

Los criterios emitidos en el presente Trabajo de Titulación “Propuesta técnica para el diseño de un centro turístico – ecológico en la Hacienda “La Yuquita” en Lumbaqui, Sucumbíos - Ecuador.”, así como también los contenidos, ideas, análisis, conclusiones y propuesta(s) son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autor(a) del presente documento.

Autorizo a la Universidad Iberoamericana del Ecuador (UNIB.E) para que haga de éste un documento disponible para su lectura o lo publique total o parcialmente, de considerarlo pertinente, según las normas y regulaciones de la Institución, citando la fuente.

.....

Roberto Orlando Martínez Vásquez
Quito, Abril - 2015

AGRADECIMIENTO:

En primer lugar quiero agradecer a Dios por darme la fuerza necesaria para culminar mis estudios, teniendo presente que solo él nos da el tiempo y salud en esta vida.

A mi padre Orlando Martínez por ser la persona que financio mis estudios además de todos los consejos necesarios para jamás rendirme, y seguir paso a paso hasta la cumbre.

A mi madre Mariana Vásconez por todo el amor y la comprensión que un hijo necesita, por siempre estar pendiente de mí y ser una inspiración de trabajo.

A mi tutor de tesis Mst. Víctor Jácome que supo cómo orientarme durante el desarrollo de la investigación, brindándome su amistad durante este periodo.

A la Universidad Iberoamericana del Ecuador que me enseñó las herramientas necesarias para ser un profesional de éxito en el área turística y en la vida.

DEDICATORIA:

Dedico esta tesis a mi abuelito Ing. Vicente Martínez que supo enseñarme el valor del trabajo constante, por darme sus consejos y ser una inspiración de superación.

A mi primo Mst Paul Gordón por guiarme y enseñarme el valor que tiene una carrera profesional en el área turística.

Y sobre todo a mis padres que me apoyaron incondicionalmente para culminar mis estudios.

A mis hermanos que supieron comprender que solo el trabajo constante te lleva a cumplir tus sueños.

A mi abuelita Lic. Pola Gordón por todo el amor que siempre me ha entregado y sus consejos.

A mis amigos que siempre se preocuparon del desarrollo de mi carrera y me apoyaron en los momentos de flaqueza.

A todos los docentes que supieron como influenciar positivamente en mi formación académica.

A todos los que me apoyaron para escribir y concluir esta tesis.

Para ellos es esta dedicatoria de tesis, pues es a ellos a quienes se las debo por su apoyo incondicional.

ÍNDICE:

Carta de autoría del trabajo.....	II
Agradecimiento:	III
Dedicatoria:	IV
Índice de cuadros	XI
Índice de tablas.....	XII
Índice de gráficos	XIII
Índice de anexos.....	XIII
Resumen:	XV

CAPÍTULO 1

1.1 Introducción.....	1
1.2 Definición del problema	2
1.3 Justificación.....	3
1.4 Objetivos	5

CAPÍTULO 2

2.1 Descripción general	6
2.2 Marco teórico.....	6
2.2.1 El turismo en el Ecuador.....	6
2.3 Marco legal que promueve el turismo en el Ecuador.....	7
2.3.1 Reglamento de ecoturismo para la ley de desarrollo turístico del Ecuador	7
2.3.2 Asesoría de ecoturismo en el Ministerio de Turismo	8
2.3.3 Reglamento presidencial sobre ecoturismo	8
2.3.4 Reglamento de ecoturismo y sostenibilidad.....	9
2.3.5 Del procedimiento para obtener la categoría especial.....	10
2.3.6 Código ético mundial para el turismo elaborado por la Organización Mundial del Turismo (OMT)	10
2.4 Modalidades de turismo:.....	13
2.4.1 Turismo	13
2.4.2 Ecoturismo	14
2.4.3 Turismo de jungla.....	14
2.4.4 Turismo de naturaleza	14
2.4.5 Tipos de empresas ecoturísticas.....	14
2.4.6 Complejo – centro turístico	16
2.4.7 Corriente turística.....	17
2.4.8 La empresa turística	17
2.4.9 Producto turístico	18

2.4.10 Administración.....	18
2.4.11 Estrategias competitivas.....	19

CAPÍTULO 3

3.1 Descripción general	21
3.2 Metodología de la investigación	21
3.2.1 Método analítico – descriptivo	21
3.2.2 Método analítico – sintético	22
3.2.3 Técnicas.....	22
3.2.4 El enfoque cuantitativo:.....	22
3.2.5 El enfoque cualitativo.....	23
3.2.5.4 Estudios correlacionales.....	24
3.2.6 Fuentes de información	25
3.3 Estudio de mercado.....	26
3.3.1 Objetivos del estudio de mercado	26
3.4 Análisis de la demanda.....	26
3.4.1 Flujo de turistas al país.....	28
3.4.2 Procedencia	28
3.4.3 Motivación del viaje de los extranjeros.....	29
3.4.4 Sitios visitados en Ecuador.....	30
3.5 Demanda potencial.....	30
3.5.1 Variaciones y tasas de crecimiento turística provincial.....	30
3.6 Diseño metodológico de la investigación de mercado.....	32
3.7 Universo de estudio	33
3.8 Muestra	33
3.8.1 Cálculo de la muestra	33
3.9 Variables y métodos de evaluación.....	34
3.10 Metodología para el análisis de los resultados.....	35
3.11 Análisis de la oferta.....	35
3.12 Análisis de la competencia	36
3.12.1 Oferta de establecimientos turísticos a nivel nacional.	
3.13 Estrategias de mercado.....	38
3.13.1 Precio.....	38
3.13.2 Promoción (comunicación)	38
3.13.3 Canales de distribución de marketing	38
3.14 Aspectos legales.....	39
3.15 Objetivo de la ingeniería del proyecto.....	39

3.16 Estudio técnico.....	39
3.17 Estudio de factibilidad.....	40
CAPÍTULO 4	
Análisis situacional.....	41
4.1 Descripción general.....	41
4.2 Análisis territorial.....	41
Parámetros ambientales de la zona.....	41
4.2.3 Hidrografía.....	43
4.2.4 Orografía.....	43
4.2.7 Paisaje natural.....	44
4.2.8 Fauna.....	45
4.3 Parámetros socioculturales.....	46
4.3.1 Poblaciones cercanas.....	46
4.3.2 Comunidades indígenas cercanas.....	47
4.3.4 Costumbres y tradiciones culturales.....	48
4.3.5 Infraestructura deportiva y de recreación.....	49
4.3.6 Religión.....	49
4.3.7 Organizaciones sociales.....	49
4.3.8 Transporte terrestre.....	50
4.3.8.1 Cooperativas de buses.....	50
4.3.8.2 Transporte aéreo.....	51
4.3.9 Servicios.....	51
4.4 Aspectos económicos.....	52
4.5 Análisis de la competencia.....	53
4.5.1 Planta turística servicios y atractivos turísticos del Cantón Gonzalo Pizarro... 53	
4.5.1.1 Alojamiento.....	53
4.5.1.2 Alimentación.....	54
4.5.2 Infraestructura turística.....	55
4.5.2.1 Análisis de la competencia.....	55
4.5.2.2 Atractivos turísticos del Cantón y Parroquia.....	56
4.5.3 Localización del proyecto.....	58
4.5.3.1 Macro localización.....	58
4.5.3.2 Micro localización.....	58
4.5.3.3 Ubicación geográfica del centro turístico ecológico.....	59
4.5.4.1 Terrestres.....	61
4.5.4.2 Aéreo.....	61

4.5.4.3	Sistemas de comunicación	62
4.5.5.1	Perfil del turista y análisis de encuestas a visitantes nacionales y extranjeros.....	62
4.5.5.2	Correlaciones de variables de los turistas nacionales	65
4.5.5.3	Análisis de los resultados de las encuestas a turistas nacionales	68
4.5.5.4	Correlaciones de variables de los turistas extranjeros.	
4.5.5.5	Análisis de los resultados de las encuestas a turistas.....	76

CAPÍTULO 5

	Diseño del Centro Turístico – Ecológico “La Yuquita”	80
5.1	Descripción general	80
5.2	Metodología.....	80
5.2.2	Cruce de variables	82
5.2.1	Análisis de los resultados del F.O.D.A	83
5.2	Matriz de marco lógico para la elaboración del árbol de problemas y el árbol de objetivos.	84
5.2.1	Árbol de problemas	85
5.2.2	Árbol de objetivos.....	85
5.3	Organización empresarial.....	86
5.3.1	Imagen corporativa	86
5.3.2	Estructura organizacional centro turístico ecológico.....	86
5.3.2.1	Misión	86
5.3.2.2	Visión.....	86
5.3.2.3	Valores corporativos	86
5.3.3	Talento humano	88
5.4	Precio.	90
5.6	Especificaciones técnicas	91
5.6.1	Construcción de cabañas	92
5.6.2	Distribución física del centro turístico ecológico	92
5.7	Características de los servicios	93
5.7.1	Tipos de servicios	93
5.8	Estudio financiero.....	94
	Capital fijo.....	94
5.8.1	Capital fijo depreciable.....	94
5.8.2	Capital fijo no depreciable	95
5.8.3	Activos fijos	95
5.8.4	Terrenos	96

5.8.5 Construcciones y obras civiles	97
5.8.6 Equipos y herramientas	97
5.8.7 Equipos y muebles de oficina.....	98
5.8.8 Equipamiento de habitaciones, mobiliario y decoración.....	98
5.8.9 Equipamiento para baños.....	98
5.8.10 Equipamiento general para cocina y restaurante	99
5.8.11 Equipamiento de menaje y cubertería.....	99
5.8.12 Equipamiento para operación y mantenimiento.....	99
5.8.13 Equipamiento agrícola y pecuario	99
5.8.14 Vehículos.....	100
5.9 Activos diferidos.....	100
5.9.1 Estudios iniciales.....	100
5.9.2 Patentes y similares.....	100
5.9.3 Capital de óperación o trabajo.....	101
5.9.4 Costos variables anuales:.....	101
5.9.5 Gastos de administración y ventas:.....	102
5.9.6 Financiamiento.....	102
5.9.7 Estructura del financiamiento	102
5.10 Préstamo:.....	103
5.11 Depreciación	103
5.12 Mantenimiento.....	103
5.12.1 Seguros.....	104
5.12.2 Ocupación estimada	104
5.12.3 Ingresos.....	105
5.12.3.1 Alojamiento:	105
5.12.3.2 Alimentación y bebidas:.....	106
5.12.3.4 Paquetes turísticos o tour:	106
5.12.3.5 Alquiler de salones de reuniones:	106
5.12.3.6 Actividades:.....	107
5.12.3.7 Otros productos:	108
5.12.4 Proyección o estimación de ingresos.....	108
5.12.5 Punto de equilibrio	110
5.13 Evaluación financiera.....	111
5.13.1 Flujo de caja.....	113
5.13.2 Índices de retorno	115

CAPÍTULO 6

Conclusiones y recomendaciones	117
6.1 Conclusiones:.....	117
6. 2 Recomendaciones	119

BIBLIOGRAFÍA

Fuentes escritas:	120
Fuentes virtuales	121
Anexos:.....	124

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro No. 1. Requisitos Constitución Centro Turístico Ecológico	39
Cuadro No. 2. Tipos de Clima. Cantón Gonzalo Pizarro.	42
Cuadro No. 3. Tipos de Suelos. Cantón Gonzalo Pizarro	42
Cuadro No. 4. Tipos de Relieves. Cantón Gonzalo Pizarro.	44
Cuadro No. 5. Actividades Productivas del Cantón Gonzalo Pizarro	53
Cuadro No. 6. Inventario de Sitios Turísticos Cantón Gonzalo Pizarro	57
Cuadro No. 7. Análisis F.O.D.A. Centro turístico ecológico “La Yuquita”	82
Cuadro No. 8. Matriz de Marco Lógico.....	84
Cuadro No. 9. Personal Necesario de Guías para el Centro Turístico Ecológico	89
Cuadro No. 10. Personal Necesario en administración para el Centro Turístico Ecológico.....	89
Cuadro No. 11. Personal Necesario en Servicios para el Centro Turístico Ecológico	89
Cuadro No. 12. Organización Estructural	89
Cuadro No. 13. Servicios y otros productos del Centro turístico Ecológico.....	91
Cuadro No. 14. Áreas del Centro turístico ecológico	91
Cuadro No. 15. Precio de Actividades Incluidas en Tours	107

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Llegadas de Extranjeros al Ecuador 2010 – 2015	27
Tabla 2. Flujo de Turistas al País 2014 – 2015.....	28
Tabla 3. Motivos de Viaje de los Turistas Extranjeros	29
Tabla 4. Sitios Visitados en el Ecuador Turismo	30
Tabla 5. Entrada de Extranjeros al Cantón Gonzalo Pizarro 2006-2013	30
Tabla 6. Variaciones y Tasas de Crecimiento de Turistas 2006-2013	31
Tabla 7. Demanda Histórica de Turistas a la Parroquia de Lumbaqui 2006-2013	31
Tabla 8. Proyección de la Demanda a la Parroquia de Lumbaqui 2014-2019.....	32
Tabla 9. Proyección de la Demanda a la Parroquia.....	32
Tabla 10. Establecimientos Hoteleros por Ciudades	37
Tabla 11. Cantidad de Establecimientos en el Cantón Gonzalo Pizarro y su Categoría	54
Tabla 12. Infraestructura y Servicios Turísticos de la Parroquia Lumbaqui.....	55
Tabla 13. Análisis de la Competencia.....	56
Tabla 14. Resultado de las Encuestas a Turistas Nacionales.....	62
Tabla 15. Correlación Edad.....	65
Tabla 16. Correlación Género de los turistas.....	66
Tabla 17. Correlación Estado Civil	66
Tabla 18. Correlación Nivel de Instrucción de los Turistas	67
Tabla 19. Correlación Ocupación de los Turistas.....	67
Tabla 20. Correlación Procedencia de los turistas.....	68
Tabla 21. Resultado de las Encuestas a Turistas Extranjeros.....	72
Tabla 22. Correlación Edad.....	74
Tabla 23. Correlación Género de los turistas.....	74
Tabla 24. Correlación Estado Civil	75
Tabla 25. Correlación Nivel de Instrucción de los Turistas	75
Tabla 26. Correlación Ocupación de los Turistas.....	76
Tabla 27. Correlación Procedencia de los turistas.....	76
Tabla 28. Detalles del perfil general del turista de principales mercados emisores	79
Tabla 29. Precios previos propuestos para los servicios que se ofrecen en este proyecto.....	90
Tabla 30. Precios propuestos para tours.....	90
Tabla 31. Distribución del Centro Turístico Ecológico	92
Tabla 32. Inicio de Operaciones	96
Tabla 33. Costo del Terreno.....	97
Tabla 34. Construcciones y Obras Civiles	97
Tabla 35. Equipos y Herramientas	98
Tabla 36. Costo de Vehículo	100
Tabla 37. Activos Diferidos.....	100
Tabla 38. Estudios Iniciales.....	100
Tabla 39. Patentes y Similares	101
Tabla 40. Costos Fijos Anuales	101

Tabla 41. Costos Variables Anuales	101
Tabla 42. Gastos administración y ventas.....	102
Tabla 43. Síntesis del Financiamiento	103
Tabla 44. Deducción de Demanda Estimada.....	104
Tabla 45. Demanda Turística Anual Estimada	105
Tabla 46. Precio de Alojamiento por Cabaña y por Persona.....	105
Tabla 47. Precio de Restaurante	106
Tabla 48. Precio de Combos.....	106
Tabla 49. Precios del Tours.....	106
Tabla 50. Precio de Alquiler Salón de Reuniones.....	107
Tabla 51. Precio de otros Productos.....	108
Tabla 52. Estimación de Ingresos Anuales por Venta de Productos.....	109
Tabla 53. Punto de Equilibrio	110
Tabla 54. Estado de Pérdidas y Ganancias	112
Tabla 55. Flujo de Caja	113
Tabla 56. Indicadores Financieros	116

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico No. 1. Procedencia de Extranjeros al Ecuador	29
Gráfico No. 2. Ubicación de la Parroquia de Lumbaqui.....	59
Gráfico No. 3. Plano de la propiedad en donde se Ubicará el Centro Turístico Ecológico	60
Gráfico No. 4. Organigrama Estructural y de Posición de Puestos.....	88

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO. 1. ENCUESTA PARA VISITANTES NACIONALES.....	124
ANEXO. 2. ENCUESTA PARA VISITANTES EXTRANJEROS	127
ANEXO. 3. SURVEY FOR FOREIGN VISITORS.....	129
ANEXO. 4. Equipamiento de Oficina.....	131
ANEXO. 5. Muebles de Dormitorio y Artículos Decorativos.....	131
ANEXO. 6. Menaje.....	131
ANEXO. 7. Equipamiento de Baños.....	132
ANEXO. 8. Equipamiento General para Cocina y Restaurante	132
ANEXO. 9. Equipamiento de Cubertería	133
ANEXO. 10. Equipamiento de Vajilla	133
ANEXO. 11. Equipamiento de Cristalería.....	134
ANEXO. 12. Equipamiento de Menaje.....	134
ANEXO. 13. Equipamiento Agrícola y Pecuario	134
ANEXO. 14. Equipamiento para Mantenimiento.....	135
ANEXO. 15. Equipamiento para Operación	135

ANEXO. 16.	Costos de Mano de Obra Directa	136
ANEXO. 17.	Detalle del Préstamo	136
ANEXO. 18.	Depreciación de Activos Fijos	137
ANEXO. 19.	Mantenimiento de Activos Fijos	137
ANEXO. 20.	Seguro de Activos Fijos	137
ANEXO. 21.	Plano General Centro Turístico Ecológico	138
ANEXO. 22.	Área Administrativa	139
ANEXO. 23.	Área de Restaurante	140
ANEXO. 24.	Área de Eventos	141
ANEXO. 25.	Área de Sala de juegos	141
ANEXO. 26.	Parqueadero # 1	142
ANEXO. 27.	Área de Deportes	142
ANEXO. 28.	Área de Piscina	143
ANEXO. 29.	Área de Picnic	143
ANEXO. 30.	Área de Pesca Deportiva.....	144
ANEXO. 31.	Área de Laguna	144
ANEXO. 32.	Área de Parqueadero # 2	145
ANEXO. 33.	Diseño de Cabañas	145

Resumen:

El estudio de factibilidad para la implementación de un Centro Turístico Ecológico en la Hacienda “La Yuquita” en la parroquia Lumbaqui, cantón Gonzalo Pizarro, provincia de Sucumbíos, se realizó con el propósito de determinar la viabilidad del proyecto, dividiendo el estudio en áreas relevantes para su ejecución.

El diagnóstico situacional del predio, sus áreas de influencia y el estudio de mercado sirvieron para establecer el perfil del consumidor, a fin de ofertar paquetes turísticos completos; incluyendo: tours, alimentación y hospedaje.

Mediante el estudio financiero es posible medir la rentabilidad de esta propuesta técnica empresarial.

En el diseño de la investigación se utilizó la estadística descriptiva a través de fuentes primarias y secundarias, cuyas variables son las características físicas y socioeconómicas del predio, la demanda turística de la zona de influencia, la competencia directa hacia el proyecto y los beneficios financieros.

Los principales resultados fueron: la afluencia de un mercado receptivo de Colombia, Estados Unidos y Europa; un mercado interno de la Sierra y Costa, entre 20 y 60 años de edad.

A la mayoría de los visitantes les gustaría disfrutar de un entorno natural de tal forma que aborde las diferentes actividades que brindará este proyecto. Con un costo promedio de gastos entre los 200 y 2000 USD en sus vacaciones. En relación al ecoturismo y aspectos que determinaron la viabilidad para la implementación de este Centro Turístico Ecológico.

Con relación al análisis económico financiero del proyecto, se estableció que el ingreso generado por servicios y productos será de -\$ 331.758,75 USD., en el primer año.

Pero al considerar que es un negocio nuevo se empezará a trabajar calculando sobre una base del 22% de ocupación durante el primer año de funcionamiento, incrementándose un 4,80% por año.

El cálculo del TIR fue de 33%, el VAN de 444.185,79 USD; y la Relación Costo Beneficio fue de 1.34 USD. Además se elaboraron estados financieros proyectados como el estado de pérdidas y ganancias y el flujo de caja; todos estos resultados mostraron la viabilidad económica del proyecto.

Palabras Claves: Atractivo Turístico, Desarrollo Sostenible, Destino Turístico, Ecoturismo, Equipamiento Turístico, Estudio de Factibilidad, Producto Turístico.

CAPÍTULO 1

1.1 INTRODUCCIÓN

El turismo es una actividad económica que durante los últimos años ha cobrado importancia para muchos países a nivel global. Actividad que precisamente se relaciona con el desarrollo sustentable, objetivo del milenio, paradigma que busca evitar el deterioro o alteración ambiental a nivel planetario por causas sobre todo de origen antropogénico.

Dentro de las opciones turísticas que han derivado del objetivo para detener esta problemática, surge el Ecoturismo. Esta nueva rama turística, empieza a ser considerada y aplicada en el Ecuador desde la última década, aprovechando las grandes ventajas que brinda la actividad, que rescata valores y prácticas culturales ancestrales. Además, la revaloriza al integrarla a un producto turístico, contribuyendo al desarrollo de los sectores rurales y favoreciendo el desarrollo sustentable.

El turismo está orientado a la máxima participación de la población local en beneficio de su propio desarrollo, por lo que se han derivado diferentes formas de hacerlo, tales como el ecoturismo, o más claramente definido como “turismo alternativo”.

El presente proyecto muestra cómo el ecoturismo en el Ecuador ayuda a desarrollar social y económicamente a una población, creando plazas de trabajo, una mayor atracción de turistas extranjeros y nacionales particularmente en la provincia de Sucumbíos.

Este estudio demuestra qué tan viable resulta implementar este tipo de proyectos para atraer las visitas de propios y extraños a la parroquia de Lumbaqui, permitiendo difundir que estamos ubicados en el jardín de la naturaleza virgen, nombre que ha recibido esta zona por sus hermosas reservas naturales, ríos y paisajes, pues es un lugar privilegiado para extasiarse en medio de una exuberante naturaleza.

Por su ubicación estratégica se puede ofrecer excelentes servicios turísticos para personas de todas las edades, pues su objetivo es fomentar la comunicación familiar y un mejor estilo de recreación.

Con lo antes descrito sobre el ecoturismo, se puede pensar que el cantón y la parroquia tienen potencial, es decir, con ayuda de inversión y capacitación de personal de las comunidades cercanas, se puede emprender un proyecto enfocado al turista local y a visitantes de otras provincias que buscan una alternativa.

1.2 DEFINICION DEL PROBLEMA

El Ecuador es uno de los países que posee una gran variedad de atractivos turísticos que atraen a visitantes nacionales y extranjeros, pero la insuficiente infraestructura turística y hotelera limita la afluencia de turistas extranjeros por esta dificultad muy notoria.

En el Cantón Gonzalo Pizarro y en la Parroquia de Lumbaqui las actividades de hospedaje, alimentación y recreación son requeridas principalmente por trabajadores de compañías y empresas que desarrollan sus actividades en esta zona, tales como: el proyecto hidroeléctrico Coca - Codo Sinclair, petroleras, proyecto hidroeléctrico Alto Dúe y otras. Estas personas usan su tiempo libre fuera de los campamentos buscando esparcimiento en la zona, averiguando sobre bares, discotecas o karaokes. Los colonos del Cantón por su parte en su tiempo disponible prefieren realizar actividades deportivas como son: la natación, el vóley y el fútbol.

Las actividades que se ofertan en los lugares establecidos cerca de la población y dentro de ella, no cumplen con las expectativas de los colonos y visitantes, por motivos de espacio, acceso, seguridad, sanidad y comodidad.

Estos sitios son manejados de forma empírica e inadecuada sólo para obtener rentabilidad económica para sus propietarios, sin tomar en cuenta la afectación al medio ambiente. El mal uso de sistemas de alcantarillado, falta de señalización y la ausencia de senderos ecológicos produce la erosión de suelo y la capacidad de carga en el sector.

La hacienda "La Yuquita" cuenta con varios atractivos naturales, pero no posee una infraestructura adecuada para la movilización del visitante. Por este motivo nace la necesidad de diseñar senderos auto guiados, con el fin de promover el turismo ecológico y generar fuentes de trabajos para gente local.

La terminación de este estudio permitirá contar con datos técnicos para realizar la inversión y, según las conclusiones a las que se ha llegado, podría ser una realidad a corto plazo.

1.3 JUSTIFICACIÓN

El crecimiento turístico del Ecuador se desarrolló de una manera muy acelerada en el año 2014, el reconocimiento de autoridades del turismo mundial motivan al país como un destino turístico potencial en la actualidad.

Existen muchos factores que en conjunto hacen que el Ecuador sea atractivo en diferentes actividades, siendo la región amazónica una de las más visitadas por turistas nacionales y extranjeros.

"La Organización Mundial del Turismo (OMT) considera que el ecoturismo es una de las vías más eficaces para el enriquecimiento de los países con zonas de alto nivel ecológico y con escaso desarrollo industrial. (Frangialli, 2002).

"Alvarado, (2013) Ministro de Turismo, en el documental Ecuador Potencia Turística indica que: "el Ecuador tiene todo para ser una potencia turística".

Tener todo tan cerca es una ventaja que se la puede explotar con responsabilidad; brindar excelencia y calidad en los servicios, mejorar la infraestructura turística, vías de acceso y el desarrollo de las poblaciones cercanas. Estos son los objetivos principales en el camino a ser una "Potencia Turística".

La Hacienda "La Yuquita" tiene una extensión total de 200 Has, de las cuales 100 Has se han conservado como un remanente de bosque primario, así lo afirma Vicente Martínez propietario de los terrenos. La Yuquita se encuentra en la Parroquia Lumbaqui, Cantón Gonzalo Pizarro, Provincia de Sucumbíos, a 0°10' N y a 0°39'37" S, a una Altitud de 530 msnm.

Durante 30 años se han cultivados diferentes productos, siendo la yuca en los años 80 su principal producción, motivo que dio a lugar al nombre de la misma, producto que sirvió para alimentar a los cantones Gonzalo Pizarro y Cascales aislados por causa del terremoto de 1987, motivo que dio lugar al nombre de "La Yuquita".

En su interior se puede realizar diferentes actividades, por ejemplo: pesca deportiva, caminatas en el bosque primario, avistamiento de aves, animales salvajes, identificación de plantas frutales, plantas medicinales y frutas silvestres entre otras.

La Yuquita ha realizado algunos proyectos con diferentes metas, se impulsó un proyecto de pesca deportiva para la cual se construyeron 8 piscinas que producen tilapia, cachama, sábalo y guanchiche, cabe recalcar que estos tres últimos son nativo de la amazonia, dando como resultado un ecosistema piscícola equilibrado.

En los años 2005 al 2008 se implementaron viveros de cacao para la elaboración de 80.000 injertos de fino aroma para el proyecto de la Conservación de la Biósfera del Gran Sumaco.

A manera de resumen, se pueden realizar muchas actividades, aprovechando los recursos naturales y la mano de obra cercana a la propiedad.

Por la existencia de recursos naturales en el interior de la propiedad y el crecimiento turístico existente en el Ecuador, la Hacienda "La Yuquita" ha decidido dar un cambio en su estructura y diseñar un centro turístico ecológico, con el objeto de promover la oferta turística local y crear fuentes de empleo para las personas de las comunidades cercanas.

La hacienda pretende brindar un servicio de excelente calidad, dirigido al turista nacional y extranjero, ofertando gastronomía típica, actividades de recreación y experiencias culturales.

1.4 OBJETIVOS

1.4.1 Objetivo General

Diseñar una propuesta técnica para un centro turístico - Ecológico en la Hacienda "La Yuquita" en Lumbaqui, Sucumbíos - Ecuador.

1.4.2 Objetivos Específicos

- ✓ Analizar la oferta turística en el Cantón Gonzalo Pizarro y su relación con el plan de desarrollo local
- ✓ Realizar el estudio de mercado para el centro turístico – ecológico propuesto
- ✓ Estructurar formalmente el documento técnico de la propuesta para el centro turístico - ecológico

1.4.3 HIPÓTESIS

Se trata de demostrar que, con la implementación de un Centro Turístico – Ecológico se mejorara la calidad de vida de las poblaciones del Cantón Gonzalo Pizarro.

CAPÍTULO 2

2.1 DESCRIPCIÓN GENERAL

En este capítulo se recopilan conceptos y teorías que dan paso al desarrollo de la investigación. Se describen las bases de la administración y la fundamentación legal para una empresa turística, tomando en cuenta aspectos macro, en base al turismo en el Ecuador y generalidades del turismo en la región amazónica.

2.2 MARCO TEÓRICO

2.2.1 EL TURISMO EN EL ECUADOR

Históricamente las agencias de viaje y luego las operadoras de turismo, hicieron posible el desarrollo de la industria turística en el Ecuador, tanto es así que para los años 60 aparecen en el contexto global las primeras empresas ofreciendo servicios para los trámites de salida del país con fines múltiples, como para personas interesadas en conocer nuestros recursos naturales.

Según el PLANDETOUR 2020, se busca que todas las actividades turísticas tengan un carácter de sostenibilidad y en este marco, el ecoturismo constituye la modalidad más organizada y que mayor auge ha tenido en los últimos años.

En el caso del turismo, existe actualmente una fuerte demanda por parte de los Municipios para asumir varias funciones relacionadas con el desarrollo del turismo local, como una alternativa clara para dinamizar la economía.

Muchos Municipios con “vocación turística”, están orgullosos de ofrecer su cultura, su gastronomía y sus paisajes a turistas que desean compartirlos. Para ello, han decidido embellecer su ciudad y mejorar sus servicios para ofrecer una buena acogida a los visitantes y así incrementar la actividad turística.

Esta actividad permite ampliar la conciencia ambiental y ecológica en los operadores responsables, las ONG's y las comunidades, así como en el sector público los Ministerios de Turismo, Ambiente y gobiernos seccionales y locales.

En contexto, el ecoturismo y sus variantes tienen un enfoque: conservar la naturaleza, aportar beneficios reales y mitigar los impactos sociales y ambientales, redistribuyendo de una manera justa los ingresos económicos e impulsando y promoviendo la participación de las poblaciones locales.

2.3 MARCO LEGAL QUE PROMUEVE EL TURISMO EN EL ECUADOR

Toda empresa turística tiene la obligación de tener una base legal para su correcto funcionamiento, a continuación se indican las principales leyes, reglamentos y normativas con las cuales se desarrolla el turismo de naturaleza.

2.3.1 REGLAMENTO DE ECOTURISMO PARA LA LEY DE DESARROLLO TURÍSTICO DEL ECUADOR

Los aspectos más importantes que se aplicaron en el desarrollo del proyecto ecoturístico son:

1. Incorporar y reconocer la cosmovisión y la cultura de las comunidades locales en el desarrollo de productos ecoturísticos, en su forma de organización y manejo, en la formulación de políticas, en la planificación relacionada y en la promoción.
2. Asegurar por medio de las Políticas de Ecoturismo y los mecanismos del Ministerio de Turismo que el ecoturismo promueva la conservación de los recursos naturales, los cuales son de importancia primordial para la supervivencia de las comunidades locales y para sustentar las actividades ecoturísticas.
3. Promover actividades de capacitación dirigidas a los miembros de las comunidades locales en actividades calificadas como ecoturísticas. En tales

procesos debe existir un intercambio de conocimientos entre las comunidades y los demás actores de la actividad.

2.3.2 ASESORÍA DE ECOTURISMO EN EL MINISTERIO DE TURISMO

Lineamientos para la Asesoría de Ecoturismo

Luego de varios años de trabajo en el tema, las autoridades gubernamentales del Ecuador reconocen que el Ecoturismo es una de las actividades turísticas más importantes que se desarrollan en el país. Parte de este proceso es la elaboración de un reglamento de ecoturismo, que será puesto en práctica por el Ministerio de Turismo.(<http://www.planeta.com/>)

Los empresarios de turismo que trabajen en áreas naturales deberán tener conocimiento de la existencia de normativas que controlan la actividad. Como base fundamental de un proyecto ecoturístico se tomarán en cuenta los artículos que norman la explotación de la naturaleza como un atractivo,

Asociación Ecuatoriana de Ecoturismo – ASEC

En el documento Políticas y Estrategias para la Participación Comunitaria en el Ecoturismo, la ASEC resume los resultados del Foro Nacional "Participación Comunitaria en el Ecoturismo". Este documento final, que aporta su contribución al tema del ecoturismo en el Ecuador, contiene información e ideas que aportan al proceso.

2.3.3 REGLAMENTO PRESIDENCIAL SOBRE ECOTURISMO

En el año 2002 en la presidencia del Dr. Gustavo Noboa Bejarano se emite el REGISTRO OFICIAL No. 589, en el que se incorpora lo siguiente:

Que el artículo 86 de la Constitución Política de la República establece que el Estado protegerá el derecho a la población a vivir en un medio ambiente sano y ecológicamente equilibrado que garantice un desarrollo sustentable.

En ejercicio de las atribuciones que le confiere el artículo 171 numeral 5 de la Constitución Política de la República.

2.3.4 REGLAMENTO DE ECOTURISMO Y SOSTENIBILIDAD

El Ministerio de Turismo del Ecuador ha trabajado en el desarrollo de políticas que medien la actividad turística, para la investigación se tomaron en cuenta los siguientes artículos:

Art. 2.- Políticas Permanentes de Ecoturismo y principios generales

1. Asegurar por medio de estas políticas de ecoturismo y los mecanismos del Ministerio de Turismo, que el ecoturismo promueva la conservación de los recursos naturales y la prevención de la contaminación ambiental los cuales son de importancia primordial para la supervivencia de las comunidades locales y para sustentar las actividades de ecoturismo.

2. Fomentar la reinversión de los beneficios económicos generados por el ecoturismo en el manejo y control de las áreas naturales y en el mejoramiento de la calidad de vida de las poblaciones locales.

Art. 12.- Requisitos para la operación de comunidades legalmente reconocidas.

Las comunidades locales organizadas y capacitadas podrán prestar servicios de ecoturismo, previo cumplimiento de los siguientes requisitos:

1. Petición realizada por los interesados de manera directa, indicando que tipo de actividad desean efectuar.

2. Acta certificada de la Asamblea General Comunitaria en el cual se nombra al responsable o responsables para el ejercicio de la actividad de ecoturismo.

3. Obtención de registro y licencia anual de funcionamiento en el Ministerio de Turismo.

4. Obtención del permiso o autorización del Ministerio del Ambiente cuando la actividad se vaya a realizar dentro del Sistema Nacional de Áreas Protegidas.

2.3.5 DEL PROCEDIMIENTO PARA OBTENER LA CATEGORÍA ESPECIAL

Art. 14.- Las empresas dedicadas a ejercer actividades vinculadas con el ecoturismo, de manera voluntaria podrán acceder a la categoría especial de “Empresa de Ecoturismo”.

Esta certificación de sostenibilidad voluntaria, implica un reconocimiento al manejo desplegado por las empresas en lo relativo a la conservación de la biodiversidad y prevención y control de la contaminación ambiental. Sus efectos se expresan en este cuerpo legal y está definida en el artículo 22.

2.3.6 CÓDIGO ÉTICO MUNDIAL PARA EL TURISMO ELABORADO POR LA ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO (OMT)

La OMT es el ente regulador encargado de emitir reglamentos que contribuirán al desarrollo equitativo del turismo, esta define como se debe actuar de forma responsable con los actores que intervienen en la actividad turística. Se reconoce la importancia de que exista una relación favorable entre las empresas turísticas, las comunidades y el medio ambiente.

ARTICULO 1: Contribución del turismo al entendimiento y al respeto mutuos entre hombres y sociedades.

Tanto las comunidades receptoras como los agentes profesionales locales habrán de aprender a conocer y a respetar a los turistas que los visitan, y a informarse sobre su forma de vida, sus gustos y sus expectativas. La educación y la formación que se impartan a los profesionales contribuirán a un recibimiento hospitalario de los turistas.

ARTÍCULO 2: El turismo, instrumento de desarrollo personal y colectivo.

Las actividades turísticas respetarán la igualdad de hombres y mujeres. Asimismo, se encaminarán a promover los derechos humanos y, en particular, los derechos específicos de los grupos de población más vulnerables, especialmente los niños, las personas mayores y minusválidas, las minorías étnicas y los pueblos autóctonos.

ARTÍCULO 3: El turismo, factor de desarrollo sostenible.

1. Todos los agentes del desarrollo turístico tienen el deber de salvaguardar el medio ambiente y los recursos naturales, en la perspectiva de un crecimiento económico saneado, constante y sostenible, que sea capaz de satisfacer equitativamente las necesidades y aspiraciones de las generaciones presentes y futuras.

2. Se procurará distribuir en el tiempo y en el espacio los movimientos de turistas y visitantes, en particular por medio de las vacaciones pagadas y de las vacaciones escolares, y equilibrar mejor la frecuentación, con el fin de reducir la presión que ejerce la actividad turística en el medio ambiente y de aumentar sus efectos beneficiosos en el sector turístico y en la economía local.

3. El turismo de naturaleza y el ecoturismo se reconocen como formas de turismo particularmente enriquecedoras, siempre que respeten el patrimonio natural, la población local y se ajusten a la capacidad de ocupación de los lugares turísticos.

ARTÍCULO 4: El turismo, factor de aprovechamiento y enriquecimiento del patrimonio cultural de la humanidad.

1. Los recursos turísticos pertenecen al patrimonio común de la humanidad. Las comunidades en cuyo territorio se encuentran tienen con respecto a ellos derechos y obligaciones particulares.

2. La actividad turística se organizará de modo que permita la supervivencia y el florecimiento de la producción cultural y artesanal tradicional, así como del folklore, y que no conduzca a su normalización y empobrecimiento.

ARTÍCULO 5: El turismo, actividad beneficiosa para los países y las comunidades de destino.

1. Las poblaciones y comunidades locales se asociarán a las actividades turísticas y tendrán una participación equitativa en los beneficios económicos, sociales y culturales que reporten, especialmente en la creación directa e indirecta de empleo a que den lugar.

2. Las políticas turísticas se organizarán de modo que contribuyan a mejorar el nivel de vida de la población de las regiones visitadas y respondan a sus necesidades. La concepción urbanística y arquitectónica y el modo de explotación de las estaciones y de los medios de alojamiento turístico tenderán a su óptima integración en el tejido económico y social local. En igualdad de competencia, se dará prioridad a la contratación de personal local.

ARTÍCULO 6: Obligaciones de los agentes del desarrollo turístico.

1. Los agentes profesionales del turismo tienen obligación de facilitar a los turistas una información objetiva y veraz sobre los lugares de destino y sobre las condiciones de viaje, recepción y estancia.

2. En lo que de ellos dependa, y en cooperación con las autoridades públicas, los profesionales del turismo velarán por la seguridad, la prevención de accidentes, la protección sanitaria y la higiene alimentaria de quienes recurran a sus servicios.

ARTÍCULO 7: Derecho al turismo.

1. La posibilidad de acceso directo y personal al descubrimiento de las riquezas de nuestro mundo constituirá un derecho abierto por igual a todos los habitantes de nuestro planeta.

2. El derecho al turismo para todos debe entenderse como consecuencia del derecho al descanso y al ocio, y en particular a la limitación razonable de la duración del trabajo y a las vacaciones pagadas periódicas, que se garantiza en el artículo 24 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos y en el artículo 7.d del Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales.

ARTÍCULO 9: Derechos de los trabajadores y de los empresarios del sector turístico.

1. Bajo la supervisión de las administraciones de sus Estados de origen y de los países de destino, se garantizarán especialmente los derechos

fundamentales de los trabajadores asalariados y autónomos del sector turístico y de las actividades conexas.

2. Siempre que demuestre poseer las disposiciones y calificaciones necesarias, se reconocerá a toda persona física y jurídica el derecho a ejercer una actividad profesional en el ámbito del turismo, de conformidad con la legislación nacional vigente.

ARTÍCULO 10: Aplicación de los principios del Código Ético Mundial para el Turismo.

1. Los agentes del desarrollo turístico reconocerán el papel de los organismos internacionales, en primer lugar el de la Organización Mundial del Turismo, y de las organizaciones no gubernamentales competentes en los campos de la promoción y del desarrollo del turismo, de la protección de los derechos humanos, del medio ambiente y de la salud, con arreglo a los principios generales del derecho internacional.

2. Los mismos agentes manifiestan su intención de someter los litigios relativos a la aplicación o a la interpretación del Código Ético Mundial para el Turismo.

2.4 MODALIDADES DE TURISMO:

La actividad turística con el pasar de los años ha tenido una evolución, dando como resultado la división de diferentes modalidades. Las incomparables motivaciones de los turistas han creado conceptos como:

2.4.1 TURISMO

El turismo es un fenómeno social en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupos de personas que, fundamentalmente con motivo de recreación, descanso, cultura o salud, se trasladan de su lugar de residencia habitual a otro, en el que no ejercen ninguna actividad lucrativa ni remunerada, generando múltiples interrelaciones de importancia social, económica y cultural. (Guerra, 2001. p.14).

2.4.2 ECOTURISMO

El turismo que consiste en viajar a lugares naturales o silvestres relativamente vírgenes o inexplorados con el objetivo específico de estudiar, admirar, disfrutar el escenario natural su flora y su fauna así como de cualquier manifestación cultural (tanto pasada o presente) que se pueda encontrar en esas zonas. (Jafar, 2000. p.197).

2.4.3 TURISMO DE JUNGLA

Excursiones a la jungla se han convertido en un componente esencial del turismo verde en los destinos tropicales. Una jungla es una selva tropical formada por una espesa vegetación de lianas, árboles y matorrales entrelazados que puede llegar a crear una barrera impenetrable para el turista. (Jafar, 2000. p.643).

2.4.4 TURISMO DE NATURALEZA

“El objetivo de vivir la experiencia de encontrarse rodeado de flora y fauna silvestre en su entorno natural se identifica con el concepto”. (Jafar, 2000. p.146).

2.4.5 TIPOS DE EMPRESAS ECOTURÍSTICAS

Entre las principales empresas que se vinculan con el turismo ecológico tenemos la siguiente lista:

- ✓ De aventuras: ofertan las actividades propias de riesgos.
- ✓ De alojamiento: (eco-lodges, botón verde, resort eco-turístico, albergue eco-turístico, entre otros).
- ✓ Restaurantes eco-turísticos: ofertan la gastronomía típica y es decorado con objetos de uso cotidiano y típico.
- ✓ Zoo-criaderos: cría, reproducción y comercialización de especies de fauna, especialmente en peligro de extinción.
- ✓ Farmacopea: ofertan y comercializan las plantas medicinales.
- ✓ Artesanía: propia de los lugares, cuya materia prima no afecta el equilibrio ambiental.
- ✓ Folklórica: ofertan y valoran las manifestaciones culturales de las comunidades, especialmente su música y bailes.
- ✓ Transporte eco-turístico: usan tipos de transportes no convencionales para evitar la contaminación del medio ambiente.
- ✓ Guías locales o de la naturaleza: manejan la información local de flora, fauna, historia natural, manifestaciones culturales, entre otros.

- ✓ Agencia de viajes y tour operadoras de ecoturismo: su misión es ofertar todas las actividades de turismo de naturaleza, dentro del marco filosófico de la sostenibilidad.
- ✓ De agroturismo: ofertan la explicación al turista sobre todo el proceso de producción de los diferentes sistemas de cultivos, de las fincas agropecuarias y agroindustrias, culminando con la degustación de la producción.
- ✓ De turismo rural: es la oferta de habitaciones en sus viviendas o de casas completas por parte de pequeñas fincas o comunidades rurales, con la finalidad de que disfruten la experiencia de las actividades propias del campo.
- ✓ Estaciones biológicas o ecoturismo científico: es la oferta de un área protegida para que científicos naturalistas puedan realizar investigaciones en los diferentes campos de las ciencias naturales (biología, botánica, zoología, ecología, entre otros).

El mercado turístico en la última década se ha desarrollado de manera favorable para todo el país. La actividad turística es una alternativa para el desarrollo de la economía de pequeñas y grandes poblaciones que cuenten con recursos naturales, culturales o de recreación que motiven al turista a conocer el lugar.

Lumbaqui por ser la Cabecera Cantonal de Gonzalo Pizarro tiene un gran desplazamiento de visitantes y trabajadores que usan la vía Quito – Lago Agrio, Tulcán – Lago Agrio, Guayaquil – Lago Agrio – Coca, para movilizarse por diferentes motivos.

En el sector se han implementado centros de distracción que no cuentan con parámetros técnicos y de seguridad. Tanto colonos como visitantes y trabajadores de las compañías en días festivos o fines de semana, buscan un lugar que satisfaga sus necesidades de entretenimiento, alimentación y deporte.

En la actualidad las provincias con mayores índices de actividad turística en la región amazónica son: Pastaza, Sucumbíos, Orellana y Morona Santiago.

Siendo estas impulsadas de manera privada con la implementación de infraestructuras y servicios. El Estado con su plan de conservación motiva al cuidado y visita de reservas naturales que cuentan con actividades que entretengan al turista.

“La aportación económica, de éste también puede suponer importantes beneficios sociales, culturales e incluso medioambientales. Sin embargo, para alcanzar estos objetivos será necesario actuar bajo los criterios de sostenibilidad es decir, hacer posible un desarrollo continuado en el tiempo, preservando los recursos naturales”.
(Martínez, F. Solona, J. 2000, p.87)

Por los recursos naturales, culturales, ubicación privilegiada y otras razones que caracterizan a la zona, se propone realizar un estudio para el diseño de un centro turístico ecológico en la parroquia de Lumbaqui.

Adicionalmente a este servicio, se ofrecerá al turista según sus necesidades otras opciones de distracción como: piscinas, canchas deportivas, alimentación, hospedaje y transporte. Motivando de esta manera la estadía en este lugar y generando mayor ingreso económico para beneficio de los pobladores, para lograr que Lumbaqui no sea tomado solo como un lugar de paso sino como un destino turístico.

2.4.6 COMPLEJO – CENTRO TURÍSTICO

Para que un establecimiento sea considerado Complejo o Centro Turístico deberá prestar como mínimo los siguientes servicios:

- ✓ Recepción.
- ✓ Mantenimiento y limpieza diaria de los alojamientos.
- ✓ Comedor.
- ✓ Telefonía e internet.
- ✓ “Souvenirs” y otros.
- ✓ Vigilancia diurna y nocturna.
- ✓ Implementos para la práctica de deportes, previo abono del precio que en su caso corresponda.
- ✓ Servicio de alimentación dentro de los horarios señalados los mismos que comprenderán un mínimo de dos horas para cada una de las comidas principales.

Complejos o Centros Turísticos, conocidos también como Complejos Vacacionales, son aquellos establecimientos para alojamiento, ubicados fuera de los núcleos urbanos, cuya situación, instalaciones y servicios permiten a los clientes el disfrute de su tiempo de ocio en contacto directo con la naturaleza. (Ministerio de Turismo, 2013).

Se ha tomado en cuenta este concepto para aplicarlo al proyecto, ya que cubre con todas las expectativas del mismo, ya que se desea ofertar servicios tanto de alojamiento, alimentación, esparcimiento y paquetes turísticos para dar a conocer las bondades de la Hacienda.

2.4.7 CORRIENTE TURÍSTICA

Al momento de crear una empresa, ésta debe ingresar en un mercado establecido. En el caso de la actividad turística, cuando existen destinos ya reconocidos su demanda produce una corriente turística.

“El desplazamiento da origen a las corrientes turísticas, integradas por cantidades variadas de personas, que se mueven de unos países a otros atraídos por su fama, por su interés, por los múltiples motivos que incitan a viajar o desplazarse”. (Guerria, 2001. pp. 98).

2.4.8 LA EMPRESA TURÍSTICA

Para manejar una empresa turística se debe conocer perfectamente cuáles son los servicios que ofrece y por consiguiente, las actividades de explotación de dichos servicios. La empresa turística, como cualquier otra empresa de otro sector requiere de ciertas actividades funcionales para poder producir y ofrecer sus servicios.

Dichas actividades funcionales varían permanentemente con el tiempo, la estructura de la empresa, las variaciones del mercado, la estacionalidad del fenómeno y los factores externos que inciden en la organización. Las actividades funcionales de toda empresa turística parten de la concepción del

servicio, por lo tanto la estructura de la empresa obedece a dichos conceptos, incluso la satisfacción plena del turista a través del consumo de dicho servicio.

La empresa es un todo, organizado y estructurado por recursos materiales, financieros y humanos cuyo objetivo principal es producir y distribuir productos o servicios a la sociedad. Por su parte, el turismo como fenómeno Humano de carácter complejo se origina por la necesidad inherente al individuo de integrarse a su entorno en cualquiera de sus ámbitos ya sea de índole física, cultural, de descanso, de conocimiento, recreación, placer, etc. (Ramírez, 2002, p.47).

El presente proyecto se encuentra ligado a lo expuesto anteriormente ya que se requiere de la conformación de una empresa turística constituida legalmente, y sobre todo con conocimientos administrativos que logren no sólo la sobrevivencia del Centro Turístico Ecológico sino la continua modernización y reconversión del mismo.

2.4.9 PRODUCTO TURÍSTICO

Está formado por los mismos bienes y servicios, que integran la oferta turística a lo que debemos sumar las motivaciones que determinan o ayudan a tomar una decisión de realizar un viaje de acuerdo a la imagen del producto.

“El producto es un conjunto de atributos tangibles e intangibles para llegar hacia la satisfacción del cliente”. (Stanton, 2013, P.86).

El producto turístico que se desea lograr con este proyecto debe estar integrado por servicios creados sumados a los atractivos ya existentes; para concretar las características y condiciones necesarias es decir recurrir a la información sobre las necesidades del turista.

2.4.10 ADMINISTRACIÓN

La administración “es la ciencia social encargada de la planificación, organización, dirección y control de los recursos (humanos, financieros, materiales, tecnológicos, del conocimiento, etc.) de una organización, con el fin de obtener el máximo beneficio posible; este beneficio puede ser económico o

social, dependiendo de los fines perseguidos por la organización".
(<http://odauts.com/>)

La investigación a desarrollarse se basa en los principios indicados en el concepto anterior, tomando en cuenta que la administración turística maneja los recursos naturales y artificiales de un lugar. Esto proporciona un bienestar económico a los involucrados, como son los trabajadores y empresarios; además, los visitantes llevan la satisfacción como recompensa y el conocimiento del lugar que visitan.

2.4.11 ESTRATEGIAS COMPETITIVAS

Para desarrollar una estrategia competitiva se debe clasificar la industria y su situación competitiva, desde la materia prima hasta productos de alta tecnología. La esencia de la formulación de la estrategia, radica en la forma de afrontar la competencia, la cual depende básicamente de cinco fuerzas que regulan la competencia de un sector y que determinan la rentabilidad del mismo que son:

- ✓ Amenaza de entrada de nuevos competidores.
- ✓ Poder de negociación de los proveedores.
- ✓ Oferta de nuevos productos alternativos y/o servicios sustitutos.
- ✓ Poder de negociación de los clientes.
- ✓ Rivalidad entre los competidores actuales.

"Competitividad, es la capacidad empresarial para producir y comercializar bienes y servicios con niveles de calidad y productividad iguales o superiores a los de otros países para mantener su participación en los mercados internacionales". (Porter, 2001, P.67).

No basta con ser eficientes, sino también que el valor agregado genere productos más valiosos con mejores características de calidad y servicio, lo que implica mejorar el valor que se puede crear por cada dólar invertido.

Las estrategias competitivas expuestas por Porter, se aplican a cualquier sector productivo, entre ellos el turístico; ya que no solamente basta el ingresar al mercado valiéndose de los recursos existentes; sino que se debe poner mucho cuidado en el diseño del valor agregado que se le dé al servicio, esto lo diferenciara de la competencia.

CAPÍTULO 3

3.1 DESCRIPCIÓN GENERAL

En la recolección de información para el desarrollo del proyecto se usaron diferentes métodos y estudios. Usando fuentes primarias y secundarias de información a nivel exploratorio y descriptivo. La investigación tiene un enfoque cualitativo y cuantitativo, donde se desarrollaron técnicas como la entrevista y las encuestas.

Los aspectos que se tomaron en consideración para el desarrollo del trabajo de titulación son:

La investigación bibliográfica del sector, en entidades públicas, como ministerios y bibliotecas.

Tamayo, M. Tamayo (2003) define al marco metodológico como:

“Un proceso que, mediante el método científico, procura obtener información relevante para entender, verificar, corregir o aplicar el conocimiento”, dicho conocimiento se adquiere para relacionarlo con las hipótesis presentadas ante los problemas planteados”. (p.37)

3.2 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Para desarrollar el estudio del proyecto, se utilizaran los siguientes métodos:

3.2.1 MÉTODO ANALÍTICO – DESCRIPTIVO

Miden, evalúan o recolectan datos sobre diversos aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno a investigar. Desde el punto de vista científico, describir es recolectar datos (para los investigadores cuantitativos, medir; y para los cualitativos, recolectar información). Esto es un estudio descriptivo se selecciona una serie de cuestiones y se mide o recolecta información sobre cada una de ellas, para así describir lo que se investiga. (Hernández, 2003, p.118)

Con el objeto de comprender y profundizar más en los conocimientos que respectan al tema de investigación, se recurrió al material bibliográfico

existente. Bibliotecas, municipios, páginas Web y también en las oficinas de información Turística; para posteriormente realizar un análisis objetivo de datos.

3.2.2 MÉTODO ANALÍTICO – SINTÉTICO

“En una investigación inductiva – cualitativa es posible recolectar ciertos datos, luego desarrollar el marco teórico y, por último, decidir cuál será el rumbo de la investigación. Pero aun en este caso conviene revisar lo que otros investigadores que siguieron el mismo enfoque han hecho con respecto a nuestro tema de estudio”. (Hernández, 2003, p.66)

Este análisis nos permite la descomposición de la información obtenida, de un todo, en sus componentes y relaciones, para ir profundizando y detallando. Esto se complementa con la síntesis que logra integrar a nivel mental las partes constitutivas y generar información basada en un análisis profundo de varias fuentes informativas, para posteriormente con la síntesis ir obteniendo un criterio personal y fundamentado.

3.2.3 TÉCNICAS

El resultado de la investigación se obtuvo mediante la aplicación de encuestas y la recopilación de datos obtenidos por medio de entrevistas a pobladores y visitantes del área de estudio, quienes aportaron con valiosa información para el correspondiente análisis y proyección de los resultados.

3.2.4 EL ENFOQUE CUANTITATIVO:

“Usa la recolección de datos para probar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías”. (Hernández, 2008, p.5)

3.2.4.1 LAS ENCUESTAS:

La encuesta está dirigida hacia los turistas que acuden hacia la parroquia de Lumbaqui, para determinar las necesidades de aceptación del proyecto. Dispone de preguntas cualitativas, cuantitativas y datos del tema de investigación.

“Especialmente diseñadas y pensadas para ser dirigidas a una muestra de población, con el objetivo de conocer la opinión de la gente sobre determinadas cuestiones corrientes acerca de algún hecho específico que se sucede en una comunidad” (<http://www.definicionabc.com/>)

Las preguntas 12 de la encuesta fueron diseñadas de la siguiente manera:

- **Cerradas:** Aquellas en las que solamente se puede responder SI o No.
- **De elección múltiple:** En las cuales se presenta un conjunto de opciones, donde el entrevistado tiene que seleccionar una o varias alternativas.

3.2.5 EL ENFOQUE CUALITATIVO:

“Utiliza la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación en el proceso de interpretación”. (Hernández, 2008, p.8)

Este análisis partió del registro de la información del perfil del consumidor, el que consistió en determinar las características generales o detección de las necesidades de los segmentos de mercado o grupos de consumidores.

3.2.5.1 RECOLECCIÓN DE DATOS

La información obtenida se la ejecutó a través de instrumentos de investigación confiables y de mucha validez, verificando la autenticidad de la información recolectada. Se acudió a fuentes fidedignas como el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos donde se obtuvieron datos demográficos de la zona a investigar.

La elaboración de encuestas se realizó en base a parámetros de investigación de mercado, determinando un segmento específico que llamaremos “**turistas potenciales**”.

3.2.5.2 TRABAJO DE CAMPO

Fue realizado por medio de entrevistas a los pobladores, para de esta manera obtener datos sobre la zona y saber si la población está dispuesta a participar en el desarrollo de este proyecto. Además se realizaron continuas visitas a la población con el fin de conocer de forma real las características geográficas del Cantón, de esta manera se logró analizar que opciones eran las más idóneas al momento de realizar una actividad turística en el lugar.

El desarrollo de la investigación se logró gracias a la relación directa con colonos y autoridades del sector, obteniendo información valiosa acerca de las actividades turísticas que existen y los posibles competidores del centro turístico ecológico propuesto.

3.2.5.3 TÉCNICA DE OBSERVACIÓN

“Es un procedimiento de recopilación de datos e información consistente en utilizar los sentidos para observar hechos y realidades presentes, y a actores sociales en el contexto real (físico, social, cultural, laboral, etc.) en donde desarrollan normalmente sus actividades”. (<http://personal.ua.es/>)

Mediante un trabajo tenaz y perseverante en la investigación se ha hecho posible determinar la situación actual del área de estudio, su entorno, acceso y ecosistema.

3.2.5.4 ESTUDIOS CORRELACIONALES

“Los estudios cuantitativos correlacionales miden el grado de relación entre esas dos o más variables. Es decir, miden cada variable presuntamente relacionada y después también miden y analizan la correlación. Tales correlaciones se expresan en hipótesis sometidas a prueba”. (Hernández, 2003, p.121)

En la investigación se utilizó el método cuantitativo correlacional, al momento de analizar los datos que se obtuvieron de las encuestas. Esta información ayudo a establecer la relación entre cada una de las variables demográficas y las preguntas del cuestionario, los resultados indicaron que la hipótesis propuesta es verdadera.

3.2.6 FUENTES DE INFORMACIÓN

Fuentes Primarias:

“Proporcionan datos de primera mano, pues trata de documentos que contienen los resultados de estudios, como libros, antologías, artículos, monografías, tesis, documentos oficiales, reportes de asociaciones, trabajos presentados en conferencias o seminarios, artículos periodísticos, testimonios de expertos, documentales, videocintas, en diferentes formatos, foros y páginas en internet entre otros”. (Hernández, 2008, p.66)

Para recolectar datos se acudió a fuentes primarias, la información fue obtenida de forma directa, para la investigación propuesta. Es decir toda la información obtenida directamente tanto de pobladores como de turistas mediante la aplicación de encuestas, fue utilizada como una herramienta adecuada para este objetivo.

Fuentes Secundarias:

“Son listas, compilaciones y resúmenes de referencias o fuentes primarias publicadas en un área de conocimiento en particular, las cuales comentan artículos, libros, tesis, disertaciones y otros documentos especializados”.(Hernández, 2008, p.66)

Adicionalmente se recopiló información de fuentes secundarias, consistente en los datos estadísticos obtenidos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (población económicamente activa de Lumbaqui) y del Ministerio de Turismo (Turismo receptivo en Lumbaqui) y bibliografía útil para el estudio. La información obtenida sirvió para definir la población, seleccionar la muestra y recolectar los datos primarios.

La ventaja del uso de dicho método consiste en que con la información secundaria, se pudo establecer la población necesaria y de esta manera realizar un muestreo. Esto involucra un ahorro de tiempo y dinero en lo referente a la obtención de los datos requeridos.

3.3 ESTUDIO DE MERCADO

Se ha expuesto el análisis de la oferta y la demanda de la parroquia de Lumbaqui con relación a las potencialidades turísticas, particularmente a la recreación, el ocio, alimentación, hospedaje, etc.

Se ha utilizado la información de ingresos y egresos locales útiles para la propuesta del Centro Turístico-Ecológico.

El propósito del estudio de mercado fue conocer las necesidades, gustos y preferencias de turistas nacionales y extranjeros; así como la identificación de posibles mercados, que incrementen la afluencia turística del cantón y la parroquia.

El estudio de mercado es una herramienta que nos ha permitido y facilitado la obtención de datos y resultados que de una u otra forma han sido analizados y procesados mediante herramientas estadísticas dando como resultado la aceptación de nuestro producto o servicio dentro del mercado.

3.3.1 OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO

- ✓ Conocer las preferencias de los turistas respecto a qué producto demandan. (servicios, actividades, infraestructura).
- ✓ Cuantificar la potencialidad de la demanda. (costos, tiempos permanencia, temporada)
- ✓ Investigar la oferta de servicios que existe en la zona del proyecto.
- ✓ Establecer los canales de comercialización más idóneos para el proyecto.

3.4 ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Para determinar la demanda turística actual se analizaron los datos estadísticos del Ministerio de Turismo referentes al Cantón Gonzalo Pizarro, por ser un lugar que posee la misma biodiversidad y actividades turísticas de la

zona de Lumbaqui, donde posteriormente se explicara el proceso de la demanda insatisfecha.

“Se entiende por demanda la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado”, (Baca, 2001, p. 123).

La investigación de la demanda se ha dividido en mercado potencial y mercado objetivo:

Mercado Potencial: Está conformado por la población en capacidad de adquirir un producto o un servicio, pero que por algún motivo no lo ha hecho.

Mercado Objetivo: También llamado mercado meta, es al cual se dirige la totalidad de nuestros esfuerzos y acciones de marketing, con la finalidad de que el mayor porcentaje del mercado potencial se convierta en clientes reales de nuestros servicios.

Tabla 1. Llegadas de Extranjeros al Ecuador 2010 – 2015

Mes	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Var % '14 / '13
Enero	96.109	105.548	127.116	130.843	152.576	169.378	11,0
Subtotal	96.109	105.548	127.116	130.843	152.576	169.378	11,0
Febrero	89.924	86.421	99.521	103.761	124.584		
Marzo	82.452	87.495	96.948	113.359	114.007		
Abril	70.540	87.507	92.627	87.486	118.614		
Mayo	77.618	82.870	92.644	98.414	111.177		
Junio	91.602	99.949	118.292	121.742	129.062		
Julio	110.545	117.966	130.779	138.138	154.229		
Agosto	95.219	98.962	106.375	112.569	131.694		
Septiembre	71.776	80.090	85.990	97.374	112.767		
Octubre	83.701	88.357	99.145	111.517	124.456		
Noviembre	81.253	92.573	99.674	112.056	127.562		
Diciembre	96.359	113.299	122.790	136.798	156.278		
Total	1'047.098	1'141.037	1'271.901	1'364.057	1'557.006		

Fuente: Anuario de Entradas y Salidas internacionales, INEC, Información Provincial 2014, Dirección Nacional de Migración.

El flujo de extranjeros que ingresan al Ecuador en los últimos años, proviene de países vecinos como Colombia y Perú, a más de personas que provienen de

Haití, Cuba y China. Estos visitantes tienen como principal motivo trabajar o poner negocios dentro de nuestro territorio.

3.4.1 FLUJO DE TURISTAS AL PAÍS

Tabla 2. Flujo de Turistas al País 2014 – 2015

MES	2014	2015	% Var. '15/'14
Febrero	124.584	119.665	-3,9
Marzo	114.007	126.987	11,4
Sub-Total	391.167	416.030	6,4

Fuente: Anuarios de Migración Internacional – INEC (2010 -2013).
Dirección nacional de Migración (2014 -2015)

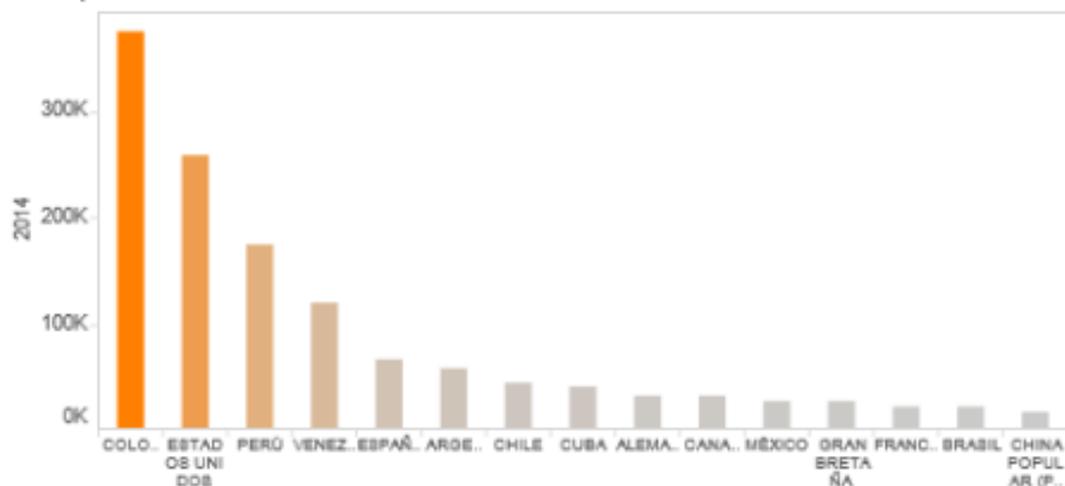
3.4.2 PROCEDENCIA

De acuerdo a los datos de la Dirección Nacional de Migración, se puede observar que Colombia, es uno de los países con mayor cantidad de turistas que han ingresado al país, seguido de Estados Unidos y Perú. Sin embargo este ingreso puede deberse a que muchos de estos "turistas" lo hacen por problemas políticos, sociales o económicos internos de su país y prefieren fijar su residencia en Ecuador.

Tomando los datos proporcionados por el Ministerio de Turismo, acerca de la entrada de extranjeros según su país de procedencia, se desprende que los principales visitantes/turistas son originarios de América. Los países emisores son: Estados Unidos en primer lugar, seguido por Colombia y Perú poniendo en duda su verdadera motivación de viaje. (Negocios/ migración/ turismo/ refugio político).

Gráfico No. 1. Procedencia de Extranjeros al Ecuador

Principales mercados emisores 2014



Fuente: Ministerio de Turismo, 2014.

3.4.3 MOTIVACIÓN DEL VIAJE DE LOS EXTRANJEROS

En relación a las motivaciones de viaje de los turistas extranjeros se evidencia que del 100% de visitas al Ecuador el 77,82% es por turismo, por otro lado las personas que viajan por motivos diferentes a los señalados tienen un 11,78% del valor total de visitantes. Por negocios viajan el 4,19%, eventos el 6,07% y por estudios el 0.14%.

Tabla 3. Motivos de Viaje de los Turistas Extranjeros

MOTIVO	2013
Turismo	1`061.516
Otros	160.748
Negocios	57.142
Eventos	82.747
Estudio	1.904
Total	1`364.057

Fuente: Anuario de Migración Internacional INEC-2013.

3.4.4 SITIOS VISITADOS EN ECUADOR

Tabla 4. Sitios Visitados en el Ecuador Turismo

SITIOS	2011	2012	2013
Quito	58,02	53,62	47,95
Guayaquil	27,78	49,28	51,23
Cuenca	21,60	19,81	12,30
Amazonía	11,12	6,77	4,10

Fuente: Encuestas de turismo receptor, segmento terrestre, Ministerio de Turismo, 2014.

3.5 DEMANDA POTENCIAL

Según el Municipio de Gonzalo Pizarro, se estima que el 10% de los turistas extranjeros que visitan Ecuador, incluyen a la Parroquia de Lumbaqui entre los lugares a visitar. El motivo es porque la población es un paso obligado para el ingreso a la amazonia norte del Ecuador. El cuadro a continuación muestra cuantos visitantes llegan al Cantón Gonzalo Pizarro.

Tabla 5. Entrada de Extranjeros al Cantón Gonzalo Pizarro 2006-2013

AÑO	VISITANTES ECUADOR	VISITANTES AL CANTÓN GONZALO PIZARRO (10%)
2006	840.555	84.056%
2007	937.487	93.749%
2008	1`005.297	100.530%
2009	968.499	96.850%
2010	104.7098	104.710%
2011	1`141.037	114.104%
2012	1`271.953	127.195%
2013	1`364.057	136.406%

Fuente: Datos Estadísticos Departamento de Turismo, Municipio de Gonzalo Pizarro, 2014.

3.5.1 VARIACIONES Y TASAS DE CRECIMIENTO TURÍSTICA PROVINCIAL

Para la demanda potencial se ha tomado un periodo de tiempo con apoyo de la tendencia al alza y crecimiento del mercado. Para el caso del proyecto y con la finalidad de determinar la tasa de crecimiento en el arribo de turistas a la población de Lumbaqui entre los años 2006 y 2013, se utilizaron las fórmulas que se anotan más adelante.

Estas fórmulas permitieron conocer que, a pesar de la reducción registrada en algunos años, la tasa de crecimiento es positiva (5,76%), cifra alentadora para la sostenibilidad del proyecto, pues está constituye la demanda potencial del mismo.

Variable absoluta = Año siguiente - Año anterior

Variable relativa = $\frac{\text{Variación absoluta} \times 100}{\text{N}^\circ \text{ de visitantes}}$

Nº de visitantes

Tabla 6. Variaciones y Tasas de Crecimiento de Turistas 2006-2013

AÑO	TOTAL DE VISITANTES	VARIANZA ABSOLUTA	VARIANZA RELATIVA %
2006	84.056		
2007	93.749	9.693	10,34
2008	100.530	6.781	6,75
2009	96.850	-3.680	-3,80
2010	104.710	7.860	7,51
2011	114.104	9.394	8,23
2012	127.195	13.091	10,29
2013	136.406	9.211	6,75
			46,07

Elaborado por: Roberto Martínez, 2014.

Tasa de Crecimiento = $\frac{\sum \text{Varianza Relativa}}{\text{N}^\circ \text{ de años}}$

Nº de años **Tasa de Crecimiento** = 46,07 / 8 = 5,76%

En base a los registros proporcionados de los archivos del Municipio de Gonzalo Pizarro, se ha elaborado el cuadro de proyecciones para los años 2014 – 2019 que muestran un crecimiento estimado de 5,76% en la afluencia turística hacia la Parroquia.

Tabla 7. Demanda Histórica de Turistas a la Parroquia de Lumbaqui 2006-2013

AÑOS	X	Y TURISTAS	X^2	XY
2006	1	84.056	1	84.056
2007	2	93.749	4	187.498
2008	3	100.53	9	301.59
2009	4	96.85	16	387.4
2010	5	104.71	25	523.55
2011	6	114.104	36	684.624
2012	7	127.195	49	890.365
2013	8	136.406	64	1`091.248
TOTAL	36	857.6	204	4`150.331

Fuente: Datos Estadísticos Departamento de Turismo, Municipio de Gonzalo Pizarro, 2014.

Tabla 8. Proyección de la Demanda a la Parroquia de Lumbaqui 2014-2019

PARROQUIA DE LUMBAQUI						
AÑOS	Nº TURISTAS (Y)	X=a	X=a-a	y=y-y	X2	X-Y
2009	96.850	0	-2	-19.003	4	38.006
2010	104.710	1	-1	-11.143	1	11.143
2011	114.104	2	0	-1.749	0	0
2012	127.195	3	1	11.342	1	11.342
2013	136.406	4	2	20.553	4	41.106
SUMA	579.265	10			10	101.597
DIVISION	S=(52523/5)	S=(10/5)				
	115853	2				
	Y= 115853	X=a=2				

Elaborado por: Roberto Martínez, 2014.

Según la fórmula para conocer la proyección de la demanda desde 2014 hasta el 2019 se tiene:

$$y(2014) = 115853 * [101597/10] * 4 = 156491,80$$

$$y(2015) = 115853 * [101597/10] * 5 = 166651,50$$

$$y(2016) = 115853 * [101597/10] * 6 = 176811,20$$

$$y(2017) = 115853 * [101597/10] * 7 = 186970,90$$

$$y(2018) = 115853 * [101597/10] * 8 = 197130,60$$

$$y(2019) = 115853 * [101597/10] * 9 = 207290,30$$

Tabla 9. Proyección de la Demanda a la Parroquia

PARROQUIA LUMBAQUI		
Nº DE VISITANTES	AÑOS	X
156.492	1	2014
166.652	2	2015
176.811	3	2016
186.971	4	2017
197.131	5	2018
207.290	6	2019

Elaborado por: Roberto Martínez, 2014.

3.6 DISEÑO METODOLOGICO DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO

Para el estudio de mercado se utilizó la investigación cuantitativa, permitiendo de esta forma contabilizar resultados. Para obtener la información requerida se aplicaron dos tipos de encuestas dirigidas para turistas nacionales y extranjeros con el fin de analizar parámetros importantes en cuanto a la comercialización a

través de cuestionarios (encuestas), los mismos que poseen preguntas de respuesta múltiple para de esta manera obtener respuestas concretas.

Para la interpretación gráfica, se optó por el uso de los datos totales mediante cuadros generales presentando porcentajes y las respuestas correspondientes a cada una de las preguntas.

3.7 UNIVERSO DE ESTUDIO

El universo se describe como “El conjunto de elementos definidos por el investigador, de acuerdo con el objetivo de la investigación” (Pérez, 2008, p.42).

Para el presente caso, el universo de estudio se consideró a los turistas tanto nacionales como extranjeros que llegan a la parroquia de Lumbaqui en número de 68 342 turistas de acuerdo a las cifras obtenidas de la Dirección de Turismo del Cantón Gonzalo Pizarro.

3.8 MUESTRA

La muestra se calculó con base al Muestreo Estratificado y Aleatorio Simple, que permite seleccionar los elementos al azar, para lo cual, se consideró una muestra de 378 encuestas para turistas nacionales y extranjeros que acuden al lugar.

3.8.1 CÁLCULO DE LA MUESTRA

Para determinar el tamaño de la muestra, se aplicó la fórmula siguiente:

$$m = \frac{Z^2 * N * P * Q}{e^2 (N-1) + Z^2 * P * Q}$$

Donde:

- m Tamaño de la muestra
- Z Nivel de Confianza (95% = 1.95)
- N Universo o Población (Universo a Investigar)

- P Probabilidad positiva (0.50)
- Q Probabilidad negativa (0.50)
- e Error de estimación (0.05)
- N-1 Factor por corrección por afinidad

Durante el año 2013 visitaron la Parroquia de Lumbaqui 68 342 turistas. Según la Cámara de Turismo de Sucumbíos.

$$m = \frac{Z^2 * N * P * Q}{e^2 (N-1) + Z^2 * P * Q}$$

$$m = \frac{(1,95)^2 * 68342 * 0,50 * 0,50}{(0,05)^2 (68342-1) + (1,95)^2 * 0,50 * 0,50}$$

$$m = \frac{3,8025 * 68342 * 0,25}{0,0025 * 68341 + 3,8025 * 0,25}$$

64967,612

$$m = \frac{64967,612}{170,8525 + 0,95}$$

$$M = \frac{64967,612}{171,8025}$$

m = 378,10 => 378 Encuestas Turistas

3.9 VARIABLES Y MÉTODOS DE EVALUACIÓN

Una vez calculado el número de encuestas tanto para los turistas nacionales y extranjeros, se elaboró el contenido de las encuestas, para esto se tomó en cuenta las siguientes variables:

- ✓ Variables socio-económicos.
- ✓ Variables geográficas.
- ✓ Variables motivacionales.
- ✓ Hábitos de consumo, gustos y preferencias.

Estas variables permitieron realizar el análisis para poder establecer un perfil de los turistas nacionales y extranjeros. (Anexos 1 y 2).

3.10 METODOLOGÍA PARA EL ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

- ✓ Se realizaron visitas periódicas al predio y su zona de influencia.
- ✓ Se realizó un diagnóstico del potencial turístico del predio, mediante visitas de campo.
- ✓ Para determinar el perfil del turista potencial se aplicaron encuestas tanto a los turistas nacionales y extranjeros que fueron escogidos al azar.
- ✓ Se realizó un estudio de mercado que permitió determinar tanto la demanda como la oferta y la competencia, realizando el análisis situacional.
- ✓ Se realizó un estudio financiero, estableciendo el presupuesto de inversión necesario, a través del cual se determinó un balance general para la ejecución y operación del proyecto.

3.11 ANÁLISIS DE LA OFERTA

Mediante el análisis de la oferta se pretende determinar o medir las cantidades y las condiciones en que este proyecto puede poner sus servicios a disposición del mercado.

La oferta, al igual que la demanda, de servicios turísticos están en función de una serie de factores, tales como:

- ✓ Preferencias.
- ✓ Recursos Económicos.
- ✓ Facilidades de acceso.
- ✓ Precios.

“Oferta es la cantidad de bienes o servicios que cierto número de ofertantes (productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado”. (Baca, 2001, p.125).

3.12 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

La competencia es aquella que según el tipo de establecimiento ejercerá una sustitución efectiva sobre la empresa. Para analizar la competencia es necesario mirar el movimiento de la oferta de los competidores directos e indirectos.

Del estudio de la competencia directa se desprende que existe una oferta nula de servicios ecoturísticos en el Cantón.

En cuanto a la competencia indirecta se sabe que, los lugares más cercanos están ubicados en Lago Agrio a 58 Km al Este de la Hacienda “La Yuquita” y la Hostería “Reventador” a 28 Km al occidente en el límite provincial entre las Provincias de Napo y Sucumbíos.

De acuerdo a las encuestas realizadas sobre:

- ✓ Localización de los competidores
- ✓ Características físicas del establecimiento
- ✓ Capacidad de alojamiento
- ✓ Precios y servicios
- ✓ Calidad e innovación de los productos turísticos
- ✓ Formas de comercialización y operación

Se concluye que hace falta la implementación de un proyecto turístico técnicamente diseñado para esta parroquia, cantón y provincia.

3.12.1 OFERTA DE ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS A NIVEL NACIONAL

Para el análisis del proyecto, se necesita conocer la oferta existente en la zona de estudio tanto nacional como provincial. La oferta turística del país está conformada por recursos naturales y culturales de valor incomparable.

Tabla 10. Establecimientos Hoteleros por Ciudades

Canton	Lujo	Primera	Segunda	Tercera	Cuarta	Total
GUAYAQUIL (GUAYAQUIL, ...)	13	33	87	131	10	274
QUITO	9	89	182	308	3	591
CANTON SALINAS	3	18	44	32	2	99
CUENCA	2	58	50	46	1	157
LOJA (LOJA, CAB CANTON..)	2	24	32	56	2	116
ARENILLAS	1	1		2		4
MACHALA	1	15	17	27	1	61
MANTA (MANTA, CAB CAN..)	1	26	37	39	2	105
QUEVEDO (QUEVEDO, CAB..)	1	6	18	39		64
RIOBAMBA	1	19	27	55	1	103
AGUARICO				2		2
ALAUZI		3	5	7		15
ALFREDO BAQUERIZO MO..			1			1
AMBATO (AMBATO, CAB C..)		30	22	60	1	113
ANTONIO ANTE (ATUNTAQ..)		4	7	5		16
ARCHIDONA		4	1	7		12
AZOGUES			7	6		13
BABAHOYO (BABAHOYO, ...)			10	9		19
BALAO			1			1
BALSAS				1		1
BALZAR				4		4
BAÑOS, BAÑOS DE AGUA ..		11	20	148		179

Fuente: Ministerio de Turismo, 2015.

En la tabla No.10, con relación a los establecimientos hoteleros se determinó que la mayor parte de hoteles de lujo se los puede encontrar en las principales ciudades del país. A pesar del desarrollo económico nacional aún se observa que las mayores ofertas hoteleras son de segunda y tercera categoría, teniendo éstas una representación mayoritaria en todas las ciudades.

3.13 ESTRATEGIAS DE MERCADO

3.13.1 PRECIO.

El precio de los servicios está ligado directamente a la inversión del proyecto y a la calidad de servicios que se ofrecen.

3.13.2 PROMOCIÓN (COMUNICACIÓN)

Debido al alto involucramiento de la comunicación en las ventas. Es muy importante que se utilicen los medios adecuados para dar a conocer el Centro Turístico a sus clientes potenciales. A continuación tenemos algunos medios de promoción y comunicación.

- ✓ Difusión del establecimiento mediante prensa y radio.
- ✓ Mercadotecnia visual: (folletos y afiches)
- ✓ Venta Personal (Relaciones Públicas)
- ✓ Concesión descuentos especiales a grupos grandes.
- ✓ Promoción los atractivos turísticos de Lumbaqui, ligada a los paquetes que ofrecerá el Centro Turístico Ecológico.

3.13.3 CANALES DE DISTRIBUCIÓN DE MARKETING

- ✓ Convenios con Agencias de Viajes.
- ✓ Creación de una página web oficial que informe sobre: ubicación, servicios, actividades, precios, reservaciones, dentro y fuera del Centro Turístico Ecológico.
- ✓ Promoción de los servicios del Centro Turístico Ecológico en lugares con afluencia de visitantes.

3.14 ASPECTOS LEGALES

Conformación Legal de la Empresa

El Centro Turístico –Ecológico será conformado jurídicamente como una sociedad anónima mediante la participación de accionistas de acuerdo a la ley.

3.15 OBJETIVO DE LA INGENIERÍA DEL PROYECTO

Establecer todo lo relacionado con la instalación y funcionamiento del Centro Turístico Ecológico, describiendo el proceso, adquisición de equipos y maquinaria útiles para cada área.

Cuadro No. 1. Requisitos Constitución Centro Turístico Ecológico

REQUISITOS	LUGAR DE OBTENCIÓN
Registro Único de Contribuyentes	SRI.
Patentes Municipales	Administración Zonal Del Cantón,
Permiso Sanitario de Funcionamiento	Dirección Provincial de Salud de Sucumbíos.
Permiso de funcionamiento del Cuerpo de Bomberos.	Oficinas del Cuerpo de Bomberos de Lumbaqui.
Número Patronal del IESS	Administración Zonal del IESS.
Certificado de Propiedad Intelectual IEPI.	Administración Zonal del IEPI.
Certificado de Afiliación Cámara de Turismo de Sucumbíos.	Oficinas Cámara de Turismo Sucumbíos
Nombramiento del Representante Legal.	Oficinas de la Organización.
Licencia Anual de Funcionamiento.	Ministerio del Ambiente
Permiso de la Intendencia de Policía.	Administración Zonal de Policía
Autorización de la Empresa Eléctrica.	Administración Zonal Empresa Eléctrica.
Certificados ambientales	Ministerio del Ambiente.

Elaborado por: Roberto Martínez, 2015.

3.16 ESTUDIO TÉCNICO

Apyados en el estudio de mercado y en las consideraciones sobre esta tipología de establecimientos del Reglamento de Ecoturismo, Sostenibilidad y en el Reglamento Hotelero del Ecuador, dispuestos en el Reglamento General de Actividades Turísticas del Ecuador, se establecen los servicios y actividades con que se ofertan a la demanda potencial ya conocida mediante el estudio de mercado.

También se detalla cada una de las áreas por las que estará conformado el Centro Turístico Ecológico, así como el tipo de material que se utilizará para su construcción. Además se establece el tipo de maquinaria, equipos, enseres, lencería, etc.

3.17 ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

El diagnóstico del potencial para el estudio de mercado turístico de la Parroquia Lumbaqui, y particularmente del centro turístico ecológico “La Yuquita” se realizó mediante tres talleres participativos con los diferentes actores sociales y la comunidad, con quienes se elaboró el FODA.

CAPÍTULO 4

ANÁLISIS SITUACIONAL

4.1 DESCRIPCIÓN GENERAL

El contenido de este capítulo hace referencia a aspectos como: características territoriales, geográficas, socioculturales y económicas. Se hará referencia a un análisis general de la planta turística existente, el perfil del turista y el estudio de mercado para la propuesta final del proyecto.

4.2 ANÁLISIS TERRITORIAL

PARÁMETROS AMBIENTALES DE LA ZONA

4.2.1 CLIMA

La temperatura, no sólo está definida por la altitud de la zona donde se ubicará el centro turístico, 530 msnm, sino también por la influencia que ejercen los vientos Alisios que generan un grado de humedad de hasta 5.000 mm de lluvias anuales.

El promedio general de la región oriental, cálida y húmeda es de 25°C. Su nivel constante de humedad se estima en el 90%.

Cuadro No. 2. Tipos de Clima. Cantón Gonzalo Pizarro.

PISO ALTITUDINAL	ZONA DE VIDA	ALTITUD m.s.n.m.	PRECIPIT. mm.	TEMP. °C	TEMP. °C	BIOClima
TROPICAL	Bosque Húmedo Tropical	400-600	2000-4000	> 24	0.5 a 1.0	cálido húmedo
TROPICAL	Bosque muy Húmedo Tropical	400-600	4000-6000	> 24	0.25 a 0.5	cálido perhúmedo
PREMONTANO	Bosque muy Húmedo Premontano	600-2000	2000-4000	16/18 a 24	0.25 a 0.5	subcálido perhúmedo
PREMONTANO	Bosque Pluvial Premontano	600-2000	4000-6000	16/18 a 24	0.125 a 0.25	subcálido superhúmedo
MONTANO BAJO	Bosque pluvial Montano Bajo	2000-3000	4000-6000	12 a 18	0.125 a 0.25	temperado superhúmedo
MONTANO	Bosque pluvial Montano	2000-3000	2000-4000	6 a 12	0.125 a 0.25	subtemperado superhúmedo
SUBANDINO	Páramo pluvial Subandino	3500-3732	2000-4000	6 a 12	0.125 a 0.25	frío superhúmedo

Fuente: Agroprecisión –Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial, 2011.

4.2.2 SUELOS

En este cantón los suelos están bien marcados en la parte baja conocida como el valle de Lumbaqui, lo que comprende desde el río Aguarico hasta el sector de Gonzalo Pizarro. En el siguiente cuadro se puede observar las características de los diferentes tipos de suelo del cantón.

Cuadro No. 3. Tipos de Suelos. Cantón Gonzalo Pizarro

ORDEN	SUBORDEN	CARACTERÍSTICAS
Asociación Aquic Oxyaquic Dystrudepts - Andic Udifluvents	Suelos Andic Oxyaquic Dystrudepts	Suelos pertenecientes al orden de los Inceptisoles, de textura franco arenoso en superficie a franco limos a profundidad; moderadamente profundo, de drenaje bueno y sin evidencia del nivel freático.
	Suelos Andic Udifluvents	Perteneciente al orden de los entisoles, con textura que va de franco limoso en superficie a franco arcillo-limoso; superficial, de drenaje bueno, sin evidencia de un nivel freático alto.
Asociación Eutric Hydraulands - Dystric Eutruudepts	Suelos Eutric Hydraulands	Suelos pertenecientes al orden de los Andisoles, de color pardo, de textura arcillosa en superficie y arcillo limosa a profundidad, mal drenado, poco profundo, sin evidencia del nivel freático y sin pedregosidad.
	Suelos Dystric Eutruudepts	Suelos pertenecientes al orden de los Inceptisoles, de color pardo, de textura arcillosa en superficie y arcillo limosa a profundidad, bien drenados, moderadamente profundo, sin evidencia del nivel freático y sin pedregosidad.
Asociación Lithic Hydraulands - Typic Dystrudepts	Suelos Lithic Hydraulands	Pertenecen al orden de los Andisoles, los suelos son de color pardo oscuros, de textura arcillo limoso en superficie a arcilloso a profundidad, poco profundos, de drenaje interno moderado, sin a poca pedregosidad.
	Suelos Typic Dystrudepts	Suelos pertenecientes al orden de los Inceptisoles, de textura franco arcillosa en superficie a franco arcillo limosa a profundidad, poco profundo, de drenaje moderado y sin evidencia del nivel freático en el perfil.

Fuente: Agroprecisión –Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial, 2011.

4.2.3 HIDROGRAFÍA

Los ríos más representativos del Cantón son:

El río Aguarico localizado a 6 km del Centro Turístico.

El río Due bordea durante un largo tramo de la vía Quito – Lago Agrio entre las poblaciones de El Reventador y Río Amazonas es afluente del río Aguarico.

El río Coca delimita al Cantón por el costado sur oriental.

El río Lumbaqui que cruza horizontalmente por el Centro Turístico por la parte sur en una longitud de 850 m.

Una gran cantidad de ríos pequeños que bordean la carretera o desembocan en los dos grandes ríos mencionados al principio, como es el caso de los ríos: Dashino, el Manantial, Blanco, Reventador que desembocan en el río Coca. Por otro lado el río Dubino, las Tinajas y Cabeno desembocan en el río Aguarico, cabe mencionar que todos estos recorren por el Cantón Gonzalo Pizarro.

Aparte de los ríos citados debemos mencionar el río Salado a 60 km del Centro Turístico que delimita el área del volcán Reventador, comprendida entre los márgenes de este río y la población del mismo nombre a 45 km. En este tramo desembocan pequeños ríos, altamente peligrosos por servir como vías de desfogue del volcán mencionado: río Malo, río Loco, río Piedra Fina, río Marker, Azuela y río Montana.

4.2.4 OROGRAFÍA

El relieve de Gonzalo Pizarro en el sector occidental es severamente accidentado. Desde la Cordillera Real se aprecian páramos con lluvias de más de 3000mm al año, la altitud disminuye hacia el este y el relieve toma la forma de una sábana con ligeras ondulaciones que poco a poco desaparecen en la planicie amazónica.

Cuadro No. 4. Tipos de Relieves. Cantón Gonzalo Pizarro.

ORIGEN	FORMA DE RELIEVE	CARACTERÍSTICAS
Tectónico Erosivo	Relieve montañoso, relieve colinado alto, relieve colinado medio, relieve colinado bajo y relieve ondulado acolinado muy bajo.	Corresponde a levantamientos tectónicos que generan formas montañosas y colinadas de diversa altura y pendientes, que aún conservan rasgos reconocibles de las estructuras originales a pesar de haber sido afectadas en grado variable por los procesos erosivos.
Volcánico	Abrupto de flancos de edificio volcánico, Domo Volcánico, Edificio Volcánico Reciente, Flancos de edificio volcánico antiguo, Fondo de caldera-flujos de lava y Pared de caldera.	Son aquellas formas originadas por la actividad volcánica, en el cantón está representado por el volcán Reventador, que es un estrato volcán formado en la zona subandina de la cuenca Oriental. Las secuencias de volcánicos cuaternarios que cubren gran parte de la sucesión cretácica en el levantamiento Napo, ha originado un cono simétrico brechoide y parcialmente erosionado.
Estructural	Superficie de Cuesta, Frente de cuesta, Superficie disectada de Mesa, Cornisa de Mesa y Encañonado.	Pertencen a los relieves subandinos, caracterizados por relieves de mesas, cuevas, chevrones, cornisas y vertientes colinadas. Desarrollados generalmente sobre areniscas, conglomerados, arcillas y limolitas. La cobertura natural es mayormente de Bosques de vegetación arbórea húmeda. El uso actual de las tierras está ocupado por arboricultura tropical y pastos.
Modelado Glaciar	Circos y valles glaciares destruidos, Depósito fluvio – glaciar, Depósito glaciar y Formas heredadas paleoglaciares.	Relieve modelado por acción erosiva del hielo. Generalmente en la zona de estudio estas geformas se encuentran sobre los 2800 m.s.n.m.
Deposicional	Terrazas indiferenciadas	Constituye un nivel de sedimentos aluviales donde no ha sido posible mapear los diferentes niveles de terrazas. Se caracterizan por cursos de ríos en forma meándrica y por pendientes muy suaves del 0 al 5% por lo que son inundables en épocas de lluvia. El desnivel relativo es menor a los 5m.
Denudativo	Coluvio aluvial antiguo.	Incluye un grupo de procesos de desgaste de la superficie terrestre. En este contexto, el principal proceso identificable como forma del relieve son los coluviones y coluvio aluviales, formas originadas en la acción de la gravedad en combinación con el transporte de las aguas.

Fuente: Agroprecisión –Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial, 2011.

4.2.5 ELEVACIONES

La principal elevación es el volcán Reventador con una altura de 3562 msnm, es posiblemente el volcán más activo del Ecuador, está en permanente actividad lanzando vapor de agua, alternando con nubes de ceniza. Se ubica también en el cantón la cordillera de Lumbaqui, y el relieve de Gonzalo Pizarro.

4.2.6 BIODIVERSIDAD

“El Cantón Gonzalo Pizarro, posee dentro de sus límites dos áreas protegidas: El Parque Nacional Cayambe Coca, ubicado al noroccidente del cantón cuya superficie abarca aproximadamente 85 000 has dentro del límite cantonal y la Reserva Ecológica Cofán Bermejo ubicada al norte del cantón con una extensión de alrededor de 5 000 has dentro de límite cantonal”. (<http://app.sni.gob.ec/>)

4.2.7 PAISAJE NATURAL

El Centro Turístico Ecológico estará ubicado fuera de los centros poblados, en un marco de exuberante naturaleza con árboles, flores y fauna silvestre, a las dos orillas del río Lumbaquí completamente limpio porque hasta este sitio no

atraviesa por ningún centro poblado. Este río no es caudaloso y cruza el terreno bajo un arco de árboles gigantes en las dos orillas; los esteros cercanos pueden ser aprovechados para la construcción de un canal o una pequeña laguna que facilite la pesca natural o deportiva y la navegación en canoa. Estas características han permitido la formación de un micro clima extraordinario buscado por turistas nacionales y extranjeros.

Además se puede observar árboles como ceibos gigantes desde 50 – 60 m. de altura y un perímetro de 15 a 20 m. y otras variedades de madera como: pechiche (guayacán), caoba, peine de mono, chonta, pambil, laurel, cedros entre otros.

Frutas silvestres: cocona, naranjilla, uva de árbol, achiote, granadilla, frutepan y chontaruro (chontaduro) etc.

Plantas silvestres: ortigas gigantes, orquídeas de diversos tipos y colores.

Flores exóticas como la pasionaria y las orquídeas.

Plantas silvestres medicinales: drago, uña de gato, zarzaparrilla, ayahuasca, culantro de monte, tres filos, ruda silvestre (ruda negra), ishpingo (flor de la canela).

En la agricultura de subsistencia: papa china, yuca, plátano, guayaba, naranja, coco, maní, caña de azúcar, arroz, maíz, fréjol, café, cacao, limón, toronja, entre otros productos.

Dentro de este centro turístico se podría realizar pesca deportiva ya que se tiene 5 piscinas para esta actividad en las cuales encontrará el sabalo, cachama, guanchiche, tilapia donde podrá degustar el turista o llevar a su casa.

4.2.8 FAUNA

Gracias a la protección de los bosques naturales y la prohibición de caza, éste es uno de los lugares en donde se puede encontrar sin dificultad una gran diversidad de animales silvestres como son:

4.2.8.1 MAMÍFEROS

Jaguares, tigrillos, osos hormigueros, armadillos, ardillas, murciélagos, monos diurnos y nocturnos, guantas, guatusas, sajinos, nutrias, cuchuchos, conejos, venados, etc.

4.2.8.2 REPTILES

Culebra real, boa, equis, coral, verrugosa, chonta, tortugas motelo, tapa rabo, hedionda. Caimanes, lagartijas de colores variados, hasta de 40 cm, de largo.

4.2.8.3 AVES

Loras, pericos, papagayos, colibríes, tucanes, pavas de monte, pavas hediondas, garzas, gavilanes, pájaros estaca, gallinazos, búhos, pájaros carpinteros, cucupachos, colembas, etc.

4.2.8.4 PECES

Bagre de río, tilapia, guanchiches, sábalos y cachamas.

4.2.8.5 INSECTOS

Entre los más representativos de la amazonia existen: hormiga arriera, mata venado, conga, morlaca, fuego, limón, escarabajo rinoceronte, alacranes, cucarachas gigantes, insecto hoja, insectos palo, zancudos, luciérnagas, abeja silvestre, comején, tábano, avispas de varias especies, mariposas: decenas de colores y tamaños, arácnidos como: la tarántula gigante, etc.

4.3 PARÁMETROS SOCIOCULTURALES

4.3.1 POBLACIONES CERCANAS

Las distancias mencionadas son consideradas desde el lugar donde se construirá el Centro Turístico Ecológico.

Hacia el este, siguiendo la carretera a Lago Agrio

- ✓ Lumbaquí, cabecera cantonal del Cantón Gonzalo Pizarro, a una distancia de 5 Km.
- ✓ Cascales, cabecera cantonal del Cantón Cascales a 20 Km.
- ✓ Sevilla a 30 Km.
- ✓ Lago Agrio capital provincial de Sucumbíos a 59 Km.

Al Occidente, siguiendo la carretera a Quito

- ✓ Parroquia Gonzalo Pizarro a 3 Km.
- ✓ Recinto Rio Amazonas a 5 Km.
- ✓ Parroquia El Reventador a 28 km.
- ✓ Santa Rosa a 75 Km.
- ✓ El Chaco a 100 Km.

Al Norte, vía a "La Bonita"

- ✓ Flor del Valle a 5 Km
- ✓ Cabeno a 20 Km
- ✓ Puerto Libre a 30 Km
- ✓ La Banquilla a 50 Km
- ✓ Santa Bárbara a 80 Km

4.3.2 COMUNIDADES INDÍGENAS CERCANAS

Las comunidades de nativos asentadas en el Cantón Gonzalo Pizarro son descendientes de las tribus Cofanes, Quijos y Orejones y en su mayoría hablan el quichua.

- ✓ Comuna Dashino 6 Km SO
- ✓ Comuna Chuscuyacu a orillas del rio Due a 7 Km al Oeste
- ✓ Comuna Sinanoe a 10 Km. Al Norte
- ✓ Comuna Pamduyacu a 10 Km. Al Sur

- ✓ Comuna San José a 12 Km. Al Este
- ✓ Jatun Comuna a 12 Km. SE
- ✓ Comuna Mushuc Ruma.

4.3.3 NACIONALIDADES Y GRUPOS ÉTNICOS

Los Quichuas: Se encuentran asentados en las riberas del río Coca a la altura del Km. 62 hasta el Km. 70. Entre ellas podemos anotar las siguientes comunidades: Panduyacu, Chuscuyacu y Dashino.

Cofanes: Este grupo de nativos aún en la actualidad se resiste al tiempo y al mestizaje. Originalmente estuvieron ubicados en la ribera del río Aguarico, con una gran población que hoy se encuentra diezmada y su número de habitantes actualmente se limita a unos 200 nativos en lo que hoy es Sinangoe, que en español significa, (GENTE HAY), su idioma es el Cofan.

Colonos: Son personas venidas desde las distintas latitudes del país, originarios principalmente de las provincias de Loja, Bolívar, Carchi y Pichincha, los que han dado origen a los poblados de Lumbaqui, Reventador, Gonzalo Pizarro, Puerto Libre y otros recintos y caseríos.

4.3.4 COSTUMBRES Y TRADICIONES CULTURALES

En Gonzalo Pizarro se conservan las siguientes costumbres y tradiciones:

- ✓ Preparación de la chicha de yuca y de chontaruro
- ✓ Preparación del "Yajé" (Bebida alucinógena usando el tallo de ayahuasca)
- ✓ Preparación de maitos y pescado ahumado
- ✓ Consumo de chonta curo (gusano de la chonta)
- ✓ No freír la carne solo ahumarla (Cofán)
- ✓ Danzas típicas indígenas
- ✓ Kiwchuas: pacta – china, shamanismo

- ✓ Vestimenta típica Cofán
- ✓ Celebraciones de fiestas de aniversario, carnaval, pase del niño, bodas, de la Virgen del Cisne y otras.

4.3.5 INFRAESTRUCTURA DEPORTIVA Y DE RECREACIÓN

Entre estas podemos enumerar:

- ✓ Coliseo Lumbaquí
- ✓ Canchas cubiertas, de uso múltiple, en Reventador, Recinto Amazonas, Gonzalo Pizarro, Lumbaquí, Puerto Libre, Panduyacu y Dashino.
- ✓ Canchas de uso múltiple descubiertas en Cabeno, Arenal, Dashino, Recinto San Francisco.
- ✓ Parque central en Lumbaquí
- ✓ Canchas de fútbol en Lumbaquí, en Gonzalo Pizarro, en el Recinto Amazonas, en el Reventador, en Dashino y en Puerto Libre.

4.3.6 RELIGIÓN

En Gonzalo Pizarro predomina la religión católica y existen varias sectas de origen Cristiano.

4.3.7 ORGANIZACIONES SOCIALES

Asociaciones de artesanas conformadas por mujeres de colonos y nativos, asociaciones de carpinteros y artesanos de la madera.

Asociación de: balseros, ganaderos, transportistas locales y piscicultores.

Organizaciones no Gubernamentales con presencia en la zona de influencia del proyecto: Fundación Ecológica Rumicocha, que se encuentra trabajando en Puerto Libre y Gonzalo Pizarro.

Otras organizaciones:

- ✓ Sindicato de choferes del cantón Gonzalo Pizarro
- ✓ Sindicato único de trabajadores del Municipio
- ✓ Iglesia Católica
- ✓ Iglesias Evangélicas
- ✓ Directiva de la comuna Panduyacu
- ✓ Directiva de la comuna Dashino
- ✓ Directiva del centro Sinangoe
- ✓ Directiva de la comuna Chuscuyacu
- ✓ UNE cantonal
- ✓ Organizaciones de mujeres Huarmi Huangurima
- ✓ Asociación de mujeres Luz de América

4.3.8 TRANSPORTE TERRESTRE

El sistema de transporte es bueno y las líneas de buses que llegan a Lumbaqui tienen como origen las ciudades de: Quito, Guayaquil, Santo Domingo, Loja, Guaranda, Ambato y Tulcán.

Otra opción que se presenta es Tena, Baeza, Lumbaqui y Lago Agrio. Los viajes directos a Lumbaqui son muy limitados, no hay viajes programados al lugar por tal motivo el transporte terrestre toma dos puntos de referencia vía Lago Agrio y vía al Coca.

4.3.8.1 Cooperativas de buses

Las Cooperativas de buses que realizan viajes a Lago Agrio son:

Transportes Baños: Quito - Lumbaqui- Lago Agrio.

Quito - Lumbaqui- Shushufindi.

Quito – Lumbaqui - Coca

Transportes Occidentales: Quito - Lumbaqui- Lago Agrio.

Transporte Putumayo:	Quito - Lumbaqui- Lago Agrio. Quito - Lumbaqui- Shushufindi.
Transportes Pelileo	Ambato –Baeza - Lumbaqui -Lago Agrio Tena – Baeza – Lago Agrio
Transportes Zaracay	Guayaquil – Santo domingo- Lumbaqui- Lago agrio.
Trans Esmeraldas	Quito - Lumbaqui- Lago Agrio.
Cooperativa Loja	Loja – Lumbaqui – Lago Agrio.
Trans Gacela	Tulcán – Lumbaqui – Lago Agrio.

4.3.8.2 TRANSPORTE AÉREO

La Compañía Petrolera Occidental dispone de transporte aéreo a Limón-cocha, a las zonas que se hallan en explotación en los límites de la Reserva Biológica Limón-cocha, frontera con territorios Huaoraní para el aterrizaje de avioneta.

La única aerolínea que el turista dispone hacia la Amazonía ecuatoriana actualmente es TAME, con horarios y frecuencias establecidas. TAME opera un vuelo diario de lunes a sábado entre Quito y Lago Agrio.

En la Amazonía los aeropuertos más cercanos a Lumbaqui son: Lago Agrio y Coca pero también existen pistas, para avioneta, de Compañías Petroleras privadas.

4.3.9 SERVICIOS

El cantón cuenta con todos los servicios básicos como: agua, energía eléctrica, telefonía, alcantarillado además cuenta con servicios de internet y bancos: Banco Amigo del Banco de Pichincha; Mi Vecino, Banco de Guayaquil y el Banco de Fomento.

Lumbaqui cuenta con un Sub-centro de Salud, Patronato Municipal y Seguro campesino.

En el Cantón Gonzalo Pizarro existen además tres Sub-centros de Salud ubicados en: El Reventador, Gonzalo Pizarro y Puerto Libre. Los tres Sub Centros de Salud no cuentan con una infraestructura adecuada para dar la debida atención a los pacientes, además que el número de personal es muy reducido ya que solo cuentan con:

Un Médico Generalmente un Practicante, una Odontóloga, una Auxiliar y un laboratorista a tiempo parcial.

En cuanto a educación, cuenta con una unidad educativa municipal (Guayasamin) y dos escuelas en la cabecera cantonal. Existen escuelas y colegios en las parroquias: Gonzalo Pizarro, Puesto Libre y Reventador.

4.4 ASPECTOS ECONÓMICOS

Las principales actividades económicas que se realizan en el Cantón son: la agricultura, ganadería, la explotación forestal, piscícola y el turismo. Se debe tomar en consideración que por la gran diversidad de recursos naturales la población aún conserva formas de sobrevivencia como son la caza, pesca y la explotación maderera y minera ilegal.

Cuadro No. 5. Actividades Productivas del Cantón Gonzalo Pizarro

ACTIVIDAD PRODUCTIVA	CARACTERÍSTICAS	UBICACIÓN
Ganadería	Es la actividad económica más rentable en el Cantón, pero de baja productividad y rendimiento. Actividad exclusiva de los colonos, ya que Kichwas y Cofánes no la realizan. La ganadería se realiza en extensiones que van de 10 a 50 ha.	Puerto Libre
Agricultura	La mitad de la población se dedica a la actividad agrícola. No hay una producción tecnificada, baja tasa en el uso de fertilizantes y pesticidas. Esta actividad, se la realiza en extensiones de 1 a 10 has., la producción tiene como objetivo el mercado nacional (cacao, café, naranjilla), el resto es para autoconsumo. Bajos niveles de inversión y tecnología. Los Kichwas tienen sus chakras de maíz, los Cofánes a más de la agricultura tienen como actividades de economía familiar la caza, pesca y recolección.	El Reventador
Explotación Forestal	Actividad desarrollada por los colonos y algunos Kichwas en especial de Dashino. Está relacionada con la ganadería pues esta actividad exige mayores extensiones de pastos a costa de los bosques. Si bien durante un período de tiempo esta fue una de las principales actividades económicas en la actualidad es baja, aunque la explotación sigue.	Dashino
Turismo	Este sector se ha desarrollado en un 40% y se apunta como una potencialidad del Cantón por su capital natural y humano, que permiten realizar actividades relacionadas con el ecoturismo, agroturismo, turismo científico o de aventura.	El Reventador y Gonzalo Pizarro
Piscicultura	Actividad económica importante a la que hay que prestarle atención, pues algunas personas ven en ésta como la posibilidad de generar una cadena productiva. La Municipalidad está haciendo los esfuerzos para que esta actividad se convierta en la reactivadora de la economía del Cantón.	Puerto Libre
Sector de Subsistencia	Este sector lo compone la mayor parte de la población del cantón Gonzalo Pizarro, que no cuenta con un ingreso fijo, que no es sujeta de crédito por falta de garantías y no logra desarrollar un proceso privado de acumulación de capital para invertir.	Gonzalo Pizarro
Sector de Capitalización	Sector de la población que cuenta con el capital necesario para invertir, sin embargo las personas se dedican principalmente a la ganadería, el comercio y al sector de servicios, teniendo una tasa de ganancia media que les permite acceder a un mayor nivel de vida gracias a la acumulación relativa de capital para volver a invertir y seguir reproduciendo capital.	Lumbaqui

Fuente: Agroprecisión –Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial, 2011.

4.5 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

4.5.1 PLANTA TURÍSTICA SERVICIOS Y ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN GONZALO PIZARRO

4.5.1.1 ALOJAMIENTO

Los establecimientos de alojamiento son clasificados como: de lujo, primera, segunda, tercera y cuarta categorías. Investigar

En lo referente al Cantón Gonzalo Pizarro se determinó por información del Municipio la existencia de veinte y ocho establecimientos.

En la parroquia de Lumbaqui existen 2 establecimientos de segunda categoría y 3 de tercera categoría.

Esta deficiencia motiva la elaboración de un proyecto turístico técnico que ofrezca confort y el mayor número de servicios de calidad requeridos por los turistas extranjeros y nacionales.

El cuadro a continuación nos da una visión general de los establecimientos hoteleros que fueron registrados en el año 2010 en el Municipio de Gonzalo Pizarro, poniendo en duda su existencia y tomando en consideración que no cumplen con los parámetros técnicos para pertenecer a la categoría asignada. Su apertura se la realiza por medio de convenios con las autoridades locales.

Tabla 11. Cantidad de Establecimientos en el Cantón Gonzalo Pizarro y su Categoría

Categoría	No. de Establecimientos Registrados al 2010
Lujo	0
Primera	2
Segunda	13
Tercera	13
Cuarta	0
Total	28

Fuente: Municipio del Cantón Gonzalo Pizarro, 2015.

4.5.1.2 ALIMENTACIÓN

La infraestructura y los servicios turísticos en el cantón son poco desarrollados en relación a otros en la Provincia.

En lo referente a la alimentación el hotel se encarga a través de su restaurante pero cuando el turista llega a las diferentes comunidades, las mujeres nativas se encargan de preparar la alimentación para el visitante, sin las adecuadas medidas de sanidad.

Tabla 12. Infraestructura y Servicios Turísticos de la Parroquia Lumbaqui.

RAZÓN SOCIAL	N.-
Hoteles y Residencias	11
Comedores y Restaurantes	9
Bares	4
Mini Bar	7
Licorerías	3
Balnearios	3
Salón	5
Discoteca	4
Billares	2
Heladerías	3
Total	51

Fuente: Datos Estadísticos Departamento de Avalúos del Municipio de Gonzalo Pizarro, 2012.

4.5.1.3 GUÍAS

No se registran asociaciones de guías de turismo en el cantón. Sin embargo las diferentes comunidades rurales, indígenas y blanco mestizas que están incursionando esporádicamente en el turismo comunitario, han capacitado a varios de sus integrantes como guías nativos reconocidos por el Ministerio de Turismo, con la finalidad de generar nuevas alternativas de empleo y brindar servicios turísticos organizados y de calidad.

En la actualidad se está impulsando en la capital provincial la capacitación de los jóvenes en diferentes áreas de servicios turísticos: En la UTPL, ESPE, Universidad Doña Godina y también a nivel de colegios es decir, a nivel secundario y superior.

4.5.2 INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA

4.5.2.1 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

El Centro Turístico Ecológico competiría indirectamente con pequeñas hosterías y cabañas poco o nada conocidas que se encuentran en el Cantón, la ausencia de establecimientos que puedan competir directamente es una ventaja empresarial.

Sin embargo se presenta un cuadro realizado por investigación personal en la capital provincial, Lago Agrio, a 59 Km de distancia del lugar donde se ejecutará el proyecto.

Tabla 13. Análisis de la Competencia

	Hotel selva Real Internacional	Hotel Araza	Hotel D Mario	Hotel La Cascada	Hotel Jamu Lodge	Caimán Eco Lodge	Tapir Lodge
Habitación Sencilla	\$10	\$36,25	\$18	\$39,65	\$188,75	\$200.00	\$275
Habitación Doble	\$18	\$46	\$19	\$51,85	\$245	\$250	\$300
Habitación Triple	\$25	56%	\$40	\$64,05	\$285	\$300	\$350
Desayuno	Incluido	No incluido	Incluido	No incluido	Incluido	Incluido	Incluido
Sector	Centro	Centro	Centro	Centro	Centro	Centro	Centro
Dirección	Av. Quito 261 y Pasaje Gonzanamá	Av. Quito y Narvae	Av. Quito y Pasaje Gonzanamá	Av. Quito 291 y Amazonas	Cuyabeno – Nueva Loja	Cuyabeno – Sucumbios	Cuyabeno - Sucumbios
Capacidad	55 personas	60personas	60personas	90personas	40personas	39 personas	45personas
Habitaciones	30	29	43	39	14	14	15
Restaurante	Disponible	Disponible	Disponible	Disponible	Disponible	Disponible	Disponible
Internet Inalámbrico	Disponible	Disponible	Disponible	Disponible	Disponible	Disponible	Disponible
Parqueadero	Disponible	Disponible	Disponible	Disponible	Disponible	No disponible	No disponible
Gimnasio	Disponible	Disponible	Disponible	Disponible	No disponible	No disponible	No disponible
Salón de eventos	No disponible	Disponible	No disponible	Disponible	No disponible	Disponible	Disponible
Lavandería	Disponible	Disponible	Disponible	Disponible	Disponible	Disponible	Disponible
Teléfono	Disponible	Disponible	Disponible	Disponible	Disponible	Disponible	Disponible

Fuente: Roberto Martínez, 2015.

4.5.2.2 Atractivos Turísticos del Cantón y Parroquia.

Se ofertará tours tanto dentro como fuera de la propiedad, respetando los atractivos turísticos y las actividades ecológicas.

Cuadro No. 6. Inventario de Sitios Turísticos Cantón Gonzalo Pizarro

Sitio Turístico	Parroquia	Sitio Turístico	Parroquia	Sitio Turístico	Parroquia
Cordillera Orejones	Puerto Libre	Balneario Unión Independiente	Gonzalo Pizarro	Río Consuelito	Reventador
Mirador Amazonas (Dué)	Gonzalo Pizarro	Cascada Shanshapa Cocha	Gonzalo Pizarro	Laguna Shanshapa Cocha	Gonzalo Pizarro
Mirador Luz Belén	Gonzalo Pizarro	Cascada Riachuelo del Belén	Gonzalo Pizarro	Playa Río Coca	Gonzalo Pizarro
Mirador Tigre	Gonzalo Pizarro	Cascada Tobogán	Gonzalo Pizarro	Playas del Río Aguarico	Lumbaquí
Mirador Las Antenas	Lumbaquí	Cascada La Chocolatera	Gonzalo Pizarro	Pizarras	Puerto Libre
Mirador Las Antenas	Reventador	Cascada La Doncella	Gonzalo Pizarro	Encañonado – Los Caños del Río Segueyo	Puerto Libre
Mirador Libertador	Reventador	Cascada El Mantial	Gonzalo Pizarro	Encañonado – Paso Histórico	Reventador
Mirador Amarillo	Lumbaquí	Cascada El Poder	Gonzalo Pizarro	Cuevas – Cabernas Tobogán	Gonzalo Pizarro
Mirador Alma	Reventador	Cascada La Libertad	Gonzalo Pizarro	Cuevas – Del Gringo	Lumbaquí
Volcán Reventador	Reventador	Cascada San Rafael	Reventador	Cavernas del Tigre	Reventador
Cascada Puente del Diablo	Puerto Libre	Cascada Consuelito	Reventador	Cuevas – Del Valle	Lumbaquí
Cascada Sinangoé	Puerto Libre	Cascada Solitaria	Reventador	Bosque Panduyacu	Gonzalo Pizarro
Cascada Candoé	Puerto Libre	Cascada Sardinas	Lumbaquí	Bosque de Cedros	Gonzalo Pizarro
Cascada Sebastiana	Puerto Libre	Cascada Campana	Lumbaquí	Bosque del Río Morfeo	Gonzalo Pizarro
Cascada Segundo Cabeno	Puerto Libre	Cascada Chonta	Lumbaquí	Petroglifos – Piedra Lumbaquí	Lumbaquí
Cascada Pacha Yacu	Gonzalo Pizarro	Pozas del Río Cabeno	Puerto Libre	Petroglifos – Piedra de Flor del Valle	Lumbaquí
Cascada Pambil	Gonzalo Pizarro	Río Aguarico	Gonzalo Pizarro	Petroglifos – Piedra Bola (De los Monos)	Lumbaquí
Cascada Nachi Paccha	Gonzalo Pizarro	Río Dué	Gonzalo Pizarro	Cofán Comuna Sinangoé	Puerto Libre
Cascada La Peña	Gonzalo Pizarro	Río Tigre	Gonzalo Pizarro	Kichwa Comuna Dashino	Gonzalo Pizarro
Cascada San Jorge	Gonzalo Pizarro	Río Panduyacu	Gonzalo Pizarro	Kichwa Comuna Panduyacu	Gonzalo Pizarro
Cascada Lagarto	Gonzalo Pizarro	Encañonado Río Coca	Gonzalo Pizarro		
Cascada Manto	Gonzalo Pizarro	Río Morfeo	Gonzalo Pizarro		

Fuente: Dirección Municipal de Desarrollo Sustentable, Gonzalo Pizarro, 2011.

Fuera de la propiedad el turista tendrá la oportunidad de visitar atractivos importantes, tales como: Las Pizarras, el río Las Tinas, los petroglifos de Piedra

Bola, Flor del Valle, Lumbaqui, las cuevas del valle, las playas del río Aguarico, los miradores de las Antenas, el puente colgante de Tony el suizo, la cascada de San Rafael entre otros, y disfrutar de la gastronomía típica que ofrece a sus visitantes y una vista panorámica de la cara oriental del volcán Reventador y el nevado Cayambe.

4.5.3 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

4.5.3.1 MACRO LOCALIZACIÓN

El área donde estará ubicado El Centro Turístico Ecológico es en la Provincia de Sucumbíos, Cantón del Gonzalo Pizarro, en la Parroquia Lumbaqui, comunidad del mismo nombre.

Altitud mínima 480 msnm.

Altitud máxima 530 msnm.

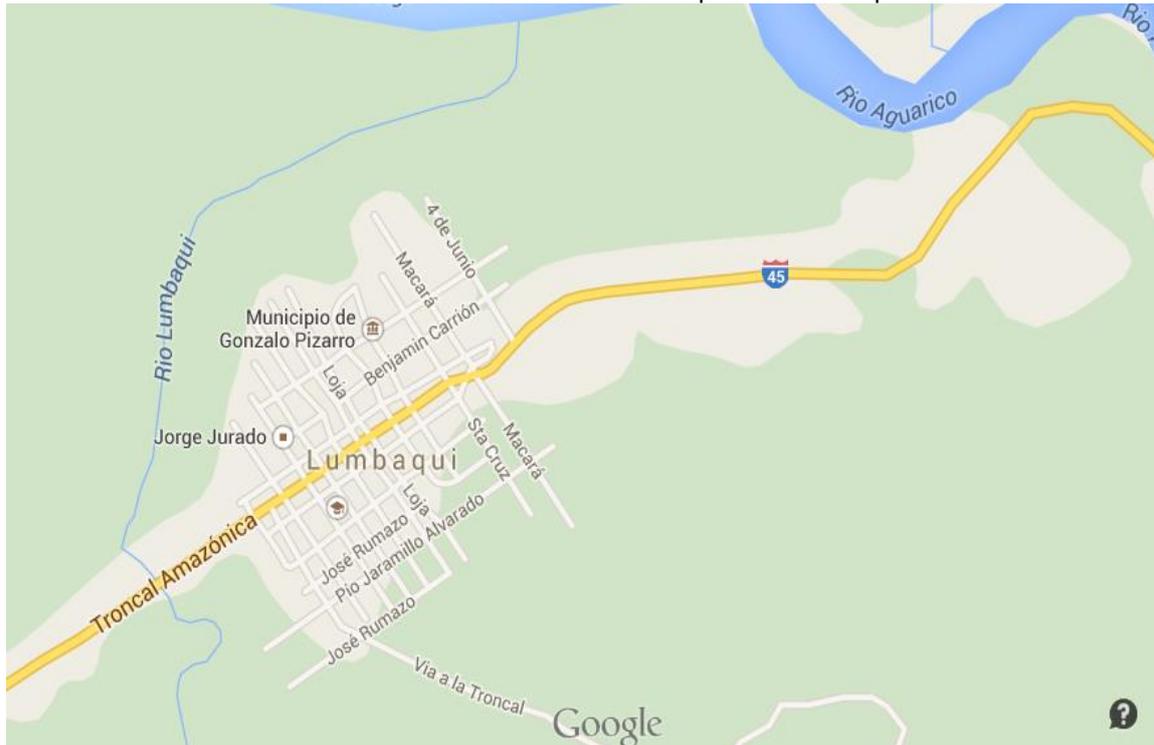
Km. 59 de la vía Lago Agrio – Quito

Por su altitud cuenta con clima Húmedo Tropical cuya temperatura oscila entre los 20 y 25 grados, además cuenta con la presencia del río Lumbaqui dentro de la hacienda; a 5km existen dos ríos con caudal suficiente donde se podrá aprovechar para realizar actividades de Canoa, Balsas, Kayaking, etc. El río Due y el río Puerto Libre forman el río Aguarico. Cabe destacar que en el sector existe un remanente de bosque primario el cual favorece a las actividades que se pretenden desarrollar.

4.5.3.2 MICRO LOCALIZACIÓN

El lugar específico donde se desarrollará el proyecto pertenece a la Comunidad Lumbaqui, cabecera cantonal del Cantón Gonzalo Pizarro, Km 59 margen izquierdo de la carretera Lago Agrio – Quito.

Gráfico No. 2. Ubicación de la Parroquia de Lumbaqui



Fuente: Google Maps, 2015.

4.5.3.3 Ubicación Geográfica del Centro Turístico Ecológico

La propiedad comprende los dos márgenes del río Lumbaquí que atraviesa el terreno de occidente a oriente en una longitud de 850 metros.

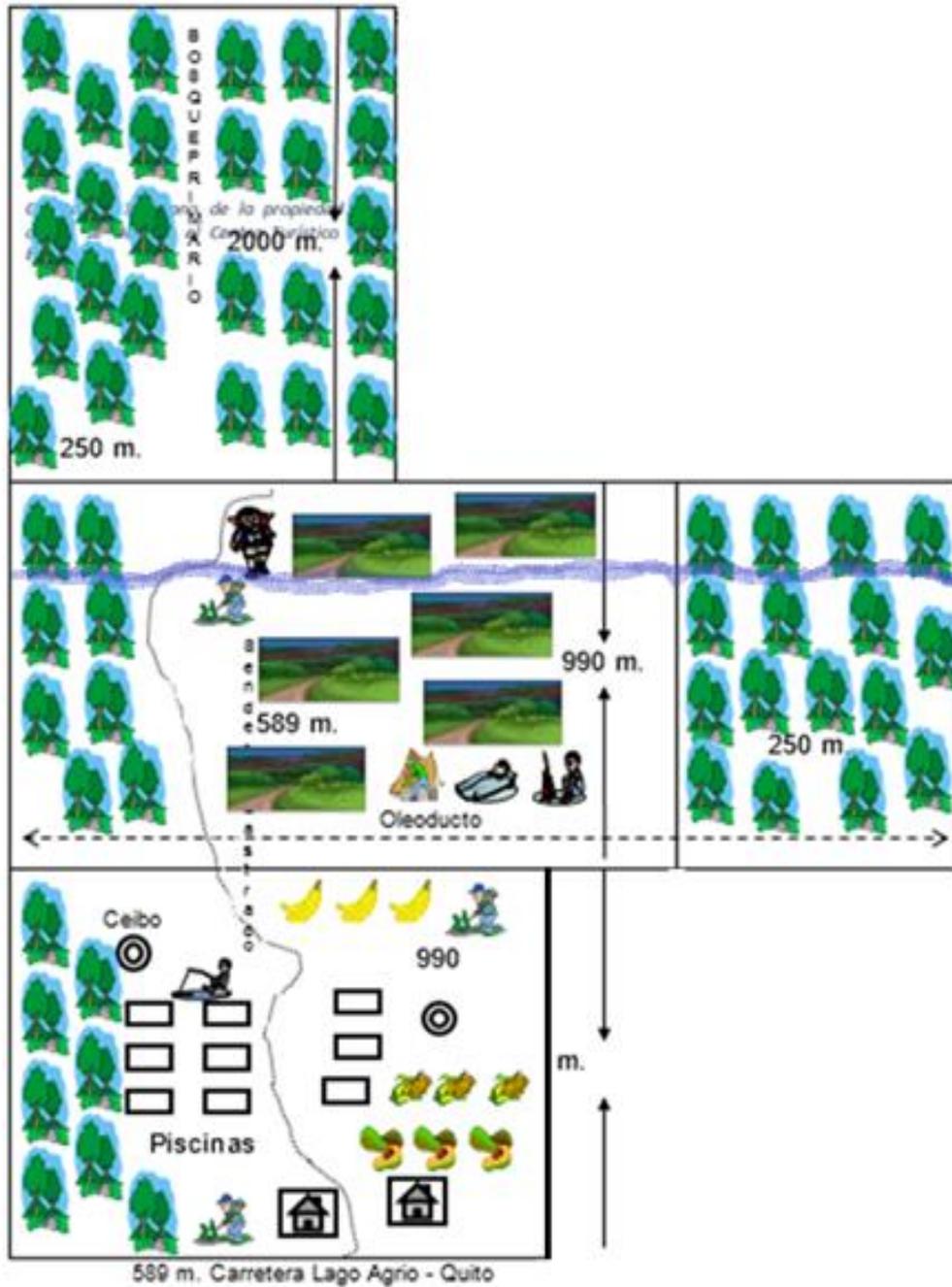
La extensión total consta de 200 hectáreas: 150 has planas, y 50 con pequeñas laderas con gradientes de no más de 5%.

La ubicación de la propiedad constituye un elemento estratégico para los fines propuestos en el presente proyecto. Por su fácil acceso y por los recursos naturales de la misma, constituidos básicamente por 100 has de bosques naturales primarios, 50 has de bosques secundarios en recuperación de 30 años o más y 20 has repartidas entre potreros, cultivos esporádicos de maíz, yuca, plátano, limón, aguacate, café y cacao, piscinas de peces, reservorios de agua y la laguna una guardarraya y vivienda.

Dadas las características del terreno, la construcción del centro turístico no requiere de mucha extensión ni movimiento de tierras. Tiene una forma

geométrica rectangular de 589m de ancho por 2020 m. de fondo a lo que se añade un rectángulo al lado sur occidente de 250 m. de ancho por 990 de largo y otro rectángulo al lado sur oriental de 240 m. de ancho por 2000 de largo.

Gráfico No. 3. Plano de la propiedad en donde se Ubicará el Centro Turístico Ecológico



Elaborado por: Roberto Martínez, 2014.

4.5.4 ACCESO AL CENTRO TURÍSTICO – ECOLÓGICO.

4.5.4.1 Terrestres

El acceso terrestre se lo realiza a través de una carretera de primer orden que une Quito a Papallacta, Baeza, El Chaco, Reventador, Lumbaqui, Lago Agrio.

En las actuales circunstancias, el viaje desde Quito hasta el lugar del Centro Turístico Ecológico se ha reducido a cinco horas en transporte interprovincial.

Esta no es la única vía de acceso hasta el Centro Turístico Ecológico, porque existe otra carretera que une la población de Julio Andrade, en la Provincia del Carchi, con la carretera Lago Agrio – Quito, en el puente del río Aguarico, apenas a ocho kilómetros hacia el oriente del complejo mencionado. Esta carretera se encuentra asfaltada en un tramo aproximado de 70 km., desde el río Aguarico, hacia la población “La Bonita”.

El recorrido hasta la población de Julio Andrade por esta vía es de cuatro horas, en transporte interprovincial, en vehículo particular el tiempo es mucho menor.

Para los turistas colombianos es mucho más corto el viaje desde la frontera, hasta el Centro Turístico Ecológico propuesto, que a cualquier playa en la Provincia de Esmeraldas, en este caso podrían ser las playas de “Las Peñas” o de “San Lorenzo”.

4.5.4.2 Aéreo

Existen dos compañías de aviación que vuelan diariamente hacia las distintas poblaciones ecuatorianas, especialmente hacia Lago Agrio: TAME y unidades aéreas que permanentemente abastecen a las petroleras por el poso de Petro-Ecuador por ejemplo.

El tiempo de vuelo desde Quito hasta Lago Agrio es de cuarenta y cinco minutos y luego por vía terrestre desde esa ciudad hasta el Centro Turístico

Ecológico es de apenas cuarenta minutos incluyendo paradas y trasbordo para cambiar completamente el ambiente citadino, por un paisaje amazónico de aire puro y vegetación exuberante.

4.5.4.3 SISTEMAS DE COMUNICACIÓN

Todas las poblaciones cercanas a excepción de las comunidades indígenas de Dashino y Panduyacu, disponen del sistema de comunicación telefónica celular, incluyendo las estaciones de bombeo de los oleoductos, más cercanas: Oleoducto de Crudos Pesados (ocp), Servicio de Oleoducto Trans Ecuatoriano (sote) y del poliducto. La comunicación telefónica de esta zona está integrada por los servicios de Movistar, CNT y Claro.

4.5.5 ANÁLISIS DE LA DEMANDA

4.5.5.1 PERFIL DEL TURISTA Y ANÁLISIS DE ENCUESTAS A VISITANTES NACIONALES Y EXTRANJEROS

Tabla 14. Resultado de las Encuestas a Turistas Nacionales

Nacionales	VARIABLES	#	%	ANÁLISIS
Edad	< 19	50	13	Se puede observar que el mayor número de turistas encuestados se encuentran en edades entre los 20 a los 39 años, siendo estos los consumidores potenciales de las actividades que se ofertaran.
	20 – 29	86	23	
	30 – 39	90	24	
	40 – 49	77	20	
	50 – 59	54	14	
	60 – 69	21	6	
Genero	Masculino	185	49	El género femenino obtuvo la mayor predisposición al momento de responder las encuestas, estos datos se tomaran en cuenta para las diferentes actividades en el interior del centro turístico.
	Femenino	193	51	
Estado Civil	Soltero	118	118	Los resultados arrojados después de las encuestas demuestran que los grupos de casados y solteros fueron los de mayor interés, estos datos se tomaran en consideración al momento de diseñar la capacidad de habitaciones en el centro turístico ecológico.
	Casado	183	183	
	Viudo	24	24	
	Divorciado	30	30	
	Unión Libre	23	23	
Nivel de instrucción	Primaria	38	10	Turistas nacionales tienen una instrucción superior en su mayoría, siendo este el grupo al cual se deben enfocar las actividades que serán diseñadas en el centro turístico ecológico.
	Secundaria	78	21	
	Superior	166	44	
	Postgrado	73	19	

	PhD	23	6	
Ocupación	Empleado Publico	86	23	La ocupación de los turistas que van a visitar el centro turístico en su gran mayoría son de empleados privados siendo estos los clientes potenciales que consumirán nuestros productos. Los empleados públicos son el segundo segmento al cual debemos dirigir nuestra atención para desarrollar actividades acordes a sus expectativas.
	Empleado Privado	122	32	
	Agricultor	28	7	
	Ama de casa	56	15	
	Estudiante	50	13	
	Jubilado	36	10	
Procedencia	Costa	33	9	La procedencia de los turistas encuestados en su mayoría es de la región sierra seguida de la región amazónica y por último la costa, se tomara en cuenta la necesidad de tener ambientes con temperaturas controladas al momento de diseñar las áreas de hospedaje y administración en el proyecto.
	Sierra	226	60	
	Oriente	100	26	
	Insular	19	5	
¿Ha visitado la Amazonia?	Si	269	71	Los resultados de las encuestas indican que los turistas si han visitado la región amazónica, siendo este un resultado positivo para la promoción del centro turístico tomando en cuenta que ya existe un conocimiento previo de las condiciones físicas de la zona.
	No	109	29	
¿Le gustaría visitar la Provincia de Sucumbíos?	Una vez	124	33	El mayor porcentaje de turistas nacionales afirmaron en las encuestas haber visitado por lo menos dos veces la provincia de Sucumbíos, tomando en consideración que en este sector se encuentran reservas naturales de mucha importancia como la Reserva de Producción Faunística Cuyabeno y la Reserva Biológica Limoncocha, beneficiando indirectamente al centro turístico ecológico ubicado en la provincia
	Dos veces	154	41	
	Más de 2 veces	44	12	
	Nunca	56	15	
¿Qué le motivó visitar la amazonia?	Recreación y descanso	64	17	La mayor motivación por la que turistas visitan la región amazónica es su exuberante belleza natural, seguida de la búsqueda de lugares tranquilos para el descanso y recreación. Enfocados a estas motivaciones se diseñaran las infraestructuras del centro turístico ecológico
	Naturaleza	97	26	
	Cultura	52	14	
	Turismo	75	20	
	Investigación	28	7	
	Negocios	38	10	
	Voluntariado	25	7	
	Otros		0	
¿Generalmente con quién viaja?	Amigos	37	10	Los resultados emitidos por las encuestas realizadas a turistas nacionales en su gran mayoría indicaron que viajan solos, estos datos se tomaran en cuenta al momento de realizar los diseños para las áreas de restauración, hospedaje y recreación en el centro turístico.
	Solo	112	30	
	Familia	137	36	
	Tour	29	8	
	Pareja	63	17	
	Otro		0	
¿Qué modalidad de Turismo es de su preferencia?	Turismo de Aventura	90	24	Las modalidades de turismo de preferencia para los turistas en su mayoría son: el turismo de aventura y el ecoturismo siendo estas actividades las que motivaran al turista a preferir la estadía en el centro turístico ecológico porque este alberga diferentes opciones como el senderismo, la observación de aves, el boying, la pesca deportiva, etc
	Turismo Científico	86	23	
	Ecoturismo	86	23	
	Turismo Cultural	48	13	
	Agroturismo	44	12	
	Turismo Gastronómico	24	6	
	Otros		0	
¿En qué época	De diciembre a febrero	55	15	Turistas nacionales indicaron que la época del año de preferencia para viajar a la amazonia era entre los

viaja con mayor frecuencia?	Feriados	102	27	meses de diciembre a febrero tomando en cuenta las festividades navideñas, de fin de año y feriado como carnaval.
	De Junio a agosto	141	37	
	Fines de semana	80	21	
¿Cuál es el tiempo de permanencia durante sus viajes realizados?	Un día	97	26	Los resultados arrojados por las encuestas demuestran que la gran mayoría de visitantes permanecen un día o un fin de semana en la parroquia, tomando en cuenta estos resultados el centro turístico ecológico cuenta con actividades que se las puede realizar en tiempos cortos para que los visitantes que tienen tiempo limitado puedan disfrutar también de las instalaciones del mismo.
	Fin de semana	186	49	
	Una semana	41	11	
	Dos semanas	32	8	
	Tres semanas o más	22	6	
¿Cuál es el principal medio de transporte que utiliza para viajar?	Bus	171	45	La mayor parte de los encuestados indicaron que se desplazaron hasta la parroquia por medio de buses de transporte interprovincial, otros dijeron que su medio de transporte era vehículo propio. Se tomaran en cuenta estos datos para que el centro turístico cuente con señalización oportuna en la vía principal para su ubicación y lugares de estacionamientos apropiados para el número de visitantes.
	Vehículo alquilado	24	6	
	Vehículo propio	131	35	
	Vehículo con guía	52	14	
¿Cuándo viaja en qué lugar se hospedaría?	Propiedad	37	10	Los encuestados indicaron que al momento de llegar a la parroquia su estadía la realizaban en complejos turísticos o en hoteles del sector, tomando en cuenta estos datos se realizara el diseño del centro turístico.
	Amigos/Familiares	73	19	
	Hostería	110	29	
	Complejo	83	22	
	Hotel	75	20	
¿Cuál es el presupuesto para sus vacaciones?	De 200 – 300 dólares	213	56	En relación al presupuesto para sus vacaciones un porcentaje mayoritario de los encuestados indico que su presupuesto para vacacionar era de 200\$ a 300\$, estos datos serán tomados en cuenta al momento de ofertar actividades en el interior y exterior del centro turístico ecológico.
	De 301 – 400 dólares	80	21	
	De 401 – 500 dólares	54	14	
	Más de 800 dólares	31	8	
¿Qué instalaciones turísticas le gustaría para un Centro Turístico Ecológico?	Alojamiento	116	31	Las encuestas realizadas a los turistas que visitan la parroquia indican que las instalaciones de preferencia son de alojamiento, restauración y senderos donde los turistas puedan sentirse en tranquilidad con la naturaleza que les rodea. Estos resultados se usaran para el diseño de las instalaciones interiores del proyecto.
	Restaurante y Bar	47	12	
	Piscina natural	58	15	
	Senderos ecológicos	85	22	
	Centro de Interpretación Ambiental	35	9	
	Canchas deportivas	37	10	
¿En qué actividades le gustaría participar	Agricultura orgánica	40	11	Los turistas encuestados mostraron en preferencia por actividades que tienen mucha relación con la naturaleza, el centro turístico ecológico tomara en consideración las mismas para implementar personal
	Caminatas en selva	51	13	
	Deportes varios	46	12	

en el Centro Turístico Ecológico?	Tradiciones de shamanismo	29	8	capacitado y así satisfaga las expectativas del turista al momento de cumplir con las opciones que ofrece el proyecto.
	Pesca deportiva	26	7	
	Reciclaje	13	3	
	Preparación alimentos típicos	40	11	
	Conocimiento de flora nativa	25	7	
	Colaboración con la Comunidad	33	9	
	Camping	13	3	
	Realización artesanías	25	7	
	Conocimiento de fauna nativa	37	10	

Elaborado por: Roberto Martínez, 2015.

4.5.5.2 CORRELACIONES DE VARIABLES DE LOS TURISTAS NACIONALES

Tabla 15. Correlación Edad

¿Ha visitado la Amazonia?	0.007
¿Le gustaría visitar la Provincia de Sucumbíos?	-0.103
¿Qué le motivó visitar la amazonia?	-0.065
¿Qué modalidad de Turismo es de su preferencia?	0.037
¿En qué época viaja con mayor frecuencia?	0.025
¿Cuál es el tiempo de permanencia durante sus viajes realizados?	-0.068
¿Cuál es el principal medio de transporte que utiliza para viajar?	0.079
¿Cuándo viaja en qué lugar se hospedaría?	-0.053
¿Cuál es el presupuesto para sus vacaciones?	0.002
¿Qué instalaciones turísticas le gustaría para un Centro Turístico Ecológico?	-0.052
¿En qué actividades le gustaría participar en el Centro Turístico Ecológico?	-0.047

Elaborado por: Roberto Martínez, 2015.

El coeficiente de relación obtenido de la variable edad y las preguntas de la encuesta indican que existe correlación positiva débil en P1, P4, P5 y P7. Con el análisis de P2, P3, P6, P8, P10 y P11 se determina que el valor de correlación es negativa débil. Por lo que podemos negar que exista relación directa entre la edad de los turistas y las variables de la encuesta.

Tabla 16. Correlación Género de los turistas

¿Ha visitado la Amazonia?	-0.124
¿Le gustaría visitar la Provincia de Sucumbíos?	-0.025
¿Qué le motivó visitar la amazonia?	-0.015
¿Qué modalidad de Turismo es de su preferencia?	-0.053
¿En qué época viaja con mayor frecuencia?	-0.031
¿Cuál es el tiempo de permanencia durante sus viajes realizados?	-0.026
¿Cuál es el principal medio de transporte que utiliza para viajar?	-0.019
¿Cuándo viaja en qué lugar se hospedaría?	-0.025
¿Cuál es el presupuesto para sus vacaciones?	-0.014
¿Qué instalaciones turísticas le gustaría para un Centro Turístico Ecológico?	-0.025
¿En qué actividades le gustaría participar en el Centro Turístico Ecológico?	0.015

Elaborado por: Roberto Martínez, 2015.

Se obtuvo un valor de coeficiente de Pearson diferente a 0, en la mayoría de preguntas por lo que se puede afirmar que existe una correlación negativa débil. Tomando en cuenta que P11 muestra correlación positiva débil con el género de los turistas.

Tabla 17. Correlación Estado Civil

¿Ha visitado la Amazonia?	-0.176
¿Le gustaría visitar la Provincia de Sucumbíos?	0.703
¿Qué le motivó visitar la amazonia?	0.788
¿Qué modalidad de Turismo es de su preferencia?	0.586
¿En qué época viaja con mayor frecuencia?	0.7
¿Cuál es el tiempo de permanencia durante sus viajes realizados?	0.759
¿Cuál es el principal medio de transporte que utiliza para viajar?	0.748
¿Cuándo viaja en qué lugar se hospedaría?	0.747
¿Cuál es el presupuesto para sus vacaciones?	0.708
¿Qué instalaciones turísticas le gustaría para un Centro Turístico Ecológico?	0.737
¿En qué actividades le gustaría participar en el Centro Turístico Ecológico?	0.505

Elaborado por: Roberto Martínez, 2015.

Existe correlación positiva fuerte con el estado civil en P2, P3, P5, P6, P7, P8, P9 y P10. Se analizó que P1 presenta correlación negativa débil, por otro lado P4 y P11 indican tener correlación positiva débil con la variable.

Tabla 18. Correlación Nivel de Instrucción de los Turistas

¿Ha visitado la Amazonia?	-0.164
¿Le gustaría visitar la Provincia de Sucumbíos?	0.583
¿Qué le motivó visitar la amazonia?	0.654
¿Qué modalidad de Turismo es de su preferencia?	0.586
¿En qué época viaja con mayor frecuencia?	0.688
¿Cuál es el tiempo de permanencia durante sus viajes realizados?	0.701
¿Cuál es el principal medio de transporte que utiliza para viajar?	0.777
¿Cuándo viaja en qué lugar se hospedaría?	0.741
¿Cuál es el presupuesto para sus vacaciones?	0.658
¿Qué instalaciones turísticas le gustaría para un Centro Turístico Ecológico?	0.683
¿En qué actividades le gustaría participar en el Centro Turístico Ecológico?	0.521

Elaborado por: Roberto Martínez, 2015.

El índice de correlación existente en P1 es negativa débil con la instrucción de los turistas, se analizó que P6, P7 y P8 tienen correlación positiva fuerte con la variable. Las otras preguntas de la encuesta determinaron correlaciones positivas débiles afirmando la hipótesis por ser mayores a 0,50.

Tabla 19. Correlación Ocupación de los Turistas

¿Ha visitado la Amazonia?	-0.179
¿Le gustaría visitar la Provincia de Sucumbíos?	0.633
¿Qué le motivó visitar la amazonia?	0.66
¿Qué modalidad de Turismo es de su preferencia?	0.559
¿En qué época viaja con mayor frecuencia?	0.621
¿Cuál es el tiempo de permanencia durante sus viajes realizados?	0.628
¿Cuál es el principal medio de transporte que utiliza para viajar?	0.829
¿Cuándo viaja en qué lugar se hospedaría?	0.677
¿Cuál es el presupuesto para sus vacaciones?	0.748
¿Qué instalaciones turísticas le gustaría para un Centro Turístico Ecológico?	0.707
¿En qué actividades le gustaría participar en el Centro Turístico Ecológico?	0.495

Elaborado por: Roberto Martínez, 2015.

El valor de correlación de P1 es negativa débil en base a la ocupación de los turistas, P9 y P10 revelan tener una correlación positiva fuerte con la variable, mientras el resto de preguntas indican que la correlación es positiva débil afirmando la hipótesis planteada.

Tabla 20. Correlación Procedencia de los turistas

¿Ha visitado la Amazonia?	-0.211
¿Le gustaría visitar la Provincia de Sucumbíos?	0.65
¿Qué le motivó visitar la amazonia?	0.71
¿Qué modalidad de Turismo es de su preferencia?	0.618
¿En qué época viaja con mayor frecuencia?	0.724
¿Cuál es el tiempo de permanencia durante sus viajes realizados?	0.661
¿Cuál es el principal medio de transporte que utiliza para viajar?	0.711
¿Cuándo viaja en qué lugar se hospedaría?	0.719
¿Cuál es el presupuesto para sus vacaciones?	0.684
¿Qué instalaciones turísticas le gustaría para un Centro Turístico Ecológico?	0.703
¿En qué actividades le gustaría participar en el Centro Turístico Ecológico?	0.425

Elaborado por: Roberto Martínez, 2015.

Se obtuvo el valor de correlación de P3, P5, P7, P8 y P10 de forma positiva fuerte, en P1 la correlación es negativa débil con procedencia de los turistas. El resto de preguntas indican tener una correlación positiva débil con la variable afirmando la hipótesis.

4.5.5.3 Análisis de los resultados de las encuestas a Turistas Nacionales

Al momento de realizar las encuestas se tomó en cuenta variables demográficas como son: edad, género, estado civil, nivel de instrucción, ocupación y procedencia de los turistas. Se analizaron las correlaciones existentes con cada una de las preguntas del cuestionario que se usó, en cuanto a la variable de edad el grupo con mayor número de encuestados fue el de 29 a 39 años de edad.

El grupo de 30 a 39 años contestó 64 veces de forma positiva. La pregunta fue ¿si ha visitado la amazonia alguna vez? El grupo de encuestados de 20 a 29 años de edad indicó en su mayoría que no había visitado la amazonia, teniendo en cuenta que estos dos grupos de edad son los que tuvieron el mayor número de encuestados se puede observar que existe interés por conocer la región donde se propone el proyecto.

Cuando se preguntó a los turistas nacionales si ¿les gustaría visitar la provincia de sucumbíos? El grupo de 30 a 39 años indicó que ya lo había hecho dos

veces, el segmento de 20 a 29 años de edad indico que solo lo había hecho una vez.

Es muy importante tomar en cuenta que los visitantes ya tengan una experiencia propia de la zona, porque donde se propone implementar el centro turístico tiene características geográficas que pueden o no afectar a la motivación del turista.

Las modalidades de turismo que les gusto a los encuestados fueron el ecoturismo y el turismo científico, tomando en cuenta estas motivaciones se diseñaran las actividades que se ofertaran en el complejo.

La época del año donde los turistas prefieren vacacionar fueron: junio, julio y agosto, estos datos se analizaran para tener claro la época del año cuando exista mayor número de visitantes. El presupuesto que se determinó por los encuestados fue de 200 a 300 dólares incluyendo todos los servicios.

Las instalaciones de gusto de los visitantes nacionales fueron de hospedaje, piscinas y restaurantes con bares. En base a esta información se diseñó la ubicación de las áreas internas del centro turístico. El medio de transporte mayor usado por los turistas son las cooperativas de buses interprovinciales, seguido de uso de vehículos propios y buses privados con guía, de esta manera se tomó en cuenta el espacio que tendrán los parqueaderos del complejo.

En cuanto a la variable " procedencia de los turistas" la mayor afluencia de ellos son de la región amazónica, seguida de los visitantes de la región sierra y costa. La mayoría de turistas que provienen de la sierra ya han visitado alguna vez el oriente. Los visitantes de la costa indicaron haber ido a Sucumbíos solo una vez, mientras la gente de la sierra indico haber conocido la provincia más de dos veces por diferentes motivos.

La motivación de viaje a la amazonia es por su naturaleza indicaron los turistas de la sierra, los visitantes de la costa identificaron que la mayor motivación es la recreación y el descanso en un ambiente parecido al de su origen. Las personas procedentes del oriente indicaron que sus motivaciones para visitar

esta parte de la región fueron: los negocios, el turismo y la cultura que existe en la zona.

Las modalidades de turismo que prefieren los turistas son: La gente procedente de la costa busca la aventura, las personas de la sierra prefieren el ecoturismo y los visitantes del oriente lo hacen por el agroturismo. La época del año de preferencia para los visitantes de la costa es de diciembre a febrero, mientras los turistas de la sierra lo hacen en feriados y de junio a agosto, así mismo, la gente del oriente prefiere hacerlo los fines de semana y feriados.

El tiempo de permanencia de los turistas está dividido de la siguiente manera: en la costa prefieren los viajes cortos de un día, en la sierra usan los fines de semana para viajar, mientras que en el oriente utilizan hasta dos semanas para vacacionar. Estos datos se toman en cuenta para la elaboración de paquetes turísticos y actividades complementarias en el centro turístico ecológico.

En cuanto a lo que respecta al género, existe un mayor número de mujeres encuestadas, tomando en cuenta que este género será el de mayor influencia el centro turístico debe tener una temática dirigida a las mujeres.

Las modalidades de turismo que prefieren ellas son: el ecoturismo, el turismo científico, el agroturismo y el turismo cultural. Siendo de mucha importancia estos datos, se los tomo en cuenta al momento de diseñar las actividades internas del complejo.

La época del año donde prefieren vacacionar las turistas son en los meses de junio, julio y agosto. Con un tiempo de estadía que oscila entre un fin de semana y máximo una semana completa en el lugar. El medio de transporte usado en su mayoría es el vehículo propio seguido de las cooperativas de buses interprovinciales.

Las instalaciones de preferencia del género son: los senderos ecológicos, el alojamiento cómodo, piscinas, restaurantes y bares. Teniendo en cuenta esta información el complejo tendrá preferencias de decoración y sanidad especialmente en estas áreas.

El estado civil fue otra variable evaluada, dando como resultado que el grupo de casados y de solteros son nuestro mercado meta. El presupuesto estimado para un turista soltero es de 200 a 300 dólares por viaje, mientras que la pareja de casados tienen un presupuesto entre 300 a 400 dólares. Estos datos nos indican la oscilación del valor de los servicios que se ofertaran en "La Yuquita".

La motivación de los turistas solteros son: la recreación, el descanso, la naturaleza, la cultura y el turismo. Las parejas de casadas tienen de preferencia las actividades relacionadas con el turismo, la cultura y la investigación. Estas tendencias determinan las actividades que se incluirán en los paquetes turísticos que se ofertaran.

Las modalidades de turismo que prefieren los casados son: el ecoturismo, el turismo científico y el agroturismo. Además el uso de instalaciones como: senderos ecológicos, piscinas, centros de interpretación ambiental y hospedaje son las favoritas de este segmento, los visitantes solteros se inclinan más por el turismo científico, el turismo de aventura y el ecoturismo. De igual manera las instalaciones de preferencia son: el alojamiento cómodo, las piscinas, restaurantes y bares.

En cuanto a la instrucción de los turistas nacionales se determinó que la mayoría de encuestados tienen una instrucción superior, siendo este el grupo al cual se deben enfocar las actividades que serán diseñadas en el centro turístico ecológico. El presupuesto que indican los visitantes es de más de 800 dólares, tomando en cuenta que es gente que tiene un empleo fijo.

El tiempo de permanencia usado para vacacionar son los fines de semana, viajando con mayor frecuencia los meses de junio, julio y agosto. Los medios de transporte más usados son: el vehículo propio, el vehículo alquilado o en las cooperativas de buses interprovinciales.

La ocupación de los turistas que van a visitar el centro turístico en su gran mayoría son de empleados privados siendo estos los clientes potenciales que consumirán nuestros productos. Los empleados públicos son el segundo segmento al cual debemos dirigir nuestra atención para desarrollar actividades acordes a sus expectativas.

El presupuesto estimado para vacacionar es de 200 a 300 dólares en ambos segmentos, el tiempo de permanencia es máximo de un fin de semana y la época de preferencia para viajar son los meses de junio, julio y agosto, tomando en cuenta que las vacaciones escolares son en esta época.

El medio de transporte usado por los visitantes es el bus interprovincial seguido de vehículos alquilados, prefieren instalaciones como: piscinas, bares, restaurantes y senderos ecológicos. En su gran mayoría indican haber visitado por lo menos una vez la provincia de Sucumbíos.

Tabla 21. Resultado de las Encuestas a Turistas Extranjeros.

Extranjeros	VARIABLES	#	%	ANÁLISIS
Edad	< 19	54	14	El mayor número de visitantes extranjeros se encuentra en una edad comprendida entre 20 y 39 años siendo estos nuestros clientes potenciales, las edades comprendidas entre los 40 y 49 años de edad son el segundo segmento de interés para el proyecto. Estos datos permiten determinar que la población económicamente activa y por ende la de mayor poder adquisitivo, es la que más recorre nuestro país para realizar actividades turísticas.
	20 – 29	85	22	
	30 – 39	84	22	
	40 – 49	66	17	
	50 – 59	59	16	
	60 – 69	30	8	
Genero	Masculino	203	54	El género masculino de los turistas extranjeros fue el que realizo mayor número de encuestas, dando como resultado un diseño enfocado a las tendencias del segmento.
	Femenino	175	46	
Estado Civil	Soltero	98	26	Los resultados arrojados después de las encuestas demuestran que los grupos que mayor incidencia tienen son los de parejas casadas, seguidas de personas solteras, estos datos se tomaran en consideración al momento de diseñar la capacidad de habitaciones en el centro turístico ecológico.
	Casado	187	49	
	Viudo	37	10	
	Divorciado	30	8	
	Unión Libre	26	7	
Nivel de instrucción	Primaria	17	4	Turistas extranjeros así como nacionales tienen una instrucción superior en su mayoría, siendo este el grupo al cual se deben enfocar las actividades que serán diseñadas en el centro turístico ecológico.
	Secundaria	60	16	
	Superior	203	54	
	Postgrado	70	19	
	PhD	28	7	
Ocupación	Empleado Publico	80	21	La ocupación de los turistas que van a visitar el centro turístico en su gran mayoría son de empleados privados siendo estos los clientes potenciales que consumirán nuestros productos. Los empleados públicos son el segundo segmento al cual debemos dirigir nuestra atención para desarrollar actividades acordes a sus expectativas.
	Empleado Privado	95	25	
	Agricultor	17	4	
	Ama de casa	48	13	
	Estudiante	73	19	
	Jubilado	65	17	
Procedencia	América del sur	54	14	En las encuestas realizadas a turistas extranjeros se comprobó que el mayor número de visitas al Cantón Gonzalo Pizarro fueron hechas por norteamericanos seguida de visitantes europeos, que, en su mayoría les interesa el contacto con la naturaleza y aprender
	Centro América	42	11	
	Norte América	122	32	
	Europa	99	26	

	Asiático	20	5	aspectos culturales. Dándonos referentes de que calidad de servicios necesita el centro turístico ecológico.
	África	18	5	
	Oceanía	23	6	
¿Ha visitado la Amazonia?	Si	246	65	Los resultados de las encuestas indican que turistas extranjeros si han visitado la región amazónica, siendo este un resultado positivo para la promoción del centro turístico tomando en cuenta que ya existe un conocimiento previo de las condiciones físicas de la zona
	No	132	35	
¿Generalmente con quién viaja?	Amigos	44	12	La mayor motivación por la que turistas extranjeros visitan la región amazónica es su exuberante belleza natural, seguida de la búsqueda de lugares tranquilos para el descanso y recreación. Enfocados a estas motivaciones se diseñaran las infraestructuras del centro turístico ecológico.
	Solo	142	38	
	Familia	93	25	
	Tour	48	13	
	Pareja	51	13	
	Otro		0	
¿Qué modalidad de Turismo es de su preferencia?	Turismo de Aventura	79	21	Las modalidades de turismo de preferencia para los turistas extranjeros en su mayoría son: el turismo de aventura y el ecoturismo siendo estas actividades las que motivaran al turista a preferir la estadía en el centro turístico ecológico porque este alberga diferentes opciones como el senderismo, la observación de aves, el boying, la pesca deportiva, etc.
	Turismo Científico	81	21	
	Ecoturismo	93	25	
	Turismo Cultural	34	9	
	Agroturismo	68	18	
	Turismo Gastronómico	23	6	
	Otros		0	
¿En qué época viaja con mayor frecuencia?	De diciembre a febrero	130	34	Turistas extranjeros afirmaron que la mejor época para visitar el oriente Ecuatoriano era en los meses de junio a agosto donde pueden disponer de mayor tiempo para su estadía.
	Feridos	48	13	
	De Junio a agosto	126	33	
	Fines de semana	74	20	
¿Cuál es el presupuesto para sus vacaciones?	De 300 –500 dólares	154	41	En los resultados de las encuestas realizadas a turistas extranjeros se constató que el presupuesto para sus vacaciones es de 300\$ a 500\$ en su mayoría, estos datos se tomaran en consideración al momento del diseño de paquetes turísticos y actividades del centro turístico ecológico.
	De 500 –800 dólares	99	26	
	De 800 – 1200 dólares	79	21	
	Más de 2000 dólares	46	12	
¿Qué instalaciones turísticas le gustaría para un Centro Turístico Ecológico?	Alojamiento	140	37	En relación a las instalaciones que los turistas recomiendan son: el 37% es para el alojamiento, un 20% para el restaurante y bar, el 13% para las áreas de piscina, un 15% dedicado para los senderos ecológicos, un 9% para un centro de interpretación ambiental y un 5% para canchas deportivas. Estos resultados se usaran para el diseño de las instalaciones interiores del proyecto.
	Restaurante y Bar	77	20	
	Piscina natural	51	13	
	Senderos ecológicos	58	15	
	Centro de Interpretación Ambiental	33	9	
	Canchas deportivas	19	5	
¿En qué actividades le gustaría participar en el Centro Turístico Ecológico?	Agricultura orgánica	40	11	Los turistas encuestados mostraron preferencia por realizar la actividad de caminatas en la selva con un 13%, seguido de deportes varios con el 12%, el 11% mostro interés por la agricultura orgánica, seguido del 10% y 11% en conocimiento de fauna nativa precedido de preparación de alimentos típicos, un 8% de atención fue en tradiciones de shamanismo. El centro turístico ecológico tomara en consideración los datos para implementar personal capacitado y así satisfaga las
	Caminatas en selva	51	13	
	Deportes varios	46	12	
	Tradiciones de shamanismo	29	8	
	Pesca deportiva	26	7	
	Reciclaje	13	3	

	Preparación alimentos típicos	40	11	expectativas del turista al momento de cumplir con las opciones que ofrece el proyecto.
	Conocimiento de flora nativa	25	7	
	Colaboración con la Comunidad	33	9	
	Camping	13	3	
	Realización artesanías	25	7	
	Conocimiento de fauna nativa	37	10	

Elaborado por: Roberto Martínez, 2015.

4.5.5.4 CORRELACIONES DE VARIABLES DE LOS TURISTAS EXTRANJEROS

Tabla 22. Correlación Edad

¿Ha visitado la Amazonia?	-0.054
¿Generalmente con quién viaja?	-0.105
¿Qué modalidad de Turismo es de su preferencia?	-0.141
¿En qué época viaja con mayor frecuencia?	-0.051
¿Cuál es el presupuesto para sus vacaciones?	-0.078
¿Qué instalaciones turísticas le gustaría para un Centro Turístico Ecológico?	-0.064
¿En qué actividades le gustaría participar en el Centro Turístico Ecológico?	-0.1

Elaborado por: Roberto Martínez, 2015.

El valor de Pearson en las preguntas que se usaron en las encuestas indica tener correlación negativa débil, descartando que la hipótesis se relacione con la variable edad.

Tabla 23. Correlación Género de los turistas

¿Ha visitado la Amazonia?	-0.001
¿Generalmente con quién viaja?	0.012
¿Qué modalidad de Turismo es de su preferencia?	0.028
¿En qué época viaja con mayor frecuencia?	0.017
¿Cuál es el presupuesto para sus vacaciones?	0.059
¿Qué instalaciones turísticas le gustaría para un Centro Turístico Ecológico?	0.012
¿En qué actividades le gustaría participar en el Centro Turístico Ecológico?	0.019

Elaborado por: Roberto Martínez, 2015.

En el género de los turistas P1 muestra tener una correlación negativa débil, el resto de preguntas usadas en las encuestas indican que la correlación es

positiva débil afirmando la hipótesis de la importancia de la relación con género.

Tabla 24. Correlación Estado Civil

¿Ha visitado la Amazonia?	0.055
¿Generalmente con quién viaja?	0.19
¿Qué modalidad de Turismo es de su preferencia?	0.007
¿En qué época viaja con mayor frecuencia?	-0.01
¿Cuál es el presupuesto para sus vacaciones?	0.238
¿Qué instalaciones turísticas le gustaría para un Centro Turístico Ecológico?	0.071
¿En qué actividades le gustaría participar en el Centro Turístico Ecológico?	-0.004

Elaborado por: Roberto Martínez, 2015.

El valor determinado por la variable estado civil indica que P4 y P7 tienen una correlación negativa débil, en el análisis de las otras preguntas con la variable se obtuvo que la correlación es positiva débil descartando la hipótesis con el estado civil.

Tabla 25. Correlación Nivel de Instrucción de los Turistas

¿Ha visitado la Amazonia?	0.07
¿Generalmente con quién viaja?	0.243
¿Qué modalidad de Turismo es de su preferencia?	0.053
¿En qué época viaja con mayor frecuencia?	0.036
¿Cuál es el presupuesto para sus vacaciones?	0.264
¿Qué instalaciones turísticas le gustaría para un Centro Turístico Ecológico?	0.089
¿En qué actividades le gustaría participar en el Centro Turístico Ecológico?	0.027

Elaborado por: Roberto Martínez, 2015.

El valor de correlación que presentan las preguntas de la encuesta con la variable Instrucción de los turistas determina que es positiva débil afirmando la hipótesis de relación con la variable.

Tabla 26. Correlación Ocupación de los Turistas

¿Ha visitado la Amazonia?	-0.035
¿Generalmente con quién viaja?	-0.033
¿Qué modalidad de Turismo es de su preferencia?	0.015
¿En qué época viaja con mayor frecuencia?	-0.058
¿Cuál es el presupuesto para sus vacaciones?	0.285
¿Qué instalaciones turísticas le gustaría para un Centro Turístico Ecológico?	-0.016
¿En qué actividades le gustaría participar en el Centro Turístico Ecológico?	-0.032

Elaborado por: Roberto Martínez, 2015.

Se puede observar que las preguntas de la encuesta a turistas extranjeros generan una correlación negativa débil con la ocupación de los turistas, se tomara en cuenta que P2 y P5 revelan una correlación positiva débil con la variable afirmando la hipótesis.

Tabla 27. Correlación Procedencia de los turistas

¿Ha visitado la Amazonia?	0.119
¿Generalmente con quién viaja?	0.148
¿Qué modalidad de Turismo es de su preferencia?	0.062
¿En qué época viaja con mayor frecuencia?	0.063
¿Cuál es el presupuesto para sus vacaciones?	0.215
¿Qué instalaciones turísticas le gustaría para un Centro Turístico Ecológico?	0.044
¿En qué actividades le gustaría participar en el Centro Turístico Ecológico?	0.025

Elaborado por: Roberto Martínez, 2015.

La procedencia de los turistas extranjeros tiene una correlación positiva débil con todas las preguntas de la encuesta que se realizó, afirmando la hipótesis en relación con la variable.

4.5.5.5 Análisis de los resultados de las encuestas a Turistas

Después de realizar las encuestas a turistas extranjeros en la parroquia de Lumbaqui se logró determinar: Las preferencias de los turistas respecto a que producto demandan. (Servicios, actividades e infraestructuras).

Se podrá cuantificar la potencialidad de la demanda. Tomando en cuenta aspectos como: costos, tiempos permanencia, temporadas.

Al momento de realizar las encuestas se tomó en cuenta variables demográficas como son: edad, género, estado civil, nivel de instrucción, ocupación y procedencia de los turistas.

Se analizaron las correlaciones existentes con cada una de las preguntas del cuestionario que se usó, en cuanto a la variable de edad el grupo con mayor número de encuestados fue el de 20 a 39 años de edad y el segundo en importancia fue el de 40 a 49 años.

El grupo de 20 a 39 años contestó 61 veces de forma positiva. La pregunta fue ¿si ha visitado la amazonia alguna vez? El grupo de encuestados de 40 a 49 años de edad indicó en su mayoría que no había visitado la amazonia, teniendo en cuenta que estos dos grupos de edad son los que tuvieron el mayor número de encuestados, se puede observar que existe interés por conocer la región donde se propone el proyecto.

Las modalidades de turismo que les gustó a los encuestados fueron el ecoturismo, el agroturismo y el turismo científico, tomando en cuenta estas motivaciones se diseñarán las actividades que se ofertarán en el complejo.

La época del año donde los turistas prefieren vacacionar fueron: enero, febrero junio, julio, agosto y diciembre, estos datos se analizarán para tener claro la época del año cuando exista mayor número de visitantes. El presupuesto que se determinó por los encuestados fue de 300 a 500 dólares incluyendo todos los servicios.

En cuanto a la variable " procedencia de los turistas" la mayor afluencia de ellos son de Norteamérica, seguida de los visitantes de Europa y Sudamérica. La mayoría de turistas que provienen de Norteamérica ya han visitado alguna vez el oriente o han escuchado de él.

La motivación de viaje a la amazonia es por su naturaleza, eso indicaron los turistas de Europa, los visitantes de Sudamérica identificaron que la mayor motivación es la recreación y el descanso. Las personas procedentes

Norteamérica indicaron que sus motivaciones para visitar esta parte de la región fueron: el turismo y la cultura que existe en la zona.

Las modalidades de turismo que prefieren los turistas son: La gente procedente de Norteamérica busca la aventura, las personas de Europa y Sudamérica prefieren el ecoturismo. La época del año de preferencia para los visitantes de Norteamérica es de diciembre a febrero, mientras los turistas de Europa lo hacen en junio julio y agosto.

En cuanto a lo que respecta al género, existe un mayor número de hombres encuestados, tomando en cuenta que este género será el de mayor influencia el centro turístico debe tener una temática dirigida a los hombres. Las modalidades de turismo que prefieren los turistas son: el ecoturismo, el turismo científico, el agroturismo y el turismo cultural.

Las instalaciones de preferencia del género masculino son: los senderos ecológicos, alojamiento, piscinas, restaurantes y bares. Teniendo en cuenta esta información el complejo tendrá preferencias de temática especialmente en estas áreas.

El estado civil fue otra variable evaluada, dando como resultado que el grupo de casados y de solteros son nuestro mercado meta. El presupuesto estimado para un turista soltero es de 300 a 500 dólares por viaje, mientras que la pareja de casados tienen un presupuesto entre 500 a 800 dólares. Estos datos nos indican la oscilación del valor de los servicios que se ofertaran en "La Yuquita".

Las actividades de los turistas solteros son: las caminatas en la selva, conocimiento de flora nativa, el conocimiento de fauna nativa y la agricultura orgánica. Las parejas de casadas tienen de preferencia las actividades relacionadas con: las caminatas en la selva, la práctica de deportes varios y la preparación de alimentos típicos. Estas tendencias determinan las actividades que se incluirán en los paquetes turísticos que se ofertaran.

Las modalidades de turismo que prefieren los casados son: el ecoturismo, el turismo científico y el agroturismo. Los visitantes solteros se inclinan más por el turismo científico, el turismo de aventura y el ecoturismo.

En cuanto a la instrucción de los turistas extranjeros se determinó que la mayoría de encuestados tienen una instrucción superior, siendo este el grupo al cual se deben enfocar las actividades que serán diseñadas en el centro turístico ecológico. El presupuesto que indican los visitantes es de más de 800 dólares, tomando en cuenta que es gente que tiene un trabajo fijo.

La ocupación de los turistas que van a visitar el centro turístico en su gran mayoría son de empleados privados siendo estos los clientes potenciales que consumirán nuestros productos. Los empleados públicos son el segundo segmento al cual debemos dirigir nuestra atención para desarrollar actividades acordes a sus expectativas.

El presupuesto estimado para vacacionar es de 500 a 800 dólares en ambos segmentos, la época de preferencia para viajar son los meses de junio, julio y agosto, tomando en cuenta que las vacaciones de verano son en esta época.

Se Investigó la oferta de servicios que existe en la zona del proyecto, la siguiente tabla da una visión generalizada del perfil del turista.

Tabla 28. Detalles del perfil general del turista de principales mercados emisores

PAIS	DETALLES DEL PERFIL GENERAL DEL TURISTA DE PRINCIPALES MERCADOS EMISORES																	
	ESTACIONALIDAD												EIDADES					
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6
COLOMBIA	9%	7%	8%	7%	8%	9%	9%	8%	7%	9%	10%	11%	18%	17%	18%	22%	17%	7%
ESTADOS UNIDOS	8%	7%	9%	8%	9%	9%	9%	9%	8%	8%	8%	8%	11%	11%	15%	31%	18%	13%
PERU	9%	8%	8%	8%	8%	8%	9%	8%	8%	9%	9%	9%	9%	10%	23%	22%	31%	5%
ESPAÑA	6%	6%	6%	11%	9%	8%	11%	14%	8%	7%	7%	7%	15%	14%	35%	13%	10%	13%
ARGENTINA	18%	16%	9%	8%	5%	5%	7%	6%	6%	9%	6%	8%	17%	20%	20%	25%	13%	5%
CHILE	15%	19%	5%	7%	5%	4%	10%	4%	11%	7%	7%	6%	21%	15%	19%	23%	15%	7%
ALEMANIA	5%	6%	5%	8%	9%	10%	12%	12%	10%	9%	7%	7%	7%	13%	12%	28%	23%	17%
CANADA	6%	6%	8%	8%	9%	9%	11%	12%	9%	8%	7%	7%	12%	8%	11%	29%	27%	13%
MEXICO	2%	2%	4%	9%	2%	2%	18%	25%	4%	2%	2%	27%	11%	31%	32%	17%	6%	4%
FRANCIA	6%	6%	6%	9%	9%	7%	11%	15%	9%	6%	7%	9%	22%	13%	13%	20%	19%	13%
BRASIL	12%	8%	7%	6%	5%	6%	12%	6%	6%	7%	7%	19%	8%	13%	22%	21%	24%	13%
CHINA	5%	8%	7%	8%	11%	9%	8%	7%	10%	18%	6%	4%	7%	28%	26%	20%	15%	4%

EDAD

1 = hasta 14 años
2 = 15 a 24 años
3 = 25 a 34 años
4 = 35 a 49 años
5 = 50 a 64 años
6 = Más de 65 años

ESTACIONALIDAD

1 = Enero
2 = Febrero
3 = Marzo
4 = Abril
5 = Mayo
6 = Junio

7 = Julio
8 = Agosto
9 = Septiembre
10 = Octubre
11 = Noviembre
12 = Diciembre

Fuente: Turismo en cifras, 2014.

CAPÍTULO 5

DISEÑO DEL CENTRO TURÍSTICO – ECOLÓGICO “LAYUQUITA”

5.1 DESCRIPCIÓN GENERAL

El contenido de este capítulo hace referencia a aspectos específicos de la propuesta del centro turístico ecológico, para esto se desarrolla un análisis F.O.D.A como una herramienta metodológica. También el árbol de problemas y de objetivos, se describe la organización empresarial tomando en cuenta aspectos básicos como la estructura organizacional y el organigrama de talento humano. Se determinan precios, productos, servicios y especificaciones técnicas de la construcción de cabañas, distribución de áreas y el estudio financiero del centro turístico.

5.2 METODOLOGÍA

5.2.1 Análisis F.O.D.A. Centro turístico ecológico “La Yuquita”

Fortalezas:

- 1- Propietario con mucho interés en la implementación del Centro Turístico Ecológico.
- 2- Vías de acceso en buen estado.
- 3- Existe una superficie de 200 has. Disponibles para la construcción y utilización en actividades de ecoturismo.
- 4- Existen bosques primarios, fauna y flora nativos, ríos y esteros, es decir con todos los recursos naturales para nuestros objetivos.
- 5- La biodiversidad, clima y paisaje favorecen a la implementación del proyecto.
- 6- No existen prohibiciones ni gravámenes sobre la propiedad.
- 7- Facilidad de transporte para los turistas y su bajo costo.
- 8- Existe un déficit tanto de hoteles y complejos en la parroquia.

Debilidades:

- 1- Inexistente promoción turística en la zona.
- 2- Insuficientes recursos monetarios propios que permitan para esta inversión.
- 3- Posicionamiento estratégico costoso.
- 4- Inexistente política de Estado que facilite y apoye la realización de esta clase de inversiones.
- 5- Dificultades para el crédito y su alto costo.
- 6- La gente desconoce el valor de los recursos naturales.

Amenazas:

- 1- Centros turísticos consolidados.
- 2- Incremento de la inseguridad a nivel nacional.
- 3- Crecimiento de la frontera agropecuaria.
- 4- Deslizamientos frecuentes en las carreteras a causa de las lluvias.
- 5- Dificultad para competir con países de alto grado de desarrollo turístico.
- 6- Las políticas del estado han están orientadas a la explotación petrolera más que al turismo.

Oportunidades:

- 1- Demanda de productos innovadores.
- 2- Posibilidad de incrementar los visitantes usando diferentes estrategias de Marketing.
- 3- El Cantón no ha sido afectado aun por explotación forestal intensiva.
- 4- Existen ONGs internacionales que apoyan a la conservación y defensa del medio ambiente.
- 5- Hay una creciente demanda internacional de turistas deseosos por investigar la flora y fauna amazónicas.
- 6- Existe mano de obra desocupada en las poblaciones cercanas.
- 7- Posibilidad de promocionar el turismo mediante videos nacionales e internet.

5.2.2 CRUCE DE VARIABLES

Cuadro No. 7. Análisis F.O.D.A. Centro turístico ecológico “La Yuquita”

FO	DO
Puede ampliar el mercado, haciendo visitas de familiarización con instituciones educativas como colegios, institutos y centros de capacitación técnica en turismo	Con la implementación del centro turístico ecológico, se impulsara a la creación de otras ofertas turísticas en el Cantón.
Ya que los servicios y productos fueron elaborados con base a un estudio de mercado se pretende captar a turistas a nivel local, nacional e internacional	Ya que las certificaciones en ecoturismo son procesos complejos, se pretende tener una visión ecológica.
Cuenta con personal capacitado para satisfacer las necesidades de los visitantes que lleguen al centro turístico ecológico.	Ya que podría tener turistas nacionales e internacionales, se debe contratar personal capacitado para la prestación de servicios.
Con los recursos que cuenta la empresa puede implementar un plan de marketing para atraer a más turistas.	Se necesita tener un convenio con las comunidades cercanas para el abastecimiento de productos agrícolas de la zona
Con la implementación de infraestructuras recreacionales será usado por los pobladores del Cantón de forma periódica.	
FA	DA
El centro turístico debe tener convenios con operadoras de turismo a nivel nacional para ofertar sus servicios.	Realizar un calendario programado e integrado de diferentes comunidades para poder cubrir las capacitaciones y así tener el personal local actualizado.
Se debe impulsar la capacitación de personas de la comunidad que tengan el interés de trabajar en el campo turístico.	Para no contratar personal de la capital e incurrir en gastos de viáticos, contratar personal local que cumpla con los requisitos del puesto.
Realizar un análisis del perfil del turista, para tener una idea clara de cuáles son las nuevas tendencias en el medio.	
Tener convenios con los proveedores de servicios turísticos en lugares que tienen renombre a nivel nacional e internacional.	
Se debe desarrollar un plan de vinculación comunitaria para el beneficio mutuo de la población y la empresa.	

Elaborado por: Roberto Martínez, 2015.

5.2.1 Análisis de los resultados del FODA

En el cuadro No 7 se puede observar el desarrollo del FODA, que se lo realizó con el fin de elaborar el diagnóstico del territorio en donde se realizará el proyecto.

Entre las principales ventajas que impulsan a realizar el proyecto tenemos que no hay competencia directa local, esto beneficia al centro turístico de manera que se está ofertando un servicio innovador al mercado. Teniendo en cuenta que existe un déficit tanto de hoteles y complejos en la parroquia, realizar un estudio de mercado es preciso para determinar las necesidades existentes en los visitantes.

Se propone actividades innovadoras técnicamente diseñadas en el interior del complejo, en base a los resultados emitidos por las encuestas que se realizaron a 756 turistas entre nacionales y extranjeros. Existe una creciente demanda internacional de turistas deseosos por investigar la flora y fauna nativas, esto impulsa al centro turístico a tener una temática ecológica y procesos amigables con el ambiente, para mantener la vida silvestre del lugar.

Hay ONGs internacionales que apoyan a la conservación y defensa del medio ambiente, por medio de incentivos económicos y el reconocimiento de las empresas beneficiadas ante otras organizaciones, por cumplir con estándares de calidad y protección al medio ambiente.

La posibilidad de incrementar los visitantes usando diferentes estrategias de Marketing es necesaria, se puede tomar en cuenta que los "sellos verdes" y certificaciones de calidad, aseguran al turista que el servicio que se oferta va a satisfacer sus necesidades. El uso de los medios de comunicación de última generación da la posibilidad de promocionar el centro turístico, mediante videos y fotos en el internet, dando una mejor apreciación del servicio que se oferta.

Con este análisis, se puede decir que existen muchas oportunidades al momento de emprender un negocio turístico en la parroquia de Lumbaqui.

5.2 Matriz de Marco Lógico para la elaboración del árbol de problemas y el árbol de objetivos.

Cuadro No. 8. Matriz de Marco Lógico

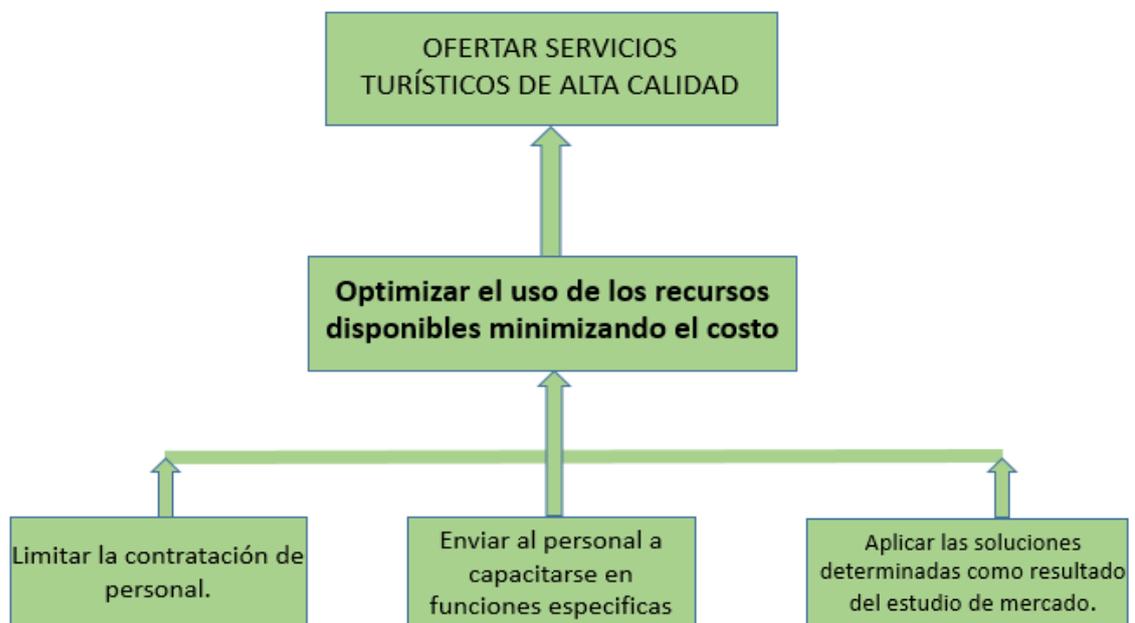
INVOLUCRADOS	INTERESES	PROBLEMAS PERCIBIDOS	SOLUCIONES Y ALTERNATIVAS
Población	Creación de nuevas plazas de trabajo	Alto costo de crédito	Limitar la contratación de personal
Personal de la empresa	Estabilidad laboral	Falta capacitación del personal para el servicio turístico	Enviar al personal a capacitarse en funciones específicas
Accionistas	Rentabilidad	Falta de control en los servicios turísticos	Optimizar el uso de los recursos disponibles minimizando el costo
Gobierno	Captar nuevos impuestos	Perdidas en la operación del proyecto	Manejar una buena estrategia de marketing
Turistas	Calidad y costo de servicios	Insatisfacción de los turistas	Ofertar servicios turísticos de alta calidad
Medios de transporte	Tener mayores ingresos	Disminución del presupuesto disponible por los turistas	Establecer convenios con empresas de transporte privado
MINTUR	Aumentar el flujo de turistas hacia el país	Identificar el perfil de turista real	Aplicar las soluciones determinadas como resultado del estudio de mercado.
MAE	La conservación de los recursos naturales	Limitación en el uso de los recursos existentes para la construcción de la infraestructura	Realizar todos los procesos y actividades respetando las normativas ambientales

Elaborado por: Roberto Martínez, 2015.

5.2.1 ÁRBOL DE PROBLEMAS



5.2.2 ÁRBOL DE OBJETIVOS



5.3 ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL

5.3.1 IMAGEN CORPORATIVA



5.3.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL CENTRO TURÍSTICO ECOLÓGICO

5.3.2.1 MISIÓN

Brindar a los turistas nacionales y extranjeros servicio de alojamiento, alimentación y recreación, aplicando estándares de alta calidad y prácticas de turismo sostenible para la conservación del medio ambiente.

5.3.2.2 VISIÓN

Lograr el reconocimiento como un Centro Turístico Ecológico líder en el mercado nacional e internacional en un plazo máximo de 8 años. Con alta rentabilidad para los inversionistas y mejoramiento del nivel de vida de los pobladores y comunidades involucradas.

5.3.2.3 VALORES CORPORATIVOS

Honestidad

El centro turístico buscara fomentar la comunicación y la honestidad entre empleados y administradores para que exista un ambiente fraterno de trabajo.

Equidad

Se pretenderá tener un trato igualitario entre trabajadores ya sean locales o de la capital.

Respeto

Se fomentara el respeto a las jerarquías en el trabajo y el cumplimiento de las responsabilidades del personal.

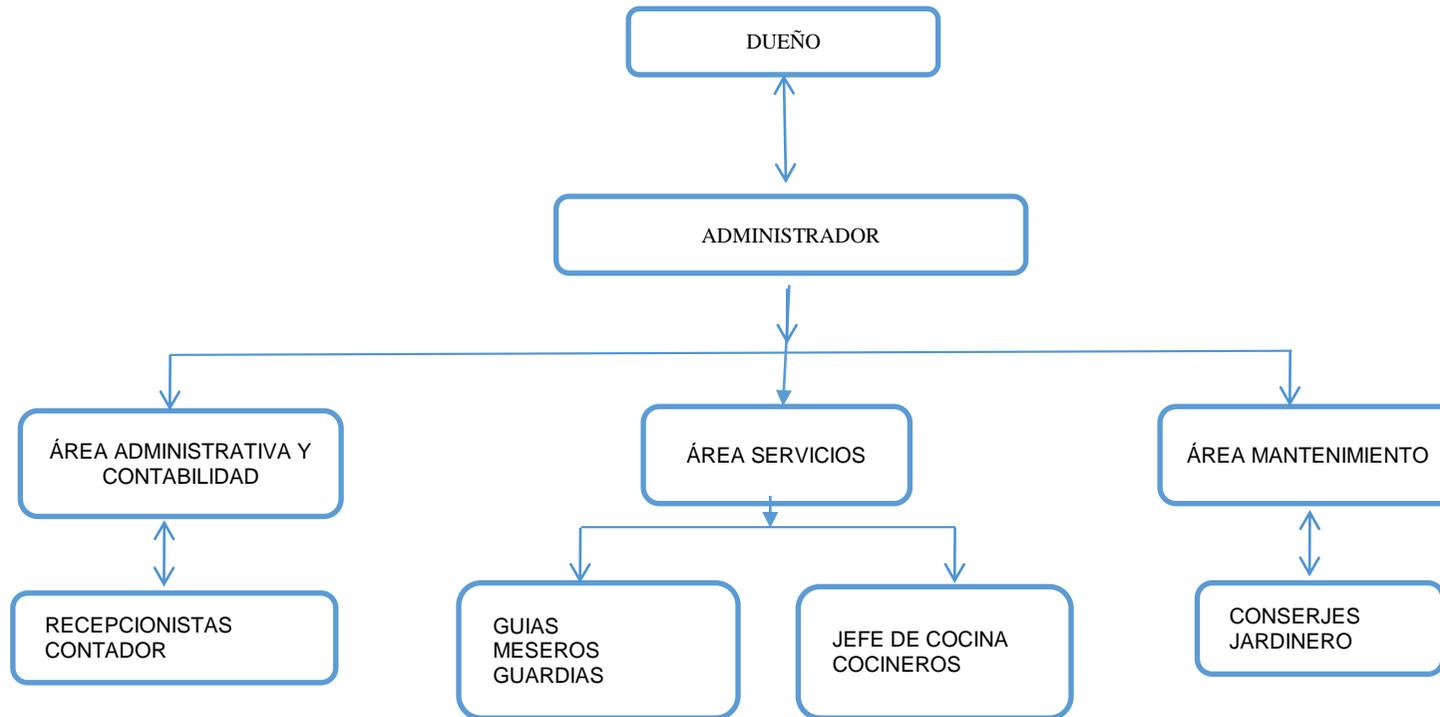
Solidaridad

El compañerismo será el espíritu de los trabajadores, considerando al trabajo en equipo como un objetivo primordial.

5.3.3 TALENTO HUMANO

Organigrama Estructural del Centro Turístico Ecológico "La Yuquita" S.A.

Gráfico No. 4. Organigrama Estructural y de Posición de Puestos



Elaborado por: Roberto Martínez ,201 5

Cuadro No. 9. Personal Necesario de Guías para el Centro Turístico Ecológico

CARGO
Guías Especializados en Flora y Fauna
Guía Nativo
Guía de Aventura
Operario para la Canoa

Elaborado por: Roberto Martínez, 2015.

Cuadro No. 10. Personal Necesario en administración para el Centro Turístico Ecológico.

CARGO
Administrador o Gerente General
Contador
Persona a Cargo de la Limpieza

Elaborado por: Roberto Martínez, 2015.

Cuadro No. 11. Personal Necesario en Servicios para el Centro Turístico Ecológico

CARGO
Recepcionista
Camarera
Cocinero
Ayudante de Cocina
Mesero

Elaborado por: Roberto Martínez, 2015.

Cuadro No. 12. Organización Estructural

CARGO	CARACTERISTICAS	NÚMERO DE EMPLEADOS
Gerente General	Capacidad para organizar, planificar y controlar las actividades del centro turístico ecológico	1
Contador	Habilidad para llevar cuentas claras y minuciosas	1
Secretaria	Facilidad de palabra amable, llevar todo los tramites en orden.	1
Recepcionista	Facilidad de palabra y amable	2
Ing. en Marketing	Dar a conocer nuevas formas de comercialización del producto turístico.	1
Asesor Comercial	Vender todos los productos que tiene el centro turístico.	1
Abogado	Llevará todos los trámites en orden en la base legal.	1
Ing. Agrónomo	Dar capacitación y asesoramiento en las áreas agropecuarias.	1
Dr. Veterinario	Dar capacitación y asesoramiento en el cuidado de los diferentes animales que se encuentran en el centro turístico.	1
Camareros/as	Limpieza e innovación.	4
Guías diferentes áreas	Conocimiento del lugar. Atento, amable y cuidadoso. Sincero y educado. Facilidad de palabra.	3
Jefe Cocina	Ser responsable, ordenado/a y limpio/a	1
Cocineros Poli-funcionales	Ser responsable, ordenado/a y limpio/a	3
Meseros/as	Limpio e innovador	4
Guardia	Estar pendiente sobre todo en la seguridad del centro turístico.	1
Jardinero	Detallista para arreglar y mantener limpio el centro turístico	1
Conserje	Detallista para arreglar y mantener limpio el centro turístico	2
TOTAL		29

Elaborado por: Roberto Martínez, 2015.

5.4 PRECIO.

La ausencia de competidores directos cercanos a la Hacienda "La Yuquita" constituye una fortaleza y una oportunidad para la implementación del proyecto y la fijación de precios.

La Dirección de Turismo interviene en la fijación de precios en los distintos establecimientos miembros.

Tabla 29. Precios previos propuestos para los servicios que se ofrecen en este proyecto.

FIJACION DE PRECIO	PRECIO
Alojamiento	
Habitación Simple	\$/ 30
Habitación Doble	\$/ 56
Habitación Triple	\$/ 75
Habitación Matrimonial	\$/ 56
Alimentación	\$/ 14
Actividades dentro del Establecimiento	\$/ 41,25

Fuente: Roberto Martínez, 2015.

Tabla 30. Precios propuestos para tours.

TOURS	PRECIO
LA SELVA Y SU BIODIVERSIDAD	\$ 145,73
LA COMUNIDAD Y SU NATURALEZA	\$ 223,52
ENCUENTRO CON LOS SHAMANES	\$ 305,12
ESTUDIANTIL	\$ 62,87
Precio Promedio	\$ 184,31

Fuente: Roberto Martínez, 2015.

5.5 PRODUCTO Y SERVICIOS

Cuadro No. 13. Servicios y otros productos del Centro turístico Ecológico

PRODUCTOS Y SERVICIOS	TIPO
Tours todo Incluido (1,2,3,4)	Recreación (Actividades)
	Alimentación
	Alojamiento
	Guianza
	Comunidades
	Artesanías (Semillas y Tallado en Madera)
	Productos Alimenticios (Chocolate y Mermeladas) Agrícolas (Abonos y Fertilizantes Orgánicos)
Servicios	Sala de Eventos
	Transporte
	Área de Camping
	Alojamiento
	Alimentación
	Voluntariado

Elaborado por: Roberto Martínez, 2015.

Cuadro No. 14. Áreas del Centro turístico ecológico

ALOJAMIENTO	ALIMENTOS Y BEBIDAS	RECREACIÓN
2 Habitaciones Dobles	Bar	Amplias Áreas Verdes
1 Habitaciones Simples	Restaurante	Juegos Infantiles
4 Habitaciones Triples	Cafetería	Senderismo
3 Habitaciones Matrimoniales		Visita a Comunidades
		Visita atractivos del Centro

Elaborado por: Roberto Martínez, 2015.

5.6 ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

Para la construcción del Centro Turístico Ecológico se tomarán en cuenta varios aspectos como son: el clima, el suelo y las áreas protegidas. Se utilizarán materiales de construcción de fácil obtención en el lugar evitando introducir materiales ajenos al lugar que podrían modificar del entorno natural característico de la zona.

5.6.1 CONSTRUCCIÓN DE CABAÑAS

La construcción de las cabañas será a base de materiales propios de la zona, alternados con material de arquitectura convencional para evitar su deterioro en corto tiempo.

Entre los materiales que se utilizarán para la construcción están:

- ✓ Cimientos o bases de hierro y cemento.
- ✓ Vigas de madera de Chonta o de Moral.
- ✓ Pilares de Batea Caspi.
- ✓ Tablas de Batea Caspi.
- ✓ Techos serán cubiertos de paja toquilla (lisan)
- ✓ Pisos y paredes de madera (tablas) combinadas con guadua.
- ✓ Las puertas serán construidas de madera Batea Caspi.

Además de los materiales anteriormente mencionados se necesitaran las herramientas y materiales convencionales como:

- ✓ Inodoros, lavabos, llaves de agua, baldosas, vidrios, etc.
- ✓ Cerámicas diversas, azulejos, baldosa y otras cerámicas.

5.6.2 DISTRIBUCIÓN FÍSICA DEL CENTRO TURÍSTICO ECOLÓGICO

Tabla 31. Distribución del Centro Turístico Ecológico

ÁREA	DETALLE DE CONSTRUCCIONES CIVILES	ÁREA (m ²)	COSTO TOTAL USD
Área 1	Eco-Turística	945,00	\$ 16.075,00
Área 2	Recreación	2424,00	\$ 28.320,00
Área 3	Alojamiento, Alimentación y Bebidas	850,00	\$ 133.100,00
Área 4	Administración, Mantenimiento y Seguridad	88,00	\$ 13.200,00
Área 5	Salones Auxiliares	382,00	\$ 54.600,00
Área 6	Habitación Empleados y Parqueaderos	536,00	\$ 10.400,00
	TOTAL	5225,00	\$ 255.695,00

Elaborado por: Roberto Martínez, 2015.

5.7 CARACTERÍSTICAS DE LOS SERVICIOS

5.7.1 TIPOS DE SERVICIOS

Los principales servicios que prestará el Centro Turístico Ecológico son:

- ✓ Actividades turísticas ecológicas, Huerto orgánico, Pecuaria.
- ✓ Alojamiento, Alimentación
- ✓ Recreación, Camping, Senderos, Canchas Deportivas, Juegos Infantiles
- ✓ Tour locales a los atractivos del Centro Turístico Ecológico y de la parroquia.

5.7.2 ALOJAMIENTO

El Centro Turístico Ecológico contará con 10 habitaciones con camas de 1 plaza, 1 ½ plaza y 2 plazas.

Tendrá habitaciones simples para 4 personas, 2 dobles con capacidad de 4 personas cada una, 4 triples para un máximo de 12 personas en total y 3 habitaciones matrimoniales para 6 parejas en total.

La capacidad de alojamiento del Centro Turístico Ecológico será de 30 personas.

5.7.3 RECREACIÓN

En lo referente al área de recreación del Centro Turístico Ecológico contará con canchas de fútbol, vóley, básquet; amplios espacios verdes, juegos infantiles, piscina, sala de juegos, lugares de artesanías, área de agricultura y jardines frutales. Tours a los atractivos existentes en la propiedad, en Lumbaqui y en las comunidades cercanas.

5.8 ESTUDIO FINANCIERO

Inversiones antes del inicio y durante la operación del proyecto:

CAPITAL FIJO

Capital Fijo conformado por todos los bienes y servicios necesarios para dotar al proyecto de su capacidad instalada. El capital fijo se clasifica en capital fijo depreciable y capital fijo no depreciable.

5.8.1 CAPITAL FIJO DEPRECIABLE

En este rubro constan los depreciables tangibles e intangibles.

Tangibles:

- ✓ Construcciones: en este rubro se detalla la construcción de las instalaciones con las que contará el Centro Turístico Ecológico, que ya fueron mencionados en el capítulo de estudio técnico.
- ✓ Equipo y Maquinaria
- ✓ Muebles y Enseres
- ✓ Equipo de oficina
- ✓ Menaje y Utilería
- ✓ Lencería

Intangibles:

- ✓ Investigaciones, costos de elaboración del proyecto
- ✓ Gastos de Organización o Constitución
- ✓ Gastos de capacitación
- ✓ Capacitación del personal
- ✓ Gastos de socialización del proyecto
- ✓ Evaluación y seguimiento del proyecto, donde se incluirá un rubro para imprevistos.

5.8.2 CAPITAL FIJO NO DEPRECIABLE

- ✓ Terrenos que serán tomados en cuenta y del que se estimara un costo.

CAPITAL DE TRABAJO

Financia los desfases que normalmente se producen entre la generación de Ingresos y la ocurrencia de egresos.

Costos Directos

- ✓ Materia Prima y Materiales Directos
- ✓ Mano de Obra Directa (Anexo 16)

Costos Operacionales

- ✓ Mano de Obra Indirecta y Materiales Indirectos (Anexo 17)
- ✓ Suministros, Reparación y Mantenimiento

Gastos Administrativos

- ✓ Sueldos y salarios del personal administrativo y gastos generales de administración

Gastos de Marketing

- ✓ Gastos de publicidad

5.8.3 ACTIVOS FIJOS

Son aquellos referidos a la etapa de operación o funcionamiento del proyecto. Son los rubros que se deben incurrir para hacer producir la capacidad instalada generada por las inversiones. Se estiman por vigencias anuales, de acuerdo con las proyecciones de producción que se establezcan, (Canelos, 2009, pp.134; 140).

Tabla 32. Inicio de Operaciones

DESCRIPCIÓN	USD	%
Terreno	\$ 150.000,00	12
Construcciones	\$ 255.695,00	43
Equipamiento Oficina	\$ 6.515,00	1
Equipamiento Habitaciones	\$ 36.062,50	6
Equipamiento Baños	\$ 17.731,00	3
Equipamiento Cocina	\$ 11.811,23	2
Equipos de Operación	\$ 6.102,00	1
Equipo Agricultura y Pecuaria	\$ 5.802,50	1
Vehículo	\$ 26.500,00	4
Inversiones Diferidas	\$ 6.405,00	1
Inversión Capital Trabajo Inicial	\$ 146.500,76	26
TOTAL	468948	100

Elaborado por: Roberto Martínez, 2015.

Los activos fijos que el Centro Turístico Ecológico “La Yuquita” necesita para comenzar sus operaciones se muestran en la Tabla No. 32

5.8.4 TERRENOS

El terreno en el que se va a llevar a cabo la construcción del Centro Turístico Ecológico “La Yuquita”, está situado en la Provincia de Sucumbíos, Cantón Gonzalo Pizarro, Parroquia de Lumbaqui. Cuenta con 200 hectáreas, en las cuales se puede apreciar una extensa gama de plantas y árboles típicos de la zona, los mismos que son considerados como zona virgen, debido a que ninguna construcción o plantación, se ha realizado hasta el momento.

Considerando el avalúo realizado a la Hacienda previa división de la propiedad se determinó que 1 m² de terreno tiene un costo de \$2,50 dólares, para efectos de este proyecto se ha considerado 6 hectáreas en un valor de \$ 150.000,00 dólares.

Tabla 33. Costo del Terreno

RECURSOS	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO USD	VALOR TOTAL USD	%
Terreno	m ²	60000	\$ 2,50	\$ 150.000,00	100
TOTAL				\$ 150.000,00	100

Elaborado por: Roberto Martínez, 2015.

5.8.5 CONSTRUCCIONES Y OBRAS CIVILES

El área a ocuparse es de 5.225 m² y el costo que se ha estimado para equipar estas áreas es de: \$255.695,00 USD.

Tabla 34. Construcciones y Obras Civiles

ÁREA	DETALLE DE CONSTRUCCIONES CIVILES	ÁREA (m ²)	COSTO TOTAL USD
Área 1	Eco-Turística	945,00	\$ 16.075,00
Área 2	Recreación	2424,00	\$ 28.320,00
Área 3	Alojamiento, Alimentación y Bebidas	850,00	\$ 133.100,00
Área 4	Administración, Mantenimiento y Seguridad	88,00	\$ 13.200,00
Área 5	Salones Auxiliares	382,00	\$ 54.600,00
Área 6	Habitación Empleados y Parqueaderos	536,00	\$ 10.400,00
TOTAL		5225,00	\$ 255.695,00

Elaborado por: Roberto Martínez, 2015.

5.8.6 EQUIPOS Y HERRAMIENTAS

El equipo y las herramientas que se considera dentro de este grupo, son las instalaciones de equipos que intervienen directamente en los servicios que brinda el centro turístico. El costo que se ha estimado para equipar estas áreas es de: \$84.024,23 USD.

Tabla 35. Equipos y Herramientas

EQUIPOS	USD	%
Equipamiento Oficina	\$ 6.515,00	8
Equipamiento Habitaciones	\$ 36.062,50	43
Equipamiento Baños	\$ 17.731,00	21
Equipamiento Cocina	\$ 11.811,23	14
Equipos de Operación	\$ 6.102,00	7
Equipo Agricultura y Pecuaria	\$ 5.802,50	7
TOTAL	\$ 84.024,23	100

Elaborado por: Roberto Martínez, 2015.

5.8.7 EQUIPOS Y MUEBLES DE OFICINA

Se utilizará en la oficina específicamente en el área administrativa, de recreación, recepción y marketing, se ha considerado un valor de \$6.515,00 USD véase en el anexo No.4

5.8.8 EQUIPAMIENTO DE HABITACIONES, MOBILIARIO Y DECORACIÓN

La implementación del mobiliario tendrá estrecha relación con la construcción, así como su decoración que se realizará en su mayoría tratada y con materiales de la zona. Los rubros considerados para el Menaje \$ 7.382,50 USD y Muebles de Dormitorio y Artículos Decorativos \$ 28.680,00 USD. Como se explica en los anexos No.5

5.8.9 EQUIPAMIENTO PARA BAÑOS

Para equipar los cuartos de baño y sanitarios se empleará un total de \$ 17.731,00 USD. Como se expone en el anexo No.7

5.8.10 EQUIPAMIENTO GENERAL PARA COCINA Y RESTAURANTE

Las áreas de Cocina y Restauración contarán con los equipos y utensilios para servir a 30 personas. El costo que se ha estimado para equipar estas áreas es de: \$11.811,23 USD detallado en el anexo No.8

5.8.11 EQUIPAMIENTO DE MENAJE Y CUBERTERÍA

Es de vital importancia asignar en el proyecto la inversión en lencería, cristalería, vajilla y menaje necesario para poner a punto los servicios ofrecidos. El valor total que se invertirá es de 7685,5 como lo demuestra el anexo No.6 y 9

5.8.12 EQUIPAMIENTO PARA OPERACIÓN Y MANTENIMIENTO

El equipo que se utilizará en la operación y mantenimiento en los diferentes tour se estima que se invertirá \$ 6.102,00 USD como se puede observar en el anexo No.14 y 15

5.8.13 EQUIPAMIENTO AGRÍCOLA Y PECUARIO

El equipo que se utilizará tanto en el área agrícola como pecuario en las diferentes actividades que se realizan en el campo se estima que se dispondrá de \$ 5.802,50 USD como se detalla en el anexo No.13

5.8.14 VEHÍCULOS

Tabla 36. Costo de Vehículo

RECURSOS	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO USD	VALOR TOTAL USD	%
Vehículo	1	1	\$ 26.500,00	\$ 26.500,00	100
			TOTAL	\$ 26.500,00	100

Elaborado por: Roberto Martínez, 2015.

5.9 ACTIVOS DIFERIDOS

Tabla 37. Activos Diferidos

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO USD	PRECIO TOTAL USD
1	Estudios de Inicio	\$ 3.255,00	\$ 3.255,00
1	Patentes	\$ 3.150,00	\$ 3.150,00
		TOTAL	\$ 6.405,00

Elaborado por: Roberto Martínez, 2015.

5.9.1 ESTUDIOS INICIALES

Tabla 38. Estudios Iniciales

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO USD	PRECIO TOTAL USD
1	Estudios de Factibilidad	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
1	Trámites Judiciales	\$ 500,00	\$ 500,00
1	Honorarios Abogado	\$ 600,00	\$ 600,00
		SUB-TOTAL	\$ 3.100,00
1	Imprevistos 5%		155
		SUBTOTAL 1	\$ 3.255,00

Elaborado por: Roberto Martínez, 2015.

5.9.2 PATENTES Y SIMILARES

Corresponde a los pagos por el derecho de una marca, fórmula o proceso productivo, permisos municipales, autorizaciones, etc.

Tabla 39. Patentes y Similares

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO USD	PRECIO TOTAL USD
1	Certificación	\$ 2.500,00	\$ 2.500,00
1	Licencias	\$ 150,00	\$ 150,00
1	Patente Municipal	\$ 180,00	\$ 180,00
1	Registro Sanitario	\$ 60,00	\$ 60,00
1	MINTUR	\$ 110,00	\$ 110,00
		SUB-TOTAL	\$ 3.000,00
1	Imprevistos 5%		150
		SUBTOTAL 2	\$ 3.150,00

Elaborado por: Roberto Martínez, 2015.

5.9.3 CAPITAL DE ÓPERACIÓN O TRABAJO

Los Costos Fijos Anuales: Suman un total de \$ 119.824,11 USD, siendo la Mano de Obra la cifra más representativa con el 98% del total.

Tabla 40. Costos Fijos Anuales

RUBRO	TOTAL	%
Mano de Obra Directa	\$ 123.136,80	98
Mantenimiento de Infraestructura y Espacio de Recreación	\$ 1.800,00	1
Seguro de Clientes	\$ 980,00	1
TOTAL	\$ 125.916,80	100

Elaborado por: Roberto Martínez, 2015.

5.9.4 COSTOS VARIABLES ANUALES:

El importe anual corresponde a los Costos Variables asciende a \$35.753,32 USD, los principales costos son los de mano de Obra Indirecta con el 85%, seguido por los Insumos para el Restaurante, que representa el 10%, seguido por los insumos de Limpieza con 2% y los Insumos Agropecuarios con el 3%.

Tabla 41. Costos Variables Anuales

RUBRO	TOTAL	%
Mano de Obra Indirecta	\$ 30.253,32	85
Insumos Restaurante	\$ 3.500,00	10
Insumos Agropecuarios	\$ 1.200,00	3
Insumos de Limpieza	\$ 800,00	2
TOTAL	\$ 35.753,32	100

Elaborado por: Roberto Martínez, 2015.

5.9.5 GASTOS DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS:

El monto anual para cubrir los costos Administrativos y Ventas es de \$ 57.487,43 USD, el 92% que es el porcentaje más representativo, pertenece a la cuenta Sueldos.

Tabla 42. Gastos administración y ventas.

RUBRO	TOTAL	%
Sueldos	\$ 52.977,43	92
Arriendo Oficina Operadora	\$ 800,00	1
Papelería y Suministros de Oficina	\$ 300,00	1
Servicios Básicos	\$ 450,00	1
Teléfono	\$ 150,00	0
Internet	\$ 60,00	0
Cuotas y Suscripciones	\$ 50,00	0
Patente Municipal	\$ 180,00	0
Gastos Navideños	\$ 920,00	2
Publicidad	\$ 1.600,00	3
TOTAL	\$ 57.487,43	100

Elaborado por: Roberto Martínez, 2015.

5.9.6 FINANCIAMIENTO

Existen dos fuentes de financiamiento:

Capital Propio: Aportes de socios o promotores de la empresa su monto será determinado por los mismos de acuerdo a sus capacidad para invertir en el proyecto.

Crédito de Terceros: Se recurrirá a instituciones financieras que ofrezcan diferentes líneas de crédito de acuerdo a la actividad que se desee financiar con CFN, Bancos u ONGS

5.9.7 ESTRUCTURA DEL FINANCIAMIENTO:

Para este proyecto será necesaria una inversión total de \$ 669.124,99 USD y de Capital de Trabajo Inicial de \$ 146.500,76 USD, que corresponden al 100%. El capital a invertir con recursos propios es de \$ 200.737,50 USD, que representa el 30% de inversión total, mientras que el 70% puede ser financiado a través de un crédito de la Corporación Financiera Nacional.

Por las facilidades que otorga esta entidad financiera de acuerdo a los requerimientos del proyecto se ha optado por su crédito, ya que busca el desarrollo de la mediana empresa.

Para obtener el crédito con cualquier entidad financiera se tomará en cuenta la hipoteca del resto del terreno con un valor aproximado de 500.000\$ que cubre el valor total del préstamo.

Tabla 43. Síntesis del Financiamiento

TOTAL INVERSIÓN	RED PROPIA (30%)	CRÉDITO (70%)
\$ 669.124,99	\$ 200.737,50	\$ 468.387,49

Elaborado por: Roberto Martínez, 2015.

5.10 PRÉSTAMO:

Se ha previsto solicitar un crédito a cuota fija por un total de 468.387,49 USD, que representa el 70% de inversión inicial, crédito otorgado a un plazo de 10 años con una amortización anual a una tasa de interés del 8,37%, como se detalla en el anexo No.18

5.11 DEPRECIACIÓN

En el cálculo de la depreciación se estableció un valor de \$ 49.436,25 como se observa en el anexo No.19. Esto cubriría la pérdida paulatina del valor de los activos fijos tangibles por su uso, deterioro u obsolescencia.

5.12 MANTENIMIENTO

Es necesario hacer un mantenimiento continuo a los activos fijos con la finalidad de que se conserven de una mejor manera, estén en buen funcionamiento y si es necesario arreglarlos.

De manera que no perjudique a su vida útil se obtuvo un valor total es \$ 4.164,35 para lo cual se tomó en cuenta los datos del anexo No.20

5.12.1 SEGUROS

Se ha hecho una estimación en base a un porcentaje sugerido que oscila entre el 2,5% al 4,5%, anual obteniéndose un valor por concepto de seguro de \$ 9.928,29 USD, así lo explica en el anexo No.20

5.12.2 OCUPACIÓN ESTIMADA

El mercado objetivo del proyecto, de acuerdo a estimaciones realizadas, 156492 turistas entre extranjeros y nacionales que visitaran esta parroquia el año 2014, sin embargo, se han considerado tan solo el 75% de este universo, por ser este el porcentaje de visitantes extranjeros encuestados e interesados en visitar este proyecto del Centro Turístico Ecológico en la Parroquia.

Para el primer año, se desea captar 7.206 personas, que representa el 52% de la capacidad instalada en este proyecto turístico ecológico en la parroquia de Lumbaqui. Se espera un crecimiento anual del 4,80%, que es la tasa de incremento anual del Turismo en la Parroquia.

Tabla 44. Deducción de Demanda Estimada

ESTIMACIÓN	Nº VISITANTES
Estimación Turistas Extranjeros a La Parroquia	156492
Porcentaje Interesados en visitar Complejos turísticos 75% (De acuerdo a Encuestas)	117369
Estimación Anual de Turistas para Lumbaqui (52%)	7206
Estimación Mensual	601
Estimación Diaria	20
Estimación de Crecimiento Anual (Tasa de Crecimiento Estimada para el Centro Turístico Ecológico)	4,80%

Elaborado por: Roberto Martínez, 2015.

Tabla 45. Demanda Turística Anual Estimada

Año	Demanda Turística Mensual Estimada	Demanda Turística Anual Estimada	Total Plazas Anuales	Porcentaje Ocupación (Tasa Crecimiento Anual 4,80%)
	601	7206	10800	52
1	631	7565	10800	57
2	661	7925	10800	62
3	691	8284	10800	67
4	721	8644	10800	71
5	751	9003	10800	76
6	780	9362	10800	81
7	810	9722	10800	86
8	840	10081	10800	91
9	870	10441	10800	95
10	900	10800	10800	100

Elaborado por: Roberto Martínez, 2015.

5.12.3 INGRESOS

Los ingresos del proyecto provienen de la venta de los servicios ofrecidos por el Centro Turístico Ecológico, en este caso La Hacienda “La Yuquita” se centrará su producción en la venta de paquetes turísticos, además se ofrecerá servicios de alojamiento, alimentación y bebidas, camping y venta de artesanías.

Los precios de estos servicios han sido fijados en base a la estrategia de ser competitivos en el mercado y lograr la sostenibilidad del proyecto, y en base a un análisis de costos de producción y precios de la competencia.

5.12.3.1 ALOJAMIENTO:

Su precio variará del tipo de habitación, este caso se considerará un promedio entre precios por habitación.

Tabla 46. Precio de Alojamiento por Cabaña y por Persona

TIPO DE HABITACIÓN	Nº HABITACIONES	No. DE PLAZAS	PRECIO POR HABITACIÓN	PRECIO POR PAX
Simple	1	4	\$ 30,00	\$ 30,00
Doble	2	8	\$ 56,00	\$ 28,00
Triples	4	12	\$ 75,00	\$ 25,00
Matrimonial	3	6	\$ 56,00	\$ 28,00
TOTAL	10	30	Promedio	\$ 27,75

Elaborado por: Roberto Martínez, 2015.

5.12.3.2 ALIMENTACIÓN Y BEBIDAS:

Este rubro se ha considerado con el propósito de ofrecer un servicio adicional a los turistas que requieran los servicios de la empresa este caso se considerará un promedio entre precios por alimentación.

Tabla 47. Precio de Restaurante

ALIMENTACIÓN	PRECIO DIARIO
Desayuno	\$ 5,50
Almuerzo	\$ 8,50
Cena	\$ 8,50
Jugos Naturales	\$ 2,00

Elaborado por: Roberto Martínez, 2015.

Tabla 48. Precio de Combos

COMBINACIÓN	PRECIO DIARIO
Desayuno + Almuerzo + Jugo Natural	\$ 12,00
Almuerzo + Cena + Jugo Natural	\$ 16,00
Precio Promedio	\$ 14,00

Elaborado por: Roberto Martínez, 2015.

5.12.3.4 PAQUETES TURÍSTICOS O TOUR:

La oferta se efectuará a través de un itinerario de diversas actividades y servicios al visitante como hospedaje, alimentación, recreación y guianza. Al respecto se contará con cuatro tour, diferenciados por el período de tiempo y los atractivos turísticos ofertados en cada paquete.

Tabla 49. Precios del Tours

TOURS	PRECIO
LA SELVA Y SU BIODIVERSIDAD	\$ 145,73
LA COMUNIDAD Y SU NATURALEZA	\$ 223,52
ENCUENTRO CON LOS SHAMANES	\$ 305,12
ESTUDIANTIL	\$ 62,87
Precio Promedio	\$ 184,31

Elaborado por: Roberto Martínez, 2015.

5.12.3.5 ALQUILER DE SALONES DE REUNIONES:

Destinado para la celebración de diversos actos como reuniones, seminarios, convenciones, capacitaciones. El precio por evento está estimado en un costo

de \$360 dólares para una capacidad mínima de 30 personas, estos servicios incluyen alimentación, equipos de computación y amplificación.

Tabla 50. Precio de Alquiler Salón de Reuniones

Alquiler Salón de Reuniones	\$ 360,00
Precio Promedio	\$ 12,00

Elaborado por: Roberto Martínez, 2015.

5.12.3.6 ACTIVIDADES:

Las actividades incluidas en los tours tienen un costo especial por el tipo de equipos deportivos, instrumentos y materiales utilizados. En la siguiente tabla se muestra el valor por cada actividad detalladamente.

Cuadro No. 15. Precio de Actividades Incluidas en Tours

ACTIVIDADES	PRECIO	Tour 1	Tour 2	Tour 3	Tour 4
Camping	3,00			x	X
Caminatas en la selva	3,00	X	X	x	X
Pesca deportiva	3,00	X	X	x	X
Tubing	2,50			x	
Kayaking	5,00				X
Shamanismo	1,50	X	X	x	X
Exposición de pintura corporal	1,00		X	x	X
Elaboración de comida típica	4,50	X	X	x	X
Elaboración de artesanías	5,00			x	X
Visita a la cascada de San Rafael	3,50			x	X
Visita Puente de Tony el Suizo	2,00		X		X
Visita a Rio Las Tinajas	2,00			x	X
Visita Las Pizarras	2,50	X	X		X
Elaboración de trampas	3,00		X	x	X
Charlas interpretativas	1,50	X	X	x	X
Visitas a Comunidades	3,00		X	x	X
Paseos por jardines frutales	1,00	X	X	x	X
Avistamiento Volcán Reventador Y Nevado Cayambe	1,00	X	X	x	X
Danzas y rituales tradicionales	2,50		X	x	X
Elaboración de trajes típicos	5,00				X
Alquiler de Sala de Eventos Sociales	30,00				
Actividades Deportivas (Indor, Basquetbol, Vóley)	1,50	X	X	x	X
Alquiler de Salas de Juegos (Billar, Ping pong, Hockey, fútbolín.)	2,00	X	X	x	X
Alquiler de Equipos (Bicicletas, kayak, boyas, binoculares, carpas.	3,00				
Alquiler de Botes (laguna)	1,00	X	X	x	X
Visita mirador elevado.	1,00			x	X
TOTAL ACTIVIDADES	94,00	22,50	35,00	46,50	61,00
PROMEDIO ACTIVIDADES	41,25				

Elaborado por: Roberto Martínez, 2015.

5.12.3.7 OTROS PRODUCTOS:

Tabla 51. Precio de otros Productos

PRODUCTO	PRECIO
Artesanías	\$ 3,00
Camisetas	\$ 5,00
Abonos	\$ 5,00
Trapiche	\$ 5,00
Mermeladas	\$ 2,00
Chocolate	\$ 2,00
Canasta Frutas y Verduras	\$ 12,00
Precio Promedio	\$ 4,86

Elaborado por: Roberto Martínez, 2015.

5.12.4 PROYECCIÓN O ESTIMACIÓN DE INGRESOS

La proyección de ingresos y ventas fue realizada en base a la capacidad instalada del establecimiento por cada servicio. De este se estimó un 22% de ingreso anual para el primer año incrementándose en un 4,80% el volumen de producción hasta llegar a 10 años, tiempo en que se estabilizará con el 100% del total de capacidad. Adicionalmente se estableció un incremento anual del precio del 4,70% del PIB de turismo anual 2014

Tabla 52. Estimación de Ingresos Anuales por Venta de Productos.

AÑO	PRECIO PROMEDIO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
% Ocupación Prevista	52%	57%	62%	67%	71%	76%	81%	86%	91%	95%	100%
Nº Turistas	7206	7565	7925	8284	8644	9003	9362	9722	10081	10441	10800
Ingreso Anual USD Alojamiento (22%)	\$ 27,75	\$ 46.184,33	\$ 48.382,13	\$ 50.573,82	\$ 52.771,62	\$ 54.963,32	\$ 57.155,01	\$ 59.352,81	\$ 61.544,51	\$ 63.742,31	\$ 65.934,00
Ingreso Anual USD Restaurantes (22%)	\$ 14,00	\$ 23.300,20	\$ 24.409,00	\$ 25.514,72	\$ 26.623,52	\$ 27.729,24	\$ 28.834,96	\$ 29.943,76	\$ 31.049,48	\$ 32.158,28	\$ 33.264,00
Ingreso Anual USD Actividades (22%)	\$ 41,25	\$ 68.652,38	\$ 71.919,38	\$ 75.177,30	\$ 78.444,30	\$ 81.702,23	\$ 84.960,15	\$ 88.227,15	\$ 91.485,08	\$ 94.752,08	\$ 98.010,00
Ingreso Anual USD Paquetes Turísticos (22%)	\$ 184,31	\$ 306.747,13	\$ 321.344,49	\$ 335.901,29	\$ 350.498,64	\$ 365.055,44	\$ 379.612,25	\$ 394.209,60	\$ 408.766,40	\$ 423.363,76	\$ 437.920,56
Ingreso Anual USD Eventos Socio Culturales (22%)	\$ 12,00	\$ 19.971,60	\$ 20.922,00	\$ 21.869,76	\$ 22.820,16	\$ 23.767,92	\$ 24.715,68	\$ 25.666,08	\$ 26.613,84	\$ 27.564,24	\$ 28.512,00
Ingreso Anual USD Otros Productos (22%)	\$ 4,86	\$ 8.088,50	\$ 8.473,41	\$ 8.857,25	\$ 9.242,16	\$ 9.626,01	\$ 10.009,85	\$ 10.394,76	\$ 10.778,61	\$ 11.163,52	\$ 11.547,36
TOTAL INGRESOS		\$ 472.944,13	\$ 495.450,40	\$ 517.894,14	\$ 540.400,41	\$ 562.844,15	\$ 585.287,90	\$ 607.794,16	\$ 630.237,91	\$ 652.744,17	\$ 675.187,92

Elaborado por: Roberto Martínez, 2015.

5.12.5 Punto de Equilibrio

Fórmula P.E.= $\frac{\text{Costos Fijos}}{1 - (\text{Costos Variables} / \text{Ventas})}$

Tabla 53. Punto de Equilibrio

AÑO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ventas USD	\$ 472.944,13	\$ 495.450,40	\$ 517.894,14	\$ 540.400,41	\$ 562.844,15	\$ 585.287,90	\$ 607.794,16	\$ 630.237,91	\$ 652.744,17	\$ 675.187,92
Costos Fijos USD	\$ 125.916,80	\$ 131.834,89	\$ 138.031,13	\$ 144.518,59	\$ 151.310,97	\$ 158.422,58	\$ 165.868,44	\$ 173.664,26	\$ 181.826,48	\$ 190.372,32
Costos Variables USD	\$ 35.753,32	\$ 37.433,73	\$ 39.193,11	\$ 41.035,19	\$ 42.963,84	\$ 44.983,14	\$ 47.097,35	\$ 49.310,92	\$ 51.628,54	\$ 54.055,08
PE (USD)	\$ 136.214,23	\$ 142.609,76	\$ 149.332,27	\$ 156.394,36	\$ 163.815,58	\$ 171.612,07	\$ 179.801,04	\$ 188.405,43	\$ 197.443,17	\$ 206.939,78

Elaborado por: Roberto Martínez, 2015.

PIB de Turismo 2014 4,70%

5.13 EVALUACIÓN FINANCIERA

De la evaluación financiera se desprende la importancia del plan y su vialidad.

Existen tres estados financieros básicos:

- ✓ Balance General
- ✓ Estado de pérdidas y ganancias
- ✓ Flujo de Caja

Balance General

Refleja la situación patrimonial de la empresa. Consta de dos partes, activo y pasivo. En el activo se muestran los elementos patrimoniales de la empresa y en el pasivo se detalla su origen financiero.

Estado de Pérdidas y Ganancias

Este se muestra los productos, rendimientos, ingresos, rentas, utilidades, ganancias, costos, gastos y pérdidas correspondientes a un período determinado.

En este estado contable muestra la diferencia entre el total de los ingresos en sus diferentes modalidades; venta de bienes y servicios; cuotas, aportaciones y los egresos representados por costos de ventas, costo de servicios, prestaciones y otros gasto.

Tabla 54. Estado de Pérdidas y Ganancias

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Ingresos Totales USD	\$ 472.944,13	\$ 495.450,40	\$ 517.894,14	\$ 540.400,41	\$ 562.844,15	\$ 585.287,90	\$ 607.794,16	\$ 630.237,91	\$ 652.744,17	\$ 675.187,92
(-) Costos de Operación USD	\$ 155.577,43	\$ 162.236,14	\$ 169.179,85	\$ 176.420,75	\$ 183.971,56	\$ 191.845,54	\$ 200.056,53	\$ 208.618,95	\$ 217.547,84	\$ 226.858,89
(-) Gastos Administración. Y Marketing USD	\$ 63.580,12	\$ 66.301,35	\$ 69.139,05	\$ 72.098,20	\$ 75.184,00	\$ 78.401,88	\$ 81.757,48	\$ 85.256,70	\$ 88.905,68	\$ 92.710,85
(-) Depreciación	\$ 49.436,25	\$ 49.436,25	\$ 49.436,25	\$ 49.436,25	\$ 49.436,25	\$ 49.436,25	\$ 49.436,25	\$ 49.436,25	\$ 49.436,25	\$ 49.436,25
(-) Intereses Préstamo	\$ 34.990,98	\$ 32.617,68	\$ 30.045,74	\$ 27.258,52	\$ 24.238,01	\$ 20.964,69	\$ 17.417,39	\$ 13.573,17	\$ 9.407,20	\$ 4.892,54
(-) Amortización	\$ 28.354,85	\$ 30.728,15	\$ 33.300,09	\$ 36.087,31	\$ 39.107,82	\$ 42.381,14	\$ 45.928,45	\$ 49.772,66	\$ 53.938,63	\$ 58.938,29
(=) Utilidad Antes de Impuestos USD	\$ 141.004,50	\$ 154.130,83	\$ 166.793,16	\$ 179.099,38	\$ 190.906,51	\$ 202.258,40	\$ 213.198,06	\$ 223.580,18	\$ 233.508,57	\$ 242.351,10
(-) 15% Utilidad Trabajadores USD	\$ 21.150,68	\$ 23.119,62	\$ 25.018,97	\$ 26.864,91	\$ 28.635,98	\$ 30.338,76	\$ 31.979,71	\$ 33.537,03	\$ 35.026,29	\$ 36.352,67
(-) 25% Impuestos a la Renta	\$ 35.251,13	\$ 38.532,71	\$ 41.698,29	\$ 44.774,85	\$ 47.726,63	\$ 50.564,60	\$ 53.299,52	\$ 55.895,05	\$ 58.377,14	\$ 60.587,78
(=) Utilidad del Ejercicio Antes Reserva	\$ 84.602,70	\$ 92.478,50	\$ 100.075,90	\$ 107.459,63	\$ 114.543,91	\$ 121.355,04	\$ 127.918,84	\$ 134.148,11	\$ 140.105,14	\$ 145.410,66
(-) Reserva Legal 10%	\$ 14.100,45	\$ 15.413,08	\$ 16.679,32	\$ 17.909,94	\$ 19.090,65	\$ 20.225,84	\$ 21.319,81	\$ 22.358,02	\$ 23.350,86	\$ 24.235,11
(=) UTILIDAD NETA	\$ 70.502,25	\$ 77.065,42	\$ 83.396,58	\$ 89.549,69	\$ 95.453,26	\$ 101.129,20	\$ 106.599,03	\$ 111.790,09	\$ 116.754,29	\$ 121.175,55

Elaborado por: Roberto Martínez, 2015.

5.13.1 FLUJO DE CAJA

El análisis de las entradas y salidas de dinero que se producen (en el proyecto), Tiene en cuenta el importe de esos movimientos, y el momento en el que se producen. El flujo de caja permite visualizar los ingresos y egresos que se prevé generar el proyecto en un periodo determinado.

Para este caso, se han estimado las entradas y salidas de efectivo para 10 años. El flujo de caja, es una herramienta financiera muy importante que facilita la administración eficiente de la empresa a través de los movimientos de las cuentas.

Tabla 55. Flujo de Caja

CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Ingresos Totales USD		\$ 472.944,13	\$ 495.450,40	\$ 517.894,14	\$ 540.400,41	\$ 562.844,15	\$ 585.287,90	\$ 607.794,16	\$ 630.237,91	\$ 652.744,17	\$ 675.187,92
(-) Costos de Operación USD		\$ 155.577,43	\$ 162.236,14	\$ 169.179,85	\$ 176.420,75	\$ 183.971,56	\$ 191.845,54	\$ 200.056,53	\$ 208.618,95	\$ 217.547,84	\$ 226.858,89
(-) Gastos Admin. Y Marketing USD		\$ 63.580,12	\$ 66.301,35	\$ 69.139,05	\$ 72.098,20	\$ 75.184,00	\$ 78.401,88	\$ 81.757,48	\$ 85.256,70	\$ 88.905,68	\$ 92.710,85
(-) Depreciación		\$ 49.436,25	\$ 49.436,25	\$ 49.436,25	\$ 49.436,25	\$ 49.436,25	\$ 49.436,25	\$ 49.436,25	\$ 49.436,25	\$ 49.436,25	\$ 49.436,25
(-) Intereses Préstamo		\$ 34.990,98	\$ 32.617,68	\$ 30.045,74	\$ 27.258,52	\$ 24.238,01	\$ 20.964,69	\$ 17.417,39	\$ 13.573,17	\$ 9.407,20	\$ 4.892,54
(=) Utilidad Antes de Impuestos USD		\$ 169.359,35	\$ 184.858,98	\$ 200.093,25	\$ 215.186,69	\$ 230.014,33	\$ 244.639,54	\$ 259.126,51	\$ 273.352,84	\$ 287.447,20	\$ 301.289,39
(-) 15% Utilidad Trabajadores USD		\$ 25.403,90	\$ 27.728,85	\$ 30.013,99	\$ 32.278,00	\$ 34.502,15	\$ 36.695,93	\$ 38.868,98	\$ 41.002,93	\$ 43.117,08	\$ 45.193,41
(-) 25% Impuestos a la Renta		\$ 42.339,84	\$ 46.214,75	\$ 50.023,31	\$ 53.796,67	\$ 57.503,58	\$ 61.159,89	\$ 64.781,63	\$ 68.338,21	\$ 71.861,80	\$ 75.322,35
(=) Utilidad del Ejercicio Antes Reserva		\$ 101.615,61	\$ 110.915,39	\$ 120.055,95	\$ 129.112,01	\$ 138.008,60	\$ 146.783,72	\$ 155.475,91	\$ 164.011,70	\$ 172.468,32	\$ 180.773,63
(-) Reserva Legal 10%		\$ 16.935,94	\$ 18.485,90	\$ 20.009,33	\$ 21.518,67	\$ 23.001,43	\$ 24.463,95	\$ 25.912,65	\$ 27.335,28	\$ 28.744,72	\$ 30.128,94

CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
(=) UTILIDAD NETA		\$ 84.679,68	\$ 92.429,49	\$ 100.046,63	\$ 107.593,35	\$ 115.007,17	\$ 122.319,77	\$ 129.563,26	\$ 136.676,42	\$ 143.723,60	\$ 150.644,70
(+) Depreciación		\$ 49.436,25	\$ 49.436,25	\$ 49.436,25	\$ 49.436,25	\$ 49.436,25	\$ 49.436,25	\$ 49.436,25	\$ 49.436,25	\$ 49.436,25	\$ 49.436,25
(-) Inversión Inicial	\$ 597.217,68										
(-) Inversión Capital Trabajo Inicial	\$ 152.593,45										
(+) Préstamo	\$ 418.052,38										
(-) Amortización		\$ 28.354,85	\$ 30.728,15	\$ 33.300,09	\$ 36.087,31	\$ 39.107,82	\$ 42.381,14	\$ 45.928,45	\$ 49.772,66	\$ 53.938,63	\$ 58.938,29
FLUJO DE CAJA	-\$ 331.758,75	\$ 105.761,08	\$ 111.137,59	\$ 116.182,79	\$ 120.942,29	\$ 125.335,60	\$ 129.374,88	\$ 133.071,06	\$ 136.340,01	\$ 139.221,22	\$ 141.142,66

Elaborado por: Roberto Martínez, 2015.

5.13.2 ÍNDICES DE RETORNO

5.13.2.1 VALOR ACTUAL NETO (VAN)

El dinero expresado en valores de cada año está dado por su capacidad adquisitiva o poder de compra para la obtención de bienes y servicios a precios del año o fecha del proyecto. La cantidad de dinero en cada uno de los años es la misma, mientras que, la capacidad adquisitiva (de compra) será diferente. Para proyectar el flujo de ingresos, costos, gastos y utilidades, es considerado el valor del dinero futuro expresado en “términos de hoy”, o sea, en “valores actuales o presentes”, de tal manera que, las unidades monetarias sean homogéneas en valor, que respondan con igual valor en términos de capacidad adquisitiva.

El cálculo del Valor Actual Neto (VAN), del proyecto es de \$444.185,79 dólares, lo cual indica que la empresa habrá creado este valor anual para sus inversionistas, en relación con su inversión. Por esta razón se concluye que el proyecto es viable.

5.13.2.2 TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

Es aquella en la que se igualan el Ingreso Total con el Costo Total (costos y gastos) en valores actuales o presentes, dando lugar al Valor Actual Neto (VAN), obviamente, en este punto, el beneficio del proyecto es (0). La TIR mide el mérito del proyecto a través del flujo de ingresos, costos y beneficios descontados a determinada tasa. Mientras más pronto se obtenga el VAN, el proyecto será mejor que otros en este sentido

La Tasa Interna de Retorno (*TIR*), calculada para los Flujos Netos Proyectados de diez años es del 33% anual, la rentabilidad anual estimada es muy atractiva.

Rentabilidad, Coeficiente, Relación Beneficio – Costo

Además es una relación entre el valor actual de los ingresos y egresos operacionales con el propósito de que los ingresos exceden a los costos. Con este coeficiente podemos identificar las pérdidas y ganancias del proyecto.

Para el cálculo del Beneficio - Costo del Proyecto, se realizó un cálculo del Flujo de Caja Neto y se lo actualizó en base a la tasa del VAN, la suma del Flujo de Caja Neto Actualizado se le divide para el Flujo de Caja Neto del Inversionista y se obtiene un resultado de 1,34, esto quiere decir que por \$1.00 de inversión se recupera \$0,34 dólares lo que refleja una alta rentabilidad anual.

Tabla 56. Indicadores Financieros

TIR =	33%	Se acepta
VAN =	\$ 444.185,79	Se acepta
B/C =	\$ 1,34	Se acepta

Elaborado por: Roberto Martínez, 2015.

CAPÍTULO 6

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 CONCLUSIONES:

El Centro Turístico Ecológico “La Yuquita”, es un proyecto que surgió por la necesidad de brindarle al turista una nueva opción en donde pueda alojarse y disfrutar de los atractivos que ofrece la propiedad y la parroquia, además de generar fuentes de empleo para los habitantes de la comunidad de Lumbaqui. Este proyecto posee una visión global donde se establecen no solo los aspectos económicos sino también sociales y naturales.

En base a las encuestas realizadas en el mercado meta de la ciudad de Quito, se pudo segmentar el mercado objetivo en dos tipos de clientes potenciales, el proyecto centrará sus recursos para captar clientes correspondientes a las edades de 20-40 años y personas mayores a 40 años.

Se realizó un análisis FODA en relación a la competencia, para definir las áreas en las que el proyecto debe fortalecerse y aquellas en las que se innovará, además de ofertar al turista precios más convenientes en relación a hosterías del mismo tipo cercanas en la zona.

Para la puesta en marcha del proyecto se requerirá de una inversión inicial de 669.124,99 dólares y capital trabajo inicial de 146.500,76 dólares donde el 70% (\$468.387,49 dólares) será financiado vía préstamo bancario de la Corporación Financiera Nacional a una tasa de interés del 8,37% a un plazo de 10 años, y el 30% restante (200.737,50 dólares) mediante capital propio, aportado por partes iguales o por acciones acordadas entre empresarios.

En el estudio financiero, se obtuvo como resultado un monto inicial de implementación de \$ 597.217,68 dólares, retribuidos para el primer año de ejecución del proyecto. Es decir, para el año uno ya se posee ganancias en el

proyecto del Centro Turístico Ecológico en la Hacienda “La Yuquita”, como lo identifica en el Flujo de Caja, el cual pasa un valor negativo \$-331.758,75 dólares en el año 0, a un valor positivo para el año 1 de \$ 105.761,08 dólares.

La implementación del Centro Turístico Ecológico en la Hacienda “La Yuquita”, muestra una viabilidad al tener la Tasa Interna de Retorno del 33%, siendo ésta mayor a las utilidades deseadas a la hora de realizar el estudio. Se obtuvo el Valor Actual Neto (VAN) de 444.185,79 dólares y la relación Costo-Beneficio arrojó un índice superior a 1 (R B/C; 1,34), lo cual indica, que el análisis financiero es positivo a la hora de querer implementar este proyecto tanto para el inversionista como para el país.

En el estudio de Factibilidad para el Manejo Turístico en el Centro Turístico Ecológico “La Yuquita”, se pueden enmarcar para generar beneficios, tanto económicos como sociales, a la hora de proyectar y ejecutar un manejo adecuado de un lugar.

Después de haber realizado un completo análisis de la factibilidad financiera de El Centro Turístico Ecológico “La Yuquita” en el Cantón Gonzalo Pizarro, Parroquia de Lumbaqui, se concluyó que la implementación de este proyecto sería muy ventajosa tanto para los inversionistas como para las poblaciones del Cantón Gonzalo Pizarro. y la Parroquia de Lumbaqui, ya que promovería el desarrollo económico y comercial, creando al mismo tiempo más fuentes de trabajo para sus habitantes.

6. 2 RECOMENDACIONES

Se recomienda la implementación de este estudio en El Centro Turístico Ecológico “La Yuquita” debido a que es un proyecto: Ambiental y económicamente Sostenible.

El Centro Turístico Ecológico “La Yuquita” deberá realizar una fuerte promoción para captar la mayor cantidad posible de turistas y para que supere la demanda, objetivo, de modo que se generen mayores ingresos.

Innovar y ofrecer servicios de calidad para satisfacer la demanda del turista y que éste se sienta a gusto en las instalaciones, además de mejorar continuamente en los servicios que se ofrecen.

El Centro Turístico Ecológico “La Yuquita” estará a la vanguardia, con capacitación permanente del personal para mantener un grado de satisfacción alto en los visitantes para de esta forma cumplir con los objetivos financieros planteados.

El Centro Turístico Ecológico deberá tener una planificación y organización adecuada, para garantizar ante las entidades financieras el préstamo del capital de inversión.

Generar proyectos de inclusión en la comunidad para que puedan proveer servicios que se requieran en El Centro Turístico Ecológico “La Yuquita”, ayudando así a la creación de fuentes de empleo.

Es importante que El Centro Turístico Ecológico “La Yuquita” sea administrado por un profesional en Turismo que trabaje con la comunidad y se preocupe por el cuidado del medio ambiente. Se recomienda dar apertura para talleres a estudiantes de escuelas y colegios, para motivar a los jóvenes a permanecer en su ciudad de origen y así reducir la migración a las ciudades grandes.

Elaborar y ejecutar los programas que se indican en el manual de buenas prácticas de turismo, para potencializar el proyecto en el mercado garantizando su desarrollo y la seguridad laboral de los trabajadores.

BIBLIOGRAFÍA

Fuentes Escritas:

- Baca, G. (2001). *Evaluación de Proyectos*. Cuarta Edición Mexico: Mc Graw Hill, 237pp.
- Canelos, R. (2009). *Formulación y Evaluación de un Plan de Negocios*. Segunda Edición BOGOTA: C.O. 217 pp.
- Cuadrado, C. (2007). *Protocolo y comunicación en la empresa y los negocios*. España: Fundación Confemetal.550pp.
- Guerra, M; D. Bella. (2001). *Introducción al turismo*. Mexico: Trillas. 315 pp.
- Hernandez, D. (2007). *Participación de los trabajadores en el capital social y la gestión efectiva de las empresas*. España: Síntesis. 355pp.
- Hernandez, R. (2008). *Metodología de la Investigación*. Cuarta Edición, Mexico. Mc Graw - Hill pp.839
- Hernandez, R. (2003). *Metodología de la Investigación*. Tercera Edición, Mexico. Mc Graw - Hill pp.756
- Jafar, J. (2000). *Enciclopedia de Turismo*. España: Síntesis. 722pp.
- Lawrence.J. (2012). *Principios de la Administración Financiera*. Mexico. 278pp.
- Martinez, F., & Solona, J. (2000). *Alojamiento Turístico Rural*. España: Síntesis. 375pp.
- Porter, M. (2001). *Competitive Strategy*. Mexico: Mc Graw - Hill. 275 pp.
- Scott, b., & Brigham, E. (2012). *Fundamentos de la Administración Financiera*. Mexico: Trillas. 272 pp.
- Ramirez, C. (2005). *La Modernización de Empresas Turísticas*. Mexico: Trillas. 355 pp.
- Stanton, W. (2013). *Fundamentos de Marketing*. Mexico: Mc Graw Hill. 741pp.
- Tamayo, M. Tamayo. (2003). *El Proceso de la Investigación Científica*. Cuarta Edición Limusa Noriega Editores. México. 435pp.
- Zapata, P. (2010). *Contabilidad General*. Segunda Edición. Bogota: Luz. 477 pp.

Fuentes Virtuales

ABC, D. (2007). *La Encuesta*. Obtenido de <http://www.definicionabc.com/comunicacion/encuesta.php#ixzz3Q28HqETS>
. Fecha de consulta: 02 Marzo 2015.

(2013) Administración General, En: <http://odauts.com/blogsuts/admongeneral/files/2013/05/Administraci%C3%B3n-General-Organizaci%C3%B3n-y-Empresa.pdf>,
Fecha de consulta: 16 abril 2015.

Agroprecisión, C. (2011). *Plan de desarrollo y ordenamiento territorial en el Cantón Gonzalo Pizarro*. Obtenido de Modelo deseado: Línea Estratégica Económica: http://app.sni.gov.ec/sni-link/sni/%23recycle/PDyOTs%202014/1560001240001/PDyOT/14022013_112044_LIBRO_CANTON_GONZALO_PIZARRO.pdf .Fecha de consulta: 02 marzo 2015.

Arango, L. A. (2010). *Biblioteca Virtual*. Obtenido de Definicion de Ecologia: <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/biologia/biolo0.htm>
. Fecha de consulta: 02 marzo 2015.

Bustamante, E. (2012). *Precio, producto y promocion*. Obtenido de Precio, producto y promocion:
www.es.answers.yahoo.com/question/index?qid=20080207083101AA.htm.
Fecha de consulta:23 marzo 2015.

Cabrero, J. .: (15). *Diseño de Investigacion 1*. Obtenido de Prospectiva:
http://www.aniorte-nic.net/apunt_metod_investigac4_4.htm. Fecha de consulta: 13 de febrero de 2015.

CONELEC. (2013). *Beneficios del Proyecto Coca codo Sinclair*. Obtenido de http://www.conelec.gov.ec/pdfs/contenido_pdf_1338.pdf. Fecha de consulta:21 diciembre 2013.

Definición. (2010). *Definición*. Obtenido de Definición de Entrevista:
<http://definicion.mx/entrevista/#ixzz3Q2ACBF3K>. Fecha de consulta:15 enero 2015

Devon, W. (2014). *Tipos de estudios de restrospectiva*. Obtenido de http://www.ehowenespanol.com/tipos-estudios-retrospectiva-info_243621/.
Fecha de consulta: 18 enero 2015

Echegoyen, J. (2010). *Metodo Observaccional*. Obtenido de <http://www.e-torredebabel.com/Psicologia/Vocabulario/Metodo-Observacional.htm>.
Fecha de consulta: 26 enero 2015

- Ecologiahoy. (2014). *Noticias de Ecología y Medio Ambiente*. Obtenido de <http://www.ecologiahoy.com/habitat>. Fecha de consulta: 02 marzo 2015
- Ecuador Explorer, c. (2015). *La selva amazónica ecuatoriana*. Obtenido de <http://www.ecuadorexplorer.com/es/html/la-selva-amazonica.html>. Fecha de consulta:
- Estudio de mercado*. (17 de febrero de 2015). Obtenido de www.monografias.com/trabajos13/mercado/mercado.shtml#concepto. Fecha de consulta: 02 marzo 2015.
- Financieros, C. d. (2014). *Matemática Financiera*. Obtenido de Concepto de prestamo: <http://www.matematicas-financieras.com/concepto-de-prestamos-p6.htm>. Fecha de consulta: 02 febrero 2015.
- Franco, Y. (01 de Junio de 2011). *Tesis de Investigación*. Obtenido de Metodo Analítico: <http://tesisdeinvestig.blogspot.com/2011/06/el-metodo-analitico.html>. Fecha de consulta: 16 Noviembre 2014.
- Frangialli, F. (04 de Febrero de 2002). *HOSTELTUR*. Obtenido de La OMT propone el ecoturismo como vía de enriquecimiento de países con escaso desarrollo industrial: http://www.hosteltur.com/07044_omt-propone-ecoturismo-como-via-enriquecimiento-paises-escaso-desarrollo-industrial.html. Fecha de consulta: 15 diciembre 2013
- Gomez, G. (2001). *gestiopolis*. Obtenido de Evaluación de alternativas de inversión: análisis matemático y financiero de proyectos (V), análisis beneficio/costo: <http://www.gestiopolis.com/canales/financiera/articulos/26/bc.htm>, Fecha de consulta: 03 de marzo 2015.
- HotelBienestar.com. (2012). *Complejo y Urbanización turística*. Obtenido de http://www.hotelbienestar.com/applicazioni/bfh_es_es.nsf/nextpage/complejosturisticos?OpenDocument. Fecha de consulta: 07 enero 2015
- Ibarra, C. (2011). *Metodología de la Investigación*. Obtenido de Investigacion Descriptiva: <http://metodologadelainvestigacinsiis.blogspot.com/2011/10/tipos-de-investigacion-exploratoria.html>. Fecha de consulta: 26 de octubre 2014
- Metodología de la Investigación*. (27 de Noviembre de 2012). Obtenido de <http://metodologiainvestigacionunadpitalito.blogspot.com/2012/11/que-distingue-los-estudios.html>. Fecha de consulta: 15 enero 2015
- Ministerio de Turismo. (2006). *Reglamento Oficial de establecimientos hoteleros*. Quito. Fecha de consulta: 26 enero 2015.

Ministerio de Turismo (2007). *PLANDETUR 2020*. Obtenido de Plan de desarrollo estratégico de turismo sostenible para Ecuador:
<https://jorgepaguay.files.wordpress.com/2012/03/plandetur.pdf>. Fecha de consulta: 26 enero 2015.

Ministerio de Turismo (17 de 06 de 2013). *MinTur socializa en Sucumbíos proyectos de incentivos para el sector turístico*. Obtenido de
<http://www.turismo.gob.ec/mintur-socializa-en-sucumbios-proyectos-de-incentivos-para-el-sector-turistico/>. Fecha de consulta: 04 marzo 2015

Ministerio de Turismo. (2002). Ley de Turismo del Ecuador. En:
<http://www.hotelesecuador.com.ec/downloads/Ley%20de%20Turismo.pdf>. Fecha de consulta: 22 marzo 2015.

Murillo, J. (2010). *Métodos de investigación de enfoque experimental*. Obtenido de <http://www.postgradoune.edu.pe/documentos/Experimental.pdf>. Fecha de consulta: 13 enero 2015

Pizarro, G. M. (2014). *Historia de el Cantón*. Obtenido de http://gonzalopizarro.gob.ec/?page_id=23. Fecha de consulta: 17 febrero 2015

Rainforest, A. (2008). *Buenas Practicas para el Turismo Sostenible*. Obtenido de http://www.rainforest-alliance.org/tourism/documents/tourism_practices_guide_spanish.pdf. Fecha de consulta: 10 enero 2015

Unidad 2 Preferencia y Motivaciones

1. ¿Ha visitado la Amazonia?

Si () No ()

2. ¿Le gustaría visitar la Provincia de Sucumbíos?

Una vez () Dos veces ()
Más de 2 veces () Nunca ()

3. ¿Qué le motivó visitar la amazonia?

Recreación y descanso () Naturaleza ()
Cultura () Turismo ()
Investigación () Negocios ()
Voluntariado () Otro Especifique.....

4. ¿Generalmente con quién viaja?

Amigos () Solo ()
Familia () Tour ()
Pareja () Otro.....

5. ¿Qué modalidad de Turismo es de su preferencia?

Turismo de Aventura () Turismo Científico ()
Ecoturismo () Turismo Cultural ()
Agroturismo () Turismo Gastronómico ()
Voluntariado () Otro Especifique.....

6. ¿En qué época viaja con mayor frecuencia?

De diciembre a febrero () Feriados ()
De Junio a agosto () Fines de semana ()
Otros.....

7. ¿Cuál es el tiempo de permanencia durante sus viajes realizados?

Un día () Fin de semana ()
Una semana () Dos semanas ()
Tres semanas o más ()
Otros.....

8. ¿Cuál es el principal medio de transporte que utiliza para viajar?

Bus () Vehículo alquilado ()
Vehículo propio () Vehículo con guía ()

9. ¿Cuándo viaja en qué lugar se hospedaría?

Propiedad	()	Amigos/Familiares	()
Hostería	()	Complejo	()
Hotel	()	Otro.....	

10. ¿Cuál es el presupuesto para sus vacaciones?

De 200 – 300 dólares	()	De 301 – 400 dólares	()
De 401 – 500 dólares	()	Más de 800 dólares	()

11. ¿Qué instalaciones turísticas le gustaría para un Centro Turístico Ecológico?

Alojamiento	()	Restaurante y Bar	()
Piscina natural	()	Senderos ecológicos	()
Centro de Interpretación Ambiental	()	Canchas deportivas	()

12. ¿En qué actividades le gustaría participar en el Centro Turístico Ecológico?

Agricultura orgánica	()	Caminatas en la selva	()
Deportes varios	()	Tradiciones y shamanismo	()
Pesca deportiva	()	Reciclaje	()
Preparación de alimentos	()	Conocimiento de flora nativa	()
Colaboración con la Comunidad	()	Camping	()
Realización de artesanías	()		Conocimiento
de fauna nativa	()		

Muchas Gracias

Unidad 2 Preferencia y Motivaciones

1. ¿Ha visitado la Amazonia?

Una vez () Dos veces ()
Más de 2 veces () Nunca ()

2. ¿Generalmente con quién viaja?

Amigos () Solo ()
Familia () Tour ()
Pareja () Otro.....

3. ¿Qué modalidad de Turismo es de su preferencia?

Turismo de Aventura () Turismo Científico ()
Ecoturismo () Turismo Cultural ()
Agroturismo () Turismo Gastronómico ()
Voluntariado () Otro Especifique.....

4. ¿En qué época viaja con mayor frecuencia?

De diciembre a febrero () Feriados ()
De Junio a agosto () Fines de semana ()
Otros.....

5. ¿Cuál es el presupuesto para sus vacaciones?

De 300 –500 dólares () De 500 –800 dólares ()
De 800 – 1200 dólares () Más de 2000 dólares ()

6. ¿Qué instalaciones turísticas recomendaría para un Centro turístico ecológico?

Alojamiento () Restaurante y Bar ()
Piscina natural () Senderos ecológicos ()
Centro de Interpretación Ambiental ()

7 ¿En qué actividades le gustaría participar en el Centro turístico ecológico?

Agricultura orgánica () Caminatas en la selva ()
Deportes varios () Tradiciones y shamanismo () Pesca
deportiva () Reciclaje ()
Preparación de alimentos típicos () Conocimiento de flora nativa ()
Colaboración con la Comunidad () Camping ()
Realización de artesanías ()
Conocimiento de fauna nativa ()

Muchas Gracias

ANEXO. 3. SURVEY FOR FOREING VISITORS
IBEROAMERICANA UNIVERSITY OF ECUADOR
SCHOOL OF HOSPITALITY AND TOURISM
SCHOOL OF TOURISM MANAGEMENT GUIDANCE AND MANAGEMENT
CAREER TOURISM
SURVEY FOR FOREING VISITORS

Dear Sir / a visitor: foreigner

This questionnaire is designed to collect information for the development of a Technical Proposal for the Design of a Tourist-Ecological Center at Hacienda "the Yuquita" at Lumbaquí - Sucumbios in Ecuador. This information is confidential and will be used for scientific research.

Instructions: Answer each questions, mark an X that you consider relevant and if possible select just only one option if you select more than one, orders as important (1 to 5) the one of higher Rank.

Unit 1 General Information

Age ()		Gender Male ()	Female ()
Marital Status	1. Single ()	Level instruccin	1. Primary ()
	2. Married ()		2. Secondary ()
	3. Widower ()		3. Top ()
	4. Divorced ()		4. Postgraduate ()
	5. Free Unión ()		5. Phd. ()
Profession	1. Public employee ()	2. Private employee ()	
	3. Farmer ()	4. Housewife ()	
	5. Student ()	6. Retired ()	
Comes From	1. South American ()	2. America Center ()	
	3. North American ()	4. European ()	
	5. Asian ()	6. African ()	

Unit 2 Preference and Motivation

1. Have you visited the Amazon?

Once ()	Twice ()	More than 2 times ()
Never ()		

2. Who do you usually travel?

Friends ()	Alone ()
Family ()	Tour ()

Couple () Other

3. What kind of tourism is your preference?

Adventure () Scientific Tourism ()
Ecotourism () Cultural Tourism ()
Agritourism () Gastronomic Tourism ()
Volunteering () Other Specify

4. What season do you travel more often?

From December to February () Holidays ()
From June to August () Weekends ()
Other

5. What is the budget for your holidays?

From 300 \$ -500 () From \$ 500 -800 ()
From 800 - \$ 1,200 () More than \$ 2000 ()

6. What tourist facilities recommend for a Ecological Tourist Center?

Lodgment () Bar restaurant ()
Natural Pool () Ecological trail ()
Environmental Interpretation Center ()

7. What activities would you like to participate in the Ecological Tourist Center?

Organic Agriculture () Hiking in the jungle ()
Somes Sports () Traditions and Shamanism ()
Angling () Recycling ()
Preparation of typical foods () Knowledge of native flora ()
Collaborating with the Community () Camping ()
Making crafts () Knowledge of native fauna ()

Thank you so much

ANEXO. 4. Equipamiento de Oficina.

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO USD	PRECIO TOTAL USD
7	Computadoras	\$ 600,00	\$ 4.200,00
7	Escritorios	\$ 80,00	\$ 560,00
1	Teléfonos – Fax	\$ 45,00	\$ 45,00
7	Teléfonos	\$ 15,00	\$ 105,00
4	Archivadores	\$ 50,00	\$ 200,00
5	Lámparas	\$ 15,00	\$ 75,00
1	Counter Recepción	\$ 190,00	\$ 190,00
7	Sillas Ejecutivas	\$ 100,00	\$ 700,00
14	Sillas	\$ 25,00	\$ 350,00
1	Sillas de Espera	\$ 90,00	\$ 90,00
		TOTAL	\$ 6.515,00

Fuente: Industria Metálicas Gordón (IGM), IDC Mayorista de Computación, 2015.

ANEXO. 5. Muebles de Dormitorio y Artículos Decorativos

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO USD	PRECIO TOTAL USD
30	Juego de Dormitorio	\$ 900,00	\$ 27.000,00
30	Cortinas	\$ 25,00	\$ 750,00
30	Alfombras	\$ 20,00	\$ 600,00
60	Focos Ahorradores	\$ 3,00	\$ 180,00
30	Basureros	\$ 5,00	\$ 150,00
		SUBTOTAL 1	\$ 28.680,00

Fuente: Masterdirect, 2015.

ANEXO. 6. Menaje

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO USD	PRECIO TOTAL
45	Juego de Sábana 2 plz	\$ 20,00	\$ 900,00
45	Juego de Sábanas 2 1/2 plz	\$ 20,00	\$ 900,00
85	Juego de Toallas	\$ 13,50	\$ 1.147,50
85	Frazadas	\$ 18,00	\$ 1.530,00
60	Edredones	\$ 30,00	\$ 1.800,00
85	Almohadas	\$ 8,00	\$ 680,00
85	Cubre Colchones	\$ 5,00	\$ 425,00
		SUBTOTAL 2	\$ 7.382,50

Fuente: Masterdirect, 2015.

ANEXO. 7. Equipamiento de Baños

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL USD
70	Sanitarios	\$ 90,00	\$ 6.300,00
70	Lavamanos	\$ 45,00	\$ 3.150,00
70	Dispositivos de Ahorro Lavamanos	\$ 17,50	\$ 1.225,00
70	Dispositivos de Ahorro Sanitarios	\$ 10,50	\$ 735,00
45	Duchas	\$ 18,50	\$ 832,50
70	Accesorios para Baño	\$ 26,50	\$ 1.855,00
45	Cortinas para Baño	\$ 5,50	\$ 247,50
45	Tapetes Antideslizantes	\$ 4,50	\$ 202,50
20	Espejos	\$ 15,50	\$ 310,00
45	Basureros	\$ 2,80	\$ 126,00
10	Secadores de manos	\$ 42,50	\$ 425,00
45	Dispensadores de Papel	\$ 12,50	\$ 562,50
45	Dispensadores de jabón	\$ 15,00	\$ 675,00
10	Dispensadores de Toallas Higiénicas	\$ 12,50	\$ 125,00
20	Extractor de olores	\$ 48,00	\$ 960,00
		TOTAL	\$ 17.731,00

Fuente: Masterdirect, 2015.

ANEXO. 8. Equipamiento General para Cocina y Restaurante

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO USD	PRECIO TOTAL USD
1	Cocina	\$ 800,00	\$ 800,00
1	Cocina Industrial	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00
1	Refrigeradora	\$ 800,00	\$ 800,00
10	Cilindro de gas	\$ 45,00	\$ 450,00
1	Horno de leña	\$ 250,00	\$ 250,00
6	Licadoras	\$ 45,00	\$ 270,00
2	Ollas de presión	\$ 30,00	\$ 60,00
8	Ollas medianas	\$ 8,00	\$ 64,00
8	Ollas grandes	\$ 42,50	\$ 340,00
4	Bandejas para hornear	\$ 7,50	\$ 30,00
5	Juego de sartenes	\$ 55,50	\$ 277,50
8	Juego de Cuchillos para cocinar	\$ 45,50	\$ 364,00
5	Cedazo	\$ 2,00	\$ 10,00
5	Otros Utensilios	\$ 150,00	\$ 750,00
1	Tamalera	\$ 34,00	\$ 34,00
3	Utensilios para Pastelería	\$ 62,00	\$ 186,00

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO USD	PRECIO TOTAL USD
4	Molino	\$ 18,80	\$ 75,20
2	Molino de carne	\$ 18,80	\$ 37,60
3	Bandejas	\$ 46,60	\$ 139,80
2	Juego Garnish	\$ 54,70	\$ 109,40
8	Tortillero	\$ 14,41	\$ 115,28
3	Mesas de acero inoxidable	\$ 700,00	\$ 2.100,00
5	Exprimidor de jugo	\$ 22,80	\$ 114,00
1	Bascula	\$ 18,60	\$ 18,60
2	Micro-ondas	\$ 125,00	\$ 250,00
3	Parrilla – Grill	\$ 65,50	\$ 196,50
4	Batidora	\$ 25,00	\$ 100,00
6	Bidón para agua	\$ 16,50	\$ 99,00
6	Purificador de agua	\$ 25,60	\$ 153,60
		SUBTOTAL 1	\$ 9.694,48

Fuente: Almacenes Montero, 2015.

ANEXO. 9. Equipamiento de Cubertería

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO USD	PRECIO TOTAL USD
10	Juegos de Cubertería (6 pax)	\$ 25,80	\$ 258,00
30	Cuchara para Mantequilla	\$ 1,50	\$ 45,00
		SUBTOTAL 2	\$ 303,00

Fuente: Almacenes Montero, 2015.

ANEXO. 10. Equipamiento de Vajilla

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO USD	PRECIO TOTAL USD
7	Vajilla (8 Pax)	\$ 38,50	\$ 269,50
100	Juego de Vasos	\$ 3,00	\$ 300,00
		SUBTOTAL 3	\$ 569,50

Fuente: Almacenes Montero, 2015.

ANEXO. 11. Equipamiento de Cristalería

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO USD	PRECIO TOTAL USD
15	Hielera	\$ 5,50	\$ 82,50
15	Palillera	\$ 7,80	\$ 117,00
15	Moedor de Pimienta	\$ 6,20	\$ 93,00
15	Ajiceros	\$ 3,50	\$ 52,50
8	Fuentes de vidrio	\$ 13,80	\$ 110,40
8	Cocteleras	\$ 12,80	\$ 102,40
15	Azucareras	\$ 3,75	\$ 56,25
15	Saleros	\$ 0,80	\$ 12,00
		SUBTOTAL	\$ 626,05
		4	

Fuente: Almacenes Montero, 2015.

ANEXO. 12. Equipamiento de Menaje

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO USD	PRECIO TOTAL USD
10	Paños antideslizantes grandes	\$ 8,60	\$ 86,00
10	Paños antideslizantes pequeños	\$ 2,50	\$ 25,00
8	Gorro de Chef	\$ 3,80	\$ 30,40
30	Manteles	\$ 12,00	\$ 360,00
8	Delantales	\$ 5,60	\$ 44,80
60	Servilletas de tela	\$ 1,20	\$ 72,00
		SUBTOTAL	\$ 618,20
		5	

Fuente: Almacenes Montero, 2015.

ANEXO. 13. Equipamiento Agrícola y Pecuario

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO USD	PRECIO TOTAL USD
1	Instalación Sistema Eléctrico	\$ 1.450,00	\$ 1.450,00
1	Equipo de Riego: Incluye bombeo, succión, descarga, conducción para aspersión y goteo	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00
30	Herramientas Manuales de Labranza	\$ 12,45	\$ 373,50
2	Bombas de Fumigar	\$ 24,50	\$ 49,00
1	Botiquín de Primeros Auxilios	\$ 15,00	\$ 15,00
30	Azadones	\$ 12,50	\$ 375,00
30	Palas	\$ 10,00	\$ 300,00
30	Rastrillos	\$ 8,00	\$ 240,00
		TOTAL	\$ 5.802,50

Fuente: Ferretería Castillo, 2015.

ANEXO. 14. Equipamiento para Mantenimiento

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO USD	PRECIO TOTAL USD
10	Escobas	\$ 3,20	\$ 32,00
6	Limpiador de vidrios	\$ 1,20	\$ 7,20
3	Lavadora	\$ 850,00	\$ 2.550,00
3	Planchas	\$ 16,50	\$ 49,50
3	Planchadores	\$ 18,60	\$ 55,80
1	Aspiradoras de Polvo y Agua	\$ 155,50	\$ 155,50
1	Mangueras	\$ 24,00	\$ 24,00
10	Recogedor de Basura	\$ 1,50	\$ 15,00
10	Trapeadores de Esponja	\$ 7,50	\$ 75,00
10	Basureros para plásticos	\$ 4,50	\$ 45,00
10	Basureros para vidrio	\$ 4,50	\$ 45,00
10	Basureros para papel	\$ 4,50	\$ 45,00
10	Basureros para otros	\$ 4,50	\$ 45,00
10	Basureros Orgánicos	\$ 4,50	\$ 45,00
		SUBTOTAL 1	\$ 3.189,00

Fuente: Masterdirect, 2015.

ANEXO. 15. Equipamiento para Operación

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO USD	PRECIO TOTAL USD
30	Ponchos de Agua	\$ 12,60	\$ 378,00
30	Botas de Caucho	\$ 10,50	\$ 315,00
30	Linternas	\$ 10,60	\$ 318,00
30	Cascos	\$ 10,20	\$ 306,00
15	Binoculares	\$ 50,60	\$ 759,00
30	Protectores Rodillas	\$ 10,20	\$ 306,00
30	Protectores Codos	\$ 10,20	\$ 306,00
15	Botiquín de Primeros Auxilios	\$ 15,00	\$ 225,00
		SUBTOTAL 2	\$ 2.913,00

Fuente: Almacenes Cotopaxi, Masterdirect, 2015

ANEXO. 16. Costos de Mano de Obra Directa

Mano de Obra Directa	Nº	Sueldo Mensual	Aportes IESS	Décimo Tercero	Vacaciones	Fondos Reserva	Décimo Cuarto	Subtotal Mensual	Subtotal Anual	TOTAL
Camarera	4	\$ 364,00	\$ 34,03	\$ 30,33	\$ 18,69	\$ 30,33	\$ 30,33	\$ 507,72	\$ 6.092,69	\$ 24.370,75
Guía	3	\$ 364,00	\$ 34,03	\$ 30,33	\$ 18,69	\$ 30,33	\$ 30,33	\$ 507,72	\$ 6.092,69	\$ 18.278,06
Jefe de Cocina	1	\$ 550,00	\$ 51,43	\$ 45,83	\$ 26,29	\$ 45,83	\$ 45,83	\$ 765,22	\$ 9.182,58	\$ 9.182,58
Cocinero Polivalente	3	\$ 450,00	\$ 42,08	\$ 37,50	\$ 22,20	\$ 37,50	\$ 37,50	\$ 626,78	\$ 7.521,30	\$ 22.563,90
Mesero	4	\$ 364,00	\$ 34,03	\$ 30,33	\$ 18,69	\$ 30,33	\$ 30,33	\$ 507,72	\$ 6.092,69	\$ 24.370,75
Guardia	1	\$ 364,00	\$ 34,03	\$ 30,33	\$ 18,69	\$ 30,33	\$ 30,33	\$ 507,72	\$ 6.092,69	\$ 6.092,69
Jardinero	1	\$ 364,00	\$ 34,03	\$ 30,33	\$ 18,69	\$ 30,33	\$ 30,33	\$ 507,72	\$ 6.092,69	\$ 6.092,69
Conserje	2	\$ 364,00	\$ 34,03	\$ 30,33	\$ 18,69	\$ 30,33	\$ 30,33	\$ 507,72	\$ 6.092,69	\$ 12.185,38
									TOTAL	\$ 123.136,80

Elaborado por: Roberto Martínez, 2015

ANEXO. 17. Detalle del Préstamo

AÑOS	CUOTA	INTERÉSES	AMORTIZACIÓN	AMORTIZADO	PENDIENTE
0					418.052,38
1	63.345,83	34.990,98	28354,85	28.354,85	389.697,53
2	63.345,83	32.617,68	30728,15	59.082,99	358.969,39
3	63.345,83	30.045,74	33300,09	92.383,09	325.669,29
4	63.345,83	27.258,52	36087,31	128.470,40	289.581,98
5	63.345,83	24.238,01	39107,82	167.578,22	250.474,16
6	63.345,83	20.964,69	42381,14	209.959,36	208.093,02
7	63.345,83	17.417,39	45928,45	255.887,81	162.164,57
8	63.345,83	13.573,17	49772,66	305.660,46	112.391,92
9	63.345,83	9.407,20	53938,63	359.599,09	58.453,29
10	63.345,83	4.892,54	58453,29	418.052,38	0,00

Elaborado por: Roberto Martínez, 2015.

ANEXO.18. Depreciación de Activos Fijos

INVERSIÓN	VIDA ÚTIL	PORCENTAJE DEPRECIACIÓN	VALOR USD	DEPRECIACIÓN ANUAL USD	%
Construcciones y Obras Civiles	10	10.00%	\$ 255.695,00	\$ 25.569,50	52
Equipamiento Oficina	3	10.00%	\$ 6.515,00	\$ 651,50	1
Equipamiento Habitaciones	5	30.00%	\$ 36.062,50	\$ 10.818,75	22
Equipamiento Baños	5	10.00%	\$ 17.731,00	\$ 1.773,10	4
Equipamiento Cocina	5	20.00%	\$ 11.811,23	\$ 2.362,25	5
Equipos de Operación	10	20.00%	\$ 6.102,00	\$ 1.220,40	2
Equipo Agricultura y Pecuaria	10	30.00%	\$ 5.802,50	\$ 1.740,75	4
Vehículo	5	20.00%	\$ 26.500,00	\$ 5.300,00	11
TOTAL DEPRECIACIÓN ANUAL				\$ 49.436,25	100

Elaborado por: Roberto Martínez, 2015.

ANEXO.19. Mantenimiento de Activos Fijos

INVERSIÓN	VIDA ÚTIL	PORCENTAJE MANTENIMIENTO	VALOR USD	MANTENIMIENTO ANUAL USD	%
Construcciones y Obras Civiles	10	1.00%	\$ 255.695,00	\$ 2.556,95	61
Equipamiento Oficina	3	1.00%	\$ 6.515,00	\$ 65,15	2
Equipamiento Habitaciones	5	1.00%	\$ 36.062,50	\$ 360,63	9
Equipamiento Baños	5	1.00%	\$ 17.731,00	\$ 177,31	4
Equipamiento Cocina	5	2.00%	\$ 11.811,23	\$ 236,22	6
Equipos de Operación	10	2.00%	\$ 6.102,00	\$ 122,04	3
Equipo Agricultura y Pecuaria	10	2.00%	\$ 5.802,50	\$ 116,05	3
Vehículo	5	2.00%	\$ 26.500,00	\$ 530,00	13
TOTAL MANTENIMIENTO ANUAL				\$ 4.164,35	100

Elaborado por: Roberto Martínez, 2015.

ANEXO.20. Seguro de Activos Fijos

INVERSIÓN	VIDA ÚTIL	PORCENTAJE SEGUROS	VALOR USD	SEGURO ANUAL USD	%
Construcciones y Obras Civiles	10	2.50%	\$ 255.695,00	\$ 6.392,38	64
Equipamiento Oficina	3	3.00%	\$ 6.515,00	\$ 195,45	2
Equipamiento Habitaciones	5	3.00%	\$ 36.062,50	\$ 1.081,88	11
Equipamiento Baños	5	2.00%	\$ 17.731,00	\$ 354,62	4
Equipamiento Cocina	5	3.00%	\$ 11.811,23	\$ 354,34	4
Equipos de Operación	10	3.00%	\$ 6.102,00	\$ 183,06	2
Equipo Agricultura y Pecuaria	10	3.00%	\$ 5.802,50	\$ 174,08	2
Vehículo	5	4.50%	\$ 26.500,00	\$ 1.192,50	12
TOTAL SEGUROS ANUAL				\$ 9.928,29	100

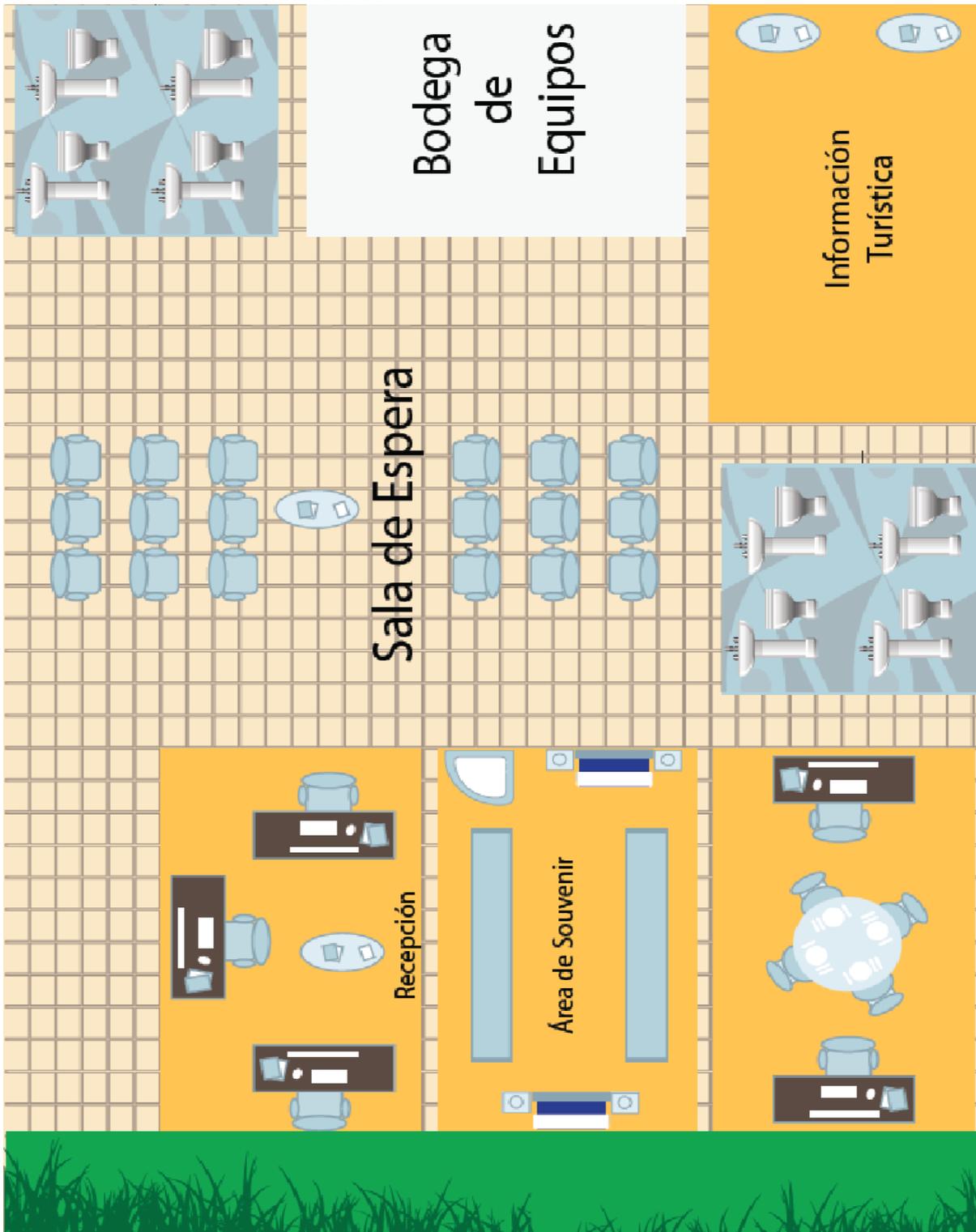
Elaborado por: Roberto Martínez, 2015.

ANEXO. 21. Plano General Centro Turístico Ecológico

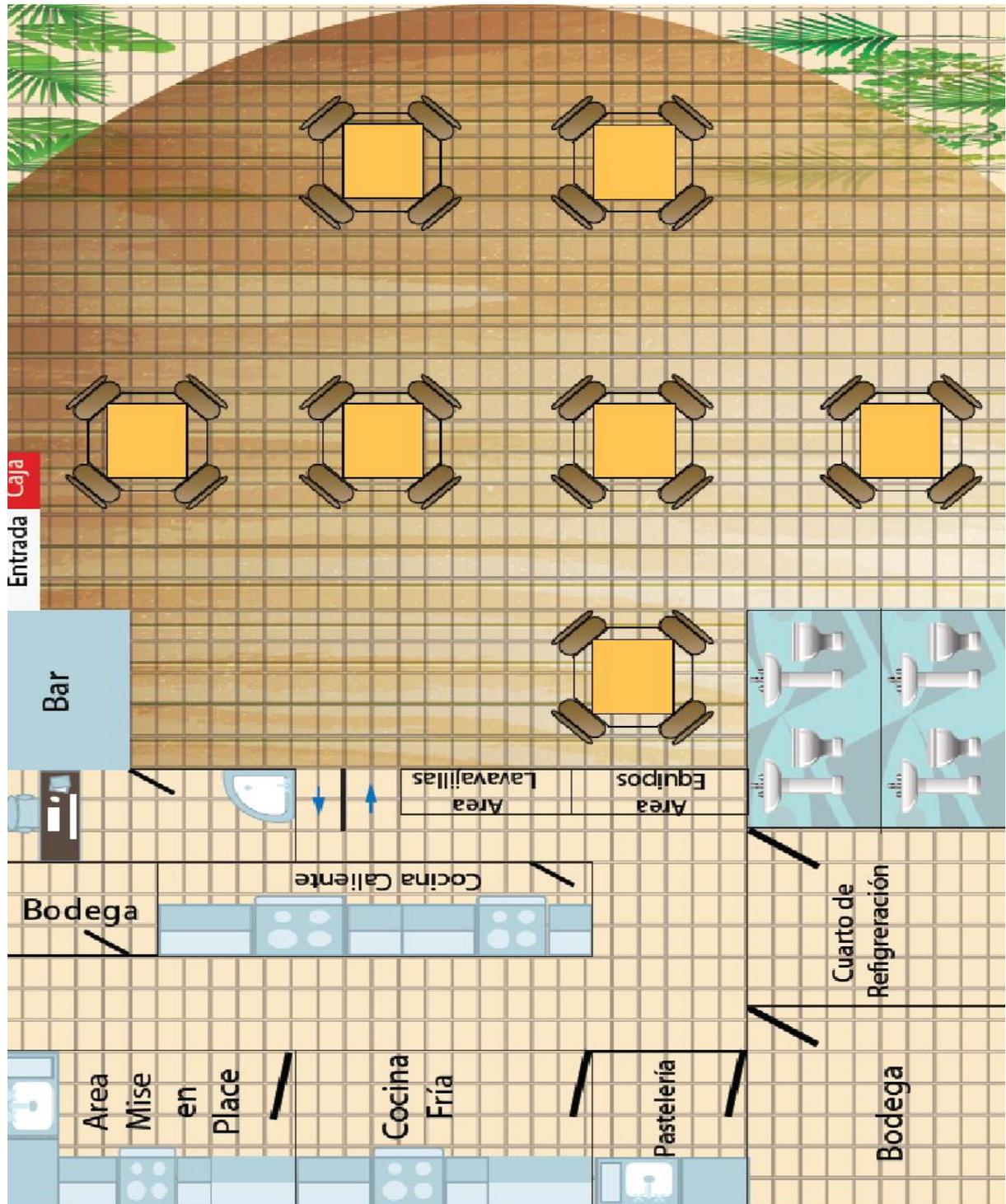


1.- Área Administrativa, 2.- Restaurant, 3.- Sala de Eventos, 4.- Sala de Juegos, 5.- Piscinas, 6.- Área de Picnic, 7.- Pesca Deportiva, 8.- Área de Camping, 9.- Área Artesanías Demostraciones, 10.- Área Agrícola, 11.- Jardines Frutales
12.- Parquesadero 13.- Área Deportiva, 14.- Laguna, 15.- parqueadero Cabañas y Camping, 16.- Área Cabañas

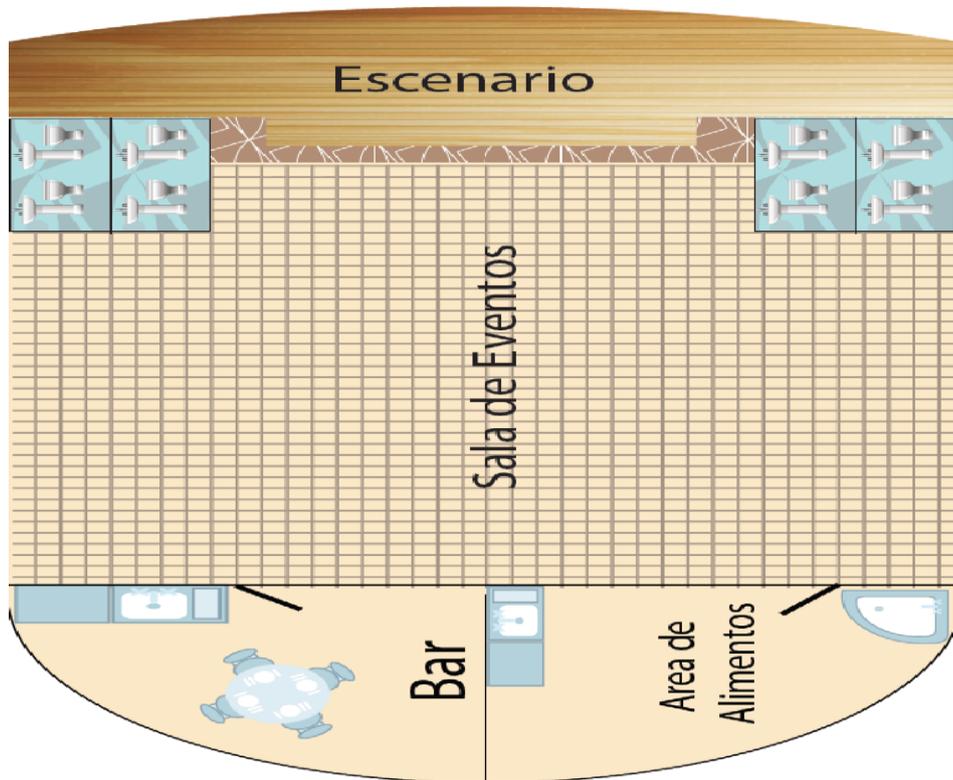
ANEXO. 22. Área Administrativa



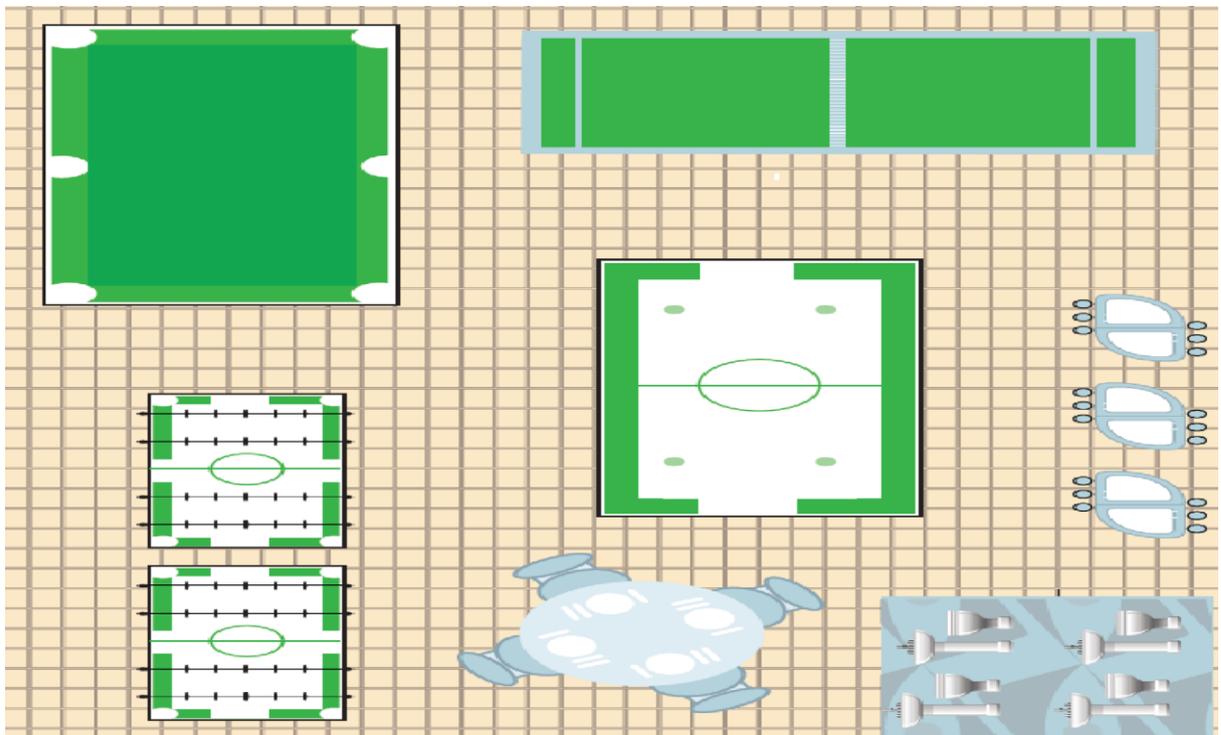
ANEXO.23. Área de Restaurante



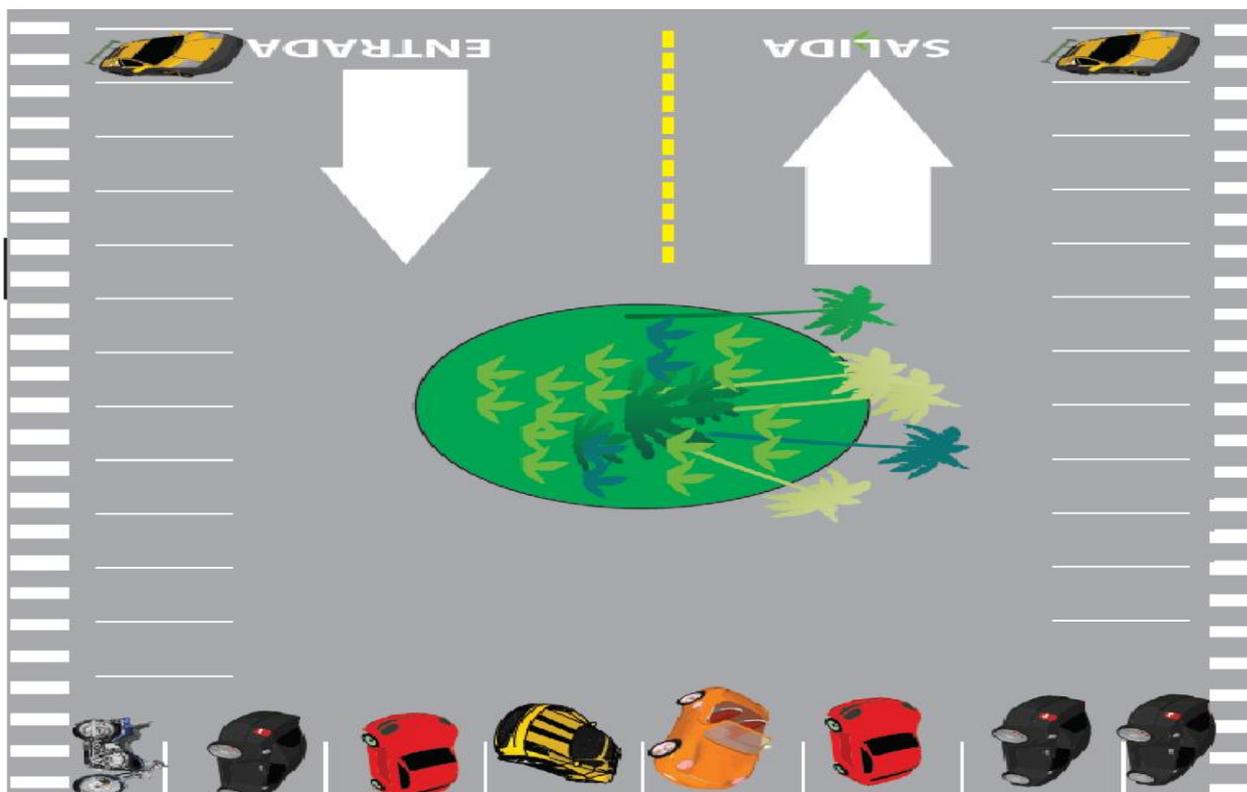
ANEXO.24. Área de Eventos



ANEXO.25. Área de Sala de juegos



ANEXO.26. Parqueadero # 1.



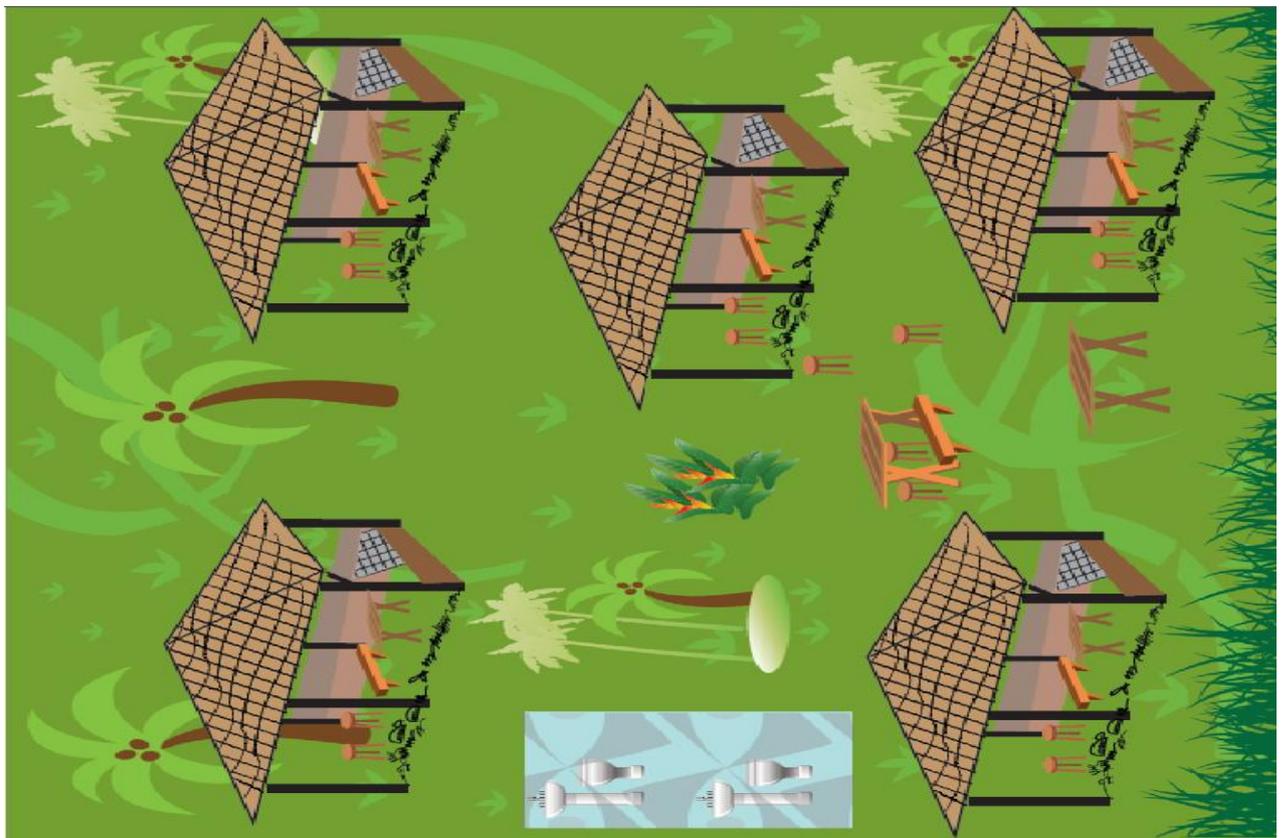
ANEXO.27. Área de Deportes



ANEXO.28. Área de Piscina



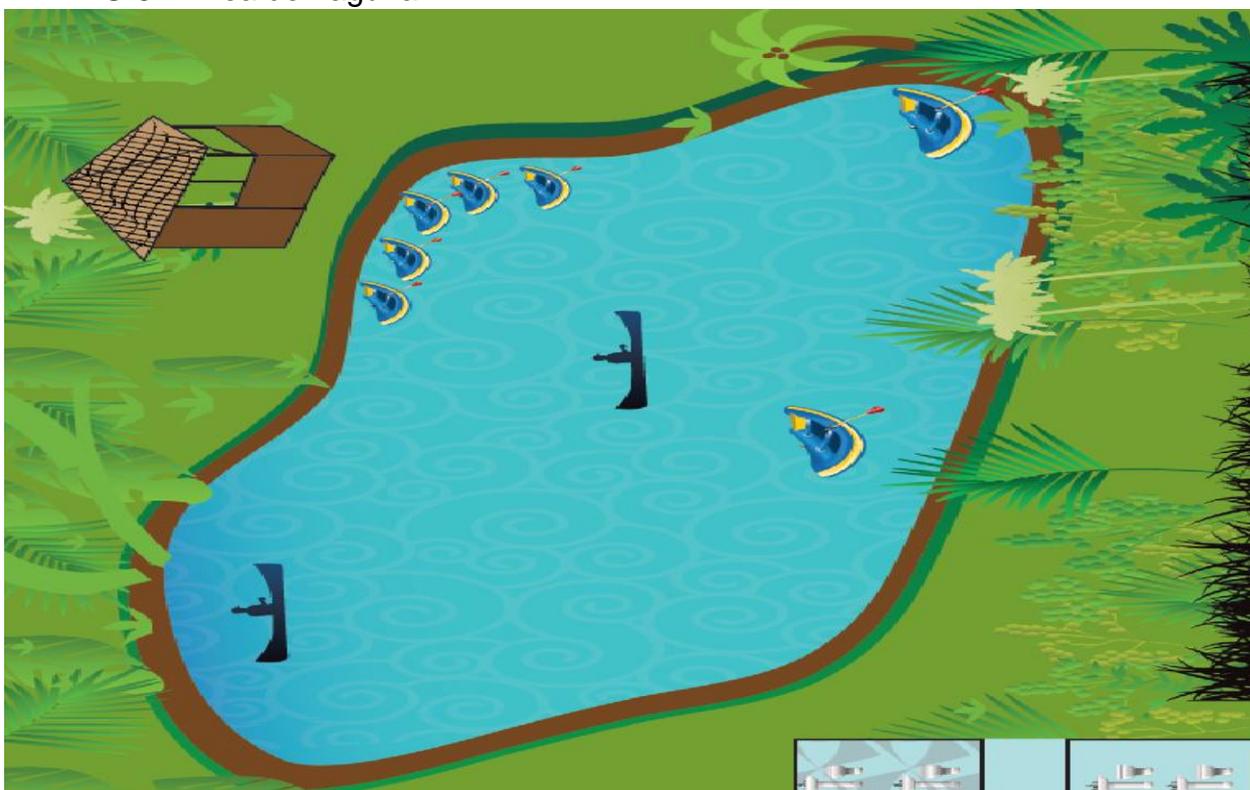
ANEXO.29, Área de Picnic



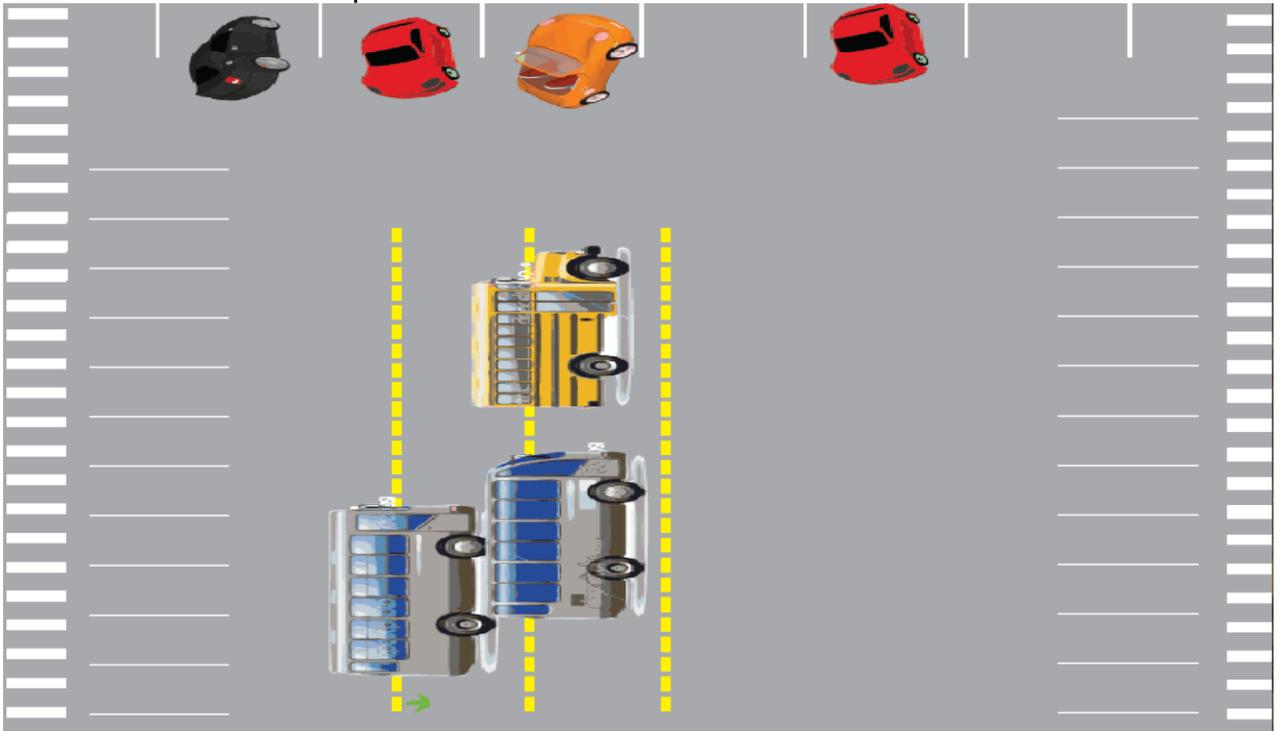
ANEXO. 30. Área de Pesca Deportiva



ANEXO.31. Área de Laguna



ANEXO.32. Área de Parqueadero # 2



ANEXO.33. Diseño de Cabañas

