



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
CARRERA TURISMO

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE
UN COMPLEJO TURÍSTICO EN LA COMUNIDAD PACTO
SUMACO, CANTÓN ARCHIDONA, PROVINCIA DE NAPO**

Trabajo de titulación

Tipo: Proyecto técnico

Presentado para optar al grado académico de:

INGENIERA EN ECOTURISMO

AUTORA:

ERIKA MIRELLA MORA CALDERON

Riobamba – Ecuador

2022



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
CARRERA TURISMO

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE
UN COMPLEJO TURÍSTICO EN LA COMUNIDAD PACTO
SUMACO, CANTÓN ARCHIDONA, PROVINCIA DE NAPO**

Trabajo de titulación

Tipo: Proyecto técnico

Presentado para optar al grado académico de:

INGENIERA EN ECOTURISMO

AUTORA: ERIKA MIRELLA MORA CALDERON

DIRECTOR: Ing. Eduardo Antonio Muñoz Jacome PhD

Riobamba – Ecuador

2022

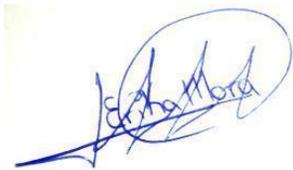
©2022, Erika Mirella Mora Calderon

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

Yo, **ERIKA MIRELLA MORA CALDERON**, declaro que el presente trabajo de titulación es de mi autoría y los resultados del mismo son auténticos. Los textos en el documento que proviene de otras fuentes están debidamente citados y referenciados.

Como autor asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este trabajo de titulación. El patrimonio intelectual pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Riobamba, 25 de febrero del 2022



Erika Mirella Mora Calderon

CI: 2200052864

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
CARRERA TURISMO

El Tribunal del Trabajo de Titulación certifica que: El Trabajo de Titulación; Tipo Proyecto Técnico **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN COMPLEJO TURÍSTICO EN LA COMUNIDAD PACTO SUMACO, CANTÓN ARCHIDONA, PROVINCIA DE NAPO**, de responsabilidad de la señorita egresada **ERIKA MIRELLA MORA CALDERÓN**, ha sido prolijamente revisado, quedando autorizado su presentación.

	FIRMA	FECHA
Ing. Jorge Ivan Carrillo Hernandez PRESIDENTE DEL TRIBUNAL	 Firmado electrónicamente por: JORGE IVAN CARRILLO HERNANDEZ	2022/02/25
Ing. Eduardo Antonio Muñoz Jacome PhD DIRECTORA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN	 Firmado electrónicamente por: EDUARDO ANTONIO MUNOZ JACOME	2022/02/25
Econ. Flor Maria Quinchuela Pozo MIEMBRO DEL TRIBUNAL	 Firmado digitalmente por FLOR MARIA QUINCHUELA POZO Fecha: 2022.04.05 15:51:18 -05'00'	2022/02/25

DEDICATORIA

Dedico este trabajo principalmente a Dios, por haberme dado la vida y permitirme llegar hasta este momento tan importante de mi formación profesional. A mi madre que ya partió a la presencia de Dios a pesar de nuestra distancia física, siento que estás conmigo siempre y aunque nos faltaron muchas cosas por vivir juntas, sé que este momento es tan especial para ti como lo es para mí. A mi padre y hermano por ser un pilar importante en mi vida y por demostrarme siempre su cariño y apoyo incondicional sin importar nuestras diferencias de opiniones. A la Sra. Luz Chulco, a quien quiero como a una madre, por compartir momentos significativos conmigo y por siempre estar dispuesta ayudarme en cualquier momento.

Erika

AGRADECIMIENTO

El presente trabajo agradezco a Dios por ser mi guía y acompañarme en el transcurso de mi vida, brindándome paciencia y sabiduría para culminar con éxito mis metas propuestas.

A mi Madre, Padre y hermano que con su esfuerzo y dedicación me ayudaron a culminar mi carrera universitaria y me dieron el apoyo suficiente para no decaer cuando todo parecía complicado e imposible.

A mis amigos que gracias a su apoyo moral me permitieron permanecer con empeño, dedicación y cariño.

De igual forma, agradezco a mi Director de Tesis, que gracias a sus consejos y correcciones hoy puedo culminar este trabajo.

Agradezco a los todos docentes que, con su sabiduría, conocimiento y apoyo, motivaron a desarrollarme como persona y profesional en la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Erika

TABLA DE CONTENIDO

ÍNDICE DE TABLAS	ix
ÍNDICE DE FIGURAS	xiii
ÍNDICE DE ANEXOS	xii
RESUMEN	x
ABSTRACT	xv
INTRODUCCIÓN	1

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO DEL PROBLEMA	3
1.1. Antecedentes del problema	3
1.2. El problema	3
1.3. Objetivos	4

CAPÍTULO II

2. REVISIÓN DE LITERATURA	5
2.1. Turismo	5
2.2. Complejo Turístico	5
2.3. Estudio de factibilidad	5
2.4. Geoparque	5
2.5. Geositio	6
2.6. Laguna	6
2.7. Demanda	6
2.8. Proyección	7

2.9.	Ecuación de la recta	7
2.10.	Producto	7
2.11.	Producto turístico	7
2.12.	Estudio técnico	8
2.13.	Estudio ambiental.....	8
2.14.	Evaluación económica	8
2.15.	Turismo en la provincia del Napo	9
2.15.1.	<i>Turismo en el cantón Archidona</i>	9

CAPÍTULO III

3.	MARCO METODOLÓGICO	11
3.1.	Características del lugar	11
3.1.1.	<i>Sitio de estudio</i>	11
3.1.2.	<i>Ubicación geográfica</i>	11
3.1.3.	<i>Características climáticas</i>	12
3.1.4.	<i>Clasificación ecológica</i>	12
3.1.5.	<i>Características del suelo</i>	12
3.2.	Materiales y equipos.....	13
3.2.1.	<i>Materiales</i>	13
3.2.2.	<i>Equipos</i>	13
3.3.	Metodología	13
3.3.1.	<i>Viabilidad comercial del proyecto</i>	13
3.1.2.	<i>Confrontación oferta vs demanda</i>	14
3.1.3.	<i>Viabilidad técnica del proyecto</i>	15
3.1.4.	<i>Análisis de impacto ambiental del proyecto</i>	15
3.1.5.	<i>Viabilidad administrativa-legal</i>	16

3.1.6.	<i>Evaluación económica y financieramente del proyecto</i>	16
--------	--	----

CAPÍTULO IV

4.	RESULTADOS	17
4.1.	Establecer la viabilidad comercial para la creación del complejo turístico	17
4.2.	Estudio técnico	33
4.3.	Evaluación de impactos - Matriz de Lázaro Lagos	49
4.4.	Figura legal de operación y la estructura administrativa para el funcionamiento	57
4.5.	Evaluación económica - financiera	75
	CONCLUSIONES	85
	RECOMENDACIONES	86

BIBLIOGRAFÍA

ANEXOS

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1-4:	Análisis de la demanda histórica.....	17
Tabla 1-5:	Análisis de la demanda histórica.....	18
Tabla 2-4:	Análisis de la demanda futura.....	18
Tabla 3-4:	Capacidad aparente.....	19
Tabla 4-4:	Plan de comercialización.....	24
Tabla 5-4:	Talento humano para el área comercial.....	29
Tabla 6-4:	Materiales e insumos para el área comercial.....	30
Tabla 7-4:	Materiales de promoción y publicidad para el área comercial.....	30
Tabla: 8-4:	Promoción y publicidad antes del funcionamiento.....	31
Tabla 9-4:	Promoción y publicidad durante el funcionamiento.....	31
Tabla 10-4:	Activos fijos para el área comercial.....	32
Tabla 11-4:	Activos diferidos para el área comercial.....	33
Tabla 12-4:	Capacidad operativa.....	33
Tabla 13-4:	Organización del espacio.....	38
Tabla 14-4:	Talento humano para el área productiva.....	40
Tabla 15-4:	Terreno, construcciones y edificaciones.....	40
Tabla 16-4:	Herramientas.....	42
Tabla 17-4:	Equipos que requieren las instalaciones.....	42
Tabla 18-4:	Muebles y enseres que requieren las instalaciones.....	43
Tabla 19-4:	Requerimientos de suministros e insumos.....	48
Tabla 20-4:	Menaje.....	47
Tabla 21-4:	Activos diferidos para las actividades complementarias.....	49
Tabla 22-4:	Matriz de Lázaro Lagos.....	50
Tabla 23-4:	Matriz de Cuantificación.....	52
Tabla 24-4:	Medidas de mitigación.....	53

Tabla 25-4:	Materiales e insumos para las medidas de mitigación.....	55
Tabla 26-4:	Activos fijos para las medidas de mitigación	56
Tabla 27-4:	Activos diferidos para las medidas de mitigación	56
Tabla 28-4:	Requisitos para la constitución.....	60
Tabla 29-4:	Costos de constitución.....	62
Tabla 30-4:	Manual de funciones del gerente general	64
Tabla 31-4:	Manual de funciones del promotor de ventas	65
Tabla 32-4:	Recepcionista.....	65
Tabla 33-4:	Manual de funciones de la secretaría	66
Tabla 34-4:	Manual de funciones del bodeguero.....	66
Tabla 35-4:	Manual de funciones de la gobernata	67
Tabla 36-4:	Manual de funciones de la mucama	67
Tabla 37-4:	Manual de funciones del chef	68
Tabla 38-4:	Manual de funciones del ayudante de cocina	68
Tabla 39-4:	Manual de funciones del Barman.....	69
Tabla 40-4:	Manual de funciones del mesero	69
Tabla 41-4:	Manual de funciones del jardinero	70
Tabla 42-4:	Manual de funciones del DJ	70
Tabla 43-4:	Manual de funciones del guardia	71
Tabla 44-4:	Talento humano para el área administrativa.....	73
Tabla 45-4:	Materiales e insumos para el área administrativa.....	73
Tabla 46-4:	Activos fijos para el área administrativa	74
Tabla 47-4:	Activos diferidos para el área administrativo	75
Tabla 48-4:	Resumen de activos fijos	75
Tabla 49-4:	Resumen de activos diferidos.....	76
Tabla 50-4:	Resumen de costos y gastos	76
Tabla 51-4:	Inversiones.....	77

Tabla 52-4:	Usos y fuentes.....	78
Tabla 53-4:	Cuadro de pago de la deuda	79
Tabla 54-4:	Depreciación de activos fijos	79
Tabla 55-4:	Amortizaciones de activos diferidos	79
Tabla 56-4:	Costos y gastos	80
Tabla 57-4:	Presupuesto de ingresos	75
Tabla 58-4:	Estados de resultados	83
Tabla 59-4:	Flujo de caja.....	83
Tabla 60-4:	Valor actual neto	83
Tabla 61-4:	Relación costo beneficio	84

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1-4:	Ubicación geográfica.....	12
Figura 1-5:	Logotipo del complejo turístico.....	20
Figura 2-4:	Página web	25
Figura 3-4:	Página de Facebook.....	26
Figura 4-4:	Página de Facebook.....	27
Figura 5-4:	Tarjeta de presentación.....	28
Figura 6-4:	Souvenir	29
Figura 7-4:	Macro localización del área de estudio.....	35
Figura 8-4:	Microlocalización del área de estudio	36
Figura 9-4:	Croquis de distribución de escenarios	37
Tabla 13-4:	Organización del espacio	38
Figura 10-4:	Flujograma de proceso de recepción	39
Figura 11-4:	Flujograma de proceso del check out	40
Figura 12-4:	Flujograma de proceso de alimentación	41

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO A: DATOS DE VISITANTES DE LA COMUNIDAD PACTO SUMACO

ANEXO B: MÁTRIZ LÁZARO LAGOS

RESUMEN

El objetivo de este proyecto técnico fue realizar un estudio de factibilidad para la implementación de un complejo turístico, para lo cual se fundamentó en una metodología aplicada que se llevó a cabo utilizando técnicas de investigación bibliográfica. El análisis de la demanda se llevó a cabo mediante datos históricos. Para determinar la viabilidad técnica se realizó localización de la empresa, tamaño de la planta, diseño, requerimiento de instalaciones, mano de obra, mobiliario y equipos, costo de la obra. Se realizó el análisis de los impactos ambientales mediante la metodología de Matrices de interacción (causa-efecto) desarrollada por Lázaro Lagos. Se determinó Viabilidad administrativa-legal realizando investigaciones de fuentes de información secundaria que contenga las leyes vigentes que rigen este tipo de actividades tanto para la operación como para el funcionamiento. Se determinó la evaluación económica y financieramente del proyecto con el análisis de los gastos que se generarán en el proyecto es decir las inversiones en activos fijos, diferidos y capital de trabajo, se calculó la cantidad necesaria para cubrir los costos del proyecto en el periodo de ejecución. Además, se realizó la evaluación económica en la que se determinó los indicadores como son el TIR, VAR, RBC, obtenidos del estudio financiero, los mismos que nos permitieron definir la factibilidad del proyecto. El análisis de la demanda dio como resultado que en el año 2022 corresponde a 9 turistas diarios, por lo que el proyecto participará en el mercado pretendiendo atender al 100% de la demanda potencial. Los indicadores financieros del proyecto se determinó que es rentable consecuentemente viable de vista económico financiero. Se concluye que el proyecto para el establecimiento de un complejo turístico es viable comercialmente. Se recomienda ejecutar el proyecto propuesto el cual permitirá fortalecer así el desarrollo turístico del cantón.

Palabras clave: <FACTIBILIDAD> <COMPLEJO> <METODOLOGÍA> <ANÁLISIS DE LA DEMANDA> < EVALUACIÓN ECONÓMICA >



Firmado electrónicamente por:
CRISTHIAN
FERNANDO
CASTILLO RUIZ



0438-DBRA-UTP-2022

ABSTRACT

The aim of this technical project was to conduct a feasibility study for the implementation of a tourist lounge, which was based on an applied methodology that was carried out using bibliographic research techniques. The demand analysis was carried out using historical data. To determine the technical feasibility, the company's location, plant size, design, facility requirements, labor, furniture and equipment, and construction costs were determined. The environmental impacts were analyzed using the interaction matrix methodology (cause-effect) developed by Lázaro Lagos. Administrative and legal feasibility was determined by researching secondary information sources containing the laws in force governing this type of activities for both operation and functioning. The economic and financial evaluation of the project was determined by analyzing the expenses will be generated by the project, i.e. investments in fixed assets, deferred assets and working capital, and calculating the amount necessary to cover the project costs during the execution period. In addition, the economic evaluation was carried out to determine the indicators such as TIR, VAR, RBC, obtained from the financial study, which allowed to define the feasibility of the project. The demand analysis showed that in the year 2022 there will be 9 tourists per day, so the project will participate in the market aiming to meet 100% of the potential demand. The financial indicators of the project were determined to be profitable and consequently viable from an economic and financial point of view. It is concluded that the project for the establishment of a tourist complex is commercially viable. It is recommended to implement the proposed project which will strengthen the tourism development of the canton.

Key words: <FITABILITY>, <TOURISM EMPLOYMENT>, <METHODOLOGY>, <DEMAND ANALYSIS>, <ECONOMIC EVALUATION>.



INTRODUCCIÓN

Con el paso del tiempo el turismo internacional ha experimentado un esparcimiento inquebrantable, esta industria se ha convertido en una de las principales fuentes del crecimiento económico del mundo, contribuyendo a mejorar la calidad de vida de millones de personas y por ende a transformar comunidades enteras. En la actualidad, es de vital importancia gestionar un turismo competitivo y a la vez asegurar el promover un desarrollo sostenible en los destinos turísticos buscando un intercambio positivo (Organización Mundial de Turismo (OMT), 2019, p. 2).

El turismo es un mecanismo transcendental dentro de la diversificación de las exportaciones tanto para las economías emergentes como para las avanzadas, convirtiéndose hoy en día en el tercer mayor sector del comercio internacional, creció con mayor ligereza en relación a las exportaciones de mercancías (OMT, 2019, p. 8).

El turismo en el Ecuador en el año 2018 creció en un 11% con respecto a 2017, según las cifras oficiales del Ministerio de Turismo, donde también menciona que, con respecto al año anterior, en 2018 ingresó un 51% más de personas, reflejando un saldo positivo de los ingresos frente a los egresos y de esta manera el turismo se posiciona como la tercera fuente de ingresos no petroleros (Ministerio de Turismo (MINTUR), 2019).

La Organización de las Naciones Unidas para la Educación la Ciencia y la Cultura (UNESCO, 2017) define a los Geoparques como áreas geográficas delimitadas sin discontinuidades donde los paisajes y lugares de relevancia geológica internacional son gestionadas siguiendo un concepto holístico de protección, educación y desarrollo sostenible.

En el Ecuador estos últimos años han ayudado a que el termino Geoparque llegue a convertirse en un tópico que va en aumento en el país, permitiendo el desarrollo de variadas iniciativas las mismas que están relacionadas con proyectos de geo conservación, geoturismo y educación en ciencias de la tierra. Actualmente en el país existe tres proyectos de geoparque activos, e iniciativas locales que comprenden diversos territorios a nivel nacional, cuyas características geológicas, geomorfológicas y culturales otorgan valores de particularidad (UNESCO, 2017).

La mayor parte del territorio de Pacto Sumaco, se auto identifica como Kichwa, pueblo que mantiene sus rasgos culturales y conocimientos ancestrales. Esta parroquia posee gran belleza escénica, sus altos índices de biodiversidad y su conveniente facilidad para el acceso contribuyen a que se considere como un sitio con alto potencial turístico dando lugar a la posibilidad de implementar un complejo turístico.

El estudio de factibilidad para la implementación de un complejo turístico del geositio laguna Wawa Sumaco, ayudará a vincular la oferta turística y permitirá la diversificación y el aprovechamiento sostenible de los recursos, generando así diversidad de alternativas para poder dinamizar la economía local del lugar.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO DEL PROBLEMA

1.1. Antecedentes del problema

La provincia de Napo es la puerta de entrada hacia la Amazonía ecuatoriana, bellos paisajes, cascadas impresionantes, culturas ancestrales y sitios rodeados de bosques que permiten al visitante realizar actividades de turismo de aventura, son las oportunidades que ofrece esta provincia amazónica. Provincia que lleva el nombre del principal río que luego de atravesar por su geografía, desemboca en el Amazonas (MINTUR, 2014).

1.2. El problema

El cantón Archidona no cuenta con complejos turísticos. Por lo que su creación constituye una oportunidad que puede ser rentable, además el terreno ubicado en la comunidad Pacto Sumaco ofrece las condiciones para realizar actividades turísticas.

El complejo turístico es un lugar diseñado para las actividades turísticas orientadas a la relajación y diversión, especialmente durante las vacaciones.

Generalmente un complejo turístico se distingue por una selección de actividades, como las relacionadas con la hotelería (alojamiento, alimentos y bebidas), el deporte, el ocio y el entretenimiento, es por ello que este estudio está orientado a determinar la factibilidad de la creación de un complejo turístico que brinde una diversidad de opciones al visitante creando nuevas experiencias de recreación en contacto con la naturaleza, fortaleciendo así el desarrollo turístico del cantón.

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo general

Elaborar el estudio de factibilidad para la implementación de un complejo turístico en la comunidad Pacto Sumaco, cantón Archidona, provincia de Napo.

1.3.2. Objetivos específicos

- Establecer la viabilidad comercial para la creación del complejo turístico en la comunidad Pacto Sumaco.
- Determinar la viabilidad técnica del complejo turístico.
- Evaluar los impactos ambientales que podría provocar la implementación y operación del complejo turístico
- Establecer la figura legal de operación y la estructura administrativa para el funcionamiento del complejo turístico
- Evaluar la rentabilidad económica y financiera de la propuesta de estudio

CAPÍTULO II

2. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1. Turismo

El turismo es un fenómeno social, cultural y económico que implica el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o empresariales. Estas personas se denominan viajeros (que pueden ser turistas o excursionistas, residentes o no residentes) y el turismo engloba sus actividades, algunas de las cuales implican gastos turísticos (OMT, 2008).

2.2. Complejo Turístico

La Organización Mundial del Turismo lo define como "un destino turístico relativamente autosuficiente; ofrece una amplia gama de servicios e instalaciones, especialmente los dedicados al descanso y la recreación, la educación y la salud". En general, estos complejos se ubican en lugares de gran belleza escénica ubicados a orillas del mar o en la montaña, pero cercanos a ríos o lagos que permiten la práctica de deportes acuáticos y/o recreativos (OMT, 2012).

2.3. Estudio de factibilidad

Un estudio de viabilidad permite a una empresa determinar si un negocio o proyecto que quiere realizar puede ser favorable o desfavorable. También lo ayuda a implementar los tipos de estrategias que pueden ayudarlo a tener éxito. Esto quiere decir que un estudio de viabilidad permite determinar si se puede o no realizar una empresa o proyecto, cuáles son las condiciones ideales para su implementación y cómo se podrían resolver las dificultades que puedan surgir (Quiroa, ca, 2020).

2.4. Geoparque

Según la definición del documento de la UNESCO (UNESCO, 2015), se trata de áreas únicas, unificadas geográficamente con lugares y paisajes geológicos de importancia internacional que se gestionan con una perspectiva holística de protección, educación y desarrollo sostenible.

Un geoparque mundial de la UNESCO utiliza su patrimonio geológico en relación con todos los demás aspectos del patrimonio natural y cultural del territorio, para mejorar el conocimiento y la comprensión de cuestiones cruciales en la sociedad, como el uso sostenible de nuestros recursos. Planeta, mitigando los efectos del cambio climático y la reducción de los efectos de los desastres naturales. Al crear conciencia sobre la importancia del patrimonio geológico de un territorio a lo largo de su historia y la sociedad actual, los Geoparques Globales de la UNESCO dan a la población un sentido de orgullo por su región y fortalecen su identidad con la región. La creación de empresas locales innovadoras, nuevos empleos y una formación de calidad estimula nuevas fuentes de ingresos a través del geoturismo (UNESCO, 2018).

2.5. Geositio

Los geositios son equivalentes a sitios o puntos de interés geológico; el término también es equivalente a Geotopo, que se refiere al componente geológico de la matriz abiótica de ecotopos. Los geositios, originalmente, no distinguen entre sitios de interés geológico y sitios de interés geomorfológico, lo que se explica por la estrecha relación que, en muchos casos, existe entre ambos. (Palacio, 2013, p. 27).

2.6. Laguna

Una laguna es un cuerpo de agua regularmente dulce y que es de menor tamaño que un lago. A menudo se halla cerca de un cuerpo de agua más grande. El término “laguna” parece provenir de la palabra laguna, tomada del idioma italiano, y que originalmente se refería a las aguas circundantes (GeoEnciclopedia, ca, 2020).

2.7. Demanda

Se define como la demanda de los consumidores o consumidores potenciales de bienes y servicios turísticos que intentan satisfacer sus necesidades de viaje. Estas son las motivaciones que les animan a viajar y turistas, viajeros y visitantes, sea cual sea el lugar que visiten o planeen visitar. La demanda turística está constituida por un grupo heterogéneo de personas con diferentes características sociodemográficas, motivaciones y experiencias, que se ven afectadas por sus intereses y necesidades

especiales, que quieren beneficiarse, pueden y quieren beneficiarse de las instalaciones turísticas, atractivos turísticos, actividades, bienes o servicios. (Socateli, 2013, p. 1).

2.8. Proyección

La proyección financiera es un cálculo del estado futuro de la economía del proyecto. Haremos este cálculo en base a los datos que ya hemos preparado. Este es uno de los aspectos más importantes del estudio de factibilidad, ya que nos dirá si el proyecto será económicamente viable y a partir de ahí sabremos cuánto serán los beneficios o beneficios esperados (Luna & Chaves, 2001, p. 15).

2.9. Ecuación de la recta

La idea de línea recta es uno de los conceptos intuitivos de la Geometría (como son también el punto y el plano). La recta se puede entender como un conjunto infinito de puntos alineados en una única dirección. Vista en un plano, una recta puede ser horizontal, vertical o diagonal. Cuando se ve en un plano, la línea puede ser horizontal, vertical o diagonal. De acuerdo con uno de los supuestos de la geometría euclidiana, para determinar una línea recta, es necesario conocer solo dos puntos (A y B) de un plano (plano cartesiano en las Naciones Unidas) con la abscisa (x) y la ordenada (y) (Tovar, ca. 2020).

2.10. Producto

El producto es el resultado de un esfuerzo creativo que tiene un conjunto de atributos tangibles e intangibles (empaquete, color, precio, calidad, marca, servicios y reputación del vendedor) que son percibidos por los compradores (reales y potenciales) como capaces de satisfacer sus necesidades o deseos. Así, un producto puede ser un bien, un servicio, una idea, una persona o un lugar porque existe para 1) propósitos de intercambio, 2) satisfacción de necesidades o deseos y 3) asistencia en el logro de las metas de la sociedad (lucrativo o no lucrativo) (Thompson, 2005).

2.11. Producto turístico

El producto turístico se caracteriza por una combinación de elementos tangibles e intangibles, que permite el desarrollo de actividades específicas en varios destinos. De esta forma, en el tema de productos de viaje, es importante resaltar que los viajeros en general compran una combinación de

paquetes de viaje que no solo incluyen atracciones de su interés, sino que también incluyen actividades domésticas adicionales. o la región que solicitó conocer (Nasimba y Cejas, 2015).

2.12. Estudio técnico

El estudio técnico puede subdividirse en cuatro partes, que son: determinación del tamaño óptimo de la planta, determinación de la localización óptima de la planta, ingeniería del proyecto y análisis organizativo, administrativo y legal. La determinación de un tamaño óptimo es fundamental en esta parte del estudio. Cabe aclarar que tal determinación es difícil, las técnicas existentes para su determinación son iterativas y no existe un método preciso y directo para hacer el cálculo. El tamaño también depende de los turnos a trabajar, ya que para cierto equipo la producción varía directamente de acuerdo con el número de turnos que se trabaje. Aquí es necesario plantear una serie de alternativas cuando no se conoce y domina a la perfección la tecnología que se empleará (Baca, 2010, p. 7).

2.13. Estudio ambiental

Es un documento técnico interdisciplinario destinado a predecir, identificar, evaluar y revisar medidas para prevenir o remediar las consecuencias de los impactos ambientales que determinadas acciones humanas pueden tener sobre la calidad de vida humana y su entorno. Su propósito es que las agencias de aplicación tomen decisiones con respecto a la facilitación ambiental y social de la creación de nuevos proyectos dentro de un área geográfica en particular. Estos proyectos (que pueden incluir la construcción de plantas de tratamiento químico, obras de infraestructura, proyecto minero, zona residencial, etc.) tienen un denominador común: la estructura en cuestión generará cambios irreversibles en el entorno y las condiciones de vida de la sociedad (Coria, 2008, p. 126).

2.14. Evaluación económica

Describe los métodos de valoración actuales que tienen en cuenta el valor del dinero a lo largo del tiempo, como la evaluación económica, la tasa interna de rendimiento y el valor actual neto; Las limitaciones de aplicación se señalan y comparan con los métodos de valoración contable que no tienen en cuenta el valor del dinero a lo largo del tiempo, y ambos demuestran su aplicación práctica.

Esta sección es muy importante ya que le permite decidir finalmente sobre la implementación del proyecto. Normalmente no hay problemas con el mercado o la tecnología existente para ser utilizada

en la fabricación del producto; por lo tanto, la decisión de inversión casi siempre depende de la evaluación económica. Su importancia radica aquí. Por tanto, los métodos y conceptos aplicados deben ser claros y convincentes para el inversor (Baca, 2010, p. 8).

2.15. Turismo en la provincia del Napo

Esta provincia lleva el nombre del principal río que atraviesa por su geografía y desemboca en el Amazonas, se caracteriza por poseer un clima templado permanentemente húmedo (90%) y tropical lluvioso con 25°C (MINTUR, 2014).

Napo tiene una extensión de 13.294,8 kilómetros cuadrados, está conformada por cinco cantones: Archidona, Carlos Julio Arosemena Tola, El Chaco, Quijos y Tena. Constituyen sus principales atractivos turísticos la Cascada de Hollín, las Termas y Lagunas de Papallacta, el Puerto Misahualli, las Cavernas de Jumandi, el Parque la Islas y el río Jatunyaku. Su gastronomía tradicional incluye chicha de chonta y yuca, el mayto de pescado, chontaduro y palmito (MINTUR, 2014).

En esta provincia se desarrollan prácticas de turismo comunitario, como la que impulsa la Red Ricancie integrada por 10 comunidades indígenas que se posicionan a través de su auto comercialización de sus destinos y servicios turísticos. Todas las comunidades de Ricancie se encuentran localizadas en la Reserva de Biósfera Sumaco que también incluye el Parque Nacional Sumaco – Napo – Galeras adyacente (MINTUR, 2014).

2.15.1. Turismo en el cantón Archidona

Ubicado al nororiente del Ecuador, en el costado occidental de la provincia de Napo, el cantón se encuentra cruzado por las vías Quito-Tena y Tena-Coca, con una extensión de 3028 Km² y habitado por 24.696 personas, de los cuales el 49,87% son mujeres y el 50,13% son hombres; culturalmente el 83,7% son Kichwas y el 16,3% mestizos entre otros grupos culturales (GAD Municipal Archidona, 2019).

Cuenta con cuatro reservas ecológicas en su territorio: Reserva Ecológica Antisana, Parque Nacional Sumaco Napo-Galeras, Parque Nacional Cotopaxi y Reserva Biológica Colonso Chalupas (GAD Municipal Archidona, 2019).

El MINTUR registra 47 atractivos turísticos de entre los cuales los principales atractivos son: Cavernas Jumandi, Templo de Ceremonia; El Gran Cañón del Ñachiyacu; Cascadas del Río Hollín, Yanayacu; Volcán Sumaco; Petroglifos del Valle Sagrado de Cotundo; Chakras de cacao, café, wayusa; Balnearios naturales El Capoa, Sinchi Sacha, Cotundo; Iglesia Sagrado Corazón de Jesús; Procesión de la Virgen del Quinche. Y se pueden realizar actividades como: rafting, kayaking, boyas, caminatas, ciclismo, observación de aves, turismo comunitario (GAD Municipal Archidona, 2019).

CAPÍTULO III

3. MARCO METODOLÓGICO

3.1. Características del lugar

3.1.1. Sitio de estudio

Archidona está ubicada al nororiente del Ecuador, en la región amazónica provincia de Napo, cuyos límites son: al norte con el cantón Quijos, al sur con la provincia del Tena, al este con la provincia de Orellana y al oeste con las provincias de Pichincha y Cotopaxi.

Pacto Sumaco es una comunidad de 73 familias y en promedio 350 habitantes localizada en la parroquia Hatun Sumaku, cantón Archidona, Napo, en la zona de amortiguamiento del Parque Nacional Sumaco y es considerado el punto más cercano al volcán Sumaco con altitud de 3.732 m s.n.m. (InfoNapo, ca. 2014).

3.1.2. Ubicación geográfica

Se planeó implementar el complejo turístico en las inmediaciones de la Laguna y mirador Guagua Sumaco, ubicada en las coordenadas 0°32'16,8"S; 77°37'33,6"W.

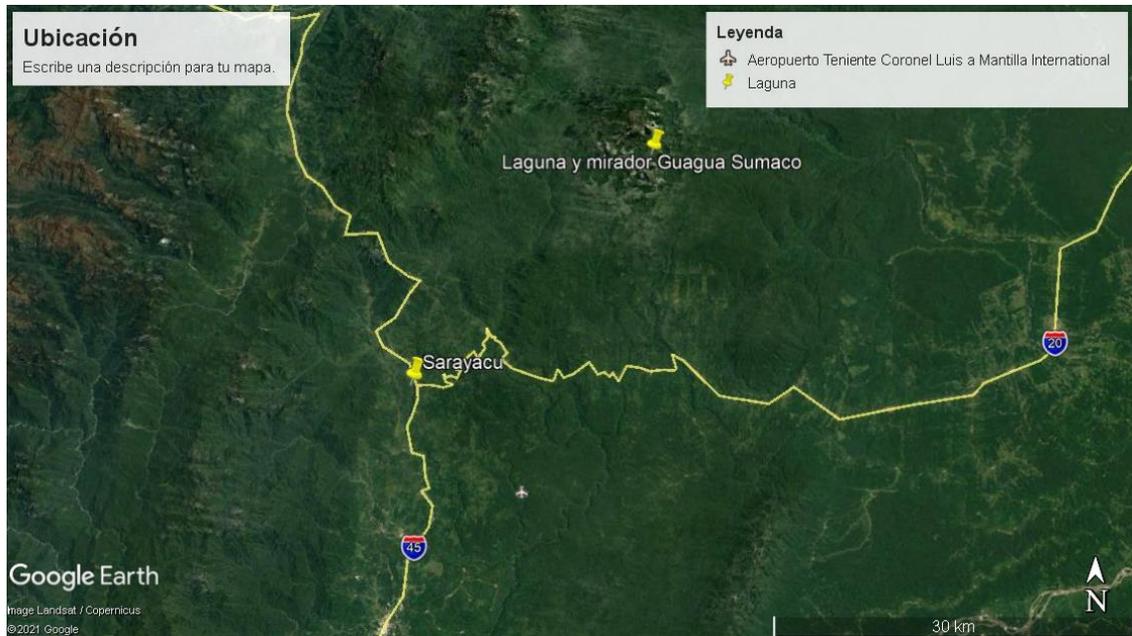


Figura 1-3. Ubicación geográfica

Realizado por: Mora, E, 2021.

3.1.3. Características climáticas

Temperatura media anual: 20,2 °C

Precipitación media anual: 4.222 mm

Humedad relativa: 88%

Heliofanía: 1.051,5 horas/año (Gutiérrez, 2015: p. 4)

3.1.4. Clasificación ecológica

Según la clasificación zonas de vida de Holdridge, la mayor parte del área pertenece a la zona de vida bosque pluvial PreMontano (bp-PM) y a la clasificación bioclimática Lluvioso Sub-Tropical (L-ST) (Gutiérrez, 2015: p. 4).

3.1.5. Características del suelo

La fisiografía del suelo, es un conjunto de mesetas y quebradas. La roca madre es sedimentaria bajo capa de ceniza. El suelo predominante es HYDRANDEPTS, el mismo que es suelto y profundos, per

húmedos y esponjosos con tacto jabonoso, color pardo amarillento, con fertilidad baja a menudo con aluminio tóxico (Gutiérrez, 2015: p. 4).

3.2. Materiales y equipos

3.2.1. Materiales

Resma de papel, cartucho de impresora, flash memory, libreta de apuntes, esferográficos, lápiz, mapa.

3.2.2. Equipos

Cámara digital fotográfica, Computadora, Impresora, GPS, Software ArcGis 10.1, Software Google Earth, Software Microsoft Word, Software Microsoft Excel.

3.3. Metodología

La presente investigación se fundamentó en una metodología aplicada que se llevó a cabo utilizando técnicas de investigación bibliográfica como datos históricos del Ministerio de Turismo, Parque Nacional Sumaco, cantón Archidona y salidas de campo.

3.3.1. Viabilidad comercial del proyecto

Se basó en información histórica recopilada del año 2015 al mes de agosto del 2019, proporcionada por la dirección provincial del ambiente de la provincia del Napo.

3.3.1.1. Análisis de la demanda

Para la determinación de la demanda utilizamos el modelo matemático ecuación de la recta.

$$y = a + bx$$

Donde:

$$a = \frac{\sum y}{n}$$
$$b = \frac{\sum xy}{\sum x^2}$$

y = número de visitantes

x = mes en el que se presencié los visitantes

n = número de valores de y

3.3.1.2. Demanda futura

Determinada la proyección de la demanda se determinó el porcentaje que se pretende captar de la misma en cuanto a clientes, se definió el porcentaje para los productos que se pretende ofertar y se realizó la operación matemática correspondiente.

3.3.1.3. Análisis de la competencia

Se realizó a través de una revisión online y entrevistas focalizadas a los propietarios o administradores de establecimientos turísticos que aún están funcionando y que tengan una oferta similar a la de un complejo turístico operando a nivel de la provincia de Napo, la información que se recabó fue: información del periodo de tiempo que llevan en el mercado, servicios, precios, canales de comunicación hacia la demanda, tipo de oferta turística que tienen y la cantidad de turistas que recibieron hasta antes de la pandemia.

3.1.2. Confrontación oferta vs demanda

Para llevar a cabo la confrontación de la oferta vs la demanda, se realizaron las siguientes acciones:

3.1.2.1. Cálculo de proyecciones

Las proyecciones de la oferta y la demanda se realizaron utilizando la fórmula del incremento simple.

$$Co = Cn * i * t$$

Donde:

Co= Años a proyectar

Cn= Demanda actual de turistas: Regional

i= Incremento poblacional

t= El año a proyectarse (1-5)

3.1.2.2. Demanda potencial

La demanda potencial se calculó en base al porcentaje de aceptación.

3.1.2.3. Demanda insatisfecha proyectada

El cálculo de la demanda insatisfecha para este producto se obtuvo aplicando la fórmula (Demanda – Oferta = Demanda insatisfecha), proyectada para 5 años.

3.1.2.4. Demanda Objetivo

La demanda objetivo se obtuvo mediante un porcentaje de cuota de mercado al que se quiere alcanzar con los productos, este porcentaje se determinó tomando en cuenta varios factores del territorio, uno de los más importantes será planta turística y el número de plazas que posee.

3.1.3. Viabilidad técnica del proyecto

Para su cumplimiento se determinó las siguientes variables:

Localización de la empresa, tamaño de la planta, diseño, requerimiento de instalaciones, mano de obra, mobiliario y equipos, costo de la obra, procesos de operación, flujogramas del proceso productivo y costos de operación.

También se realizó un análisis de mercadotecnia para identificar el nombre, la marca, los canales de distribución y las estrategias de promoción y publicidad.

3.1.4. Análisis de impacto ambiental del proyecto

Se realizó la evaluación de impactos: biológicos sobre los recursos naturales y el paisaje, y sobre los recursos socio económicos. Se utilizó la metodología de Matrices de interacción (causa-efecto) desarrollada por Lázaro Lagos. La misma que permitió determinar las medidas de mitigación y remediación para recuperar las condiciones ambientales.

3.1.5. Viabilidad administrativa-legal

Se consideró los siguientes puntos:

Área del proyecto conjuntamente con el organigrama estructural y funcional, además se seleccionó al personal responsable para cada una de las áreas con sus respectivos cargos, tiempos y costos.

Se investigaron fuentes de información secundaria que contenga las leyes vigentes que rigen este tipo de actividades tanto para la operación como para el funcionamiento.

3.1.6. Evaluación económica y financieramente del proyecto

Se determinó el análisis de los gastos que se generarán en el proyecto es decir las inversiones en activos fijos, diferidos y capital de trabajo, se calculó la cantidad necesaria para cubrir los costos del proyecto en el periodo de ejecución; los costos operacionales que siguen a la ejecución; y se realizó las proyecciones de ventas con los ingresos obtenidos.

Además, se realizó la evaluación económica en la que se determinó los indicadores como son el TIR, VAR, RBC, obtenidos del estudio financiero, los mismos que nos permitieron definir la factibilidad del proyecto.

CAPÍTULO IV

4. RESULTADOS

4.1. Establecer la viabilidad comercial para la creación del complejo turístico en la comunidad Pacto Sumaco.

4.1.1. Análisis de la demanda

Con los datos obtenidos se procedió a analizar la demanda se basó en información histórica recopilada del año 2015 al mes de agosto del 2019, proporcionada por la dirección provincial del ambiente de la provincia del Napo.

4.1.1.1. Demanda histórica

Tabla 1-4: Análisis de la demanda histórica

AÑO	TURISTAS	X	XY	X ²
2015	1822	-2	-3644	4
2016	1835	-1	-1835	1
2017	1907	0	0	0
2018	2015	1	2015	1
2019	2454	2	4908	4
TOTAL	10033		1444	10

Realizado por: Mora, E, 2021.

Fórmula:

y = número de visitantes

x = mes en el que se presenciaron los visitantes

n = número de valores de y

$$= a + bx$$

Donde:

$$a = \frac{\sum y}{n}$$

$$b = \frac{\sum xy}{\sum x^2}$$

$$a = \sum y/n = 2006,6$$

$$b = \sum xy/\sum x^2 = 144,4$$

$$y=a+bx$$

$$y=2006,6+144,4*8$$

Tabla 1-5: Demanda histórica

X	TURISTAS
8	3162
9	3306
10	3451
11	3595
12	3739

Realizado por: Mora, E, 2021.

4.1.1.2. Análisis de la demanda futura para el complejo turístico

Tabla 2-4: Análisis de la demanda futura

AÑO	TURISTAS
2022	949
2023	992
2024	1035
2025	1079
2026	1122

Realizado por: Mora, E, 2021.

4.1.1.3. Análisis de la competencia

Tabla 3-4: Análisis de la demanda futura

Entidad	Servicios							
	Alojamiento	Alimentación	Spa	Piscina	Tour	Parqueadero	Protocolo de bioseguridad	Otros
Sani Lodge	x	x	x	x	x	x	x	x
Arahuan a Jungle Resort & Spa	x	x	x			x	x	x

Realizado por: Mora, E, 2021.

4.1.2.1. Confrontación oferta vs demanda

4.1.2.2. Calculo de proyecciones

Las proyecciones de la oferta y la demanda se realizaron utilizando la fórmula del incremento simple.

$$Co=Cn(1+i)$$

Donde:

Co= Años a proyectar (2022-2026)

Cn= Número de clientes

i= Incremento poblacional (1.9%)

n= El año a proyectarse (1-5)

Tabla 3-5: Proyección de la oferta

Nº	AÑO	INCREMENTO	TURISTAS	OFERTA PROYECTADA
1	2022	0.019	3162	3222
2	2023	0.019	3306	3432
3	2024	0.019	3451	3651
4	2025	0.019	3595	3876
5	2026	0.019	3739	4107

Realizado por: Mora, E, 2021.

4.1.2.3. Demanda Objetiva

Tabla 3-6: Demanda Objetiva

AÑO	TURISTAS	SEMESTRE	TRIMESTRE	MENSUAL	SEMANAL	DIARIO
2022	3162	1581	790	263	66	9
2023	3306	1653	827	276	69	9
2024	3451	1725	863	288	72	10
2025	3595	1798	899	300	75	10
2026	3739	1870	935	312	78	10

Realizado por: Mora, E, 2021.

Participación en el mercado: En base al cuadro anterior se puede observar la demanda diaria para complejos turísticos en el sector al año 2022 corresponde a 9 turistas diarios, es decir a 66 semanales

por lo que el proyecto participará en el mercado pretendiendo atender al 100% de la demanda potencial.

4.1.3. Plan mercadotécnico

4.1.3.1. Cliente

4.1.3.1.1. Diseño de la imagen

La marca del establecimiento turístico se estableció con base en una identidad visual que logre diferenciarla en el mercado con respecto a la competencia, siendo de fácil identificación, lo cual permitirá lograr el objetivo de posicionarse en la mente del consumidor y mantener un vínculo con el cliente.

4.1.3.1.2. Logotipo

El diseño del logotipo se realizó tomando en cuenta los aspectos característicos, estratégicos y únicos del establecimiento.



Figura 1-4. Logotipo del complejo turístico

Realizado por: Mora, E, 2021.

4.1.3.1.3. Slogan

“Los mejores recuerdos empiezan aquí”

4.1.3.1.4. Gama cromática

Verde: representa la fuerte relación existente con la naturaleza y la productividad de la misma, incita a quien lo observa un estado de armonía, seguridad o frescura, simboliza también la vida, la fertilidad y

la buena salud (Cuervo, 2012). Según Cruz (2015), el color verde, expresa relajación, naturaleza, frescura y dinamismo, su tonalidad de color hace que al verlo lo asociemos con las plantas y la naturaleza.

Amarillo: Es un color brillante, alegre, que simboliza el lujo, se asocia con la parte intelectual de la mente y la expresión de nuestros pensamientos (Cuervo, 2012).

Expresa calidez, dinamismo, amabilidad, luminosidad y alegría, está muy relacionado con la comida, ocio y productos para los niños, su tonalidad de color hace que al verlo lo asociemos con el sol, inteligencia y energía (Cruz, 2015).

Negro: El negro es visto tradicionalmente como un símbolo de profesionalismo y seriedad. En la marca se eligió el color negro con la finalidad de hacer tener una sensación de misterio, transmitir un sentido de autoridad y respeto (Cuervo, 2012). Según Cruz (2015), el color negro demuestra la elegancia, lo sofisticado, lo malo y lo simple.

Azul: Es un color que representa confianza, estabilidad además está relacionado con la tranquilidad, el entendimiento y la generosidad (Cuervo, 2012). Cruz (2015), menciona que el color azul, expresa profesionalismo, conocimiento, seriedad y confianza, es un color utilizado para convencer a las personas a depositar su confianza, es por ello que es utilizado en gran forma por el sector empresarial.

4.1.3.1.5. *Figura*

Hojas: está directamente asociados con la naturaleza representa crecimiento, fertilidad y unidad.

4.1.3.1.6. *Estrategia 1. Determinar el valor diferencial*

El establecimiento turístico ha sido diseñado con base en los resultados obtenidos del estudio de mercado específicamente en los gustos y preferencias de la demanda, los cuales han sentido interés en vivir experiencias nuevas, por ello se consideró diferentes aspectos para tomar en cuenta, los cuales brindan un valor diferencial de los demás establecimientos existentes en la provincia de Napo.

El complejo ha tomado en consideración que la planta turística cumpla con todos los requisitos establecidos por la ley, por ende, la prestación de servicios sea de calidad permitiendo de esta manera mostrar a la parroquia como un nuevo destino turístico, tomando en cuenta que la parroquia Hatun Sumaku es privilegiada por poseer un clima templado durante la mayor parte del año por ello cualquier temporada es perfecta para visitar el complejo. Establecer la interrelación entre el ser humano,

naturaleza y cultura es importante debido a que mediante esto el turista podrá disfrutar de la naturaleza, además, la inclusión de los habitantes de la parroquia será fundamental, ya que mediante esto se podrá generar ingresos económicos adicionales.

4.1.3.1.7. Estrategia 2. Conservación de espacios utilizados para el desarrollo de actividades.

El eje primordial del complejo es promover la valoración y respeto a la cultura y naturaleza, con el objetivo de mantener la armonía en el área, esto se podrá lograr estableciendo normas de comportamiento para el turista dentro del complejo y disminuir los posibles impactos socioculturales y ambientales, además, prevalecer la relación entre el poblador local y el turista tomando actitudes de relación armónica.

4.1.3.2. Costo

4.1.3.2.1. Estrategia 1. Actualización de precios

Al ofrecer un servicio turístico, el turista siempre estará pendiente del precio, es por ello que los precios deben ser actualizados de manera constante, basados a los servicios ofertados y en los precios que maneje la competencia.

4.1.3.2.2. Estrategia 2. Promoción y venta

Para promover el consumo del complejo turístico se plantea la creación de descuentos o regalías a los turistas que adquieran el producto en temporadas bajas, en fechas especiales se realizaran descuentos a grupos de personas, empresas, instituciones educativas y personas con capacidades especiales, con el propósito de difundir el complejo en el mercado.

4.1.3.2.3. Estrategia 3. Políticas de pago

- Para garantizar la reserva, el turista deberá cancelar el 50% del precio inicialmente y el faltante el día establecido.
- Los turistas deberán hacer los depósitos únicamente en la cuenta oficial no en cuentas de terceras personas, además, debe adjuntar el comprobante de pago al correo de la empresa y esperar la confirmación de la reserva.
- Al cancelar la reservación una semana antes, el cliente tendrá la devolución total del depósito.

- En el caso de que el turista cancele la reservación con menos de una semana de anticipación, se le reembolsará el 40% del valor.

4.1.3.2.4. Estrategia 4. Elaboración de presupuesto estimado.

El cálculo del precio de los servicios ofertados debe ser dispuesto basándose en la competencia, estudio de la demanda y análisis de costos, además se debe tomar en cuenta una estimación de los gastos de los visitantes, cabe mencionar que las tarifas deben ser establecidas de tal forma que sean asequibles para mercado y generen ingresos rentables.

4.1.3.3. Conveniencia

4.1.3.3.1. Estrategia 1. Alianza con instituciones

Para mantener una demanda constante al establecimiento turístico, es necesario la implementación de un sistema de visitas fijas, para ello se propone la realización de convenios con autoridades de instituciones educativas públicas y privadas.

4.1.3.3.2. Estrategia 2: Plan de comercialización

Los canales de distribución del complejo turístico se dispusieron con base en el análisis de los resultados del estudio de la demanda nacional y extranjera, se llevará cabo de manera directa es decir del ofertante al consumidor, mientras que de manera indirecta se realizará la publicidad y promoción a través de empresas turísticas.

Tabla 4-4: Plan de comercialización.

Canal	Táctica	Política de función	Medios publicitarios
Directo	<ul style="list-style-type: none"> - Promoción y venta de forma directa desde el sitio web del complejo - Venta directa por teléfono - Visita a instituciones públicas y privadas. - Participación en ferias y eventos turísticos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Brindar información clara y precisa de los servicios ofertados. - Establecer contacto directo entre el prestador de servicios y consumidor. - Concretar la venta proporcionando facilidades y servicios necesarios al gusto del cliente 	<ul style="list-style-type: none"> - Página web. - Redes sociales - Ferias de turismo.
Indirecto	<ul style="list-style-type: none"> - Alianzas con operadoras de turismo y agencias de viaje local, provincial y nacional. 	<ul style="list-style-type: none"> - Elaborar convenios que beneficien a las partes involucradas. - Participar de manera activa con los distintos organismos públicos y privados vinculados al turismo de la zona - Crear acuerdos de formas de pago, comisión, descuentos por grupos de turistas. 	<ul style="list-style-type: none"> - Souvenirs

Realizado por: Mora, E, 2021.

4.1.3.4. Comunicación

4.1.3.4.1. Estrategia 1

4.1.3.4.1.1. Publicidad

Con la finalidad de informar a la demanda es necesario definir estrategias de comunicación en este caso los medios que se tomaron en cuenta para la promoción del complejo turístico, son los que más acogida tienen en la actualidad tanto para turistas nacionales y extranjeros por lo que se diseñó: Logotipo del complejo, página web, páginas en redes sociales como Facebook, Instagram, además, se recurrirá a la creación de publicidad tradicional como son tarjeta de presentación y souvenirs.

4.1.3.4.1.2. *Página web*

En la actualidad el uso del internet se ha vuelto indispensable, por ello se estableció la creación de una página web del complejo turístico mediante la cual se podrá dar a conocer información más específica tal como los atractivos, actividades y servicios que el establecimiento oferta, además se mantendrá actualizaciones periódicas.



Figura 2-4. Página web

Realizado por: Mora, E, 2021.

4.1.3.4.1.3. *Redes sociales*

La creación de una página en la red social Facebook permitirá llegar a un gran número de personas debido a que hay 2.0000 millones de personas activas en Facebook cada mes, además permitirá crear un vínculo más directo con los consumidores debido a que la información fluye ágilmente y se puede mantener actualizaciones de las actividades que se realicen en tiempo real, compartir su experiencia, comentar y recomendar a otros usuarios de la plataforma.



Figura 3-4. Página de Facebook

Realizado por: Mora, E, 2021.

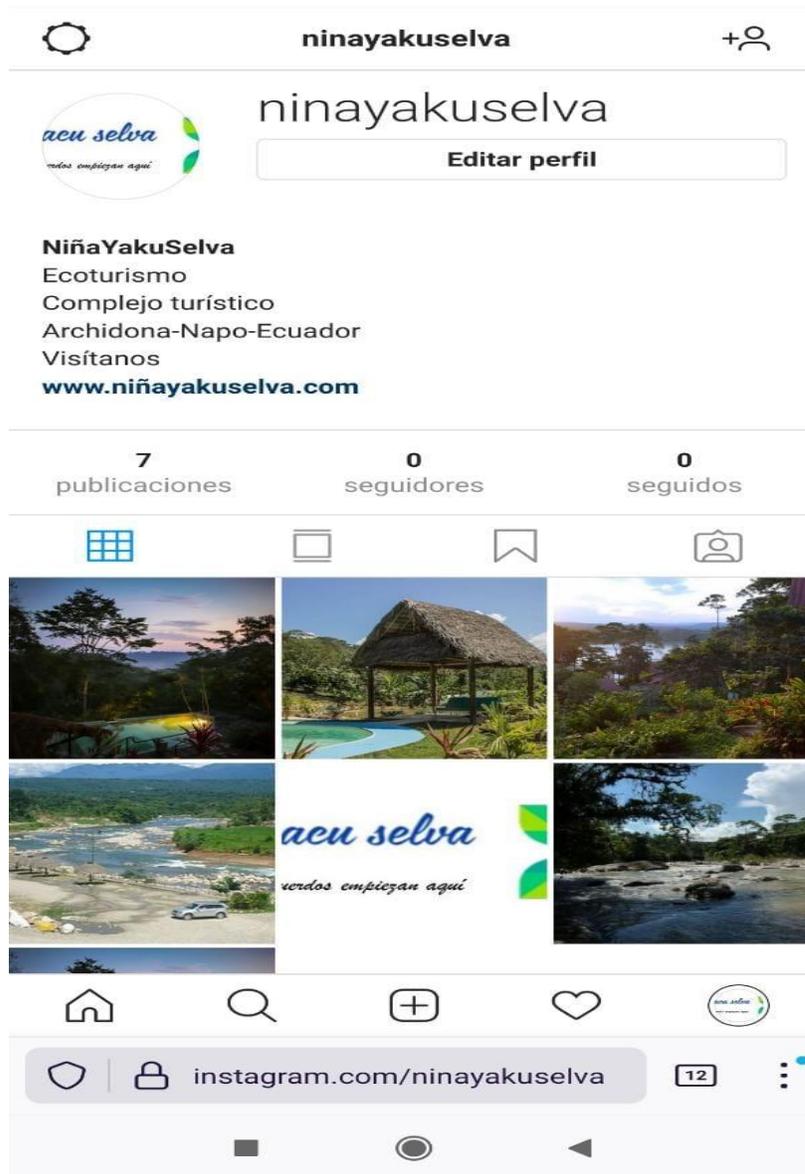


Figura 4-4. Página de Facebook

Realizado por: Mora, E, 2021.

4.1.3.4.1.4. Tarjeta de presentación

Permitirá la identificación y fortalecimiento de la imagen del complejo, serán ubicados en lugares estratégicos, en fiestas más representativas del cantón, ferias de turismo, casas abiertas y restaurantes.



Figura 5-4. Tarjeta de presentación.

Realizado por: Mora, E, 2021.

4.1.3.4.1.5. Souvenir

Serán útiles para promocionar nuestro complejo serán distribuidos en fiestas importantes del cantón y la provincia, además se les proporcionara como recuerdo a las personas que consuman el complejo turístico.





Figura 6-4. Souvenir

Realizado por: Mora, E, 2021.

4.1.3.5. Requerimientos para el área comercial

4.1.3.5.1. Talento humano

Tabla 5-4: Talento humano

Denominación	Cantidad	Gasto mensual sin aporte	Aporte personal 9,45%	Aporte patronal 11.15%	Décimo tercero	Décimo cuarto	Gasto anual
Vendedor (Promotor)	1	\$400,00	37,8	44,6	400,00	360,00	6548,8
Total							\$6548,8

Realizado por: Mora, E, 2021.

El rol de pagos para el promotor de ventas se calculó a partir de la remuneración unificada para los trabajadores del sector público, tomando en cuenta el aporte personal calculado al 9.45% y el aporte patronal al 11,15% establecido en la tasa de aportaciones del IESS.

4.1.3.5.2. *Materiales e insumos*

Tabla 6-4: Materiales e insumos

Denominación	Cantidad	Valor unitario	Gasto anual
Corrector liquido	2	1	2
Resaltadores	3	0,95	2,85
Caja de esferos	2	7,2	14,4
Caja de grapas	1	1,5	1,5
Carpeta-archivador	2	2,5	5
Cajas de clips	2	0,5	1
Resma papel bond	6	3	18
Lápices (Caja)	1	4	4
Borradores de lápiz	5	0,3	1,5
Toner de tinta	1	25	25
Libretas	10	0,95	9,5
Cinta adhesiva	2	0,7	1,4
Total			86,50

Realizado por: Mora, E, 2021.

4.1.3.5.3. *Materiales de promoción y publicidad*

Tabla 7-4: Materiales de promoción y publicidad

Denominación	Cantidad	Valor unitario	Gasto anual
Tarjetas de presentación	2000	0,08	160
Total			160

Realizado por: Mora, E, 2021.

4.1.3.5.4. Promoción y publicidad antes del funcionamiento

Tabla 8-4: Promoción y publicidad antes del funcionamiento

Denominación	Cantidad	Valor unitario	Gasto anual
Anuncios web	120	4	480
Redes sociales	2	40	80
Total			560

Realizado por: Mora, E, 2021.

El total de anuncios corresponde a dos meses antes del funcionamiento del proyecto:

Web: 2 menciones diarias, de lunes a domingo por 60 días.

Red social: Se promocionará mediante Facebook dos meses antes de la apertura del complejo

4.1.3.5.5. Promoción y publicidad durante el funcionamiento

Tabla 9-4: Promoción y publicidad durante el funcionamiento

Denominación	Cantidad	Valor unitario	Gasto anual
Anuncios web	104	5	520
Redes sociales	12	20	120
Total			640

Realizado por: Mora, E, 2021.

El total de anuncios corresponden a cuatro meses durante el funcionamiento del proyecto.

Web: 104 menciones que serán distribuidas cada fin de semana durante un año

Red social: Se promocionará mediante Facebook durante todo el año.

4.1.3.5.6. *Activos fijos*

Tabla 10-4: Activos fijos

Tipo	Denominación	Cantidad	Gasto unitario	Inversión
Terreno	Terreno (m ²)	10	10.00	100.00
Construcciones y edificaciones	Oficina (m ²)	10	220.00	2200.00
Muebles y enseres	Cuadros decorativos	4	20.00	80.00
	Papelera	1	15.00	15.00
	Porta clips	1	1.00	1.00
	Estantería	2	60.00	120.00
	Sillas	2	20.00	40.00
	Alfombra	1	30.00	30.00
	Tapete	2	5.00	10.00
	Tacho basura	4	10.00	40.00
	Archivador	1	70.00	70.00
	Juego de muebles	1	450.00	450.00
	Esquinero	1	40.00	40.00
	Revistero	1	70.00	70.00
	Escritorio	1	150.00	150.00
	Sillón giratorio	2	80.00	160.00
Maquinaria y equipos	Cafetera	1	25.00	25.00
	Reloj de pared	1	10.00	10.00
	Dispensador de agua	1	30.00	30.00
	Teléfono convencional	1	50.00	50.00
	Grapadora	1	5.00	5.00
	Perforadora	1	5.00	5.00
	Celular	1	350.00	350.00
	Televisor 4k de 50 pulgadas	1	600.00	600.00

Equipo de computo	Computadora	1	500.00	500.00
	Impresora multifuncional	1	350.00	350.00
	Flash memory 8gb	2	12.00	24.00
Total				6225.00

Realizado por: Mora, E, 2021.

4.1.3.5.7. Activos diferidos

Tabla 11-4: Activos diferidos

Denominación	Cantidad	Valor unitario	Inversión
Volantes antes	1000	0,08	80.00
Capacitación al personal antes	1	800.00	800.00
Total			880.00

Realizado por: Mora, E, 2021.

4.2. Estudio técnico

4.2.1. Tamaño del proyecto

El tamaño del proyecto corresponde a una capacidad operativa del 100% de la demanda futura, igual a la participación en el mercado

4.2.1.1. Capacidad operativa del proyecto

Tabla 12-4: Capacidad operativa

Año	Turistas	Semestre	Trimestre	Mensual	Semanal	Diario
2022	3162	1581	790	263	66	9
2023	3306	1653	827	276	69	9
2024	3451	1725	863	288	72	10
2025	3595	1798	899	300	75	10
2026	3739	1870	935	312	78	10

Realizado por: Mora, E, 2021.

De acuerdo al cuadro anterior el Complejo Turístico “Niña Yaku Selva “entenderá con sus servicios a 66 personas semanales es decir 9 diarios, en función de lo cual se continua con el diseño.

4.2.2. Localización

4.2.2.1. Macrolocalización del proyecto

Macrolocalización del área de estudio

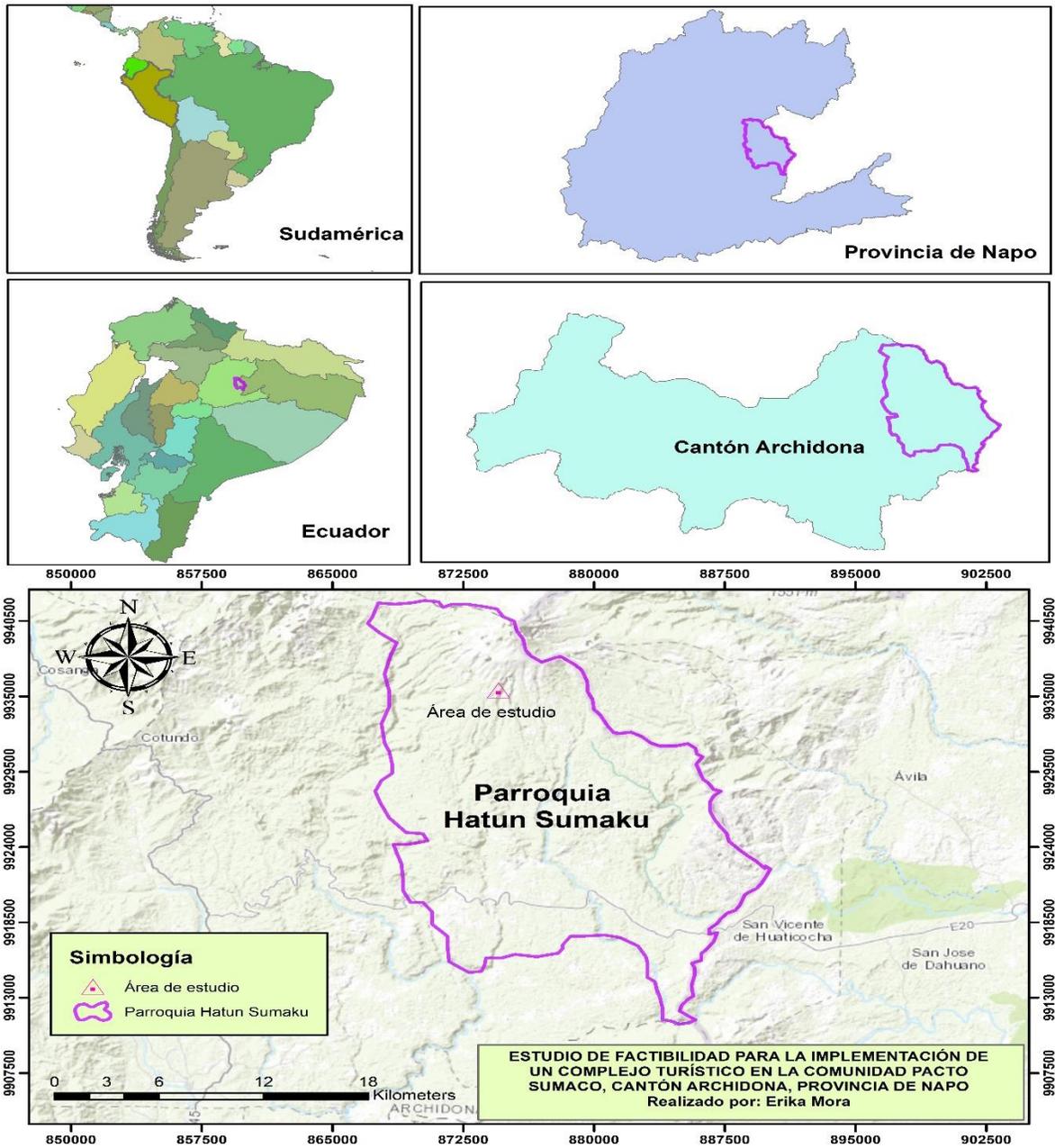


Figura 7-4. Macro localización del área de estudio

Realizado por: Mora, E, 2021.

4.2.2.2. *Microlocalización*

El presente proyecto se implementará en la provincia de Napo, Cantón Archidona, parroquia Hatun Sumaku, mismo que se encuentra delimitado por las coordenadas (UTM, WGS 84, zona 18 S)

correspondiente a 223607.56 m Este, 9808213.75 m Sur y 856 msnm de altitud, a 30 minutos de la cabecera parroquial.

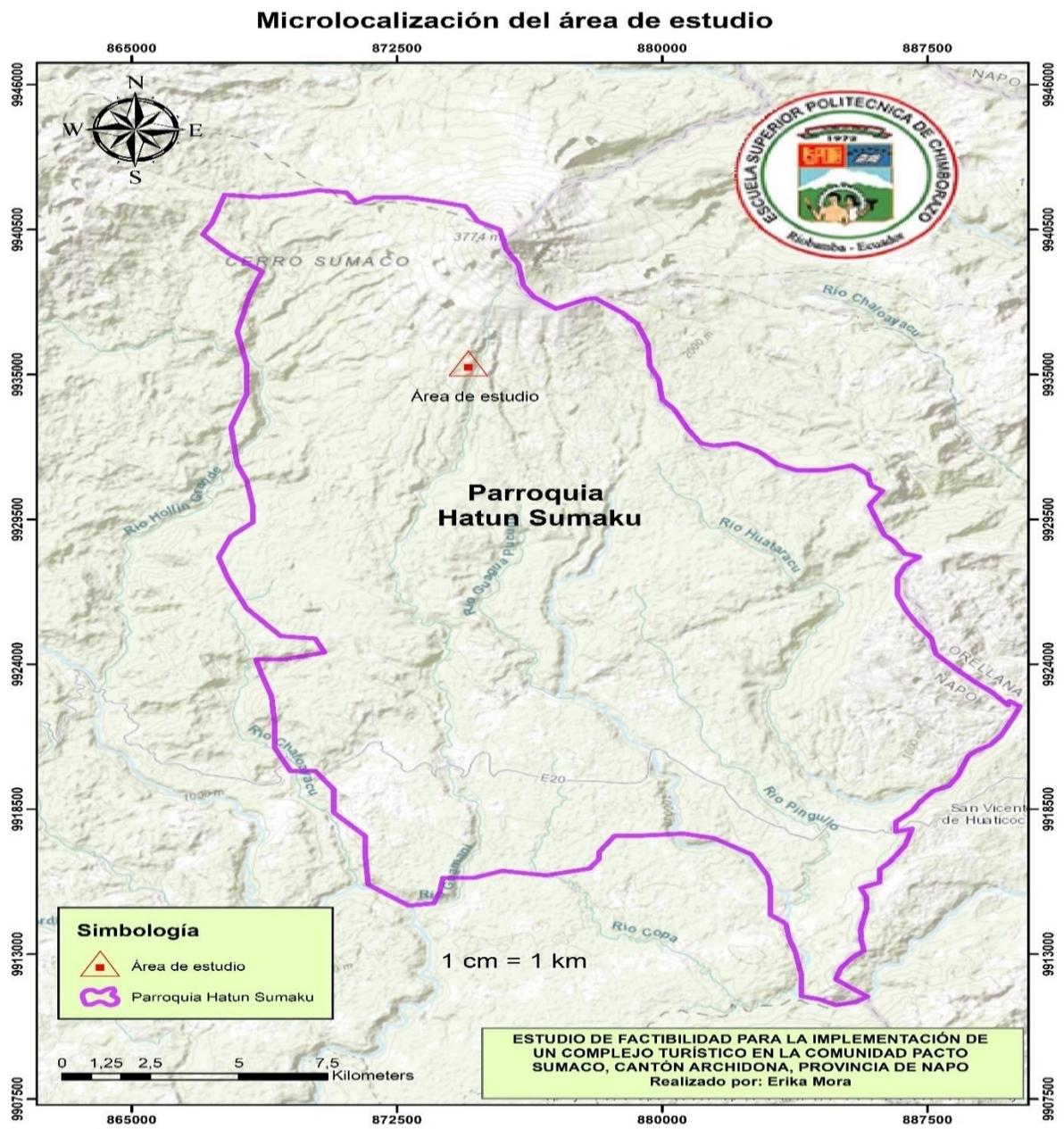


Figura 8-4. Microlocalización del área de estudio

Realizado por: Mora, E, 2021.

4.2.3. Plano del complejo turístico

4.2.3.1. Croquis de distribución de escenarios

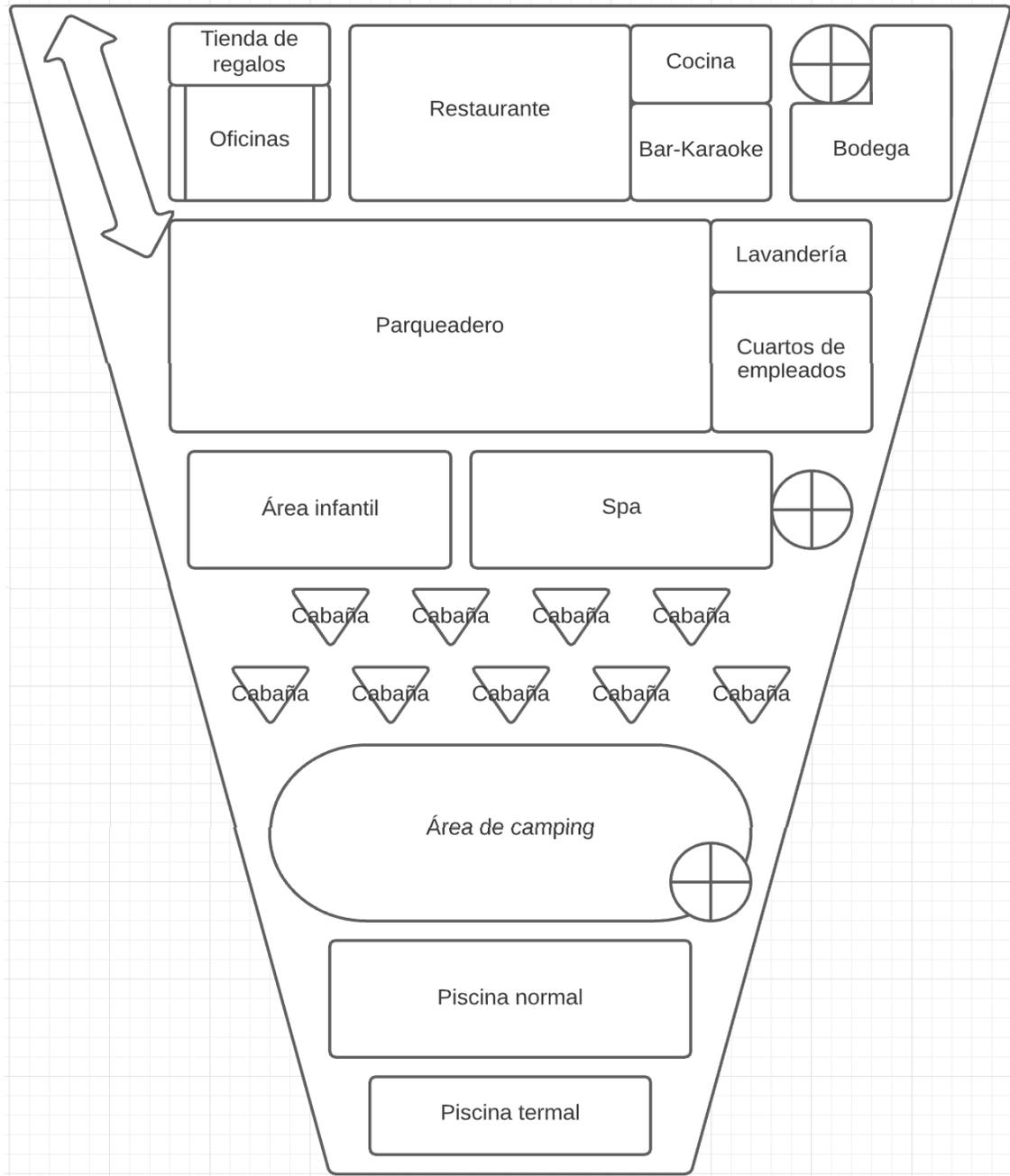


Figura 9-4. Croquis de distribución de escenarios

Realizado por: Mora, E, 2021.

4.2.3.2. Definición y organización del espacio

Tabla 13-4: Organización del espacio

Descripción	Detalle
Zona administrativa y comercial	<ul style="list-style-type: none">• Oficinas• Tienda de regalos
Zona de alimentación	<ul style="list-style-type: none">• Restaurante• Cocina• Bodega• Bar karaoke
Zona de hospedaje	<ul style="list-style-type: none">• 9 cabañas• Lavandería• Cuarto de empleados
Zona recreativa	<ul style="list-style-type: none">• Área infantil• Spa• Área de camping• Piscina normal• Piscina termal
Zona de servicios	<ul style="list-style-type: none">• Parqueadero• Parqueadero• Ingreso vehicular

Realizado por: Mora, E, 2021.

4.2.3.3. Distribución e interpretación del diseño

El complejo turístico “Niña Yaku Selva” se implementará en un espacio de 4020 m², en un estilo trapezoidal invertido, orientada la parte inferior hacia la Laguna y mirador Guagua Sumacu. Aprovechando la inclinación propia de un cráter se buscó estratificar las distintas áreas del complejo para maximizar el espacio escénico, teniendo en la parte superior el área de oficina, entrada de vehículos y restaurante; seguido en el siguiente escalón por el área de parqueadero, lavandería y cuarto de empleados; a continuación, está el escalón de las chozas y zona de camping; para finalizar con las piscinas en la parte más baja.

4.2.4. Flujograma de producción

4.2.4.1. Flujograma para servicio de hospedaje

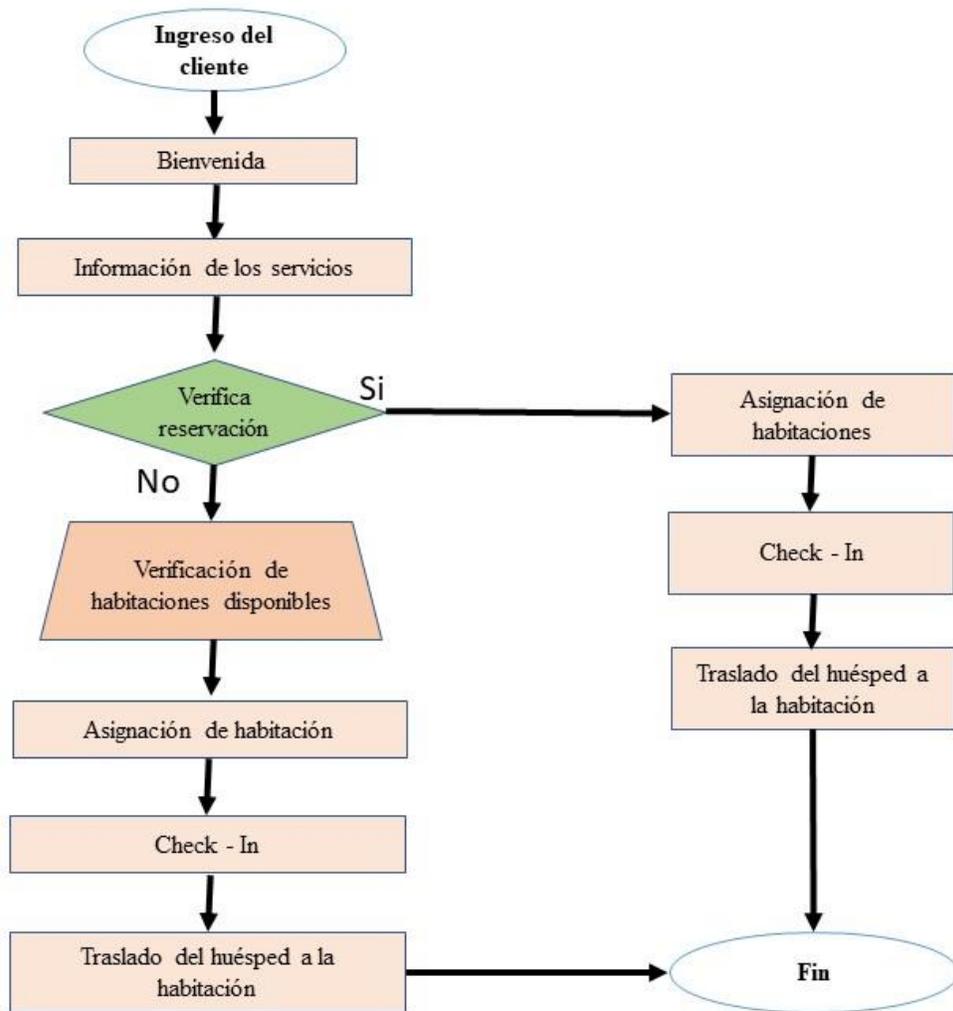


Figura 10-4. Flujograma de proceso de recepción

Realizado por: Mora, E, 2021.

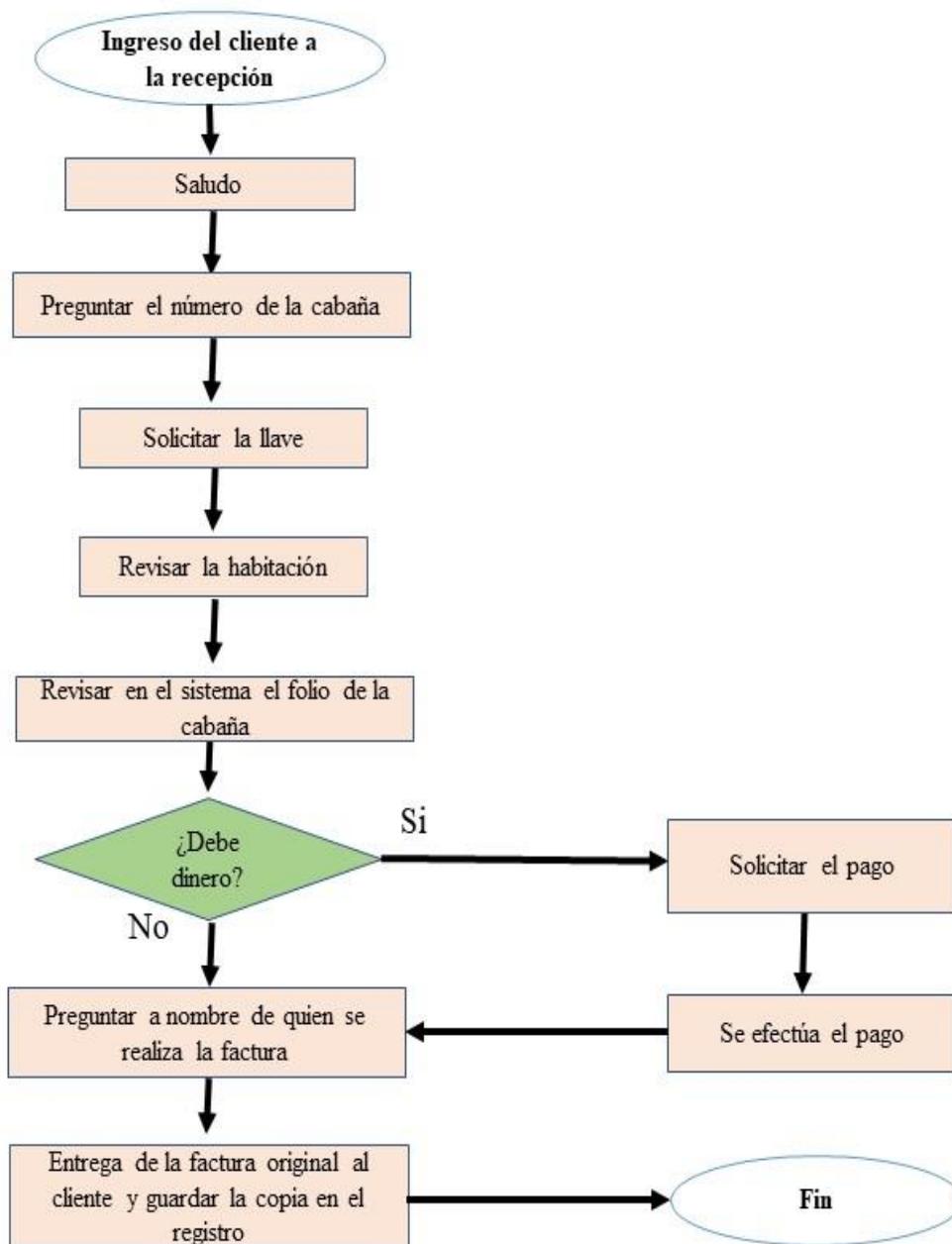


Figura 11-4. Flujograma de proceso del check out

Realizado por: Mora, E, 2021.

4.2.4.2. Flujograma para servicio de alimentación

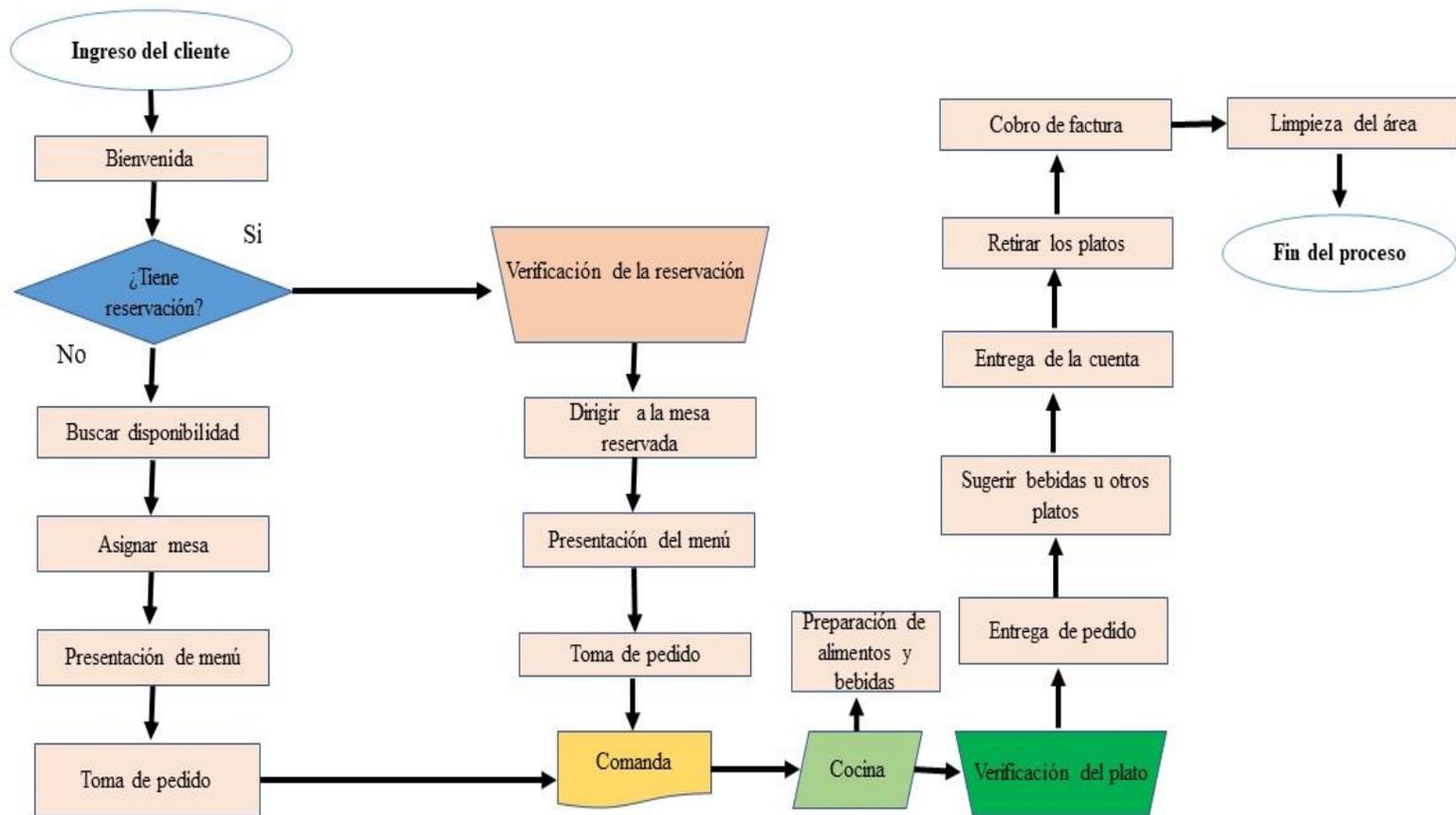


Figura 12-4. Flujograma de proceso de alimentación

Realizado por: Mora, E, 2021.

4.2.5. Presupuesto para el área productiva

4.2.5.1. Talento humano

Tabla 14-4: Talento humano para el área productiva

Denominación	Cantidad	Gasto mensual sin aporte	Aporte personal 9,45%	Aporte patronal 11.15%	Mensual con aporte	Décimo tercero	Décimo cuarto	Gasto anual
Recepcionista	1	500	47,3	55,8	603	500	340	8077,2
Bodeguero M.I	1	400	37,8	44,6	482,4	400	340	6528,8
Gobernata	1	450	42,5	50,2	542,7	450	340	7302,4
Mucama	1	400	37,8	44,6	482,4	400	340	6528,8
Chef M.I	1	650	61,4	72,5	783,9	650	340	10396,8
Ayudante de cocina M.I	2	400	37,8	44,6	482,4	400	340	6528,8
Bartender	1	450	42,5	50,2	542,7	450	340	7302,4
Mesero (a)	2	400	37,8	44,6	482,4	400	340	6528,8
Jardinero M.I	1	400	37,8	44,6	482,4	400	340	6528,8
DJ M.I	1	400	37,8	44,6	482,4	400	340	6528,8
Guardia M.I	1	400	37,8	44,6	482,4	400	340	6528,8
Total								78780,4

Realizado por: Mora, E, 2021.

4.2.5.2. Activos fijos

4.2.5.3. Terreno, construcciones y edificaciones

Tabla 15-4: Terreno, construcciones y edificaciones

Denominación	Unidad	Costo U.	Costo Total
Terreno	3947	10,00	39470,00

Construcción restaurante y bar (m2)	189	220,00	41580,00
Construcción Spa (m2)	84	220,00	18480,00
Construcción tienda de regalos (m2)	20	220,00	4400,00
Construcción de cabañas (m2)	54	220,00	11880,00
Construcción cocina (m2)	28	307,50	8610,00
Construcción bodega (m2)	20	307,50	6150,00
Construcción baños (m2)	38	307,50	11685,00
Construcción lavandería (m2)	32	307,50	9840,00
Construcción del cuarto de empleados (m2)	56	307,50	17220,00
Construcción área infantil (m2)	72	25,00	1800,00
Adecuación zona de camping (m2)	216	20,00	4320,00
Adecuación parqueadero y camino (m2)	328	7,50	2460,00
Construcción de senderos (m2)	272	5,00	1360,00
Adecuación áreas verdes (m2)	2374	10,00	23740,00
Construcción piscina normal (m2)	108	333,33	35999,64
Construcción piscina termal (m2)	56	333,33	18666,48
Total			277761,12

Realizado por: Mora, E, 2021.

4.2.5.4. *Herramientas*

Tabla 16-4: Herramientas

ID	Descripción	Cantidad	Precio U	Costo T
Área de camping	Azadón mediano	2	11,20	22,40
	Set de jardinería completo	3	26,00	78,00
	Podadora	1	250,00	250,00
	Guadaña	1	130,00	130,00
			SUBTOTAL	480,40

Realizado por: Mora, E, 2021.

4.2.5.5. *Equipos*

Tabla 17-4: Equipos que requieren las instalaciones

ID	Descripción	Cantidad	Precio U	Costo T
Restaurante	Congelador horizontal	2	600,00	1200,00
	Refrigeradora	1	1300,00	1300,00
	Cocina industrial 6 quemadores	1	500,00	500,00
	Horno industrial pequeño	1	500,00	500,00
	Tostadora	2	100,00	200,00
	Licuada 3 velocidades	1	150,00	150,00
	Televisión LCD 42pulg	1	400,00	400,00
	Batidora 2ltr. Base y recipiente	1	60,00	60,00
			SUBTOTAL	4310,00
Hospedaje	Televisión LCD 42pulg	9	400,00	3600,00
			SUBTOTAL	3600,00
Oficinas	Computadoras de escritorio	1	500,00	500,00
	Televisión LCD 32pulg	1	300,00	300,00
	Minicomponente	1	100,00	100,00
	Teléfono	1	50,00	50,00
			SUBTOTAL	8150,00
Lavandería	Lavadoras	2	400,00	800,00

	Secadoras	2	450,00	900,00
	Planchas	2	100,00	200,00
			SUBTOTAL	1900,00
Cuarto de empleados	Televisión LCD 32pulg	1	300,00	300,00
	Minicomponente	1	100,00	100,00
	Teléfono	1	50,00	50,00
			SUBTOTAL	450,00
Bar Karaoke	Cajas de sonido	3	200,00	600,00
	Consola de audio	1	800,00	800,00
	Computadora portátil	1	500,00	500,00
			SUBTOTAL	1600,00
Área de camping	Fumigadora	2	27,00	54,00
			SUBTOTAL	54,00
Spa	Minicomponente	1	100,00	100,00
TURCO	Electro estimulador	1	150,00	150,00
			SUBTOTAL	250,00
TOTAL				20314,00

Realizado por: Mora, E, 2021.

4.2.5.6. *Requerimientos muebles y enseres*

Tabla 18-4: Muebles y enseres

ID	Descripción	Cantidad	Precio U	Costo T
Restaurante	Mesas de madera 100x100 cm	10	150,00	1500,00
	Sillas de madera con espaldar	40	30,00	1200,00
	Sillas plásticas con brazos	15	5,00	75,00
	Sillas para niños	3	50,00	150,00
	Achiotero de aluminio	1	3,00	3,00
	Aislante de calor grande de aluminio	1	7,35	7,35
	Balde de plástico 10 lts. Con tapa	1	3,60	3,60

Balde de plástico 12 lts.	1	2,00	2,00
Balde de plástico 8 lts.	1	2,00	2,00
Banco de plástico	3	3,05	9,15
Cesto de plástico calado	2	2,70	5,40
Colador de hierro	2	2,15	4,30
Ensaladera de acero inoxidable	2	1,30	2,60
Escurreidor de plástico 27 cm.	2	1,30	2,60
Espátula de madera mediana	2	1,10	2,20
Exprimidor de limón de aluminio	1	4,30	4,30
Canasta de plástico	2	4,00	8,00
Basureros de metal	2	3,90	7,80
Tacho de plástico	5	6,55	32,75
Cilindro de gas	4	35,00	140,00
Jarra plástica 1 lt.	4	0,89	3,56
Jarra plástica 2 lt.	4	2,79	11,16
Sartén mediano de teflón	2	7,00	14,00
Sartén asador 28 cm.	1	32,00	32,00
Juego de sartenes de 20 y 24 cm.	1	29,99	29,99
Cuchillos tramontina med.	3	11,00	33,00
Cuchillos tramontina grandes	3	15,00	45,00
Paila gruesa	2	21,20	42,40
Olla Umco 32	2	39,00	78,00
Olla Umco 36	2	57,00	114,00
Olla Umco 40	1	69,00	69,00
Set de cuchillos + tabla	2	10,00	20,00
Vasos de vidrio liso 14 onz.	200	0,42	84,00
Jarra de vidrio	25	2,93	73,25
Copas de cristal	200	0,89	178,00
Servilletero	40	0,99	39,60
Ajicero	40	1,99	79,60
Salero y pimentero	40	2,00	80,00

	Envase para salsa	40	0,59	23,60
	Envase para mayonesa	40	0,59	23,60
	Tenedores x 12	20	11,25	225,00
	Cuchillos x 12	20	13,50	270,00
	Cucharas para sopa x 12	20	11,25	225,00
	Cucharas para postre x 12	20	6,75	135,00
	Plato base de 30 cm diámetro	200	6,50	1300,00
	Plato llano de 27 cm diámetro	200	4,80	960,00
	Plato medio de 25 cm diámetro	200	4,00	800,00
	Plato medio de 17,5 cm de diámetro	200	2,00	400,00
	Plato hondo de 18,7 cm de diámetro	200	2,10	420,00
	Plato para pan de 16 cm de diámetro	200	1,80	360,00
	Plato de 8 cm de diámetro	200	1,50	300,00
	Plato de 16 cm de diámetro	200	1,90	380,00
	Tazas	200	2,25	450,00
	Plato base para taza	200	1,50	300,00
			SUBTOTAL	10760,81
Cocina	Anaquele de cocina	2	200,00	400,00
	Mesa de madera 100cm x 200cm	1	100,00	100,00
	Alacenas para la cocina	2	300,00	600,00
			SUBTOTAL	1100,00
Hospedaje	Cama de 2 plazas	9	150,00	1350,00
	Colchones de 2 plazas	9	180,00	1620,00
	Literas de madera 1,5 plazas	9	200,00	1800,00
	Colchones de 1,5 plazas	18	100,00	1800,00
	Roperos de madera	9	100,00	900,00
	Peinadoras	9	100,00	900,00
	Veladores	9	70,00	630,00

	Toallas pequeñas y grandes (Juego)	20	25,00	500,00
	Hamacas	9	25,00	225,00
	Basureros pequeños plástico	20	2,00	40,00
	Espejos baño	15	2,10	31,50
	Espejos cómoda	10	3,80	38,00
	Lámparas	30	1,10	33,00
	Armadores x 10	20	9,00	180,00
			SUBTOTAL	10047,50
Oficinas	Mueble tipo recepción con divisiones	1	300,00	300,00
	Escritorio de madera	3	200,00	600,00
	Silla giratoria	3	150,00	450,00
	Archivadores aéreos	3	100,00	300,00
	Sillas de madera	6	30,00	180,00
	Estante para llaves de cabañas	1	50,00	50,00
	Juegos de sillones	1	300,00	300,00
	Mesa de centro	1	100,00	100,00
			SUBTOTAL	2280,00
Bodega	Estantes de madera con puertas	1	200,00	200,00
			SUBTOTAL	200,00
Lavandería	Mesa de planchar	1	50,00	50,00
	Estantes de madera para ropa con puertas	1	100,00	100,00
			SUBTOTAL	150,00
Cuarto de empleados	Literas de madera 1,5 plazas	4	200,00	800,00
	Colchones de 1,5 plazas	8	100,00	800,00
	Roperos de madera	2	100,00	200,00
			SUBTOTAL	1800,00
Bar Karaoke	Mesa de plástico	10	10,00	100,00
	Sillas de plástico	40	5,00	200,00
			SUBTOTAL	300,00

Área de camping	Manguera 50m	2	42,00	84,00
			SUBTOTAL	84,00
Aseo y limpieza	Cepillo para lavar ropa	5	0,70	3,50
	Pala para basura	5	0,99	4,95
	Destapa cañerías	5	2,00	10,00
	Basureros verdes	10	13,00	130,00
	Basureros negros	10	13,00	130,00
	Basureros metálicos para oficina	5	7,00	35,00
	Basureros de baño 12 litros	30	2,80	84,00
			SUBTOTAL	397,45
Área infantil	Bloques de plástico para apilar	5	5,00	25,00
	Muñecos que representa al cuerpo humano	4	10,00	40,00
	Sandalías	5	5,00	25,00
			SUBTOTAL	90,00
TOTAL				27209,76

Realizado por: Mora, E, 2021.

4.2.6. Menaje

Tabla 19-4: Menaje

ID	Descripción	Cantidad	Precio U	Costo T
Restaurante	Chaleco de mesero	5	10	50
	Manteles de mesa	40	4,2	168
	Cubre mantel	40	4,9	196
	Servilletas de tela	200	1,35	270
	Set de toallas de cocina x 3 unidades	4	6,59	26,36
			SUBTOTAL	710,36
	Alfombra	20	4	80
	Cortinas para baño	20	6	120
	Cortinas habitaciones	20	13	260

Hospedaje		40		
	Almohadas		2,15	86
	Cobertor de colchón	20	4	80
	Sábanas juego de 2 plazas	20	13	260
	Sábanas juego de 1,5 plazas	20	11	220
	Cobijas	20	8	160
	Edredones	25	11	275
			SUBTOTAL	1541
Área de camping	Botas de caucho (par)	2	7	14
			SUBTOTAL	14
Área infantil	Muñecos de goma, felpa o trapo	10	5	50
	Juguetes para construcción	5	8	40
	Teléfonos de juguete	5	10	50
	Marionetas de dedo o guante	4	7	28
	Pizarra	2	10	20
	Cohecitos	15	5	75
	Juguetes de arrastre	12	15	180
	Pelotas	10	5	50
			SUBTOTAL	493
Spa	Toallas	10	10	100
			SUBTOTAL	100
TOTAL				2858,36

Realizado por: Mora, E, 2021.

4.2.7. Activos diferidos

4.2.7.1. Requerimiento de suministros e insumos

Tabla 20-4: Requerimientos de suministros e insumos

ID	Descripción	Cantidad	Precio U	Costo T
Cocina	Almuerzos	3162	4,50	14229,00

	Meriendas	3162	4,50	14229,00
	Desayunos	3162	3,00	9486,00
Hospedaje	Hospedaje	3162	5,00	15810,00
SPA	Materiales para sauna	3162	1,00	3162,00
	Materiales para hidromasaje	3162	1,00	3162,00
TOTAL				60078,00

Realizado por: Mora, E, 2021.

Tabla 21-4: Activos diferidos para las actividades complementarias

Denominación	Cantidad	Valor unitario	Inversión
Capacitación al personal	1	1.000	1.000
Total			1.000

Realizado por: Mora, E, 2021.

4.3. Evaluación de impactos - Matriz de Lázaro Lagos

Al utilizar la matriz causa-efecto de Lázaro Lagos se puede predecir los impactos tanto positivos como negativos que se producirían con la implementación del complejo turístico, además de analizar las acciones que pueden causar impactos en los componentes agua, aire, flora, fauna, socio – económico y paisaje.

4.3.1. Matriz de Lázaro Lagos

Tabla 22-4: Matriz de Lázaro Lagos

COMPONENTES AMBIENTALES	ACTIVIDADES									IMPACTOS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN									
	1. Modificación del terreno	2. Implementación de infraestructuras	3. Operación turística	4. Facilidades turísticas	5. Educación ambiental	6. Eliminación de residuos	7. Operación	8. Plazas laborales	9. Convivencia		1. Naturaleza	2. Magnitud	3. Importancia	4. Certeza	5. Tipo	6. Resistividad	7. Duración	8. Tiempo en aparecer	9. Considerado en el desarrollo	10. Ponderación
A. AGUA				X	X	X	X		X	Aumento de consumo	(-)	1	1	C	Sc	2	3	L	N	6
		X		X			X		X	Incremento en la generación de agua servidas	(-)	2	2	C	Pr	1	2	C	N	7
							X			Contaminación de las fuentes de agua por la actividad turística	(-)	1	1	I	Ac	1	1	C	N	3
	X	X					X			Conservación de fuentes de agua	(+)	2	2	D	Sc	2	3	L	N	9
B. AIRE			X						X	Emisión de gases contaminantes	(-)	1	1	C	Sc	2	3	L	N	6
			X	X	X	X			X	Emisión de ruido	(-)	1	1	C	Sc	2	3	L	N	6

C. SUELO		x	x	x	x	x		x		Compactación del suelo	(-)	1	2	D	Pr	2	3	C	N	7
		x	x	x	x	x	x	x	x	Contaminación por desechos sólidos	(-)	2	1	D	Pr	1	2	C	N	6
	x	x	x							Disminución de la erosión	(+)	2	1	C	Pr	2	3	M	N	7
D. FLORA Y FAUNA		x	x							Pérdida de flora y fauna	(-)	1	2	C	Pr	2	2	L	S	6
	x	x	x	x	x	x	x	x		Perturbación de la fauna	(-)	1	2	C	Pr	2	3	C	S	8
		x		x			x			Modificación de hábitos alimenticios	(-)	2	2	D	Pr	2	3	M	S	9
	x	x	x	x	x		x	x	x	Protección de flora y fauna	(+)	2	3	D	Pr	2	3	L	S	9
E. SOCIOECONÓMICO	x	x	x	x	x	x	x	x	x	Incremento del turismo en la zona	(+)	3	2	C	Pr	2	3	L	S	11
				x	x	x	x		x	Intercambio cultural	(+)	3	2	C	Pr	2	3	M	S	11
	x	x	x	x	x	x	x	x	x	Generación de empleo	(+)	2	2	C	Pr	2	2	M	S	8
							x			Implementación de actividades alternativas	(+)	2	2	C	Pr	2	2	M	S	8
F. PAISAJE		x	x	x	x	x	x		x	Presencia de basura	(-)	1	1	C	Pr	2	1	C	S	4

										(Orgánica e inorgánica)										
			x		x	x	x			Alteración del paisaje	(-)	2	1	C	Pr	1	3	M	S	8

Realizado por: Mora, E, 2021.

4.3.2. Matriz de Cuantificación

Tabla 23-4: Matriz de Cuantificación

COMPONENTES AMBIENTALES										TOTAL (+)	TOTAL (-)	TOTAL
	1	2	3	4	5	6	7	8	9			L
A	+8	-4+10	-5	-6-6	-5	-6	-6-5-5+9			27	48	75
B			-5,-6	-5	-5	-5			-6-5	0	37	37
C	+9	-4-5+10	-5-6+8	-5-6	-5-5	-6-5	-5	-5-5	-5	27	72	99
D	-5+8	-4-6-4+7	-6-6+9	-6-5+8	-5+9	-6	-6-5+8	-5+9	+9	67	69	136
E	+8+9	+9+9	+8+9	+8+9+9	+8+9+9	+7+8+8	+9+8+8+9	+8+8	9+7+8	201	0	201
F		-5	-6-5	-6	-5-5	-6-6	-6-5		-5	0	60	60
Total (+)	42	45	34	34	35	23	51	25	33	322		

Total (-)	5	32	50	45	35	40	43	15	21		286	
TOTAL	47	77	84	79	70	63	94	40	54			608

Realizado por: Mora, E, 2021.

Los resultados obtenidos en la matriz de Lázaro Lagos son positivos con un puntaje de 322 puntos (53%), en comparación con la puntuación negativa que alcanza el número de 286 puntos (47%), donde se pudo identificar que los impactos positivos son mayores que los negativos, por lo tanto, se puede determinar que la implementación del complejo turístico es factible ambientalmente.

4.3.3. Medidas de mitigación

Tabla 24-4: Medidas de mitigación

Componente	Estrategias	Tipo	Responsable	Frecuencia	Observaciones
Aire	Evitar la contaminación del aire por quema de los desechos, gestionando el servicio de recolección al GAD parroquial.	Preventivo	Administración del complejo turístico	1 vez al año	Brindar las indicaciones correspondientes a las personas de horarios de recolección y tratamiento de los desechos.
Suelo	Programas de reforestación con plantas nativas.	Preventivo	Administración del complejo turístico	Dos veces al año	Contratar un técnico para el estudio del uso del suelo, o realizar convenios con

					universidades a fines para la ayuda de los estudios.
Agua	Educación ambiental sobre la importancia del cuidado de las fuentes de agua	Preventivo	Administración del complejo turístico	Durante la actividad	Brindar las indicaciones pertinentes sobre el cuidado del recurso agua. Entregar fundas reutilizables a cada turista.
Flora y fauna	Concientizar a los turistas sobre la importancia de la protección de especies de flora y fauna.	Preventivo	Administración del complejo turístico	Durante la actividad	Normas de comportamiento que se deben cumplir en el complejo
Socio económico	Capacitación sobre la generación de emprendimientos como fabricación de artesanías	Preventivo	Administración del complejo turístico	Dos veces al año	Capacitar a la población local en temas de emprendimiento
Paisaje	Charlas de educación ambiental a los turistas para concientizar a la no contaminación del paisaje por desechos orgánicos e inorgánicos.	Preventivo	Administración del complejo turístico	Durante la actividad	Establecer parámetros de comportamiento en el complejo

Realizado por: Mora, E, 2021.

4.3.4. Presupuesto para las medidas de mitigación

4.3.4.1. Materiales e insumos

Tabla 25-4: Materiales e insumos para las medidas de mitigación

Denominación	Cantidad	Valor unitario	Gasto anual
Plantas (nativas)	1000	1,50	1500,00
Basureros	5	10,00	50,00
Escobas	5	3,00	15,00
Guantes	10	2,00	20,00
Total			1585,00

Realizado por: Mora, E, 2021.

4.3.4.2. *Activos fijos*

Tabla 26-4: Activos fijos

Tipo	Denominación	Cantidad	Valor unitario	Inversión
Terreno	Terreno	0	0,00	0,00
Herramientas	Carretilla	2	50,00	100,00
	Pala	2	20,00	40,00
	Machete	2	8,00	16,00
	Tijera de podar	2	15,00	30,00
	Azada	2	10,00	20,00
	Pico	1	15,00	15,00
	Rastrillo	2	10,00	20,00
Total				241,00

Realizado por: Mora, E, 2021.

4.3.4.3. *Activos diferidos*

Tabla 27-4: Activos diferidos

Denominación	Cantidad	Valor unitario	Inversión
Estudio ambiental	1	1500,00	1500,00
Capacitación	1	800,00	800,00
Total			2300,00

Realizado por: Mora, E, 2021.

4.4. Figura legal de operación y la estructura administrativa para el funcionamiento del complejo turístico

4.4.1. Estudio legal

4.4.1.1. Constitución Política del Ecuador

- **Art.66.** Se reconoce y garantiza a las personas

Numeral 13. El derecho a asociarse, reunirse y manifestarse en forma libre y voluntaria.

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

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

- **Art. 83.** Son deberes y responsabilidades de las ecuatorianas y los ecuatorianos, sin perjuicio de otros previstos en la Constitución y la Ley:

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

- **Art. 319.** Se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas.
- **Art. 320.** En las diversas formas de organización de los procesos de producción se estimulará una gestión participativa, transparente y eficiente (Constitución del Ecuador, 2008).

4.4.1.2. Ley de turismo del Ecuador

Establece que, el turismo es el ejercicio de las actividades asociadas con el desplazamiento de personas a lugares distintos al de su residencia habitual; sin ánimo de radicarse permanentemente (Art. 2).

Son consideradas actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de manera habitual a las siguientes actividades:

- Alojamiento
- Servicio de alimentos y bebidas
- Transporte
- Operación
- La intermediación, agencia de servicios turísticos y organización de eventos (Art. 5).

Para ejercicio de las actividades turísticas se requiere obtener el Registro de Turismo y la Licencia anual de funcionamiento.

El Registro consiste en la inscripción del prestador de Servicios Turísticos por una sola vez en el Ministerio de Turismo, en el registro se Establecerá la clasificación y categoría. (Art. 8 y 9).

Mediante el Ministerio de Turismo se promoverá y se fomentará todo tipo de turismo, especialmente receptivo y social y la ejecución de proyectos, programas y prestación de servicios complementarios con organizaciones, entidades e instituciones públicas y privadas incluyendo comunidades indígenas y campesinas en sus respectivas localidades (Ley de Turismo, 2014).

Los municipios y gobiernos provinciales podrán establecer incentivos especiales para inversiones en servicios de turismo receptivo e interno rescate de bienes históricos, culturales y naturales en sus respectivas circunscripciones. Por lo cual el empresario que venda o preste servicios turísticos de los detallados en esta Ley es civilmente responsable por los eventuales daños que cause a quien los utilice. Su responsabilidad llega hasta la culpa leve. Así mismo, es responsable por los actos de negligencia de sus empleados; en el ejercicio de sus funciones vinculadas con la empresa que presta el servicio (Ley de Turismo, 2014).

Los usuarios de servicios de turismo podrán realizar su respectivo reclamo de sus derechos y presentar sus insatisfacciones al Centro de Protección del Turista. Este complejo tendrá interconexión inmediata con la Policía Nacional, Defensoría del Pueblo, municipalidades, centros de Información Turística y embajadas acreditadas en el Ecuador que manifiesten interés de interconexión. A través de este Centro de Protección al turista, se buscará la solución directa de los conflictos (MINTUR, 2014).

4.4.1.3. *Ley de compañías*

- **Art. 92.-** Una sociedad de responsabilidad limitada es un contrato suscrito entre dos o más personas, que sólo asumen obligaciones sociales limitadas. En este caso, el término "Sociedad Limitada" o su abreviatura correspondiente. Si se utiliza un nombre de objetivo, el nombre no se confundirá con el nombre de la empresa existente. Los términos generales y los términos utilizados para determinar las categorías de empresas, como "comercial", "industrial", "agricultura", "construcción", etc., no se utilizarán exclusivamente y estarán acompañados de expresiones especiales. Si no se hubiere cumplido con las disposiciones de esta Ley para la constitución de la compañía, las personas naturales o jurídicas, no podrán usar en anuncios, membretes de cartas, circulares, prospectos u otros documentos, un nombre, expresión o sigla que indiquen o sugieran que se trata de una compañía de responsabilidad limitada. Los que contravinieren a lo dispuesto en el inciso anterior, serán sancionados con arreglo a lo prescrito en el Art. 445. La multa tendrá el destino indicado en tal precepto legal. Impuesta la sanción, el Superintendente de Compañías notificará al Ministerio de Finanzas para la recaudación correspondiente.

- **Art. 93.-** La compañía de responsabilidad limitada será mercantil, pero sus participantes, por el hecho de constituirla, no son comerciantes.

- **Art. 94.** La compañía de responsabilidad limitada podrá tener como finalidad la realización de toda clase de actos civiles o de comercio y operaciones mercantiles permitida por la Ley, excepción hecha de operaciones de banco, segura, capitalización y ahorro.

- **Art. 95.** La compañía de responsabilidad limitada no funcionará si el número de socios exceden de quince; si pasa del máximo, deberá convertirse en otra clase de compañía o disolverse.

- **Art. 96.** El principio de existencia de este tipo de compañía es la fecha de la inscripción del contrato social en el Registro Mercantil.

- **Art. 97.** Para los efectos fiscales y tributarios las compañías de responsabilidad limitada son sociedades de capital.

La implementación del complejo turístico se establece dentro de la ley de compañías - compañía de responsabilidad limitada el cual menciona que es la que se contrae entre dos o más personas, que

simplemente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus contribuciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, además de la ley de turismo y constitución del Ecuador, esto con la finalidad de que el proyecto quede amparado de manera legal y no exista ningún tipo de altercado al momento de la puesta en marcha o durante el proceso de la operación.

4.4.1.4. Requisitos para la constitución

Tabla 28-4: Requisitos para la constitución

Requisitos legales para la constitución	
1. Registro único de contribuyentes	2. Patente municipal
Para obtener el RUC se necesita: <ul style="list-style-type: none"> - Formulario RUC con los datos de la compañía - Original y copia de la constitución - Documento copia y original del nombramiento del representante legal - Copia del documento de ciudadanía del representante legal - Carta de compromiso firmada por el contador, donde además incluya su número de RUC 	<ul style="list-style-type: none"> - Formulario de patente de actividades económicas - Original y copia de la cédula de ciudadanía y documento de votación - Original y copia de RUC - Copia permiso de cuerpo de bomberos - Copia del documento correspondiente al acta de constitución de la empresa - Copia del documento del impuesto predial donde funciona el negocio
3. Permiso sanitario	4. Registro de actividad turística
Para obtener el permiso sanitario se requiere presentar en la Jefatura Provincial de Salud lo siguiente: <ul style="list-style-type: none"> - Documento de la categorización (para locales nuevos) proporcionado por el área de Control Sanitario - Comprobante de pago de patente del año - Permiso sanitario para el funcionamiento - Certificado (s) de salud 	<ul style="list-style-type: none"> - Copia certificada de la escritura pública de constitución de la compañía y de aumento de capital o reformas de estatutos, si los hubiera, tratándose de personas jurídicas. - Nombramiento del representante legal, debidamente inscrito de la persona jurídica solicitante en la oficina del Registro Mercantil. - Copia del R.U.C. - Copia de la cédula de identidad. - Copia de la papeleta de votación.

<ul style="list-style-type: none"> - Documento del control sanitario aprobado, sobre cumplimiento de requisitos para la actividad - Copia del documento de ciudadanía y papeleta de votación 	<ul style="list-style-type: none"> - Documento del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual de no encontrarse registrada la razón o denominación social o nombre comercial motivo de la solicitud. - Registro único de contribuyentes o cédula de ciudadanía, según sea la persona natural ecuatoriana o extranjera solicitante. - Fotocopia del título de propiedad o contrato de arrendamiento del local, adecuadamente legalizado. - Documento con el listado de precios de los servicios a ofertar (original y copia). - Documento juramentado de los activos fijos para cancelación de 1 por mil. - Una vez acepta la solicitud, el departamento correspondiente comprobará si esta ha sido presentada en debida forma y dispondrá la visita de inspección previa a la clasificación.
<p>5. Licencia anual de funcionamiento</p>	<p>6. Constitución como una empresa compañía de responsabilidad limitada</p>
<p>Requisitos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Solicitud de registro en el Catrasto turístico dirigida al señor alcalde - Certificado de registro otorgado por el Ministerio de Turismo - Patente municipal actualizada - Certificado actualizado de afiliación a la cámara de turismo provincial (opcional) - Copia certificada del RUC - Lista de precios del establecimiento turístico - Copia del documento de propiedad 	<ul style="list-style-type: none"> - Deberá ser aprobado por la Secretaria General de la Oficina Matriz de la Superintendencia de Compañías, o por la Secretaria General de la Intendencia de Compañías de Quito, o por el burócrata que para el efecto fuere designado en las intendencias de compañías de Cuenca, Ambato, Machala, Portoviejo y Loja (Art. 92 de la Ley de Compañías y Resolución N. SC. SG. 2008.008 (R. O. 496 de 29 de diciembre del 2008). - Las denominaciones sociales se rigen por los principios de "propiedad" y

	<p>de “inconfundibilidad” o “peculiaridad” (Art. 16 LC).</p> <ul style="list-style-type: none"> - De acuerdo con lo prescrito en el Art. 293 de la Ley de Propiedad Intelectual, el facultativo de un derecho sobre marcas, nombres comerciales u obtenciones vegetales que constatare que la Superintendencia de Compañías hubiere aprobado uno o más nombres de las sociedades bajo su control que incluyan signos idénticos a dichas marcas, nombres comerciales u obtenciones vegetales, podrá solicitar al Instituto de Propiedad Intelectual –IEPI-, a través de los recursos correspondientes, la suspensión, del uso de la referida denominación o razón social para eliminar todo riesgo de confusión o utilización indebida del signo protegido. - La presentación al Superintendente de Compañías o a su delegado de tres copias certificadas de la escritura de constitución de la compañía, a las que se adjuntará la solicitud, suscrita por el abogado, requiriendo la aprobación del contrato constitutivo (Art. 136 de la Ley de Compañías).
--	---

Realizado por: Mora, E, 2021.

4.4.1.5. Gastos de constitución

Tabla 29-4: Costos de constitución

Gastos	Descripción	Costo
De constitución	Registro de nombramiento legal	250,00
	Estatuto de constitución	500,00
	Elevación escrita de registro	150,00
	Apertura de cuenta BAN Ecuador	800,00

	IEPI	100,00
	Inscripción en la Superintendencia de Compañías	292,00
De permisos, patentes y licencias	Registro único de turismo	00
	Permiso sanitario	50,00
	Licencia anual de Funcionamiento (El valor lo fija el municipio del cantón Archidona de acuerdo al número de habitaciones)	30,00
Total		2172,00

Realizado por: Mora, E, 2021.

4.4.2. Viabilidad administrativa

4.4.2.1. Misión

Mediante la implementación de un complejo turístico, promover y fortalecer la industria del turismo local, además de contribuir a la protección del patrimonio natural y cultural, fomentando el uso sostenible y responsable de los recursos turísticos de la parroquia.

4.4.2.2. Visión

Ser un complejo turístico que presta servicios de calidad, enfocados en la protección y cuidado del ambiente, con la finalidad de obtener satisfacción de los clientes.

4.4.2.3. Políticas

4.4.2.3.1. Obligaciones del personal

- Prestar los servicios, en forma regular y continua, de acuerdo con el respectivo contrato o relación
- Mantener una relación respetuosa y de amabilidad con los turistas.
- Mantener una relación armoniza con los compañeros de trabajo.
- Trabajar en equipo
- Deben trabajar en unión y de forma coordinada.
- No ingerir bebidas alcohólicas, drogas u cualquier otra sustancia en el horario de trabajo
- Cumplir con las normas en base a la puntualidad, responsabilidad y el cumplimiento de funciones

- Resolver las inquietudes del turista con agilidad y amabilidad.
- No pedir regalos a los turistas.
- No apropiarse de las pertenencias de los turistas.
- En caso de que el turista se olvide de alguna pertenencia se custodiará hasta que el turista lo solicite.

4.4.2.3.2. *Políticas de los visitantes*

- Registrar su ingreso con el personal encargado, con su respectivo documento de identidad
- Evitar ingerir bebidas alcohólicas o alguna otra sustancia
- Los turistas deben mantenerse en los límites establecidos en el complejo
- No portar armas de cualquier tipo

4.4.2.4. *Personal para la operación*

Tabla 30-4: Manual de funciones del gerente general

DATOS	
Área	Administrativa
Cargo	Gerente general
Funciones	
<ul style="list-style-type: none"> • Planificar, dirigir y controlar las operaciones con el fin de dar cumplimiento de los objetivos propuestos a corto mediano y largo plazo. • Dirigir y controlar las diversas actividades de la empresa turística. • Dar cumplimiento a la política administrativa y financiera. • Cumplir y hacer cumplir las disposiciones emanadas de las leyes y reglamentos impuestas por la Junta de Accionistas. • Preparar el plan operativo anual. • Requerir a la Junta de Accionistas el contratación y remoción de trabajadores de acuerdo a la ley. • Vigilar al personal que se encuentre a su cargo. • Informar a la Junta de Accionistas sobre el estado de la empresa turística. • Fijar turnos y horarios de trabajo. • Analizar el presupuesto de los proyectos. 	

Requisitos	Título de tercer nivel en administración, contabilidad, finanzas, turismo o ambiente. <ul style="list-style-type: none"> • Habilidades de negocio • Experiencia mínima de 1 año.
------------	---

Realizado por: Mora, E, 2021.

Tabla 31-4: Manual de funciones del promotor de ventas

DATOS	
Área	Comercial
Cargo	Promotor de ventas
Funciones	
<ul style="list-style-type: none"> • Consolidar alianzas importantes con agencias de viaje y operadoras de turismo • Vender el producto a los clientes • Control de calidad • Atención continua al cliente, una vez que ya ha sido captado. • Realizar promoción y difusión de los servicios que brinda el complejo. • Delegado de las relaciones públicas. • Compartir información necesaria de forma clara y de manera oportuna al cliente. • Establecer promociones de los productos. 	
Requisitos	<ul style="list-style-type: none"> • Título de tercer nivel en áreas de la administración de empresas, marketing, contabilidad y turismo. • Habilidades de negocio • Facilidad de palabra • Experiencia mínima de 1 año. • Dinámico • Facilidad de trabajar en grupo

Realizado por: Mora, E, 2021.

Tabla 32-4: Recepcionista

DATOS	
Área	Productiva
Recepción	Recepcionistas
Funciones	
<ul style="list-style-type: none"> • Realizar el check-in y check-out • Tratar dudas de los clientes • Proporcionar información importante sobre el alojamiento • Realizar registro. • Cerrar reservas • Ejecutar cancelaciones 	

	<ul style="list-style-type: none"> • Solucionar las tareas pendientes de los huéspedes
Requisitos	<ul style="list-style-type: none"> • Experiencia en la gestión de alojamientos turísticos. • Dominio del inglés • Una imagen cuidada. • Buena comunicación verbal y escrita. • Prácticas comunicativas para atender el teléfono.

Realizado por: Mora, E, 2021.

Tabla 33-4: Manual de funciones de la secretaría

DATOS	
Área	Administrativa
Cargo	Secretaria
Funciones	
<ul style="list-style-type: none"> • Elaborar oficios o documento que requiera de la empresa. • Archivar, manejar y mantener actualizada toda documentación existente de la empresa. • Atender e informar al público. • Reservar y vender los productos turísticos. • Asistir al contador para el cierre de caja diario. • Reservar prestadores de servicio a tiempo. 	
Requisitos	<ul style="list-style-type: none"> • Buenas relaciones humanas • Licencia de guía nativo • Inglés (Medio) • Habilidades de negocio • Facilidad de palabra • Experiencia de 1 año • Dinámico/a • Facilidad de trabajar en grupo • Conocimiento en manejo de grupos

Realizado por: Mora, E, 2021.

Tabla 34-4: Manual de funciones del bodeguero

DATOS	
Área	Productiva
Cargo	Bodeguero
Funciones	
<ul style="list-style-type: none"> • Mantener los registros de entrada y salida de materiales, equipos, herramientas y otros, que permanecen en bodega. • Actualizar los documentos que confirman la existencia de materia prima en bodega, tales como: órdenes de compras, duplicados de facturas, guías de despacho, etc. • Mantener actualizadas, las fichas de control de almacenamientos. • Conservar aislados aquellos elementos combustibles, por lo cual debe asesorarse por el delegado de prevención de riesgos. 	

Requisitos	<ul style="list-style-type: none"> • Experiencia un año en funciones afín con la administración de bodegas. • Formación afín con el área de bodegas y/o informática
------------	---

Realizado por: Mora, E, 2021.

Tabla 35-4: Manual de funciones de la gobernata

DATOS	
Área	Productiva
Cargo	Gobernata
Funciones	
<ul style="list-style-type: none"> • Organización y atención al consumidor en las cabañas. • Inspección de los procesos de limpieza, puesta a punto de habitaciones de las cabañas y zonas comunes, lavado, planchado de ropa y decoración general. • Encargo de departamento del área de alojamiento y de gestión de calidad. 	
Requisitos	<ul style="list-style-type: none"> • Ser organizada con características de liderazgo, que sepa encargarse tanto de los recursos como personas. • Debe ser decisiva para resolver situaciones inesperadas o cambios con los recursos que se cuentan.

Realizado por: Mora, E, 2021.

Tabla 36-4: Manual de funciones de la mucama

DATOS	
Área	Productiva
Cargo	Mucama
Funciones	
<ul style="list-style-type: none"> • Mantener las condiciones sanitarias, decorativas y de orden en el ambiente de trabajo • Formar relaciones sociales de colaboración, coordinación y comunicación con el equipo de trabajo • Manejar máquinas, equipos y utensilios de limpieza • Aplicar y reconocer los diferentes usos de los productos para limpieza y acondicionamiento. • Aplicar medidas básicas de seguridad e higiene. 	
Requisitos	<ul style="list-style-type: none"> • Un año de experiencia • Carta de recomendación certificada de lugares donde haya trabajado

Realizado por: Mora, E, 2021.

Tabla 37-4: Manual de funciones del chef

DATOS	
Área	Productiva
Cargo	Chef
Funciones	
<ul style="list-style-type: none"> • Programación del menú y preparación de los platos. • Encargarse del equipo y el repartimiento de tareas. • Realizar tareas administrativas. • Actualizar los menús 	
Requisitos	<ul style="list-style-type: none"> • Poseer la capacidad de conservar la calma bajo presión. • Facilidad de trabajo en equipo. • Poseer buenas habilidades comunicativas. • Tener creatividad e imaginación para pensar nuevas ideas para el menú y la presentación de los platos. • Seguir los estándares en limpieza y seguridad alimentaria. • Ser capaz de ceñirse al presupuesto.

Realizado por: Mora, E, 2021.

Tabla 38-4: Manual de funciones del ayudante de cocina

DATOS	
Área	Productiva
Cargo	Ayudante de cocina
Funciones	
<ul style="list-style-type: none"> • Limpiar, pelar y cortar las verduras. • Mezclar los ingredientes juntos. • Desplumar de aves de corral. • Picar carne. • Desescamar pescado. 	
Requisitos	<p>Conocimientos en:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nutrición y dietética. • Conservación de alimentos. • Normas de Higiene y Seguridad Integral <p>Habilidades para:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Establecer relaciones interpersonales. • Calcular raciones o cantidades para la preparación de los alimentos.

	Destrezas en: <ul style="list-style-type: none"> • Manejo y mantenimiento de utensilios • Manipulación de alimentos.
--	--

Realizado por: Mora, E, 2021.

Tabla 39-4: Manual de funciones del Barman

DATOS	
Área	Productiva
Cargo	Barman
Funciones	
<ul style="list-style-type: none"> • Atiende los pedidos de los clientes • Sirve bebidas de todo tipo • Elabora cócteles • Corta y mezcla frutas para elaborar zumos. • Prepara y sirve café e infusiones. 	
Requisitos	<ul style="list-style-type: none"> • Haber realizado cursos certificados • Tres años de experiencia • Cartas de reconocimiento

Realizado por: Mora, E, 2021.

Tabla 40-4: Manual de funciones del mesero

DATOS	
Área	Productiva
Cargo	Mesero
Funciones	
<ul style="list-style-type: none"> • Mantener la limpieza del bar • Supervisar las operaciones del bar • Comunicarse con los clientes • Control del inventario del bar y realizar las órdenes de suministros. 	
Requisitos	<ul style="list-style-type: none"> • Excelentes habilidades de comunicación • Capaz de manejar su tiempo efectivamente. • Habilidad de resolución de problemas • Capacidad de trabajar en equipo • Un año de experiencia

Realizado por: Mora, E, 2021.

Tabla 41-4: Manual de funciones del jardinero

DATOS	
Área	Productiva
Cargo	Jardinero
Funciones	
<ul style="list-style-type: none"> • Instalar y mantener plantas de temporada • Segar, podar y fertilizar las plantas de todo el complejo • Podar y recortar árboles y arbustos • Mantenimiento toda la maquinaria y los equipos de jardinería • Controlar la salud de las plantas • Control de plagas • Conservar los jardines y los espacios verdes limpios 	
Requisitos	<ul style="list-style-type: none"> • Experiencia como jardinero • Familiaridad con el diseño de paisajes • Conocimiento de los períodos de vida de las plantas • Experiencia en control de plagas locales • Conocimiento de fertilizantes sintéticos y naturales

Realizado por: Mora, E, 2021.

Tabla 42-4: Manual de funciones del DJ

DATOS	
Área	Productiva
Cargo	DJ
Funciones	
<ul style="list-style-type: none"> • Mantener limpio el material audiovisual • Organizar turnos de DJ o grupos musicales • Coordinar referente a los equipos para los eventos y personal que interviene 	
Requisitos	<ul style="list-style-type: none"> • Capaz de comunicarse con efectividad con la gente. • Sentirse cómodo con un micrófono. • Extrovertido y confiado. • Interesado por la música. • Bien organizado. • Capaz de manipular el equipo técnico.

Realizado por: Mora, E, 2021.

Tabla 43-4: Manual de funciones del guardia

DATOS	
Área	Productiva
Cargo	Guardia
Funciones	
<ul style="list-style-type: none"> • Dar seguridad a todo el complejo • Efectúa rondas en el recinto • Cuidar el mantenimiento y el orden • Supervisión en actividades o eventos especiales que se desarrollen • Registra información de actividades del turno • Vigila actividades posteriores a horario normal 	
Requisitos	<ul style="list-style-type: none"> • Certificado de registro • Un año de experiencia <p>Conocimiento en:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Manejo de extintores • Primeros auxilios • Prevención de riesgo • Office Nivel Básico/Intermedio • Uso de Radio-Comunicador • Atención de Clientes

Realizado por: Mora, E, 2021.

4.4.2.5. Organigrama estructural

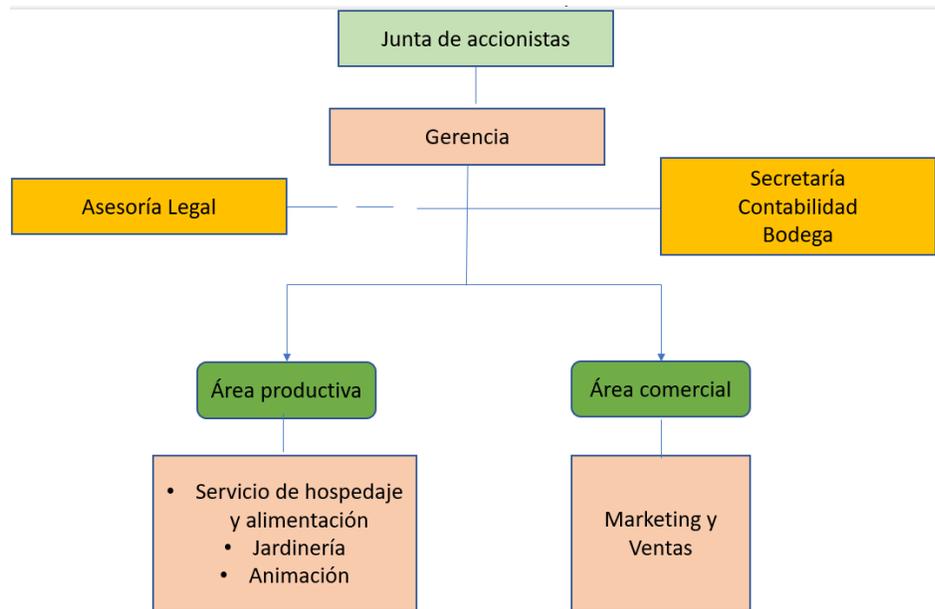


Figura 13-4. Organigrama estructural

Realizado por: Mora, E, 2021.

4.4.2.6. Organigrama funcional

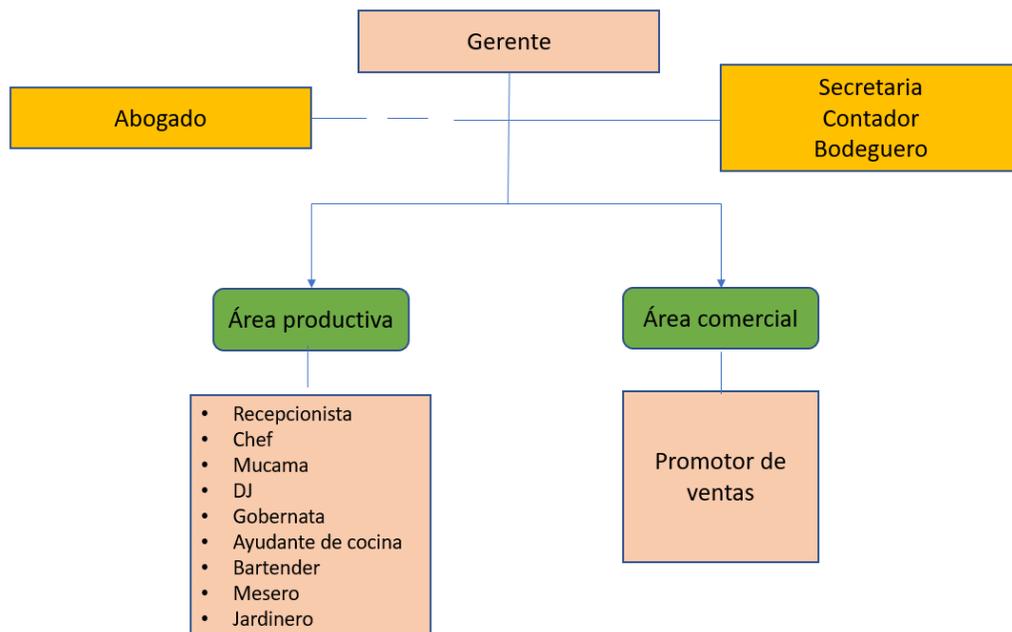


Figura 14-4. Organigrama funcional

Realizado por: Mora, E, 2021.

Se priorizará en mantener un equipo de trabajo coordinado enfocado en brindar servicios turísticos de calidad, se incluirá a la población de la parroquia para cada puesto de trabajo, además, lo que se busca es la inclusión especialmente de las mujeres, considerando los principios de: igualdad de género y procesos de transición en cargos administrativos.

4.4.2.7. Presupuesto para el área administrativa

4.4.2.7.1. Talento humano

Tabla 44-4: Talento humano

Denominación	Cantidad	Remuneración	Aporte personal 9,45%	Aporte patronal 11,15%	Gasto mensual	Décimo tercero	Décimo cuarto	Gasto Anual
Gerente general	1	700	66,15	80,5	700	340	10159,8	11199,8
Secretario/a	1	400	37,8	46	700	340	5805,6	6845,6
Total								18045,4

Realizado por: Mora, E, 2021.

4.4.2.7.2. Materiales e insumos

Tabla 45-4: Materiales e insumos

Denominación	Cantidad	Valor unitario	Gasto anual
Servicios Básicos	1	100	1200,00
Resma papel bond	5	3,50	17,50
Caja de lápiz	15	0,25	3,75
Borradores	10	0,25	2,00
Caja de esferos	3	7,20	21,60
Caja de grapas	12	1,50	18,00
Carpeta-archivador	2	3,50	7,00
Etiquetas memoria	3	0,70	2,10
Cinta adhesiva	4	0,50	2,00

Cajas de clips	2	0,50	1,00
Toner de tinta	4	60	240
Corrector liquido	3	0,80	2,40
Resaltadores	3	0,80	2,40
Total			1519,75

Realizado por: Mora, E, 2021.

4.4.2.7.3. Activos fijos

Tabla 46-4: Activos fijos

Tipo	Denominación	Cantidad	Valor unitario	Inversión
Terreno	Terreno (m2)	10	20,00	200,00
Construcciones y edificaciones	Oficina	10	220,00	2200,00
Maquinaria y equipos	Reloj de pared	1	15,00	15,00
	Dispensador de agua	1	30,00	30,00
	Perforadora	1	10,00	10,00
	Grapadora	1	5,00	5,00
	Calculadora	1	10,00	10,00
	Teléfono convencional	1	40,00	40,00
Equipo de computo	Computadora	1	500,00	500,00
	Impresora multifuncional	1	500,00	600,00
Muebles y enseres	Alfombra	1	50,00	50,00
	Cuadros decorativos	4	20,00	80,00
	Archivador	1	70,00	70,00
	Sillas	5	20,00	100,00
	Mesa de trabajo	1	80,00	80,00
	Escritorio	1	100,00	100,00
Total				6190,00

Realizado por: Mora, E, 2021.

4.4.2.7.4. Activos diferidos

Tabla 47-4: Activos diferidos

Denominación	Cantidad	Valor unitario	Inversión
Selección del personal	1	300	200
Capacitación al personal antes	1	1500	1500
Total			1.500

Realizado por: Mora, E, 2021.

4.5. Evaluación económica - financiera

4.5.1. Resumen de activos fijos

Tabla 48-4: Resumen de activos fijos

Activos fijos	Área comercial	Área productiva	Área administrativa	Total
Terreno	100,00	39470,00	200,00	39770,00
Construcciones y edificaciones	2200,00	238291,12	2200,00	242691,12
Equipos y maquinaria	1099,00	19614,00	251,00	20964,00
Muebles y enseres	1276,00	27209,76	480,00	28965,76
Equipo de computo	500,00	1000,00	500,00	2000,00
Vehículo		20000,00		20000,00
Herramientas		480,40		480,40
Menaje		2858,36		2858,36
Total				409408,64

Realizado por: Mora, E, 2021.

4.5.2. *Resumen de activos diferidos*

Tabla 49-4: Resumen de activos diferidos

A. Diferidos	Área comercial	Área productiva	Área administrativa	Total
Constitución			2092,00	2092,00
Patentes y licencias			80,00	80,00
Estudio de Impacto Ambiental			1500,00	1500,00
Selección del personal			200,00	200,00
Capacitación		1000,00	2300,00	3300,00
Promoción y publicidad	1440,00			1440,00
Total				8612,00

Realizado por: Mora, E, 2021.

4.5.3. *Resumen de costos y gastos*

Tabla 50-4: Resumen de costos y gastos

Variable	Área comercial	Área productiva	Área administrativa	Total
Sueldos y salarios	6548,80		18045,40	24594,20
MOD		42268,40		42268,40
MOI		29983,20		29983,20
Materiales e insumos	86,15	60078,00	1975,75	62139,90
Publicidad	800,00			800,00
Servicios básicos			1200,00	1200,00
Total	11331,45	25807,60	27581,95	113743,85

Realizado por: Mora, E, 2021.

4.5.4. Inversiones

Considerando las 3 áreas tanto comercial, administrativa y productiva se estableció lo siguiente.

Tabla 51-4: Inversiones

Inversiones	INVERSIÓN
Activos fijos	
Vehículo	20000,00
Terreno	39770,00
Infraestructura	242691,12
Maquinaria y equipos	20964,00
Muebles y enseres	28965,76
Herramientas	480,40
Equipos de computo	2000,00
Menaje	2858,36
Activos diferidos	
Patentes y licencias	80,00
Estudio de impacto ambiental	1500,00
Selección del personal	200,00
Capacitación	3300,00
Constitución	2092,00
Promoción y publicidad	1440,00
Gastos financieros	31202,06
Capital de trabajo	
Mano de obra directa	14089,47
Mano de obra indirecta	29983,20
Sueldos y salarios	24594,20
Publicidad	800,00
Servicios básicos	1200,00
Materiales e insumos	62139,90
Contingencias	500,00
Total	530850,47

Realizado por: Mora, E, 2021.

4.5.5. Usos y fuentes

Tabla 52-4: Usos y fuentes

Inversiones	Inversión propia	Préstamo	Total
Activos fijos	74074,5	283655,12	357729,6
Terreno	39770,00		39770
Construcciones y edificaciones		242691,12	242691,12
Equipos y maquinaria		20964	20964
Muebles y enseres	28965,76		28965,76
Equipo de computo	2000		2000
Menaje	2858,36		2858,36
Herramientas	480,40		480,40
Vehículo		20000	20000
Activos diferidos	39814,0632		39814,0632
Constitución	2092		2092
Patentes y licencias	80		80
Estudio de Impacto Ambiental	1500		1500
Selección del personal	200		200
Capacitación	3.300		3300
Promoción y publicidad antes	1440		1440
Gastos financieros	31202,0632		31202,0632
Capital de trabajo (4 meses)	133306,8		133306,8
Mano de obra directa	14089,46667		14089,46667
Mano de obra indirecta	29983,2		29983,2
Sueldos y salarios	24594,2		24594,2
Servicios básicos	1200		1200
Publicidad	800		800
Materiales e insumos	62139,9		62139,9
Contingencias	500,0		500,0
Total	247195,3	283655,12	530850,5

Realizado por: Mora, E, 2021.

4.5.6. Cálculo de pago de la deuda

Para determinar el cálculo de la deuda se realizó con un interés del 11% según Ban Ecuador que es la entidad que facilitaría el crédito.

Tabla 53-4: Cuadro de pago de la deuda

Año	Préstamo	Capital a pagar	Interés	Cuota anual	Saldo
2022	283655,12	56731,02	31202,06	87933,09	226924,10
2023	226924,10	56731,02	24961,65	81692,67	170193,07
2024	170193,07	56731,02	18721,24	75452,26	113462,05
2025	113462,05	56731,02	12480,83	69211,85	56731,02
2026	56731,02	56731,02	6240,41	62971,44	0,00
Total		283655,12	93606,19	377261,31	

Realizado por: Mora, E, 2021.

4.5.7. Depreciación de activos fijos**Tabla 54-4:** Depreciación de activos fijos

Activo	Valor del bien	Depreciación por la ley (Años)	Depreciación anual	Depreciación por uso en el proyecto(5 años)	Valor de salvamento
Equipos de computo	2000,00	3,00	666,67	2000,00	0,00
Maquinaria y equipos	20964,00	10,00	2096,40	10482,00	10482,00
Muebles y enseres	28965,76	10,00	2896,58	14482,88	14482,88
Vehículo	20000,00	5,00	4000,00	20000,00	0,00
Construcciones y edificaciones	242691,12	20,00	12134,56	60672,78	182018,34
Total			21794,20	108970,99	206983,22

Realizado por: Mora, E, 2021.

4.5.8. Amortización de activos diferidos**Tabla 55-4:** Amortizaciones de activos diferidos

Activos diferidos	2022	2023	2024	2025	2026
39814,06	7962,81	7962,81	7962,81	7962,81	7962,81

Realizado por: Mora, E, 2021.

4.5.9. Costos y gastos

Tabla 56-4: Costos y gastos

Denominación	2022	2023	2024	2025	2026	Costos fijos	Costos variables
Costos de producción							
Mano de obra directa	42268,4	42902,4	43546,0	44199,2	44862,1		217778,1
Materiales e insumos	60078,0	60979,2	61893,9	62822,3	63764,6		309537,9
Mano de obra indirecta	29983,2	30432,9	30889,4	31352,8	31823,1	154481,4	
Combustible	594,0	602,9	612,0	621,1	630,4		3060,4
SUB TOTAL 1	132923,6	134917,5	136941,2	138995,3	141080,3		
Gastos Administrativos							
Sueldos y salarios	18045,4	18316,1	18590,8	18869,7	19152,7	92974,7	
Servicios básicos	1200,0	1218,0	1236,3	1254,8	1273,6		6182,7
Depreciaciones	21794,2	21794,2	21794,2	21794,2	21794,2	108971,0	
Materiales e insumos	1975,8	2005,4	2035,5	2066,0	2097,0		10179,6
Permisos para el funcionamiento	2092,0	2123,4	2155,2	2187,6	2220,4	10778,5	
SUB TOTAL 2	45107,3	45457,0	45812,0	46172,3	46537,9		
Gastos comerciales							
Sueldos y salarios	6548,8	6647,0	6746,7	6847,9	6950,7	33741,2	
Materiales e insumos	86,2	87,4	88,8	90,1	91,4		443,9
Promoción y publicidad	800,0	812,0	824,2	836,5	849,1	4121,8	
SUB TOTAL 3	886,2	899,4	912,9	926,6	940,5		
Gastos financieros							
Interés durante el funcionamiento	24961,7	18721,2	12480,8	6240,4	0,0		
SUB TOTAL 4	24961,7	18721,2	12480,8	6240,4	0,0	62404,1	
TOTAL	203878,7	199995,2	196147,0	192334,6	188558,7	467472,8	547182,6

Realizado por: Mora, E, 2021.

4.5.10. *Punto de equilibrio*

$$\text{Costo unitario variable} = \frac{\text{Costos variables totales}}{\text{Clientes a atender}}$$

$$\text{QE} = \frac{\text{Costos fijos totales}}{\text{Precio} - \text{Costo variable unitario}}$$

$$\text{YE} = \frac{\text{Costos fijos totales}}{1 - \frac{\text{Costo variable unitario}}{\text{Ingresos}}}$$

$$\text{PE} = \frac{\text{Costos fijos totales}}{\text{Clientes a atender}} + \text{Costo variable unitario}$$

$$\text{MG} = \text{Precio de mercado} - \text{Precio de equilibrio}$$

$$\text{U} = \frac{\text{Costos fijos totales}}{\text{Ingresos} - (\text{costo variable unitario} \times \text{clientes a atender})} \times 100$$

Tabla 57-4: Punto de equilibrio

RUBRO	Cantidad
Costos fijos totales	467472,81
Costos variables totales	547182,60
Clientes a atender o unidades a producir	17253,00
Ingresos	1725300,00
Precio de mercado *	181,00
QE = Punto de equilibrio para los clientes atender	8020
YE = Punto de equilibrio para los ingresos	467472,81
PE = Precio de equilibrio	58,81
MG = Margen de ganancia con relación al precio de competencia	122,19
Costo variable unitario	31,72
Precio de venta al turista	90,00
Margen de ganancia con relación al precio de venta al turista	31,2

Realizado por: Mora, E, 2021.

4.5.11. Presupuesto de ingresos**Tabla 58-4:** Presupuesto de ingreso por persona

Denominación	Precio	2022	2023	2024	2025	2026
Hospedaje, alimentación y acceso a las diferentes áreas.	90	284580,00	297540,00	310590,00	323550,00	336510,00
Total		284580,00	297540,00	310590,00	323550,00	336510,00

Realizado por: Mora, E, 2021.

4.5.12. Estados de resultados

Tabla 59-4: Estados de resultados

Denominación	2022	2023	2024	2025	2026
Ventas	284580,0	297540,0	310590,0	323550,0	336510,0
Costo de producción	132923,6	134917,5	136941,2	138995,3	141080,3
Utilidad bruta	151656,4	162622,5	173648,8	184554,7	195429,7
Gastos administrativos	45107,3	45457,0	45812,0	46172,3	46537,9
Gastos comerciales	886,2	899,4	912,9	926,6	940,5
Gastos financieros	24961,7	18721,2	12480,8	6240,4	0,0
Utilidades antes de impuestos	80701,3	97544,8	114443,0	131215,4	147951,3
Impuestos(25%)	20175,3	24386,2	28610,8	32803,8	36987,8
Utilidades antes de repartición de utilidades	60525,9	73158,6	85832,3	98411,5	110963,5
Repartición de utilidades(15%)	9078,9	10973,8	12874,8	14761,7	16644,5
Utilidad neta	51447,0	62184,8	72957,4	83649,8	94318,9

Realizado por: Mora, E, 2021.

4.5.13. Flujo de caja

Tabla 60-4: Flujo de caja

Denominaciones	2021	2022	2023	2024	2025	2026
Inversiones	530850,47					
Recuperación del capital de trabajo						133306,77
Valor del salvamento						206983,22
Depreciaciones		21794,20	21794,20	21794,20	21794,20	21794,20
UTILIDAD NETA		51447,05	62184,82	72957,44	83649,80	94318,94
Flujo de caja neta	530850,47	73241,25	83979,02	94751,63	105444,00	456403,13

Realizado por: Mora, E, 2021.

4.5.14. Evaluación financiera

4.5.14.1. Valor actual neto

Tabla 61-4: Valor actual neto

VAN						
Rubro	2020	2021	2022	2023	2024	2025
	-					
Flujo de caja	530850,5	73241	83979	94752	105444	456403
VAN	119475,1					
TIR	11					

Realizado por: Mora, E, 2021.

El VAN consiste en actualizar los cobros y pagos de un proyecto o inversión para conocer cuánto se va a ganar o perder con esa inversión, en el caso de nuestro proyecto el VAN es de 119475,1 dólares.

4.5.14.2. Tasa interna de retorno

La tasa de rentabilidad del dinero que se mantendrá en el proyecto es de 1% mayor a 5,91% que pagarían los bancos por los ahorros de \$530850,50.

4.5.14.3. Relación beneficio-costo y periodo de recuperación del capital

Tabla 62-4: Relación costo beneficio

Rubro	2021	2022	2023	2024	2025	2026
	-					
Flujo de caja	530850,47	73241,25	83979,02	94751,63	105444,00	456403,13
Factor de actualización	1,00	0,94	0,89	0,84	0,80	0,75
Flujo de caja actualizado	-					
	530850,47	69160,76	74882,25	79780,88	83837,44	342664,26
		Sumatorias	144043,01	223823,89	307661,34	650325,60
RBC	1,23					

Realizado por: Mora, E, 2021.

La relación beneficio/costo es un indicador que permite medir el grado de desarrollo y bienestar que un proyecto puede generar a una comunidad, en nuestro caso la relación costo beneficio da como resultado que por cada dólar invertido se va a recuperar 0,23 centavos de dólar.

4.5.14.4. Periodo de recuperación del capital

Los 530850 dólares a invertirse según la tabla 60-4 serán recuperados entre el año 2024 del proyecto estando los límites de proyección el proyecto es viable.

CONCLUSIONES

El proyecto para el establecimiento de un complejo turístico en la comunidad Pacto Sumaco es viable comercialmente en virtud de que se pudo determinar que; la demanda diaria para complejos turísticos en el sector al año 2022 corresponde a 9 turistas diarios, es decir a 66 semanales por lo que el proyecto participará en el mercado atendiendo al 100% de la demanda potencial, es decir se tendrá una capacidad para atender a 3162 personas al año.

Según el estudio ambiental realizado aplicando la matriz de Lázaro Lagos, los impactos negativos que generaría el proyecto son de 286 puntos y positivos de 322 puntos; por ser mayor el puntaje de impactos positivos respecto a los negativos, el proyecto es viable ambientalmente.

El complejo turístico es viable legalmente debido a que va a constituirse en una compañía de responsabilidad limitada de acuerdo a la Ley de Compañías del Ecuador que en su Artículo 92 indica; es la que se contrae entre dos o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva.

Los indicadores económicos financieros del proyecto son los siguientes: VAN \$ 119475,1 positivo, la tasa interna de retorno es del 11% mayor al 5,91% de la tasa pasiva efectiva del Banco Central del Ecuador que fue utilizada como la tasa de descuento, la relación B/ C es de 1.23 dólares, mayor a uno, esto significa que por cada dólar que se invierte se recupera el dólar y se tiene como ganancia 0,23 ctvs, el periodo de recuperación del capital está entre el cuarto y quinto año lo que significa que está dentro de la proyección respecto al tiempo del proyecto; por lo tanto el proyecto es rentable consecuentemente viable desde el punto de vista económico financiero.

RECOMENDACIONES

El proyecto es factible, pues los resultados del análisis comercial, técnico productivo, ambiental, legal administrativo, económico financiero reportan la viabilidad de cada uno de estos aspectos por lo tanto se recomienda la ejecución del mismo.

Ejecutar el proyecto propuesto, tomando en consideración el diseño del mismo, atendiendo principalmente a la planificación presupuestaria de sus áreas.

Para la ejecución del proyecto se recomienda lograr el financiamiento externo a través de un préstamo y el aporte con recursos propios de la comunidad.

BIBLIOGRAFÍA

BACA, G. *Evaluación de proyectos*. 6ta edición. México D. F.-México: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V., 2010. ISBN 13: 978-607-15-0260-5, p. 8.

CORIA, I. "El estudio de impacto ambiental: características y metodologías". *Invenio* [En línea], 2008, (Argentina) 11(20), pp. 125-135. [Consulta: 3 octubre 2020] ISSN: 0329-3475. Disponible en: <https://www.redalyc.org/comocitar.oa?id=87702010>.

GAD MUNICIPAL ARCHIDONA. *El cantón Archidona* [en línea]. 2019. [Consulta: 3 octubre 2020]. Disponible en: <https://archidona.gob.ec/turismo.html>.

GEOENCICLOPEDIA. *Definición de laguna* [en línea]. ca. 2020. [Consulta: 3 octubre 2020]. Disponible en: <https://www.geoenciclopedia.com/lagunas/>.

GUTIÉRREZ, F. *Manual para el Establecimiento y Manejo de Sistemas Agroforestales para las comunidades de la parroquia Hatun Sumaku, Archidona, Napo, Ecuador* [en línea]. Ecuador: 2015. [Consulta: 4 octubre 2020]. Disponible en: <https://www.rainforest-alliance.org/lang/sites/default/files/publication/pdf/Paisajes%20Sostenibles%20%28ICAA%29%20-%20Manual%20para%20el%20Establecimiento%20y%20Mantenimiento%20de%20Sistemas%20Agroforestales%20en%20la%20Parroquia%20de%20Hatun%20Sumaku%2C%20Ecuador.pdf>.

INFONAPO. *Pacto Sumaco Lodge* [en línea]. ca. 2014. [Consulta: 4 octubre 2020]. Disponible en: http://info.napo.gob.ec/tur_comu_pacto_sumaco.html#:~:text=Pacto%20Sumaco%20es%20una%20comunidad,m%C3%A1s%20de%2010%20a%C3%B1os%20vienen.

LUNA, R. & CHAVES, D. *Guía para elaborar estudios de factibilidad de proyectos ecoturísticos* [en línea]. 2001. p. 15. [Consulta: 3 octubre 2020]. Disponible en: https://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS14/MGTSV-04/semana4/4Guía_Factibilidad_Proyectos_Ecoturisticos_CAPAS.pdf.

MINTUR. *Napo, potencia turística de la región amazónica* [en línea]. 2014. [Consulta: 2 octubre 2020]. Disponible en: <https://www.turismo.gob.ec/napo-potencia-turistica-de-la-region-amazonica/>.

MINTUR. *El turismo ecuatoriano creció un 11% en 2018* [en línea]. 2019. [Consulta: 1 octubre 2020]. Disponible en: <https://www.turismo.gob.ec/el-turismo-ecuadoriano-crecio-un-11-en-2018/>.

NASIMBA, C. & CEJAS, M. "Diseño de productos turísticos y sus facilidades". *Qualitas* [En línea], 2015, (Ecuador) 10, pp. 22-39. [Consulta: 3 octubre 2020] ISSN: 1390-6569. Disponible en: https://www.unibe.edu.ec/wp-content/uploads/2017/08/2015-dic_NASIMBA-Y-CEJAS-DISE%C3%91O-DE-PRODUCTOS-TUR%C3%8DSTICOS-Y-SUS-FACILIDADES.pdf.

OMT. *Glosario de términos de turismo* [en línea]. 2008. [Consulta: 2 octubre 2020]. Disponible en: <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>.

OMT. *Glosario de términos de turismmo* [en línea]. 2012. [Consulta: 2 octubre 2020]. Disponible en: <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>.

OMT. *Panorama del turismo internacional, edición 2019*. Madrid-España: OMT. 2019. ISBN: 978-92-844-2122-0. pp. 2-8.

PALACIO, J. "Geositios, geomorfositos y geoparques: importancia, situación actual y perspectivas en México". *Investigaciones Geográficas, Boletín del Instituto de Geografía, UNAM* [en línea], 2013, (México) 82, p. 27. [Consulta: 3 octubre 2020]. ISSN 0188-4611. Disponible en: <http://www.scielo.org.mx/pdf/igeo/n82/n82a3.pdf>.

QUIROA, M. *Estudio de factibilidad* [en línea]. ca. 2020. [Consulta: 2 octubre 2020]. Disponible en: <https://economipedia.com/definiciones/estudio-de-factibilidad.html>.

SOCATELI, M. *Extracto del Libro: Mercadeo Aplicado al Turismo. La Comercialización de Servicios - Productos y Destinos Turísticos Sostenibles* [en línea]. 2013. p. 1. [Consulta: 3 de octubre de 2020]. Disponible en: <https://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS15/MGTSV15-07/semana4/LS4.1..pdf>.

THOMPSON, I. *Definición de Producto desde una perspectiva de marketing* [en línea]. 2005. [Consulta: 3 de octubre de 2020]. Disponible en: <http://www.marketing-free.com/producto/definicion-producto.html>.

TOVAR, J. *Técnicas de medición: Línea recta* [en línea]. ca. 2020. [Consulta: 3 octubre 2020]. Disponible en: <https://juliotovar.wixsite.com/tec-med/linea-recta>.

UNESCO. *UNESCO aprueba la nueva etiqueta "Geoparque Global de la UNESCO"* [en línea]. 2015. [Consulta: 2 octubre 2020]. Disponible en: http://www.unesco.org/new/es/media-services/single-view/news/unesco_gives_global_geoparks_a_new_label-1/.

UNESCO. *Geoparques Mundiales de la UNESCO: Avances en Ecuador* [en línea]. 2017. [Consulta: 1 octubre 2020]. Disponible en: unesco.org/new/es/media-services/single-view-tv-release/news/geoparques_mundiales_de_la_unesco_avances_en_ecuador.

UNESCO. *Geoparques mundiales de la UNESCO: procesos en los países andinos* [en línea]. 2018. [Consulta: 2 octubre 2020]. Disponible en: http://www.unesco.org/new/es/media-services/single-view/news/geoparques_mundiales_de_la_unesco_procesos_en_los_paises_a/.

ANEXOS

ANEXO A: DATOS DE VISITANTES DE LA COMUNIDAD PACTO SUMACO DEL AÑO 2015-2019

0																										
MES	ENERO		FEBRERO		MARZO		ABRIL		MAYO		JUNIO		JULIO		AGOSTO		SEPTIEM		OCTUBRE		NOVIEM		DICIEM		Subtotal	Subtotal
VISITAN.	Nac.	Extr.	Nac.	Extr.	Nac.	Extr.	Nac.	Extr.	Nac.	Extr.	Nac.	Extr.	Nac.	Extr.	Nac.	Extr.	Nac.	Extr.	Nac.	Extr.	Nac.	Extr.	Nac.	Extr.	Nacionales	Extranjeros
N° Visitante	6	17	6	3	4	3	23	1	0	0	0	0	6	6	12	4	1	3	17	4	0	0	0	0	75	41
TOTAL																							116,00			
AÑO 2016																										
MES	ENERO		FEBRERO		MARZO		ABRIL		MAYO		JUNIO		JULIO		AGOSTO		SEPTIEM		OCTUBRE		NOVIEM		DICIEM		Subtotal	Subtotal
VISITAN.	Nac.	Extr.	Nac.	Extr.	Nac.	Extr.	Nac.	Extr.	Nac.	Extr.	Nac.	Extr.	Nac.	Extr.	Nac.	Extr.	Nac.	Extr.	Nac.	Extr.	Nac.	Extr.	Nac.	Extr.	Nacionales	Extranjeros
N° Visitante	0	0	3	2	24	3	4	0	3	2	8	2	7	3	3	1	1	7	2	4	27	8	4	7	86	39
TOTAL																							125,00			
AÑO 2017																										
MES	ENERO		FEBRERO		MARZO		ABRIL		MAYO		JUNIO		JULIO		AGOSTO		SEPTIEM		OCTUBRE		NOVIEM		DICIEM		Subtotal	Subtotal
VISITAN.	Nac.	Extr.	Nac.	Extr.	Nac.	Extr.	Nac.	Extr.	Nac.	Extr.	Nac.	Extr.	Nac.	Extr.	Nac.	Extr.	Nac.	Extr.	Nac.	Extr.	Nac.	Extr.	Nac.	Extr.	Nacionales	Extranjeros
N° Visitante	4	11	31	12	0	0	1	2	3	0	4	2	5	2	14	0	0	0	1	2	37	13	3	0	103	44
TOTAL																							147,00			
AÑO 2018																										
MES	ENERO		FEBRERO		MARZO		ABRIL		MAYO		JUNIO		JULIO		AGOSTO		SEPTIEM		OCTUBRE		NOVIEM		DICIEM		Subtotal	Subtotal
VISITAN.	Nac.	Extr.	Nac.	Extr.	Nac.	Extr.	Nac.	Extr.	Nac.	Extr.	Nac.	Extr.	Nac.	Extr.	Nac.	Extr.	Nac.	Extr.	Nac.	Extr.	Nac.	Extr.	Nac.	Extr.	Nacionales	Extranjeros
N° Visitante	29	6	3	13	7	2	5	2	0	1	7	1	0	0	7	0	37	1	13	1	26	3	2	7	136	37
TOTAL																							173,00			
AÑO 2019																							TOTAL			
Nacionales	31	2	2	29					64																	
Extranjeros		4	2	2					8																	

ANEXO B: MÁTRIZ LÁZARO LAGOS

	ACTIVIDADES								IMPACTOS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN									
										1. Naturaleza	2. Magnitud	3. Importancia	4. Certeza	5. Tipo	6. Resistividad	7. Duración	8. Tiempo en aparecer	9. Considerado en el proyecto	10. Ponderación
A. AGUA																			
B. AIRE																			
C. SUELO																			
D. FLORA Y FAUNA																			
E. SOCIOECONÓMICO																			
F. PAISAJE																			

Criterios Cualitativos (1-2)

CRITERIO	DESCRIPCIÓN	SÍMBOLO
NATURALEZA	Positivo, Negativo, Neutro Previsible	+ - N X
Tipo	Primario Secundario, Acumulativo	Pr Sc Ac
Tiempo en Aparecer	Corto plazo (menos de 6 meses) Mediano plazo (6 meses y 5 años. Largo plazo (desp. De 5 años)	C M L

Criterios Cualitativos (2-2)

CRITERIO	DESCRIPCIÓN	SÍMBOLO
Certeza	Cierto (Probabilidad de ocurrencia del impacto mayor al 75%)	C
	Probable (Probabilidad de ocurrencia entre 50 y 75%)	D
	Improbable. (Se requieren estudios)	I
Considerado en el diseño	Si	S
	No	N

Criterios Cuantitativos (1/2)

Criterio	Descripción	Valor
Magnitud	Baja intensidad, (área menor a una hectárea)	1
	Moderada intensidad, (área entre 1 y 10 hectáreas)	2
	Alta intensidad, (área mayor a 10 hectáreas)	3
Importancia	Sin importancia	0
		1
	Menor importancia	
	Moderada importancia	2
	Importante	3

Criterios Cuantitativos (2/2)

Criterio	Descripción	Valor
Reversibilidad	Reversible	1
	No Reversible	2
Duración	Corto plazo (el Impacto permanece menos de un año)	1
	Mediano Plazo (si el Impacto permanece entre 1 y 10 años)	2
	Largo Plazo. (si el Impacto permanece más de 10 años)	4