



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
SEDE ORELLANA
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
CARRERA TURISMO

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN Y
GESTIÓN DE UN MIRADOR TURÍSTICO EN MAKITA KUY
WILDLIFE RESERVE EN EL CANTÓN FRANCISCO DE
ORELLANA”**

Trabajo de Integración Curricular

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

LICENCIADA EN TURISMO

AUTORAS: EVELYN ELIZABETH AMAIQUEMA LOOR

LICENIA MARIBEL ANDI ALVARADO

DIRECTOR: LCDO. ÁNGEL EDBERTO CUNALATA GARCÍA Mg.

El Coca – Ecuador

2022

©2021, Evelyn Elizabeth Amaiquema Loor & Licenia Maribel Andi Alvarado

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.

Nosotras, EVELYN ELIZABETH AMAIQUEMA LOOR y LICENIA MARIBEL ANDI ALVARADO declaramos que el presente trabajo de integración curricular es de nuestra autoría y los resultados del mismo son auténticos. Los textos en el documento que provienen de otras fuentes están debidamente citados y referenciados.

Como autoras asumimos la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este trabajo de integración curricular. El patrimonio intelectual pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

El Coca, 6 de junio de 2022



Evelyn Elizabeth Amaiquema Loor
220014803-5



Licenia Maribel Andi Alvarado
220016276-2

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
CARRERA TURISMO

El Tribunal del Trabajo de Integración Curricular certifica que: el Trabajo de Integración Curricular: Tipo Proyecto de Investigación. **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN Y GESTIÓN DE UN MIRADOR TURÍSTICO EN MAKITA KUY WILDLIFE RESERVE EN EL CANTÓN FRANCISCO DE ORELLANA**, realizado por las señoritas **EVELYN ELIZABETH AMAIQUEMA LOOR** y **LICENIA MARIBEL ANDI ALVARADO**, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal del trabajo de integración curricular, el mismo que cumple con los requisitos científicos, técnicos, legales, en tal virtud el Tribunal autoriza su presentación.

FIRMA

FECHA

Ing. Mónica Elina Brito Garzón MSc.
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

2022-06-06

Lcdo. Ángel Edberto Cunalata García Mg.
DIRECTOR DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

2022-06-06

Ing. Gabriela Elizabeth Proaño Lucero MSc.
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

2022-06-06

DEDICATORIA

Quiero dedicar todo mi esfuerzo y dedicación a mis padres Antonio Amaiquema y Mayra Loor que me han acompañado en todo este camino, han sido mi motivación para llegar hasta aquí, siempre estaré agradecida por llevarme por el buen camino sobre todo de sus buenos consejos que me han servido para poder cumplir una de mis mayores metas, A mis hermanos que han sido una hermosa compañía en estos años de estudio por darme la motivación cada día para no rendirme y para demostrarle que todo lo que uno se propone se puede llegar a cumplir.

Evelyn

Primero agradezco a Dios por darme las fuerzas necesarias para llegar a cumplir esta meta a pesar de las dificultades que se presentaron en el camino. A mis padres Salvador y Ernestina, por apoyarme en todo momento, gracias a su sacrificio me encuentro en la etapa más importante de la formación profesional, a mis hermanas y hermanos que son un ejemplo a seguir y a mis amigas que han aportado con su granito de arena para ayudarme y poder llegar al final de la carrera universitaria.

Licenia

AGRADECIMIENTO

Agradecidas con la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo Sede Orellana por la acogida de todos estos años de estudio y por la formación que nos brindó. Con los ingenieros/as que nos han guiado en toda nuestra trayectoria, brindándonos todos los conocimientos necesarios para llegar hasta aquí, por la paciencia que nos han sabido tener y sobre todo por confiar en nosotras. A nuestra tutora de tesis por saber orientarnos en la realización de esta investigación. Al establecimiento Makita Kuy Wildlife Reserve por darnos la oportunidad de realizar nuestro proyecto del centro turístico y por la colaboración brindada hacia nosotras. A mis compañeros que han hecho que estos años sean una experiencia inolvidable y única.

Evelyn & Licenia

TABLA DE CONTENIDOS

ÍNDICE DE TABLAS.....	x
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xii
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xiii
ÍNDICE DE ANEXOS	xvi
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xiv
ÍNDICE DE ABREVIATURAS.....	xv
RESUMEN.....	xvi
ABSTRACT.....	xvii
INTRODUCCIÓN.....	1

CAPÍTULO 1

1. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL	4
1.1. Antecedentes	4
1.2. Marco Conceptual	6
<i>1.2.1. Estudio de factibilidad</i>	<i>6</i>
<i>1.2.2. Implementación</i>	<i>6</i>
<i>1.2.3. Gestión.....</i>	<i>6</i>
<i>1.2.4. Mirador turístico.....</i>	<i>7</i>
<i>1.2.5. Proyecto de investigación.....</i>	<i>7</i>
<i>1.2.6. Situación actual</i>	<i>8</i>
<i>1.2.7. Centro turístico</i>	<i>8</i>
<i>1.2.7.1. Distribución</i>	<i>9</i>
<i>1.2.7.2. Estadía.....</i>	<i>9</i>
<i>1.2.7.3. Escala</i>	<i>9</i>
<i>1.2.7.4. Excursión</i>	<i>9</i>
<i>1.2.8. Estudio de mercado.....</i>	<i>9</i>
<i>1.2.9. Estudio técnico</i>	<i>10</i>
<i>1.2.10. Estudio productivo</i>	<i>10</i>
<i>1.2.11. Perfil del Turista.....</i>	<i>11</i>
<i>1.1.11.1. El turista psicocéntrico.....</i>	<i>11</i>
<i>1.1.11.2. El turista meso céntrico casi- alocéntricos.....</i>	<i>11</i>

1.1.12.	<i>Creación</i>	12
1.1.13.	<i>Análisis</i>	12
1.1.14.	<i>Análisis económico</i>	12
1.1.15.	<i>Análisis financiero</i>	13
1.1.16.	<i>Ingresos</i>	13
1.1.16.1.	<i>Tipos de ingresos</i>	14
1.1.17.	<i>Viabilidad</i>	14
1.1.18.	<i>Tasa Interna de Retorno (TIR)</i>	14
1.1.19.	<i>Valor Actual Neto (VAN)</i>	15

CAPÍTULO II

2.	METODOLOGÍA	16
2.1.	Hipótesis y su especificación de variables	16
2.1.1.	<i>Hipótesis</i>	16
2.1.2.	<i>Hipótesis específica</i>	16
2.1.3.	Variables	16
2.2.	Tipo y diseño de la investigación	17
2.2.1.	<i>Tipo de investigación</i>	17
2.2.2.	<i>Diseño de la investigación</i>	17
2.3.	Unidad de análisis	17
2.4.	Población de estudio	18
2.5.	Tamaño de muestra	18
2.6.	Selección de muestra	18
2.7.	Técnicas de recolección de datos	19

CAPÍTULO III

3.	RESULTADOS Y DISCUSIÓN	20
3.1.	Estudio de la situación actual del centro turístico Makita Kuy Wildlife Reserve	20
3.1.1.	<i>Caracterización del lugar</i>	20
3.1.1.1.	<i>Localización</i>	20
3.1.2.	<i>Ámbito Físico espacial</i>	21

3.1.2.1.	<i>Ubicación geográfica</i>	21
3.1.2.2.	<i>Limites</i>	21
3.1.2.3.	<i>Clima</i>	21
3.1.3.	Ámbito Ecológico territorial	21
3.1.3.1.	<i>Hidrología</i>	21
3.1.3.2.	<i>Suelo</i>	22
3.1.4.	Ámbito socio cultural	22
3.1.4.1.	<i>Reseña histórica</i>	22
3.1.4.2.	<i>Agua</i>	23
3.1.4.3.	<i>Luz eléctrica</i>	23
3.1.4.4.	<i>Telefonía convencional</i>	23
3.1.4.5.	<i>Idioma</i>	23
3.1.4.6.	<i>Medios de Transporte</i>	23
3.1.4.7.	<i>Prácticas medicinales</i>	24
3.1.5.	Ámbito Económico productivo	25
3.1.5.1.	<i>Resumen de actividades turísticas</i>	26
3.1.6.	Ámbito político administrativo	27
3.1.6.1.	<i>Certificado de registro</i>	28
3.2.	Estudio de mercado	29
3.2.1.	<i>Perfil del turista</i>	29
3.2.2.	<i>Interpretación general del perfil del turista</i>	49
3.2.3.	<i>Matriz FODA</i>	50
3.3.	Estudio técnico – productivo mediante análisis de datos para la implementación del mirador	51
3.3.1.	Tamaño de la empresa	51
3.3.1.1.	<i>Número de clientes proyectados al centro turístico</i>	51
3.3.1.2.	<i>Visita aparente con respecto a la implementación mirador</i>	51
3.3.1.3.	<i>Proyección de los visitantes con respecto a la implementación del mirador</i>	52
3.3.2.	Localización	52
3.3.2.1.	<i>Tamaño óptimo de la planta</i>	52
3.3.2.2.	<i>Localización optima del proyecto</i>	52
3.3.3.	Diseño	54
3.3.3.1.	<i>Estructura arquitectónica</i>	54
3.3.4.	Flujogramas	55
3.3.4.1.	<i>Diagrama de flujo del proceso productivo</i>	55

3.3.4.2.	<i>Diagrama de flujo de la actividad del mirador</i>	56
3.3.5.	<i>Presupuesto general del mirador</i>	57
3.3.6.	<i>Impacto ambiental</i>	57
3.3.6.1.	<i>Matriz de Lázaro Lagos</i>	57
3.4.	Plan de marketing para dar a conocer los servicios que ofrece el centro turístico	59
3.4.1.	<i>Plan del Marketing</i>	59
3.4.1.1.	<i>Idea del Proyecto</i>	59
3.4.2.	<i>Marketing mix</i>	59
3.4.2.1.	<i>Producto</i>	59
3.4.2.2.	<i>Precio</i>	63
3.4.2.3.	<i>Promoción</i>	63
3.4.2.4.	<i>Plaza</i>	65
3.5.	Realizar el análisis económico y financiero mediante la determinación de costos, gastos e ingresos para conocer la viabilidad del proyecto	66
3.5.1.	<i>Análisis económico</i>	66
3.5.1.1.	<i>Costos, Obra civil</i>	66
3.5.1.2.	<i>Gastos equipos y materiales</i>	68
3.5.1.3.	<i>Capital de trabajo</i>	68
3.5.1.4.	<i>Gastos preoperacionales</i>	69
3.5.1.5.	<i>Costos de producción</i>	69
3.5.1.6.	<i>Inversión del proyecto</i>	69
3.5.2.	<i>Financiamiento del proyecto</i>	70
3.5.2.1.	<i>Cálculo de amortizaciones</i>	71
3.5.2.2.	<i>Cálculo de depreciaciones</i>	74
3.5.2.3.	<i>Estructura de costos y gastos</i>	74
3.5.2.4.	<i>Ingresos</i>	75
3.5.2.5.	<i>Estados de resultados</i>	76
3.5.2.6.	<i>Flujo de caja</i>	77
3.5.2.7.	<i>Periodo de recuperación del capital</i>	78
3.5.3.	<i>Evaluación financiera</i>	79

CONCLUSIONES	80
RECOMENDACIONES	81
BIBLIOGRAFÍA	
ANEXOS	

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1-3:	Cooperativas existentes en Orellana.....	24
Tabla 2-3:	Plantas medicinales	24
Tabla 3-3:	Resumen actividades turísticas.....	26
Tabla 4-3:	Género	29
Tabla 5-3:	Edad.....	30
Tabla 6-3:	Lugar de residencia.....	31
Tabla 7-3:	Nivel de educación	32
Tabla 8-3:	Situación laboral.....	33
Tabla 9-3:	Ingresos económicos.....	34
Tabla 10-3:	Motivación de viaje	35
Tabla 11-3:	Personas con las que suele viajar	36
Tabla 12-3:	Personas con las que viaja.....	37
Tabla 13-3:	Medios de información de nuevos centros turísticos.	38
Tabla 14-3:	Visita al Centro Turístico Makita Kuy Wildlife Reserve ubicado en Francisco de Orellana.	39
Tabla 15-3:	Cuántas veces ha visitado el centro turístico en el último año.	40
Tabla 16-3:	Les gustaría visitar el centro turístico	41
Tabla 17-3:	Actividades y servicios para realizar.	42
Tabla 18-3:	Ha visitado un mirador antes	43
Tabla 19-3:	Le gustaría visitar el centro turístico.	44
Tabla 20-3:	Tiempo en un mirador	45
Tabla 21-3:	Precio de ingreso al mirador	46
Tabla 22-3:	Que es lo que busca en un mirador.....	47
Tabla 23-3:	Matriz FODA	50
Tabla 24-3:	Números de clientes proyectados	51
Tabla 25-3:	Proyección de los visitantes con respecto al mirador	51
Tabla 26-3:	Proyección de visitantes al mirador	52
Tabla 27-3:	Presupuesto general del mirador	57
Tabla 28-3:	Matriz de Lázaro Lagos.	58
Tabla 29-3:	Actividades turísticas.....	63
Tabla 30-3:	Obra civil	66
Tabla 31-3:	Gastos equipos y materiales	68
Tabla 32-3:	Capital de trabajo	68

Tabla 33-3:	Gastos preoperacionales	69
Tabla 34-3:	Costos de producción	69
Tabla 35-3:	Inversión del proyecto	69
Tabla 36-3:	Financiamiento del proyecto.....	70
Tabla 37-3:	Cálculo de amortizaciones	71
Tabla 38-3:	Cálculo de depreciaciones	74
Tabla 39-3:	Estructura de costos y gastos.....	74
Tabla 40-3:	Ingresos.....	75
Tabla 41-3:	Estado de resultados	76
Tabla 42-3:	Flujo de caja.	77
Tabla 43-3:	Periodo de recuperación.....	78
Tabla 44-3:	Evaluación financiera.	79

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1-3.	Mapa de ubicación	20
Figura 2-3.	Mapa de Francisco de Orellana.....	53
Figura 3-3.	Mapa de ubicación.	53
Figura 4-3.	Diseño de la torre del mirador turístico.	54
Figura 5-3.	Kayak.	60
Figura 6-3.	Observación de Flora y Fauna	60
Figura 7-3.	Comida típica.....	61
Figura 8-3.	Paseos en canoa.....	61
Figura 9-3.	Habitaciones	62
Figura 10-3.	Senderos	62
Figura 11-3.	Página de Facebook.....	64
Figura 12-3.	Página de Instagram	64
Figura 13-3.	Imagen del video publicitario.	65

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1-3.	Ámbito político - administrativo.	27
Gráfico 2-3.	Género.....	29
Gráfico 3-3.	Edad.	30
Gráfico 4-3.	Lugar de residencia.	31
Gráfico 5-3.	Lugar de residencia (extranjeros).	32
Gráfico 6-3.	Nivel de educación.	33
Gráfico 7-3:	Situación laboral.....	34
Gráfico 8-3.	Ingresos económicos.....	35
Gráfico 9-3.	Motivación de viaje.	36
Gráfico 10-3.	Personas con las que suele viajar.....	37
Gráfico 11-3.	Personas con las que viaja.....	38
Gráfico 12-3.	Medios de información de nuevos centros turísticos.	39
Gráfico 13-3.	Visita al Centro Turístico Makita Kuy Wildlife Reserve ubicado en Francisco de Orellana.	40
Gráfico 14-3.	Cuántas veces ha visitado el centro turístico en el último año.	41
Gráfico 15-3.	Les gustaría visitar el centro turístico.	42
Gráfico 16-3.	Actividades para realizar.....	43
Gráfico 17-3.	Ha visitado un mirador antes.....	44
Gráfico 18-3.	Le gustaría visitar el centro turístico.....	45
Gráfico 19-3.	Tiempo en un mirador.....	46
Gráfico 20-3.	Precio de ingreso al mirador.....	47
Gráfico 21-3.	Qué es lo que busca en un mirador.	48
Gráfico 22-3.	Flujograma del proceso productivo.	55
Gráfico 23-3.	Flujograma actividad mirador.	56

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO A: MATRIZ DE CONSISTENCIA

ANEXO B: CERTIFICACIÓN DE FUNCIONAMIENTO

ANEXO C: JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS

ANEXO D: ENCUESTA

ÍNDICE DE ABREVIATURAS

MINTUR	Ministerio de Turismo de Ecuador
ITUR	Información Turística
UNESCO	Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y Cultura
GAD	Gobierno Autónomo Descentralizado
PR	Periodo de Recuperación
RAE	Real Academia Española
INEC	Instituto Nacional de Estadística y Censos
TIR	Tasa Interna de Retorno
VAN	Valor Actual Neto
CNEL EP	Empresa Eléctrica Pública Estratégica Corporación Nacional de Electricidad
PRC	Período de Recuperación del Capital
RBC	Relación Beneficio – Costo

RESUMEN

El trabajo de investigación tuvo como objetivo la elaboración de un estudio de factibilidad participativo mediante un proyecto de investigación para la implementación y gestión de un mirador turístico en Makita Kuy Wildlife Reserve en el cantón Francisco de Orellana. Se ha observado que al llegar al centro turístico no se cuenta con un lugar adecuado donde se pueda observar la belleza escénica que existe alrededor del emprendimiento, por esa razón el presente proyecto realizó una investigación descriptiva ya que da a conocer las relaciones de causa-efecto a medida que la investigación avanzó, y permitió explicar la realidad del sitio, por medio de la observación, inventarios y búsqueda de información primaria y secundaria; se aplicó un enfoque cuantitativo que fue la recopilación y el análisis de datos mediante la realización de encuestas en busca del perfil e intereses de los turistas y el enfoque cualitativo en medida de la adaptación del patrimonio natural y escénico al producto turístico, utilizando así el método de la observación conociendo el territorio que es estudiado para dar a conocer de manera sostenible el mirador turístico, así como también reconocer las debilidades que debe mejorar el centro turístico. Se concluye que el proyecto es totalmente factible y la implementación del mirador generará mayor número de ingresos y visitas de los ciudadanos de la provincia de Orellana y provincias cercanas, por eso es recomendable que para la comercialización del mirador y de todas las actividades turísticas se creen páginas web y que el establecimiento trabaje con agencias de viajes para que estas empresas puedan ofertar los servicios del centro turístico.

Palabras clave: <ESTUDIO DE FACTIBILIDAD>, <ESTADO ACTUAL>, < MAKITA KUY WILDLIFE RESERVE>, <FRANCISCO DE ORELLANA (CANTÓN)>, <MIRADOR TURÍSTICO>, <ESTUDIO FINANCIERO>, <ESTUDIO TÉCNICO>.

LEONARDO
FABIO MEDINA
NUSTE

Firmado digitalmente por LEONARDO
FABIO MEDINA NUSTE
Nombre de reconocimiento (DN): c=EC,
o=BANCO CENTRAL DEL ECUADOR,
ou=ENTIDAD DE CERTIFICACION DE
INFORMACION-ECIBCE, I=QUITO,
serialNumber=000621485,
cn=LEONARDO FABIO MEDINA NUSTE
Fecha: 2021.12.10 15:47:02 -05'00'



2229-DBRA-UTP-2021

ABSTRACT

The objective of the research work was the elaboration of a participatory feasibility study through a research project for the implementation and management of a tourist viewpoint in Makita Kuy Wildlife Reserve in the canton of Francisco de Orellana. It has been observed that when arriving at the tourist center there is no adequate place to observe the scenic beauty that exists around the venture, for that reason this project conducted a descriptive research as it reveals the cause-effect relationships as the research progressed, and allowed to explain the reality of the site, through observation, inventories and search for primary and secondary information; The quantitative approach was applied, which was the collection and analysis of data through surveys in search of the profile and interests of tourists, and the qualitative approach was applied to measure the adaptation of the natural and scenic heritage to the product. The qualitative approach was used to measure the adaptation of the natural and scenic heritage to the tourist product, thus using the observation method to get to know the territory being studied in order to make the tourist viewpoint known in a sustainable manner, as well as to recognize the weaknesses that the tourist center should improve. It is concluded that the project is totally feasible and the implementation of the viewpoint will generate more income and visits from the citizens of the province of Orellana and nearby provinces, that is why it is recommended that for the marketing of the viewpoint and all tourist activities web pages are created and that the establishment works with travel agencies so that these companies can offer the services of the tourist center.

Keywords: <FACTIBILITY STUDY>, <CURRENT STATUS>, <MAKITA KUY WILDLIFE RESERVE>, < FRANCISCO DE ORELLANA (CANTON)>, <TOURISTIC VIEWPOINT>, <FINANCIAL STUDY>, <TECHNICAL STUDY>.

NANCY
GEORGINA
RODRIGUEZ
ARELLANO



Firmado digitalmente
por NANCY GEORGINA
RODRIGUEZ ARELLANO
Fecha: 2022.01.06
11:00:40 -05'00'

Lic. Nancy G. Rodríguez Arellano, Mgs.
DOCENTE – SEDE ORELLANA ESPOCH

INTRODUCCIÓN

Ecuador es conocido a nivel mundial como los cuatro mundos y comprenden todo el territorio ecuatoriano, en el cual se puede valorar una excesiva cantidad de opciones únicas, desde la costa con sus playas, la sierra con la cordillera de los Andes, la selva Amazónica llena de su biodiversidad y las maravillosas Islas Galápagos (MINTUR, 2020, párr.3).

La provincia de Orellana fue fundada el 28 de julio de 1998 es reconocida por ser la más joven del Ecuador, cuenta con cuatro cantones que son: Francisco de Orellana, Loreto, Joya de los Sachas y Aguarico, en el cual cada uno de estos cantones tiene mucha tradición y atractivos culturales y naturales que dan realce a la provincia. El río Napo es uno de los más importantes dentro de la provincia de Orellana como en toda la región Amazónica; ya que algunas comunidades nativas se encuentran establecidas en sus riberas y en las de sus dos principales afluentes: río Coca y el río Aguarico y esto hace que todo su ecosistema sea único en el mundo, el atractivo principal es el Parque Nacional Yasuní, declarado por la UNESCO como Reserva Mundial de la Biosfera, porque es uno de los sitios con mayor diversidad biológica en el mundo (GoRaymi, 2020, párr.1).

El cantón Francisco de Orellana, es considerado una zona turística por excelencia, es el eje característico del desarrollo económico de la provincia debido a que en ella se encuentra la cabecera principal y es una de las principales ciudades de la región Amazónica, por otro lado, es una zona extendida de alto potencial turístico, reconocida por una sorprendente variedad escénica, en donde se encuentran ecosistemas como el bosque seco tropical, rodeado de una abundante naturaleza con una gran belleza paisajística y sus recursos naturales son de gran importancia como sus atractivos turísticos que ayudan a promover la actividad turística actual, que está encaminada a los contenidos de naturaleza, ecoturismo, turismo aventura y turismo comunitario (Orellana, 2021, párr.1).

Makita Kuy Wildlife Reserve fue creado con la finalidad de proteger a los animales que habitan en el sitio y de las cuales algunas especies se encuentran en peligro de extinción, ya que el emprendimiento turístico se encuentra situado en medio de dos áreas completamente deforestadas y ya habitadas, en el centro turístico se puede observar especies de insectos, aves, ciertos mamíferos y una gran variedad de flora, tienen una hermosa vista al río Payamino (Makita Kuy, 2014, p.1).

Makita Kuy Wildlife Reserve es un emprendimiento turístico que cuenta con diversas actividades como: senderismo, observación de flora y fauna, alojamiento y servicio de alimentos, donde se reciben turistas tanto nacionales como extranjeros, y en sus alrededores hay sitios de excepcional belleza paisajística tanto natural como urbana que se podrían aprovechar debido a que los servicios y actividades turísticas con las que cuenta actualmente son poco llamativas y bastante

similares con las de otros emprendimientos turísticos cercanos, es por eso que se requiere realizar el estudio de factibilidad para la gestión e implementación de un mirador, con el fin de ofertar un atractivo turístico nuevo e innovador que permita incentivar a los turistas e incrementar sus visitas y pernoctaciones con el fin de beneficiar al crecimiento y desarrollo del centro turístico.

Además, se ha observado que al llegar a Makita Kuy Wildlife Reserve, no hay un sitio adecuado donde se pueda observar la belleza escénica que existe alrededor del emprendimiento, pues al ingresar se llega directamente a las cabañas del centro turístico donde sólo se observa el río Payamino, pero se priva al cliente de una vista escénica más extensa y completa con una perspectiva diferente, desde otro punto geográfico ubicado dentro del emprendimiento, razón por la cual el presente estudio determinará la factibilidad de la gestión e implementación de un mirador en este lugar.

OBJETIVOS

Objetivo general

- Elaborar un estudio de factibilidad participativo mediante un proyecto de investigación para la implementación y gestión de un mirador turístico en Makita Kuy Wildlife Reserve en el cantón Francisco de Orellana

Objetivos específicos

- Realizar un estudio de la situación actual del centro turístico Makita Kuy Wildlife Reserve, mediante la investigación de fuentes secundarias para conocer el estado actual.
- Elaborar un estudio de mercado basados en los procedimientos cualitativos y cuantitativos, mediante la aplicación de encuestas, para conocer el perfil del turista y su opinión con respecto a la creación del mirador.
- Elaborar el estudio técnico – productivo mediante análisis de datos, para la implementación del mirador.
- Gestionar y comercializar el proyecto mediante un plan de marketing, para dar a conocer los servicios que ofrece el centro turístico.
- Realizar el análisis económico y financiero mediante la determinación de costos, gastos e ingresos, para conocer la viabilidad del proyecto.

CAPÍTULO I

1. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

1.1. Antecedentes

En la Universidad de las Fuerzas Armadas en Latacunga en el año 2016, el tema estudio Factibilidad y gestión de un mirador turístico en la parroquia Mulliquindil Santa Ana del cantón Salcedo, provincia de Cotopaxi, cuyo objetivo principal estudio de factibilidad de creación de un mirador en la parroquia, en esta investigación se realizó el estudio técnico y el estudio económico con la finalidad de saber si el proyecto es factible y ejecutable, para que los moradores de la parroquia quienes son los futuros beneficiarios, en el segundo capítulo se detalló los antecedentes investigativos, en el tercer capítulo ya se realiza lo que es el estudio de mercado obteniendo así su segmentación, aplicando las encuestas con su respectivo análisis e interpretación, el proyecto tuvo un impacto positivo para la zona ya que presume ingresos económicos considerables, llegando a la conclusión que es muy factible ya que se cuenta con un ecosistema impresionante para ser observado desde el mirador (Santamaria, 2016, pp.1-8).

En la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo en el año 2019 se realizó un estudio de factibilidad para la implementación de cabañas ecológicas en la quinta Rafael, cantón Ambato, provincia de Tungurahua, esta iniciativa ayudaría a incrementar el turismo en el cantón, y su problemática principal es que el lugar no cuenta con servicio de hospedaje, lo que disminuye la diversificación de su oferta reduciendo el nivel de ingresos, el autor en su metodología formuló y evaluó proyectos relacionándolos con negocios turísticos. El proyecto tiene como técnica la recolección de toda la información necesaria por medio de entrevistas y como instrumento la realización de encuestas para conocer los gustos de los turistas. Como conclusión este proyecto es viable ya que incrementa un servicio nuevo como es el hospedaje en cabañas aumentando el número de visitantes al lugar (Yanez, 2019, p.101).

En la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo en el año 2013, se desarrolló un estudio de factibilidad para la implementación de canopy en el cantón Patate, provincia de Tungurahua, la metodología fue el análisis e investigación de fuentes de información primaria y secundaria utilizando documentos que son propiedad del Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Patate, mediante la utilización de encuestas obtuvieron el perfil del turista nacional y extranjero con una mayor aprobación de turistas extranjeros, se llegó a la conclusión que es factible, ya que las personas buscan una alternativa diferente para disfrutar de la naturaleza en la modalidad de

turismo de aventura, dando así como recomendación seguir todas las normas y reglamentos planteados en el estudio para proteger la seguridad de los visitantes (Falconi, 2013, p.93).

1.2. Marco Conceptual

1.2.1. Estudio de factibilidad

Proceso de acercamientos sucesivos, donde se detalla el problema por resolver. Se comienza con supuestos, pronósticos y valores, por lo que el grado de desarrollo de la información y su seguridad depende de la profundidad con que se establezcan tanto los estudios técnicos, así como los económicos, financieros y los de mercado, y además otros que se requieran (Santos, 2008, párr.1). Para la toma de decisiones de los directivos que tienen el compromiso de aprobar las inversiones, atendiendo a los valores de los indicadores, Período de recuperación (PR), Valor Actual Neto (VAN) y Tasa interna de retorno (TIR) para instaurar la estrategia de realización con estas transformaciones en función de las prioridades como son los indicadores y las principales de financiamiento disponibles (Burneo-Valarezo, Víctore, & Vérez, 2016, párr.3).

1.2.2. Implementación

Hacer trabajar a las personas responsables de los movimientos que realizan las operaciones que se establecieron en un plan, por aquella razón la implementación es un período clave en la dirección de un proyecto, ya que en esta parte hacen funcionar todas las políticas, habilidades y bosquejos que estuvieron contemplados en la planificación. La implementación es una fase completamente operativa y crítica, ya que en algunos momentos lo que se había proyectado y que fue aprobado en su momento, no termina funcionando, ya que probablemente no fueron apropiadamente ejecutados por ello la implementación depende en su mayoría de la administración de sus colaboradores del proyecto, de la optimización del manejo de los recursos y de los temas económicos (Flórez, 2019, párr.3).

1.2.3. Gestión

Gestionar no solo hace referencia a administrar, crear y, mucho menos, conducir ya sea una empresa o a un grupo de personas. Esta palabra se genera cuando creativamente se generan técnicas colectivas, en si es una labor general, que con el tiempo se entiende como un asunto de trabajo y formación en el que se clasifican distintos aspectos y esfuerzos, para progresar eficazmente hacia objetivos y que anhelaríamos que hubieran sido adoptados de manera recíproca y democrática, gestionar involucra una articulación de métodos y secuelas, y también de corresponsabilidad y cogestión en la toma de disposiciones (Huergo, 2020, pp.2-3).

1.2.4. Mirador turístico

Desde años atrás ciertos lugares saliente de un territorio como cumbres de montañas, balcones naturales sobre acantilados, ventanas a pasos estrechos y otras muchas clases de accidentes geográficos, ya que puntos estratégicos de encuentro visual con la naturaleza que han tenido en el transcurso del tiempo muchas transformaciones según la intervención humana, han sido aprovechados como miradores para tener una vista privilegiada de un paisaje ya sea de un río, un bosque, un paso entre montañas. Un mirador es un lugar donde se puede observar un paisaje, algunos de estos se caracterizan por ser un elemento arquitectónico dándole un valor al lugar donde este se encuentre, los miradores turísticos tienen la finalidad mostrar el lugar desde otra perspectiva mostrando así todo su entorno, estos pueden ser urbanos y naturales (OPAKUA, 2016, párr.1).

El diseño de estos miradores debe mostrar en su totalidad el paisaje que se pretende dar a conocer y este debe ser de una forma oportuna y atractiva, debe ser creado para incorporarse en el paisaje y debe tener un mínimo de servicios para el visitante. Algunos miradores sobresalen de acantilados para impresionar al visitante y adentrarle en el paisaje, otros permiten sentarse y ver cómodamente el lugar (OPAKUA, 2016, párr.1).

Para su construcción se debe tener en cuenta estos factores importantes:

- Ubicación
- Vistas
- Edificación
- Materiales
- Elementos enriquecedores
- Señalética

1.2.5. Proyecto de investigación

Es un conjunto de elementos o partes interrelacionados de una organización diseñada para conseguir los objetivos específicos, o resultados proyectados con base en necesidades manifestadas y que han sido planteados como propuesta para mostrar las alternativas de solución a problemas proyectados en él, por lo en cual el proyecto se pretende diseñar la estrategia metodológica a partir de la cual consideramos que logramos obtener el nuevo conocimiento como solución al problema (Tamayo, S.f, párr.1).

De lo que no puede existir ninguna duda es que el Proyecto de investigación debe estar plasmado en un documento, lo cual significa que es la base a partir de la cual se negocia o consensua el

proyecto. Este documento debe ser más o menos extenso, más o menos ordenado, pero deberá permitir pasar de la concepción del problema de investigación a la puesta en marcha de la investigación (Etxeberria, S.f, p.2).

Cabe recalcar que para realizar el proyecto debemos formular algunas preguntas tales como:

¿qué se va a hacer?, ¿para qué?, ¿por qué?, ¿dónde?, ¿cuándo?, ¿cuánto?, ¿cómo?, ¿quiénes?, ¿con qué?, y a la vez tener en cuenta la definición que debemos concretar: tema o cuestión, objetivo, situación – problema, área, cronograma, profundidad, métodos y técnicas, equipo humano y financiación (Etxeberria, S.f, p.2).

1.2.6. Situación actual

La Real Academia Española (RAE) determina que la situación trata de situar o de situarse (colocar a una persona o a un objeto en una zona). Ahora el concepto de actual se trata de un adjetivo que permite nombrar a aquello que sucede o existe en el tiempo del cual se habla. Persiguiendo la disposición de ejercicio del sentido común, nos vamos dando cuenta del medio, los miembros sensoriales que se distinguen en este ambiente y cómo la palabra SI origina nociones fundados en la investigación que se va recibiendo a través de estos órganos sensoriales. A partir de estos conceptos elementales, el SI construye algo que denominamos la situación actual situación actual. Esta es la situación en la que el SI se encuentra actualmente (Pérez & Gardey, 2012, párr.1).

1.2.7. Centro turístico

Son espacios que se encuentran dentro las zonas urbanas que cuentan su propio espacio y está rodeado de diferentes atractivos turísticos, infraestructura y facilidades que acceden la llegada y estadía de visitantes, además cuentan con:

- Operadores locales.
- Información turística.
- Recreación.
- Servicios públicos.
- Servicios de telecomunicación (Turistico, 2017, párr.1).

Existen cuatro tipos de centros turísticos:

1.2.7.1. Distribución

Aglomerado urbano mediante el cual se visitan distintos centros turísticos y atractivos de menor jerarquía que se localizan en su radio de influencia con una estadía que va de uno a tres días; los turistas retornan a pernoctar en estos centros (Turístico, 2017, párr.2).

1.2.7.2. Estadía

Son similares a los centros de distribución, pero se diferencia es que en estos centros turísticos está enfocado en un solo tipo de atractivo en cuál el viajero pernocta por un tiempo mayor a tres días, sin efectuar desplazamientos, para el visite de zonas diferentes al tipo de atractivo que se va a visitar como motivación principal del viaje (Turístico, 2017, párr.3).

1.2.7.3. Escala

Se conocen como enlaces intermedios en viajes de larga distancia o el punto donde se concentran las líneas aéreas. Este centro no se puede ampliar por más de una noche, sobre todo en los centros que están ubicados en las carreteras. Igualmente es frecuente que en estos partes el viajero pare a consumir algún tipo de alimento, a proveer de gasolina o a realizar alguna reparación liviana en su auto, sin que este viajero pernocte (Turístico, 2017, párr.4).

1.2.7.4. Excursión

Este centro recibe turistas provenientes de un centro de distribución o de estadía, por un lapso menor a 24 horas, está relacionado directamente con un atractivo dentro del circuito que se visita. Dentro del registro de situaciones técnicas que deben satisfacer los centros turísticos, los atractivos tienen un puesto muy importante, tanto, que podemos decir que constituyen la razón de ser de los centros turísticos; sin embargo, esta condición sólo es imprescindible para los centros de estadía, de excursión y de distribución (Turístico, 2017, párr.5).

1.2.8. Estudio de mercado

Reside en estudiar y examinar la posibilidad de un proyecto. Se basa de un procedimiento un poco largo y de mucho esfuerzo de trabajo, en el que se colecciona una cantidad de información referente ya sea de compradores, de empresas competitivas, el ambiente de trabajo y el mercado

en concreto. De esta cualidad, con el estudio de mercado, la persona que tiene consigo la idea de poder emprender logra diseñar una buena técnica de negocio, ya sea con la finalidad de lanzar nueva idea o para ofrecer un nuevo producto (Nuño, 2017, párr.2).

Para (Thompson, 2015a: p.9), es la identificación, recopilación, análisis y difusión sistemática y objetiva de la información, constituyéndose en una herramienta de la mercadotecnia que permite satisfacer las necesidades de información para la toma de decisiones. Cabe recalcar que el estudio de mercado nos ayudará a verificar el tipo de cliente que esté interesado en el producto lo cual nos servirá para orientar la producción del negocio (Thompson, 2015b: p.1).

1.2.9. Estudio técnico

Este estudio permite planear y examinar las distintas opciones tecnológicas para elaborar los bienes o servicios que se requieren, también permite verificar la factibilidad técnica de cada una de ellas. El análisis reconoce los equipos, la maquinaria, las materias primas y las instalaciones que se necesitan para seguir con el proyecto al igual que los costos que se requieren para la inversión y de operación requeridos (Rosales, 2015, p.1).

En si este estudio técnico eleva el costo ya sea presente o pasado de un precio como el excelente indicador del precio futuro de ese valor. También, este tipo de estudio radica en gran escala en gráficos financieros, fichas y estadísticas para expresar las fuertes o posibles debilidades de una inversión y las tendencias de pronóstico para ayudar a los analistas e inversores a decidir si un valor es viable o no, y para qué acción (Añez, 2020, párr.5).

Este estudio cuenta con algunos componentes que son esenciales para un proyecto de inversión que son:

- Análisis y determinación de la localización óptima del proyecto.
- Análisis y determinación del tamaño óptimo del proyecto.
- Análisis de la disponibilidad y el costo de los suministros e insumos.
- Identificación y descripción del proceso.
- Determinación de la organización humana y jurídica (Añez, 2020, párr.5).

1.2.10. Estudio productivo

La teoría de la producción investiga la forma en que el productor dado el estado del arte o la tecnología acuerda varios insumos para producir una cantidad específica en una forma económicamente eficiente. Toda sociedad tiene que constituir de algún modo el proceso productivo para resolver apropiadamente los problemas económicos fundamentales. Librement

de la disposición que se apadrine, hay indiscutibles compendios económicos universales que se administran en un tiempo productivo. La elaboración tanto de bienes como de servicios logra estar encargado del Estado, como en el régimen comunista; o encargado de la empresa privada, como por ejemplo es en el sistema capitalista. Pero en ambos casos la actividad productiva está condicionada por ciertas leyes o principios generales que tiene que tomar en consideración el empresario si desea conseguir el uso más poderoso de los capitales económicos a su destreza, esto quiere decir, lograr la máxima elaboración con el inmenso económico, inferior algún tipo de organización socioeconómica (Collins, 2012, p.2).

1.2.11. Perfil del Turista

Según Stanley Plog los viajeros pueden clasificarse de acuerdo al socio-psicológico “concepto de centro” el cual permite distinguir que tipo de perfil presenta el turista, estableciendo las normas y valores sociales que éste se inclina a seguir. Además, enfatiza que es difícil que exista un perfil extremo de turista, las definiciones vienen dadas por un perfil Alocéntrico o Psicocéntrico (Schiffer, 2017, p.2).

1.1.11.1. El turista psicocéntrico

Es aquel que busca hacer turismo de la forma más seguro posible, siguiendo todo tipo de regla o norma que le permita a él y a sus allegados obtener un servicio de calidad y seguridad (Schiffer, 2017, p.2).

1.1.11.2. El turista meso céntrico casi- alocéntricos

Son aquellos que buscan complacer sus deseos de entretenimiento con actividades deportivas o de esfuerzo físico, lo que buscan es obtener experiencias o aventuras que no han sido planificadas en el viaje (Schiffer, 2017).

1.1.11.3. El turista mesocéntrico casi psicocéntrico

Son aquellos turistas que buscan complacer los deseos de relajación, descanso y recreación. Buscan la forma de adquirir los servicios turísticos que les permita disfrutarlos con familias o grupo de amigos teniendo la seguridad de la salud como una prioridad (Schiffer, 2017, p.2).

1.1.12. Creación

Es la labor y resultado de idear, instaurar o crear algo que principalmente no existía ni tiene antecedentes. El significado creación posee distintos sentidos dependiendo del argumento en que se emplee. Sus usos más amplios investigan exponer cómo fue la creación del universo desde diferentes perspectivas como las religiosas y científicas, igualmente se usa para describir a las recientes creaciones científicas o artísticas (Significados, 2018, párr.2).

A demás, como creación se entiende todo aquello que sale de forma fresca y única. Las personas son capaces de crear ya sea cosas, presunciones, obras artísticas, dispositivos tecnológicos, también, establecer y formar puestos de trabajo, técnicas de gestión, entre otras más cosas (Significados, 2018, párr.3).

1.1.13. Análisis

Es una indagación profunda del tema que se quiere investigar para conocer sus resultados, encontrando así futuras soluciones. un análisis contiene la parte externa de la problemática, en la que se fijan los parámetros y estado que son sujetas a un estudio más específico, un análisis, nos dice que cada detalle será examinado de forma objetiva y meticulosa para su conocimiento. En todo el proceso de este estudio nos aprueba para ejecutar ya sean conceptos, características y rasgos de mucha importancia del tema que será investigado (Martínez, 2012, p.1).

1.1.14. Análisis económico

Su centro de investigación está basado en el comportamiento de los individuos y organizaciones a la hora que se deben tomar las decisiones y a la vez interactuar con el resto de los agentes. Cabe destacar que este análisis busca explicar cómo las personas (naturales y jurídicas) realizan su propia elección de consumo o producción (Sanchez, 2021, párr.7).

En este análisis consiste en evaluar todos los costos y las ganancias dentro de un proyecto desde la representación de la sociedad como un todo. Se toma en cuenta que la ejecución de un proyecto contribuye al progreso de la economía y que su tributo social demuestra el uso de sus recursos que requerirá. El análisis económico trata sobre la valoración de los costos y bienes sociales del proyecto; así como el uso de técnicas estimativos de precios cuando los costos y beneficios difieren de los precios de mercado; y la estimación fuera del mercado y la transferencia de beneficios para precios de bienes y servicios que no tienen precios de mercado directos (García,2016, párr.4)

1.1.15. Análisis financiero

El análisis financiero se ejecuta a través de la observación de los datos contables de la empresa como ratios, índices y otros indicadores junto con documentación adicional principalmente que se va relacionando con contexto económico y competitivo en el que se desenvuelve la organización (Roldan, 2021, párr.6-7).

Este análisis va de la mano con los siguientes conceptos:

- Rentabilidad: Se analizan las cuentas relacionadas con ingresos, costos y resultados.
- Liquidez: Se refiere a la cabida de realizar frente a sus requerimientos de recursos y de efectuar con sus deudas de corto plazo.
- Solvencia: Se refiere a su técnica de cumplir con las deudas de largo plazo y también poder invertir para crecer en el futuro (Roldan, 2021, párr.6-7).

A cambio de un estudio de calidad, la compañía o el proyecto en el cual se trabaje puede seleccionar entre los distintos medios de acción y así acceder de forma apropiada a las necesidades encontradas u objetivos establecidos. Por otro lado, también este análisis se lo utiliza para realizar proyecciones futuras, usando los datos de estudio presentes para prever posibles escenarios de futuro. Es una buena herramienta para la administración de peligros financieros. El análisis financiero de una compañía es una gestión fundamental para estar al tanto de su salud a nivel económico y contable. Su ventaja está externamente de toda incertidumbre, sin embargo, todo esto depende del tipo de informe que se requiera en cada instante. Hay diferentes tipos de análisis financieros que no son excluyentes entre sí. Las diferentes modalidades dependen de la información que el analista necesite en cada momento (Lorenzana, 2020, párr.3).

1.1.16. Ingresos

Es el conjunto de capitales monetarios, que se determina a los factores por su impuesto al proceso que es productivo. El ingreso puede ser obtenido ya sea en forma de pagos y salarios, renta, dividendos, regalías, utilidades, honorarios, esto dependiendo el componente de producción que lo reciba (UNAM, s.f, pp.1-2).

1.1.16.1. Tipos de ingresos

- Ingresos privados
- Ingresos medios
- Ingresos públicos
- Ingresos extraordinarios
- Ingresos ordinarios (UNAM, s.f, pp.1-2).

1.1.17. Viabilidad

Es un análisis que tiene por propósito conocer la posibilidad que existe de poder llevar a cabo un proyecto con éxito. Así, si es viable, significa que tiene muchas probabilidades de salir adelante. Caso contrario, si no lo es, quiere decir que el fracaso conlleva una probabilidad elevada. Cuando se centra en aspectos económicos se la conoce como análisis de viabilidad (Arias, 2020, párr.1-2). Todo proyecto que involucre un riesgo debe ser analizado en profundidad. Para disminuirlo se lleva a cabo un estudio que permita conocer el posible éxito o fracaso del proyecto. Esto es fundamental en un entorno empresarial con mercados inconstantes y completos. Pero, al solicitar una alteración de recursos monetarios requerimos examinar los pros y contras para evitar los inconvenientes financieros (Arias, 2020, párr.1-2).

1.1.18. Tasa Interna de Retorno (TIR)

Es utilizado para la toma de decisiones sobre los proyectos de inversión y financiamiento. Se conoce como la tasa de descuento que iguala el valor actual de los ingresos del proyecto con el valor actual de los egresos. La tasa de interés utilizada en el cálculo del Valor Actual Neto, hace que la Tasa Interna de Retorno igual a 0 (Mete, 2014).

La explicación básica que defiende a este método es que muestra el beneficio generado por los fondos invertidos en el proyecto en una sola cifra que resume las condiciones y cualidades. Al no depender de las condiciones que predominan en el mercado financiero, se la designa tasa interna de rendimiento: es la cifra interna o exclusiva del proyecto, es decir, mide el beneficio del dinero mantenido en el proyecto, y no depende de otra cosa que no sean los flujos de efectivo (Mete, 2014, párr.9-10).

1.1.19. Valor Actual Neto (VAN)

Indica cuánto valor se establecerá o arruinará al utilizar la empresa los recursos financieros de los inversores. Facilita al directivo un elemento de comparación entre las oportunidades de inversión de la compañía y las oportunidades de riesgo similar de que dispone el inversor en el mercado financiero. En este caso si el proyecto arroja un VAN positivo pretenderá decir que el directivo espera recibir un beneficio anual medio superior al que proporciona una cartera del mercado financiero del mismo riesgo. Al invertir en el proyecto el directivo hace algo por los inversores que éstos no pueden hacer por sí mismos, por lo tanto, se crea valor (Camacho, 2008, págs. 10-11).

El VAN evalúa si el proyecto crea o destruye valor. A referirnos al valor actual del proyecto nos estamos enfocando a lo que vale en el mercado financiero dicho proyecto (es decir, los flujos de caja que promete generar); lo que pagaría un inversionista en el mercado financiero por lograr una corriente de flujos de caja del mismo tamaño, cumplimiento y riesgo que los acordados por el proyecto (Camacho, 2008, págs. 10-11).

Si el proyecto tiene un VAN igual a cero quiere decir que el proyecto genera los suficientes flujos de caja como para pagar: los intereses de la financiación ajena empleada y los rendimientos esperados (dividendos y ganancias de capital) de la financiación propia, si el VAN es negativo quiere decir que el proyecto no está generando ningún ingreso y por lo tanto deberán buscar otra alternativa (Camacho, 2008, págs. 10-11).

CAPÍTULO II

2. METODOLOGÍA

2.1. Hipótesis y su especificación de variables

2.1.1. *Hipótesis*

Es factible la implementación de un mirador turístico en Makita Kuy Wildlife Reserve en el cantón Francisco de Orellana.

2.1.2. *Hipótesis específica*

- La situación actual determina el estado del centro turístico.
- El perfil del turista, así como la oferta y demanda influyen significativamente en la gestión e implementación del mirador turístico.
- Realizar el estudio técnico-productivo determina la realización del mirador en el centro turístico.
- La creación de estrategias influye significativamente en la gestión y comercialización del proyecto.
- Desarrollar la estrategia económica y financiera determina la viabilidad de implementación del mirador.

2.1.3. **Variables**

Variable independiente: Estudio de factibilidad

Variable dependiente: Mirador turístico

2.2. Tipo y diseño de la investigación

2.2.1. Tipo de investigación

Esta investigación tiene un enfoque mixto, primeramente, es cuantitativo ya que utiliza la recopilación y el análisis de datos para despejar dudas y determinar la veracidad de la hipótesis planteada, por medio de comprobación numérica, el conteo y frecuentemente el uso de estadísticas para establecer con mayor precisión los patrones de conducta de los turistas, costos, ingresos y viabilidad del proyecto. Segundo es cualitativa en medida de la adaptación del patrimonio natural y escénico al producto turístico utilizando así el método de la observación conociendo el territorio que es estudiado para dar a conocer de manera sostenible un mirador turístico.

El presente proyecto realiza una investigación descriptiva, porque se describió las relaciones de causa-efecto que se identificaron a medida que la investigación avanzó pues permitió explicar la realidad del sitio, por medio de la observación, inventarios y búsqueda de información primaria y secundaria; para después aplicar encuestas en busca del perfil e intereses de los turistas, así como también reconocer las debilidades que debe mejorar el centro turístico.

2.2.2. Diseño de la investigación

El diseño que se utilizó en esta investigación es cuasi experimental ya que se fomentó una metodología descriptiva con enfoques cuantitativos y cualitativos, determinando así la causa-efecto de estudio, también se trabaja con las variables que están vinculadas a la investigación.

2.3. Unidad de análisis

Debido que en el año 2020 por la pandemia del covid-19 Makita Kuy recibió pocas visitas de turistas, se determinó que el mercado objetivo es la población local del cantón Francisco de Orellana y los turistas tanto nacionales y extranjeros que llegaron en el año 2020 para reactivar el movimiento económico en el centro turístico.

2.4. Población de estudio

Según la proyección de la población ecuatoriana del INEC 2010-2020 la población del cantón Francisco de Orellana es de 93.778 (INEC, 2013, p.1), se conoce que en el año 2020 ingresaron al cantón 173 turistas nacionales y 44 turistas extranjeros (ITUR, 2020, p.1), teniendo así un universo de 93.995.

2.5. Tamaño de muestra

Para determinar el tamaño muestral primero se buscó un grupo representativos de individuos entre un colectivo mayor para determinar las diversas variables, se tomó en cuenta a la población del cantón y a los turistas que llegaron al mismo en el año 2020, sumando en su totalidad 93.995 individuos. Se realizó el cálculo de la muestra utilizando así la fórmula de poblaciones finitas de Cannavos 1998 con un margen de error del 5%.

Se aplicará la fórmula:

$$n = \frac{(P * Q)(N)}{(N - 1)\left(\frac{e}{z}\right)^2 + P * Q}$$

Donde;

n = tamaño de la muestra.

N = tamaño de la población. (93.995)

e= error máximo admisible (5% =0.05)

z=nivel de confianza (1.96)

P= probabilidad de ocurrencia (0.5)

q = probabilidad de no ocurrencia (0.5)

$$\frac{(0.25)(93.995)}{(93.995 - 1)\left(\frac{0.05}{1.96}\right)^2 + (0.25)}$$

$$n = 383 \text{ encuestas}$$

2.6. Selección de muestra

El número de muestra es de 383 encuestas.

2.7. Técnicas de recolección de datos

La técnica que se utilizó para recopilar toda la información fue mediante:

- Encuestas: ésta nos permitió obtener datos sobre el perfil del turista y la probabilidad de aceptación del mirador dentro del mercado objetivo.
- Entrevistas: estas fueron dirigidas a los encargados del emprendimiento, para saber su punto de vista sobre la implementación del mirador.

CAPÍTULO III

3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1. Estudio de la situación actual del centro turístico Makita Kuy Wildlife Reserve

3.1.1. Caracterización del lugar

3.1.1.1. Localización

La investigación se realizó en Francisco de Orellana en el Centro turístico Makita Kuy Wildlife Reserve, a continuación, se mostrará toda la información con los resultados que se obtuvo en los ámbitos de estudio:

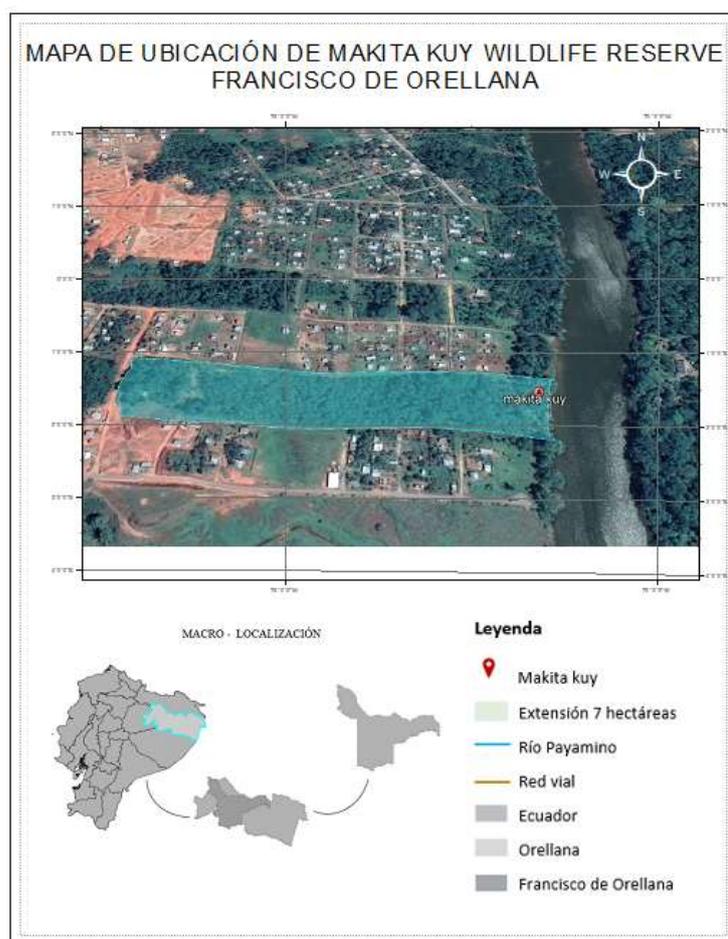


Figura 1-3. Mapa de ubicación.
Realizado por: Amaiquema, E; Andi, L.2021.

3.1.2. *Ámbito Físico espacial*

3.1.2.1. *Ubicación geográfica*

El centro Turístico Makita Kuy Wildlife Reserve se encuentra ubicado a 6.3 Km de distancia de la ciudad de El Coca, con la siguiente ubicación geográfica:

Longitud: 276669 E

Latitud: 9949073 N

Altitud: 254 a 300 msnm

3.1.2.2. *Limites*

Norte: cantón Joya de los Sachas

Sur: provincia de Napo

Este: cantón Aguarico

Oeste: cantón Loreto

3.1.2.3. *Clima*

El clima en la ciudad es cálido húmedo y su temperatura puede variar entre los 20° y 40° C. debido a que tiene una altitud 254 m, predomina el clima tropical húmedo, con lluvias persistentes que originan intensa evaporación y consecuentemente las altas temperaturas con un promedio de 25 grados centígrados (Ecuared, 2021, párr.8).

3.1.3. *Ámbito Ecológico territorial*

3.1.3.1. *Hidrología*

Makita Kuy está ubicado a las orillas del Rio Payamino, este es un afluente del rio Napo que se une en la ciudad de Francisco de Orellana, el Rio Payamino nace de las faldas del volcán Sumaco (Mapcarta, s.f, párr.1).

3.1.3.2. Suelo

A nivel cantonal y en el emprendimiento prevalecen los suelos con texturas arcillosas, con su peculiaridad primordial que es su coloración rojiza, baja permeabilidad, pobreza en nutrientes, concentraciones de aluminio a niveles tóxicos, muy susceptible a la compactación, entre otras condiciones que restringen ampliamente la actividad agro-productiva. Las indagaciones sobre flora en estos suelos son igual de escasas, sin embargo, varias especies propias de este tipo de hábitat están presentes: los guarumos característicos, el árbol de balsa, la sangre de drago que cuenta con propiedades medicinales, el sabroso palmito y la tagua usada para elaborar artesanías; todas estas especies son aprovechadas en el quehacer diario por las comunidades asentadas fundamentalmente en el área de influencia (Orellana M. d., 2021, párr.8).

3.1.4. Ámbito socio cultural

3.1.4.1. Reseña histórica

Makita Kuy nace legalmente en el año 2019, luego de pasar por una infinidad de experiencias para llevar a cabo este proyecto y la necesidad de ser ente constituido y respaldado por agentes que garanticen su funcionalidad y así llevar a cabo el proyecto. En el año 2015 se empezó la construcción de las primeras cabañas para brindar hospedaje en el año 2016 se registró legalmente por la propietaria Gualinga Condo Elsa Magdalena, catalogándolo como actividad de alimentos y bebidas de cuarta categoría (Jipa, 2021).

En la actualidad Makita Kuy lleva 1 año y 8 meses funcionando legalmente, nació con la idea de dar a conocer a los turistas la diversidad biológica que posee el lugar, este centro turístico empezó con 4 cabañas principales que se ubicaban al nivel del río Payamino, ofreciendo así alimentos, bebidas y un pequeño recorrido de observación de flora y fauna, con el pasar de los años fueron implementando y remodelando las cabañas para dar más comodidad a sus visitantes (Jipa, 2021).

Este sitio turístico posee 7 hectáreas de bosque, además se dedica a la conservación de pequeñas áreas verdes en la cual habitan especies tanto de flora como de fauna, para recorrer el lugar existen senderos naturales y artificiales, en los cuales los visitantes pueden estar en contacto con la naturaleza, en estos recorridos se puede encontrar especies de plantas y animales endémicos del cantón (Jipa, Centro Turístico Makita Kuy, 2021).

3.1.4.2. Agua

De acuerdo con el encargado del establecimiento dentro del centro turístico no cuentan con agua potable, solo se cuenta con dispensador de agua con el cual y llena varios botellones para uso en el centro turístico (Jipa, Centro Turístico Makita Kuy, 2021).

3.1.4.3. Luz eléctrica

El establecimiento si cuenta con energía eléctrica publica facilitada por el CNEL EP (La Empresa Eléctrica Pública Estratégica Corporación Nacional de Electricidad) de la provincia de Orellana (Jipa, Centro Turístico Makita Kuy, 2021).

3.1.4.4. Telefonía convencional

Por el momento el emprendimiento no cuenta con un teléfono fijo, pero si con señal satelital para teléfono móvil de todas las operadoras nacionales (Jipa, Centro Turístico Makita Kuy, 2021).

3.1.4.5. Idioma

El 99% de la población que habita cerca del emprendimiento habla el idioma español, mientras que el 1% habla el idioma español y Kichwa (Jipa, Centro Turístico Makita Kuy, 2021).

3.1.4.6. Medios de Transporte

En el siguiente cuadro se detallan los distintos transportes en los que se puede ingresar al centro turístico con su respectiva ruta y costos:

Tabla 1-3: Cooperativas existentes en Orellana

COOPERATIVA	RUTA	COSTOS
Cooperativa de Transporte Urbano “Huahoranis”	Centro de la ciudad – 6 de enero	\$ 0,30 ctvs.
Cooperativa de taxis “Auca Libre”	Centro de la ciudad – Centro turístico Makita Kuy	\$5,00 dólares
	Puente del río payamino – Centro turístico Makita Kuy	\$2,00 dólares
Compañía de taxis “Ejecutivo”	Centro de la ciudad – Centro turístico Makita Kuy	\$6,00 dólares
	Puente del río payamino – Centro turístico Makita Kuy	\$2,50 dólares
Transporte fluvial “Kamu Kamu”	Puerto de la ciudad – Centro turístico Makita Kuy	\$ 8 dólares
Transporte fluvial “DONSÁ”	Puerto de la ciudad – Centro turístico Makita Kuy	\$ 15 dólares

Realizado por: Amaiquema, E; Andi, L. 2021.

3.1.4.7. Prácticas medicinales

Durante el recorrido se podrá diferentes plantas medicinales en la cual se explicará sus propiedades y sus beneficios.

Tabla 2-3: Plantas medicinales

Nombre común	Nombre científico
Ayahuasca	Banisteriopsis caapi
Sangre de drago	Croton lechleri
Matapalo	Ficus benjamina

Fuente: Makita Kuy, 2021.

Realizado por: Amaiquema, E; Andi, L. 2021.

3.1.5. Ámbito Económico productivo

Makita Kuy viene del término Kichwa "brindando la mano", este lugar alejado de los ruidos de la ciudad cuenta con siete cabañas las cuales dos son principales donde se brinda servicio de alimentos, bebidas y zona de descanso, en las otras cabañas se brinda lo que es alojamiento y también cuenta con una cabaña que es utilizada como centro de interpretación donde se da a conocer todo el lugar, además el centro turístico cuenta con un pequeño muelle donde se le da la bienvenida a los turistas que llegan por vía fluvial. Las actividades con las que cuenta son:

- Servicio de bar-restaurante
- Hospedaje
- Senderismo
- Zona de camping
- Paseos en kayak
- Paseos en canoa
- Camping (Jipa, Centro Turístico Makita Kuy, 2021).

Con respecto a los visitantes el emprendimiento en el año 2018 tuvo un aproximado de 4, 800 turistas, en el año 2019 se obtuvo un aproximado de 5, 200 turistas siendo estos nacionales e internacionales. En la actualidad por temas de pandemia al igual que muchos otros emprendimientos la visita de turistas tanto nacionales como extranjeros han disminuido en grandes cantidades, hoy en el centro turístico se trabaja con visitantes locales que arriban al lugar más los fines de semana. En temas de hospedaje se ha llegado a obtener turistas nacionales y rara vez extranjeros de nacionalidad francesa, norteamericana, argentina (Jipa, Centro Turístico Makita Kuy, 2021).

3.1.5.1. Resumen de actividades turísticas

Tabla 3-3: Resumen actividades turísticas

ATRACTIVO	UBICACIÓN	CATEGORÍA	TIPO	SUBTIPO	JERARQUÍA	ACTIVIDADES
Makita Kuy Wildlife Reserve	Francisco de Orellana	Atractivos naturales	Bosques	Húmedo tropical	III	<ul style="list-style-type: none"> - Senderismo - Observación de flora y fauna - Paseos en Kayak - Paseos en canoa - Camping

Realizado por: Amaiquema, E; Andi, L. 2021.

3.1.6. *Ámbito político administrativo*

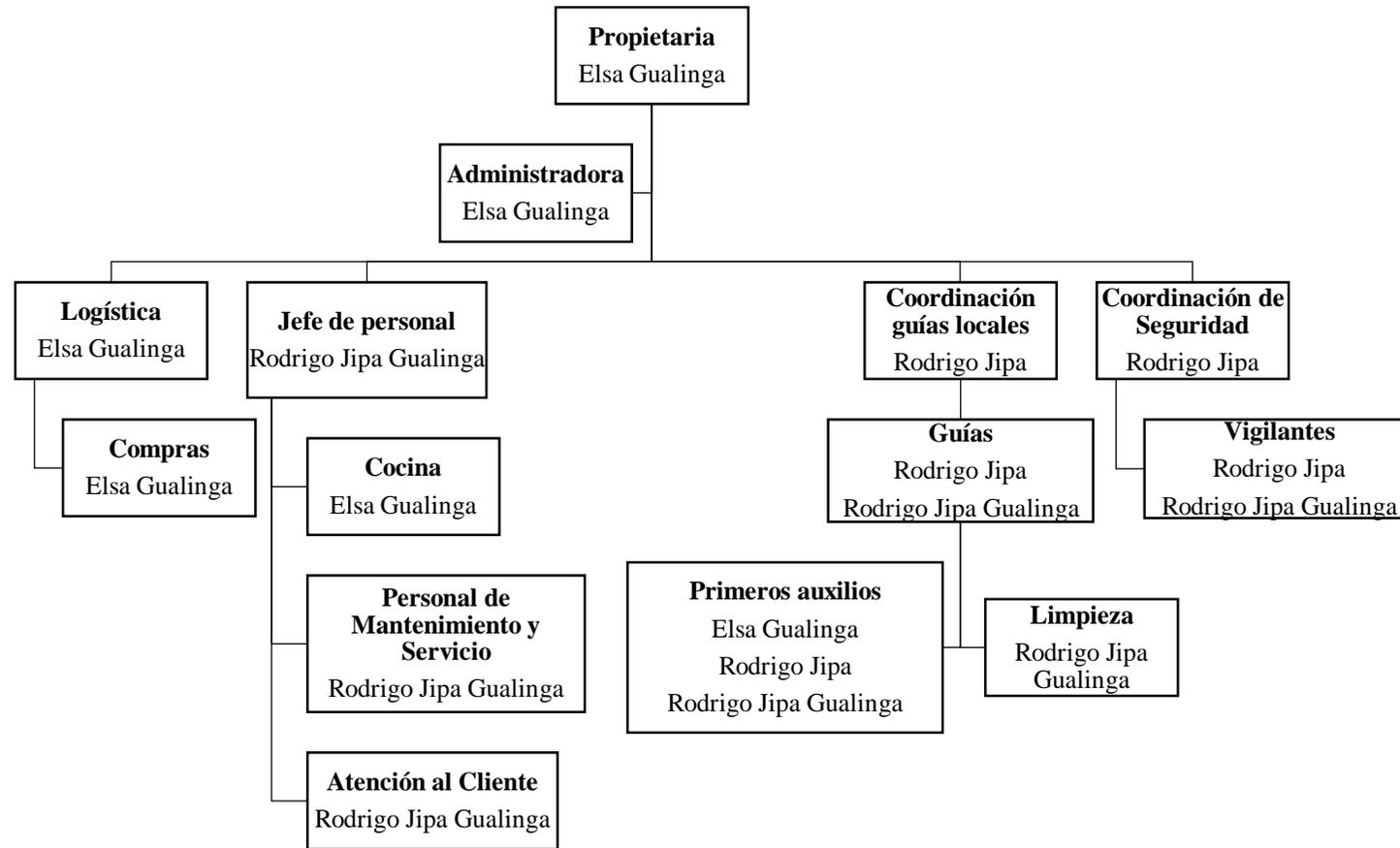


Gráfico 1-3. Ámbito político - administrativo.
Realizado por: Amaiquema, E; Andi, L. 2021.

3.1.6.1. Certificado de registro

El Ministerio de Turismo del Ecuador, en uso de las atribuciones previstas en la Ley de Turismo y sus Reglamentos: y una vez que se ha verificado el cumplimiento de todos los requisitos según la actividad turística a registrar, concede el presente Certificado de Registro N° 22011500410 al establecimiento Makita Kuy, teniendo una cuarta categoría, tipo restaurante (Kuy, 2016, p.1).

3.2. Estudio de mercado basados en los procedimientos cualitativos y cuantitativos mediante la aplicación de encuestas para conocer el perfil del turista y su opinión con respecto a la creación del mirador

3.2.1. Perfil del turista

Género

Tabla 4-3: Género

Opción	frecuencia absoluta	frecuencia acumulativa	Frecuencia relativa	Frecuencia relativa acumulada
Masculino	174	174	45,4%	45,4%
Femenino	209	383	54,6%	100%
TOTAL	383		100%	

Realizado por: Amaiquema, E; Andi, L. 2021.

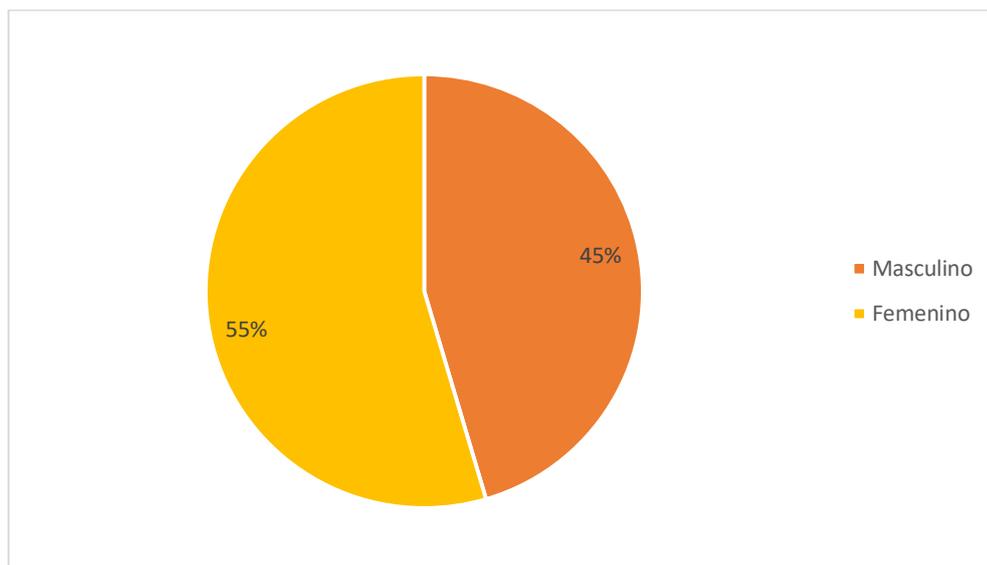


Gráfico 2-3. Género

Realizado por: Amaiquema, E; Andi, L. 2021.

El gráfico 2 del capítulo 3 muestra que la mayor parte de personas encuestadas es de género femenino con un 55% y de género masculino con un 45%.

Edad

Tabla 5-3: Edad

Opciones	frecuencia absoluta	frecuencia acumulativa	Frecuencia relativa	Frecuencia relativa acumulada
16 a 25 años	195	195	50,8%	50,8%
26 a 35 años	106	301	27,6%	78,4%
36 a 45 años	54	355	14,1%	92,4%
46 a 55 años	26	381	6,8%	99,2%
56 a más años	3	384	0,8%	100%
TOTAL	384		100%	

Realizado por: Amaiquema, E; Andi, L. 2021.

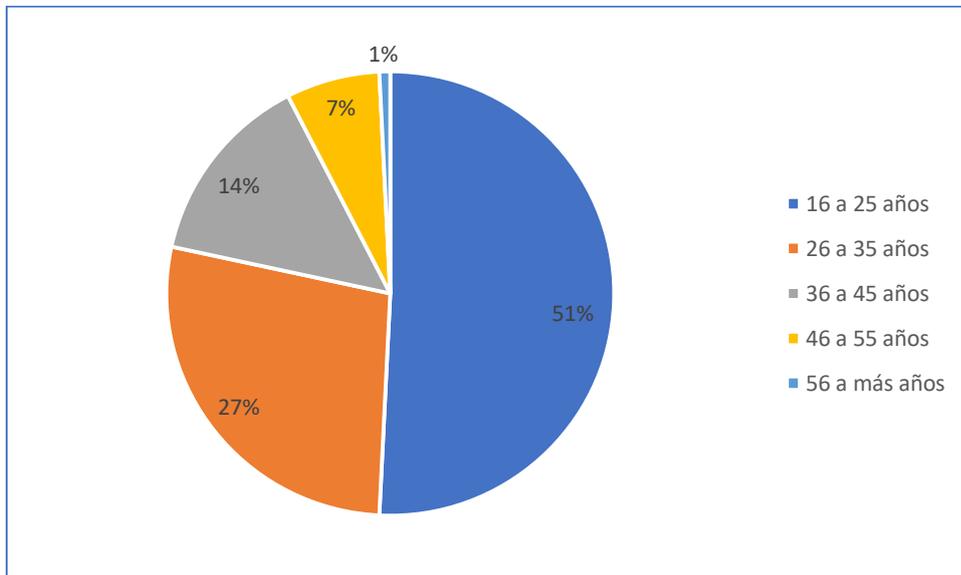


Gráfico 3-3. Edad

Realizado por: Amaiquema, E; Andi, L. 2021.

El gráfico 3 del capítulo 3 expresa 51% de los turistas se encuentran en un rango de edad de 16 a 25 años, el 27% están entre 26 a 35 años, el 14% se encuentran en el rango de 36 a 45 años, el 7% están en el rango de 46 a 55 años y 1% se encuentran en el rango de 56 a más años de edad.

Lugar de residencia

Tabla 6-3: Lugar de residencia

Opciones	frecuencia absoluta	frecuencia acumulativa	Frecuencia relativa	Frecuencia relativa acumulada
Orellana	129	129	33,7%	33,7%
Guayas	45	174	11,7%	45,4%
Manabí	23	197	6,0%	51,4%
Pichincha	68	265	17,8%	69,2%
Napo	10	275	2,6%	71,8%
Loja	5	280	1,3%	73,1%
Sucumbíos	10	290	2,6%	75,7%
Tungurahua	5	295	1,3%	77,0%
Carchi	9	304	2,3%	79,4%
Loja	19	323	5,0%	84,3%
Santo Domingo	10	333	2,6%	86,9%
Esmeraldas	2	335	0,5%	87,5%
Los Ríos	8	343	2,1%	89,6%
Extranjeros	40	383	10,4%	100%
TOTAL	383		100%	

Realizado por: Amaiquema, E; Andi, L. 2021.

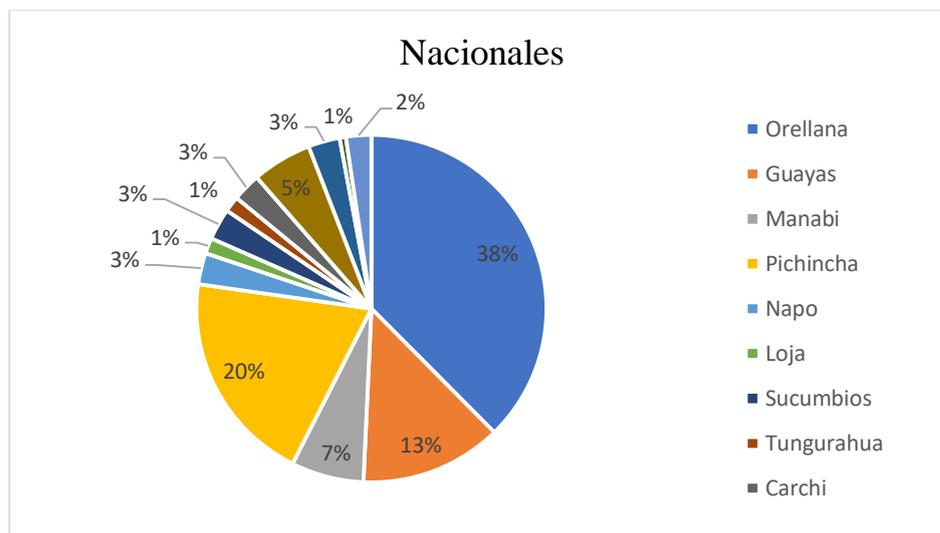


Gráfico 4-3. Lugar de residencia

Realizado por: Amaiquema, E; Andi, L. 2021.

El gráfico 4 del capítulo 3 muestra que 38% de los turistas nacionales son de la provincia de Orellana, 20% Pichincha, el 13% de Guayas, el 7% de Manabí, el 3% de Napo y el restante 7% de varias provincias: Loja, Sucumbíos.

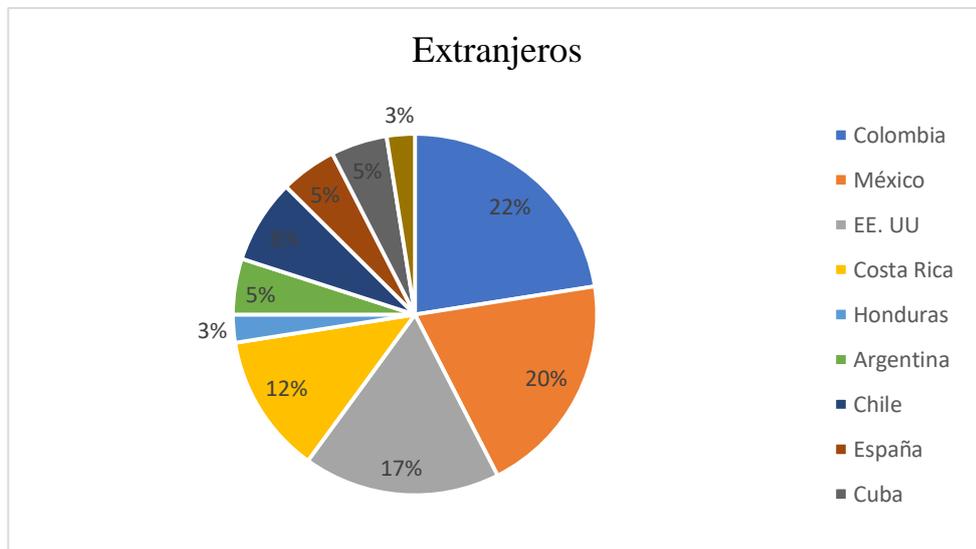


Gráfico 5-3. Lugar de residencia (extranjeros)

Realizado por: Amaiquema, E; Andi, L. 2021.

El gráfico 5 del capítulo 3 indica que de los 40 turistas extranjeros encuestados el 22% pertenece a Colombia, el 20% de México y 17% de EE. UU, mientras que los demás provienen de Costa Rica, Honduras, Argentina, Cuba y España. Es importante el mercado turístico nacional e internacional para trabajar de una manera estratégica en la captación de los turistas.

¿Cuál es su nivel de educación?

Tabla 7-3: Nivel de educación

Opción	frecuencia absoluta	frecuencia acumulativa	Frecuencia relativa	Frecuencia relativa acumulada
Primario	10	10	2,6%	2,6%
Secundario	188	198	49,1%	51,7%
Superior	163	361	42,6%	94,3%
Post grado	18	379	4,7%	99,0%
Ninguno	4	383	1,0%	100%
	383		100%	

Realizado por: Amaiquema, E; Andi, L. 2021.

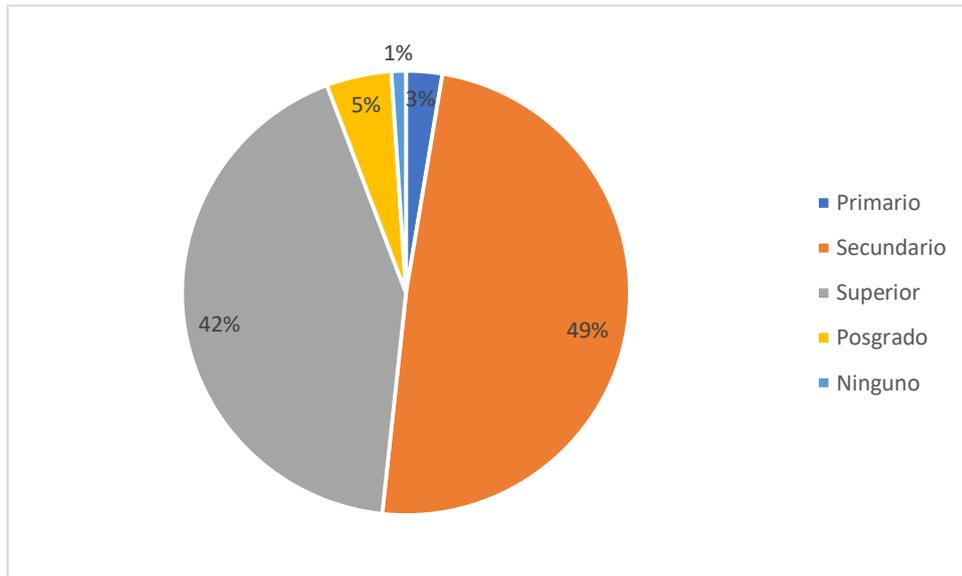


Gráfico 6-3. Nivel de educación

Realizado por: Amaiquema, E; Andi, L. 2021.

El gráfico 6 del capítulo 3 muestra que las personas que realizan actividades turísticas en su mayoría son personas que han aprobado la secundaria con un 49% y que poseen un nivel de educación superior un 42% , posgrado un 5% post grado, el 3% primario y el 1% no posee ningún nivel de educación.

¿Cuál es su situación laboral?

Tabla 8-3: Situación laboral

Opciones	frecuencia absoluta	frecuencia acumulativa	Frecuencia relativa	Frecuencia relativa acumulada
Empleado publico	156	156	40,7%	40,7%
Empleado privado	99	255	25,8%	66,6%
Empresario	46	301	12,0%	78,6%
Estudiante	73	374	19,1%	97,7%
Desempleado	9	383	2,3%	100%
TOTAL	383		100%	

Realizado por: Amaiquema, E; Andi, L. 2021.

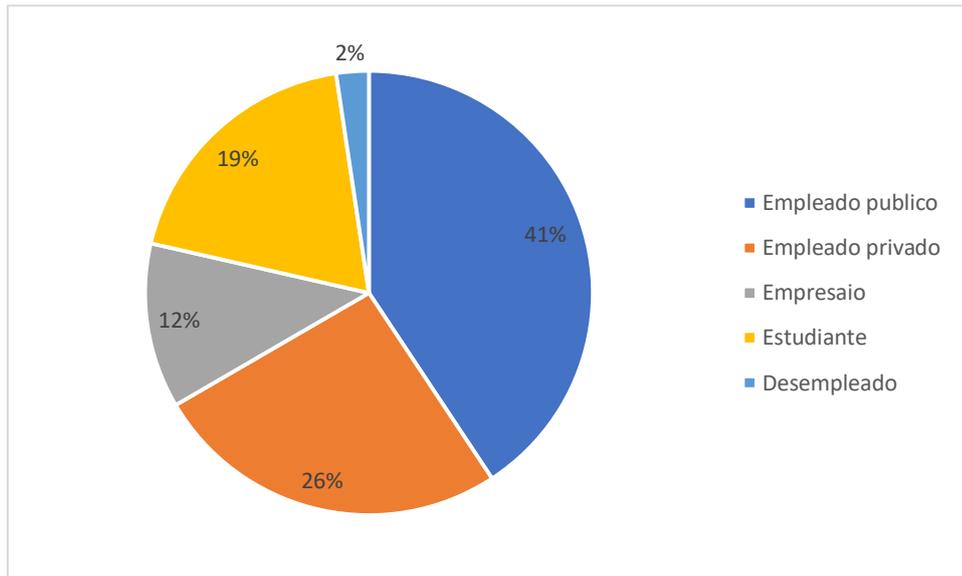


Gráfico 7-3: Situación laboral

Realizado por: Amaiquema, E; Andi, L. 2021.

La mayoría de personas que realizan actividades turísticas son aquellas que trabajan en el sector público un 41%, empleados privados en un 26%, estudiantes un total de 19% empresarios un 12%, y el 2% restantes son de personas desempleadas.

¿Cuáles son sus ingresos mensuales?

Tabla 9-3: Ingresos económicos

Opciones	frecuencia absoluta	frecuencia acumulativa	Frecuencia relativa	Frecuencia relativa acumulada
Entre 250 a 450 dólares	145	145	37,9%	37,9%
Entre 500 a 700 dólares	164	309	42,8%	80,7%
Más de 800 dólares	53	362	13,8%	94,5%
No cuento con ingreso económico	21	383	5,5%	100%
	383		100%	

Realizado por: Amaiquema, E; Andi, L. 2021.

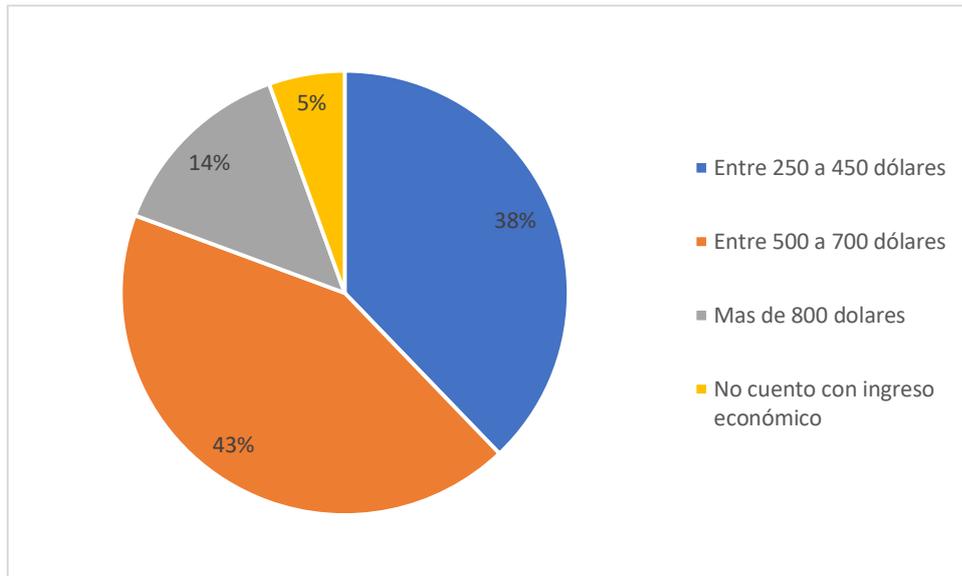


Gráfico 8-3. Ingresos económicos

Realizado por: Amaiquema, E; Andi, L. 2021.

El gráfico 8 del capítulo 3 nos indica que el 43% de los ingresos económicos de la mayoría de los turistas es de \$500 a 700 dólares, el 38% es de \$250 a 450 dólares, el 14% es de más de \$800 dólares y el 5% de no cuentan con ningún ingreso económico.

¿Por qué motivo suele viajar?

Tabla 10-3: Motivación de viaje

Opciones	frecuencia absoluta	frecuencia acumulativa	Frecuencia relativa	Frecuencia relativa acumulada
Vacaciones	267	267	69,7%	69,7%
Trabajo	42	309	11,0%	80,7%
Salud	7	316	1,8%	94,5%
Estudio	46	362	12,0%	94,5%
Otro	21	383	5,5%	100%
TOTAL	383		100%	

Realizado por: Amaiquema, E; Andi, L. 2021.

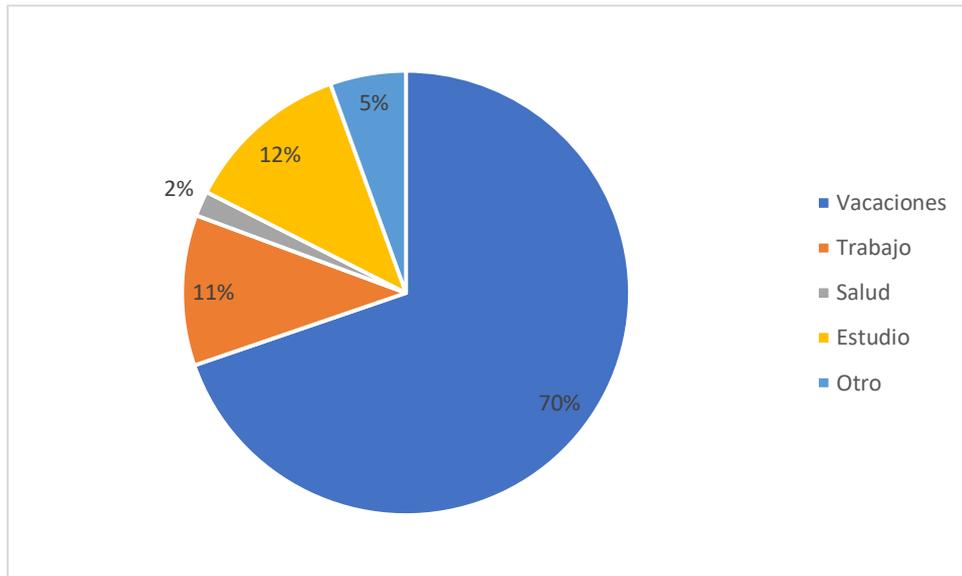


Gráfico 9-3. Motivación de viaje

Realizado por: Amaiquema, E; Andi, L. 2021.

El gráfico 9 del capítulo 3 muestra que un 70% viaja por motivos vacacionales, mientras que el 12% por estudio, el 11% por trabajo, el 2% por salud y el 5% por otros motivos. Es necesario conocer las temporadas altas y bajas para poder ofertar en centro turístico.

¿Con cuántas personas suele viajar?

Tabla 11-3: Personas con las que suele viajar

Opciones	frecuencia absoluta	frecuencia acumulativa	Frecuencia relativa	Frecuencia relativa acumulada
Solo	52	52	13,6%	13,6%
En pareja	49	101	12,8%	26,4%
Más de 3 personas	282	383	73,6%	100%
	383		100%	

Realizado por: Amaiquema, E; Andi, L. 2021.

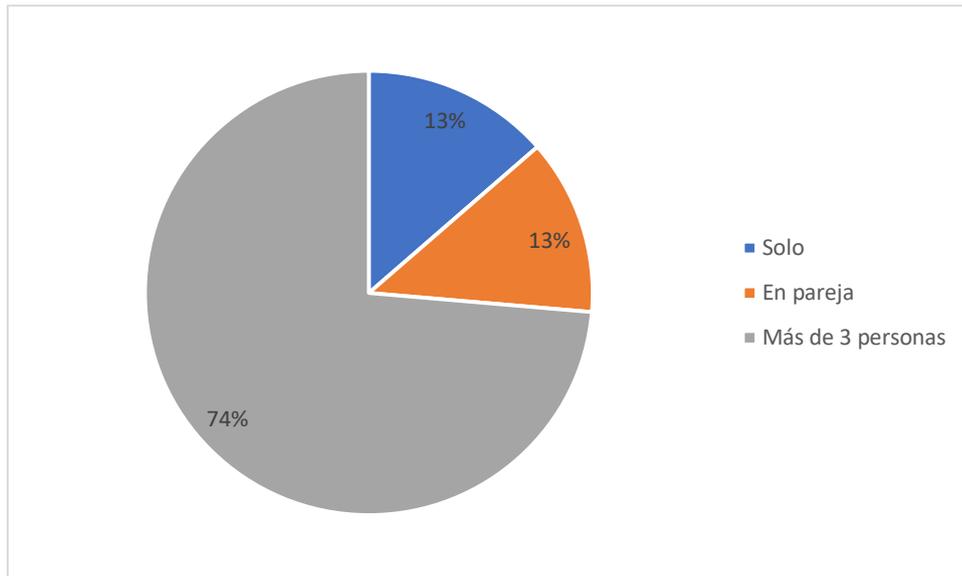


Gráfico 10-3. Personas con las que suele viajar

Realizado por: Amaiquema, E; Andi, L. 2021.

El gráfico 10 del capítulo 3 nos indica que el 74% de las personas encuestadas prefieren viajar con mas de 3 personas, mientras que el 14% viaja solo y el 13% en parejas.

¿Quiénes son las personas con las que usted viaja?

Tabla 12-3: Personas con las que viaja

Opciones	frecuencia absoluta	frecuencia acumulativa	Frecuencia relativa	Frecuencia relativa acumulada
Solo	44	44	11,5%	11,5%
Pareja	38	82	9,9%	21,4%
Familia	210	292	54,8%	76,2%
Amigos	91	383	23,8%	100%
TOTAL	383		100%	

Realizado por: Amaiquema, E; Andi, L. 2021.

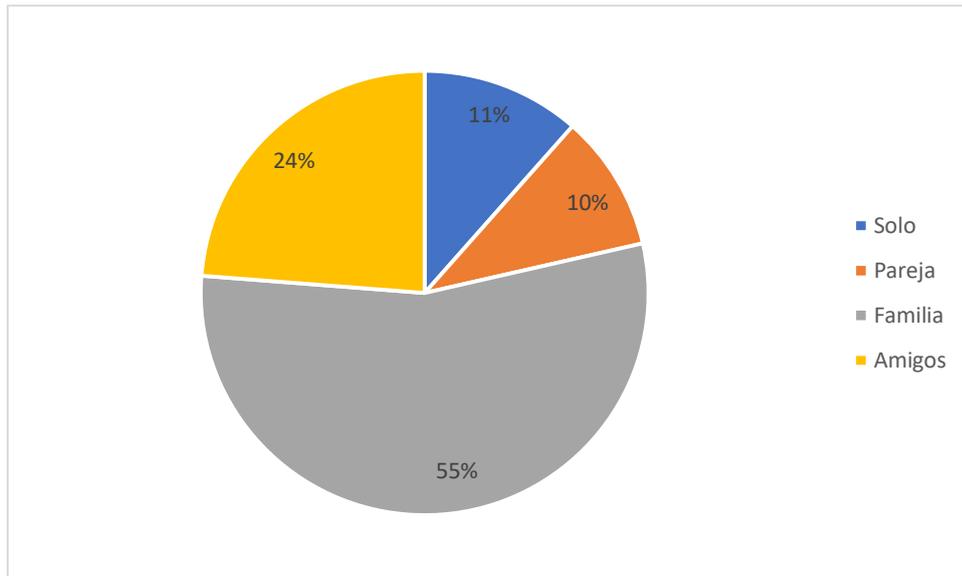


Gráfico 11-3. Personas con las que viaja

Realizado por: Amaiquema, E; Andi, L. 2021.

El 55% de las personas encuestadas viaja con su familia, el 24% con los amigos, el 11% prefiere viajar solo y el 10% viaja en parejas. Es importante ofertar actividades turísticas que garanticen las experiencias, la seguridad y confianza en el grupo de turistas que visitan el sitio.

¿A través de qué medios usted se informa de nuevos sitios turísticos?

Tabla 13-3: Medios de información de nuevos centros turísticos

Opciones	frecuencia absoluta	frecuencia acumulativa	Frecuencia relativa	Frecuencia relativa acumulada
Radio	2	2	0,5%	0,5%
Familia	89	91	23,2%	23,8%
Amigos	71	162	18,5%	42,3%
Televisión	18	180	4,7%	47,0%
Páginas Web	203	383	53,0%	100%
TOTAL	383		100%	

Realizado por: Amaiquema, E; Andi, L. 2021.

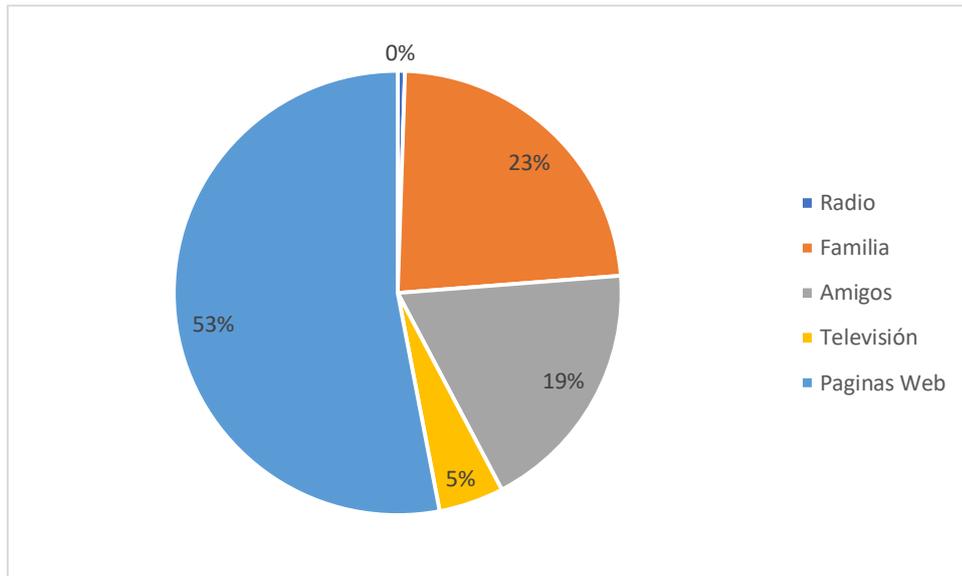


Gráfico 12-3. Medios de información de nuevos centros turísticos

Realizado por: Amaiquema, E; Andi, L. 2021.

El gráfico 12 del capítulo 3 nos dice que el 53% de las personas encuestadas se informan por medio de páginas web, el 23% por familiares, el 19% por amigos, el 5% por televisión y el 0% por radio. Es importante promocionar el centro turístico por los diferentes medios para que conozcan los servicios que ofrecen.

¿Ha visitado el Centro Turístico Makita Kuy Wildlife Reserve ubicado en Francisco de Orellana?

Tabla 14-3: Visita al Centro Turístico Makita Kuy Wildlife Reserve ubicado en Francisco de Orellana

Opciones	frecuencia absoluta	frecuencia acumulativa	Frecuencia relativa	Frecuencia relativa acumulada
Sí	77	77	20,1%	20,1%
No	306	383	79,9%	100%
	383		100%	

Realizado por: Amaiquema, E; Andi, L. 2021.

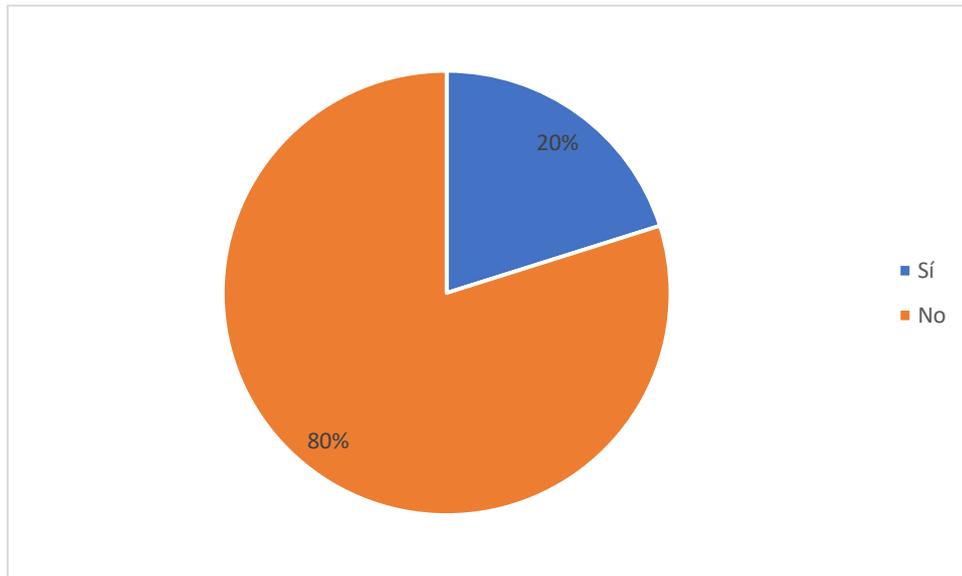


Gráfico 13-3. Visita al Centro Turístico Makita Kuy Wildlife Reserve ubicado en Francisco de Orellana

Realizado por: Amaiquema, E; Andi, L. 2021.

El 80 % de las personas encuestadas manifiestan que no conocen el centro turístico Makita Kuy Wildlife ubicado en Francisco de Orellana, y el 20 % indican que si han visitado el centro turístico. Es necesario promocionar el centro turístico.

¿Si su respuesta fue SI, cuántas veces ha ido en el último año?

Tabla 15-3: Cuántas veces ha visitado el centro turístico en el último año

Opciones	frecuencia absoluta	frecuencia acumulativa	Frecuencia relativa	Frecuencia relativa acumulada
Una vez	59	59	15,4%	15,4%
Dos veces	14	73	3,7%	19,1%
Más de dos veces	7	80	1,8%	20,9%
No lo han visitado	303	383	79,1%	100%
	383		100%	

Realizado por: Amaiquema, E; Andi, L. 2021.

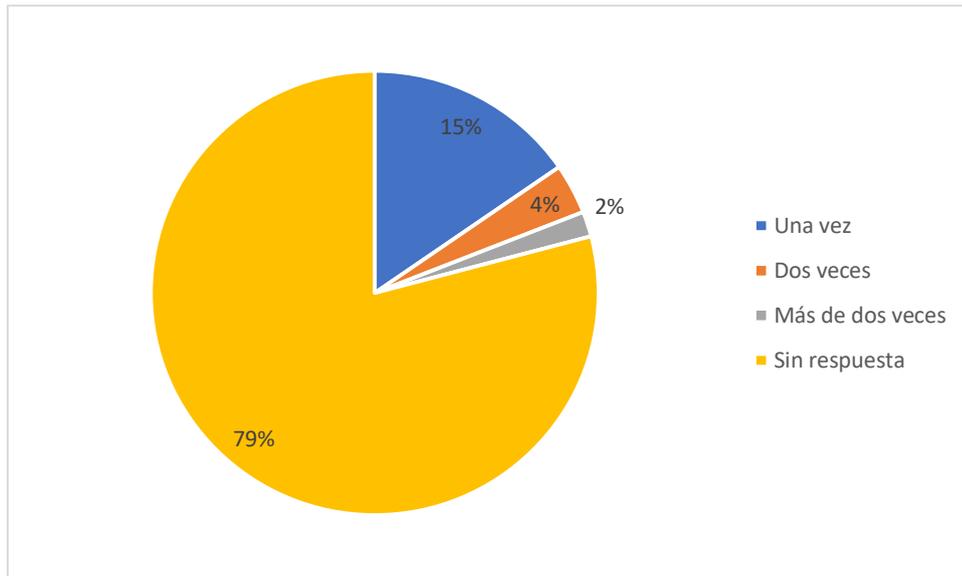


Gráfico 14-3. Cuántas veces ha visitado el centro turístico en el último año

Realizado por: Amaiquema, E; Andi, L. 2021.

El 79 % de las personas prefieren no responder a cuantas veces ha visitado el centro turístico en el último año, el 15 % una vez, el 4% dos veces y el 2% más de dos veces.

Si su respuesta fue NO, le gustaría visitar este Centro Turístico.

Tabla 16-3: Les gustaría visitar el centro turístico

Opciones	frecuencia absoluta	frecuencia acumulativa	Frecuencia relativa	Frecuencia relativa acumulada
Sí	294	294	76,8%	76,8%
No	9	303	2,3%	79,1%
Ya lo han visitado, no responde la pregunta	80	383	20,9%	100%
	383		100%	

Realizado por: Amaiquema, E; Andi, L. 2021.

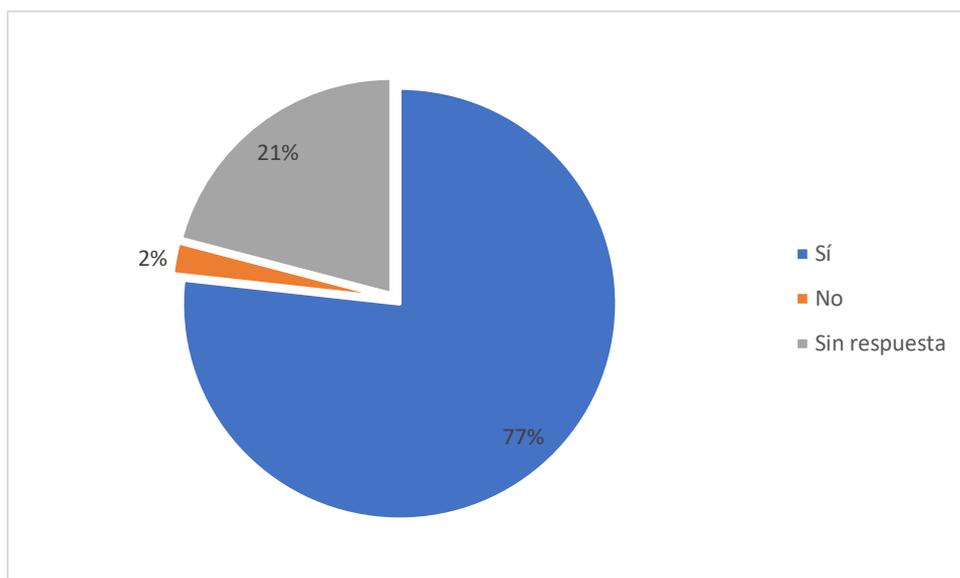


Gráfico 15-3. Les gustaría visitar el centro turístico

Realizado por: Amaiquema, E; Andi, L. 2021.

De acuerdo a la encuesta realizada el 77 % de las personas indican que les gustaría visitar el centro turístico y el 21 % manifiestan que no les gustaria, el 2% prefieren no responder a ninguna de las dos opciones.

Dentro del centro turístico que actividades que le gustaría realizar

Tabla 17-3: Actividades y servicios para realizar

Opciones	frecuencia absoluta	frecuencia acumulativa	Frecuencia relativa	Frecuencia relativa acumulada
Paseos en kayak	120	120	31,3%	31,3%
Paseos en canoa	89	209	23,2%	54,6%
Recorrido por el sendero	54	263	14,1%	68,7%
Servicio de alimentación	76	339	19,8%	88,5%
Servicio de hospedaje	7	346	1,8%	95,8%
Camping	21	367	5,5%	95,8%
Áreas Recreativas	15	382	3,9%	99,7%
Juegos infantiles	1	383	0,3%	100%
	383		100%	

Realizado por: Amaiquema, E; Andi, L. 2021.

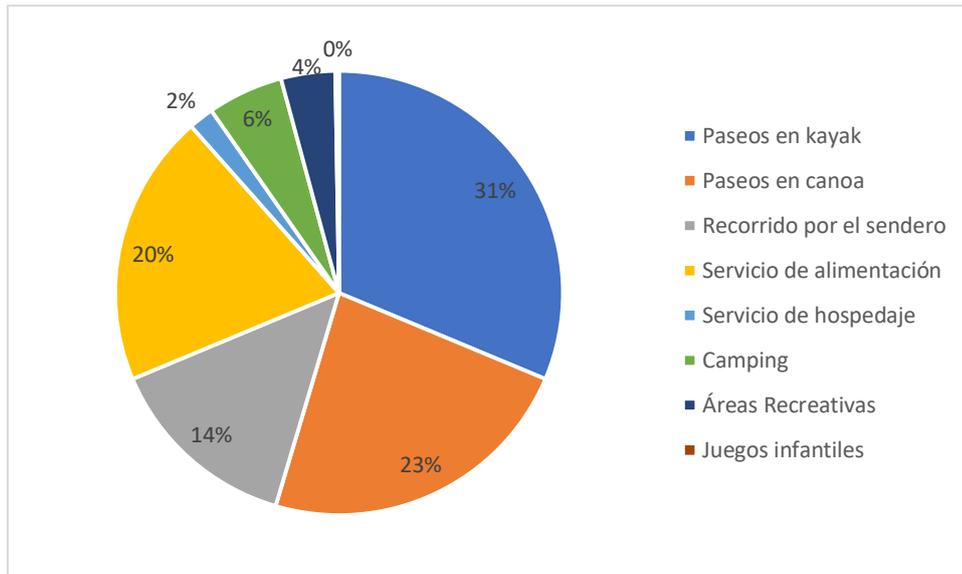


Gráfico 16-3. Actividades para realizar

Realizado por: Amaiquema, E; Andi, L. 2021.

De las personas encuestadas en las actividades para realizar el 31% indican que prefieren el paseo en Kayak, el 23 % paseo en canoa, el 20 % servicio de alimentación, el 14% Recorrido por el sendero, el 6% Camping, el 4% optan por las áreas recreativas, el 2% manifiesta que le gustaría el servicio de hospedaje, y los juegos infantiles 0%.

¿Ha visitado un mirador antes?

Tabla 18-3: Ha visitado un mirador antes

Opciones	frecuencia absoluta	frecuencia acumulativa	Frecuencia relativa	Frecuencia relativa acumulada
Si	128	128	33,4%	33,4%
No	255	383	66,6%	100%
	383		100%	

Realizado por: Amaiquema, E; Andi, L. 2021.

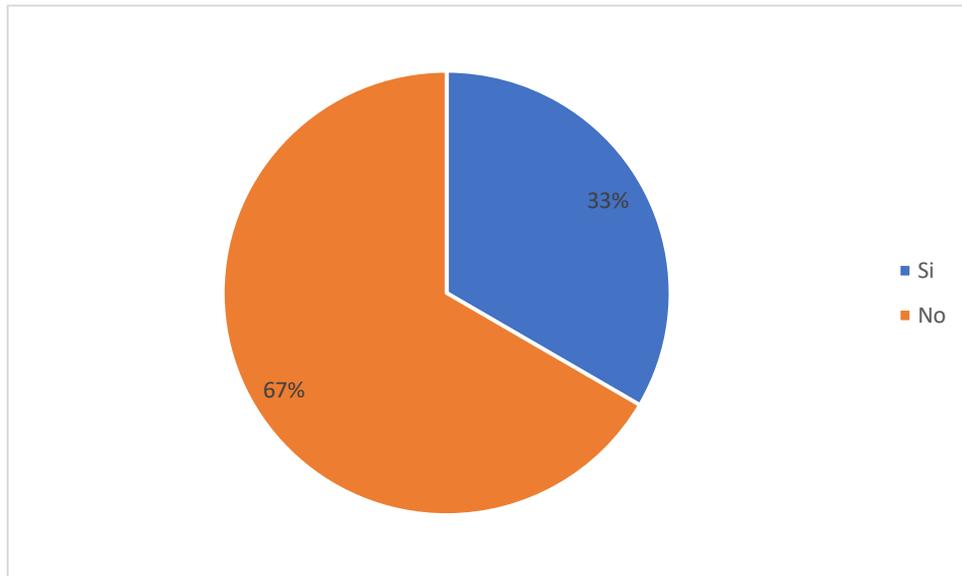


Gráfico 17-3. Ha visitado un mirador antes

Realizado por: Amaiquema, E; Andi, L. 2021.

El 67 % de las personas indican que no han visitado un mirador antes y el 33 % si han visitado. Según los resultados obtenidos la mayoría de las personas no conocen un mirador por lo que es necesario difundir por todos los medios informativos para que se interesen en visitar.

Si se implementara un mirador turístico en Makita Kuy Wildlife Reserve, usted estaría dispuesto a visitarlo.

Tabla 19-3: Le gustaría visitar el centro turístico

Opciones	frecuencia absoluta	frecuencia acumulativa	Frecuencia relativa	Frecuencia relativa acumulada
Sí	294	294	76,8%	76,8%
No	13	307	3,4%	80,2%
Tal vez	76	383	19,8%	100%
	383		100%	

Realizado por: Amaiquema, E; Andi, L. 2021.

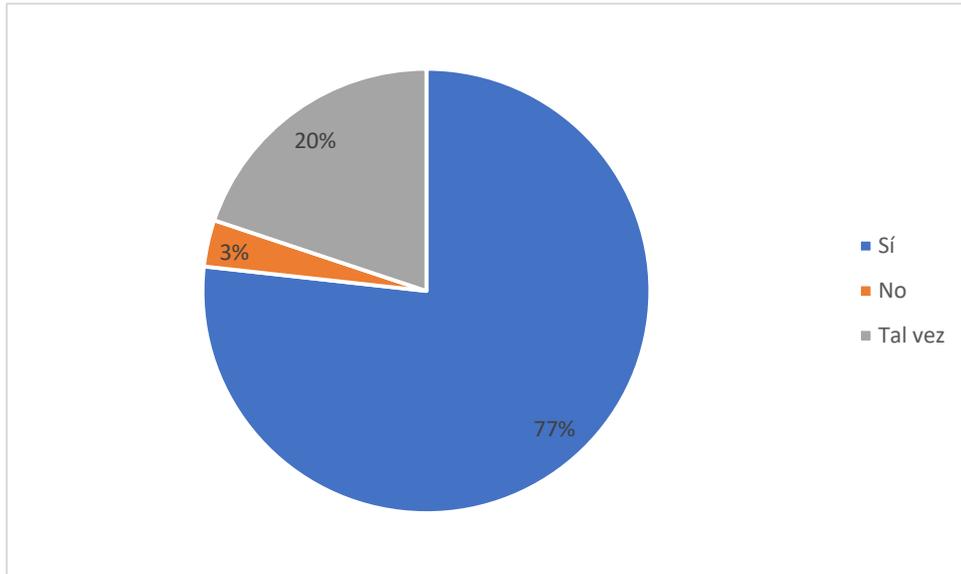


Gráfico 18-3. Le gustaría visitar el centro turístico

Realizado por: Amaiquema, E; Andi, L. 2021.

El 77 % de las personas indican que, si les gustaría visitar el centro turístico, el 20 % manifiestan que tal vez les gustaría visitar y el 3 % no están interesados en visitar el centro turístico. Es importante promocionar para que las personas se interesen por conocer y disfrutar de los servicios que ofrece el centro turístico.

¿Qué tiempo usted acostumbra a estar en un mirador?

Tabla 20-3: Tiempo en un mirador

Opciones	frecuencia absoluta	frecuencia acumulativa	Frecuencia relativa	Frecuencia relativa acumulada
Menos de dos horas	59	59	15,4%	15,4%
Tres horas	193	252	50,4%	65,8%
Cinco horas	131	383	34,2%	100%
TOTAL	383		100%	

Realizado por: Amaiquema, E; Andi, L. 2021.

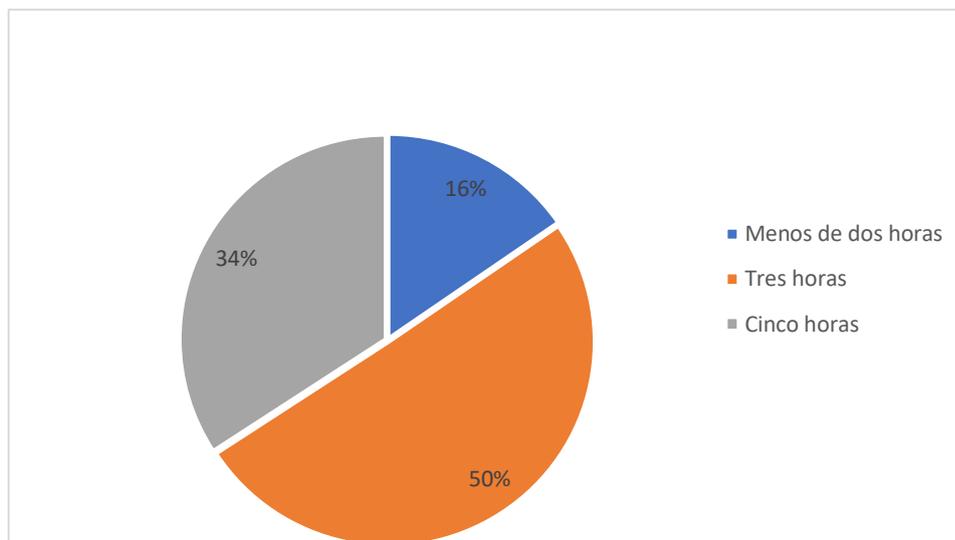


Gráfico 19-3. Tiempo en un mirador

Realizado por: Amaiquema, E; Andi, L. 2021.

El 50% de los turistas prefieren permanecer en un mirador solo tres horas, el 34% solo cinco horas y 16% menos de dos horas. Es importante conocer el tiempo estimado que se tomara para recorrer el mirador ya que las personas cuentan con un tiempo estimado para realizar sus actividades.

¿Hasta cuanto estaría dispuesto a pagar por ingresar a un mirador?

Tabla 21-3: Precio de ingreso al mirador

Opciones	frecuencia absoluta	frecuencia acumulativa	Frecuencia relativa	Frecuencia relativa acumulada
1 dólar	49	49	12,8%	12,8%
2 dólares	135	184	35,2%	48,0%
3 dólares	77	261	20,1%	68,1%
4 dólares	33	294	8,6%	76,8%
5 dólares	89	383	23,2%	100%
	383		100%	

Realizado por: Amaiquema, E; Andi, L. 2021.

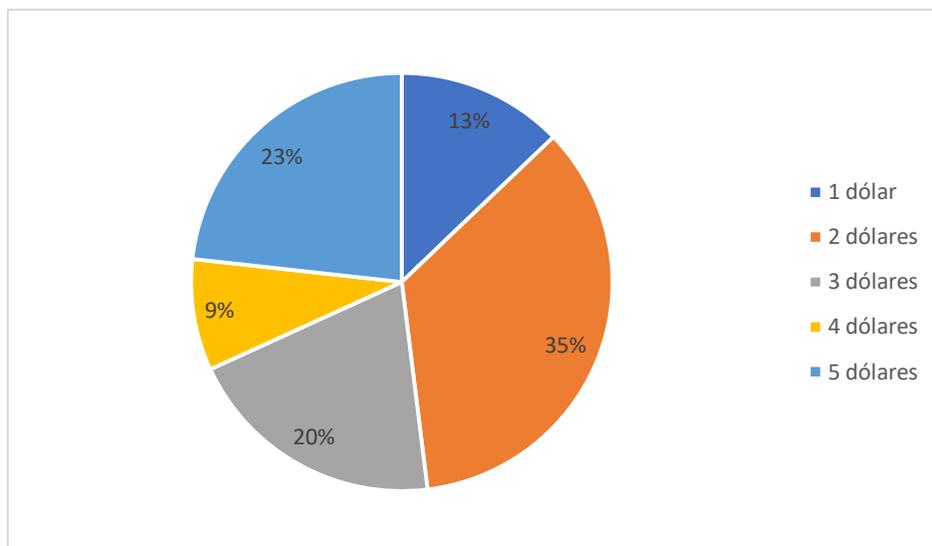


Gráfico 20-3. Precio de ingreso al mirador

Realizado por: Amaiquema, E; Andi, L. 2021.

El 35% de las personas están dispuestos a pagar \$ 2 dólares para poder ingresar a visitar el mirador, el 23% \$5 dólares, el 20% \$ 3 dólares, el 9% \$4 dólares y el 13% \$ 1 dólar. La mayoría de los turistas está dispuesto a pagar un valor que se está al alcance de sus bolsillos y recorrer por alrededor del mismo.

¿Cuándo usted visita un mirador que es lo que busca?

Tabla 22-3: Que es lo que busca en un mirador

Opciones	frecuencia absoluta	frecuencia acumulativa	Frecuencia relativa	Frecuencia relativa acumulada
Una excelente vista	100	100	26,1%	26,1%
Comodidad	34	134	8,9%	8,9%
Seguridad	67	201	17,5%	17,5%
Tranquilidad	10	211	2,6%	2,6%
Cero ruidos	45	256	11,7%	11,7%
Contacto con la naturaleza	97	353	25,3%	25,3%
Otro	30	383	8%	100%
	383		100%	

Realizado por: Amaiquema, E; Andi, L. 2021.

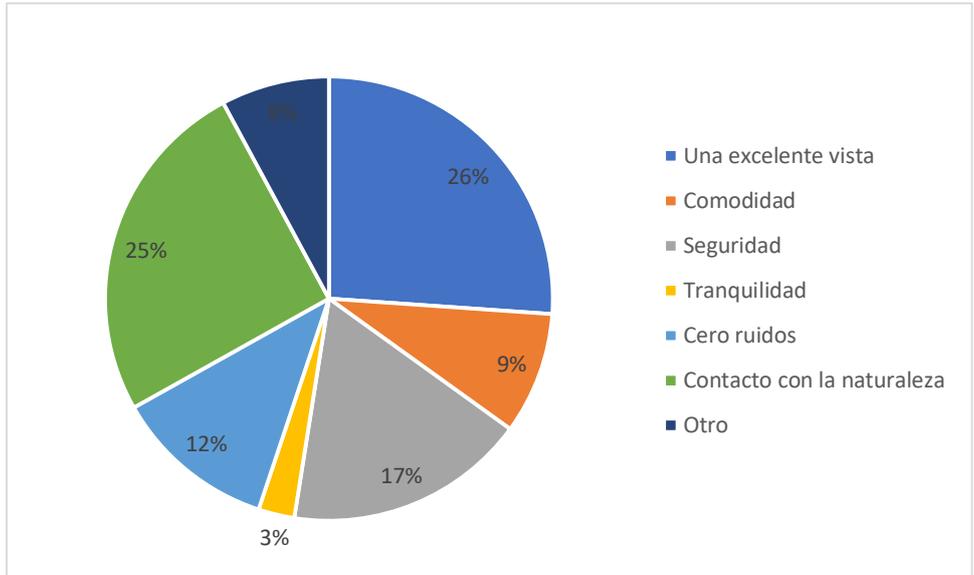


Gráfico 21-3. Qué es lo que busca en un mirador

Realizado por: Amaiquema, E; Andi, L. 2021.

El 26% de los turistas en su mayoría buscan una excelente vista, el 25% desea estar en contacto con la naturaleza, el 17% seguridad, el 12% cero ruidos, el 9% comodidad, el 3% tranquilidad, mientras el 8% restantes de los turistas tienen otras perspectivas. Es importante conocer lo que busca en turista en un sitio turístico para poder ofertar de mejor manera el centro turístico y a la vez buscar la manera de satisfacer sus necesidades.

3.2.2. Interpretación general del perfil del turista

Se determina que el turista que visitara el mirador está en un rango de edad mayoritario de 16 a 25 años, procedentes mayormente de la propia provincia de Orellana y de la provincia de Pichincha, teniendo visitas como países extranjeros tenemos a Colombia, como se trata de un rango de edad joven la mayor parte cuenta con un nivel de educación secundario y superior mayormente con un trabajo como empleado público y empleado privado, teniendo así un ingreso mensual entre los 250 a 700 dólares. La motivación de viaje de estos turistas es en vacaciones ya que tienen mayor tiempo libre, viajando así en grupos de más de 3 personas mayormente en compañía de familia y amigos, informándose así de nuevos centros turísticos por medio de páginas web.

La mayor parte de los encuestados no conoce el centro turístico Makita Kuy, pero hay un porcentaje muy bajo que si lo conoce y nos dicen que lo han visitado en el último año una vez, sin embargo, las personas que no conocen el lugar si quisieran ir para realizar actividades acuáticas como paseos en kayak, paseo en canoa y tener el servicio de alimentación ya que están son las más requeridas por el visitante. Hay que tener en cuenta que la mayoría de los encuestados no han visitado un mirador y eso hace que quieran ir a uno.

La mayoría de turistas están dispuestos a visitar el mirador si se lo implementara en Makita Kuy y nos manifestaron que pasarían alrededor de tres horas en el mirador y estarían dispuesto a pagar hasta 2 dólares por el ingreso; dándonos a conocer que cuando ellos visitan un mirador buscan una excelente vista, contacto con la naturaleza y seguridad.

3.2.3. Matriz FODA

El análisis FODA (fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas) se realizó para evaluar las ventajas e inconvenientes en el centro turístico, para así poder identificar oportunidades que se deben aprovechar de Makita Kuy.

Tabla 23-3: Matriz FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none">- Variedad de flora y fauna- Actividades turísticas- Trabajadores capacitados- Capacidad de alojamiento- Fácil acceso al lugar	<ul style="list-style-type: none">- Buena ubicación del centro turístico- Diversidad de flora y fauna- Posibilidad de crecimiento
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none">- Poco conocimiento del lugar- Falta de presencia institucional	<ul style="list-style-type: none">- Fenómenos naturales- Plagas- Competencias

Realizado por: Amaiquema, E; Andi, L. 2021.

3.3. Estudio técnico – productivo mediante análisis de datos para la implementación del mirador

3.3.1. Tamaño de la empresa

3.3.1.1. Número de clientes proyectados al centro turístico

Tabla 24-3: Números de clientes proyectados

AÑO	ANUAL	SEMESTRAL	MENSUAL	QUIMESTRAL	SEMANAL	DIARIO
2021	2190	1095	183	91	46	7
2022	2690	1345	224	112	56	8
2023	3190	1595	266	133	66	9
2024	3690	1845	308	154	77	11
2025	4190	2095	349	175	87	12
2026	4690	2345	391	195	98	14

Realizado por: Amaiquema, E; Andi, L. 2021.

3.3.1.2. Visita aparente con respecto a la implementación mirador

Tabla 25-3: Proyección de los visitantes con respecto al mirador

Año	Demanda objetiva	Visita al mirador 96%
2021	2190	2102
2022	2690	2582
2023	3190	3062
2024	3690	3542
2025	4190	4022
2026	4690	4502

Realizado por: Amaiquema, E; Andi, L. 2021.

3.3.1.3. Proyección de los visitantes con respecto a la implementación del mirador

Tabla 26-3: Proyección de visitantes al mirador

AÑO	ANUAL	SEMESTRAL	MENSUAL	QUIMESTRAL	SEMANAL	DIARIO
2021	2102	1051	175	88	44	6
2022	2582	1291	215	108	54	8
2023	3062	1531	255	128	64	9
2024	3542	1771	295	148	74	11
2025	4022	2011	335	168	84	12
2026	4502	2251	375	188	94	13

Realizado por: Amaiquema, E; Andi, L. 2021.

3.3.2. Localización

3.3.2.1. Tamaño óptimo de la planta

Este tamaño se definió por la capacidad física que tendrá el mirador turístico, en su infraestructura podrá existir un máximo de 5 personas, cada grupo que ingresa tendrá un tiempo de 3 horas para la observación del paisaje y sesión de fotografía, ingresando por día alrededor de 5 grupos, este centro turístico ofrecerá su servicio los 365 días del año, con un promedio por semana de 100 personas aproximadamente.

3.3.2.2. Localización óptima del proyecto

- Macro localización

La localización del proyecto se ubica en la provincia de Orellana, en el cantón Francisco de Orellana en el sector 20 de octubre, riveras del río Payamino.



Figura 2-3. Mapa de Francisco de Orellana
Fuente: Google Maps.

- Micro localización

Aquí se muestra el centro turístico Makita Kuy, lugar donde se implementará el mirador turístico.



Figura 3-3. Mapa de ubicación

Fuente: Google Maps.

3.3.3. Diseño

3.3.3.1. Estructura arquitectónica

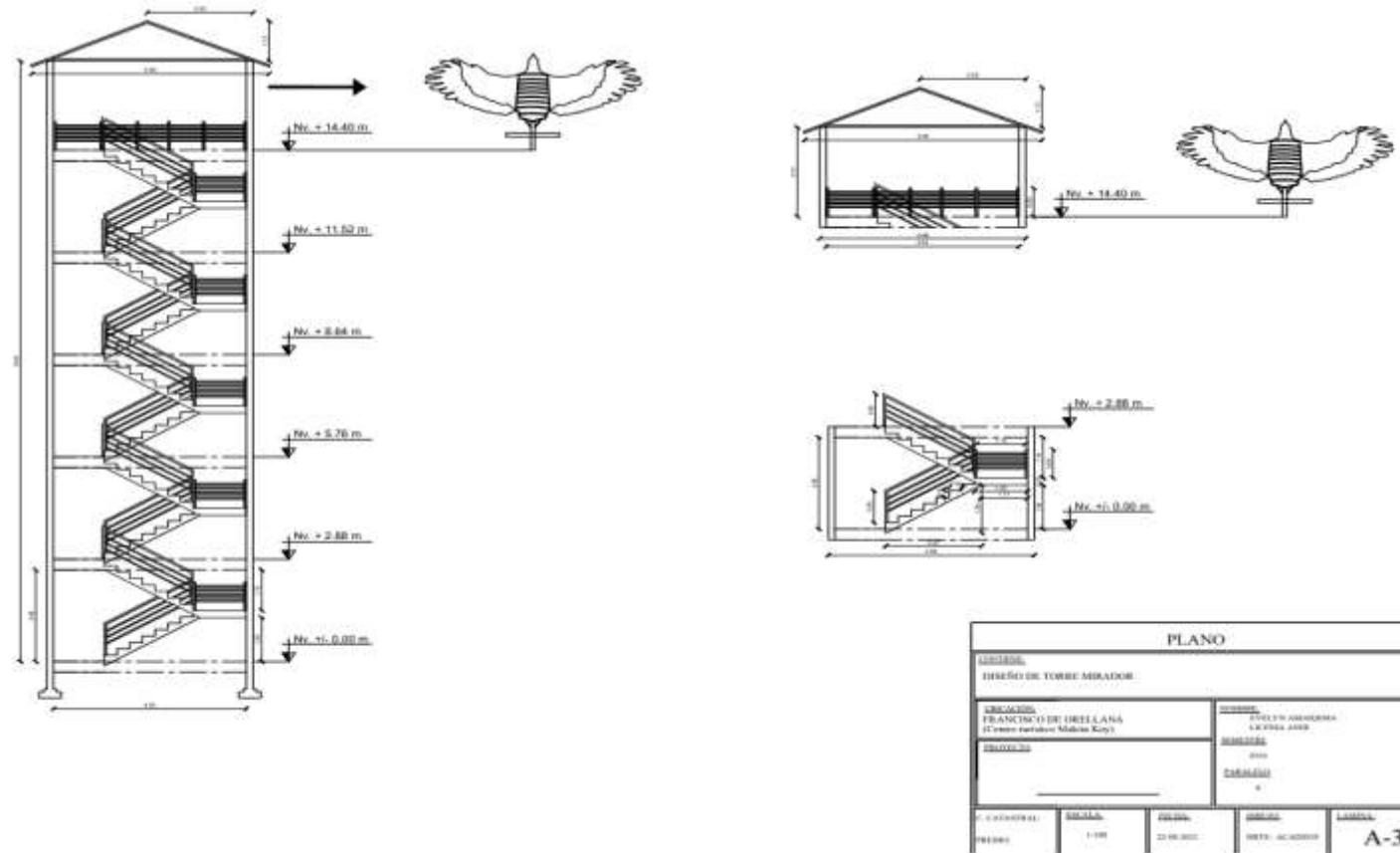


Figura 4-3. Diseño de la torre del mirador turístico
Realizado por: Quishpe, S. 2021.

3.3.4. Flujogramas

3.3.4.1. Diagrama de flujo del proceso productivo

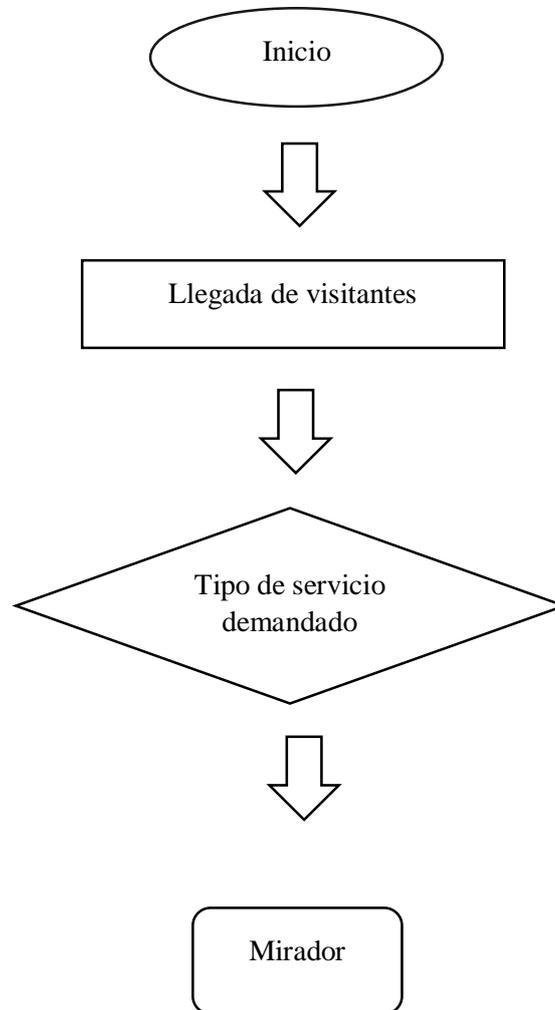


Gráfico 22-3. Flujograma del proceso productivo
Realizado por: Amaiquema. E, Andi L. 2021.

3.3.4.2. Diagrama de flujo de la actividad del mirador

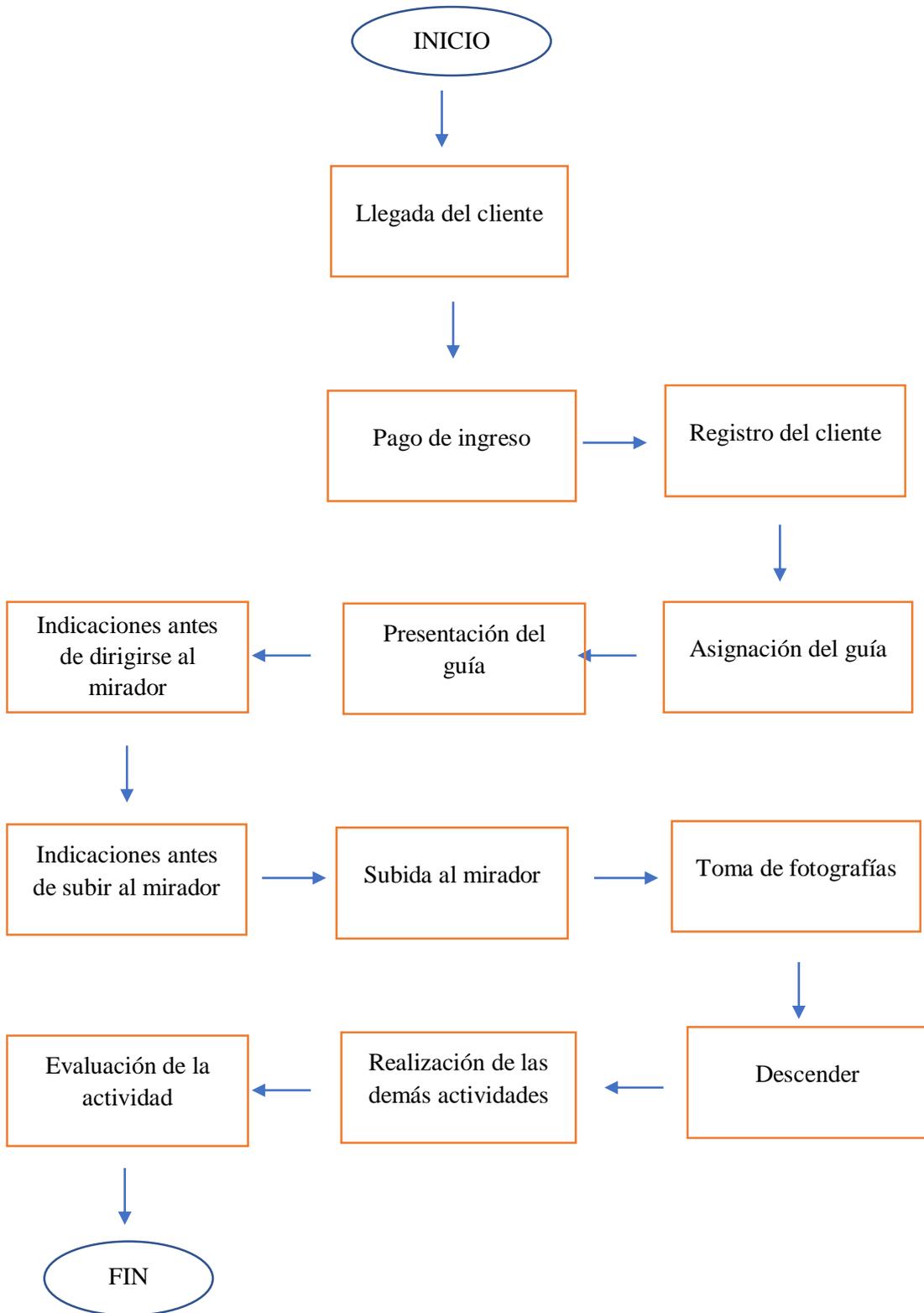


Gráfico 23-3. Flujograma actividad mirador
Realizado por: Amaiquema, E, Andi L. 2021.

3.3.5. Presupuesto general del mirador

Tabla 27-3: Presupuesto general del mirador

GASTOS TOTALES	
RUBROS	PRECIO TOTAL
ACTIVOS FIJOS	
Obra civil	\$47.300,66
Equipos	\$2.866,00
Materiales indirectos	\$3.400,00
Otros activos	\$1.300,00
Gastos preoperacionales	\$3.700,00
TOTAL, DE ACTIVOS	\$58.566,66
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 22.580,70
TOTAL, INVERSION	\$81.147,36

Realizado por: Amaiquema, E; Andi, L. 2021.

3.3.6. Impacto ambiental

3.3.6.1. Matriz de Lázaro Lagos

Con la utilización de la matriz causa - efecto de Lázaro Lagos se pretende predecir los posibles impactos que se producirán por la implementación del mirador turístico en el centro turístico Makita Kuy, analizar las acciones que pudieran causar impactos en los componentes agua, aire, suelo, flora, fauna, socio – económico y paisaje (Chavez, 2017).

Para confrontar los impactos que se generan frente a las acciones que perturban a los componentes ambientales, se marcó con signo (+) o (-) según el grado de afectación para ir relacionando los impactos con las acciones. Una vez llenadas las cuadrículas se asignó valores de acuerdo al criterio de evaluación establecido (Chavez, 2017).

La matriz Lázaro Lagos se obtuvo a partir de las combinaciones de las matrices de Leopold y Batelle – Columbus, esta matriz nos permite transformar de un método fácil, rápido y sencillo para poder obtener una información clara y precisa (Chavez, 2017).

Tabla 28-3: Matriz de Lázaro Lagos

Componentes ambientales	Actividades								IMPACTOS	Criterios									
	1. Limpieza del terreno	2. Excavación (bases)	3. Introducción del material	4. Cimentación de material para el mirador.	5. Implementación de infraestructura turística para el mirador.	6. Mejoramiento y apertura de senderos	7. Observación de flora y fauna	8. Tránsito en el sendero		1. Naturaleza	2. Magnitud	3. Importancia	4. Certeza	5. Tipo	6. Reversibilidad	7. Duración	8. Tiempo en aparecer	9. Considerado en el Proyecto	10. Ponderación
A. Aire				x					Aumento de gases contaminantes por la presencia de vehículos motorizados	(-)	1	1	I	Ac	1	2	M	N	5
B. Suelo	x	x		x	x		x	x	Generación de desechos orgánicos e inorgánicos	(-)	1	2	C	Sc	2	1	C	S	6
	x	x	x	x	x		x	x	Cambio físico del relieve	(+)	1	3	D	Pr	1	3	C	S	8
C. Agua					x				Incremento del consumo de agua en los establecimientos turísticos	(-)	1	3	C	Ac	1	2	M	S	7
									Conservación de fuentes de agua	(+)	3	3	D	Pr	1	3	L	S	10
D. Flora y fauna	x	x			x		x	x	Desequilibrio ecológico	(-)	1	2	D	Sc	2	2	M	N	7
	x	x			x		x	x	Recolección de especies flora	(-)	1	2	C	Pr	1	1	C	S	5
	x	x			x		x	x	Perturbación de especies por ruido	(-)	1	1	D	Sc	1	1	C	N	4
	x	x			x		x		Fragmentación del hábitat de la fauna	(-)	1	3	I	Sc	1	3	M	S	8
					x		x	x	Protección a especies de fauna	(+)	2	3	D	Sc	2	3	M	N	10
E. Socio - económico						x	x	x	Aumento del turismo en la zona	(+)	2	3	I	Pr	2	3	L	S	10
	x	x	x	x	x				Generación de empleos	(+)	1	2	C	Pr	2	2	C	N	7
					x		x		Dinamización de la economía local	(+)	2	2	I	Pr	2	3	M	S	9
	x	x		x					Incremento por ruido.	(-)	1	1	D	Pr	2	1	C	N	5
							x	x	Concientización sobre la importancia de conservar la flora y fauna	(+)	2	3	D	Pr	1	2	L	S	8
F. Paisaje	x	x						x	Generación y eliminación de basura	(-)	2	3	D	Pr	1	2	C	S	8
						x	x	x	Conservación de escenarios	(+)	2	2	D	Pr	1	2	M	S	7
	x	x	x	x			x	x	Perturbación por ruido	(-)	1	2	D	Pr	1	1	C	N	5

Realizado por: Amaiquema, E; Andi, L. 2021.

3.4. Plan de marketing para dar a conocer los servicios que ofrece el centro turístico

3.4.1. Plan del Marketing

3.4.1.1. Idea del Proyecto

El presente Proyecto de investigación propone el estudio de factibilidad para la implementación de un mirador turístico, con la finalidad de que las personas tengan otra alternativa para disfrutar a la hora que se llega al centro turístico Makita Kuy.

3.4.2. Marketing mix

3.4.2.1. Producto

Con la implementación del mirador se podrá observar toda la naturaleza que rodea a Makita Kuy ofreciendo una gran vista,

Dentro del centro turístico ya se ofrece diferentes servicios turísticos para el disfrute de los visitantes como:

- Paseos en kayak

El recorrido se lo puede ser realizar solo o en compañía de otra persona, recorriendo así el río Payamino.



Figura 5-3. Kayak
Fuente: Makita Kuy.

- Observación de flora y fauna.

Dentro del establecimiento se puede observar gran cantidad de especies.



Figura 6-3. Observación de Flora y Fauna
Fuente: Makita Kuy.

- Servicio de alimentación.

Se puede degustar platos típicos de la Amazonia ecuatoriana.



Figura 7-3. Comida típica

Fuente: Makita Kuy.

- Paseos en canoa.

El recorrido se lo realiza en el río Payamino con la finalidad de observar la flora que los rodea.



Figura 8-3. Paseos en canoa

Fuente: Makita Kuy.

- Servicio de alojamiento

Cuenta con 3 cabañas para el Descanso de las personas que deseen pernoctar.



Figura 9-3. Habitaciones
Fuente: Makita Kuy.

- Senderismo con guianza

Se cuenta con senderos para conectar con la naturaleza y observar las diferentes especies que habitan en este centro turístico, esto se lo realiza con un guía.



Figura 10-3. Senderos
Fuente: Makita Kuy.

3.4.2.2. Precio

Para determinar los precios que se aplicarán en el presente proyecto se toma en consideración principalmente los costos que intervendrán en la prestación de servicios y básicamente los precios de los servicios sustitutos para así poder establecer un buen precio en el mercado y que sea competitivo con los servicios similares ya que no existe una competencia directa.

Tabla 29-3: Actividades turísticas

Actividades	Precio	Tiempo
Ingreso incluye: mirador y senderismo	3 dólares	Sin límite de tiempo
Paseo en kayak	10 dólares por persona	2 horas
Paseo en canoa	10 dólares por persona	2 horas
Camping	10 dólares por persona	Sin límite de tiempo
Hospedaje	20 dólares por persona	Por noche
Alimentación	5 dólares por plato	Sin límite de tiempo

Realizado por: Amaiquema, E; Andi, L. 2021.

- Formas de pago

Los clientes podrán cancelar en efectivo.

3.4.2.3. Promoción

El centro turístico Makita Kuy Wildlife Reserve, para promocionarse brindara información de sus productos y servicios que ofrece, mediante estos medios:

- Facebook: El establecimiento turístico ya cuenta con esta red social seria solo de difundirla y estar siempre subiendo fotos de todas las actividades que se ofrece. Crear historias patrocinadas ya que destaca las recomendaciones de su marca que hacen los usuarios a sus amigos y que aparecen en la sección Últimas noticias.



Figura 11-3. Página de Facebook
Fuente: Makita Kuy.

- Instagram: Mediante esta red se pueden subir fotos y videos cortos que pueden llegar a ver muchas personas de diferentes partes del mundo, también se puede publicitar la página y esto hará que personas se interesen por el lugar.

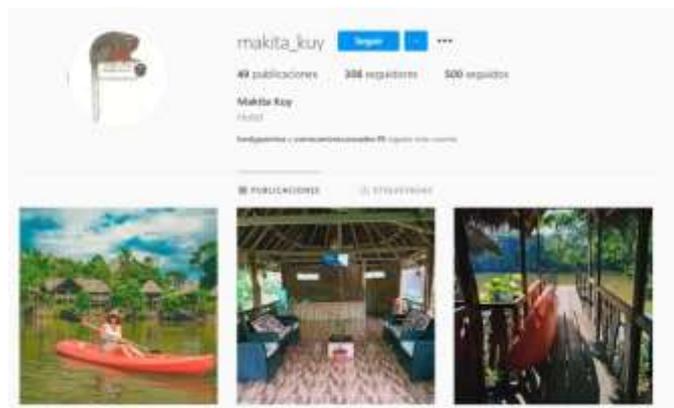


Figura 12-3. Página de Instagram
Fuente: Makita Kuy.

- Video publicitario para dar a conocer el mirador
 Cuando se implemente el mirador turístico una promoción sería difundir esta nueva infraestructura por medio de un video turístico llamativo donde las personas conozcan más del lugar.
 El video iniciará con esta imagen:



Figura 13-3. Imagen del video publicitario

Fuente: Makita Kuy.

Tendrá una duración de 2 minutos en donde se mostrará el mirador y también los servicios y atractivos que posee el Centro Turístico Makita Kuy, para este video se ha considerado la resolución de 720p que es considerada la resolución más alta y se puede reproducir con facilidad.

- Concepto del video publicitario para redes sociales

Si te encuentras en la ciudad de El Coca no te puedes olvidar de visitar Makita Kuy Wildlife Reserve podrás disfrutar de paseos por los senderos y entraras en un contacto directo con la naturaleza además este sitio cuenta con un mirador en donde observaras desde lo alto la belleza paisajística que posee el lugar, su flora - fauna y lo más importante es que este sitio ofrece actividades como kayak, paseos en canoa por el río Payamino y camping, cabe mencionar que cuenta con servicio de restaurant y alojamiento. Visítanos pronto, te esperamos.

3.4.2.4. Plaza

Makita Kuy Wildlife Reserve se encuentra ubicado en la provincia de Orellana en el cantón Francisco de Orellana, en el sector 20 de octubre a la orilla del río Payamino. Esta ubicación del centro turístico se convierte en una ventaja competitiva, debido que se sitúa en la zona rural de la ciudad facilita el contacto directo con la naturaleza.

3.5. Realizar el análisis económico y financiero mediante la determinación de costos, gastos e ingresos para conocer la viabilidad del proyecto

3.5.1. Análisis económico

3.5.1.1. Costos, Obra civil

Tabla 30-3: Obra civil

RUBRO	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Instalación de obra				
Caseta	m2	25	\$ 23,35	\$ 583,75
Tanque elevado	Unidad	7	\$ 350,00	\$ 2.450,00
Bomba de succión	unidad	5	\$ 320,00	\$ 1.600,00
TOTAL				\$ 4.633,75
Obra				
Limpieza del terreno	M2	600	\$ 0,80	\$ 480,00
Replanteo y nivelación	M2	600	\$ 0,85	\$ 510,00
Permiso de construcción	M2	1	\$ 200,00	\$ 200,00
Permiso sanitario	Gbl	1	\$ 180,00	\$ 180,00
Permiso eléctrico	M2	1	\$ 90,00	\$ 90,00
Permiso arquitectónico	Gbl	1	\$ 300,00	\$ 300,00
Letrero de construcción	unidad	1	\$ 80,00	\$ 80,00
Inspección final	Gbl	1	\$ 400,00	\$ 400,00
TOTAL				\$ 2.240,00
Movimiento de tierra				
Excavación manual de suelo natural	M3	10	\$ 20,00	\$ 200,00
Relleno	Unidad	10	\$ 8,00	\$ 80,00
TOTAL				\$ 280,00
Estructura del mirador				
Hormigos simples en plintos f'c= 210 kg/cm2	M3	1,9	\$ 290,00	\$ 551,00
hormigos simples en cadenas f'c= 210 kg/cm2	M3	0,85	270.00	\$ 229,50

acero de refuerzo fy =4200 kg/cm2	Kg	500	\$ 2,60	\$ 1.300,00
Estructura metálica, construcción y montaje	Kg	3.850	\$ 5,10	\$ 19.635,00
Pasamanos tubería metálica	Kg	680	\$ 4,80	\$ 3.264,00
Gradas estructura metálica	Kg	600	\$ 5,90	\$ 3.540,00
Cubierta dura techo	Kg	30	\$ 12,00	\$ 350,00
Enlucidos	M2	1000	4.99	\$ 4.990,00
TOTAL				\$ 33.859,50
Estructura alas				
Cemento	sacos	10	\$ 7,00	\$ 70,00
Varilla	M2	14	\$ 9,00	\$ 126,00
Estructura metálica	Kg	300	\$ 5,10	\$ 1.530,00
Total				\$ 1.726,00
Pintura				
Pintura de decoración	gal	10	\$ 9,00	\$ 90,00
Pintura para metal	gal	50	\$ 30,00	\$ 1.500,00
TOTAL				\$ 1.590,00
Instalaciones eléctricas				
Panel de distribución	Unidad	6	\$ 36,50	\$ 219,00
Puntos de iluminación	PTO	10	\$ 50,00	\$ 500,00
TOTAL				\$ 719,00
SUBTOTAL				\$ 45.048,25
IMPREVISTOS				
5%				\$ 2.252,41
TOTAL				\$ 47.300,66

Realizado por: Amaiquema, E; Andi, L. 2021.

3.5.1.2. Gastos equipos y materiales

Tabla 31-3: Gastos equipos y materiales

RUBRO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
EQUIPOS			
Larga vista	2	\$ 1.000,00	\$ 2.000,00
Extintor contra incendios	3	\$ 80,00	\$ 240,00
Botiquín primeros auxilios	1	\$ 40,00	\$ 40,00
TOTAL			\$ 2.280,00
Materiales			
Pintura	6	\$ 6,00	\$ 36,00
TOTAL			\$ 36,00
Tachos para basura			
Basureros de hierro	5	\$ 15,00	\$ 75,00
TOTAL			\$ 75,00
Activos			
Letreros de señalización dentro del mirador	10	\$ 15,00	\$ 150,00
Letreros de señalización alrededor del mirador	5	\$ 15,00	\$ 75,00
Letrero de ubicación del mirador	1	\$ 250,00	\$ 250,00
TOTAL			\$ 475,00
SUBTOTAL			\$ 2.866,00

Realizado por: Amaiquema, E; Andi, L. 2021.

3.5.1.3. Capital de trabajo

Tabla 32-3: Capital de trabajo

RUBROS	VALOR TOTAL
Capital de trabajo	
Mano de obra directa	\$ 13.340,70
Mano de obra indirecta	\$ 7.350,00
Insumos	\$ 1.000,00
Contingencias	\$ 890,00
TOTAL	22.580,70

Realizado por: Amaiquema, E; Andi, L. 2021.

3.5.1.4. Gastos preoperacionales

Tabla 33-3: Gastos preoperacionales

RUBRO	COSTO
Asesoría previa	\$ 500,00
Elaboración del proyecto arquitectónico	\$ 800,00
Cálculo de proyecto estructural	\$ 400,00
Estudio de impacto ambiental	\$ 500,00
Publicidad	\$ 1.500,00
TOTAL	\$ 3.700,00

Realizado por: Amaiquema, E; Andi, L. 2021.

3.5.1.5. Costos de producción

Tabla 34-3: Costos de producción

RUBRO	AÑO 2022	AÑO 2023	AÑO 2014	AÑO 2025	AÑO 2026
Mano de obra directa	12.340,70	12.680,10	12.923,30	13.210,00	13.540,00
Materiales indirectos	1.000,00	1.023,00	1.444,00	1.556,00	1.654,00
Mantenimiento	1.200,00	1.450,00	1.600,00	850,00	900,00
TOTAL	14.540,70	15.153,10	15.967,30	15.616,00	16.094,00

Realizado por: Amaiquema, E; Andi, L. 2021.

3.5.1.6. Inversión del proyecto

Tabla 35-3: Inversión del proyecto

GASTOS TOTALES	
RUBROS	PRECIO TOTAL
ACTIVOS FIJOS	
Obra civil	\$47.300,66
Equipos	\$2.866,00
Materiales indirectos	\$3.400,00
Otros activos	\$1.300,00
Gastos preoperacionales	\$3.700,00
TOTAL, DE ACTIVOS	\$58.566,66
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 22.580,70
TOTAL, INVERSION	\$81.147,36

Realizado por: Amaiquema, E; Andi, L. 2021.

La inversión necesaria para este proyecto es de 81.147,36.

3.5.2. *Financiamiento del proyecto*

El Ministerio de Turismo con su programa “Negocios Turísticos Productivos” conjuntamente con el BanEcuador otorgan préstamos, que van de \$59,100 que son microcréditos con un plazo máximo de pago de 5 años y una tasa de interés del 11%.

Tabla 36-3: Financiamiento del proyecto

FINAMCIAMIENTO	
Préstamo	\$ 80.000,00
Aporte de capital propio	\$ 1.147,36
TOTAL	\$ \$81.147,36

Realizado por: Amaiquema, E; Andi, L. 2021.

3.5.2.1. Cálculo de amortizaciones

Tabla 37-3: Cálculo de amortizaciones

FECHAS	DETALLE	CAPITAL PERIÓDICO \$	INTERES PERIÓDICO \$	CUOTA DE PAGO \$	SALDO INSOLUTO DE CAPITAL \$
18/9/2021	Registra pago de préstamo				80.000,00
19/10/2021	CUOTA 1	1.006,06	733,33	1.739,39	78.993,94
19/11/2021	CUOTA 2	1.015,28	724,11	1.739,39	77.978,66
19/12/2021	CUOTA 3	1.024,59	714,80	1.739,39	76.954,07
19/1/2022	CUOTA 4	1.033,98	705,41	1.739,39	75.920,09
19/2/2022	CUOTA 5	1.043,46	695,93	1.739,39	74.876,63
19/3/2022	CUOTA 6	1.053,02	686,37	1.739,39	73.823,60
19/4/2022	CUOTA 7	1.062,68	676,72	1.739,39	72.760,92
19/5/2022	CUOTA 8	1.072,42	666,98	1.739,39	71.688,50
19/6/2022	CUOTA 9	1.082,25	657,14	1.739,39	70.606,26
19/7/2022	CUOTA 10	1.092,17	647,22	1.739,39	69.514,09
19/8/2022	CUOTA 11	1.102,18	637,21	1.739,39	68.411,90
19/9/2022	CUOTA 12	1.112,28	627,11	1.739,39	67.299,62
19/10/2022	CUOTA 13	1.122,48	616,91	1.739,39	66.177,14
19/11/2022	CUOTA 14	1.132,77	606,62	1.739,39	65.044,37
19/12/2022	CUOTA 15	1.143,15	596,24	1.739,39	63.901,22
19/1/2023	CUOTA 16	1.153,63	585,76	1.739,39	62.747,58
19/2/2023	CUOTA 17	1.164,21	575,19	1.739,39	61.583,37
19/3/2023	CUOTA 18	1.174,88	564,51	1.739,39	60.408,50

19/4/2023	CUOTA 19	1.185,65	553,74	1.739,39	59.222,85
19/5/2023	CUOTA 20	1.196,52	542,88	1.739,39	58.026,33
19/6/2023	CUOTA 21	1.207,49	531,91	1.739,39	56.818,84
19/7/2023	CUOTA 22	1.218,55	520,84	1.739,39	55.600,29
19/8/2023	CUOTA 23	1.229,72	509,67	1.739,39	54.370,56
19/9/2023	CUOTA 24	1.241,00	498,40	1.739,39	53.129,57
19/10/2023	CUOTA 25	1.252,37	487,02	1.739,39	51.877,19
19/11/2023	CUOTA 26	1.263,85	475,54	1.739,39	50.613,34
19/12/2023	CUOTA 27	1.275,44	463,96	1.739,39	49.337,90
19/1/2024	CUOTA 28	1.287,13	452,26	1.739,39	48.050,77
19/2/2024	CUOTA 29	1.298,93	440,47	1.739,39	46.751,84
19/3/2024	CUOTA 30	1.310,84	428,56	1.739,39	45.441,01
19/3/2024	CUOTA 31	1.322,85	416,54	1.739,39	44.118,16
19/4/2024	CUOTA 32	1.334,98	404,42	1.739,39	42.783,18
19/5/2024	CUOTA 33	1.347,21	392,18	1.739,39	41.435,97
19/6/2024	CUOTA 34	1.359,56	379,83	1.739,39	40.076,40
19/7/2024	CUOTA 35	1.372,03	367,37	1.739,39	38.704,37
19/8/2024	CUOTA 36	1.384,60	354,79	1.739,39	37.319,77
19/9/2024	CUOTA 37	1.397,30	342,10	1.739,39	35.922,48
19/10/2024	CUOTA 38	1.410,10	329,29	1.739,39	34.512,37
19/11/2024	CUOTA 39	1.423,03	316,36	1.739,39	33.089,34
19/12/2024	CUOTA 40	1.436,07	303,32	1.739,39	31.653,27
19/1/2025	CUOTA 41	1.449,24	290,15	1.739,39	30.204,03
19/2/2025	CUOTA 42	1.462,52	276,87	1.739,39	28.741,50
19/3/2025	CUOTA 43	1.475,93	263,46	1.739,39	27.265,57
19/4/2025	CUOTA 44	1.489,46	249,93	1.739,39	25.776,11
19/5/2025	CUOTA 45	1.503,11	236,28	1.739,39	24.273,00
19/6/2025	CUOTA 46	1.516,89	222,50	1.739,39	22.756,11

19/7/2025	CUOTA 47	1.530,80	208,60	1.739,39	21.225,31
19/8/2025	CUOTA 48	1.544,83	194,57	1.739,39	19.680,48
19/9/2025	CUOTA 49	1.558,99	180,40	1.739,39	18.121,49
19/10/2025	CUOTA 50	1.573,28	166,11	1.739,39	16.548,21
19/11/2025	CUOTA 51	1.587,70	151,69	1.739,39	14.960,51
19/12/2025	CUOTA 52	1.602,26	137,14	1.739,39	13.358,26
19/1/2026	CUOTA 53	1.616,94	122,45	1.739,39	11.741,31
19/2/2026	CUOTA 54	1.631,77	107,63	1.739,39	10.109,55
19/3/2026	CUOTA 55	1.646,72	92,67	1.739,39	8.462,83
19/4/2026	CUOTA 56	1.661,82	77,58	1.739,39	6.801,01
19/5/2026	CUOTA 57	1.677,05	62,34	1.739,39	5.123,96
19/6/2026	CUOTA 58	1.692,42	46,97	1.739,39	3.431,53
19/7/2026	CUOTA 59	1.707,94	31,46	1.739,39	1.723,59
19/8/2026	CUOTA 60	1.723,59	15,80	1.739,39	(0,00)
	TOTALES	80.000,00	24.363,63	78.993,94	2.657.850,63

Realizado por: Amaiquema, E; Andi, L. 2021.

El préstamo otorgado de \$80.000,00 se calculó, para un periodo de 5 años o 60 meses plazo, con una tasa nominal del 11% con periodos de capitalización anual.

3.5.2.2. Cálculo de depreciaciones

Tabla 38-3: Cálculo de depreciaciones

DENOMINACIÓN	VALOR BIEN	DEPRECIACIÓN POR LEY	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN EN EL PROYECTO	VALOR DE SALVAMIENTO
Construcciones	81.147,36	20	4057,368	20286,84	60860,52
Maquinarias y equipo	2.866,00	10	286,6	1433	1433
TOTAL	84013,36		4343,968	21719,84	62293,52

Realizado por: Amaiquema, E; Andi, L. 2021.

3.5.2.3. Estructura de costos y gastos

Tabla 39-3: Estructura de costos y gastos

DENOMINACION	AÑO				
	2022	2023	2024	2025	2026
Costos de producción	\$ 14.540,70	\$ 15.153,10	\$ 15.967,30	\$ 15.616,00	\$ 16.094,00
Gastos administrativos	\$ 24.310,43	\$ 25.264,23	\$ 26.218,43	\$ 27.221,43	\$ 28.317,43
Gastos en ventas	\$ 6.593,00	\$ 7.739,00	\$ 7.849,00	\$ 8.120,09	\$ 8.342,99
Gastos financieros	\$ 10.430,76	\$ 7.823,07	\$ 5.215,38	\$ 2.607,69	\$ -

Realizado por: Amaiquema, E; Andi, L. 2021.

3.5.2.4. Ingresos

Para determinar los ingresos que darán rentabilidad al mirador se tomó en cuenta las actividades que son demandadas dentro del centro turístico Makita Kuy, proyectándolo para los años que vienen.

Tabla 40-3: Ingresos

DENOMINACION	AÑO				
	2022	2023	2024	2025	2026
Ingreso incluye: senderismo, mirador	2690	2990	3190	3390	4190
PRECIO	3	3	3	3	3
SUBTOTAL	\$ 8.070,00	\$ 8.970,00	\$ 9.570,00	\$ 10.170,00	\$ 12.570,00
Alimentación	2490	2500	2600	2800	3001
PRECIO	5	5	5	5	5
SUBTOTAL	\$ 12.450,00	\$ 12.500,00	\$ 13.000,00	\$ 14.000,00	\$ 15.005,00
Actividades acuáticas	2200	2350	2478	2569	2700
PRECIO	10	10	10	10	10
SUBTOTAL	\$ 22.000,00	\$ 23.500,00	\$ 24.780,00	\$ 25.690,00	\$ 27.000,00
Alojamiento	1900	2000	2100	2302	2412
PRECIO	20	20	20	20	20
SUBTOTAL	\$ 38.000,00	\$ 40.000,00	\$ 42.000,00	\$ 46.040,00	\$ 48.240,00
Camping	1000	1190	1290	1300	1400
PRECIO	5	5	5	5	5
SUBTOTAL	\$ 5.000,00	\$ 5.950,00	\$ 6.450,00	\$ 6.500,00	\$ 7.000,00
TOTAL	\$ 85.520,00	\$ 90.920,00	\$ 95.800,00	\$102.400,00	\$ 109.815,00

Realizado por: Amaiquema, E; Andi, L. 2021.

Para el año 2026 se tendrá un ingreso de \$109815,00.

3.5.2.5. Estados de resultados

Tabla 41-3: Estado de resultados

DENOMINACION	AÑO				
	2022	2023	2024	2025	2026
Ventas	85.520,00	90.920,00	95.800,00	\$102.400,00	\$109.815,00
Costos de producción	\$14.540,70	15.153,10	15.967,30	\$15.616,00	\$16.094,00
Depreciación	\$4.343,97	\$4.343,97	\$4.343,97	\$4.343,97	\$4.343,97
UTILIDAD BRUTA	\$66.635,33	\$71.422,93	\$75.488,73	\$82.440,03	\$89.377,03
Gastos financieros	\$24.310,43	\$25.264,23	\$26.218,43	\$27.221,43	\$28.317,43
Gastos en ventas	\$6.593,00	\$7.739,00	\$7.849,00	\$8.120,09	\$8.342,99
UTILIDAD OPERATIVA	\$35.731,90	\$38.419,70	\$41.421,30	\$47.098,51	\$52.716,61
Gastos administrativos	10.430,76	\$7.823,07	\$5.215,38	\$2.607,69	\$ -
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS Y REPARTICION DE BENEFICIOS	\$25.301,14	\$30.596,63	\$36.205,92	\$44.490,82	\$52.716,61
Impuestos	\$6.325,29	\$7.649,16	\$9.051,48	\$11.122,71	\$13.179,15
UTILIDAD ANTES DE REPARTICIÓN DE UTILIDADES	\$18.975,86	\$22.947,47	\$27.154,44	\$33.368,12	\$39.537,46
utilidades	\$2.846,38	\$3.442,12	\$4.073,17	\$5.005,22	\$5.930,62
Utilidad neta	\$16.129,48	\$19.505,35	\$23.081,28	\$28.362,90	\$33.606,84

Realizado por: Amaiquema, E; Andi, L. 2021.

El estado de resultados demuestra que para el año 2026 la utilidad neta será de 33,606.84

3.5.2.6. *Flujo de caja*

Tabla 42-3: Flujo de caja

DENOMINACIÓN	AÑO					
	2021	2022	2023	2024	2025	2026
Inversiones	81.147,36					
Valor de salvamento						60860,52
Capital de trabajo						22.580,70
Utilidad neta		\$16.129,48	\$19.505,35	\$23.081,28	\$28.362,90	\$33.606,84
Flujo de caja	-81.147,36	\$16.129,48	\$19.505,35	\$23.081,28	\$62.478,05	117.048,06

Realizado por: Amaiquema, E; Andi, L. 2021.

3.5.2.7. *Periodo de recuperación del capital*

Tabla 43-3: Periodo de recuperación

AÑO	FLUJO	ACUMULADO
0	-81.147,36	
1	\$16.129,48	\$16.129,48
2	\$19.505,35	\$35.634,83
3	\$23.081,28	\$58.716,11
5	117.048,06	\$175.764,17

Realizado por: Amaiquema, E; Andi, L. 2021.

3.5.3. Evaluación financiera

Tabla 44-3: Evaluación financiera

PRC	En el 5 año
RBC	1,45
VAN	76.710,07
TIR	33%

Realizado por: Amaiquema, E; Andi, L. 2021.

El valor actual neto se la calculo con una tasa de interés de un 11% y como resultado dando 76710,07 siendo este resultado positivo ya que surgirán ganancias.

El periodo en el cual se recuperará toda la cantidad invertida para el proyecto será en el 5 año.

La relación beneficio costo como resultado nos da 1,45 queriéndonos decir que por cada dólar invertido tendremos una ganancia de 0,45.

La tasa de interés de retorno nos da un 33% queriéndonos decir que el proyecto tendrá una ganancia favorable.

CONCLUSIONES

- Por medio del análisis de la situación actual del centro turístico Makita Kuy Wildlife Reserve se tiene como resultado que el lugar cuenta con una vista impresionante por la diversidad de flora que la rodea, esto quiere decir que el área es apta para realizar actividades turísticas, además cuenta con dos rutas de acceso que son terrestre y fluvial, hay que tener en cuenta que en el ámbito político-administrativo no se cuenta con la cantidad de personal adecuada para un centro turístico ya que carece de trabajadores.
- A través del estudio de mercado mediante la aplicación de encuestas a los turistas se determinó la aceptación del proyecto, donde la mayoría de personas con un 77% nos dio a conocer que estarían dispuestos a visitar el mirador, permanecer en el alrededor de 3 horas, también les llama la atención las demás actividades que brinda el establecimiento.
- Mediante estudio técnico del proyecto se determinó que se cuenta con el espacio y características adecuadas para la implementación del mirador, este proyecto acogerá aproximadamente 100 personas por semana para disfrutar del bello paisaje natural, además se conocen las proyecciones del incremento de visitantes con el pasar de los años y esto nos indica que en el quinto año se recuperara todo lo invertido, también se determinó los precios correspondientes para llevar a cabo las actividades que ofrece el centro turístico.
- Con el plan de Marketing se llevó a cabo que se seguirá utilizando las redes sociales que el emprendimiento ya tiene creadas como son Facebook y Instagram con la finalidad de dar a conocer los servicios que ofrece con el objetivo de ir haciendo crecer las paginas, con respecto a la promoción del mirador se realizara un video turístico de todo el lugar, recalcando la implementación del mirador y así la difusión del video llegue a muchas partes del mundo.
- En el estudio económico-financiero nos muestra que el proyecto tendrá un valor neto de 76.710,07, teniendo así una buena ganancia y una relación de beneficio costo de 1,45 recuperando el capital en el quinto año, esto nos indica que el proyecto es sumamente viable económica y financieramente.

RECOMENDACIONES

- En la situación actual del centro turístico se debería de enfocar en el ámbito político-administrativo ya que cuentan como pocos trabajadores y la misma persona realiza algunas actividades en el establecimiento y eso hace que se gestione un poco el tiempo del encargado y se pone en espera a los turistas.
- En el estudio de mercado como recomendación al establecimiento turístico, este se debería de enfocar más en la población de la provincia de Orellana ya que ellos son las personas que más visitan el centro turístico, a estas personas debería de llegar todas las actividades que se realizan en Makita kuy, mediante las redes sociales.
- Con respecto al estudio productivo el emprendimiento debería de trabajar y gestionar para que no solo ingresen 100 personas semanalmente, si no ir incrementando cada vez más, para ir creciendo en visitas y económicamente como cuenta con un espacio amplio de terreno no solo se puede incrementar el mirador, si no otras actividades más.
- Es recomendable que para la comercialización de todas las actividades turísticas se creen páginas web y que el establecimiento trabaje con agencias de viajes para que estas empresas puedan ofertar los servicios del centro turístico
- Con respecto al estudio técnico se recomienda que el establecimiento lleve un registro de todos los visitantes y de los egresos e ingresos del centro turístico, también se recomienda que después de los 5 años de inversión Makita Kuy implemente más actividades para incrementar las visitas.

BIBLIOGRAFÍA

AMAIQUEMA, E., & ANDI, L. (2021). Reseña histórica de Makita Kuy Wildlife Reserve. Fuente propia.

AÑEZ, J. ¿Qué es el Estudio Técnico de un proyecto? [blog]. Disponible en: <https://www.webyempresas.com/estudio-tecnico-de-un-proyecto/>

BURNEO VALAREZO, S., VÍCTORE, R. D., & VÉREZ, M. A. "Estudio de factibilidad en el sistema de dirección por proyectos de inversión". Ingeniería Industrial [en línea], 2016, (La Habana) 37 (3), pp. 2-2. [Consulta: 16 de julio 2021]. ISSN 1815-5936. Disponible en: http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S1815-59362016000300009&script=sci_arttext&tlng=pt

CAMACHO, L. La valoración de proyectos de investigación productiva [blog]. Disponible en: https://www.academia.edu/17011251/Material_Evaluaci%C3%B3n_Financiera_U_Javeriana

CHAVEZ, C. Matriz Lázaro Lagos [blog]. [Consulta: 18 de agosto 2021]. Disponible en: <https://es.calameo.com/read/005263479411d6b3c94cc>

COLLINS, B. Teorías de la producción [blog]. [Consulta: 14 de julio 2021]. Disponible en: https://es.slideshare.net/briancollins_93/teorias-de-la-produccion

ECUARED. Francisco de Orellana [blog]. [Consulta: 27 de julio 2021]. Disponible en: [https://www.ecured.cu/Provincia_de_Orellana_\(Ecuador\)#Clima](https://www.ecured.cu/Provincia_de_Orellana_(Ecuador)#Clima)

ETXEBERRIA, K. (S.f.). El proyecto de Investigación. Disponible en: <http://www.sc.ehu.es/plwlumuj/WEB%20ORRIA%20KARLOS/DOKUMENTUAK/EI%20proyecto%20de%20investigacion.pdf>

FALCONÍ RAMOS, V. Estudio de factibilidad para la implementación de canopy en el cantón Patate, provincia de Tungurahua [en línea] (Trabajo de titulación). (Ingeniería) Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Riobamba, Ecuador. (2013). pp. 42-93. [Consulta: 2021-07-07]. Disponible en: <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/2990/1/23T0378%20FALCONI%20VINICIO.pdf>

FLÓREZ, M. Que es la implementacion en un proyecto [blog] Colombia. Disponible en: <https://www.taskenter.com/blog/nwarticle/57/1/que-es-la-implementacion-de-un-proyecto>

GARCIA HOYOS, J. Análisis Económico [blog]. [Consulta: 17 de julio 2021]. Disponible en: <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2016/09/evaluacion-economica-y-financiera-de-proyectos/>

GORAYMI. Provincia de Orellana [blog]. Disponible en: <https://www.goraymi.com/es-ec/orellana/provincias/provincia-orellana-aca62228e>

HUERGO, J. Los procesos de gestión [en línea]. (2020). [Consulta: 17 de junio 2021]. Disponible en: <http://servicios.abc.gov.ar/lainstitucion/univpedagogica/especializaciones/seminario/materialesparadescargar/seminario4/hurgo3.pdf>

INEC. Población cantón Francisco de Orellana. [blog]. (2013). Disponible en: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/inec-presenta-sus-proyecciones-poblacionales-cantonales/>

ITUR. Orellana Turística Gobierno Municipal [blog]. (2020). Disponible en: <https://www.facebook.com/orellanaturistica>

JIPA, R. (2021). Entrevista del centro turístico Makita Kuy.

LORENZANA, D. ¿Qué tipo de análisis financiero existen? [blog]. Disponible en: <https://www.emprendepyme.net/tipos-de-analisis-financiero.html>

MAKITA KUY. Makita Kuy Wildlife Reserve [blog]. Disponible en: <https://www.facebook.com/search/top?q=makita%20kuy%20wildlife%20reserve>

MAKITA_KUY. Makita Kuy Wildlife Reserve [blog]. [Consulta: el 06 de abril de 2021]. Disponible en: <https://sites.google.com/site/makitakuywildlifereserve/>

MAPCARTA. Puerto Francisco de Orellana [blog]. Disponible en: https://mapcarta.com/es/Puerto_Francisco_de_Orellana

MARTÍNEZ, A. Análisis [blog]. [Consulta: 20 de junio de 2021]. Disponible en: <https://conceptodefinicion.de/analisis/>

METE, M. R. "Valor actual neto y tasa de retorno: su utilidad como herramientas para el análisis y evaluación de proyectos de inversión". Fides et Ratio - Revista de Difusión cultural y científica

de la Universidad La Salle en Bolivia [en línea], 2014, (Bolivia) 7 (7), párr. 9-10. [Consulta: 18 de julio 2021]. ISSN 2071-081X. Disponible en: http://www.scielo.org.bo/scielo.php?pid=s2071-081x2014000100006&script=sci_arttext

MINTUR. Ecuador Travel, el portal turístico del Ecuador [blog]. [Consulta: 5 de julio 2021] Disponible en: <https://www.turismo.gob.ec/ecuador-travel-el-portal-turistico-del-ecuador/>

NUÑO, P. ¿Qué es un estudio de mercado? [blog]. [Consulta: 21 de junio 2021]. Disponible en: <https://www.emprendepyme.net/que-es-un-estudio-de-mercado.html>

OPAKUA. Miradores [blog]. [Consulta: 17 de junio 2021]. Disponible en: <https://www.opakua.com/es/blog/miradores>

ORELLANA. Francisco de Orellana - datos del cantón [blog]. Disponible en: <https://orellana.gob.ec/es/canton/datos-del-canton>

PERVOCHTCHIKOVA, M. "La evaluación del impacto ambiental y la importancia de los indicadores ambientales". Gestión y política pública [en línea], 2013, (México) 22(2). [Consulta: 18 de agosto 2021]. ISSN 1405-1079 Disponible en: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=s1405-10792013000200001

PÉREZ, Julián, & GARDEY, Ana. Situación Actual [blog]. [Consulta: 20 de junio de 2021]. Disponible en: <https://definicion.de/situacion/>

ROLDAN, P. Análisis financiero [blog]. Disponible en: <https://economipedia.com/definiciones/analisis-financiero.html>

ROSALES. (2015). Estudio técnico. Disponible en: https://www.ucipfg.com/Repositorio/MIA/MIA-01/BLOQUE-ACADEMICO/Unidad2/lecturas/Capitulo_del_Estudio_Tecnico.pdf

SANCHEZ, J. Análisis Económico [blog]. Disponible en: <https://economipedia.com/definiciones/analisis-economico.html>

SANTAMARIA BUSTAMANTE, K. Estudio de factibilidad para la creación y gestión de un mirador turístico en la parroquia Mulliquindil Santa Ana del cantón Salcedo, provincia de Cotopaxi [en línea]

(Trabajo de titulación). (Ingeniería) Universidad de las Fuerzas Armadas, Latacunga - Ecuador. 2016. pp. 1-8. Disponible en: <http://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/10550/1/T-ESPEL-CAI-0510.pdf>

SANTOS, T. S. "Estudio de factibilidad de un proyecto de inversión: Etapas en su estudio". Contribuciones a la Economía [en línea]. Revista académica con el Número Internacional Normalizado de Publicaciones Seriadas ISSN 16968360 Disponible en: <https://www.eumed.net/ce/2008b/tss.htm>

SIGNIFICADOS.COM. *Creación* [blog]. Disponible en: <https://www.significados.com/creacion/>

TAMAYO, M. (S.f.). *Proyecto de Investigación.* Disponible en: https://aprendeenlinea.udea.edu.co/lms/moodle/file.php/637/Proyecto_investigacion_TAMAYO.pdf

THOMPSON, J. Formulación y Evaluación de proyectos Agroindustriales- Estudio de mercado (Trabajo de titulación) (Ingeniería). Universidad Nacional Huancavelica, Perú. Disponible en: <https://es.scribd.com/document/258419935/Estudio-de-mercado-pdf>

TURISTICO, Entorno Staff. Centros Turísticos [blog]. [Consulta: 17 de junio 2021]. Disponible en: <https://www.entornoturistico.com/los-centros-turisticos-los-4-tipos-centros-turisticos/#:~:text=Los%20Centros%20tur%C3%ADsticos%20son%20localidades,Recreaci%C3%B3n.>

UNAM. Marco teórico y conceptual sobre la Distribución del Ingreso [en línea]. México: UNAM, (s.f.). Disponible en: <http://www.economia.unam.mx/secss/docs/tesisfe/yvbsp/1.pdf>

YANEZ TAPIA, R. Estudio de factibilidad para la implementación de cabañas ecológicas en la Quinta Rafael, cantón Ambato, provincia de [en línea] (Trabajo de titulación) (Ingeniería). Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Riobamba - Ecuador. pp. 15- 37. Disponible en: <http://dspace.espech.edu.ec/bitstream/123456789/14143/1/23T00769.pdf>

LEONARDO MEDINA
08-06-2022

ANEXOS

ANEXO A: MATRIZ DE CONSISTENCIA

MATRIZ DE CONSISTENCIA			
PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	Técnicas de recolección de datos
<p>Problema central:</p> <p>¿Cómo el estudio de factibilidad determinará, si es favorable la implementación de un mirador turístico?</p>	<p>Objetivo General:</p> <p>Elaborar un estudio de factibilidad participativo mediante un proyecto de investigación para la implementación y gestión de un mirador turístico en Makita Kuy Wildlife Reserve en el cantón Francisco de Orellana</p>	<p>Hipótesis general:</p> <p>Es factible la implementación de un mirador turístico en Makita Kuy Wildlife Reserve en el cantón Francisco de Orellana.</p>	<p>Variable Independiente:</p> <p>Estudio de factibilidad</p>
<p>Problemas específicos</p> <p>¿Cómo se podría realizar el estudio de la situación actual del centro turístico Makita Kuy?</p>	<p>Objetivos específicos</p> <p>Realizar un estudio de la situación actual del centro turístico Makita Kuy Wildlife Reserve mediante la investigación de fuentes secundarias para conocer el estado actual.</p>	<p>Hipótesis específicas:</p> <p>La situación actual determina el estado del centro turístico.</p>	<p>Variable dependiente:</p> <p>mirador turístico</p>
<p>¿De qué manera se conocerá el perfil del turista?</p>	<p>Elaborar un estudio de mercado basados en los procedimientos cualitativos y cuantitativos mediante la aplicación de encuestas para conocer el perfil del turista y su opinión con respecto a la creación del mirador</p>	<p>El perfil del turista, así como la oferta y demanda influyen significativamente en la gestión e implementación del mirador turístico.</p>	
<p>¿Con que medios se podrá elaborar el estudio técnico-productivo para la implementación del mirador?</p>	<p>Elaborar el estudio técnico – productivo mediante análisis de datos para la implementación del mirador.</p>	<p>Realizar el estudio técnico-productivo determina la realización del mirador en el centro turístico.</p>	

<p>¿Con que materiales se lograra gestionar y comercializar el proyecto?</p>	<p>Gestionar y comercializar el proyecto mediante un plan de marketing para dar a conocer los servicios que ofrece el centro turístico.</p>	<p>La creación de estrategias influye significativamente en la gestión y comercialización del proyecto</p>	
<p>¿Cómo se conocerá la viabilidad del proyecto?</p>	<p>- Realizar el análisis económico y financiero mediante la determinación de costos, gastos e ingresos para conocer la viabilidad del proyecto.</p>	<p>Desarrollar la estrategia económica y financiera determina la viabilidad de implementación del mirador.</p>	

ANEXO B: CERTIFICADO DE FUNCIONAMIENTO

MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR

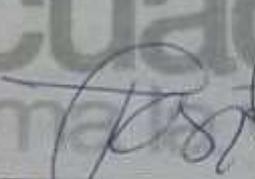
CERTIFICADO DE REGISTRO No. 2201500410

El Ministerio de Turismo del Ecuador, en uso de las atribuciones previstas en la Ley de Turismo y sus Reglamentos, y, una vez que ha verificado el cumplimiento de todos los requisitos según la actividad turística a registrar, concede el presente Certificado de Registro N° 2201500410 Folio N° 18 al establecimiento:

“MAKITA KUY”

Actividad:	ALIMENTOS Y BEBIDAS
Propietario o Representante legal:	GUALINGA CONDO ELSA MAGDALENA
Tipo:	RESTAURANTE
Categoría:	CUARTA
Capacidad:	8 MESAS 32 PLAZAS
R.U.C.:	2100028931001
Dirección:	RIVERA DEL RIO PAYAMINO Y 12 OCTUBRE
Ciudad:	PTO. FCO. DE ORELLANA
Cantón:	FCO. DE ORELLANA
Provincia:	ORELLANA

El propietario o representante legal del establecimiento deberá cumplir estrictamente con las disposiciones legales vigentes, la infracción a cualquiera de estas normas, será sancionada de conformidad con la Ley.

Eco. Orellana, 01 de febrero de 2016

Lcda. Tania Karina Suasnavas Bermudez
COORDINACIÓN ZONAL 2

ESTE DOCUMENTO ES HABILITANTE Y NO LE EXIME DE LA OBLIGACIÓN DE OBTENER LA LICENCIA ANUAL DE FUNCIONAMIENTO EN LA RESPECTIVA INSTITUCIÓN.

ANEXO C: JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																							
Código del atractivo:	2	2	0	1	5	0	A	N	0	6	0	5	0	3	0	0	1						
	Provincia	Cantón			Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo								
1. DATOS GENERALES																							
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																							
MAKITA KUY WILDLIFE RESERVE																							
1.2 Categoría					1.3 Tipo					1.4 Subtipo													
ATRACTIVOS_NATURALES					BOSQUES					HÚMEDO TROPICAL													
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO																							
2.1 Provincia					2.2 Cantón					2.3 Parroquia													
ORELLANA					ORELLANA.					PUERTO FRANCISCO DE ORELLANA (EL COCA)													
2.4 Barrio, Sector o Comuna					2.5 Calle Principal					2.6 Número			2.7 Transversal										
20 DE OCTUBRE					AV.PAYAMINO					S/N			S/N										
2.8 Latitud (grados decimales)					2.9 Longitud (grados decimales)					Click			2.10 Altura (msnm)										
-0.4664500					-76.9871900								255 msnm										
2.11 Información del administrador																							
a. Tipo de Administrador:					PROPIETARIO					b. Nombre de la Institución:					MAKITA KUY								
c. Nombre del Administrador:					ELSA GUALINGA					d. Cargo que ocupa:					ADMINISTRADORA								
e. Teléfono / Celular:					0983220747					f. Correo Electrónico:					S/N								
Observaciones:																							
3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO																							
3.1 Características climatológicas																							
a. Clima:					calido/humedo					b. Temperatura(°C):					24.4°C				c. Precipitación Pluviométrica (mm):				3870 mm
3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo (U)																							
a. Cultura					b. Naturaleza					c. Aventura													
3.3 Escenario donde se localiza el atractivo turístico																							
a. Prístino				b. Primitivo				c. Rústico Natural				d. Rural				e. Urbano							
3.4 Ingreso al atractivo (U)																							
a. Tipo de Ingreso		b. Horario de Atención			c. Atención																		
		Ingreso	Salida	Todos los días	Fines de semana y feriados	Solo días hábiles	Otro	Especificar															
Libre		0:00	0:00	☑	☐	☐	☐	☐	☐ texto														
Restringido		0:00	0:00	☐	☐	☐	☐	☐	☐ texto														
Pagado		0:00	0:00	☐	☐	☐	☐	☐	☐ texto														
d. Maneja un sistema de reservas:				f. Forma de Pago:		Efectivo		Dinero Electrónico		Depósito Bancario		Tarjeta de Débito											
e. Precio:		Desde 15,00	Hasta 30,00			Tarjeta de Crédito		Transferencia Bancaria		Cheque													
g. Meses recomendables de visita:				FEBRERO-MARZO-JULIO-AGOSTO-DICIEMBRE																			
Observaciones:																							

4. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO										SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>	
a. Nombre de la ciudad o poblado más cercano (Que presente condiciones mínimas de servicios):										FRANCISCO DE ORELLANA						
b. Distancia desde la ciudad o poblado más cercano:		6	km	c. Tiempo estimado de desplazamiento en auto:		15:00	h/min	d. Coordenadas (grados decimales):		Lat.:	-0.4664500	Long.:	-76.9871900			
Observaciones:																
4.2 Vías de Acceso (M)																<input type="checkbox"/>
a. Terrestre (M)		Tipo de vía		Coordenada de inicio		Coordenada de fin		Distancia (km)		Tipo de material		Estado				
		a. Primer orden		0		0		0		texto						
		b. Segundo orden		275467.66m - 9950350.37m		276556.36m - 9949010.91m		3		pedroso		Regular				
		c. Tercer orden		0		0		0		texto						
Observaciones: texto																
b. Acuático (U)		Marítimo		Puerto / Muelle de partida		texto		Estado		Puerto / Muelle de Llegada		texto		Estado		
		Lacustre		Puerto / Muelle de partida		texto				Puerto / Muelle de Llegada		texto				
		Fluvial		Puerto / Muelle de partida		Malecon				Regular		Puerto / Muelle de Llegada				Makita Kuy
Observaciones: texto																
c. Aéreo (U)		Nacional:				Internacional:										
Observaciones: texto																
4.3 Servicio de transporte (M)																<input type="checkbox"/>
a. Bus		b. Buseta		c. Transporte 4x4		d. Taxi		e. Moto taxi		f. Teleférico						
g. Lancha		h. Bote		i. Barco		j. Canoa		k. Avión		l. Avioneta						
m. Helicóptero		n. Otro		Especifique												
Observaciones: texto																
4.3.1 Detalle de transporte hacia el atractivo (M)																<input type="checkbox"/>
a. Nombre de la cooperativa o asociación que presta el servicio			b. Estación / terminal			c. Frecuencia				d. Detalle (Traslado origen / destino)						
						Diana	Semanal	Mensual	Eventual							
Transporte Huarani			Estacion kilometro 7			<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		texto					
texto			texto			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		texto					
texto			texto			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		texto					
texto			texto			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		texto					
texto			texto			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		texto					
4.4 Condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad (M)																<input type="checkbox"/>
General		Discapacidad Física		Discapacidad Visual		Discapacidad Auditiva		Discapacidad Intelectual o Psicosocial		d. No es accesible						
Observaciones:																
4.5 Señalización																<input type="checkbox"/>
a. Señalización de aproximación al atractivo				Estado (U)		Bueno		Regular		Malo						
Observaciones: texto																

5. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS										SI	NO	SI
5.1 Planta turística (M)												
a. En el Atractivo					b. En la ciudad o poblado cercano							
Alojamiento	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas	Alojamiento	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas	Alojamiento	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas	
Hotel	0	0	0	Hotel	20	S/N	0	Hotel	20	S/N	0	
Hostal	0	0	0	Hostal	4	S/N	0	Hostal	4	S/N	0	
Hostería	0	0	0	Hostería	2	S/N	0	Hostería	2	S/N	0	
Hacienda Turística	0	0	0	Hacienda Turística	0	0	0	Hacienda Turística	0	0	0	
Lodge	1	3	6	Lodge	0	0	0	Lodge	0	0	0	
Resort	0	0	0	Resort	0	0	0	Resort	0	0	0	
Refugio	0	0	0	Refugio	0	0	0	Refugio	0	0	0	
Campamento Turístico	0	0	0	Campamento Turístico	0	0	0	Campamento Turístico	0	0	0	
Casa de Huéspedes	0	0	0	Casa de Huéspedes	0	0	0	Casa de Huéspedes	0	0	0	
Observaciones: texto					Observaciones: texto							
Alimentos y bebidas	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas	Alimentos y bebidas	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas	Alimentos y bebidas	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas	
Restaurantes	1	10	40	Restaurantes	19	N/F	N/F	Restaurantes	19	N/F	N/F	
Cafeterías	0	0	0	Cafeterías	0	0	0	Cafeterías	0	0	0	
Bares	1	10	40	Bares	0	0	0	Bares	0	0	0	
Fuentes de soda	0	0	0	Fuentes de soda	0	0	0	Fuentes de soda	0	0	0	
Observaciones: texto					Observaciones: texto							
Agencias de Viaje		Establecimientos registrados		Agencias de Viaje		Establecimientos registrados		Agencias de Viaje		Establecimientos registrados		
Mayoristas		0		Mayoristas		0		Mayoristas		0		
Internacionales		0		Internacionales		0		Internacionales		0		
Operadoras		0		Operadoras		0		Operadoras		0		
Observaciones: texto					Observaciones: texto							
Guía	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	Número de Plazas	Guía	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	Número de Plazas	
	2	0	0	Aventura	2		0	0	0	Aventura	0	
				Aventura	0					Aventura	0	
Observaciones: texto					Observaciones: texto							
5.2 Facilidades en el entorno al atractivo												
Categoría (M)	Tipo (M)	Cantidad	Coordenadas	Administrador	Accesibilidad universal	Estado (U)						
a. De apoyo a la gestión turística	Punto de Información	0	0	texto								
	I-Tur	0	0	texto								
	Centro de interpretación	0	0	texto								
	Centro de facilitación turística	0	0	texto								
	Centro de recepción de visitantes	1	276641.031m - 9949049.767	Elsa Gualinga								
b. De observación y vigilancia	Garitas de guardianía	0	0	texto								
	Miradores	0	0	texto								
	Torres de avistamiento de aves	0	0	texto								
	Torres de vigilancia para salvavidas	0	0	texto								
c. De recorrido y descanso	Senderos	1	276666.88m - 9949051.83m	texto								
	Estaciones de sombra y descanso	0	0	texto								
	Áreas de acampar	0	0	texto								
	Refugio de alta montaña	0	0	texto								
d. De servicio	Baterías sanitarias	1	276641.031m - 9949049.767	texto								
	Estacionamientos	1	276603.88m - 9949013.07m	texto								
e. Otros		0	0	texto								
Observaciones: texto												

5.3 Complementarios a la actividad turística (M)			
a. En el Atractivo		b. En la ciudad o poblado cercano	
Alquiler y venta de equipo especializado	Venta de artesanías y merchandising	Alquiler y venta de equipo especializado	Venta de artesanías y merchandising
Casa de cambio	Cajero automático	Otro	Cajero automático
Especifique: alquiler de canoas y kayak		Especifique: arquiler de equipo turistico	
Observaciones: texto			
6. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO			
		SI	NO
6.1 Atractivo (U)			
a. Conservado	b. Alterado	c. En proceso de deterioro	d. Deteriorado
Observaciones: el lugar se encuentra en un buen estado			
6.1.1 Factores de alteración y deterioro (M)			
6.1.1.1 Naturales (M)		6.1.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)	
a. Erosión	a. Actividades agrícolas y ganaderas	b. Actividades forestales	c. Actividades extractivas / minería
b. Humedad	d. Actividades industriales	e. Negligencia / abandono	f. Huaquearía
c. Desastres naturales	g. Conflicto de tenencia	h. Condiciones de uso y exposición	i. Falta de mantenimiento
d. Flora/Fauna	j. Contaminación del ambiente	k. Generación de residuos	l. Expansión urbana
e. Clima	m. Conflicto político / social	n. Desarrollo industrial / comercial	o. Vandalismo
Otro	Especifique: texto		
Observaciones: texto			
6.2 Entorno (U)			
a. Conservado	b. Alterado	c. En proceso de deterioro	d. Deteriorado
Observaciones: texto			
6.2.1 Factores de alteración y deterioro (M)			
6.2.1.1 Naturales (M)		6.2.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)	
a. Erosión	a. Actividades agrícolas y ganaderas	b. Actividades forestales	c. Actividades extractivas / minería
b. Humedad	d. Actividades industriales	e. Negligencia / abandono	f. Huaquearía
c. Desastres naturales	g. Conflicto de tenencia	h. Condiciones de uso y exposición	i. Falta de mantenimiento
d. Flora/Fauna	j. Contaminación del ambiente	k. Generación de residuos	l. Expansión urbana
e. Clima	m. Conflicto político / social	n. Desarrollo industrial / comercial	o. Vandalismo
Otro	Especifique: texto		
Observaciones: texto			
6.3. Declaratoria del espacio turístico asociado al atractivo			
a. Declarante:	Elsa Gualinga	b. Denominación:	Centro Turistico
		b. Fecha de declaración:	18/10/2019
		c. Alcance:	texto
Observaciones: texto			

7. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA SI NO S/I

7.1 Servicios Básicos	
a. En el atractivo	b. En la ciudad o poblado mas cercano
Agua:	Agua:
Especifique: Dispensadores de agua	Especifique: Agua potable
Energía eléctrica:	Energía eléctrica:
Especifique: Energía publica	Especifique: Energía publica
Saneamiento:	Saneamiento:
Especifique: texto	Especifique: texto
Disposición de desechos:	Disposición de desechos:
Especifique: Recolector de basura	Especifique: Recolector de basura
Observaciones: texto	

7.2 Señalética en el atractivo								
7.2.1 Ambiente	7.2.2. Tipo	7.2.3. Materialidad				7.2.4. Estado		
		a. Madera	b. Aluminio	c. Otro	Especifique	B	R	M
En áreas urbanas	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems de atractivos turísticos	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems de sitio	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems direccionales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
En áreas naturales	Pictograma de atractivos naturales	0	10	0	en senderos	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas	0	2	0	dentro del establecimiento	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Señales turísticas de aproximación	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Paneles de direccionamiento hacia atractivos	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de atractivos	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de direccionamiento hacia atractivos, servicios y actividades	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Mesas interpretativas	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótem de sitio	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tótem de direccionamiento	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Letreros informativos	De información botánica	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Normativos de concienciación	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Señalética interna de seguridad	Protección de los elementos del atractivo	0	5	0	texto	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Otros	texto							
Observaciones: texto								

7.3 Salud (más cercano) (M)					
a. En el atractivo			b. En la ciudad o poblado mas cercano		
Hospital o Clínica	Cantidad	0	Hospital o Clínica	Cantidad	1
Puesto / Centro de salud		0	Puesto / Centro de salud		20
Dispensario médico		0	Dispensario médico		0
Botiquín de primeros auxilios		1	Botiquín de primeros auxilios		0
Otros		0	Otros		0
Observaciones: texto					

7.4 Seguridad (M) <input type="checkbox"/>					
a. Privada	<input type="checkbox"/>	Detalle	texto		
b. Policía nacional	<input type="checkbox"/>		texto		
c. Policía metropolitana / Municipal	<input type="checkbox"/>		texto		
d. Otra	<input type="checkbox"/>		texto		
Observaciones: texto					
7.5 Servicio de comunicación de uso público (M) <input type="checkbox"/>					
a. En el atractivo <input type="checkbox"/>			b. En la ciudad o poblado mas cercano <input type="checkbox"/>		
Telefonía (M) <input type="checkbox"/>		Conexión a internet (M) <input type="checkbox"/>		Telefonía (M) <input type="checkbox"/>	
Conexión a internet (M) <input type="checkbox"/>		Telefonía (M) <input type="checkbox"/>		Conexión a internet (M) <input type="checkbox"/>	
Fija <input type="checkbox"/>	Línea telefónica <input type="checkbox"/>	Fibra óptica <input type="checkbox"/>	Fija <input type="checkbox"/>	Línea telefónica <input type="checkbox"/>	Fibra óptica <input type="checkbox"/>
Móvil <input type="checkbox"/>	Satélite <input type="checkbox"/>	Redes inalámbricas <input type="checkbox"/>	Móvil <input type="checkbox"/>	Satélite <input type="checkbox"/>	Redes inalámbricas <input type="checkbox"/>
Satelital <input type="checkbox"/>	Telefonía móvil <input type="checkbox"/>		Satelital <input type="checkbox"/>	Telefonía móvil <input type="checkbox"/>	
Observaciones: texto					
Radio portátil (U) <input type="checkbox"/>					
De uso exclusivo para el visitante <input type="checkbox"/>		De uso exclusivo para comunicación interna <input type="checkbox"/>		De uso exclusivo en caso de emergencia <input type="checkbox"/>	
Observaciones: texto					
7.6 Multiamenazas (M) <input type="checkbox"/>					
Deslaves <input type="checkbox"/>		Sismos <input type="checkbox"/>		Erupciones volcánicas <input type="checkbox"/>	
Incendios forestales <input type="checkbox"/>		Sequía <input type="checkbox"/>		Inundaciones <input type="checkbox"/>	
Aguajes <input type="checkbox"/>		Tsunami <input type="checkbox"/>			
¿Existe un plan de contingencia en caso de catástrofes? <input type="checkbox"/>		Institución que elaboró el documento: texto		Nombre del documento: texto Año de elaboración: de 0	
Observaciones: texto					
8. POLÍTICAS Y REGULACIONES SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>					
a. ¿El GAD cuenta con el Plan de Desarrollo Turístico Territorial?		SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	Año de elaboración:	
b. ¿El atractivo se encuentra dentro de la planificación turística territorial (GAD'S)?		SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	Especifique:	
cuenta dentro de la planificación del GAD del municipio y de la prefectura					
c. ¿Existen normativas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?		SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	Especifique:	
texto					
d. ¿Existen ordenanzas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?		SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	Especifique:	
texto					
Observaciones: texto					
9. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U) SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>					
9.1 ATRACTIVOS NATURALES (M) <input type="checkbox"/>					
9.1.1 En el Agua (M) <input type="checkbox"/>					
a. Buceo <input type="checkbox"/>	b. Kayak de mar <input type="checkbox"/>	c. Kayak lacustre <input type="checkbox"/>	d. Kayak de Río <input type="checkbox"/>	e. Surf <input type="checkbox"/>	
f. Kite surf <input type="checkbox"/>	g. Rafting <input type="checkbox"/>	h. Snorkel <input type="checkbox"/>	i. Tubing <input type="checkbox"/>	j. Regata <input type="checkbox"/>	
k. Paseo en panga <input type="checkbox"/>	l. Paseo en bote <input type="checkbox"/>	m. Paseo en lancha <input type="checkbox"/>	n. Paseo en moto acuática <input type="checkbox"/>	o. Parasailing <input type="checkbox"/>	
p. Esquí acuático <input type="checkbox"/>	q. Banana flotante <input type="checkbox"/>	r. Boya <input type="checkbox"/>	s. Pesca deportiva <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>	paseo en canoa
Observaciones: texto					

9.1.2 En el Aire (M) <input type="checkbox"/>		
a. Alas Delta <input type="checkbox"/>	b. Canopy <input type="checkbox"/>	c. Parapente <input type="checkbox"/> d Otro <input type="checkbox"/> texto
Observaciones: texto		
9.1.3 En Superficie Terrestre (M) <input type="checkbox"/>		
a. Montañismo <input type="checkbox"/>	b. Escalada <input type="checkbox"/>	c. Senderismo <input type="checkbox"/> d. Cicloturismo <input type="checkbox"/> e. Canyoning <input type="checkbox"/>
f. Exploración de cuevas <input type="checkbox"/>	g. Actividades Recreativas <input type="checkbox"/>	h. Cabalgata <input type="checkbox"/> i. Caminata <input type="checkbox"/> j. Camping <input type="checkbox"/>
k. Picnic <input type="checkbox"/>	l. Observación de flora y fauna <input type="checkbox"/>	m. Observación de astros <input type="checkbox"/> n. Otro <input type="checkbox"/> texto
Observaciones: texto		
9.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U) <input type="checkbox"/>		
9.2.1 Tangibles e intangibles <input type="checkbox"/>		
a. Recorridos guiados <input type="checkbox"/>	b. Recorrido autoguiados <input type="checkbox"/>	c. Visita a talleres artísticos <input type="checkbox"/>
h. Participación en talleres artísticos <input type="checkbox"/>	d. Visita a talleres artesanales <input type="checkbox"/>	i. Participación en talleres artesanales <input type="checkbox"/>
e. Exposiciones temáticas permanentes, temporales y eventuales <input type="checkbox"/>	f. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc., originales. <input type="checkbox"/>	i. Actividades vivenciales y/o lúdicas <input type="checkbox"/>
g. Presentaciones o representaciones en vivo <input type="checkbox"/>	h. Muestras audiovisuales <input type="checkbox"/>	g. Fotografía <input type="checkbox"/>
j. Degustación de platos tradicionales <input type="checkbox"/>	l. Participación de la celebración <input type="checkbox"/>	m. Compra de artesanías <input type="checkbox"/>
n. Convivencia <input type="checkbox"/>	o. Medicina ancestral <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/> texto
Observaciones: texto		
10. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ATRACTIVO <input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>		
10.1. Medios de Promoción del Atractivo (M)		
¿Existe un plan de promoción turística cantonal? <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Especifique: texto		
¿El Atractivo se encuentra incluido en el plan de promoción turístico cantonal? <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>		
Medio Promocional	Dirección y nombre de los medios promocionales	Periodicidad de la promoción
a. Página WEB <input type="checkbox"/>	URL: texto	Ninguna
b. Red Social <input type="checkbox"/>	Nombre: Facebook: Makita Kuy Wildlife Reserve	Ninguna
c. Revistas Especializadas <input type="checkbox"/>	Nombre: texto	Ninguna
d. Material POP <input type="checkbox"/>	Nombre: texto	Ninguna
e. Oficina de Información Turística <input type="checkbox"/>	Nombre: texto	Ninguna
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa) <input type="checkbox"/>	Nombre: texto	Ninguna
g. Asistencia a ferias turísticas <input type="checkbox"/>	Nombre: texto	Ninguna
h. Otro <input type="checkbox"/>	Nombre: texto	Ninguna
Observaciones: texto		
10.2. El atractivo forma parte de una oferta establecida (paquete turístico) <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Especifique: texto		
Observaciones: texto		

11. REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA (M)										SI	NO	S/I			
11.1. Frecuencia de visita según datos estadísticos															
a. ¿Posee un sistema de registro de visitantes? SI NO Tipo: Digital Papel Años de registro 0															
b. ¿Se genera reporte de estadísticas de visita al atractivo? SI NO Frecuencia de los reportes: Ninguna															
c. Temporalidad de visita al atractivo															
Alta (meses)	Especifique	Feriados								Número de visitantes	100 por semana				
Baja (meses)		Enero									0				
d. Llegada de turistas															
Turista nacional				Llegadas mensuales		Total anual		Turista extranjero				Llegadas mensuales		Total Anual	
Ciudades de origen	QUITO		125		1200		Países de origen	EE.UU		10		120			
	RIOBAMBA		110		440			COLOMBIA		25		300			
	GUAYAQUIL		100		400			ITALIA		4		48			
Observaciones: texto															
11.2. Frecuencia de visita según informantes clave															
Nombre del Informante Clave: texto						Contactos: (+593)									
Demanda según días de visita						Demanda según frecuencia de visita									
Lunes a viernes 0		Fines de semana 0		Días feriados 0		Permanente		Estacional		Esporádica		Inexistente			
Observaciones: texto															
12. RECURSO HUMANO										SI	NO	S/I			
a. Número de personas a cargo de la administración y operación del atractivo 4						d. Número de personas especializadas en turismo 2									
e. Número de personas con nivel de instrucción (M):				f. Número de personas capacitadas por temática (M)				g. Número de personas que manejan algún de Idiomas (M)							
Primaria 1		Secundaria 0		Primeros Auxilios 3		Hospitalidad 3		Inglés 2		Alemán 0					
Tercer Nivel 2		Cuarto Nivel 0		Atención al Cliente 3		Guianza 2		Francés 0		Italiano 0					
Otro texto				Sensibilización de discapacidades 0		Otro texto		Chino 0		Otro texto					
Observaciones: texto															
13. DESCRIPCION DEL ATRACTIVO (500 caracteres)															
<p>Makita Kuy es un emprendimiento familiar que nació con la idea de dar a conocer la diversidad biológica que posee el lugar, este centro turístico empezó con cabañas principales que se ubicaban al nivel del río Payamino, ofreciendo así alimentos, bebidas y un pequeño recorrido de observación de flora y fauna, en el año 2015 se empezó la construcción de las primeras cabañas para brindar hospedaje. Este sitio turístico posee 7 hectáreas de bosque, además se dedica a la conservación de pequeñas áreas verdes en la cual habitan especies tanto de flora como de fauna, para recorrer el lugar existen senderos naturales y artificiales, en los cuales los visitantes pueden estar en contacto con la naturaleza, en estos recorridos se puede encontrar especies de plantas y animales endémicos del cantón. Makita Kuy se encuentra en las riberas del río Payamino, cuentas con dos vías de acceso, una fluvial y otra de segunda orden. Makita Kuy viene del término Kichwa "brindando la mano", este lugar alejado de los ruidos de la ciudad, además el centro turístico cuenta con un pequeño muelle donde se le da la bienvenida a los turistas que llegan por vía fluvial. Las actividades con las que cuenta son: Servicio de bar-restaurante, hospedaje, senderismo, paseos en kayak y paseos en canoa.</p>															

14. ANEXOS

a. Archivo Fotográfico (dos) (HD)



Fuente: [Makita kuy 2021](#)

b. Ubicación gráfica del Atractivo



Fuente: [Google Earth](#)

FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)

ELABORADO POR:		VALIDADO POR:		APROBADO POR:	
Apellido y Nombre	Evelyn Amaiquema, Licenia Andi	Apellido y Nombre	Dominique Calderon	Apellido y Nombre	Dominique Calderon
Institución	Espoch-Sede Orellana	Institución	Espoch-Sede Orellana	Institución	Espoch-Sede Orellana
Cargo	Esudiane	Cargo	Docente	Cargo	Docente
Correo Electrónico	evelynlor88@outlook.es	Correo Electrónico	m_calderon@espoch.com	Correo Electrónico	m_calderon@espoch.com
Teléfono	0961426759	Teléfono	09823390636	Teléfono	09823390636
Firma		Firma		Firma	
Fecha		Fecha		Fecha	

ANEXO D: ENCUESTA



ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DE CHIMBORAZO SEDE ORELLANA CARRERA: TURISMO



ENCUESTA

Makita Kuy Wildlife Reserve es un Centro Turístico que se encuentra ubicado en la ciudad de Francisco de Orellana, donde se da a conocer la diversidad biológica que posee el lugar ofreciendo así actividades recreativas para el disfrute de amigos y familia.

La presente encuesta tiene por objeto conocer el perfil del turista y su opinión con respecto a la creación de un mirador. Agradezco por su tiempo y sinceridad. Sus datos serán manejados exclusivamente con fines estadísticos.

1. Genero

Masculino

Femenino

Otro

2. Edad

16 a 25 años

26 a 35 años

36 a 45 años

46 a 55 años

56 a más años

3. Lugar de residencia

Si es de Ecuador solo colocar la provincia, si es extranjero solo el país.

4. ¿Cuál es su situación laboral?

Empleado publico

Empleado privado

Empresario

Estudiante

Desempleado

5. ¿Cuáles son sus ingresos mensuales?

- Entre 250 a 450 dólares
- Entre 500 a 700 dólares
- Más de 800 dólares
- No cuento con ingreso económico

6. ¿Cuál es su nivel de educación?

- Primario Secundario
- Superior Posgrado
- Ninguno

7. ¿Por qué motivo suele viajar?

- Vacaciones Salud
- Trabajo Estudio
- Otro

8. ¿Con cuántas personas suele viajar?

- Solo Mas de 3 personas
- En pareja

9. ¿Quiénes son las personas con las usted que viaja?

- Familiares Amigos
- Pareja Solo

10. ¿A través de qué medios usted se informa de nuevos sitios turísticos?

Radio	<input type="checkbox"/>	Amigos	<input type="checkbox"/>
Familia	<input type="checkbox"/>	Televisión	<input type="checkbox"/>
Páginas de Web	<input type="checkbox"/>	Otro	<input type="checkbox"/>

11. ¿Ha visitado el Centro Turístico Makita Kuy Wildlife Reserve ubicado en Francisco de Orellana?

SI NO

12. ¿Si su respuesta fue SI, cuantas veces ha ido en el último año?

Una vez	<input type="checkbox"/>
Dos veces	<input type="checkbox"/>
Mas de tres veces	<input type="checkbox"/>
No he ido el último año	<input type="checkbox"/>

13. Si su respuesta fue NO, le gustaría visitar este Centro Turístico.

SI NO

14. Dentro del centro turístico que actividades que le gustaría realizar

Paseos en kayak	<input type="checkbox"/>	Paseos en canoa	<input type="checkbox"/>
Recorrido por el sendero	<input type="checkbox"/>	Servicio de alimentación	<input type="checkbox"/>
Servicio de hospedaje	<input type="checkbox"/>	Camping	<input type="checkbox"/>
Áreas Recreativas	<input type="checkbox"/>	Juegos infantiles	<input type="checkbox"/>

15. ¿Ha visitado un mirador antes?

SI
NO

16. Si se implementara un mirador turístico en Makita Kuy Wildlife Reserve, usted estaría dispuesto a visitarlo.

SI NO
Tal vez

17. ¿Qué tiempo usted acostumbra a estar en un mirador?

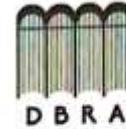
Menos de dos horas
Tres horas
Cinco horas

18. ¿Hasta cuanto estaría dispuesto a pagar por ingresar a un mirador?

1 dólar
2 dólares
3 dólares
4 dólares
5 dólares

19. ¿Cuándo usted visita un mirador que es lo que busca?

Una excelente vista	<input type="checkbox"/>	Tranquilidad	<input type="checkbox"/>
Comunidad	<input type="checkbox"/>	Cero ruidos	<input type="checkbox"/>
Seguridad	<input type="checkbox"/>	Otro	<input type="checkbox"/>
Contacto con la naturaleza	<input type="checkbox"/>		



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

DIRECCIÓN DE BIBLIOTECAS Y RECURSOS DEL APRENDIZAJE
UNIDAD DE PROCESOS TÉCNICOS Y ANÁLISIS BIBLIOGRÁFICO Y DOCUMENTAL

REVISIÓN DE NORMAS TÉCNICAS, RESUMEN Y BIBLIOGRAFÍA

Fecha de entrega: 10 / 12 / 2021

INFORMACIÓN DEL AUTORA (S)
Nombres – Apellidos: <i>Evelyn Elizabeth Amaiquema Loor</i> <i>Licenia Maribel Andi Alvarado</i>
INFORMACIÓN INSTITUCIONAL
Facultad: <i>Recursos Naturales</i>
Carrera: <i>Turismo</i>
Título a optar: <i>Licenciada en Turismo</i>
f. Analista de Biblioteca responsable: <i>Ing. Leonardo Medina Nuste MSc.</i>

LEONARDO
FABIO MEDINA
NUSTE

Firmado digitalmente por LEONARDO
FABIO MEDINA NUSTE
Nombre de reconocimiento (DN): c=EC,
o=BANCO CENTRAL DEL ECUADOR,
ou=ENTIDAD DE CERTIFICACION DE
INFORMACION-ECIBCE, I=QUITO,
serialNumber=0000631485,
cn=LEONARDO FABIO MEDINA NUSTE
Fecha: 2021.12.10 15:52:39 -05'00'

LEONARDO MEDINA
08-06-2022



2229-DBRA-UTP-2021