

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

CARRERA

ADMINISTRACION DE EMPRESAS HOTELERAS Y TURISTICAS



ESCUELA DE ADMINISTRACION HOTELERA Y TURISTICA

**TEMA: “DESARROLLO DE UN PLAN DE TURISMO COMUNITARIO PARA LA
COMUNIDAD SHUAR DE COTOCOCHA, PROVINCIA DE PASTAZA”**

AUTORA: MARÍA GABRIELA EGAS ZAMORA

TUTORA: PATRICIA ALBUJA

Noviembre 2013

INDICE

CAPITULO I

METODOLOGÍA

1.2 Problema de Investigación

1.2.1 Planteamiento del Problema

1.2.2 Formulación del Problema

1.2.3 Sistematización del Problema

1.3 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION

1.3.1 Objetivo General

1.3.2 Objetivos Específicos

1.4 JUSTIFICACION DE LA INVESTIGACION

1.4.1 Justificación Teórica

1.5 MARCO DE REFERENCIA

1.5.1 Marco Teórico

1.6 HIPOTEIS DE TRABAJO

1.6.1 Hipótesis General

1.6.2 Hipótesis Especificas

CAPITULO II

INVESTIGACION DE MERCADO

2.1 Inventario de atractivos turísticos

2.1.1 Atractivos Turísticos Naturales

2.1.2 Atractivos Culturales

2.2 ANALISIS MACROENTORNO Y MICROENTORNO

2.2.1 Análisis Variable

2.2.2 Análisis Variable Demográfica

2.2.3 Análisis Tecnológico

2.2.4 Análisis Político

2.2.5 Análisis Legal

MICROENTORNO

2.3 Análisis de Porter

2.3.1 Competencia

2.3.2 Competencia Directa

2.3.3 Competencia Indirecta

2.3.4 Análisis del Sector

2.4 Definición del Producto

2.5 INVESTIGACION DE MERCADO

2.5.1 Estudio de Mercado

2.5.2 Tamaño de la Muestra

2.5.3 Diseño de la Encuesta

2.5.4 TABULACION Y ANALISIS DE RESULTADOS

2.6 OFERTA Y DEMANADA

2.6.1 Oferta

2.6.2 Demanda

2.6.3 Proyección de la Demanda

2.6.4 Demanda Insatisfecha

CAPITULO III

Direccionamiento Estratégico

3.1 Misión

3.2 Visión

3.3 Valores Corporativos

3.4 Objetivos Estratégicos

3.5 Estrategia

3.6 Planes de Acción

3.7 Matriz de Balance Score Card

CAPITULO IV

ESTUDIO TECNICO

4.1 Macro Localización

4.2 Micro Localización

4.2.1 Diseño de la Planta

4.3.1 Estructura Organizacional

4.3.2 Organigrama Estructural

4.3.3 Organigrama Posicional

4.3.3 Organigrama Funcional

4.4 Marco Legal

4.5 Cadena de Valor

CAPITULO V

ESTUDIO DE IMPACTO AMBIENTAL

5.1 Identificación del Proyecto

5.2 MATRIZ DE IDENTIFICACIÓN DE IMPACTOS AMBIENTALES

5.3 Evaluación de Impactos Ambientales

5.4 Plan de Manejo Ambiental

CAPITULO VI

ESTUDIO FINANCIERO

6. Inversión y Financiamiento

6.1 Inversiones

6.1.2. Inversión en Activos

6.2.1 COSTOS Y GASTOS

6.2.2. Costos del Proyecto

6.2.3. Gastos Administrativos

6.2.4. Gastos de ventas

6.2.5. Gastos Financieros

6.3. Costos y Gastos Totales proyectados

6.3.1 INGRESOS

- 6.3.2. Determinación de Ingresos del proyecto
- 6.3.3. Proyección de Ingresos
- 6.3.4. ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS
- 6.4. ANALISIS FINANCIERO DEL PROYECTO
 - 6.4.1. FLUJO DE EFECTIVO
 - 6.4.2. COSTO DE OPORTUNIDAD
 - 6.4.3. VALOR ACTUAL NETO
 - 6.4.4. TASA INTERNA DE RETORNO
 - 6.4.5. TASA INTERNA DE RETORNO

CAPITULO VII

7 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

- 7.1 Conclusiones
- 7.2 Recomendaciones
- 7.3 Bibliografía
- 7.4 Linkografía
- 7.5 Anexo

AGRADECIMIENTO

Agradezco por el apoyo brindado para la realización de mi trabajo a todas aquellas personas que de alguna manera estuvieron a mi lado y aportaron con su voz de aliento y comprensión para conseguir que el desarrollo de mi proyecto sea una realidad, especialmente a mi familia y maestros.

DEDICATORIA

El trabajo de tesis presentado está dedicado a todas las personas que hicieron posible su realización, en base al apoyo brindado y a su esfuerzo por incentivarne.

RESUMEN

El Desarrollo de un plan de desarrollo de turismo comunitario en la comunidad Shuar de Cotococha nació con el fin de generar fuentes de empleo y mejorar la calidad de vida de las personas de la comunidad, y a su vez para brindar una nueva alternativa de turismo con la participación de los integrantes de la Comunidad Shuar y con el objetivo de mantener y conservar la belleza paisajística del lugar.

Para todo esto se llevo a cabo un estudio de mercado el cual dio a conocer los posibles turistas que visitaran la comunidad, se tomaron en cuenta todos los aspectos como los ambientales, topográficos, base económica, historia de la población entre otros. Datos básicos utilizados como referencia para la creación del proyecto.

El levantamiento de atractivos naturales y culturales permitió identificar cuáles son los atractivos que posee la comunidad Shuar de Cotococha los cuales tendrán un manejo sostenible y sustentable y esto servirá como una ruta alternativa de turismo.

Para el desarrollo de turismo comunitario en la comunidad Shuar de Cotococha se llevo a cabo un estudio para adecuar el alojamiento, los senderos, las señalizaciones que se realizo con materiales del lugar con el fin de no afectar al medio ambiente, las visitas a las cascadas y la alimentación que ofrece la comunidad.

Para concluir se pretende fomentar el turismo, transformar al turista a tener un pensamiento de responsabilidad con el ambiente en el que se vive y del cual se depende para sobrevivir e incentivar el progreso de los habitantes de la comunidad Shuar de Cotococha a través de esta alternativa como una combinación de recreación satisfacción y aprendizaje.

SUMMARY

Development of a plan of development of community tourism in the Shuar community Cotococha in order to generate employment and improve the quality of life of people in the community, and in turn to provide a new alternative tourism with the participation of members of the Shuar Community in order to maintain and preserve the scenic beauty of the place.

To all this was carried out a market survey which revealed potential tourists visiting the community, all aspects such as environmental, topographical, economic base, population history and others were taken into account. Basic data used as reference for project creation.

Removal of natural and cultural attractions allowed to identify the attractions that have the Shuar community Cotococha which will have a sustainable and sustainable management and this will serve as an alternative tourist route.

For the development of community tourism in the Shuar community Cotococha conducted a study to adapt the accommodation, trails, signs that took place with local materials in order to not affect the environment, visits to waterfalls food and community offering.

To conclude is to promote tourism, transforming the tourist to have a thought of responsibility to the environment in which we live and which depends for survival and encourage the advancement of the inhabitants of the Shuar of Cotococha community through this alternative as a combination of recreation satisfaction and learning.

CAPÍTULO I

METODOLOGÍA

1.2 PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.2.1 Planteamiento del Problema:

Los principales problemas que tiene en la actualidad la comunidad Shuar de Cotococha es el asentamiento de colonos provenientes de muchas provincias del país en terrenos y zonas aledañas a la misma, en estas zonas donde se produce la tala de árboles, contaminación de los ríos, utilización de materiales para la construcción de viviendas, pesca y caza indiscriminada, introducción de animales domésticos y ganado. Además de los problemas generados por la falta de atención del gobierno local y la falta de capacitación en los pobladores de Cotococha.

Todos estos factores en conjunto, están ocasionando que paulatinamente las zonas vecinas y aledañas a la comunidad vayan reduciendo y deteriorando la calidad del medio y los recursos naturales propios del sector.

Sin embargo, gracias al esfuerzo y protección de los pobladores de la Comunidad Shuar de Cotococha y alertados de que los recursos naturales existentes en los bosques de Cotococha poseen gran potencial turístico si se los maneja en forma adecuada a través del ecoturismo y la sustentabilidad pueden prosperar y a la vez ser parte del desarrollo social y económico de la zona.

Los actuales dirigentes y todos los miembros de la Comunidad de Cotococha, consientes de que en algún momento se podría terminar con los recursos naturales y no renovables se han propuesto generar un cambio radical a la situación actual evitando así un aumento de los niveles de pobreza y obligar a sus integrantes a migrar a las ciudades a buscar otras fuentes de empleo y medios de subsistencia.

Lo que se propone a través de este proyecto es involucrar a la comunidad en la actividad turística con la implementación y mejoramiento de cabañas para los turistas, inventario de atractivos turísticos de la zona, capacitación de la comunidad para que de manera directa

sean ellos quienes administren sus propios recursos bajo una conciencia de conservación y a la vez de desarrollo, alojamiento y alimentación para grupos de turistas, ventas de artesanías propias de la comunidad, tours en los bosques de Cotococha, bajo los parámetros y principios del turismo sustentable. De esta manera se creará una fuente de trabajo para la propia comunidad sin alterar el ecosistema que los rodea.

La oferta turística implica ofrecer a los visitantes la verdadera posibilidad de relacionarse con un pueblo que habita en los linderos de la selva amazónica, para que puedan conocer y convivir con ellos dando la oportunidad de compartir expresiones culturales de la comunidad como la danza y artesanías elaboradas con semillas y compartir actividades cotidianas con la comunidad como la fabricación de la chicha de yuca, la gastronomía y uso de plantas medicinales. Es así que este proyecto pretende demostrar que el turismo comunitario conjuntamente con actividad de ecoturismo son las mejores alternativas para mantener los recursos naturales y elevar la competitividad.

1.2.2 Formulación del Problema

¿Cuál es el plan de turismo comunitario que permitiría el desarrollo de la comunidad Shuar de Cotococha en la Provincia de Pastaza con el fin de obtener beneficios económicos sociales y culturales que permitirán el incremento del turismo en la zona y así ayudar a la comunidad?

1.2.3 Sistematización del Problema

- ¿Cuál sería una solución favorable para la incrementación del turismo en la comunidad Shuar de Cotococha?
- ¿Cuál es la investigación de mercado que se debe realizar para conocer la carencia de Cotococha y para fomentar el turismo?
- ¿Cómo a través del estudio técnico se puede crear una estrategia para cumplir con las metas planteadas?
- ¿Cómo optimizar maneras apropiadas para la conservación natural e incrementación turística en la zona de Cotococha?
- ¿Cuáles serían los costos favorables en inversión para generar costos de ganancia a futuro?

1.3 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.3.1 Objetivo General

Realizar la propuesta de un plan de turismo comunitario en la comunidad Shuar de Cotococha que permita el mejoramiento de los ingresos económicos, la calidad de vida de los pobladores, fortalecer el aspecto cultural y social de la comunidad y así llevar un manejo adecuado de los recursos.

1.3.2 Objetivos Específicos

- Desarrollar un proceso de investigación sobre la situación actual de la comunidad Shuar de Cotococha y de esta manera conocer las fortalezas de la misma.
- Establecer el direccionamiento estratégico encaminado al desarrollo turístico de la comunidad de Cotococha, y que permita conocer las limitaciones que esta posee.
- Determinar las estrategias para el desarrollo turístico y generar divisas para la comunidad dar a conocer la comunidad Cotococha como un producto turístico potencial capaz de ser explotado racionalmente.
- Realizar un estudio de impacto ambiental para identificar la afectación al medio y proponer medidas que promuevan la preservación de los recursos naturales.
- Determinar la inversión del proyecto y su rentabilidad.

1.4 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.4.1 Justificación Teórica

Entre las motivaciones del turista extranjero para venir al Ecuador el 47% busca conocer la cultura y el 40% viene por conocer los atractivos histórico-culturales (MINTUR, 2012)

El nuevo perfil del turista, revela que busca vivir experiencias diferenciadas, conocer y compartir la cultura de un lugar; sentir y experimentar la naturaleza viva y conservada, y al mismo tiempo este nuevo viajero piensa que si hace vacaciones está contribuyendo a mejorar la calidad de vida de las comunidades y pueblos del lugar que eligió para hacer turismo y descansar

La Conservación según Humberto da Cruz(1996)“trata de la protección del recurso y al mismo tiempo de mantener en la calidad deseada el Servicio que proporciona este”.(pág. 71)

Toda acción humana que mediante la aplicación de los conocimientos científicos y Técnicos, contribuye al óptimo aprovechamiento de los recursos existentes en el hábitat humano; propiciando con ello el desarrollo integral del hombre y de la sociedad.

La Conservación se divide en dos grandes ramas, una de ellas es la Preservación la cual atiende las necesidades de los recursos físicos y la otra es el Mantenimiento encargado de cuidar del Servicio que proporcionan estos recursos. La Necesidad de proteger aquellos espacios que conservan unos valores naturales sobresalientes no ha cesado de incrementarse a lo largo del presente siglo. Ello no es más que la lógica respuesta a la creciente humanización de nuestro planeta, amenazada con la destrucción masiva de los ecosistemas naturales, y de las especies silvestres, según Humberto da Cruz dijo que un primer momento las medidas de conservación tuvieron como punto de mira los valores paisajísticos más llamativos de diversas regiones biogeografías en particular en el mundo más desarrollado.

La comunidad Shuar de Cotococha ofrece una gran diversidad natural y cultural, por lo que constituye una gran opción para el desarrollo del Turismo. La conservación e importancia que se preste a los recursos naturales de la zona, prevé garantías para el manejo adecuado y uso racional de los mismos en un largo plazo.

La importancia de la participación comunitaria de los habitantes de la comunidad de Cotococha es fundamental y primordial para el impulso del turismo comunitario en la zona. A través del recurso humano y su capacitación se logrará una actividad turística sustentable y lucrativa, la misma que será de gran beneficio para los integrantes de la comunidad. Actualmente tiene una significativa afluencia de turistas. Esta es la razón fundamental para el desempeño de este proyecto.

Se pretende beneficiar a la comunidad Shuar de Cotococha presentando alternativas de subsistencia y brindándoles la posibilidad de capacitarse e integrarse a la actividad del turismo comunitario que se ofrece, así como también contribuir con la ampliación física y con el manejo turístico y operativo de la zona para el mejoramiento de su infraestructura y calidad de servicio.

Con la ayuda de las capacitaciones, guías nativos y remodelación de las cabañas de la comunidad se podrá dar a conocer más de la misma y sus alrededores.

El ecoturismo y su importancia es la base del proyecto se implementara da manera positiva para ayudar a la comunidad, sin alterar su equilibrio. El ecoturismo o turismo sostenible, este término resulta hoy en día básico para los países con tantos recursos naturales ya que deben aprovecharlos y cuidarlos.

El turismo comunitario rural y la cultura indígena van de la mano, la visión integral del desarrollo existe cuando la idea de la sostenibilidad cubre todos los aspectos, económicos, sociales, culturales y ambientales. Esta forma de turismo también satisface las necesidades de una nueva generación de viajeros antes que transcurrir sus vacaciones en centros turísticos, cada vez con mayor frecuencia los turistas buscan alternativas con bases ecológicas y sostenibles.

El estudio a realizarse contendrá información que permitirá valorar la importancia de los recursos naturales y la conservación de la vida vegetal y animal que habitan cerca de la comunidad Shuar de Cotococha, con el fin de concientizar a la comunidad y a los visitantes. Y así de esta manera interpretar los impactos ambientales que producirá un proyecto en su entorno en caso de ser ejecutado.

1.5 MARCO DE REFERENCIA

1.5.1 Marco Teórico

Metodología de la investigación

Se tomo en cuenta para la realización de capítulo I dentro de lo que concierne a aspectos metodológicos, tipos de estudio, técnicas de investigación, marco conceptual y todo lo referente a la realización de este capítulo.

El marco teórico es fundamental para la elaboración del plan y de su desarrollo debido a que aquí se analiza teorías, cuyo objetivo es precisar y explicar temas que sirven para sustentar de manera más acertada la investigación además de ser una base de respaldo para la elaboración del plan.

Para la elaboración del Marco Teórico, se analizara la teoría más afine, la misma que permitirá formalizar el trabajo mediante la reducción de los fenómenos a proposiciones lógicas, y de esta manera poder relacionar lo más preciso posible el cuerpo teórico con la realidad para orientar la búsqueda.

Planteamiento del Problema: Es una breve descripción de la problemática que puede sustentarse en el desconocimiento de las causas que la generan, los factores asociados o el grado de intensidad mostrado en el comportamiento de algunos indicadores o variables en un contexto determinado.

Los síntomas que la reflejen situación Problemática, efectos inmediatos y futuros, causas probables, factores asociados, datos que verifiquen que el problema es parte de un contexto.

Los objetivos deben expresarse como proposiciones orientadas a definir los logros que se esperan obtener a partir de los resultados que arroje la investigación.

La justificación este apartado debe reflejar la importancia y relevancia que tiene la investigación que se ha realizado, exponiendo argumentos tales como:

Las Hipótesis General y específicas. En este apartado se sugiere formular las hipótesis de investigación, tal como estaban en el proyecto si éste se hubiese elaborado. Estas deben correlacionarse con cada objetivo.

La investigación de mercados es el proceso de recopilación, procesamiento y análisis de información, respecto a temas relacionados con la mercadotecnia, como: Clientes, Competidores y el Mercado.

Investigación Publicitaria: se compone de:

Investigación socioeconómica de la publicidad. Comprende el estudio de la publicidad a nivel global, desde un enfoque socioeconómico, jurídico, tecnológico, con carácter descriptivo.

Investigación de medios.

Estudio de control: Es aquella investigación comercial que va encaminada a conocer los resultados que se producen como consecuencia de la adopción de determinadas decisiones.

En estos estudios se da a conocer las pequeñas desviaciones de los resultados planificados y los resultados que se van produciendo, a tiempo para implementar medidas correctoras. (Metodología de la Investigación, (Carlos Méndez, 1995)

Direccionamiento estratégicoeste se encarga de desarrollar estrategias para el cumplimiento de un OBJETIVO determinado, mediante una creación estructurada mentalmente, se llama “Pensamiento Estratégico”.

Visión ¿Qué queremos ser? La pregunta es una invitación a imaginar el futuro posible para luego tratar de alcanzarlo. Supone evaluar nuestras posibilidades de alcanzar el futuro deseado. (Visión, Jack Fleitman, 1996)

Misión ¿Cómo queremos ser? “La misión es la razón de ser. Formula, en forma explícita. Los propósitos o tareas primordiales. Implica un ejercicio destinado a delimitar el trabajo fundamental de la organización”(THOMPSON, 1995, pág. 45)

ObjetivosEstratégicos ¿Cómo queremos lograr? El objetivo es un propósito o aspiración no cuantificable que se desea alcanzar en un determinado tiempo; es descriptible y, por lo tanto, evaluable.

Barómetro del Turismo Mundial 2007: Con esto se analizo la actividad turística mundial considerando las actividades que los turistas realizan además los destinos de preferencia que estos visitan.

En las páginas Web, se obtuvo información especial y específica del sector, análisis de competencias, lugares referenciales, información entre otros.

Metas estratégicas ¿Cuanto queremos lograr?

Las metas son el establecimiento de los planes para alcanzar la solución a los diferentes problemas que se plantean en el diagnostico, a fin de solucionar los diferentes problemas que afecta a la sociedad.

Importancia de las metas: Las metas proporcionan un sentido de dirección. Permiten enfocar nuestros esfuerzos. Guían nuestros planes y decisiones Y nos ayudan a evaluar nuestro progreso. (AubreyMalphurs, 2008)

Evaluación de impacto ambiental

Se llama procedimiento administrativo que sirve para identificar, prevenir e interpretar los impactos ambientales que producirá un proyecto en su entorno en caso de ser ejecutado, todo ello con el fin de que la administración competente pueda aceptarlo, rechazarlo o modificarlo.

Evaluación Ambiental Estratégica: Análisis de los impactos ambientales sinérgicos o acumulativos de las políticas, planes y programas que permite poner condiciones adelantadas que deben ser incorporadas en las acciones específicas.

Para el desarrollo del plan de turismo comunitario se tendrá en cuenta que el turismo es la industria más grande del mundo; representa más del 10% de todo el empleo. (Juan Jose Oñate, David Pereira, 2007)

El turismo tiene, en tal virtud, un gran y creciente impacto tanto en los pueblos como en la naturaleza.

El término “**ecoturismo comunitario**” lleva la dimensión social más allá. Este es un tipo de ecoturismo en el que la comunidad local tiene un control sustancial de, y participa en su desarrollo y manejo, y una importante proporción de los beneficios se quedan en la comunidad. (Reyes Ávila Bercial, 2008)

El Turismo Vivencial tiene el espíritu de hacer del turismo algo más humano, en un proceso de encuentro y diálogo entre personas de dos culturas, con la disposición hacia esa solidaridad que sólo se puede dar al encontrarse auténticamente con la naturaleza y la persona.

Se denomina también, genéricamente, a todas las actividades que pueden desarrollarse en el ámbito rural y que resultan de interés para los habitantes de las ciudades por sus características exóticas, románticas o diferentes a las de su habitual estilo de vida. Al viajero adepto a este tipo de turismo, le interesa conocer las técnicas productivas y participar de las características, formas típicas de vida y de trabajo en el campo.

El turismo alternativo es una nueva práctica del turismo que difiere del turismo tradicional por ofrecer a los turistas modalidades y destinos diferentes a los que ofrece el turismo comercial.

Si bien las empresas de turismo comercial empiezan a explorar nuevas modalidades como el ecoturismo, el turismo de aventura, el turismo de riesgo, incluso el turismo de guerra; la verdadera esencia del Turismo Alternativo es el involucramiento de las poblaciones receptoras, en las actividades y los beneficios que generan el turismo y que puedan contribuir a su desarrollo y sobre todo el calor humano que debe existir en las relaciones de los turistas con la gente y el medio geográfico. (Lourdes Olmos Juárez, 2001)

Dentro de las propuestas de este turismo está el Turismo Vivencial, el cual consiste en una modalidad de hacer turismo que tiene como particularidad que familias dedicadas principalmente a las actividades agropecuarias, deportivos y de pesca artesanal, abran sus casas para alojar al visitante, mostrándole una forma de vida única en el mundo.

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT 2008), el turismo sostenible "responde a las necesidades de los turistas y de las regiones anfitrionas", a la vez que "protege y mejora las oportunidades del futuro", respetando "la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales y la diversidad biológica".

A través del proyecto se generarán "empleos e ingresos dignos", afirma McAndrew, que contribuyen "a la reducción de la pobreza, mediante la diversificación de las actividades productivas realizadas por los pobladores y pobladoras de las comunidades". De este modo, "se fortalece la identidad sociocultural a través de la promoción de un turismo comunitario al mismo tiempo se trata de promover y conservar la identidad dentro de dicho proceso" (Mc Andrew, 1996)

En el Ecuador se ha establecido una red de turismo comunitario para ofrecer al turista la opción de vivir junto con las comunidades indígenas y propias de cada región la Experiencia Ecuador; logrando de esta manera que el turista conozca e interactúe con la cultura y raíces ecuatorianas.

De igual manera, esta forma de promoción turística ayuda a la supervivencia de estas comunidades que usted conocerá, con su visita no sólo compartirá momentos inolvidables, sino que aportará a la evolución y mantenimiento de las comunidades.

El Turismo Comunitario en Ecuador comenzó a configurarse con mayor dinamismo a partir de la segunda mitad de la década de los 90, buena parte de las reservas naturales del país están en manos de las comunidades indígenas, el turismo sostenible a través de esta modalidad se preocupa del mantenimiento de la diversidad étnica, cultural y biológica del

país. La comunidad de Cotococha se encuentra a 30 minutos de la ciudad, en la vía Puyo - Macas, sector PuyuPungo.

Esta es una comunidad de origen Kichwa que se ha integrado a un proceso de turismo comunitario con el afán de poder mejorar la calidad de vida de sus integrantes sin perder su identidad y cultura ancestral.(Esteban Ruiz Ballesteros, Doris Solís Carrión, 2007)

Desarrollo Sustentable

En la actualidad y ante los graves problemas que afectan a la sociedad, y que atentan contra la supervivencia de la humanidad y del planeta, surge la necesidad de afianzar en cada persona el pensamiento de desarrollo sustentable, y la mejor manera de lograrlo es mediante las universidades como instituciones de enseñanza y formación de profesionales capaces de transformar esa crisis.

El ámbito del desarrollo sostenible puede dividirse conceptualmente en tres partes: ambiental, económica y social. Se considera el aspecto social por la relación entre el bienestar social con el medio ambiente y la bonanza económica. El triple resultado es un conjunto de indicadores de desempeño de una organización en las tres áreas.

Deben satisfacerse las necesidades de la sociedad como alimentación, ropa, vivienda y trabajo, pues si la pobreza es habitual, el mundo estará encaminado a catástrofes de varios tipos, incluidas las ecológicas. Asimismo, el desarrollo y el bienestar social, están limitados por el nivel tecnológico, los recursos del medio ambiente y la capacidad del medio ambiente para absorber los efectos de la actividad humana.

El turismo sostenible ha sido definido por la Organización Mundial del Turismo como aquel que "satisface las necesidades presentes de los turistas y de las regiones hospederas, a la vez que protege y mejora las oportunidades para el futuro.

Desarrollo de Productos Turísticos está encargada de impulsar el desarrollo competitivo de nuevos productos turísticos, así como el apoyo a la profesionalización y vinculación empresarial de los prestadores de servicios turísticos.

Los proyectos son iniciativa de la comunidad Los encargados de estos son generalmente miembros de la comunidad. Para trabajar en un proyecto lo principal que se debe tener en cuenta es la iniciativa propia por parte de los voluntarios y no esperar a que la comunidad o alguien más programen todo el proceso de actividades.

El Estudio Financiero:

Aquí se demuestra lo importante: ¿La idea es rentable?,. Para saberlo se tienen tres presupuestos: ventas, inversión, gastos. Que salieron de los estudios anteriores. Con esto se decidirá si el proyecto es viable, o si se necesita cambios, como por ejemplo, si se debe vender más o gastar menos.

Hay que recordar que cualquier cambio en los presupuestos debe ser realista y alcanzable, si la ganancia no puede ser satisfactoria, ni considerando todos los cambios y opciones posibles entonces el proyecto será "no viable" y es necesario encontrar otra idea de inversión. Así, después de modificaciones y cambios, y una vez seguro de que la idea es viable, entonces, se pasara al último estudio.

Turismo Comunitario “El ecoturismo es un término frecuentemente debatido. Algunas veces se lo emplea simplemente para identificar una forma de turismo en la que la motivación de los visitantes, y las ventas asociadas, se centran en la observación de la naturaleza. De manera creciente, no obstante, este sector general del mercado recibe el nombre de turismo orientado a la naturaleza”. El verdadero “ecoturismo”, sin embargo, requiere un enfoque preventivo para mitigar lo negativo y reforzar los impactos positivos del turismo de naturaleza. La Sociedad Internacional de Ecoturismo lo define como el viaje responsable a zonas naturales que conserva el ambiente y sustenta el bienestar de la población local.

Esta definición no supone únicamente que debería haber un reconocimiento de, y un apoyo positivo para, la conservación de los recursos naturales tanto de parte de los proveedores como de los consumidores, sino que además el ecoturismo tiene necesariamente una dimensión social. El término “ecoturismo comunitario” lleva la dimensión social más allá. Este es un tipo de ecoturismo en el que la comunidad local tiene un control sustancial de, y participa en, su desarrollo y manejo, y una importante proporción de los beneficios se quedan en la comunidad. La definición de la comunidad dependerá de las estructuras sociales e institucionales en la zona de que se trate, pero la definición supone alguna forma de responsabilidad colectiva y aceptación de los órganos representativos. En muchos lugares, especialmente en aquellos habitados por pueblos indígenas, existen derechos colectivos sobre las tierras y los recursos. El ecoturismo comunitario debería fomentar el uso sostenible

y la responsabilidad colectiva de éstos, pero igualmente debe aceptar las iniciativas individuales en la comunidad.

Planificación estratégica

La estrategia analítica es el proceso de desarrollo e implementación de planes para alcanzar propósitos y objetivos. La planificación estratégica se aplica sobre todos en actividades de negocios. Dentro de los negocios se usa para proporcionar una dirección general a una compañía (llamada Estrategia Empresarial) en estrategias financieras, estrategias de desarrollo de recursos humanos u organizativos, en desarrollos de tecnología de la información y crear estrategias de marketing.

Mediante el desarrollo de la investigación de campo se determinan los recursos turísticos existentes y los potenciales a ser utilizados de manera sostenible. Las consideraciones surgen desde el momento que se asume determinado espacio como un destino turístico con posibilidades de emerger, se toman en cuenta los recursos existentes potenciales y reales para que a través de la planificación estratégica, la aplicación de las diferentes modalidades turísticas y el monitoreo de los procesos establecidos para la consecución de los objetivos, se transforme en parte esencial orientado hacia la satisfacción de los visitantes.

La importancia de la planificación estratégica reside en desarrollar herramientas de manejo y de gestión de uso local para las comunidades involucradas en el desarrollo del turismo comunitario responsable.

La planificación estratégica es un proceso participativo donde intervienen los agentes socioeconómicos involucrados lo que implica diálogo y trabajo grupal. Se establecen metodologías de trabajo claras como herramientas de gestión.(Fred R. David,1990

Las principales etapas son:

- ☞ Recolección, Sistematización y Estructuración de Información y Datos.
- ☞ Diagnóstico y Análisis de la Información y los Datos
- ☞ Fijación del Contexto ideal.
- ☞ Preparación de Propuestas y Estrategias.
- ☞ Plan Operativo.

Inventario y Valoración de Recursos Turísticos

El inventario permite el estudio y registro de todos aquellos elementos que debido a sus cualidades naturales o culturales pueden constituirse en atractivos turísticos, a través de la planificación, mediante su uso sostenible como parte complementaria de la visión integral del sitio turístico.

El inventario se realiza mediante el llenado de fichas según formatos establecidos, lo que conjuntamente con el diagnóstico integral darán lugar a los estudios de pre-factibilidad de proyectos, de esta manera se conoce de manera real, sistemática y ordenada los recursos turísticos que sirven de base para el desarrollo de políticas y planes sectoriales.

Se cuenta con un equipo interdisciplinario que se encarga de los diferentes procesos inmersos en el desarrollo del turismo, desde la planificación de las actividades a implementar hasta la promoción y la venta de los servicios y productos resultantes.

Los fundamentos básicos de la factibilidad de un proyecto se concentran en los estudios de los componentes ambientales, sociales, técnicos y económicos. Mediante la participación del equipo interdisciplinario con el que cuenta la empresa se logran los objetivos de análisis y de valoración de las diferentes etapas de la puesta en marcha de los planes de inversión.

Además de los temas anteriores se toman en consideración otros como la parte financiera, presupuestos, plan de marketing, aplicación de estándares de calidad, logística interna, alianzas estratégicas y capacitación de recursos humanos.

Propósitos y objetivos Cualquier diferencia entre la situación actual con la palabra administración y el estado que se aspira a alcanzar en el futuro puede ser entendido como una deficiencia. Los propósitos y objetivos consisten en identificar cómo eliminar dicha deficiencia. Cuando los propósitos son utilizados en el área financiera, a menudo se denominan objetivos.

Es necesario identificar los problemas que se enfrentan con el **plan estratégico** y distinguir de ellos los propósitos que se alcanzarán con dichos planes. Una cosa es un problema y otra un propósito. Uno de los propósitos pudiera ser resolver el problema, pero otro pudiera ser agravar el problema. Todo depende del "vector de intereses del actor" que hace el plan.

Una buena estrategia debe

- ☞ Ser capaz de alcanzar el objetivo deseado.
- ☞ Realizar una buena conexión entre el entorno y los recursos de una organización y competencia; debe ser factible y apropiada

- ☞ Ser capaz de proporcionar a la organización una ventaja competitiva; debería ser única y sostenible en el tiempo.
- ☞ Dinámica, flexible y capaz de adaptarse a las situaciones cambiantes.
- ☞ Suficiente por sí misma.

Estudio y Planificación Jurídica Ambiental

El carácter legal y constitucional: Un criterio adicional para reconocer la naturaleza del régimen autonómico es su carácter legal en general y constitucional en particular, la autonomía no es un mero proceso de descentralización, pues los órganos descentralizados pueden ser modificados y removidos administrativamente por un órgano central, mientras que la autonomía busca ser constitucionalmente establecida, pues desde ahí se definen los poderes y funcionamiento del Estado y hace que los entes autónomos territoriales políticos y/o administrativos sean parte constitutiva del mismo.

Es necesario con medidas de reglamentación para poder crear un ambiente armónico entre la naturaleza y la comunidad, además se debe tomar en cuenta que los recursos no son de manejo público. Deben ser controlados para evitar su explotación indiscriminada creando políticas de conservación.

La autonomía de los Pueblos Indígenas establece Un régimen político–jurídico, acordado y no meramente concedido, que implica la creación de una verdadera colectividad política en el seno de la sociedad nacional. Es decir que se configura un gobierno propio o autogobierno con absoluta independencia, con capacidades y atribuciones legalmente establecidas para legislar su vida interna y administrar sus recursos en un territorio determinado. Sin embargo y dependiendo de las características de las comunidades, los sistemas autonómicos son diferentes y deben ser evaluados, para su aplicación, en términos de las condiciones históricas de donde emergieron y que, al mismo tiempo quieren dar respuesta, justamente a través de la construcción o reconstrucción de sus formas de vida, es decir a partir de lo cotidiano.

Una definición de manera comprensiva, puede indicarse que el sistema de autonomía se refiere a un régimen especial que configura un gobierno propio (autogobierno) para ciertas comunidades integrantes, las cuales escogen así autoridades que son parte de la colectividad,

ejercen competencias legalmente atribuidas y tiene facultades mínimas para legislar acerca de su vida interna y para la administración de su asuntos”.

La administración del medio ambiente es la evaluación, planificación, gestión o manejo ambiental de una forma adecuada tratando dañar lo menos posible al medio ambiente y utilizando lo necesario de recursos naturales. Se debe hacer un estudio para después planificar hasta llegar al objetivo y gestionar, este puede ser en un área grande o en un lugar más específico como una localidad en particular, puede ser una evaluación del impacto ambiental de cierta región, es importante incluir la opinión de la población ya que ellos son los que están de cierta forma conviviendo día con día en las áreas y están más sensibilizados, También es importante la participación del gobierno ya que este aplica la legislación, pero esta participación debe de ser balanceada, que observe la conducta cívica de los particulares.

La planificación ambiental es cuando se intenta concretar, ya que en esta planeación se deben de tomar en cuenta los recursos naturales utilizando adecuadamente el medio ambiente, y se deben de tomar en cuenta los impactos que se puedan tener ya que la sociedad- naturaleza condiciona las características del medio ambiente, se debe de planificar de acuerdo a lo que se haya evaluado y sea lo mejor para el medio ambiente con el menor daño posible a la naturaleza y al sistema social.

Evaluación de impactos ambientales: Se sustenta sobre el concepto de que el ambiente por intervenir posee determinadas cualidades: físicas, biológicas, económicas o culturales, positivas o negativas, que le otorgan o le restan valor. Al evaluar un proyecto, procura predecir y juzgar las ganancias o pérdidas de valor, así como proponer medidas que mejoren el balance final, o rechazar el proyecto si sus costos ambientales son demasiado altos.

Por ejemplo, es valioso disponer de agua pura, aire limpio, suelos no contaminados y productivos, entre otros.

Por ejemplo, el valor intrínseco del agua pura y cristalina se une a su valor para la salud, la actividad turística.

Ello implica que cuando se valora un bien ambiental, los valores juegan un rol principal. De ahí la gran importancia de separar hechos de valores (no siempre fácil) al realizar la evaluación de impactos ambientales.(Eduardo Astorga Jorquera, 2007)

1.5 HIPÓTESIS DE TRABAJO

1.6.1 Hipótesis General:

La realización del plan de Turismo Comunitario para la Comunidad Shuar de Cotococha permitirá obtener un reconocimiento tanto en el mercado nacional como internacional, gracias a la utilización de sus recursos y medios de difusión, lo cual hará posible incrementar la afluencia de turistas y lograr un desarrollo económico de la comunidad.

1.6.2 Hipótesis Específicas:

- Al analizar el entorno de la comunidad permitirá determinar el estado actual de recursos naturales y culturales.
- Se lograra determinar el potencial turístico de la comunidad a través de la página web, trípticos y una página de facebook, con las oportunidades que esta posee dando el conocimiento necesario a los pobladores y turistas acerca de los atractivos para que puedan darlos a conocer.
- Si se establecen las estrategias y procesos estas servirán como guía práctica para los integrantes de la comunidad y para un mejor manejo de los recursos naturales.
- Con el estudio de Impacto Ambiental se identifica la afectación al medio, estableciendo medidas de mitigación que promuevan la conservación del recurso natural.
- Mediante un estudio financiero se establecerán los beneficios económicos y rentabilidad del proyecto.

CAPÍTULO II

INVESTIGACIÓN DE MERCADO

2.1 Inventario de Atractivos Turísticos

El inventario de atractivos turísticos consiste en una recopilación útil y de fácil interpretación que permite conocer los atractivos de una región o de diferentes zonas.

Esta información se encuentra almacenada en fichas de, ubicación, descripción del sitio, características geográficas y climáticas, historia, facilidades, servicios, infraestructura, accesibilidad, actividades turísticas, servicios entre otras.

Las fichas muestran suficiente información de la zona o región.

El realizar un inventario de atractivos turísticos constituye un instrumento importante para emprender un adecuado camino hacia el desarrollo del turismo, especialmente cuando se lo realiza de sitios o lugares que representan una nueva opción para ser visitadas.

De ésta manera el presente estudio realizado en las diferentes zonas con sus distintos atractivos permite visualizarlo como una zona de potencial desarrollo turístico, basándose en los atractivos naturales que ésta posea

Para esto se utilizó la metodología OEA

Metodología para Elaboración de Inventario de Atractivos Turísticos (Basado en OEA)

2. Análisis de los Recursos: El Inventario

2.1 Definiciones y Conceptos

a)¿Qué son los Recursos Turísticos?

Bienes y servicios que por intermedio de actividad del hombre y medios con los que cuenta hacen posible la actividad turística y satisfacen las necesidades de la demanda.

b) ¿Qué es un Inventario?

Es una recopilación de información de una forma que resulte útil para los fines propuestos.

c) ¿Qué es in Inventario Selectivo de Recursos Turísticos?

- Los atractivos y recursos Materia prima para productos turísticos.
- Inventario indica las características de estos elementos de atracción turística para analizar cómo pueden ser utilizados y también se busca conocer las características de la oferta.

Objetivos del Inventario Selectivo Valorado

Obtener información concreta sobre características de atractivos que pueden ser útiles desde el punto de vista de producción turística.

Disponer de herramienta que permita jerarquizar atractivos que ofrezcan mejores posibilidades de éxito .

2.2 ¿Como elaborar un Inventario Selectivo Valorado de Recursos Turísticos?

Fases:

1.Preparacion

2.Levantamiento de Información

3. Evaluación y Ponderación

1. Fase de Preparación:

1.1 Clasificación (OEA): 5 grupos

- Sitios Naturales
- Museos y manifestaciones culturales históricas
- Folklore
- Realizaciones técnicas, científicas y artísticas contemporáneas
- Acontecimientos programados
- Cada grupo (categoría) se divide en tipos y subtipo

Cuadro No. 1 Clasificación de los Atractivos Turísticos Según la OEA

CLASIFICACIÓN DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS SEGÚN LA OEA		
CATEGORÍA	TIPO	SUBTIPO
SITIOS NATURALES	Montañas, Planicies Costas, Lagos, Ríos, Grutas Lugares observación flora y fauna, caza y pesca, caminos, bosques, etc	
MUSEOS Y MANIFESTACIONES CULTURALES	Museos, Obras de arte, lugares históricos, ruinas, yacimientos arqueológicos	Pintura, Escultura, Arte decorativo, y Arquitectura
FOLKLORE	Manifestaciones. Religiosas, creencias, música y danza, artesanía, comidas y bebidas, grupos étnicos	

REALIZACIONES CIENTÍFICAS Y ARTÍSTICAS CONTEMPORÁNEAS	Obras de arte, de ingeniería y obras tecnológicas	Puentes, edificios arquitectura, fábricas
ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS	Artísticos, Recreativos	Musicales, teatrales, festivales de cine

Fuente: CICATUR .-OEA “Metodología de Inventario Turístico”

- Se debe recoger atractivos que ofrezcan relevancia a la hora de valorarlo en relación con los otros.
- Para seleccionar qué atractivos se van a incorporar al inventario selectivo hay que proceder primero a realizar levantamiento a partir de fuentes documentales y bibliográficas:
 - ❖ Folletos turísticos
 - ❖ Catálogos de operadores
 - ❖ Guías de viaje
 - ❖ Sitios web
 - ❖ Bibliografía sobre el área :geografía,historia,arte, economía etc.

A partir de esta información se elabora el listado de elementos a inventariar, se localizan y se busca información

1.2 Las Herramientas :Ficha de Inventario

- Herramienta práctica de inventario, diseñada para creación de productos turísticos a partir de recursos existentes.
- No es la ficha tipo requerida por Ministerio de Turismo para Inventario del Sistema de Información ITUR
 - ❖ Ficha de Atractivos
 - ❖ Ficha de Localidad

- ❖ Ficha de Alojamiento
- ❖ Ficha de Gastronomía

2.1.1 Atractivos Turísticos Naturales

- Comunidad Cotococha
- Rafting Moderado en el Río Puyo

2.1.2 Atractivos Culturales

- Festival de la Comunidad de Cotococha
- Tradición y confección de las artesanías con materiales recolectados en ríos y selva.

Atractivos Turísticos Naturales Aledaños a la Comunidad Shuar de Cotococha:

1. Cascada Hola Vida
2. Cascada Escondida
3. Mirador de ChugnaHurco
4. Mirador del Río Pastaza
5. Comunidad Indichuris
6. Comunidad Vencedores

2.1.1 ATRACTIVOS TURÍSTICOS NATURALES

CUADRO No 2 RESUMEN ATRACTIVOS

FICHA DE ATRACTIVOS		
NOMBRE DEL ATRACTIVO	DESCRIPCIÓN	GRÁFICO
Cascada Hola Vida	Desde la ciudad de Puyo, salida por la vía Macas hasta el kilometro 14 ingresa por un camino vía a la comunidad de Pomona, en el kilometro 9 se ingresa a la comunidad Cotococha, 2 kilómetros más adelante se ubica la comunidad de Vencedores y 2 kilómetros, la Fundación Hola Vida.	

Cascada Escondida	Vía Puyo-Macas km14 luego vía Pomona al Km 13 y 2 horas de Caminata en el bosque a la Cascada Escondida.	
Mirador de ChugraHurco	Vía Puyo-Macas km14 luego vía Pomona hasta el km 9 de ingreso a Cotococha y 6 horas de caminata por el bosque secundario hasta el mirador de Cugra-Hurco.	
Mirador del Río Pastaza	Vía Puyo-Macas km14 luego vía Pomona Km 12 encuentra el mirador del río Pastaza.	
Rafting Moderado en el Río Puyo	Vía Puyo-Macas km14 luego vía Pomona Km 9, partiendo desde la Comunidad de Cotococha.	

Fuente: Gabriela Egas

Cuadro No.3

Resumen de Atractivos

FICHA DE ATRACTIVOS		
NOMBRE DEL ATRACTIVO	DESCRIPCIÓN	GRÁFICO

Comunidad Indichuris	Vía Puyo-Macas al km. 14 ingreso por la vía a Pomona hasta el kilometro 14	
Comunidad Vencedores	Por la vía Puyo-Macas hasta el kilometro 14 ingreso por la vía a Pomona kilometro 10	
Comunidad COTOCOCHA	Vía Puy- Macas hasta el kilometro 14 ingresa por la vía a Pomona al Km. 12	

Fuente: Gabriela Egas

Cuadro No. 4

Resumen de Alojamiento

EMPRESAS DE ALOJAMIENTO		
NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO	DESCRIPCIÓN	GRÁFICO
Fundación Hola Vida	Cabañas A 7 kilómetros de Cotococha a 8 horas de Quito	

Complejo Turístico Indichuris	El complejo esta a 1/ 2 a pie del hola vida y a 8 horas de Quito y Ambato	
Hotel Altos del Pastaza Lodge	Leonardo Murialdo E11-04 y los Nardos - Quito - Ecuador - Sur América	

Fuente: Gabriela Egas

2.2 ANÁLISIS MACROENTORNO Y MICROENTORNO

2.2.1 ANÁLISIS VARIABLE

En los últimos años se observa un cambio en los gustos de los viajeros hacia otros lugares turísticos para conocer nuevos destinos, realizar diferentes actividades y buscar propuestas relacionadas, en ciertos casos, con las costumbres locales, conocer sobre las tradiciones de un pueblo de diferentes comunidades de distintas regiones, con lo étnico y con los orígenes de determinadas culturas.

El Ecuador sin duda es el país de la mega diversidad y posiblemente uno de los más ricos del planeta, pues gracias a sus grandes contrastes, en su pequeño territorio conjuga cuatro regiones naturales que ofrecen una inmensidad de suelos, climas, montañas, páramos, playas, islas y selva, que a la vez constituyen el hogar de miles de especies de flora y fauna. Pero el Ecuador no sólo es rico en naturaleza también es rico en su gente, pues su territorio es padre de 14 nacionalidades indígenas con costumbres, idiomas y tradiciones múltiples.

“La región Amazónica de Ecuador donde el clima es cálido, húmedo y lluvioso y la temperatura varía entre 23 C° y 26 C°, es el hábitat de varios grupos y tribus étnicos indígenas como el Huaorani, Shuar, Ashuar, Kichwa, Siona Secoya, Cofan, Zaparo y Quijos que todavía viven tradicionalmente, manteniendo sus costumbres y distintas tradiciones. Esta gente y grupos indígenas que han vivido en la selva amazónica por millares de años

mantienen sus tradiciones ancestrales vivas, exhibiendo sus costumbres, rituales y sabiduría actuando como los guardianes de la biodiversidad del mundo y conservando este ecosistema único para las generaciones futuras.(Philip Kotler, 2008)

“La provincia de Pastaza tiene diferentes recursos naturales, hay varios proyectos turísticos y ecológicos que desarrollan sus actividades a nivel provincial y que ofrecen desde criaderos de animales silvestres, hasta centros de conservación de plantas medicinales. Una de las mejores formas de conocer la variedad cultural de Pastaza es visitando sus amigables comunidades indígenas en el interior de la provincia, varias agencias de viajes locales ofrecen paquetes turísticos muy razonables donde la convivencia intercultural mediante el turismo comunitario se vuelve una realidad. Además la ciudad cuenta con museos, parques temáticos, paseos ecológicos, puentes colgantes, miradores, piscina de olas artificiales y muchos centros turísticos” (Turismo Provincia Pastaza, 2008)

El turismo es una prioridad aquí. Pastaza es la provincia más grande del Ecuador, con alrededor de 29.800 Km² de territorio, toda la provincia se encuentra enclavada en la exuberante Selva Amazónica. Se encuentra a solo 4 horas y 30 minutos de la ciudad de Quito, o una hora en avión a su aeropuerto en la parroquia Shell. Su capital es la ciudad de Puyo que significa Neblina en el idioma nativo. El principal río que la recorre lleva el mismo nombre, Pastaza, siendo este río navegable hasta su desembocadura en el río Amazonas.

En este sentido, se busca experimentar con la diversidad cultural como forma de enriquecer a los propios turistas.

Las estadísticas que se presentan en este proyecto dan a conocer el nivel de educación que tienen los pobladores de la comunidad Shuar de Cotococha y proporcionar información necesaria.

CUADRO N° 5. ALFABETISMO EN COTOCOCHA

Comunidad Cotococha	SABE LEER Y ESCRIBIR
--------------------------------	-----------------------------

SEXO				
	Si	No	Ignorado	Total
Hombre	20	10	-	40
Mujer	20	10	-	20
Total				

Fuente: Agencia de Viajes Ecuadventour

EL FACTOR SOCIO- ECONÓMICO:

Definido como el nivel de cohesión interna que posee una comunidad y la posibilidad de cada individuo de tener acceso a diferentes bienes y servicios básicos de acuerdo a sus recursos económicos. Las variables usadas generalmente están vinculadas a la densidad organizacional, la diversidad organizacional, el índice de calidad de vida, la cobertura en salud y el tipo de estrato socioeconómico de una comunidad.

CULTURAL:

A pesar de que la Comunidad de Cotococha está localizada cerca a la ciudad del Puyo y el permanente asentamiento de colonos de varias regiones del Ecuador en áreas aledañas, que han deforestado una considerable área del bosque primario, cazado especies nativas en exceso, contaminado y utilizado ríos y acequias en labores agrícolas y ganaderas, los habitantes se empeñan en mantener sus orígenes, tradiciones, cultura, ritos, festividades y creencias de la cultura Shuar, forma de subsistencia y el lenguaje.

Los grupos étnicos que forman la comunidad son de origen Shuar, Yumbo y Quichua por matrimonios entre algunos indígenas de origen Shuar y los antes indicados. No se permite los matrimonios con personas extranjeras, blancos o mestizos.

En cuanto al territorio, el líder de la comunidad logró mediante grandes esfuerzos obtener el reconocimiento del Estado ecuatoriano para preservar una considerable extensión territorial en la que no es posible el asentamiento de colonos o grupos humanos distintos a los de la cultura Shuar.

Irará Vargas, actual líder de la Comunidad cuenta que hace 35-40 años grupos de Shuaras emigraron al actual asentamiento de Cotococha y se establecieron a orillas de río Puyo donde la cacería y pesca les permitía subsistir, mantuvieron sus tradiciones y costumbres que

sufrieron algunos cambios cuando algunos de los indígenas Shuar se unieron a mujeres Yumbas y Quichuas.

Para los habitantes de Cotococha la selva es su territorio ancestral heredado de sus mayores, no conciben la distribución territorial tal como lo establece la legislación ecuatoriana.

En todas sus leyendas y tradiciones se mantiene la propiedad del territorio incluso el que ahora pertenece a colonos.

Según cuentan las leyendas, el padre y abuelo de Irará decidieron establecerse en el lugar por la gran cantidad de monos aulladores que poblaban las colinas y bosques y les permitía conocer con anticipación la presencia de otros indígenas, se sintieron seguros y protegidos además de la abundancia de animales en el bosque y peces en el río.

La mitología Shuar está estrechamente vinculada a la naturaleza y a las leyes de Universo, y se manifiesta en una amplia gama de seres superiores relacionados con fenómenos tales como la creación del mundo, la vida, la muerte, y las enfermedades.

El gran mundo espiritual de los Shuar es repetitivo. No creen en que el ser humano tenga un final. Creen que luego de nacer y cumplir su vida, no llegan a un estado permanente con la muerte sino que su espíritu, es recibido por otro ser humano que puede ser su hijo o su nieto, quien cumple nuevamente otro ciclo vital, así en forma indefinida.

“La palmera de chonta, su fruto maduro, representa el mito del Uwi. Éste señala la estación de la abundancia en la selva. En la cosecha de sus frutos se celebran rituales con ruegos a Uwi. Piden que fermente la chicha de chonta, dé fertilidad a los animales, a las plantas y vitalidad al hombre. Si estos ritos son celebrados muy ceremoniosamente, se cumplirá con todo lo pedido; de lo contrario vendrá escasez de alimentos y muerte.” (Ecuadventour, 2009)

La secuencia del día y la noche en la mitología de los Shuar la relacionan con la victoria.

El chamán, es una especie de sacerdote mediador con el mundo sobrenatural y a la vez es un líder político.

ECONÓMICO:

“La economía en la provincia de Pastaza es esencialmente agrícola y ganadera, además de la explotación de madera finas, materiales pétreos y oro de manera artesanal. En los últimos 25

años se inició el desarrollo de actividades turísticas desde la ciudad del Puyo hacia el sur en dirección a Macas. Actualmente los indígenas están encontrando que el vínculo con operadores turísticos, la venta de artesanías, la preservación del hábitat y la protección de las especies es rentable y les permite generar ingresos. En la actualidad la economía de la zona y en especial de la comunidad de Cotococha está enfocada en promocionar el turismo comunitario, por su propia cuenta y con medios y servicios precarios han logrado captar pequeños grupos de turistas con muy pocas agencias de Baños, Puyo y Quito. “(Turismo en Pastaza, 2008)

A 500 metros del centro del poblado y en la parte más alta de Cotococha, construyeron con maderas típicas del sector cabañas comunales rudimentarias un comedor, cocina con fogón, sistema de captación de agua y dos baterías sanitarias completas para dar atención a grupos de hasta 30 personas.

Al mismo tiempo han descubierto que la elaboración de artesanías es otra fuente de ingresos cuando turistas locales y extranjeros los visitan, con este fin construyeron un local, llamado Museo donde alrededor de 15 mujeres y varios niños aprenden, fabrican, tallan y elaboran diferentes artículos de madera, cerámica, plumas y semillas. Otro grupo de adolescentes de la comunidad se encarga de buscar en el bosque piedras, maderas de chonta, semillas, entre otros.

A tal grado está desarrollándose esta iniciativa que almacenes de artesanías de Puyo, Tena, Baños ingresan a la comunidad para comprar esos artículos al por mayor.

Los ingresos mensuales por el servicio de alimentación, alojamiento, caminatas y guías nativos son repartidos entre los comuneros que atienden por turno a los visitantes nacionales y extranjeros.

Por ser al momento una actividad esporádica no es posible establecer un ingreso promedio por familia. Los esfuerzos de la comunidad están encaminados a mejorar, ampliar y promocionar este recurso turístico para obtener permanentemente ingresos para todos los miembros de Cotococha.

La economía se basa principalmente en la caza, pesca y la recolección de frutos e insectos. Cultivan yuca, "papa china", camote, maní, maíz, palma de chonta y plátano. El cuidado de

la parcela y también la recolección, la preparación de la chicha y la cocina le corresponden a la mujer; la caza y la pesca al hombre.

2.2.2 ANÁLISIS VARIABLE DEMOGRÁFICA

“En los últimos 10-8 años la comunidad se ha reducido de más o menos 200 habitantes a 65 en la actualidad”

Muchos de los habitantes emigraron a las ciudades de Puyo, Baños y Ambato en busca de trabajo y subsistencia. Generalmente en trabajos muy mal remunerados y elementales.

Otro pequeño grupo, se calcula que 22 hombres y mujeres retornaron a sus comunidades originales en el sur del Ecuador, frontera con la amazonia peruana.

CUADRO N° 6. POBLACIÓN DE COTOCOCHA

DISTRIBUCIÓN POBLACIONAL DE LA COMUNIDAD SHUAR DE COTOCOCHA		
TOTAL	HOMBRES	MUJERES
65	35	30

Fuente: Agencia de Viajes Ecuadventour

2.2.3 ANÁLISIS TECNOLÓGICO

Por la ubicación geográfica y distancia de centros poblados desarrollados no existe ningún medio tecnológico en Cotococha. Hace 2 años se instaló el servicio de energía eléctrica en la zona que permitirá en un futuro cercano implementar nuevas tecnologías, por ahora esto no existe y los medios tecnológicos modernos son desconocidos para la mayoría de sus pobladores.

Para la promoción o comunicación vía internet los pobladores de la comunidad deben desplazarse al Puyo y ser asistidos por jóvenes de la comunidad que actualmente tienen conocimientos básicos de computación.

La promoción de Cotococha se basa por el momento en la comunicación de persona a persona por parte de turistas o visitantes nacionales y la información que algunas agencias de viajes han colocado en sus páginas web.

En determinados lugares del bosque y en especial en la colina de Cotococha se capta esporádicamente la señal de telefonía celular.

2.2.4. ANÁLISIS POLÍTICO

La Política y Estrategia Nacional de Biodiversidad presentan el camino que el Ecuador ha definido para conservar y utilizar sustentablemente su diversidad biológica y establece las prioridades de intervención del Estado Ecuatoriano.

Se fundamenta en el reconocimiento de que la biodiversidad es un recurso estratégico para el Ecuador, que ha hecho posible el desarrollo de diversas opciones productivas para incrementar la calidad de vida de la población, las exportaciones y la seguridad alimentaria.

Sin embargo, plantea que es posible ampliar y diversificar estas oportunidades, particularmente en el turismo, la agricultura y la pesca sustentables y generar nuevos mercados como son los recursos genéticos y otros productos silvestres. Además, el Ecuador tiene una gran diversidad cultural por la existencia de diversas formas de mestizaje, nacionalidades y pueblos indígenas, comunidades afro ecuatorianas, y diferentes grupos humanos que interactúan y dependen de la riqueza biológica del país.

Un adecuado manejo y uso sustentable de esta riqueza abre oportunidades para que la biodiversidad contribuya de manera sustancial al desarrollo humano sustentable del Ecuador.

El Ecuador ha definido para conservar y utilizar sustentablemente su rico patrimonio de diversidad biológica y establece las prioridades de intervención que deben tener en cuenta los distintos actores del país.

2.2.5 ANÁLISIS LEGAL

El presente proyecto estará regido por la Ley de Turismo, a continuación se presentan algunos artículos referentes a la operación turística:

Principios y Políticas:

Art. 1.- Objeto.- Las normas contenidas en este reglamento tienen por objeto establecer los instrumentos y procedimientos de aplicación de la ley; el establecimiento de los procedimientos generales de coordinación institucional; y, la actualización general de las normas jurídicas secundarias del sector turístico expedida con anterioridad a la expedición de la Ley de Turismo.

Art. 2.- Ámbito.- Se encuentran sometidos a las disposiciones contenidas en este reglamento: Las instituciones del Estado del régimen nacional dependiente del sector turístico y a nombre de ellas, sus autoridades y funcionarios (Ministerio de Turismo 2010)

b. Las instituciones del Estado del régimen nacional dependiente que por razones del ejercicio de las competencias que le son propias y que tienen relación con el desarrollo de actividades turísticas por disposición de sus leyes especiales, y a nombre de ellas, sus autoridades y funcionarios (como por ejemplo: Ministerio del Ambiente, Ministerio de Agricultura y Ganadería, Ministerio de Salud, Ministerio de Gobierno, Intendencia de Policía, comisarías nacionales de Policía y todas aquellas que en el ámbito de sus competencia tienen relación con la actividad turística);

Los sujetos establecidos en este artículo se someten a las disposiciones contenidas en este reglamento en tanto en cuanto ejerzan actividades turísticas según lo establecido en la Ley de Turismo y este reglamento o ejerzan actividades que tengan relación con la actividad turística, en los términos establecidos en este reglamento.

El desarrollo del TURISMO COMUNITARIO debe potenciar la mejora de la calidad de vida de las poblaciones locales, consiguiendo un desarrollo integrado de los valores socioeconómicos, culturales y ambientales, favoreciendo la equidad social. Como lo fundamenta la OMT: Sustentabilidad ambiental, equidad social y viabilidad económica, es decir, que su impacto sobre el medio ambiente sea minimizado y que garantice un destino turístico sostenible que proporcione satisfacción al turista, y que además beneficie a todos los actores involucrados.

Instructivo para la calificación de comunitarias a las personas jurídicas dedicadas a la actividad turística comunitaria:

Considerado que el Consejo de Desarrollo de las Nacionalidades y Pueblos del Ecuador CODENPE, es un organismo público adscrito a la Presidencia de la República, de conformidad con el Decreto Ejecutivo N° 180, publicado en el Registro Oficial N°37 de 13 de junio de 2005; tiene como atribuciones: definir políticas para el desarrollo integral sustentable con identidad, así como la de contribuir al fortalecimiento y la reconstrucción de las nacionalidades, pueblos y comunidades indígenas del país

El Ministerio de Turismo mediante Acuerdo Ministerial N° 20060044 de 14 de junio de 2006, expidió un Reglamento para el registro de las organizaciones interesadas en realizar las actividades de turismo comunitario, señalando que las organizaciones de las nacionalidades, pueblos y comunidades obtendrán la calificación de comunitario por el Consejo de Desarrollo de las Nacionalidades y Pueblos del Ecuador CODENPE y las otras personas jurídicas obtendrán la calificación de comunitarias por la entidad pública que la otorgó tal personería, previo informe favorable del CODENPE.

De acuerdo al reglamento vigente en el país, se establecen diversos requisitos para llevar a cabo operación comunitaria, así se tiene:

Instructivo de calificación para las personas jurídicas dedicadas a la actividad comunitaria:

Artículo 1. Señalar que las personas interesadas en realizar actividades turísticas en el país y requieran obtener la calificación de comunitarias deberán presentar al CODENPE los siguientes documentos:

- a) Solicitud al CODENPE suscrita por el representante legal de la persona jurídica interesada.

- b) Copia certificada del Acuerdo de reconocimiento legal o de otorgamiento de la personería jurídica;

- c) Acta de asamblea general de la comunidad donde aceptan y abalizan las actividades de turismo comunitario que desarrolla la organización solicitante, firmado por la mayoría de los asistentes, con indicación de sus nombres y apellidos completos y el número de cédula;
- d) Para las entidades señaladas en el numeral 8 del Artículo 14 de la Ley de Turismo, una Carta Aval de la organización provincial, regional o nacional de la FEPTCE, previo informe escrito de cumplimiento de los principios de turismo comunitario.

“**Artículo 2.** El CODENPE, previa verificación de que el pedido cumple con los requisitos señalados emitirá el informe confirmando o negando la calidad de comunitaria a la persona jurídica solicitante, para lo cual y de considerar necesario podrá realizar una inspección al lugar donde desarrollará la actividad turística comunitaria.” (Ley de Turismo 2008)

Artículo 4 (3). En caso de comprobar irregularidades en los documentos presentados por la organización solicitante para obtener el informe, el CODENPE se reserva el derecho de dejar sin efecto la calidad de comunitario.

MICROENTORNO

2.3 ANÁLISIS DE PORTER

Permite analizar cualquier industria en términos de rentabilidad. Fue desarrollado por Michael Porter en 1979 y, según el mismo, la rivalidad con los competidores viene dada por cuatro elementos o fuerzas que, combinadas, crean una quinta fuerza: la rivalidad entre los competidores, a partir de este modelo la empresa puede determinar su posición actual para seleccionar las estrategias a seguir. Según este enfoque sería ideal competir en un mercado atractivo, con altas barreras de entrada, proveedores débiles, clientes atomizados y pocos competidores.

Las cinco fuerzas conforman básicamente la estructura de la industria, delimitan precios, costos y requerimiento de inversión, que constituyen los factores básicos que explican la expectativa de rentabilidad a largo plazo, por lo tanto, el atractivo de la industria.

Análisis:

El sector al cual se enfoca el proyecto, indica que los competidores actuales no son muchos, aunque la demanda cada día va aumentando. Lo diferente del proyecto es que se ayudara a la comunidad para ofrecer un mejor servicio a los turistas visitantes, para una mayor comodidad para sus clientes y una manera muy fácil de encontrar y conocer la comunidad

Shuar de Cotococha, en fin realizar todo lo que se desee, como las actividades que va ofrecer la comunidad. Además mejorando muchos de los productos que ofrecerá la comunidad manteniendo un precio asequible a todo el mundo.

Las fuerzas competitivas de Porter:

Podemos disgregar cada fuerza en varios factores:

1. Poder de negociación de los clientes.

- Concentración de compradores respecto a la concentración de compañías.
- Grado de dependencia de los canales de distribución.
- Posibilidad de negociación, especialmente en industrias con muchos costes fijos.
- Volumen comprador.
- Costes o facilidades del cliente de cambiar de empresa.
- Disponibilidad de información para el comprador.
- Capacidad de integrarse hacia atrás.
- Existencia de sustitutivos.
- Sensibilidad del comprador al precio.
- Ventaja diferencial (exclusividad) del producto.
- Análisis RFM del cliente (Compra Recientemente, Frecuentemente, Margen de Ingresos que deja).

2. Poder de negociación de los proveedores:

- Facilidades o costes para el cambio de proveedor.
- Grado de diferenciación de los productos del proveedor.
- Presencia de productos sustitutivos.
- Concentración de los proveedores.
- Solidaridad de los empleados (ejemplo: sindicatos).
- Amenaza de integración vertical hacia adelante de los proveedores.
- Amenaza de integración vertical hacia atrás de los competidores.
- Coste de los productos del proveedor en relación con el coste del producto final.

3. Amenaza de nuevos entrantes.

- Existencia de barreras de entrada.
- Economías de escala.

- Diferencias de producto en propiedad.
- Valor de la marca.
- Costes de cambio.
- Requerimientos de capital.
- Acceso a la distribución.
- Ventajas absolutas en coste.
- Ventajas en la curva de aprendizaje.
- Represalias esperadas.
- Acceso a canales de distribución.
- Mejoras en la tecnología.

4. Amenaza de productos sustitutivos.

- Propensión del comprador a sustituir.
- Precios relativos de los productos sustitutos.
- Coste o facilidad de cambio del comprador.
- Nivel percibido de diferenciación de producto.
- Disponibilidad de sustitutos cercanos.

5. Rivalidad entre los competidores.

- Poder de los compradores.
- Poder de los proveedores.
- Amenaza de nuevos competidores.
- Amenaza de productos sustitutivos.
- Crecimiento industrial.
- Sobrecapacidad industrial.
- Barreras de salida.
- Diversidad de competidores.
- Complejidad informacional y asimetría.
- Valor de la marca.
- Cuota de coste fijo por valor añadido.
- Estudie el ambiente externo en especial el ambiente industrial.
- Detecte una industria con alto potencial para los rendimientos superiores al promedio.
- Identifique la estrategia que requiere la industria atractiva para obtener RSP (rendimientos superiores al promedio).

-Desarrolle o adquiera los activos y habilidades necesarios para poner en práctica la estrategia.

Competencia positiva y competencia destructiva. Las-5-fuerzas-competitivas-de-michael-porter

Porter habla de que la competición entre rivales puede ser negativa, si es una lucha destructiva por precio, o positiva, si cada competidor busca diferenciarse del resto en lugar de tratar de acaparar toda la cuota de mercado. Es más positivo para los competidores tratar el tamaño de la tarta (competitividad positiva) que tratar de quedarse toda la tarta (competitividad negativa). En realidad viene a ser la misma teoría que desarrollan (Michael Porter, Alberto López Correa,1996)

2.3.1 COMPETENCIA

“Dentro de la competencia se debe tomar en cuenta algunos factores como, el número de competidores existen a nuestro alrededor y quiénes son, cual es el tamaño de la empresa competidora y su fortaleza financiera y en especial cual es la calidad del producto, o servicios ofrecidos por sus competidores actuales y potenciales. Entender la competencia es parte fundamental del crecimiento del proyecto. Las estrategias de promoción y el éxito en las ventas están influidos por la capacidad que se tenga para hacer distinguir el negocio en cuestión. Si se conoce a los competidores y lo que están haciendo, se podrá establecer una diferencia con ellos.” (Enciclopedia Autodidáctica “Encarta 2008)

Es probable que, al hacer un estudio de la competencia, se localice el punto clave de nuestro negocio. Las empresas que han tenido éxito para seguir en el negocio han encontrado los medios para destacar. Esto quiere decir que siempre se podrá hacer algo más o algo mejor que los competidores. Ésta es la razón por la que se debe hacer el análisis de la competencia. (Prahalad, VenkatRamaswamy, 2004)

En los alrededores de la comunidad no se encuentra mucha competencia ya que muchas de las comunidades no se ha abierto al turismo.

2.3.2 COMPETENCIA DIRECTA

En los alrededores de la comunidad Shuar de Cotococha existen otras comunidades quienes han mejorado su situación económica, brindando hospedaje, alimentación, observación de aves entre otros atractivos, así se puede mencionar que entre la competencia directa se encuentran:

Comunidad Indichuris: Los pobladores de esta comunidad han logrado sobresalir en gran parte pero no cuenta con instalaciones adecuadas, brindan alojamiento, caminatas, y observación de flora y fauna.

Comunidad Vencedores: Los pobladores brindan a los turistas caminatas, observación de aves, visita a las cascadas y miradores cercanos.

Fundación Hola Vida: Brinda el servicio de cabañas rústicas para los turistas, también alimentación y recreación entre ellas caminatas por senderos, visitas a cascadas entre otras actividades.

2.3.3 COMPETENCIA INDIRECTA

Entre la competencia indirecta se encuentra:

Hotel Altos del Pastaza: En la zona se encuentra a 7 Km de Cotococha es un hotel de lujo, brindan alojamiento, alimentación, además contratan los servicios de los comuneros como guías en la selva, programas de rafting, avistamiento de aves, uso y características de plantas medicinales, bailes, tradiciones, sesiones de shamanismo y compra de artesanías. Altos del Pastaza tiene programas de turismo con apoyo de las Agencias de Viajes, por lo tanto la afluencia de turistas es muy buena.

2.4 DEFINICIÓN DEL PRODUCTO

La comunidad Shuar de Cotococha es un lugar con gran potencial turístico y atractivo natural, ubicado en una zona de relativamente fácil acceso y un factor mínimo de contaminación. Aún es posible encontrar gran variedad de flora, fauna y en la comunidad costumbres y tradiciones con muy poca influencia foránea o no propia de los Shuar.

Lo que se propone a través de este proyecto es dar a conocer un producto nuevo como es el **Turismo comunitario**, en el cual lo más importante es involucrar a la comunidad en la actividad turística con el mejoramiento de las cabañas para los turistas, capacitación para la comunidad para así de esta forma sean ellos mismos quien administren la comunidad y

administren sus propios recursos, siendo consientes de la conservación y a la vez de su propio desarrollo.

Serán ellos los guías nativos, gracias al turismo comunitario se les capacitará en técnicas para guianza de turistas, además podrán vender artesanías propias de la comunidad hechas por las mujeres, recibir pasajeros y sobretodo brindar alojamiento, alimentación y un excelente servicio. Y así de esta manera dar a conocer el servicio o producto que va a generar la comunidad y crear una fuente de trabajo para toda la comunidad sin alterar el ecosistema que los rodea.

La definición del producto implica ofrecer a los visitantes la posibilidad de convivir con un pueblo de la selva amazónica para que así puedan conocer más sobre ellos, compartir con la comunidad expresiones culturales como la danza, y artesanías elaboradas con semillas de la selva, podrán degustar de la fabricación de la chicha de yuca y el uso de las plantas medicinales. Los recursos naturales que existen en la comunidad poseen gran potencial turístico y si se los maneja de una forma adecuada involucrando a toda la comunidad Shuar podrán prosperar y al a vez ser parte del desarrollo social y económico de una población, atrayendo a gran variedad y cantidad de turistas locales, nacionales y sobretodo extranjero

Los servicios que se ofrecerá a través del turismo comunitario son:

- Caminatas por la selva y senderos
- Visitas a la Cascada Escondida
- Observación de aves
- Degustación de la chicha
- Visitas guiadas por la comunidad
- Convivencia con la comunidad de Cotococha
- Deportes extremos (Rafting)
- Observación de flora y fauna de la zona

2.5 INVESTIGACIÓN DE MERCADO

2.5.1 ESTUDIO DE MERCADO

El principal objetivo del estudio de mercado es obtener información que ayude a enfrentar las condiciones del mercado, tomar decisiones y anticipar la evolución del mismo.

Para esto se debe reunir información relacionada con el mercado en el que se va actuar y los segmentos hacia los cuales se enfocaran los esfuerzos destinados a comercializar el producto, las características, comportamiento del consumidor y las ofertas presentadas por la competencia, todo esto basado en un estudio.(Juan José Miranda Miranda, 2010)

SEGMENTACIÓN DE MERCADO

La segmentación de mercado es un proceso que consiste en dividir el mercado total de un bien o servicio en varios grupos más pequeños e internamente homogéneos. La esencia de la segmentación es conocer realmente a los consumidores. Uno de los elementos decisivos del éxito de una empresa es su capacidad de segmentar adecuadamente su mercado.(Ricardo Fernández Valiñas, 2001)

El segmento de mercado tiene como objetivo dar a conocer los productos que ofrece la comunidad Shuar de Cotococha, el cual se llevó a cabo por medio de encuestas y una investigación, lo cual indicó a través de su tabulación el tipo de mercado al cual podría enfocarse el proyecto, dando una investigación y conocimiento adecuado sobre el tipo de clientes que les interese conocer la comunidad de Cotococha, sus tradiciones, culturas y actividades que ésta ofrece.El segmento elegido para el presente proyecto es turistas nacionales y extranjeros que visitan la provincia de Pastaza, cuyas edades oscilan entre 20-50 años.

2.5.2 TAMAÑO DE LA MUESTRA

Para la determinación de la muestra a la cual aplicar las encuestas se tomó como referencia la fórmula que se muestra a continuación contemplando un universo de 9324turistas que ingresan a la provincia de Pastaza de acuerdo a datos de la CAPTUR 2010

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

Donde:

Cuadro No. 7

Z	Nivel de confianza 95%	1,96
N	Tamaño del universo	9324
E	Error	0,05
P	Probabilidad de Confianza	0,5
Q	Probabilidad en contra	0,5

Fuente: Gabriela Egas

Al reemplazar los datos indicados en la fórmula se obtuvo

$n = 368$ encuestas

ENCUESTA

La encuesta es uno de los instrumentos más utilizados para recolectar datos, una encuesta consiste en un conjunto de preguntas respecto a una o más variables a medir.

“Cabe destacar que las preguntas que se obtengan son el resultado de los objetivos que se pretende cumplir en dicha investigación de mercado, por tanto cada objetivo responde a una o más preguntas.”(Enciclopedia Autodidáctica “Encarta 2008”)

MODELO DE ENCUESTA



UNIVERSIDAD ISRAEL

La presente encuesta tiene como objetivo la realización de un proyecto de turismo comunitario en la comunidad Shuar de Cotococha en la provincia de Pastaza. Agradezco su colaboración.

Sexo M _____ F _____ Edad _____

Ocupación: _____ Ingresos Mensuales _____

1.- ¿Piensa usted que la región Amazónica posee potencial en atractivos turísticos?

Si _____ No _____

2.- ¿Conoce o ha escuchado sobre la comunidad Shuar de Cotococha?

Si _____ No _____

3.- ¿Le gustaría visitar la comunidad Shuar de Cotococha?

Si _____ No _____

4.- ¿Con que instalaciones desearía que cuente la comunidad de Cotococha?

Alojamiento _____ Restaurante _____

Atractivos turísticos _____ Otro _____

5.- ¿Qué actividades le gustaría realizar durante su visita?

Deportes extremos _____ Caminatas _____ Comida típica _____

Convivencia con la comunidad _____ Conocer sobre las tradiciones forma de vida y costumbres _____

6.- ¿De cuantos días dispondría usted para visitar la comunidad de Cotococha?

2 días _____ 3 días _____ 5 días _____ más de 5 días _____

7.-Cuánto estaría dispuesto a pagar por alojamiento completo y otras actividades en la comunidad?

\$ 20 – 30 _____ \$30 – 50 _____ + \$ 50 _____

8.- ¿Que medios publicitarios considera adecuados promocionar los servicios de la Comunidad Shuar de Cotococha?

Pagina web _____ Trípticos _____ Radio _____ Televisión _____

2.5.4 Tabulación y Análisis de Resultados

Datos Generales de los encuestados:

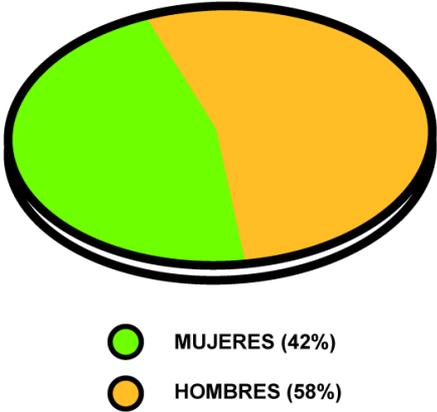
GÉNERO

Cuadro No.8. GÉNERO ENCUESTADOS

RESPUESTA	PORCENTAJE
FEMENINO	42%
MASCULINO	58%
TOTAL	100%

Elaborado por: Gabriela Egas

GRÁFICO # 1. GENERO ENCUESTADOS



Elaborado por: Gabriela Egas

Análisis:

La mayoría de encuestados correspondió a personas del sexo femenino, constituyendo el 43% mientras que el 58% correspondió al sexo masculino.

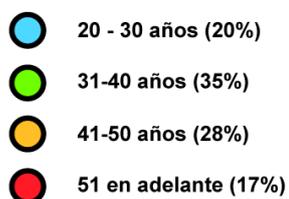
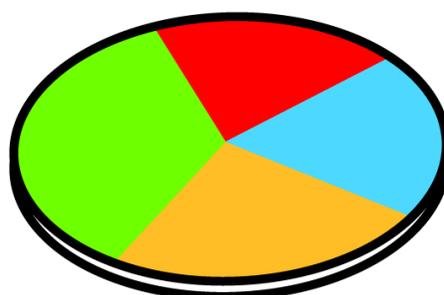
EDAD

Cuadro No9. EDAD ENCUESTADOS

RESPUESTA	PORCENTAJE
20-30 años	20%
31-40 años	35%
41-50 años	28%
51 en adelante	17%
TOTAL	100%

Elaborado por: Gabriela Egas

GRÁFICO # 2. EDAD ENCUESTADOS



Elaborado por: Gabriela Egas

Análisis:

Los encuestados fueron de diferentes edades, el 20% fueron de 20 a 30 años, los cuales prefirieron deportes extremos, el 35% de 31 a 40 años, los que asumieron que la convivencia con la comunidad sería algo único e interesante, el 28% de 41 a 50 los cuales indicaron que

conocer sobre las tradiciones de la comunidad fomentaría el turismo y el 17% las personas mayores de 51 años, los cuales prefieren la tranquilidad de la selva y degustar la comida típica de la comunidad.

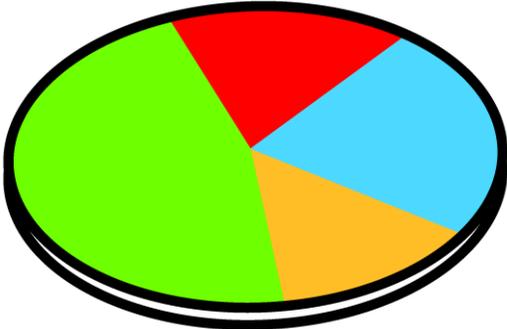
INGRESOS

Cuadro No. 10 INGRESO ENCUESTADOS

RESPUESTA	PORCENTAJE
\$300 a 500	18%
\$5001 a 1000	42%
\$1001 a 2000	24%
\$2001 a 3000	16%
TOTAL	100%

Elaborado por: Gabriela Egas

GRÁFICO # 3. INGRESO ENCUESTADOS



- \$300-500 (18%)
- \$501-1000 (42%)
- \$1001-2000 (24%)
- \$2001-3000 (16%)

Elaborado por: Gabriela Egas

Análisis:

El 18% de los encuestados contestaron que sus ingresos mensuales eran de \$300 a 500, el 42% tenía un ingreso de \$501 a 1000, el 24% correspondió a personas profesionales con un ingreso de \$1001 a 2000 y el 16% respondió que sus ingresos eran de \$ 2001 a 3000. Estos datos sirven para conocer los ingresos mensuales de la población.

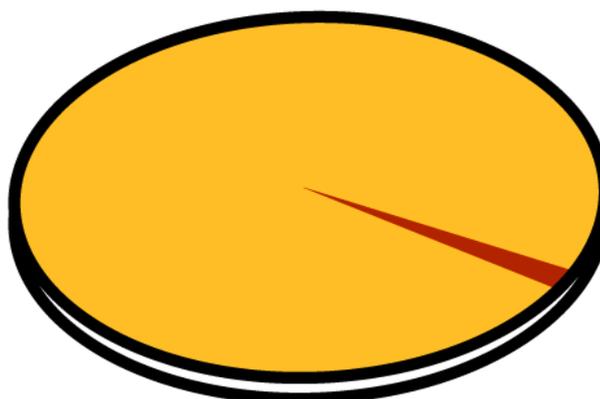
1.- ¿Piensa usted que la región Amazónica posee potencial en atractivos turísticos?

CUADRO No. 11 POTENCIAL AMAZONÍA

RESPUESTA	PORCENTAJE
SI	99%
NO	1%
TOTAL	100%

Elaborado por: Gabriela Egas

GRÁFICO # 4. POTENCIAL AMAZONÍA



Elaborado por: Gabriela Egas

Interpretación:

El 99% de encuestados manifiestan que la Amazonia posee potencial turístico, mientras que únicamente el 1% expresa lo contrario, este dato contribuye a reforzar la idea de implementar turismo comunitario en el Oriente por su belleza natural y riqueza cultural.

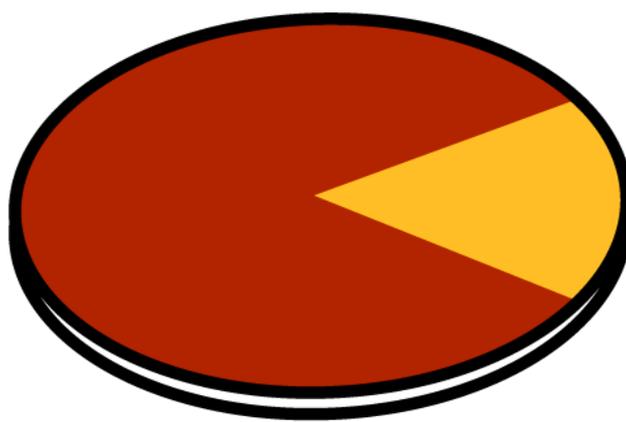
2.- ¿Conoce o ha escuchado sobre la comunidad Shuar de Cotococha?

Cuadro No.12 COMUNIDAD COTOCOCHA

RESPUESTA	PORCENTAJE
SI	22%
NO	78%
TOTAL	100%

Elaborado por: Gabriela Egas

Gráfico # 5. COMUNIDAD COTOCOCHA



Elaborado por: Gabriela Egas

Interpretación:

Con la ayuda de esta pregunta se podrá conocer cuantas personas conocen la comunidad y cuantas no, esto ayudara a definir el mercado al cual se pretende enfocar dicho proyecto. Un 22% señaló que si ha escuchado sobre la comunidad y un 78% no han escuchado sobre ella. Estos datos nos indican que la Comunidad Shuar de Cotococha no tiene la suficiente visita de turistas.

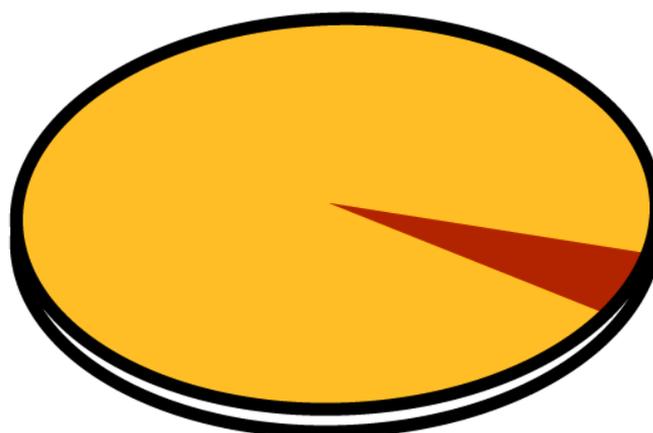
3.- ¿Le gustaría visitar la comunidad Shuar de Cotococha?

Cuadro No.13. VISITAS A LA COMUNIDAD COTOCOCHA

RESPUESTA	PORCENTAJE
SI	94%
NO	6%
TOTAL	100%

Elaborado por: Gabriela Egas

Gráfico # 6. VISITAS A LA COMUNIDAD COTOCOCHA



Elaborado por: Gabriela Egas

Interpretación:

Un 94% indicó que si les gustaría visitar la comunidad, lo que es muy bueno para el proyecto y puede ser viable, ya que muchas personas no conocen este lugar. Y el 6% indico que prefieren ir a un lugar más cerca como Mindo u otro.

4.- ¿Con que instalaciones desearía que cuente la comunidad de Cotococha?

Cuadro No.14INSTALACIONES

RESPUESTA	PORCENTAJE
Alojamiento	22%
Restaurante	27%

Atractivos	48%
Otros	3%
TOTAL	100%

Elaborado por: Gabriela Egas

Gráfico # 7. INSTALACIONES



Elaborado por: Gabriela Egas

Interpretación:

Un 22% indicó que alojamiento es muy necesario para poder visitar la zona, el 27% propuso que restaurante sería una buena opción para que la comunidad sobresalga, el 48% prefieren que tenga atractivos turísticos que es lo que llama la atención de los viajeros, y el 3% prefiere visitar otros lugares más cercanos.

Con los datos obtenidos se dará a conocer los servicios que el turista nacional y extranjero deseen en su visita a la comunidad. Indica cuales son los servicios requeridos por los turistas y dicho resultado contribuye en la determinación de los servicios que se ofrecen a los viajeros que visiten la comunidad Shuar de Cotococha.

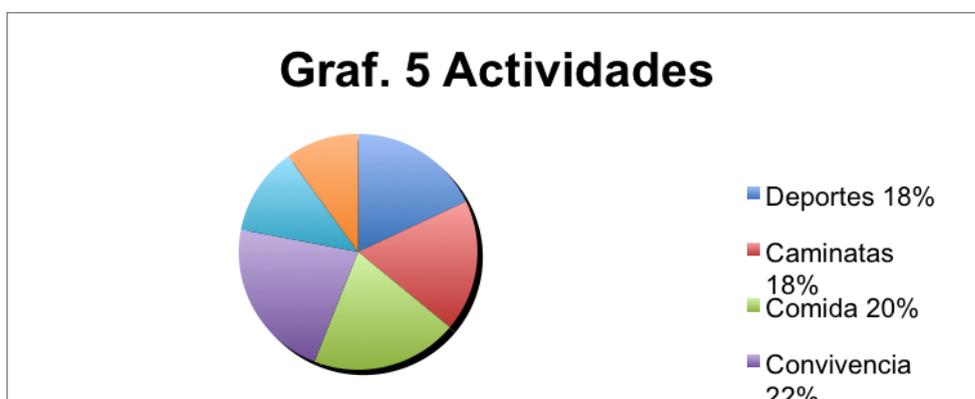
5.- ¿Qué actividades le gustaría realizar durante su visita?

Cuadro No.15ACTIVIDADES

RESPUESTA	PORCENTAJE
Deportes	18%
Caminatas	18%
Comida	20%
Convivencia	22%
Costumbres	12%
Otros	10%
TOTAL	100%

Elaborado por: Gabriela Egas

Gráfico # 8. ACTIVIDADES



Elaborado por: Gabriela Egas

Interpretación:

El 18% de encuestados prefiere realizar deportes extremos, el 18% caminatas dentro de la comunidad, el 20% prefieren probar la comida típica hecha por las mujeres de la comunidad, el 22% convivencia con la comunidad conocer todo sobre ellos y el 12% conocer sobre forma de vida costumbre y tradiciones de un pueblo, mientras que un 10% prefiere realizar actividades en otros lugares. Esta pregunta permite conocer las actividades que los turistas

preferan, al realizar la visita a la comunidad Shuar de Cotococha y de esta forma tener una referencia de cuales actividades serán las que se incluyan en la oferta deCotococha.

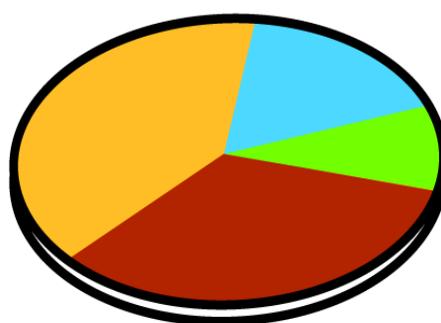
6.- ¿De cuantos días dispondría usted para visitar la comunidad de Cotococha?

Cuadro No.16DÍAS PARA VISITAR LA COMUNIDAD

RESPUESTA	PORCENTAJE
2 días	10%
3 días	37%
5 días	33%
Más de 5 días	20%
TOTAL	100%

Elaborado por: Gabriela Egas

Gráfico 9. DÍAS PARA VISITAR LA COMUNIDAD



Elaborado por: Gabriela Egas

Interpretación:

Mediante esta interrogante se puede determinar el tiempo apropiado de estadía que necesitarían los turistas para quedarse o visitar la comunidad. El 10% indico que 2 días serian perfectos para conocer la comunidad, el 37% 3 días para cualquier actividad en la zona el 33% 5 días para conocer toda la comunidad sus actividades y alrededores, mientras que el 20% más de 5 días.

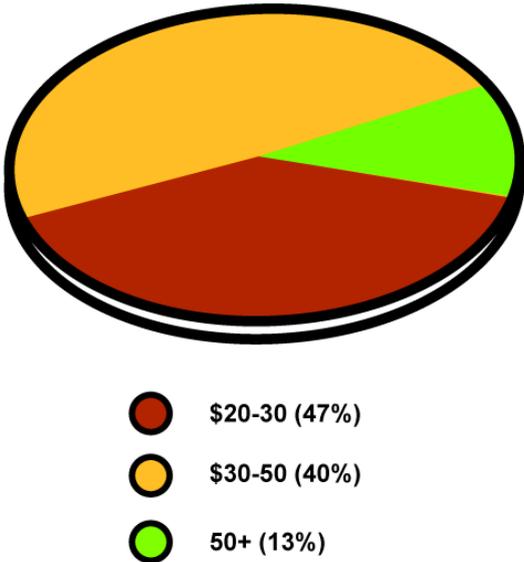
7.-Cuánto estaría dispuesto a pagar por alojamiento completo y otras actividades en la comunidad?

Cuadro No.17 VALOR DE LA VISITA

RESPUESTA	PORCENTAJE
\$20-30	47%
\$30-50	40%
\$+50	13%
TOTAL	100%

Elaborado por: Gabriela Egas

Gráfico # 10. VALOR DE LA VISITA



Elaborado por: Gabriela Egas

Interpretación:

Con esta pregunta se tendrá una referencia para fijar el precio conveniente para los turistas que visiten la comunidad y realicen las actividades deseadas por el viajero los cuales irán en función de la calidad y del servicio. El 47% prefiere pagar de \$20 a \$30 por alojamiento y actividades en la comunidad, el 40% desearía pagar de \$30 a \$50 por conocer toda la comunidad, tener una experiencia con la misma y realizar actividades ofrecidas, mientras que el 13% prefiere pagar más de \$50 por visitar la comunidad de Cotococha.

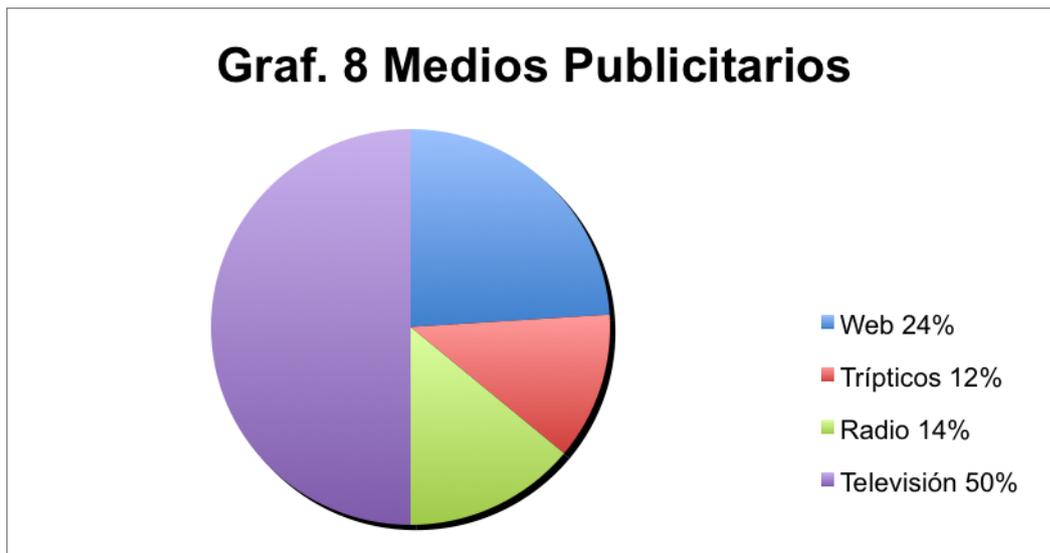
8.- ¿Que medios publicitarios considera adecuados promocionar los servicios de la Comunidad Shuar de Cotococha?

Cuadro No.18 MEDIOS PUBLICITARIO

RESPUESTA	PORCENTAJE
Web	24%
Trípticos	12%
Radio	14%
Televisión	50%
TOTAL	100%

Elaborado por: Gabriela Egas

Gráfico 11. MEDIOS PUBLICITARIO



Elaborado por: Gabriela Egas

Interpretación:

El 24% asumió que la comunidad Cotococha tendría gran publicidad por medio de página web, el 12% asume que los trípticos son buena publicidad, el 14% prefiere la radio ya que asumen que es un medio muy efectivo y por último el 50% dijo que la televisión es una forma de atraer al cliente. Esta pregunta permitirá determinar cuáles son los medios publicitarios más convenientes y efectivos para dar a conocer a la comunidad, sus actividades y sobretodo costumbres y tradiciones de un pueblo de la Amazonia.

2.6 OFERTA Y DEMANDA

2.6.1.- OFERTA

En economía, oferta se define como la cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a ofrecer a un precio dado en un momento determinado, está determinada por factores como el precio del capital, la mano de obra y la mezcla óptima de los recursos mencionados, entre otros.

De esta manera la oferta se analizó con respecto a los lugares de visita ubicados en la provincia de Pastaza, como se observa en el siguiente cuadro

CUADRO No. 19 OFERTA TURISTICA

LUGARES DE VISITA	CAPACIDAD ANUAL
Hotel Altos del Pastaza	3000
Fundación Hola Vida	1700
Comunidad Indichuris	720
Comunidad Vencedores	500

Fuente: HCPP y ECORAE, 2009

Revisando los datos de capacidad de cada lugar, se cuenta con una oferta actual de 5920 personas que pueden ser recibidas.

2.6.2 DEMANDA

Hay una serie de factores determinantes de las cantidades que los consumidores desean adquirir de cada bien por unidad de tiempo, tales como la preferencia, la renta o ingresos en ese período, los precios de los demás bienes y servicios. (José Pedro García Sabater, 2004)

Para este proyecto la demanda se analizó de acuerdo al número de turistas y/o viajeros que visitan la provincia de Pastaza los cuales suman 9324 turistas al año (CAPTUR), de este número el 94% de acuerdo a las encuestas aplicadas estarían interesados en realizar turismo comunitario en Cotococha por lo tanto la demanda establecida para la presente investigación es de 8765 personas.

2.6.3 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

Para la proyección de los datos se tomó como base el porcentaje de crecimiento turístico estimado por parte del Ministerio de Turismo que es el 2%

CUADRO N° 20 PROYECCIÓN DEMANDA

AÑO	DEMANDA
2010	7947
2011	8741
2012	9615
2013	10,576

2014	11,633
2015	12,796

Elaborado por: Gabriela Egas

2.6.4 DEMANDA INSATISFECHA

Los turistas no conocen el producto o servicio ofertado y si lo hizo no está satisfecho del servicio, ya que no corresponde a sus necesidades y expectativas.

El análisis de la demanda insatisfecha determina un balance existente entre la oferta y la demanda del turismo, y la brecha existente es la demanda insatisfecha dentro del mercado objetivo, por lo tanto, ésta permite establecer las necesidades que tiene un mercado ante los requerimientos de los consumidores.

CUADRO N° 21 DEMANDA INSATISFECHA

TOTAL OFERTA	TOTAL DEMANDA	DEMANDA INSATISFECHA
5920	7947	- 2027

Elaborado por: Gabriela Egas

Tomando en cuenta que se estima una capacidad máxima diaria en la comunidad de Cotococha de 15 personas, se espera captar un porcentaje de 62.16% de la demanda insatisfecha lo cual suma un número de 1260 turistas.

CAPÍTULO III

DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO

3.1 Misión

La misión es el motivo, propósito, fin o razón de ser de la existencia de una empresa u organización ya que define lo que pretende cumplir en su entorno o sistema social en el que actúa, lo que pretende hacer y para quien lo va hacer. La misión es un importante elemento de la planificación estratégica porque es a partir de esta se formulan objetivos detallados que son los que guiarán a la empresa u organización.

Tomando en cuenta lo expuesto, se elaboró la siguiente:

Cotococha promueve el fortalecimiento de la cultura mediante acciones encaminadas a preservar tradiciones, cosmovisión, folklore además de recursos naturales, propiciando la investigación y conocimiento de la comunidad mediante la oferta de servicios turísticos como alojamiento, en cabañas típicas, alimentación, además de convivencia cultural y recreación en un medio natural que permite aprovechar los recursos de manera sostenible y generar ingresos económicos directos.

Para redactarla debe la empresa responder las siguientes preguntas:

- ✓ ¿Quiénes somos?
- ✓ ¿A qué nos dedicamos?
- ✓ ¿En qué nos diferenciamos?
- ✓ ¿Por qué y para qué hacemos lo que hacemos?
- ✓ ¿Para quién lo hacemos?
- ✓ ¿Cómo lo hacemos?
- ✓ ¿Qué valores respetamos?

Y el resultado de estas respuestas debe ser una fórmula con las siguientes características:

- ✓ Ambiciosa: Un reto
- ✓ Clara: De fácil interpretación
- ✓ Sencilla: para que todos la comprendan

- ✓ Corta, para que se pueda recordar fácilmente
- ✓ Compartida: Consensuada por las personas de la organización

3.2 Visión

“La visión se define como el camino al cual se dirige la empresa a largo plazo y sirve de rumbo para orientar las decisiones estratégicas de crecimiento junto a las de competitividad, nos indica hacia donde se dirige un proyecto y en que se deberá convertir tomando en cuenta las necesidades y expectativas de los clientes. (Visión y Misión José Carlos Navarro Lévano,2002)

La formulación de la misión de ser:

- Breve, de preferencia con menos de diez palabras.
- fácil de captar y recordar.
- Inspiradora, planteando retos para su logro.
- Creíble y consistente con los valores estratégicos y la misión.
- Clara respecto a los que debe llegar a ser la empresa.

Para hacer que pensemos mejor acerca de cómo debería ser el futuro de la empresa:

1. ¿Qué es lo que yo veo clave para el futuro de la empresa?
2. ¿Qué contribución única debemos hacer en el futuro?
3. ¿Qué me emocionaría acerca de ser parte de esta empresa en el futuro?
4. ¿Qué valores necesitan ser acentuados?
5. ¿Cuáles deberían ser nuestras posiciones en cuestiones como los clientes, los mercados, la productividad, el crecimiento, la tecnología, los empleados y demás?
6. ¿Cuál veo como la mayor oportunidad de crecimiento de la empresa?

La visión de la comunidad es la siguiente:

Llegar a ser en cinco años reconocidos en la práctica del turismo comunitario, posicionada en el mercado nacional e internacional por la calidad de servicios, sostenibilidad de operaciones y apoyo a la conservación, además de ofrecer un turismo organizado y auténtico

dentro de la comunidad Shuar de Cotococha con una participación comunitaria que promueva el desarrollo sostenible y generación de ingresos alternativos.

3.3 Valores Corporativos

Los valores corporativos son elementos de la cultura empresarial, propios de cada compañía, dadas sus características competitivas, las condiciones de su entorno su competencia y la expectativa de los clientes. Se habla de conceptos, costumbres, actitudes, comportamientos y pensamientos. (Captur 2010)

Los valores corporativos que guiarán la operación turística en la Comunidad Shuar de Cotococha serán:

- **Amabilidad.-** El cliente encontrará en la comunidad Shuar de Cotococha diversas actividades para realizar con el apoyo de la población en un ambiente de calidez y respeto con la plena predisposición de satisfacer sus necesidades.
- **Honestidad.-** La comunidad Cotococha contará con personas honestas y capacitadas para tranquilidad del cliente.
- **Credibilidad.-** La comunidad Shuar de Cotococha brindará el servicio tal cual se ofrece y promociona.
- **Creatividad.-** Las personas de la comunidad estarán en capacidad de solucionar cualquier inconveniente bajo su propia iniciativa.
- **Comunicación.-** Será lo más importante para el desarrollo de una buena relación entre el cliente y el personal de la comunidad Shuar de Cotococha.
- **Lealtad.-** La comunidad tendrá un compromiso con los clientes y con la empresa mediante la realización eficiente de todas las operaciones y servicios turísticos.
- **Responsabilidad.-** La comunidad Cotococha se comprometerá con la sociedad en brindar un servicio adecuado para quienes los visiten y al mismo tiempo reconocer las consecuencias de ciertas acciones negativas al medio.

3.4 Objetivos Estratégicos

- 1.- Lograr un posicionamiento en el mercado.

2.- Proporcionar servicios de alojamiento, alimentación y recreación con atención eficiente y de calidad.

3.- Promover la conservación, cuidado y mantenimiento del entorno natural.

4.- Lograr un alto Standard y reconocimiento como Cabañas Ecológicas que impulsen el uso racional de recursos, beneficiando a la población local a través de la reactivación económica.

3.5 Estrategia

1. Implementar una campaña publicitaria de los programas de la comunidad Shuar de Cotococha dirigida al público nacional y extranjero.
2. Selección de personal idóneo y asignación de funciones a los miembros de la comunidad, contratación de profesionales del área turística para dictar cursos en diferentes temáticas.
3. Estructurar una guía de políticas para la empresa que el turista y la comunidad deben respetar, el cual contenga todos los lineamientos necesarios para establecer un sistema funcional relacionado al mantenimiento y conservación de la zona de Cotococha.
4. Desarrollar mecanismos de control de calidad en los servicios así como monitoreo en procedimientos para conservación y preservación ecológica.

3.6 CUADRO No. 22 PLANES DE ACCIÓN

OBJETIVO 1	Lograr un posicionamiento en el mercado.					
ESTRATEGIA 1	1. Implementar una campaña publicitaria de los programas de la comunidad Shuar de Cotococha dirigida al público nacional y extranjero.					
ACTIVIDAD	PLAZO	RESPONSABLE	RECURSOS	COSTO	RESULTADO ESPERADO	INDICADOR
Creación de trípticos y brochures Material promocional.	3 meses	Gerente	Recursos humanos Recursos materiales Recursos tecnológicos	\$ 300	Acceso de turistas nacionales y extranjeros Promocionar servicios en diferentes ciudades	Agencias de Viajes Material impreso o factura
Convenios con operadores de turismo	6 meses	Administrador	Recursos humanos Recursos financieros	\$ 500	Contar con al menos 3 convenios	Convenios realizados
Promoción en radio y televisión	1 año	Administrador	información Recursos financieros	\$ 800	Motivar al turista a visitar la zona	Espacio contratado en la Radio y televisión. O facturas de contratación de espacios
Contactos con editores de guías de turismo	1 año	Administrador	Recursos Humanos Recursos Financieros	\$300	Contar con editores y profesionales	Convenios esperados
Convenios con operadoras	1 año	Administrador	información	\$ 300	Incrementar el flujo de turistas	Convenios y acuerdos firmados

OBJETIVO 2	Proporcionar servicios de alojamiento, alimentación y recreación con atención eficiente y de calidad.					
ESTRATEGIA 2	Selección de personal y asignación de funciones a los miembros de la comunidad de Cotococha, contratación de profesionales del área turística para dictar cursos en las diferentes aéreas.					
ACTIVIDAD	PLAZO	RESPONSABLE	RECURSOS	COSTO	RESULTADO ESPERADO	INDICADOR
Plantear un cronograma anual de capacitaciones	2 semanas	Administrador	Recursos humanos Recursos materiales	\$0	Dictar 4 cursos de capacitación durante la semana en fechas establecidas para la comunidad	Cronograma de capacitación Aprobado
Funciones de capacitación a la comunidad	1 semana	Administrador	Recursos humanos	\$0	Prepara a la comunidad para que desempeñen con eficiencia su función.	Llevar un informe de cada actividad realizada.
Contratación de profesionales del área turística.	2 semanas	Administrador	Recursos humanos Recursos financieros	\$ 600	Enseñanza por parte de los profesionales a la comunidad en las Diferentes aéreas.	Carpetas receiptadas de los profesionales.
Adecuar el espacio y recursos para capacitación	1 mes	Administrador	Recursos financieros Recursos materiales	\$ 300	Preparación de la comunidad en un ambiente cómodo y adecuado.	Zona adecuada y facturas de recursos didácticos
Ejecución de Cursos de capacitación	2 meses	Administrador	Recursos materiales Recursos financieros Recursos humanos	\$300	Lograr que la comunidad brinde un servicio de calidad al contar con personal capacitado	Evaluaciones e informes Registro de participantes

Elaborado por: Gabriela Egas

OBJETIVO 3	Promover el comportamiento adecuado del turista y de la comunidad en relación a la conservación, cuidado y mantenimiento de la zona.					
ESTRATEGIA 3	Estructurar una guía de políticas a respetar por el turista y por la comunidad, el cual contenga todos los lineamientos necesarios para establecer un sistema funcional relacionado al mantenimiento y cuidado de la zona de Cotococho.					
ACTIVIDAD	PLAZO	RESPONSABLE	RECURSOS	COSTO	RESULTADO ESPERADO	INDICADOR
Elaborar una guía de políticas	1 mes	Administrador	Recursos humanos Recursos materiales	\$ 50	Aplicar las políticas a los turistas visitantes con respecto al cuidado del medio ambiente.	Guía aprobada por la directiva
Brindar información adecuada al turista	1 mes	Guías	Recursos humanos Recursos materiales	\$ 0	Preservación del medio ambiente, evitar daños irremediabes a la naturaleza y respeto a las comunidades nativas.	Manual elaborado
Clasificación de desechos orgánicos e inorgánicos	3 meses	Administrador	Recursos humanos Recursos materiales Recursos financieros	\$ 180	Promover el comportamiento adecuado del turista y de la comunidad.	Recipientes colocados
Análisis de la conservación del medio ambiente	2 años	Administrador	Recursos humanos	\$	Conservar, cuidar y mantenimiento adecuado de la zona.	Informes, manual
Mantenimiento de senderos, rutas y destinos dentro del área de la comunidad.	1 año	Administrador y Comunidad	Recursos financieros Recursos materiales Recursos humanos	\$400	Colaborar con la conservación y mantenimiento de las rutas y senderos	Informes y facturas.

Elaborado por: Gabriela Egas Z.

OBJETIVO 4	Lograr un alto Standard y reconocimiento como Cabañas Ecológicas que impulsen el uso racional de recursos, beneficiando a la población local a través de la reactivación económica.					
ESTRATEGIA 4	Desarrollar mecanismos de control de calidad en los servicios así como monitoreo en procedimientos para conservación y preservación ecológica.					
ACTIVIDAD	PLAZO	RESPONSABLE	RECURSOS	COSTO	RESULTADO ESPERADO	INDICADOR
Utilizar estudios de mercados periódicos sobre las necesidades del turista.	2 años	Administrador	Recursos Tecnológicos Recursos humanos Recursos materiales	\$ 250	Estudio de mercado	Certificación obtenida
Mediante un cronograma fijar los plazos para implementar normas conservacionistas.	2 meses	Administrador	Recursos humanos Recursos financieros	\$ 100	Concientización y cumplimiento de las normas	Material distribuido
Motivar a los miembros de la comunidad en el cumplimiento de las normas ambientales y de conservación.	2 meses	Administrador	Recursos humanos	\$ 0	Llegar a un compromiso de colaboración por parte de la comunidad y visitantes.	Letreros elaborados, material distribuido.
Obtener alguna certificación como empresa verde o ecológica.	2 años	Administrador	Recursos humanos Recursos Materiales Recursos Tecnológicos	\$ 300	Obtener reconocimiento internacional	Certificación obtenida

Elaborado por: Gabriela Egas Z

3.7 MATRIZ BALANCE SCORE CARD

Perspectiva Financiera:

- 1.- Invertir un capital en la capacitación del personal de la comunidad adecuado de conocimientos.
- 2.- Destinar una cantidad de recursos económicos para el equipamiento de las cabañas de la comunidad.

Perspectiva Cliente:

- 1.- Proponer alianzas con las agencias de viajes para que ubiquen o propongan a la comunidad como un destino adicional de los que ya ofrecen.
- 2.- Fidelidad al turista y a los visitantes a través de promociones de cliente frecuente y descuentos por grupos numerosos.
- 3.- Dar seguimiento al cliente creando una base de datos de sus datos personales para proporcionar información de nuevos atractivos de la comunidad.

Perspectiva Procesos:

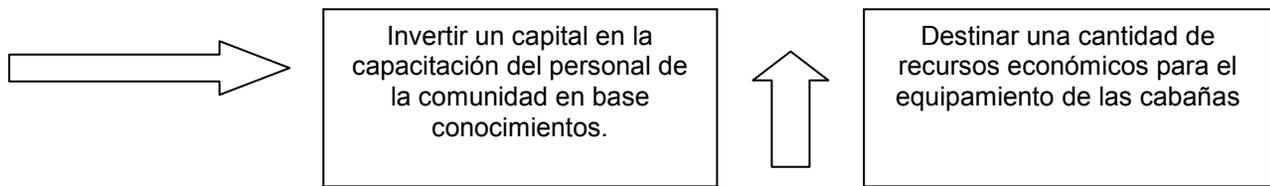
- 1.- Supervisar el empleo y la utilización de los recursos.
- 2.- Realizar un control de calidad de la atención al turista.
- 3.- Mejorar constantemente la relación costo beneficio de los servicios ofertados

Perspectiva Aprendizaje y crecimiento:

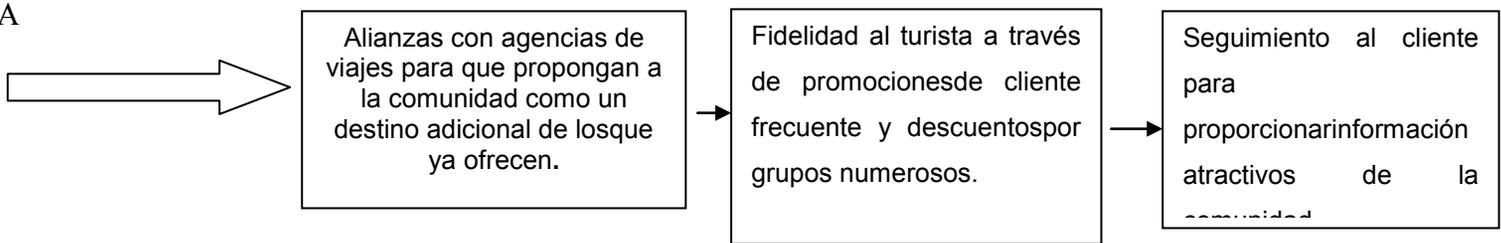
- 1.- Proporcionar capacitación al personal de la comunidad.
- 2.- Aplicar las políticas a los turistas visitantes con respecto al cuidado del medio ambiente.
- 3.- Preparar a la comunidad para que desempeñen con eficiencia su función.
- 4.- Motivación del personal.

MATRIZ BALANCE SCORE CARD

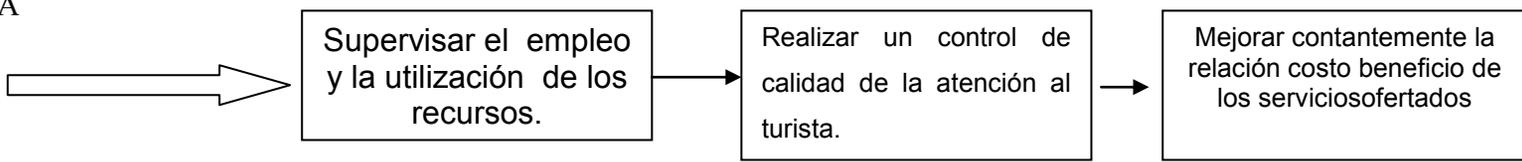
PERSPECTIVA
FINANCIERA



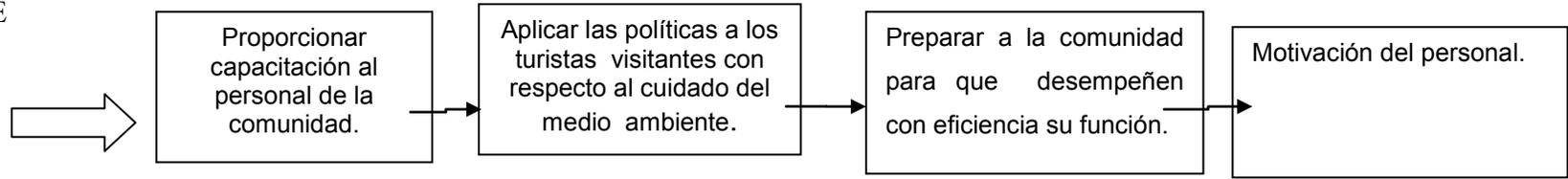
PERSPECTIVA
CLIENTE



PERSPECTIVA
PROCESOS



PERSPECTIVA DE
APRENDIZAJE Y
CRECIMIENTO



CAPITULO IV

ESTUDIO TÉCNICO

4.1 Macro localización

El proyecto se ubica en la región Sur Oriental del Ecuador Provincia de Pastaza, Cantón Puyo, la provincia cuenta con una extensión de 29.520 km² y limita al Norte con la Provincia del Napo, al Sur con la Provincia de Morona Santiago, al Este con la república del Perú y al Oeste con la Provincia del Tungurahua.

4.2 Micro localización

El proyecto se desarrollará en la:

Provincia: de Pastaza.

Cantón: Puyo

Parroquia: Veracruz

Por la vía Puyo-Macas en el km16 para dirigirse a la vía Pomona Km 9, y a 45 minutos se encuentra la Comunidad Shuar de deCotococha.El lugar presenta condiciones favorables que van a permitir y facilitar el desarrollo turístico, entre los factores considerados para el desarrollo del proyecto están : infraestructura, cercanía a los lugares de abastecimiento de combustible y energía, disponibilidad de medios de transporte, mano de obra y materia prima, proximidad a la vía principal, ambiente social, condiciones climatológicas, recursos naturales poco alterados y en especial la colaboración de los habitantes de la comunidad Shuar de Cotococha.

Dentro de los límites del Cantón Puyo, capital de la Provincia, siguiendo hasta el kilometro 16 por la vía a la ciudad de Macas e ingresando por el carretero a Pomona, en el kilometro 9 se localiza la entrada a la comunidad a orillas del río Puyo.

GRÁFICO 12. UBICACIÓN COMUNIDAD COTOCOCHA



Fuente: Google Earth

LOGO DE LA COMUNIDAD SHUAR DE COTOCOCHA



Paquetes turísticos

El ciclo productivo que permita dar inicio al funcionamiento de la empresa y su financiamiento, comienza detallando los paquetes turísticos a ofrecerse por parte de la Comunidad mismos que se expondrán en la página web la que a su vez constituirá la fuente principal de contacto con los turistas que arriban a la ciudad de Quito y visitarán posteriormente la Comunidad.

Paquete 1: (Programa de visita a Cotococha, senderos y cascadas)

Duración: 4 días/3noches

Itinerario:

Día 1:

09:00 Arribo a la Comunidad de Cotococha

09:15 Recibimiento por los habitantes de la comunidad Cotococha y su Jefe Oswaldo Vargas

09:30 Prestación de servicio por parte del guía nativo, guianza por la comunidad, cabañas y senderos cortos.

7:30pm Cena típica y descanso.

Día 2:

08:30 Desayuno en la Comunidad

09:15 Recorrido en el sendero la Laguna para observar gran variedad de flora y fauna y una piscina natural en la cual los turistas disfrutaran de un agradable baño.

12:30 Salida y recorrido a la Cascada Hola Vida guiado para observar un bosque secundario en el transcurso, diversidad de plantas e insectos propios del lugar así como mariposas multicolores.

03:00pm Almuerzo en la comunidad.

03:30 Regreso a las cabañas

06:30 Baile típico con los habitantes de la comunidad.

08:00 Los turistas podrán disfrutar de una fogata con los niños de la comunidad, mientras el Jefe cuenta historias y leyendas.

10:00 Descanso

Día 3:

09:00 Desayuno típico

10:00 Recorrido al río Puyo por el guía nativo, para observar flora y fauna del lugar y en donde se podrá realizar rafting.

11:30 Rafting por el río Puyo (nivel 1 y 2) El rafting lleva aproximadamente un tiempo de 3 o 4 horas.

1:40pm Recorrido y visita a la comunidad Vencedores para conocer la comunidad, su forma de vida y costumbres.

3:00 Almuerzo en la comunidad de Vencedores.

4:00 Caminata por el sendero vencedores para llegar al Mirador del Río Pastaza para se observa la unión de los ríos Pastaza y Puyo, la inmensidad de la selva, el volcán Sangay, Los Altares o CapacHurco, el Bosque primario, árboles gigantes, Ceibos, Matapalos, Caoba, Chontas, Sangre de Drago.

6:00 Retorno a la comunidad de Cotococha

6:30 Observación de las artesanías realizadas por las mujeres de la comunidad.

7:30 Regreso a las cabañas

9:00 Cena y descanso

Fotografía No. 1



Imagen: Gabriela Egas

Día 4:

09:00 Desayuno

10:00 Viaje en Canoa por el río Puyo, los turistas podrán disfrutar de la naturaleza y la selva, mediante el trayecto observación de flora y fauna detallado por el guía nativo.

12:00 Deporte acuático en la piragua, los turistas podrán bajar en piragua por el río Puyo hasta la bocana donde se puede nadar (canotaje o canoa embarcación ligera de fibra de vidrio o plástico).

2:00 Retorno a la comunidad

2:40 Salida a Quito

Fotografía N. 2



Imagen: Gabriela Egas

Precio por persona, incluido los botes de rafting, visitas en Cotococha, alojamiento de 3 noches y comidas: USD \$66.80

Paquete 2: (Programa de rafting para llegar a Cotococha por río)

Duración: 3 días/2noches

Itinerario

Día 1:

09:00 Visita y Salida desde el sector Cumanda.

10:00 Recorrido en botes de rafting 4 -5 horas por el río Puyo para llegar a Cotococha.

2:00pm Llegada a Cotococha

2:30 Baile de bienvenida por parte de los indígenas.

3:40 Almuerzo

4:30 Alojamiento en las cabañas

6:00 Recorrido por la comunidad por parte del Jefe Oswaldo Vargas

8:00 Cena y descanso

Día 2:

09:00 Desayuno

10:00 Salida y trekking de 6 horas en la selva para visitar y observar la flora y fauna del sector.

11:00 Visita a las cavernas de Chugrahurco para observar a los murciélagos y otros insectos propios del lugar.

12:00 Ascenso hasta el mirador del volcán Sangay, en permanente erupción, posibilidad de observar la inmensidad de la selva y ríos orientales.

1:00 Lunch y retorno en la tarde a Cotococha.

3:00 Almuerzo

4:30 Recorrido por la comunidad

5:00 Alojamiento en las cabañas

8:00 Cena y descanso (Opcional, caminata nocturna en el bosque)

Día 3:

09:00 Desayuno

10:00 Recorrido por la comunidad para observar la fabricación de artesanías por parte de las mujeres.

12:00 Recorrido en bote y descenso por el río puyo hasta el puente de ingreso a la comunidad de vencedores.

2:00 Retorno a las cabañas

2:30 Almuerzo

3:00 Despedida por parte de los indígenas

Precio por persona, incluido los botes de rafting, visitas en Cotococha, alojamiento de 2 noches y comidas: USD \$51.60

Fotografía N. 3



Imagen: Gabriela Egas

Paquete 3: (Cotococha, cascadas, rafting en el río Puyo)

Duración:2 días/1noche

Itinerario

Día 1:

09:00 Llegada a la comunidad de Cotococha por la vía a Macas.

10:00 Bienvenida por parte de los niños y el Jefe de la comunidad.

12:00 Recorrido por las cabañas y casa Shuar de los habitantes para observar su forma de vida y costumbres.

1:30 Conocer a las personas más ancianas de la comunidad.

2:00 Almuerzo con el Jefe de la comunidad Shuar.

3:30 Caminata por el bosque primario, explicación por parte del guía nativo de los usos de las plantas medicinales.

5:30 Retorno a la comunidad.

7:00 Cena y alojamiento.

Día 2:

07:30 Desayuno

08:00 Trekking por la selva para observar diferentes tipos de aves y plantas (tour de día completo)

10:00 Salida y recorrido por la cascada Hola Vida. (Tiempo libre para nadar en el sector de la cascada)

12:00 Lunch completo

12:30 Trekking en la selva para llegar a la cascada escondida para observar varias especies de plantas medicinales, árboles gigantes, orquídeas, pájaros insectos, aves, monos, gran variedad de arañas.

1:40 Salida en vehículo para la comunidad de Indichuris para observar lagartos

3:00 Retorno a las lomas de Hola Vida para llegar a Cotococha

3:30 Arribo a las cabañas y almuerzo

4:00 Retorno a Quito

Precio por persona: incluye las visitas indicadas, ingreso al campamento hola vida, comunidad de Indichuris, alojamiento de 2 días 1 noche en Cotococha y todas las comidas. USD \$44.4

Fotografía No. 4



Imagen: Gabriela Egas

4.2.1Diseño de la Planta

Dentro de la comunidad Shuar de Cotococha se puede encontrar diferentes aéreas para el turista y diversas actividades.

Todas las actividades a ofrecer se las realizara dentro de la comunidad Shuar de Cotococha. A continuación las actividades y aéreas dentro de la comunidad.

Una cabaña grande: La cual será acomodada y se encontrara en buen estado para que el turista visitante pernocte en la comunidad, la misma que brindara comodidad y confort al turista. Al mismo tiempo se podrá disfrutar de un ambiente de paz y tranquilidad en medio de la selva.

En Cotococha existe una cabaña grande es un solo conjunto de cuartos, parecido a una casa Shuar con 8 dormitorios múltiples, con 3 y 4 camas tipo literas con mosquiteros cada una, todo construido de madera y que pueden alojar a 28 personas.

Las 20 casitas de los Shuar están ubicadas en la parte alta de la comunidad Cotococha a 200 metros de distancia de la casa Shuar, los turistas están entonces separados de los indígenas. Y a 100 metros hay otras 8 cabañas que son destinadas para los turistas y que en este momento no están en buenas condiciones pero serian acomodadas para el turista al igual que la casa Shuar.

Una cocina: Tiene una dimensión de 7 x 9 metros, dentro de la cocina existe un fogón tipo Shuar, un lavadero que dispone de agua limpia proveniente de vertientes, no es tratada con cloro o potabilizada, también tienen una nevera pequeña, una bodega para víveres y equipo de cocina. La decoración de la cocina es a base de madera, caña y materiales propios de la zona y de la selva, en la cocina trabajan 2 mujeres Shuar y les ayudan a servir otras 2 mujeres nativas. Junto a la cocina existe un comedor.

Un comedor grande: De 9 x 12 metros con capacidad para 30 personas, donde las mujeres de la comunidad preparan platillos propios de la zona como: yuca, pescado, tortilla de maíz, arroz con pollo, trucha, frutas, entre otros.

Existen 3 mesas grandes y en cada mesa 10 sillas ya que la gente de la comunidad Shuar siempre comparte la mesa con los turistas. El estilo y decoración del comedor es de caña y el techo de paja toquilla, las mujeres nativas son encargadas de la preparación de la comida como de servir la misma a los turistas y a la propia gente Shuar.

Baños: Están ubicados a fuera de la comunidad y son 2 baterías sanitarias completas con lavabo, ducha y servicio sanitario.

Las cabañas son familiares, en una cabaña pueden pernoctar 5 a 6 personas acomodándolas según la comodidad del turista y su familia. La capacidad de turistas total en alojamiento de las cabañas sería entre 75 y 90 turistas.

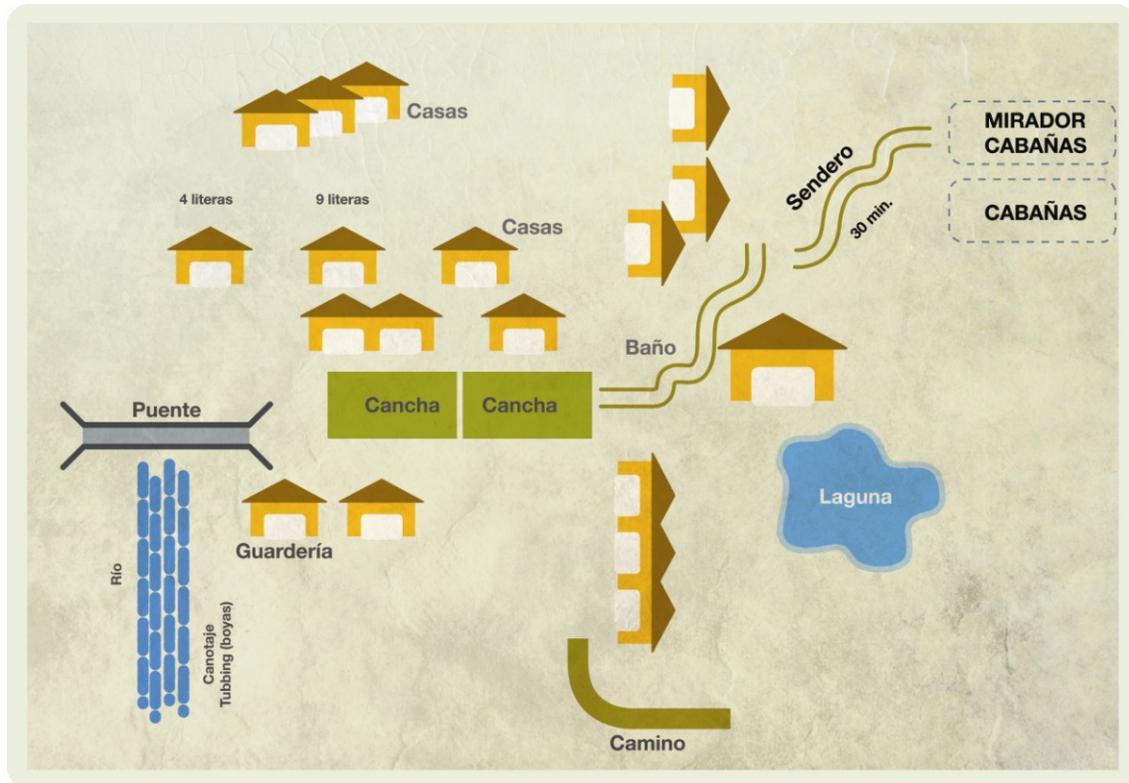
Un criadero de Tilapias: Piscina de 20 de ancho por 30 de largo y 2 metros de profundidad, existen 100 tilapias rotativas es decir tienen un ciclo de vida de 3 meses, las personas de la comunidad se encargan de la alimentación y el criadero de las tilapias.

Sembríos: De piñas, plátanos, yuca y maíz.

Venta de artesanías: Las mujeres de la comunidad las tratan de vender afuera y dentro de la comunidad. Parte del interés de visitar Cotococha es el comprar artesanías muy bien

elaboradas en palo de balsa y chota, aretes, pulseras, collares elaborados con semillas, y las cerámicas pintadas con resinas, piedras y materiales volcánicos encontrados en los ríos cercanos a la comunidad.

GRÁFICO 12. ESQUEMA DE LA PLANTA DE COTOCOCHA



Fuente: Gabriela Egas

A continuación los senderos que se encuentran alrededor de la comunidad Cotococha son:

Sendero de Chugrahurco: Es uno de los más importantes, es un largo recorrido por medio de la selva de 3 horas de ida y 3 horas de retorno, los turistas pueden llegar hasta la loma de Chugrahurco y pueden observar desde allí las erupciones del volcán Sangay activo, su variada flora y fauna, es un paisaje espectacular que el turista puede admirar y fotografiar.

Sendero a Vencedores: Y es aquel que va a la comunidad de Vencedores primero los turistas se trasladan 20 minutos en canoa por el río Puyo, disfrutando la tranquilidad de la selva y admirando la belleza de la flora y fauna en abundancia, luego un recorrido de 15 minutos y se puede visitar esa comunidad, aquí los turistas pueden comprar artesanías.

Sendero hacia la cascada Hola Vida: Otro sendero es el que se dirige a Hola Vida a las cascadas de Hola Vida y la cascada Escondida, el recorrido es de una hora hasta la cascada Hola Vida y de 2 horas y media hasta la escondida y el retorno es igual tiempo en cada caso. Es de 60 metros de altura, la cual ha formado una poza circular de 3 metros de profundidad y 30 metros de ancho. Se accede a la cascada por un sendero en el bosque secundario. Se observa una gran diversidad de plantas e insectos propios del lugar así como mariposas multicolores,

Para ingresar a la Cascada Escondida hay que nadar 10 metros en sus aguas cristalinas y limpias, tiene una caída de 15 metros y una profundidad en la poza de 2 metros. Se observa varias especies de plantas medicinales, árboles gigantes, orquídeas, pájaros insectos, aves, monos, gran variedad de arañas.

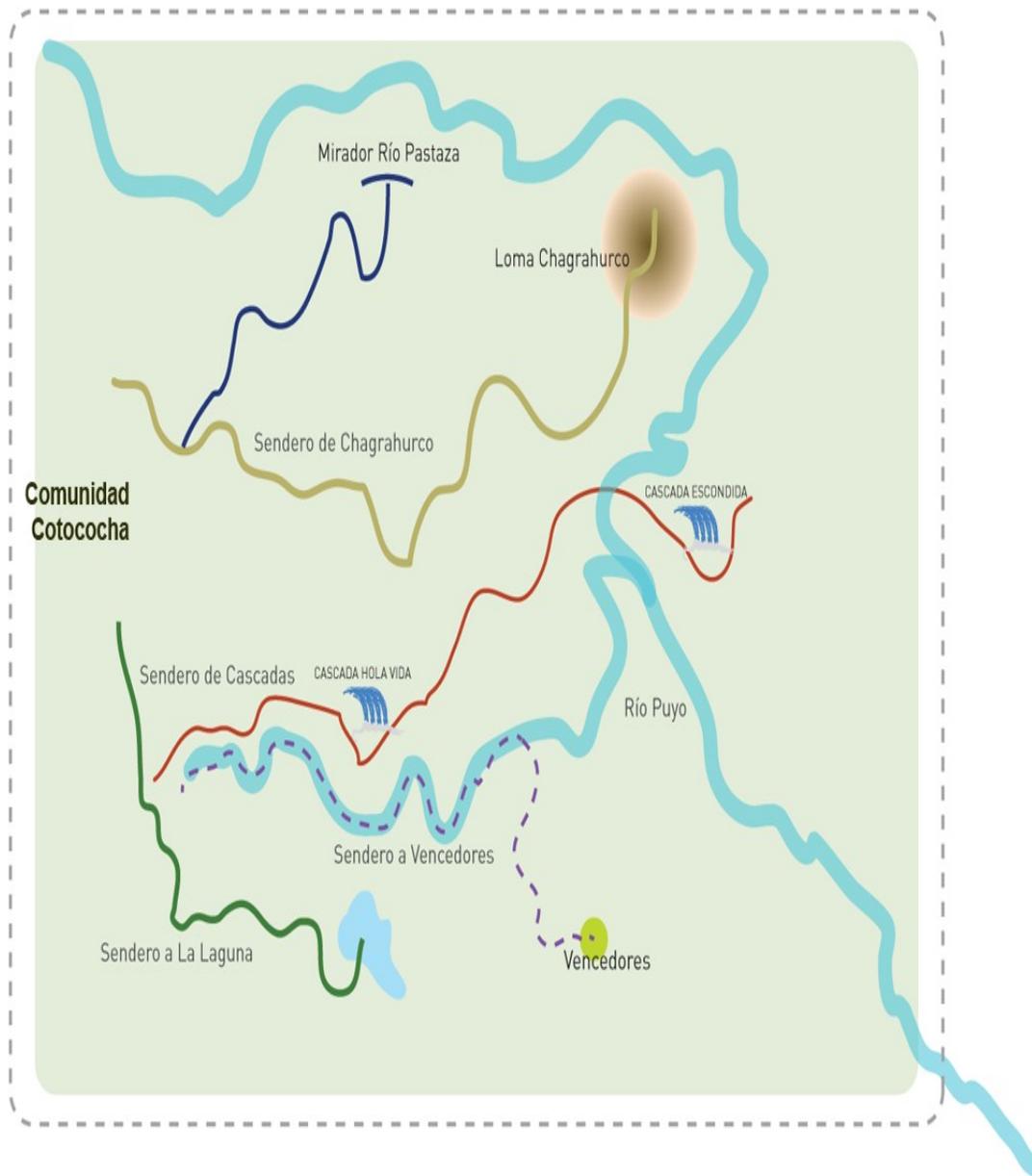
Sendero de la Laguna: es un sendero más corto toma 30 minutos bajar hasta ese lugar donde se formó de manera natural una especie de piscina, y es el lugar favorito de los turistas y nativos para nadar.

Mirador del Río Pastaza: Desde una colina de 60 metros de altura se observa la unión de los ríos Pastaza y Puyo, la inmensidad de la selva, el volcán Sangay, Los Altares o Capac Hurco. Se puede ir observando el Bosque primario, árboles gigantes, Ceibos, Matapalos, Caoba, Chontas, Sangre de Drago, Orquídeas, Heliconias, Brómelas, 145 especies de aves, gran variedad de mariposas, insectos, monos machines, arañas, cusumbos, armadillos, pequeñas culebras.

Piragua: Otra actividad muy importante en Cotococha es bajar en piragua por el río Puyo hasta la bocana donde se puede nadar en un lugar muy amplio y limpio con profundidades

variables de 1 hasta 3 metros esto es recomendado solo para personas mayores y que nadan muy bien.

GRÁFICO No. 13 **SENDEROS DE LA COMUNIDAD COTOCOCHA**



Fuente: Gabriela Egas

Diseño de la página Facebook donde se dará a conocer la comunidad Shuar de Cotococha:

The image shows a screenshot of a Facebook page for the 'Comunidad Shuar Cotococha'. The page header includes the Facebook logo and navigation links like 'Configuración' and 'Salir'. The main content area features a profile picture of the community, a 'Muro' (wall) section with a post from the community, and a 'Compartir' (share) menu. The post includes a photo of a waterfall and text describing the community's location. The right sidebar contains various features like 'Administradores', 'Notificaciones', and 'Anuncios'.

facebook Configuración Salir

Comunidad Shuar Cotococha Editar la página

Organización comunitaria · Editar información

Muro Comunidad Shuar Cotococha · Todos (Más recientes)

Compartir: Estado Foto Enlace Video Pregunta

¿Qué estás pensando?

Comunidad Shuar Cotococha
 Conoce Cotococha, ¡Disfruta el encanto de esta mágica Comunidad!
 Me gusta · Comentar · Compartir · Hace 2 segundos

Comunidad Shuar Cotococha
 Desde la ciudad de Puyo, salida por la vía Macas hasta el kilómetro 14 ingresa por un camino vía a la comunidad de Pomona, en el kilómetro 9 se ingresa a la comunidad Cotococha, 2 kilómetros más adelante se ubica la comunidad de Vencedores y 2 kilómetros, la Fundación Hola Vida.

Ya no me gusta · Comentar · Compartir · Hace 2 segundos

Te gusta esto.
 Escribe un comentario...

Administradores (1) Ver todos

Notificaciones

Promocionar con un anuncio

Ver estadísticas antiguas

Anuncios Crear un anuncio

Aprende Inglés en Tu Casa
 openenglish.com
 Open English es la escuela de Inglés online con Clases en Vivo ilimitadas. Fluidez garantizada!

Formacion Gerencial. Seminarios Consultoria y Capacitacion
 En Marzo: Certificación Internacional CRM y Marketing Relacional desde Argentina. Ingresar ...

Certificación Internacional CRM

Me gusta esta página

tenemoshambre.com
 TEXAS CHICKEN
 Tenemos hambre

Fuente: Gabriela Egas

Diseño de la página Web

GRÀFICO No. 15



Fuente: Gabriela Egas

Dentro de la página web podemos observar:

Fotografía No. 5
Festival indígena de Cotococha:



Imagen: Gabriela Egas

Fotografía No. 6

Cabañas para los Turistas:



Imagen: Gabriela Egas

Fotografía No. 7

Río Puyo



Imagen: Gabriela Egas

Fotografía No. 8

Jefe de la Comunidad:



Imagen: Gabriela Egas

Fotografía No. 9

Atardecer Cotococha:



Imagen: Gabriela Egas

Fotografía No. 10

Cabañas UkuyHuasi y Museo Comunitario:



Imagen: Gabriela Egas

Fotografía No. 11

Caminata por los Senderos y explicación de plantas medicinales:



Imagen: Gabriela Egas

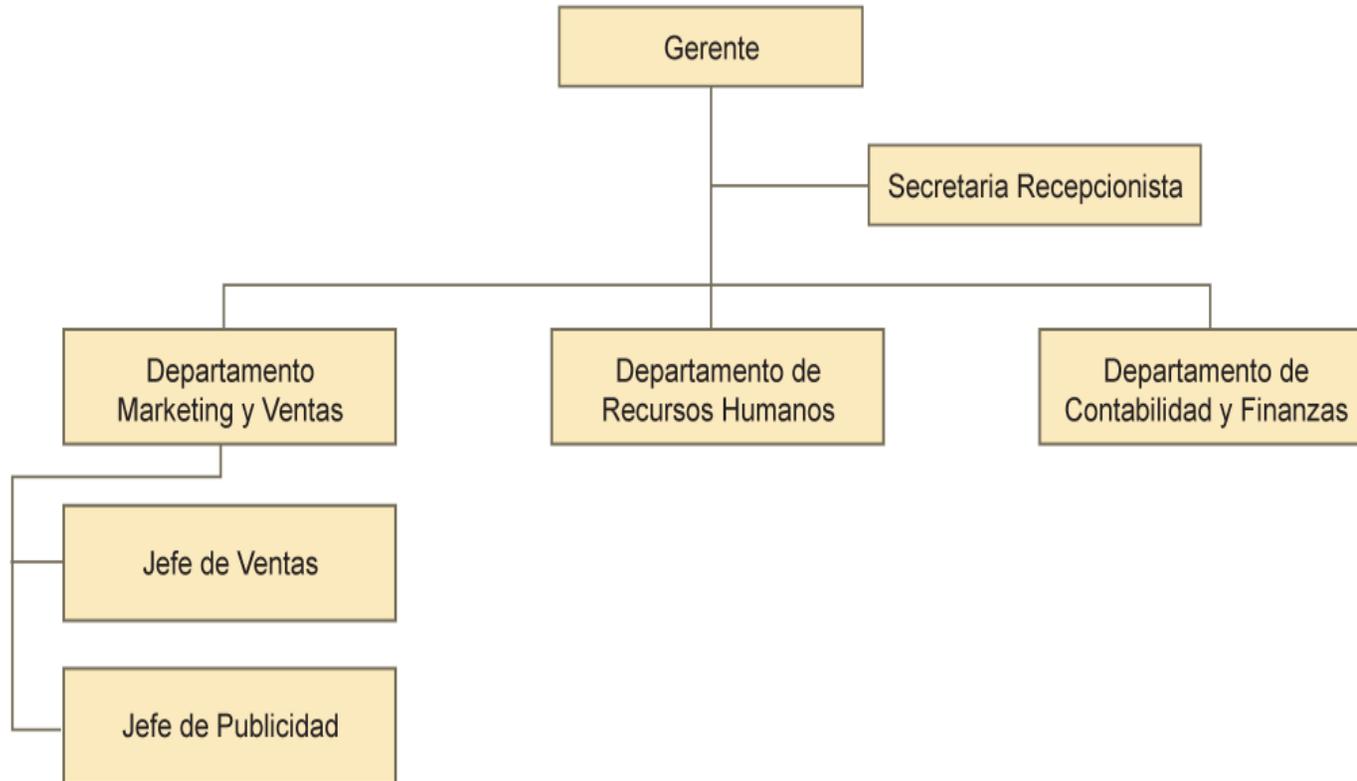
4.3 Estructura Organizacional

La estructura organizacional puede ser definida como las distintas maneras en que puede ser dividido el trabajo dentro de una organización para alcanzar luego la coordinación del mismo orientándolo al logro de los objetivos.

Los mecanismos coordinadores corresponden a la coordinación del trabajo de una empresa como son la comunicación de la misma. Y existe el ajuste mutuo el cual logra coordinación en el trabajo y por lo tanto se forma un equipo de trabajo responsable. Se tiene supervisión directa la cual da instrucciones para las acciones de la empresa, se analizan las normas que regulen el producto final mediante los conocimientos o habilidades que debe poseer quien se incorpore o trabaje dentro de la empresa.(Enrique Louffat – 2004)

4.3.1 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL: DEDESARROLLO DE UN PLAN DE TURISMO COMUNITARIO PARA LA COMUNIDAD SHUAR DE COTOCOCHA

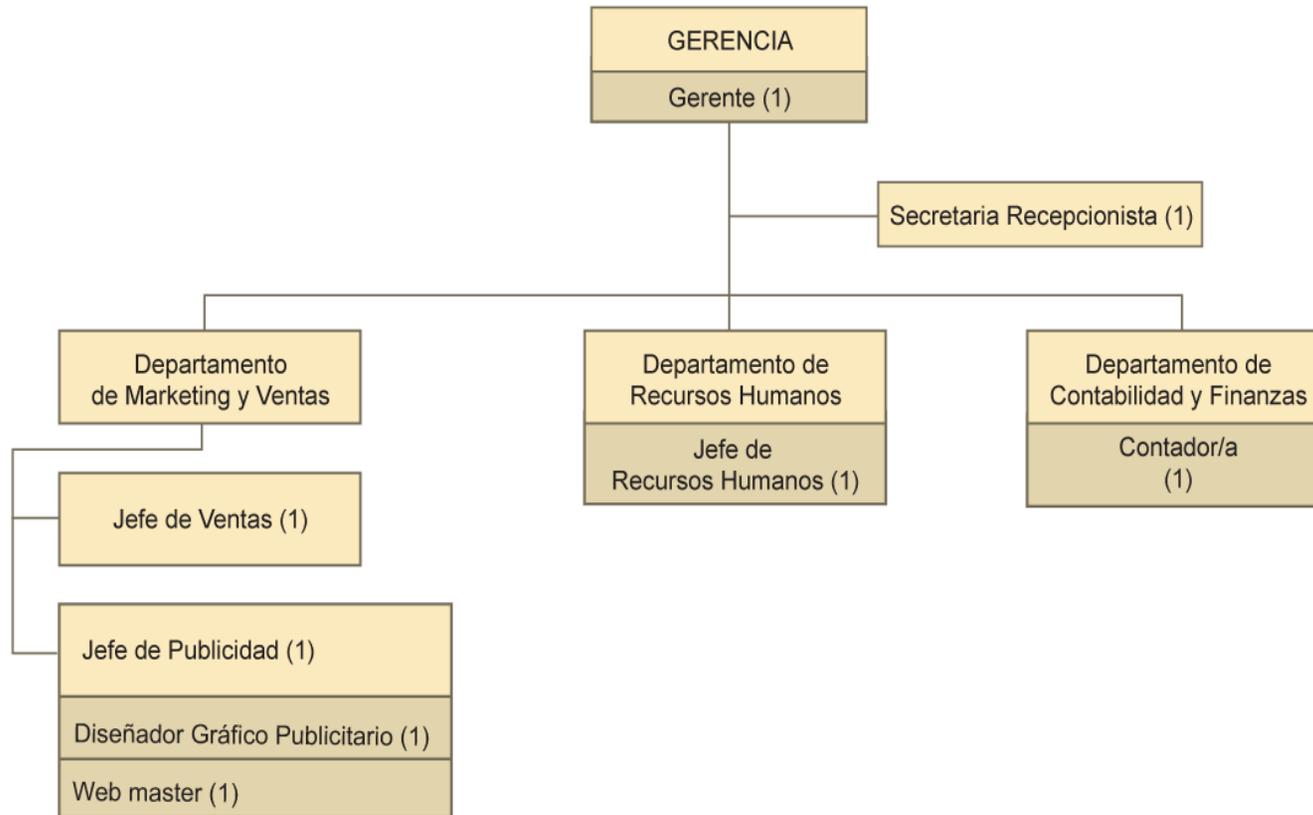
FIGURA # 4



Fuente: Gabriela Egas

4.3.2 ORGANIGRAMA POSICIONAL: DE DESARROLLO DE UN PLAN DE TURISMO COMUNITARIO PARA LA COMUNIDAD SHUAR DE COTOCOCHA

FIGURA # 5



Fuente: Gabriela Egas

4.3.3 Organigrama Funcional

Los organigramas funcionales: Incluyen las principales funciones que tienen asignadas, además de las unidades y sus interrelaciones. Este tipo de organigrama es de gran utilidad para capacitar al personal y presentar a la organización en forma general.

A continuación se presentan las funciones de acuerdo al organigrama:

Gerente General realizará su trabajo en el mismo lugar ya que es obligación de realizar contactos, promocionar el lugar, analizar las competencias y entre otras actividades que el mismo debe realizar. (Robert Setet 1954)

- Debe responder legalmente como representante de la empresa ante las otras empresas o personas jurídicas.
- Revisar los informes de cada una de las áreas de la empresa y tomar en cuenta los mismos para verificar si se está cumpliendo con el desarrollo que la empresa tenía en proceso.
- Tiene que estar pendiente de las aprobaciones de pedidos y solicitudes de crédito que sea necesario de su aceptación.
- Elaborar y ejecutar programas de capacitación al personal de la comunidad y ayudantes, para mejorar el desarrollo de la empresa.
- Mantener buenas relaciones con las personas de la comunidad.
- Evaluar cada una de las áreas y a los colaboradores correspondientes a cada una para problemas existentes y tomar una acción inmediata y correctiva.

Secretaria Recepcionista: Ayudara en la gerencia, con apoyo, información, atención al cliente y archivos de gerencia.

- Manejo de la central telefónica
- Recibir visitas y arreglar entrevistas con habilidad
- Ser cómplice de todas las transacciones particulares tanto del jefe como de la compañía.
- La organización interna de la empresa.
- Las normas y reglas de la compañía.
- Las extensiones correspondientes a cada departamento de la compañía.

FUNCIONES DE CADA DEPARTAMENTO

Departamento de Ventas:

El departamento de ventas es quien dirige comprende la distribución , las pre-ventas y maneja la estrategia de ventas de los productos que elabora la empresa. Lo maneja el departamento de mercadeo que es quien maneja la publicidad y promocion .

Departamento de Marketing:

El departamento de marketing debe constituirse y trabajar de forma independiente de los demás departamentos de una empresa, manteniendo la relación de comunicación interna, abierta y fluida, que logre el mejor funcionamiento, concreción y consecución de las metas de la empresa.

La función del marketing es esencial para los resultados económicos de la empresa puesto que se ocupará de estudiar el mercado, la psicología de los clientes reales y potenciales, los

nichos de mercado, la situación de la oferta y la demanda, así como los flujos económicos y las tendencias sociales e industriales que afecten de manera directa o indirecta a la comercialización de sus productos o servicios.

- Investigación de mercado.
- Analizar la empresa.
- Fijación de precio del producto o servicio.
- Investigación y desarrollo.
- Elección de las estrategias de comunicación.
- Controlar la distribución.

Jefe de Ventas:

- Preparar planes y presupuestos de ventas, de modo que debe planificar sus acciones y las del departamento, tomando en cuenta los recursos necesarios y disponibles.
- Revisar y actualizar constantemente un estudio de mercado.
- Elaborar pronósticos de ventas.
- Presentar estrategias de comercialización.
- Contactos.
- Promoción y publicidad.
- Establecer metas y objetivos.

- Calcular la demanda y pronosticar las ventas.
- Determinar el tamaño y la estructura de la fuerza de ventas. Debido a que el gerente es quien conoce de primera mano el mercado que se trabaja.
- Reclutamiento, selección y capacitación de los vendedores. Esta función del gerente de ventas, dependerá de la estructura de la empresa.
- Delimitar el territorio, establecer las cuotas de ventas y definir los estándares de desempeño.
- Compensar, motivar y guiar las fuerzas de venta.

Jefe de Publicidad:

Diseño de página web promocional de la Comunidad, banners web promocionales de los servicios dentro de la página web, galería de imágenes, logotipo del proyecto de turismo comunitario, para campaña de lanzamiento, incluido enlace con página de difusión en facebook donde se dará a conocer los servicios y promover la visita de turistas a la comunidad.

El Jefe de Publicidad: este depende de la gerencia de Marketing, ve más restringido su accionar, debido a que debe consultar las decisiones importantes

- Se limita prácticamente a funciones de control y verificación del cumplimiento de los convenios.
- El departamento de publicidad de la empresa cumple dos procesos de producción: el proceso de gestión y el proceso de control.

- En el proceso de gestión, comprende tareas de producción, de coordinación (tanto interna como externa), y de conducción y manejo de operaciones del sector.
- En el proceso de control, comprende a la supervisión de todas las actividades y los resultados que se deben obtener.
- Antecedentes históricos de la empresa.
- Mercado total. Como está compuesto el mercado total y la competencia directa e indirecta.
- Mercado específico. Competencia directa.
- Situación actual y real de la empresa y la marca. Imagen de marca e imagen de marca ideal. Posicionamiento.
- Producto. Información de ingredientes, precio, atributos del producto. Ventajas diferenciales.
- Packaging. Colores, identificación, logo.
- Políticas internas de la empresa.
- Tiempos. Periodo de tiempo que la campaña va a salir al público.

Diseñador grafico Publicitario:

Se encarga de Realizar, estructurar e implementar la creatividad e innovación en los diseños e imagen requerida por la organización, con motivo de atraer del cliente desde la imagen de la organización.

- Diseños y optimización de Imagen grafica de la empresa.

- Desarrollo de Imagen Corporativa
- Aporte de nuevas ideas para el armado de un proyecto en conjunto.
- Trabajar en equipo, todo proyecto es un trabajo en equipo que regula la organización de una tarea de una manera equitativa.
- El diseñador debe aceptar sugerencias de otras personas y valorar las distintas opiniones que convergen en torno a un proyecto.
- Trabajado individual el armado final, la compaginación de ideas y el estilo a emplear están asociados a un análisis profundo.
- Organizar su actividad, planificando de manera minuciosa todas sus ideas proyectadas en computación.

Web máster:

Funciones de un Web máster

- Desarrollar la estructura del sitio Web: El Web máster debe realizar la estructura de cómo va a quedar el contenido, visual y la organización del site detrás de la apariencia gráfica.
- Desarrollar la programación debe elegir los lenguajes de programación que va a utilizar, las bases de datos y plataformas en las que va a trabajar.
- Desarrollar el Diseño: esta parte va mucho junto con la definición de la estructura, porque en el diseño se debe decidir de qué forma se va a ver la información.

- Dar mantenimiento al sitio Web: Luego de realizar algún proyecto, debe darle seguimiento al mismo, y dar mantenimiento a todo el Site. Debe observar que el sitio esté funcionando correctamente; que siempre esté online; que se respondan a tiempo las solicitudes de los usuarios; que se ayude a los usuarios en cualquier problema técnico que tengan al acceder al site.
- Administración del Sitio Web: dar contraseñas, crear usuarios, crear las cuentas de email y supervisar dichas cuentas.
- Supervisar a los colaboradores u otros recursos, debe supervisar a las personas que colaboran con la Web.
- Actualización del Sitio Web debe estar proporcionando actualizaciones y ubicando las fechas en las que debe actualizar como mantener las visitas de los usuarios, entre otros.
- Chequeo de Errores: existen errores como links rotos o errores de estética, como por ejemplo cuando el site no se ve en determinados navegadores.

Departamento de Recursos Humanos es esencialmente de servicios. Sus funciones varían dependiendo del tipo de organización al que este pertenezca, a su vez, asesora, no dirige a sus gerentes, tiene la facultad de dirigir las operaciones de los departamentos.

Jefe de Recursos Humanos:

- Entre sus funciones esenciales podemos destacar las siguientes:
- Ayudar y prestar servicios a la organización, a sus dirigentes, gerentes y empleados.

- Describe las responsabilidades que definen cada puesto laboral y las cualidades que debe tener la persona que lo ocupe.
- Evaluar el desempeño del personal, promocionando el desarrollo del liderazgo.
- Reclutar al personal idóneo para cada puesto.
- Capacitar y desarrollar programas, cursos y toda actividad que vaya en función del mejoramiento de los conocimientos del personal.
- Brindar ayuda psicológica a sus empleados en función de mantener la armonía entre éstos, además buscar solución a los problemas que se desatan entre estos.
- Llevar el control de beneficios de los empleados.
- Distribuye políticas y procedimientos de recursos humanos, nuevos o revisados, a todos los empleados, mediante boletines, reuniones, memorándums o contactos personales.
- Supervisar la administración de los programas de prueba.
- Desarrollar un marco personal basado en competencias.
- Garantizar la diversidad en el puesto de trabajo ya que permite a la empresa triunfar en los distintos mercados nacionales y globales.

Departamento de Contabilidad y Finanzas: se ha previsto la contratación de un contador el mismo que se desempeña en las siguientes funciones:

Contadora:

- Mantenimiento de sistemas contables

- Elaboración de estados financieros de la empresa, balances finales, registros contables de cuentas que va a manejar la comunidad Shuar de Cotococha.
- Manejo de inversión de capital.
- Elaboración de roles de pago de personal.
- Control de egresos.
- Manejo de los diferentes tributos al fisco.
- Preparación de facturas para el cliente.
- Control de costos de los productos que se van a ofrecer

4.4 Cuadro No. 23 Recursos Humanos

Recursos Humanos	Cantidad	Remuneración Unitaria	Remuneración total
Gerente	1	\$1000,00	\$1000,00
Secretaria recepcionista	1	\$300,00	\$300,00
Jefe de Ventas	1	\$800,00	\$800,00
Jefe de Recursos Humanos	1	\$800,00	\$800,00
Jefe de Finanzas	1	\$800,00	\$800,00
Director de Publicidad	1	\$600,00	\$600,00
Diseñador gráfico publicitario	1	\$400,00	\$400,00
Diseñador WEB	1	\$400,00	\$400,00
Contador	1	\$400,00	\$400,00

Fuente: Gabriela Egas

4.4.1 Cuadro No. 24 Recursos Tecnológicos

Recursos Tecnológicos	Cantidad	Valor U.	Valor T.
Laptop HP	2	\$650,00	\$1300,00
Computador de Mesa HP	3	\$540,00	\$1620,00

Impresora multifunción 3 en 1	2	\$135,00	\$270,00
iMac de escritorio G4	1	\$1250,00	\$1250,00
Celular y Radio Motorola	2	\$250,00	\$500,00
Telefax	1	\$150,00	\$150,00
Total			\$5190,00

Fuente: Gabriela Egas

4.4.2 Cuadro No. 25 Materiales de Oficina

Material de oficina	Cantidad	Valor U.	Valor T.
Archivadores	3	\$80,00	\$240,00
Escritorios	5	\$120,00	\$600,00
Sillas	8	\$30,00	\$240,00
Papeleras	4	\$10,00	\$40,00
Guía comercial	1	\$12,00	\$12,00
Mesa de reunión	1	\$150,00	\$150,00
Total			\$1282,00

Fuente: Gabriela Egas

4.4 Marco Legal

En la actualidad la empresa aún no se encuentra constituida por lo que se procederá a legalizar su situación. Cuando dos o más personas deciden emprender en operaciones mercantiles, mediante su aporte de capitales o industrias, pueden celebrar un contrato y constituir una de las especies de compañías previstas en Ley de Compañías.

Para ello se debe seguir un procedimiento establecido por esta misma ley y esto sería otorgamiento de la Escritura de Constitución, aprobación por parte de la Superintendencia de Compañías, inscripción en el registro mercantil y publicación en la prensa de un extracto de la escritura en la cual debe constar la Razón Social o Denominación, el Objetivo Social, Domicilio y Reforma de Estatutos.

La compañía anónima se constituye con dos o más accionistas no pueden tener por nombre una razón social, ni por objeto la actividad de consultoría.

El capital suscrito mínimo debe ser de ochocientos dólares americanos, el capital debe suscribirse íntegramente y pagarse en al menos un 25% del valor nominal de cada acción, este capital puede ser un numerario o en especie (bienes muebles e inmuebles) o incluso en dinero y especies, siempre que estas en cualquier caso correspondan al género de la actividad de la compañía. (Marco Legal, Servicio Nacional de Aprendizaje – 1981)

Toda empresa está obligada a funcionar bajo los siguientes requisitos legales:

- RUC (Registro único de contribuyentes)
- Patente Municipal de Funcionamiento
- Permiso Sanitario
- Declaración de Impuestos a la Renta Anual
- Declaración del IVA (Impuestos al Valor Agregado)
- Número Patronal del IESS para aportes patronales y personales
- Permiso de la Intendencia, Ministerio de Turismo.

Previa la obtención del Certificado de Registro y la Licencia Anual de Funcionamiento es necesario presentar en el Ministerio de Turismo o dirección regional respectiva, los siguientes documentos:

- Copia certificada de la Escritura de Constitución de la Compañía o de aumento de capital o Reforma de Estatutos si los hubiese, tratándose de personas jurídicas.
- Nombramiento del Representante legal debidamente suscrito en las oficinas del Registro Mercantil tratándose de personas jurídicas.
- Certificado de la Dirección de Propiedad Industrial de no encontrarse registrada la Razón Social o nombre comercial motivo de la solicitud.
- Registro Único de Contribuyentes RUC
- Cedula de Ciudadanía del Representante Legal
- Lista de Precios (firmada por el interesado)
- Inventario valorado (firmada por el interesado)
- Título de Propiedad o Contrato de arrendamiento.

Datos sobre la Constitución y Actividades del Proyecto:

- ✓ Razón Social: Comunidad Shuar de Cotococha
- ✓ Actividad Turística: Alojamiento, alimentación y servicios de Recreación.
- ✓ Dirección: Provincia de Pastaza, Cantón Puyo km 16

Entre otros requisitos tenemos:

Industria y Comercio: Para solicitar el número de identificación tributaria se siguieron los siguientes pasos:

- Se solicita a la Cámara de Comercio

- Inscripción en el registro de vendedores si es responsable de IVA.
- Una vez adquirido y diligenciado el formulario, presentarse ante la DIAN, con los siguientes documentos:
 - Formulario de RUT diligenciado en original y dos copias.
 - Copia de la escritura pública de constitución.
 - Certificado de existencia y representación.
 - Fotocopia de la cédula del representante legal.
 - El registro de Impuestos sobre las ventas (IVA), se puede hacer en el momento de realizar la solicitud del NIT. Simultáneamente con la solicitud del formulario RUT, solicitamos el formulario para que la DIAN nos autorice la numeración para las factura.

4.5 Cadena de Valor

La cadena de valor empresarial, es un modelo teórico que permite describir el desarrollo de las actividades de una organización empresarial generando valor al cliente final. La cadena de valor categoriza las actividades que producen valores añadido en una organización en dos tipos: las actividades primarias y las actividades de apoyo o auxiliares.(Michael E. Porter, 2009)

El modelo de la cadena de valor distingue cinco actividades primarias:

- Logística interna: comprende operaciones de recepción, almacenamiento y distribución de las materias primas.
- Operaciones (producción): procesamiento de las materias primas para transformarlas en el producto final.
- Logística externa: almacenamiento de los productos terminados y distribución del producto al consumidor.

- Marketing y Ventas: actividades con las cuales se da a conocer el producto.
- Servicio: de post-venta o mantenimiento, agrupa las actividades destinadas a mantener, realzar el valor del producto, mediante la aplicación de garantías.



Diagrama de flujo

Un diagrama de flujo es una representación gráfica de un algoritmo o proceso.

Estos diagramas utilizan símbolos con significados bien definidos que representan los pasos del algoritmo, y representan el flujo de ejecución mediante flechas que conectan los puntos de inicio y de término. (Anna Guzmán, 1996)

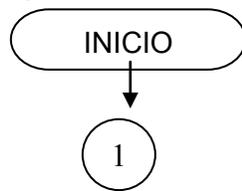
Los pasos a seguir para construir el diagrama de flujo son:

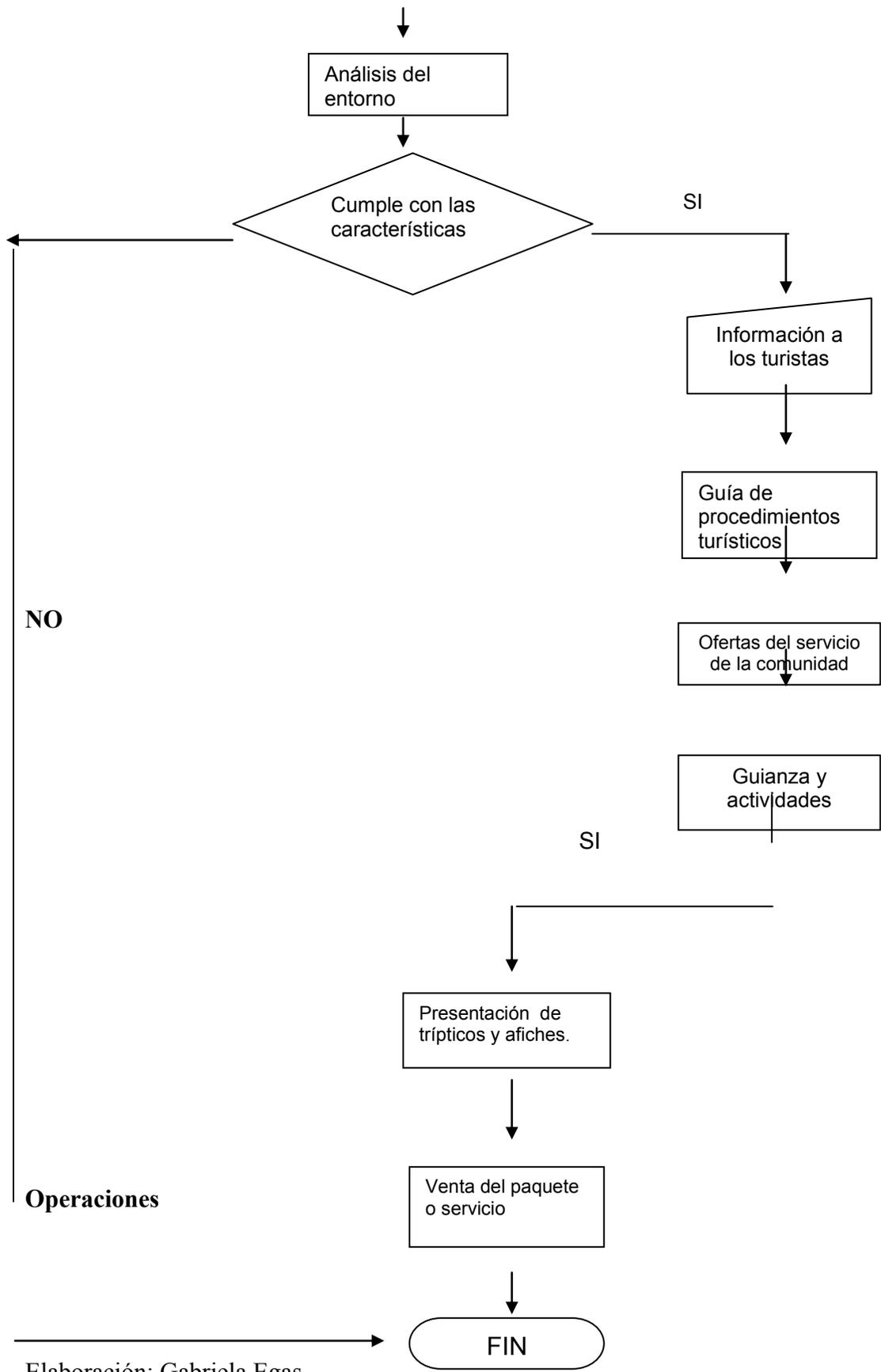
- Establecer el alcance del proceso a describir. De esta manera quedará fijado el comienzo y el final del diagrama. Frecuentemente el comienzo es la salida del proceso previo y el final la entrada al proceso siguiente.
- Identificar y listar las principales actividades/subprocesos que están incluidos en el proceso a describir y su orden cronológico.
- Si el nivel de detalle definido incluye actividades menores, listarlas también.
- Identificar y listar los puntos de decisión.
- Construir el diagrama respetando la secuencia cronológica y asignando los correspondientes símbolos.
- Asignar un título al diagrama y verificar que esté completo y describa con exactitud el proceso elegido.

Simbología y significado

- Óvalo: Inicio y término (Abre y/o cierra el diagrama).
- Rectángulo: Actividad (Representa la ejecución de una o más actividades o procedimientos)
- Rombo: Decisión (Formula una pregunta o cuestión).
- Círculo: Conector (Representa el enlace de actividades con otra dentro de un procedimiento).
- Triangulo boca abajo: Archivo definitivo (Guarda un documento en forma permanente).
- Triangulo boca arriba: Archivo temporal (Proporciona un tiempo para el almacenamiento del documento).

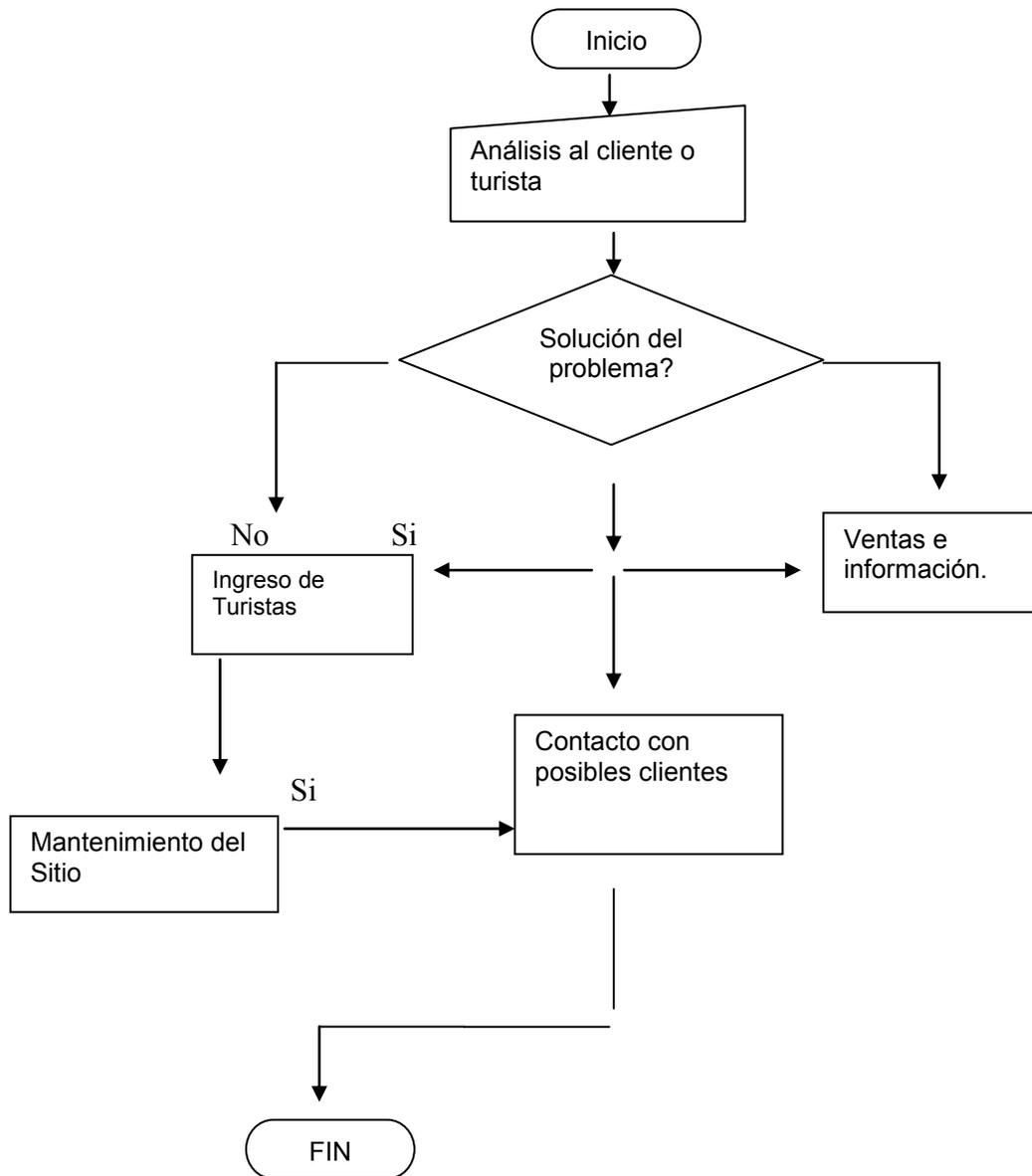
Logística de Entrada:
Flujograma de Investigación y Desarrollo





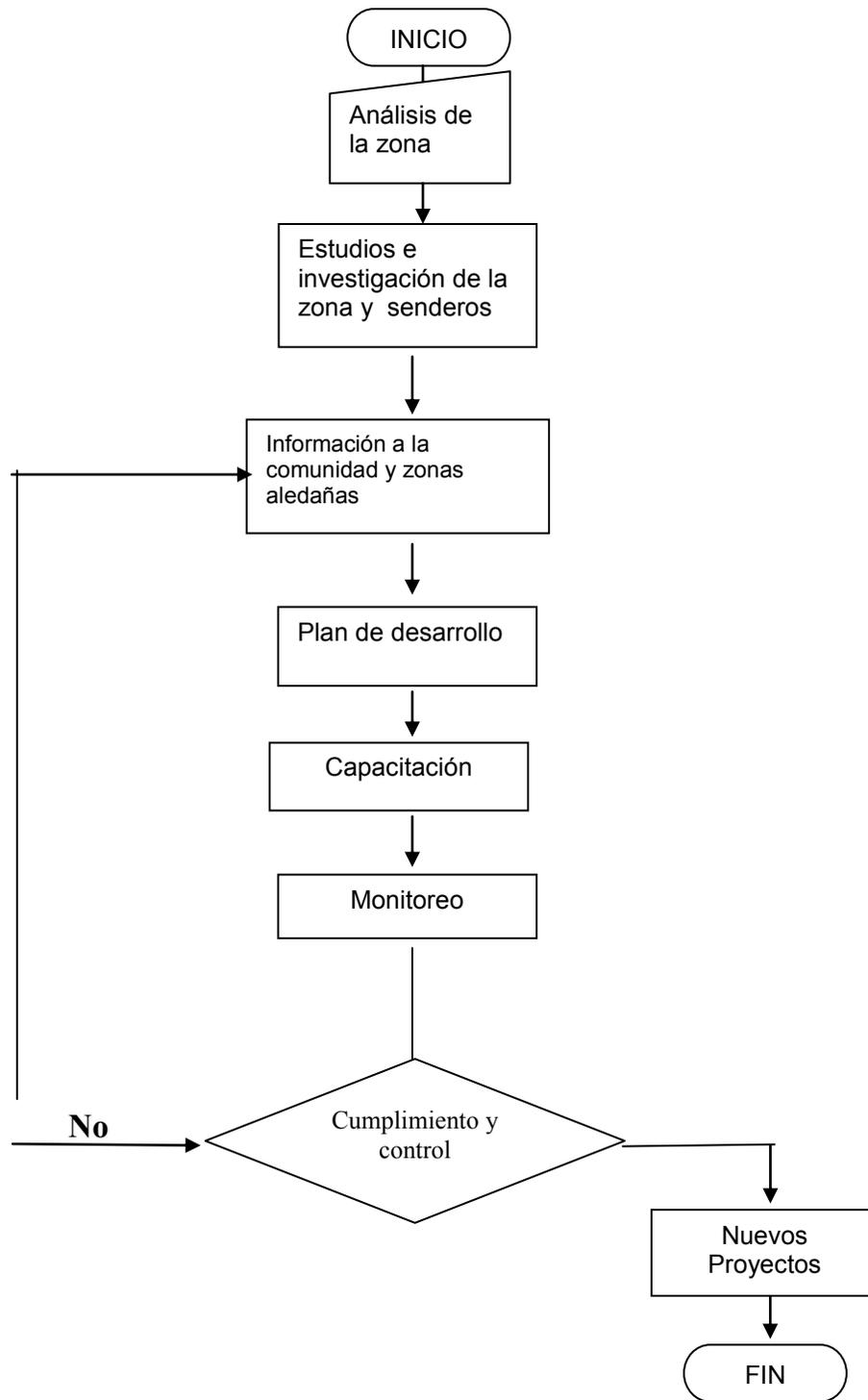
Elaboración: Gabriela Egas

Actualización del portal web



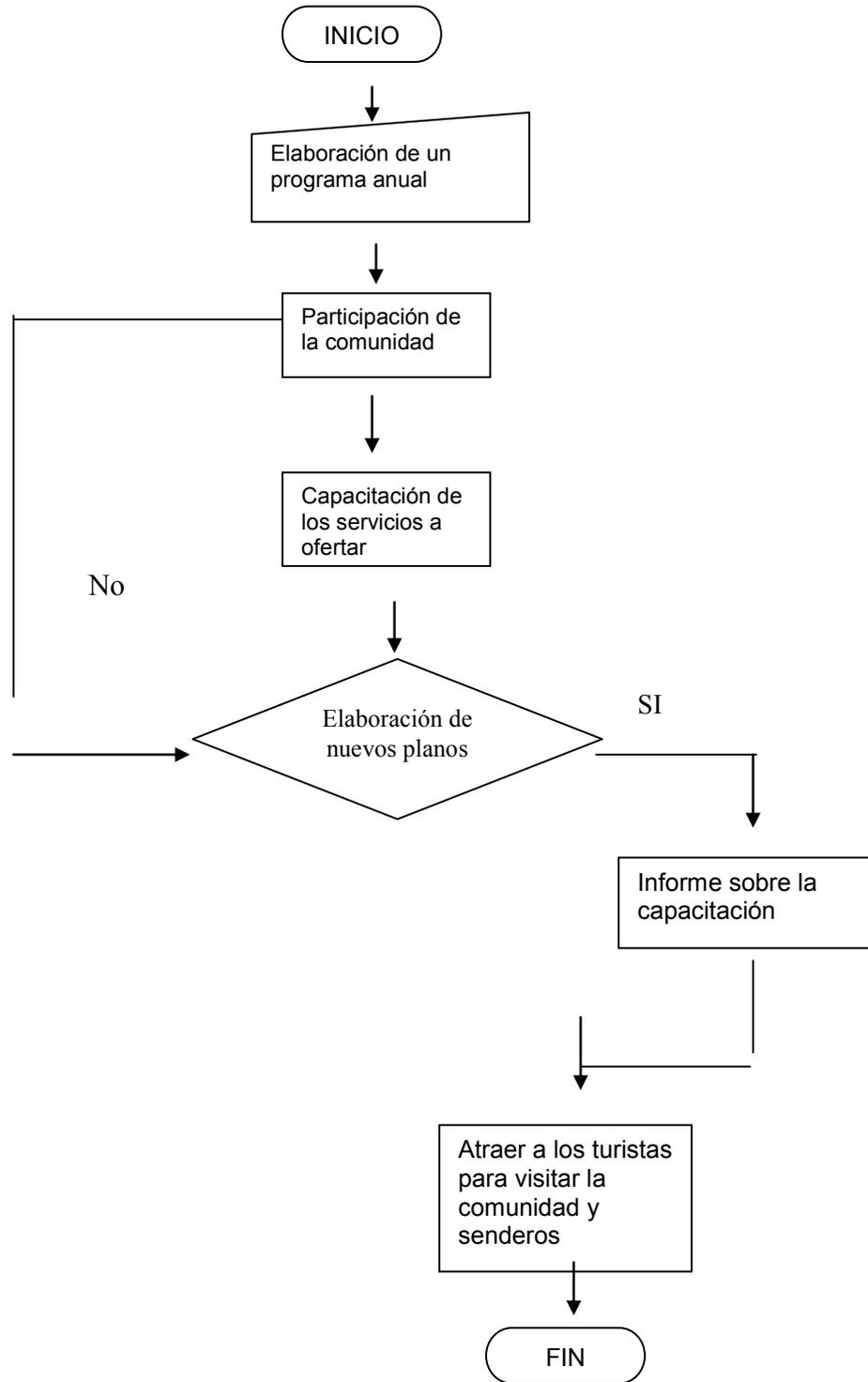
Elaborado por: Gabriela Egas

Monitoreo del cuidado y mantenimiento de los senderos



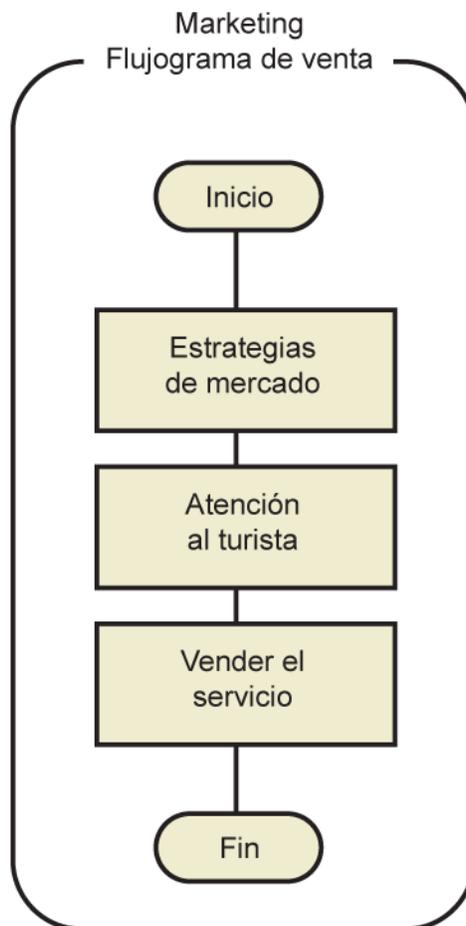
Elaborado por: Gabriela Egas

Capacitación continua de los guías nativos



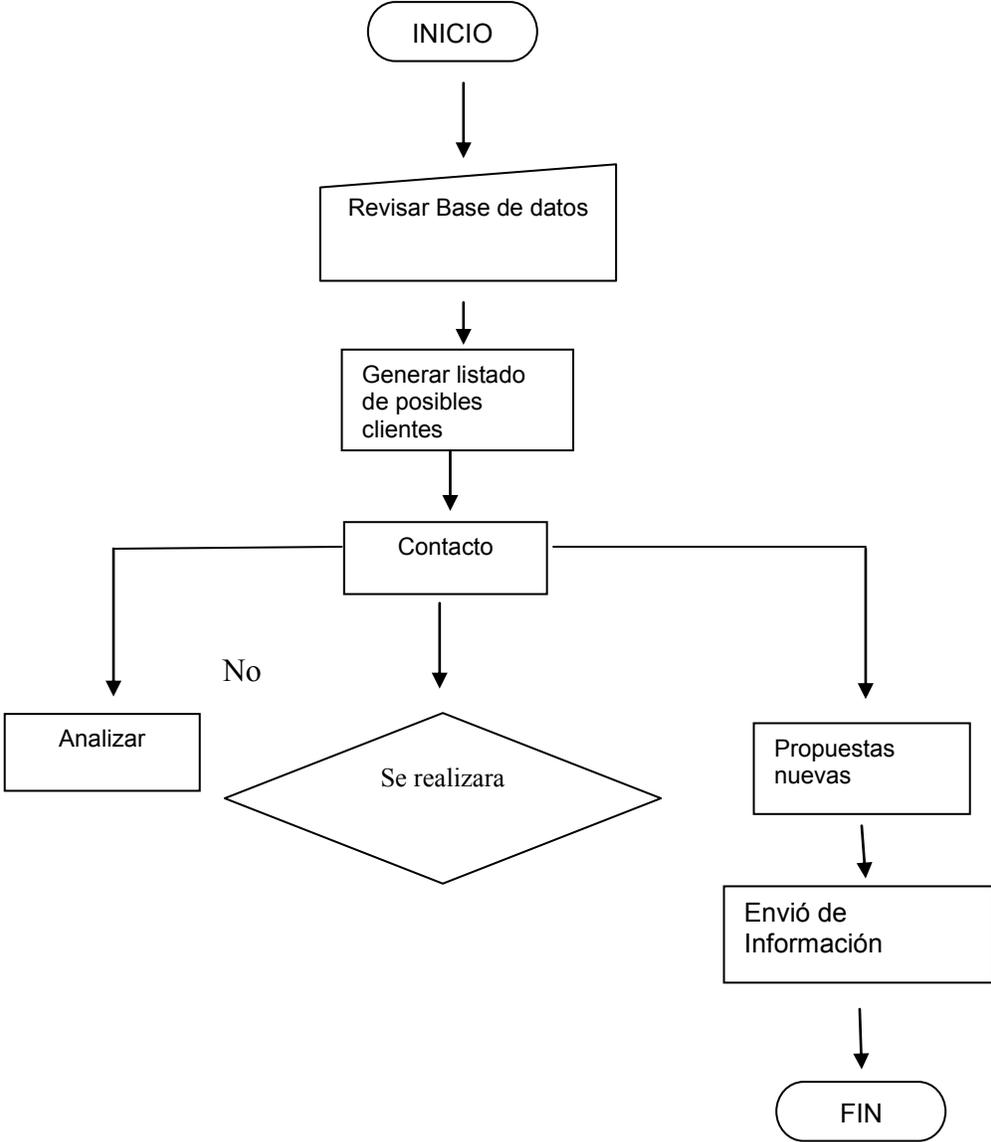
Elaborado por: Gabriela Egas

MARKETING FLUJOGRAMA DE VENTA



Elaboración: Gabriela Egas

SERVICIOS FLUJOGRAMAS DE POST VENTA



Elaboración: Gabriela Egas.

CAPITULO V

Estudio de Impacto Ambiental

El Impacto Ambiental es “uno de los principales problemas que afectan al mundo en la actualidad es la contaminación ambiental, muchos ecosistemas se están deteriorando debido a que no existe una planificación adecuada de los recursos naturales y biológicos que posee el planeta”. (JoséphinaGomez Mena,2006)

El estudio e investigación de los recursos naturales constituyen un importante aporte para la toma de decisiones en la incorporación de tecnologías adecuadas que minimicen el impacto ambiental que genera la actividad turística.

Este capítulo tiene como objeto definir las acciones que eviten la contaminación y el daño a los ecosistemas. Para identificar impactos significativos se realizó el estudio de impacto ambiental usando la metodología MAE.

A continuación se presenta la:

- ✓ Ficha de identificación del proyecto.

- ✓ Ficha de identificación de impactos ambientales y la
- ✓ Ficha de evaluación de impactos ambientales
- ✓ Plan de manejo para la comunidad Shuar de Cotococha

5.1 IDENTIFICACIÓN DEL PROYECTO

Cuadro No. 25

Modelo de Ficha ambiental para Identificación del Proyecto

Nombre del Proyecto: Desarrollo de un plan de Turismo comunitario para Comunidad	Código:
	Fecha: 19-06-2013

Localización del Proyecto:	Provincia: Pastaza Cantón: Puyo Parroquia: Veracruz Pomona Comunidad: Cotococha
-----------------------------------	---

Auspiciado por:	<input type="checkbox"/> Ministerio de: <input type="checkbox"/> Gobierno Provincial: <input type="checkbox"/> Gobierno Municipal: <input type="checkbox"/> Org. de inversión/desarrollo: (especificar) <input checked="" type="checkbox"/> Otro: Financiamiento propio (especificar)
------------------------	--

Tipo del Proyecto:	<input type="checkbox"/> Abastecimiento de agua <input type="checkbox"/> Agricultura y ganadería <input type="checkbox"/> Amparo y bienestar social <input checked="" type="checkbox"/> Protección áreas naturales <input type="checkbox"/> Educación <input type="checkbox"/> Electrificación <input type="checkbox"/> Hidrocarburos <input type="checkbox"/> Industria y comercio
---------------------------	--

<input type="checkbox"/>	Minería
<input type="checkbox"/>	Pesca
<input type="checkbox"/>	Salud
<input type="checkbox"/>	Saneamiento ambiental
<input checked="" type="checkbox"/>	Turismo
<input type="checkbox"/>	Vialidad y transporte
	Otros:
<input type="checkbox"/>	(especificar)

Descripción resumida del proyecto:	
Lo que se propone es involucrar a la comunidad Shuar de Cotococha en la actividad turística con la implementación y mejoramiento de las cabañas, inventario de atractivos turísticos, los nativos serán los guías y brindaran alojamiento, alimentación entre otras actividades en la comunidad.	
Nivel de los estudios	<input checked="" type="checkbox"/> Idea o prefactibilidad
Técnicos del proyecto:	<input type="checkbox"/> Factibilidad
	<input type="checkbox"/> Definitivo
Categoría del Proyecto	<input type="checkbox"/> Construcción
	<input type="checkbox"/> Rehabilitación
	<input checked="" type="checkbox"/> Ampliación o mejoramiento
	<input type="checkbox"/> Mantenimiento
	<input type="checkbox"/> Equipamiento
	<input checked="" type="checkbox"/> Capacitación
	<input checked="" type="checkbox"/> Apoyo
<input type="checkbox"/> Otro (especificar) Desarrollo Turíst	

Datos del Promotor/Auspiciante		
Nombre o Razón Social: Gabriela Egas Z.		
Representante legal:		
Dirección: Valle de los Chillos		
Barrio/Sector: Triangulo	Ciudad: Quito	Provincia: Pichincha
Teléfono: 098127274	Fax: 022861025	E-mail: gaby_e22@hotmail.com

Cuadro No. 26

Características del Área de Influencia

Caracterización del Medio Físico

Localización

Región geográfica:	<input type="checkbox"/> Costa
	<input type="checkbox"/> Sierra
	<input checked="" type="checkbox"/> Oriente

	<input type="checkbox"/>	Insular	
Coordenadas:	<input checked="" type="checkbox"/>	Geográficas	
	<input type="checkbox"/>	UTM (Proyección Universal transversa de Marketor)	
		Superficie del área de influencia directa:	
		Inicio Longitud 78	Latitud 0-16
		Fin Longitud 78	Latitud 0-02
Altitud:	<input type="checkbox"/>	A nivel del mar	
	<input type="checkbox"/>	Entre 0 y 500 msnm	
	<input checked="" type="checkbox"/>	Entre 501 y 2.300 msnm	
	<input type="checkbox"/>	Entre 2.301 y 3.000 msnm	
	<input type="checkbox"/>	Entre 3.001 y 4.000 msnm	
	<input type="checkbox"/>	Más de 4000 msnm	

Clima

Temperatura	<input type="checkbox"/>	Cálido-seco	Cálido-seco (0-500 msnm)
	<input type="checkbox"/>	Cálido-húmedo	Cálido-húmedo (0-500 msnm)
	<input checked="" type="checkbox"/>	Subtropical	Subtropical (500-2.300 msnm)
	<input type="checkbox"/>	Templado	Templado (2.300-3.000 msnm)
	<input type="checkbox"/>	Frío	Frío (3.000-4.500 msnm)
	<input type="checkbox"/>	Glacial	Menor a 0 °C en altitud (>4.500 msnm)

Geología, geomorfología y suelos

Ocupación actual del Área de influencia:	<input checked="" type="checkbox"/>	Asentamientos humanos	
	<input type="checkbox"/>	Áreas agrícolas o ganaderas	
	<input type="checkbox"/>	Áreas ecológicas protegidas	
	<input checked="" type="checkbox"/>	Bosques naturales o artificiales	
	<input type="checkbox"/>	Fuentes hidrológicas y cauces naturales	
	<input type="checkbox"/>	Manglares	
	<input type="checkbox"/>	Zonas arqueológicas	
	<input type="checkbox"/>	Zonas con riqueza hidrocarburíferas	
	<input type="checkbox"/>	Zonas con riquezas minerales	
	<input checked="" type="checkbox"/>	Zonas de potencial turístico	
	<input type="checkbox"/>	Zonas de valor histórico, cultural o religioso	
	<input checked="" type="checkbox"/>	Zonas escénicas únicas	
	<input type="checkbox"/>	Zonas inestables con riesgo sísmico	
	<input type="checkbox"/>	Zonas reservadas por seguridad nacional	
	<input type="checkbox"/>	Otra: (especificar)	
Pendiente del suelo	<input checked="" type="checkbox"/>	Llano	El terreno es plano. Las pendientes son menores que el 30%.
	<input type="checkbox"/>	Ondulado	El terreno es ondulado. Las pendientes son suaves (entre 30% y 100 %).
	<input type="checkbox"/>	Montañoso	El terreno es quebrado. Las pendientes son mayores al 100 %.
Tipo de suelo	<input checked="" type="checkbox"/>	Arcilloso	
	<input type="checkbox"/>	Arenoso	
	<input type="checkbox"/>	Semi-duro	
	<input type="checkbox"/>	Rocoso	
	<input checked="" type="checkbox"/>	Saturado	
Calidad del suelo	<input checked="" type="checkbox"/>	Fértil	
	<input type="checkbox"/>	Semi-fértil	
	<input type="checkbox"/>	Erosionado	
	<input type="checkbox"/>	Otro (especifique)	
	<input type="checkbox"/>	Saturado	
Permeabilidad del suelo	<input type="checkbox"/>	Altas	El agua se infiltra fácilmente en el suelo. Los charcos de lluvia desaparecen rápidamente.
	<input checked="" type="checkbox"/>	Medias	El agua tiene ciertos problemas para infiltrarse en el suelo. Los charcos permanecen algunas horas después de que ha llovido.

	<input type="checkbox"/>	Bajas	El agua queda detenida en charcos por espacio de días. Aparecen aguas estancadas.
Condiciones de drenaje	<input type="checkbox"/>	Muy buenas	No existen estancamientos de agua, aún en época de lluvias
	<input checked="" type="checkbox"/>	Buenas	Existen estancamientos de agua que se forman durante las lluvias, pero que desaparecen a las pocas horas de cesar las precipitaciones
	<input type="checkbox"/>	Malas	Las condiciones son malas. Existen estancamientos de agua, aún en épocas cuando no llueve

Hidrología

Fuentes	<input checked="" type="checkbox"/>	Agua superficial	
	<input type="checkbox"/>	Agua subterránea	
	<input type="checkbox"/>	Agua de mar	
	<input type="checkbox"/>	Ninguna	
Nivel freático	<input type="checkbox"/>	Alto	
	<input type="checkbox"/>	Profundo	
Precipitaciones	<input type="checkbox"/>	Altas	Lluvias fuertes y constantes
	<input checked="" type="checkbox"/>	Medias	Lluvias en época invernal o esporádicas
	<input type="checkbox"/>	Bajas	Casi no llueve en la zona

Aire

Calidad del aire	<input type="checkbox"/>	Pura	No existen fuentes contaminantes que lo alteren
	<input checked="" type="checkbox"/>	Buena	El aire es respirable, presenta malos olores en forma esporádica o en alguna época del año. Se presentan irritaciones leves en ojos y garganta.
	<input type="checkbox"/>	Mala	El aire ha sido poluído. Se presentan constantes enfermedades bronquio-respiratorias. Se verifica irritación en ojos, mucosas y garganta.
Recirculación de aire:	<input checked="" type="checkbox"/>	Muy Buena	Brisas ligeras y constantes. Existen frecuentes vientos que renuevan la capa de aire
	<input checked="" type="checkbox"/>	Buena	Los vientos se presentan sólo en ciertas épocas y por lo general son escasos.
	<input type="checkbox"/>	Mala	
Ruido	<input checked="" type="checkbox"/>	Bajo	No existen molestias y la zona transmite calma.
	<input type="checkbox"/>	Tolerable	Ruidos admisibles o esporádicos. No hay mayores molestias para la población y fauna existente.
	<input type="checkbox"/>	Ruidoso	Ruidos constantes y altos. Molestia en los habitantes debido a intensidad o por su frecuencia. Aparecen síntomas de sordera o de irritabilidad.

Cuadro No. 27

Caracterización del Medio Biótico

Ecosistema

<input type="checkbox"/>	Páramo
<input type="checkbox"/>	Bosque pluvial
<input checked="" type="checkbox"/>	Bosque nublado
<input type="checkbox"/>	Bosque seco tropical
<input type="checkbox"/>	Ecosistemas marinos

Ecosistemas lacustres

Flora

Tipo de cobertura Vegetal:	<input checked="" type="checkbox"/> Bosques <input type="checkbox"/> Arbustos <input type="checkbox"/> Pastos <input checked="" type="checkbox"/> Cultivos <input type="checkbox"/> Matorrales <input type="checkbox"/> Sin vegetación
Importancia de la Cobertura vegetal:	<input type="checkbox"/> Común del sector <input checked="" type="checkbox"/> Rara o endémica <input checked="" type="checkbox"/> En peligro de extinción <input type="checkbox"/> Protegida <input type="checkbox"/> Intervenida
Usos de la vegetación:	<input checked="" type="checkbox"/> Alimenticio <input type="checkbox"/> Comercial <input checked="" type="checkbox"/> Medicinal <input checked="" type="checkbox"/> Ornamental <input checked="" type="checkbox"/> Construcción <input checked="" type="checkbox"/> Fuente de semilla <input type="checkbox"/> Mitológico <input type="checkbox"/> Otro (especifique):

Fauna Silvestre

Tipología	<input checked="" type="checkbox"/> Micro fauna <input checked="" type="checkbox"/> Insectos <input checked="" type="checkbox"/> Anfibios <input type="checkbox"/> Peces <input checked="" type="checkbox"/> Reptiles <input checked="" type="checkbox"/> Aves <input checked="" type="checkbox"/> Mamíferos
Importancia	<input type="checkbox"/> Común <input checked="" type="checkbox"/> Rara o única especie <input checked="" type="checkbox"/> Frágil <input checked="" type="checkbox"/> En peligro de extinción

Cuadro No. 28

Caracterización del Medio Socio-Cultural

Demografía

Nivel de consolidación	<input type="checkbox"/> Urbana
Del área de influencia:	<input type="checkbox"/> Periférica <input checked="" type="checkbox"/> Rural
Tamaño de la población	<input checked="" type="checkbox"/> Entre 0 y 1.000 habitantes

	<input type="checkbox"/>	1.001 habitantes
	<input type="checkbox"/>	Entre 10.001 y 100.000 habitantes
	<input type="checkbox"/>	Más de 100.00 habitantes
Características étnicas de la Población	<input type="checkbox"/>	Mestizos
	<input checked="" type="checkbox"/>	Indígena
	<input type="checkbox"/>	Negros
	<input type="checkbox"/>	Otro (especificar):

Infraestructura social

Abastecimiento de agua	<input type="checkbox"/>	Agua potable
	<input type="checkbox"/>	Conex. domiciliaria
	<input type="checkbox"/>	Agua de lluvia
	<input type="checkbox"/>	Grifo público
	<input type="checkbox"/>	Servicio permanente
	<input type="checkbox"/>	Racionado
	<input type="checkbox"/>	Tanquero
	<input type="checkbox"/>	Acarreo manual
	<input checked="" type="checkbox"/>	Ninguno (Vertiente Natural)
Evacuación de aguas Servidas	<input type="checkbox"/>	Alcantarillado sanitario
	<input type="checkbox"/>	Alcantarilla. Pluvial
	<input checked="" type="checkbox"/>	Fosas sépticas
	<input type="checkbox"/>	Letrinas
	<input type="checkbox"/>	Ninguno
Evacuación de aguas Lluvias	<input type="checkbox"/>	Alcantari. Pluvial
	<input type="checkbox"/>	Drenaje superficial
	<input checked="" type="checkbox"/>	Ninguno
Desechos sólidos	<input type="checkbox"/>	Barrido y recolección
	<input type="checkbox"/>	Botadero a cielo abierto
	<input checked="" type="checkbox"/>	Relleno sanitario
	<input type="checkbox"/>	Otro (especificar):
Electrificación	<input checked="" type="checkbox"/>	Red energía eléctrica
	<input type="checkbox"/>	Plantas eléctricas
	<input type="checkbox"/>	Ninguno
Transporte público	<input type="checkbox"/>	Servicio Urbano
	<input checked="" type="checkbox"/>	Servicio intercantonal
	<input type="checkbox"/>	Rancheras
	<input checked="" type="checkbox"/>	Canoa
	<input type="checkbox"/>	Otro (especifique):
Vialidad y accesos	<input type="checkbox"/>	Vías principales
	<input checked="" type="checkbox"/>	Vías secundarias
	<input checked="" type="checkbox"/>	Caminos vecinales
	<input type="checkbox"/>	Vías urbanas
	<input type="checkbox"/>	Otro (especifique):
Telefonía	<input type="checkbox"/>	Red domiciliaria
	<input type="checkbox"/>	Cabina pública
	<input checked="" type="checkbox"/>	Ninguno Base fija de celular

Actividades socio-económicas

Aprovechamiento y uso de la tierra	<input type="checkbox"/>	Residencial
	<input type="checkbox"/>	Comercial

	<input type="checkbox"/>	Recreacional
	<input checked="" type="checkbox"/>	Productivo
	<input type="checkbox"/>	Baldío
	<input type="checkbox"/>	Otro (especificar):
Tenencia de la tierra:	<input type="checkbox"/>	Terrenos privados
	<input checked="" type="checkbox"/>	Terrenos comunales
	<input type="checkbox"/>	Terrenos municipales
	<input type="checkbox"/>	Terrenos estatales

Organización social

	<input checked="" type="checkbox"/>	Primer grado	Comunal, barrial
	<input type="checkbox"/>	Segundo grado	Pre-cooperativas, cooperativas
	<input type="checkbox"/>	Tercer grado	Asociaciones, federaciones, unión de organizaciones
	<input type="checkbox"/>	Otra	

Aspectos culturales

Lengua	<input type="checkbox"/>	Castellano
	<input checked="" type="checkbox"/>	Nativa
	<input type="checkbox"/>	Otro (especificar):
Religión	<input type="checkbox"/>	Católicos
	<input type="checkbox"/>	Evangélicos
	<input type="checkbox"/>	Otra (especifique):
Tradiciones	<input checked="" type="checkbox"/>	Ancestrales
	<input type="checkbox"/>	Religiosas
	<input type="checkbox"/>	Populares
	<input type="checkbox"/>	Otras (especifique):

Medio Perceptual

Paisaje y turismo	<input checked="" type="checkbox"/>	Zonas con valor paisajístico
	<input checked="" type="checkbox"/>	Atractivo turístico
	<input type="checkbox"/>	Recreacional
	<input type="checkbox"/>	Otro (especificar):

Riesgos Naturales e inducidos

Peligro de Deslizamientos	<input type="checkbox"/>	Inminente	La zona es muy inestable y se desliza con relativa frecuencia
	<input type="checkbox"/>	Latente	La zona podría deslizarse cuando se produzcan precipitaciones extraordinarias.
	<input checked="" type="checkbox"/>	Nulo	La zona es estable y prácticamente no tiene peligro de deslizamientos.
Peligro de Inundaciones	<input type="checkbox"/>	Inminente	La zona se inunda con frecuencia
	<input type="checkbox"/>	Latente	La zona podría inundarse cuando se produzcan precipitaciones extraordinarias.
	<input checked="" type="checkbox"/>	Nulo	La zona, prácticamente, no tiene peligro de inundaciones.
Peligro de Terremotos	<input type="checkbox"/>	Inminente	La tierra tiembla frecuentemente
	<input checked="" type="checkbox"/>	Latente	La tierra tiembla ocasionalmente (está cerca de o se ubica en fallas geológicas).
	<input type="checkbox"/>	Nulo	La tierra, prácticamente, no tiembla.

Elaborado por: Gabriela Egas

5.2 MATRIZ DE IDENTIFICACIÓN DE IMPACTOS AMBIENTALES

Cuadro No. 29

MATRIZ DE IDENTIFICACIÓN DE IMPACTOS AMBIENTALES

Actividades del proyecto			Planificación				Construcción			Operación			Total
Componentes ambientales			Rec. Sitio	Diseño Arq.	Presupuesto	Aprobación	Transporte	Desbroce	Ejec. Obra	Ingreso Visitantes	Uso Instalación	Mantenimiento	
Físico	Suelo	Compactación	0	0	0	0	X	x	x	x	x	x	6
		Desechos sólidos y líquidos	X	0	0	0	X	x	x	x	x	x	7
		Erosión	0	0	0	0	X	x	x	0	0	0	3
	Agua	Desechos sólidos y líquidos	X	0	0	0	X	x	x	x	x	0	6
		Sedimentación y turbidez	0	0	0	0	X	0	x	0	0	0	2
		Eutroficación	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Aire	Ruido	X	0	0	0	X	x	x	x	x	x	7
Biótico	Flora	Pérdida de la biodiversidad	0	0	0	0	0	x	x	x	0	0	3
		Perdida cobertura vegetal	0	0	0	0	X	x	x	x	x	0	5
		Introducción especies exóticas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		Interrupción procesos reproductivos	0	0	0	0	x	x	x	x	0	0	4
	Fauna	Introducción de especies exóticas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		Interrupción procesos reproductivos	0	0	0	0	x	x	x	x	0	0	4
		Cambio de patrones de conducta	0	0	0	0	x	x	x	x	0	0	4
		Disminución tamaño de la población	0	0	0	0	x	x	x	x	0	0	4
		Migración de especies	0	0	0	0	x	x	x	x	0	0	4
	Ecosistemas	Alteración de habitats	0	0	0	0	0	x	x	x	0	0	3
		Alteración de paisajes	0	0	0	0	x	x	x	0	0	0	3

Socio Económico Cultural	Población Local	Degradación Social	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		Impactos en los valores culturales y comunitarios	0	0	0	0	0	0	0	x	0	0	1
		Pérdida de prácticas tradicionales y estilos de vidas	0	0	0	0	0	0	0	x	0	0	1
		Generación de nuevos ingresos alternativos	0	0	0	0	x	x	x	x	x	x	6
		Provisión de fuentes de empleo	0	0	0	0	x	x	x	x	x	x	6
Total			3	0	0	0	0	0	1	1	1	78	

Total Posibles Interacciones: 230
Elaborado por: Gabriela Egas Z.

**Total
Interacciones:** 78

5.3 EVALUACIÓN DE IMPACTOS AMBIENTALES

CuadroNo. 30

DESARROLLO DE UN PLAN DE TURISMO COMUNITARIO EN LA COMUNIDAD SHUAR DE COTOCOCHA

MATRIZ PARA EVALUACIÓN DE IMPACTOS AMBIENTALES

Actividad	Subactividad	Impacto	Extensión			Distribución		Ocurrencia			Temporalidad			Reversibilidad		Signo		Magnitud			Calificación Total
			Local	Regional	Nacional	Directa	Indirecta	Inmediato	Mediato	Semanas	Meses	Años	Reversible	Irreversible	Negativo	Positivo	Baja	Media	Alta		
			1	3	5	0.5	1	1	2	0.5	1	2	1	2	-1	1	1	3	5		
1. Planificación	1.1 Reconocimiento del Sitio	suelo	Contaminación Desechos sólidos y líquidos		1	0,5	1	0,5	2	-1	1	-4									
		agua	Contaminación Desechos sólidos y líquidos		1	0,5	1	0,5	2	-1	1	-4									
		aire	Ruido		1	0,5	1	0,5	2	-1	1	-4									
Subtotal												-4									
2. Construcción	2.1 Transporte	suelo	Compactación		1	0,5	1	2	1	1	1	4									
			Contaminación Desechos sólidos y líquidos		1	0,5	1	2	2	-1	1	-7									
			Erosión		1	0,5	1	2	2	-1	1	-7									
		agua	Contaminación Desechos sólidos y líquidos		1	0,5	1	2	2	-1	1	-7									
			Sedimentación y turbidez		1	0,5	1	2	2	-1	1	-7									

		aire	Ruido	1	0,5	1	2	2	-1	1	-7	
		flora	Pérdida de cobertura vegetal	1	0,5	1	2	2	-1	1	-7	
			Interrupción de procesos reproductivos	1	0,5	1	2	2	-1	1	-7	
		fauna	Interrupción de procesos reproductivos	1	0,5	1	2	2	-1	1	-7	
			Disminución tamaño de la población	1	0,5	1	2	2	-1	1	-7	
			Cambio de patrones de conducta	1	0,5	1	2	2	-1	1	-7	
		ecosistemas	Migración de especies	1	0,5	1	2	2	-1	1	-7	
			Alteración de hábitats	1	0,5	1	2	2	-1	1	-7	
		población local	Alteración de paisajes	1	0,5	1	2	2	-1	1	-7	
			Generación de nuevos ingresos alternativos	1	0,5	1	2	1	1	1	4	
			Provisión de fuentes de empleo	1	0,5	1	2	1	1	1	4	
	2.2 Desbroce	suelo	Compactación	1	0,5	1	1	1	-1	1	-2,5	
				Contaminación Desechos sólidos y líquidos	1	0,5	1	1	2	-1	1	-5
				Erosión	1	0,5	1	1	2	-1	1	-5
											0	
			aire	Ruido	1	0,5	1	1	2	-1	1	-5
											0	
			flora	Pérdida de cobertura vegetal	1	0,5	1	1	2	-1	1	-5
				Interrupción de procesos reproductivos	1	0,5	1	1	2	-1	1	-5
			fauna								0	
				Migración de especies	1	0,5	1	1	2	-1	1	-5
											0	
			ecosistemas								0	
				Alteración de paisajes	1	0,5	1	1	2	-1	1	-5
			población local	Generación de nuevos ingresos alternativos	1	0,5	1	1	1	1	1	2,5
		Provisión de fuentes de empleo		1	0,5	1	1	1	1	1	2,5	
	2.3 Ejecución de la Obra	suelo	Compactación	1	0,5	1	1	2	-1	1	-5	
				Contaminación Desechos sólidos y líquidos	1	0,5	1	1	2	-1	1	-5
				Erosión	1	0,5	1	1	2	-1	1	-5
			agua	Contaminación Desechos sólidos y líquidos	1	0,5	1	1	2	-1	1	-5

			Sedimentación y turbidez	1	0,5	1	1	2	-1	1	-5	
		Aire	Ruido	1	0,5	1	1	2	-1	1	-5	
		Flora	Introducción especies exóticas	1	0,5	1	1	2	-1	1	-5	
			Pérdida de cobertura vegetal	1	0,5	1	1	2	-1	1	-5	
			Interrupción de procesos reproductivos	1	0,5	1	1	2	-1	1	-5	
		Fauna	Interrupción de procesos reproductivos	1	0,5	1	1	2	-1	1	-5	
		Ecosistemas	Alteración de hábitats	1	0,5	1	1	2	-1	1	-5	
			Alteración de paisajes	1	0,5	1	1	2	-1	1	-5	
											0	
		Población Local	Generación de nuevos ingresos alternativos	1	0,5	1	1	1	-1	1	-2,5	
			Provisión de fuentes de empleo	1	0,5	1	1	1	-1	1	-2,5	
		Subtotal									-4,5	
3. Operación	3.1 Ingreso de visitantes	Suelo	Compactación	1	0,5	1	2	2	1	1	7	
			Desechos sólidos y líquidos	1	0,5	1	2	2	-1	1	-7	
			Erosión	1	0,5	1	2	2	-1	1	-7	
		Agua	Desechos sólidos y líquidos	1	0,5	1	2	2	-1	1	-7	
			Sedimentación y turbidez	1	0,5	1	2	2	-1	1	-7	
		Aire	Ruido	1	0,5	1	2	2	1	1	7	
OPERACIÓN		Flora	Perdida de la biodiversidad	1	0,5	1	1	2	-1	1	-1	
			Perdida cobertura vegetal	1	0,5	1	1	2	-1	1	-1	
			Interrupción de procesos reproductivos	1	0,5	1	1	2	-1	1	-1	
		Fauna	Cambio de patrones de conducta	1	0,5	1	1	2	-1	1	-1	
											0	
		3.1 Ingreso Visitantes	población local	Impactos en valores culturales y comunitarios	1	0,5	1	1	2	-1	1	-1
	Generación de nuevos ingresos alternativos			1	0,5	1	1	2	1	1	5	
											0	
		3.2 Uso de las instalaciones	Suelo	Provisión de fuentes de empleo	1	0,5	1	1	2	-1	1	-1
	Compactación			1	0,5	1	1	2	-1	1	-1	
											0	
			Agua	Desechos sólidos y líquidos	1	0,5	1	1	2	-1	1	-1
			Sedimentación y turbidez	1	0,5	1	1	2	-1	1	-1	
		Aire	Ruido	1	0,5	1	1	2	-1	1	-1	
		Flora	Perdida de la biodiversidad	1	0,5	1	1	2	-1	1	-1	
Interrupción de procesos reproductivos			1	0,5	1	1	2	-1	1	-1		
Perdida cobertura vegetal			1	0,5	1	1	2	-1	1	-1		
Fauna		Interrupción de procesos reproductivos	1	0,5	1	1	2	-1	1	-1		
			Migración de especies	1	0,5	1	1	2	-1	1	-1	
		Ecosistemas	Alteración de hábitats	1	0,5	1	1	2	-1	1	-1	

3.3 Mantenimiento	Población Local	Alteración de paisajes	1	0,5	1	1	2	-1	1	-1
		Impactos en los valores culturales y comunitarios	1	0,5	1	1	2	-1	1	-1
		comunitarios								0
	Suelo	Generación de nuevos ingresos altern.	1	0,5	1	1	1	1	1	3,5
		Provisión de fuentes de empleo	1	0,5	1	1	1	1	1	3,5
		Compactación	1	0,5	1	1	2	-1	1	-1
		Desechos sólidos y líquidos	1	0,5	1	1	2	-1	1	-1
	Agua	Desechos sólidos y líquidos	1	0,5	1	1	2	-1	1	-1
		Sedimentación y turbidez	1	0,5	1	1	2	-1	1	-1
		Aire	Ruido	1	0,5	1	1	2	-1	1
Población Local	Generación de nuevos ingresos altern.	1	0,5	1	1	1	1	1	3,5	
	Provisión de fuentes de empleo	1	0,5	1	1	1	1	1	3,5	
Subtotal	Moderado : 9,0									-1

- 9,0

Elaborado por: Gabriela Egas Z.

5.4 Plan de Manejo Ambiental

Para el plan de manejo ambiental se establece las acciones que se requieren para prevenir, mitigar, controlar, compensar y corregir los posibles efectos o impactos ambientales negativos causados en desarrollo de un proyecto ya sea una obra o actividad, incluye también los planes de seguimiento, evaluación y monitoreo y los de contingencia.

Tomando como referencia los resultados obtenidos de la evaluación de impactos ambientales se estableció 2 programas que son:

Programa de mitigación

El Plan de Mitigación, son los compromisos voluntarios de toda las personas de la comunidad y las personas que van ayudar durante la realización del proyecto.

Llevar un plan de inspección en la comunidad y sus alrededores sobre la explotación de sus recursos, la caza y pesca indiscriminada, informes sobre el manejo de los recursos y llevar a cabo un plan para prevenir la contaminación del medio ambiente.

Se lo utiliza para conocer el comportamiento ambiental en base al proyecto durante todas sus actividades y etapas.

Programa de seguimiento:

Tanto las personas de la comunidad como las personas que ayuden dentro de la misma deberán seguir un plan para llevar a cabo cada actividad incluida incluir la responsabilidad y el apoyo a la gente de la comunidad como a su medio ambiente. Cooperar con la comunidad y seguir las reglas y funciones específicas para cada uno de ellos.

2.- Programa de seguimiento

La mitigación puede disminuir los impactos negativos de un proyecto que pueda generar sobre el entorno humano y natural.

CuadroNo. 31
Medidas de Mitigación

Medidas de Mitigación para la comunidad Shuar de Cotococha		
IMPACTOS	Medidas de Mitigación	ACCIONES
Alteración del medio ambiente caza y pesca indiscriminada	Capacitar a la gente para que aprovechen los recursos adecuadamente.	Planificación Construcción
Enseñar a las personas de la comunidad a no cazar los animales de la para alimento.	Contribuir con la comunidad para su desarrollo económico	Operación Planificación
Capacitar a la gente para que sea más culta y no arroje basura en el río.	Reconstruir las cabañas y limpiar la comunidad para convertirlo en un lugar turístico.	Obras

Elaborado por: Gabriela Egas

Cuando un estudio de impactos ambientales ha sido revisado y aprobado se debe asegurar el cumplimiento de las medidas de protección ambiental, para esto se utiliza monitoreo de la contaminación, informes periódicos, estudios complementarios y cualquier herramienta que demuestre la calidad ambiental.

Objetivos de seguimiento:

- Determinar la efectividad de las medidas de mitigación.
- Analizar compensaciones por efectos del proyecto.
- Establecer y modificar actividades.
- Cumplimiento de compromisos.
- Revisar efectividad de la gestión ambiental.

CuadroNo. 32

Programa de Seguimiento

Programa de seguimiento				
Actividad	Supervisor	Tiempo Requerido	Entidad que controla	Información necesaria
Inspección de la caza y pesca	Gerente	1 año	Comunidad	Número de especies en peligro.
Plan y evaluación del Cuidado del río	Gerente	1 año	Comunidad	No arrojar basura al río

Elaborado por: Gabriela Egas Z.

CAPITULO VI

ESTUDIO FINANCIERO

6. Inversiones y Financiamiento

6.1. Inversiones

La producción de servicios turísticos en la Comunidad Shuar de la provincia de Pastaza, requiere de una inversión inicial que cubra los costos y gastos de la generación de servicios a los visitantes de la zona, así como adecuación de espacio físico, requerimiento en menaje para el área de restaurant, y hospedaje. Por tanto, para determinar la inversión inicial es necesario establecer el detalle busca establecer la inversión en activos fijos, intangibles, activos diferidos, capital de trabajo y establecer un monto para los imprevistos, los cuales se describen a continuación:

6.1.2. Inversión en Activos

a. Inversión sobre activos fijos

Como activos fijos en el presente proyecto están considerados todos aquellos que se requieren para el montaje de los servicios turísticos que la Comunidad pretende brindar, así la adecuación de una cabaña, adecuación de la ruta, menaje para el área de alimentos y

bebidas y hospedaje, los cuales debido al uso al que están sometidos están sujetos a una baja de su valor que recibe el nombre de depreciación.

- **Adecuación de la cabaña**

Cuadro No. 33

Inversión para la adecuación para la Cabaña

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTOS UNITARIO \$	COSTO TOTAL \$
Material de la zona	m2	70	5.00	350.00
Basureros	cant.	6	20.00	120.00
Total Inversión en adecuación de la cabaña				470.00

Elaborado por: Gabriela Egas

Los costos que incurren en la adecuación de la cabaña se han considerado como inversión en activos por cuanto van a mejorar el estado físico de las instalaciones de la cabaña que dará albergue a los turistas, para ello se requiere madera de zona cuyo costo es menor y la adquisición de basureros para evitar la contaminación ambiental, el rubro de inversión es de \$ 470,00 dólares. No se requiere de mano de obra pues el proyecto es de beneficio para la comunidad por tanto se trabajará en mingas.

- **Adecuación de la Ruta**

Cuadro No. 34

Inversión Ruta

RUBROS	DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTOS UNITARIO \$	COSTO TOTAL \$
Ruta turística	Adecuación y limpieza sendero	Km2	20	20.00	400.00
Baños	Construcción de 2 baños secos	m2	2	50.00	100.00

Basureros	Construcción y colocación de 3 basureros	cant.	3	20.00	60.00
Total Inversión en adecuación de la ruta.					560.00

Elaborado por: Gabriela Egas

Cuadro No. 35

LETREROS INFORMATIVOS E INTERPRETATIVOS DE LA RUTA				
RUBROS	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTOS UNITARIO \$	COSTO TOTAL \$
Paneles informativos	Elaborados en Madera Inmunizada	4	180.00	540.00
Colocación	Ubicar letreros con tachuelos y parantes	3	30.00	90.00
Total Inversión en letreros informativos				630.00

Elaborado por: Gabriela Egas

En conclusión, para infraestructura que contempla la adecuación de la cabaña y ruta turística se requiere de \$1660,00 USD.

Cuadro No. 36 Infraestructura

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
ADECUACIÓN DE CABAÑA	1	470.00	470.00
ADECUACIÓN DE LA RUTA	1	560.00	560.00
LETREROS INFORMATIVOS	1	630.00	630.00

Total Edificios e Infraestructura	1,660.00
--	-----------------

Elaborado por: Gabriela Egas

- **Menaje para el área de hospedaje**

Considerando que la capacidad física de la cabaña es de 30 personas, se ha realizado el cálculo de la inversión para menaje, en el que se toman en cuenta los artículos básicos para dar una adecuada atención al turista, el valor de inversión en menaje asciende a \$ 3.306,00 dólares americanos.

Cuadro No. 37

MENAJE			
Concepto	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Vasos para jugo	60	1	60.00
Plato tendido	60	2	120.00
Plato sopero	60	2	120.00
Plato y tasa para café	60	3	180.00
Bandejas	4	10	40.00
Azucareros, saleros y pimenteros	10	3	30.00
Cuchara sopera	60	1	60.00
Cuchara café	60	1	60.00
Tenedor trincherero	60	1	60.00
Cuchillo trincherero	60	1	60.00
Cuchillo de carne	60	1	60.00
Ollas de 20 lt	4	50	200.00
Cuchillos para cocina	4	5	20.00
Cucharones	4	2	8.00
Sartenes	4	30	120.00
Coladores	4	2	8.00
Juego de sábanas 1 1/2 plaza	60	12	720.00
Cobertores de 1 1/2 plaza	60	14	840.00

Almohadas	30	8	240.00
Juego de toallas	30	10	300.00
Total Menaje			3,306.00

Elaborado por: Gabriela Egas

- **Otros activos fijos**

Dentro de otros activos fijos se ha considerado la inversión de un botiquín y dos extintores de incendios por un rubro de \$ 80.00 USD, por cuanto aportan a la seguridad empresarial.

Cuadro No 38

OTROS ACTIVOS FIJOS			
Concepto	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Botiquín	10	8	80.00
Total Otros Activos			80.00

Elaborado por: Gabriela Egas

El total de inversión en activos fijos es de \$ 5.146,92 dólares americanos.

Cuadro No. 39

RESUMEN DE INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS	
Tipo de Activo	Valor total
EDIFICIOS INFRAESTRUCTURA	E 1,660.00
MENAJE	3,306.00
OTROS ACTIVOS FIJOS	80.00
Subtotal Activos Fijos	5,046.00
Imprevistos 2%	100.92
TOTAL INVERSIÓN ACTIVOS FIJOS	5,146.92

Elaborado por: Gabriela Egas

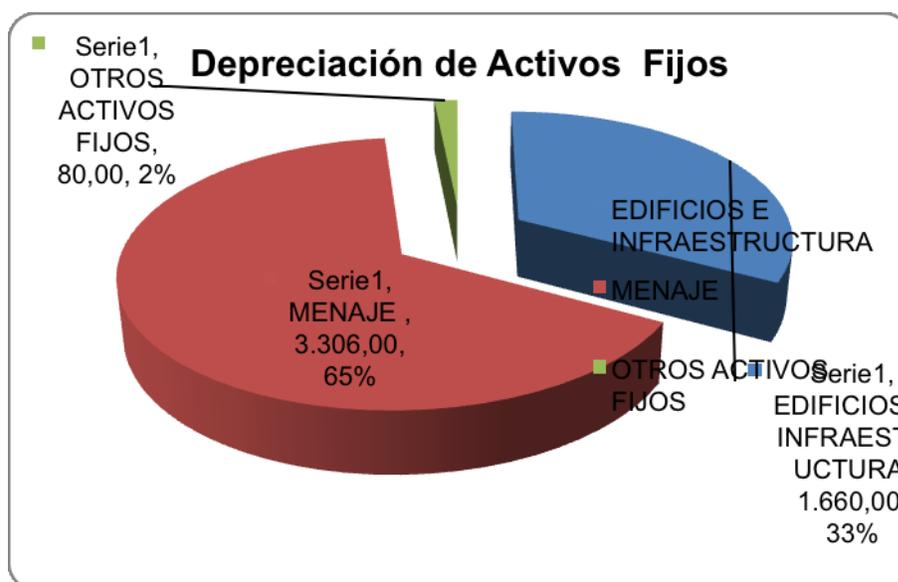
Depreciación de Activos Fijos

Es importante considerar para el estudio financiero la depreciación de la inversión en activos fijos, la cual es de \$ 356,18 USD anuales, como se aprecia a continuación:

Cuadro No. 40

Depreciación de Activos Fijos

Concepto	Costo Histórico	%	Años	Depreciación anual
EDIFICIOS E INFRAESTRUCTURA	1,660.00	15	15	249.00
MENAJE	3,306.00	3	3	99.18
OTROS ACTIVOS FIJOS	80.00	10	10	8.00
VALOR TOTAL DEPRECIACIÓN ACTIVOS				356.18



Elaborado por: Gabriela Egas

b. Otros activos

Se consideran otros activos a aquellos que aportan a mejorar el posicionamiento de la marca, por lo que se considera una inversión el diseño de marca y logotipo, siendo su inversión de \$ 150,00.

**Cuadro No. 41
Otros Activos**

Concepto	Valor Total
Diseño de marca y logotipo	150.00
Subtotal Otros Activos	150.00
Imprevistos 2%	3.00
Total Otros Activos	153.00

Elaborado por: Gabriela Egas

c. Inversiones sobre activos diferidos

Los activos diferidos está constituido por los gastos de constitución, se ha tomado como referencia el rubro establecido por el MINTUR para la constitución de Centros Turísticos Comunitarios.

Cuadro No. 42

Activos Diferidos

Concepto	Valor Total
Gastos de Constitución (centros comunitarios)	2,000.00
Subtotal Activos Diferidos	2,000.00
Imprevistos 2%	40.00
Total Activos Diferidos	2,040.00

Elaborado por: Gabriela Egas

Cuadro No. 43

Amortización de activos diferidos

AMORTIZACIÓN DE ACTIVOS DIFERIDOS

Concepto	Valor Total	AMORTIZACIÓN				
		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos de Constitución (centros comunitarios)	2,000.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00
Total Activos Diferidos	2,000.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00

Elaborado por: Gabriela Egas

Cuadro No. 44

6.1.3. Inversión de capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO			
CONCEPTO	PARCIAL	V/ANUAL	V/MENSUAL
COSTOS DE PRODUCCIÓN		18,742.49	1561.87
PAQUETE 1: 4 DÍAS / 3 NOCHES	66.80	7,702.49	
PAQUETE 2: 3 DÍAS / 2 NOCHES	51.60	5,934.00	
PAQUETE 3. 2 DÍAS / 1 NOCHE	44.40	5,106.00	
GASTOS ADMINISTRATIVOS		480.00	40.00
Suministros de Agua	20.00	240.00	
Luz Eléctrica	20.00	240.00	
GASTOS DE VENTA		375.00	31.25
Servicio de internet		300.00	
Publicidad (flayers)		75.00	
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO		19,597.49	1633.12

Elaborado por: Gabriela Egas

El capital de trabajo está constituido por la suma de costos de producción de servicios turísticos, gastos administrativos y de ventas. Para el presente estudio el capital de trabajo está considerado para un mes, el cual cubrirá los gastos de operación, hasta que se inicie las ventas requeridas para dichos egresos. En la siguiente tabla se puede observar los requerimientos de capital de trabajo mensualmente es de \$ **1.633.12**, considerando que el negocio que se propone crear, tiene rubros de dinero circulante para la adquisición de insumos.

Inversión total del proyecto

Cuadro No. 45

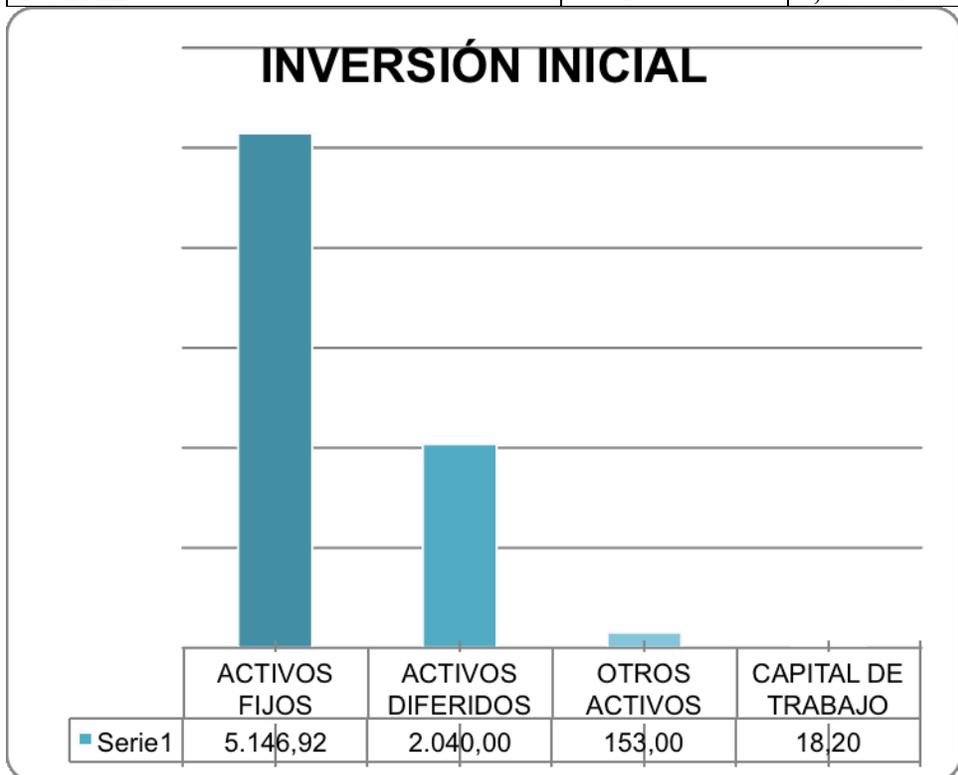
Inversión Inicial del Proyecto

ACTIVOS FIJOS		5,146.92
EDIFICIOS E INFRAESTRUCTURA	1,660.00	
MENAJE	3,306.00	
OTROS ACTIVOS FIJOS	80.00	
Imprevistos 2%	100.92	
ACTIVOS DIFERIDOS		2,040.00
Gastos de Constitución (centros comunitarios)	2,000.00	

Imprevistos 2%	40.00	
OTROS ACTIVOS		153.00
Diseño de marca y logotipo	150.00	
Imprevistos 2%	3.00	
CAPITAL DE TRABAJO (PRIMER TRIMESTRE)		1,633.12
Gastos de Producción	1,561.87	
Gastos Administrativos	40.00	
Gastos de Ventas	31.25	
TOTAL INVERSIÓN INICIAL		8,973.04

RESUMEN DE LA INVERSIÓN INICIAL

RUBROS DE INVERSIÓN	%	VALOR
ACTIVOS FIJOS	5,146.92	5,146.92
ACTIVOS DIFERIDOS	2,040.00	2,040.00
OTROS ACTIVOS	153.00	153.00
CAPITAL DE TRABAJO	18.20	1,633.12
TOTAL	100.00	8,973.04



Elaborado por: Gabriela Egas

La inversión total del proyecto está constituida por la sumatoria de la activos fijos, en los cuales se considera la adecuación de la cabaña y del sendero, así como los activos diferidos

que son gastos de constitución, y otros activos que son direccionados a los gastos de venta de los productos turísticos generados por la comunidad. Además se toma en cuenta el capital de trabajo para el mes de arranque de la propuesta, siendo un valor total de \$ 8.973.04.

Financiamiento del proyecto

El proyecto se dará origen con la inversión inicial de \$ 8.973.04 dólares americanos, los cuales van a ser financiados con un MICROCRÉDITO SECTOR TURISMO, que lo otorga el Banco Nacional de Fomento a una tasa de interés anual del 10%, lo que lo hace manejable pues se pagarán cuotas de \$ 190.65 USD, como se aprecia en la siguiente tabla de amortización:

Cuadro No. 46

TABLA DE AMORTIZACION DEL PRÉSTAMO				
MONTO		\$8,973.04		
TASA ANUAL		10.00%		
TASA MENSUAL		0.83%		
PLAZO MESES		60		
FORMULA EXCEL				
0.02124704		CUOTA FIJA (\$ 190.65)		
No. Pago	Valor Cuota	Capital	Interés	Saldo
1	190.65	115.88	74.78	8,857.17
2	190.65	116.84	73.81	8,740.33
3	190.65	117.81	72.84	8,622.51
4	190.65	118.80	71.85	8,503.72
5	190.65	119.79	70.86	8,383.93
6	190.65	120.78	69.87	8,263.15
7	190.65	121.79	68.86	8,141.35
8	190.65	122.81	67.84	8,018.55
9	190.65	123.83	66.82	7,894.72
10	190.65	124.86	65.79	7,769.86
11	190.65	125.90	64.75	7,643.96

12	190.65	126.95	63.70	7,517.00
13	190.65	128.01	62.64	7,389.00
14	190.65	129.08	61.57	7,259.92
15	190.65	130.15	60.50	7,129.77
16	190.65	131.24	59.41	6,998.53
17	190.65	132.33	58.32	6,866.20
18	190.65	133.43	57.22	6,732.77
19	190.65	134.54	56.11	6,598.23
20	190.65	135.67	54.99	6,462.56
21	190.65	136.80	53.85	6,325.77
22	190.65	137.94	52.71	6,187.83
23	190.65	139.09	51.57	6,048.74
24	190.65	140.24	50.41	5,908.50
25	190.65	141.41	49.24	5,767.09
26	190.65	142.59	48.06	5,624.49
27	190.65	143.78	46.87	5,480.71
28	190.65	144.98	45.67	5,335.74
29	190.65	146.19	44.46	5,189.55
30	190.65	147.40	43.25	5,042.15
31	190.65	148.63	42.02	4,893.51
32	190.65	149.87	40.78	4,743.64
33	190.65	151.12	39.53	4,592.52
34	190.65	152.38	38.27	4,440.14
35	190.65	153.65	37.00	4,286.49
36	190.65	154.93	35.72	4,131.56
37	190.65	156.22	34.43	3,975.34
38	190.65	157.52	33.13	3,817.82
39	190.65	158.84	31.82	3,658.98
40	190.65	160.16	30.49	3,498.82
41	190.65	161.49	29.16	3,337.33
42	190.65	162.84	27.81	3,174.49
43	190.65	164.20	26.45	3,010.29
44	190.65	165.56	25.09	2,844.73
45	190.65	166.94	23.71	2,677.79
46	190.65	168.34	22.31	2,509.45
47	190.65	169.74	20.91	2,339.71
48	190.65	171.15	19.50	2,168.56
49	190.65	172.58	18.07	1,995.98
50	190.65	174.02	16.63	1,821.96
51	190.65	175.47	15.18	1,646.49
52	190.65	176.93	13.72	1,469.56

53	190.65	178.40	12.25	1,291.16
54	190.65	179.89	10.76	1,111.27
55	190.65	181.39	9.26	929.88
56	190.65	182.90	7.75	746.98
57	190.65	184.43	6.22	562.55
58	190.65	185.96	4.69	376.59
59	190.65	187.51	3.14	189.08
60	190.65	189.08	1.58	0.00
TOTAL	11,439.04	8,973.04	2,466.00	

Elaborado por: Gabriela Egas

6.2.1 COSTOS Y GASTOS

6.2.2. Costos del Proyecto

Para determinar el costo de producción de servicios turísticos en relación a la respuesta dada a la pregunta N° 3, en que se indagó sobre si les gustaría visitar la comunidad, se estableció que el porcentaje de preferencia es del 94%, lo cual representa 345 visitas programadas para el periodo anual, en relación de la muestra identificada. Por tanto, los costos de cada paquete estarán en función de dicha demanda..

El presente proyecto presenta como propuesta tres paquetes turísticos FULL DAY, determinados en función del estudio de mercado realizado, y tomando como referencia la distancia donde se encuentra ubicada la comunidad, los productos turísticos se describen a continuación:

Cuadro No. 47

COSTOS POR PAQUETE TURISTICO			
	COSTO UNIT.	CANTIDAD	COSTO ANUAL
PAQUETE 1: 4 DÍAS / 3 NOCHES	66.80	115	7702.49
PAQUETE 2: 3 DÍAS / 2 NOCHES	51.60	115	5934.00
PAQUETE 3. 2 DÍAS / 1	44.40	115	5106.00

NOCHE		
TOTAL	345	18742.49

Elaborado por: Gabriela Egas

PAQUETE 1:

Programa de visita a Cotococha, senderos y cascadas.

Este paquete oferta 4 días y tres noches a la comunidad con recorrido por los senderos y visitas a las cascadas, los servicios son completos por tanto incluye desayuno, almuerzo, cena típica, su costo es de **\$66.80**

PAQUETE 2: Programa de rafting (3 días 2 noches) **\$51.60**

PAQUETE 3: Visita (2 días 1 noche) **\$44.40**

Por tanto, para el paquete N° 1 se requiere \$ 7.702.49 USD, el paquete N° 2 refleja un costo anual de \$ 5.934.00 USD y finalmente el paquete N° 3 tendrá un costo de \$ 5.106.00 USD. Valor total de costos de \$ 18.742,49 dólares americanos.

6.2.3. Gastos Administrativos

Se consideran gastos administrativos a todos aquellos desembolsos que están relacionados con las actividades de gestión, por tanto para el presente proyecto se han considerado como gastos administrativos el agua potable que se va a requerir para la preparación de los alimentos y la luz eléctrica que se tomará una extensión del museo, siendo un valor de \$ 40,00 USD mensuales, lo cual representa un egreso anual de \$ 480,00 dólares.

Cuadro N° 48

Gastos Administrativos

Concepto	Valor Mensual	Valor Anual
Suministros de Agua	20.00	240.00
Luz Eléctrica	20.00	240.00
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS		480.00

Elaborado por: Gabriela Egas

6.2.4. Gastos de ventas

Los gastos de ventas considerados en el presente proyecto es el servicio de internet banda ancha, el cual servirá para promocionar los paquetes turísticos a través de redes sociales, el valor mensual del servicio corresponde a \$25,00 mensuales, y los gastos incurridos en la publicación de flyers que se entregarán a los visitantes in situ por un valor de \$ 75,00 por 5.000 ejemplares. El valor total de gastos de ventas asciende a \$ como se aprecia a continuación:

Cuadro N° 49

GASTOS DE VENTAS			
Concepto	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Servicio de internet	12	25.00	300.00
Flyes	5000	0.02	75.00
TOTAL GASTOS DE VENTAS			375.00

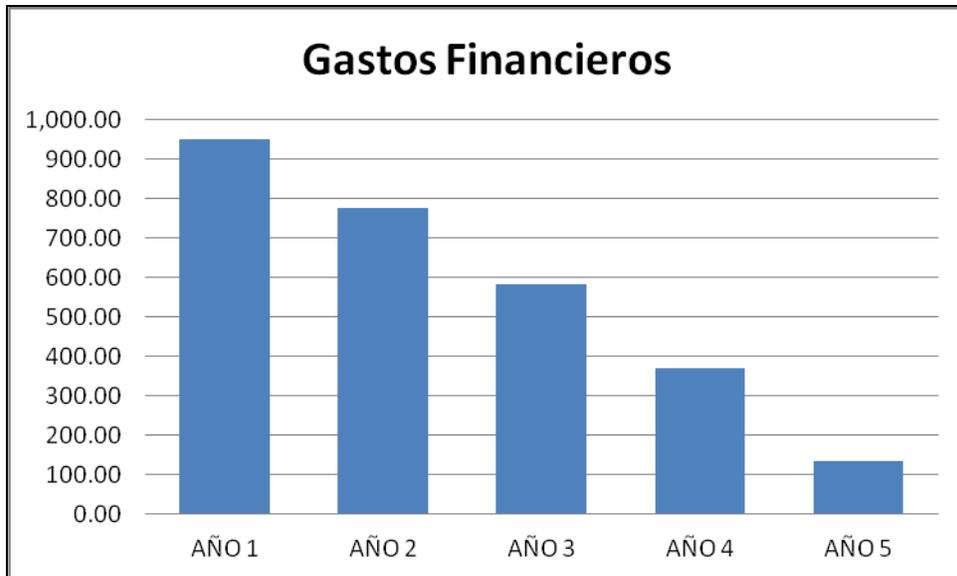
Elaborado por: Gabriela Egas

6.2.5. GASTOS FINANCIEROS

La banca al financiar el proyecto, cobra a los inversionistas gastos financieros que son los intereses generados por la prestación del dinero.

Cuadro No. 50
Gastos Financieros

AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
949.35	775.33	583.09	370.72	136.11	2,814.58



Elaborado por: Gabriela Egas

6.3. COSTOS Y GASTOS PROYECTADOS

La proyección de costos se ha realizado considerando la inflación determinada en las estadísticas del Banco Central del Ecuador, a enero del 2013 que es del 4,10%,

Cuadro N° 51

Costos y Gastos Proyectados

PROYECCION DE COSTOS Y GASTOS TOTALES

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1.- COSTOS DE PRODUCCION					
PAQUETE 1: 4 DÍAS / 3 NOCHES	7,702.49	8,018.29	8,347.04	8,689.27	9,045.53
PAQUETE 2: 3 DÍAS / 2 NOCHES	5,934.00	6,177.29	6,430.56	6,694.22	6,968.68
PAQUETE 3. 2 DÍAS / 1 NOCHE	5,106.00	5,315.35	5,533.28	5,760.14	5,996.31
Depreciaciones	356.18	370.78	385.99	401.81	418.29
TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN	19,098.67	19,881.71	20,696.86	21,545.43	22,428.79
2.- GASTOS ADMINISTRATIVOS					
Suministros de Agua	240.00	249.84	260.08	270.75	281.85
Luz Eléctrica	240.00	249.84	260.08	270.75	281.85
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	480.00	499.68	520.17	541.49	563.69
3.- GASTOS DE VENTAS					
Servicio de internet	300.00	312.30	325.10	338.43	352.31
Flayes	75.00	78.08	81.28	84.61	88.08
TOTAL GASTOS DE VENTAS	375.00	390.38	406.38	423.04	440.39
4.- GASTOS FINANCIEROS					
Gasto Interés	831.77	679.30	510.87	324.80	119.25
TOTAL GASTOS FINANCIEROS	831.77	679.30	510.87	324.80	119.25
TOTAL COSTOS	20,785.43	21,451.07	22,134.28	22,834.77	23,552.13

Elaborado por: Gabriela Egas

6.3.1 INGRESOS

Los ingresos del proyecto provienen de las ventas de los paquetes turísticos presentados, los cuales se van a vender a los visitantes, siendo estos en un número de 345 turistas que representan el 94% de la muestra identificada, como se mencionó en la determinación de los costos.

Los precios de venta al público de los paquetes se establecieron en relación a la competencia, determinándose que para el paquete 1: el precio es de \$ 125,00, para el paquete 2: \$ 90,00 y el paquete 3: \$ 80,00.

6.3.2. Determinación de Ingresos del proyecto

El total de ingresos está dado por la sumatoria de la venta de los paquetes turísticos generados por la comunidad, siendo éste de \$ 33.693.33 dólares americanos.

Cuadro N° 52

Ingresos paquetes turísticos

INGRESOS			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNIT.	INGRESOS
PAQUETE 1: 4 DÍAS / 3 NOCHES	115	125.00	14,413.33
PAQUETE 2: 3 DÍAS / 2 NOCHES	115	90.00	10,350.00
PAQUETE 3. 2 DÍAS / 1 NOCHE	115	80.00	9,200.00
TOTAL DE INGRESOS	345		33,963.33

Elaborado por: Gabriela Egas

6.3.3. PROYECCIÓN DE INGRESOS

Los ingresos al igual que los costos y gastos totales han sido proyectados en función de la inflación del mes de enero del 2013, que es del 4,10%,

Cuadro N° 53

Ingresos totales proyectados

INGRESOS PROYECTADOS					
DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PRODUXTO 1.	14,413.33	15004.28	15619.45548	16259.8532	16926.5071
PRODUXTO 2.	10,350.00	10774.35	11216.09835	11675.9584	12154.6727
VARIOS	9,200.00	9577.2	9969.8652	10378.6297	10804.1535
TOTAL DE INGRESOS	33,963.33	35,355.83	36,805.42	38,314.44	39,885.33

Elaborado por: Gabriela Egas

6.3.4. ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

El Estado de Resultado al cierre del primer año de operación refleja una utilidad neta de \$ 8.512,92 UDS, de los cuales se hace un reserva legal del 10% de \$ 851.29 UDS, dando una utilidad neta para dividendos de \$ 7.661,63.

Cuadro No. 54

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADOS					
INGRESOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS	33,963.33	35,355.83	36,805.42	38,314.44	39,885.33
COSTO DE PRODUCCIÓN	19,098.67	19,881.71	20,696.86	21,545.43	22,428.79
= UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	14,864.67	15,474.12	16,108.56	16,769.01	17,456.54
EGRESOS					
GASTOS OPERATIVOS DE ADMINISTRACIÓN	480.00	499.68	520.17	541.49	563.69
GASTOS DE VENTAS	375.00	390.38	406.38	423.04	440.39
= UTILIDAD OPERATIVA	14,009.67	14,584.06	15,182.01	15,804.47	16,452.46
GASTOS FINANCIEROS	831.77	679.30	510.87	324.80	119.25
UTILIDAD ANTES DE PARTIC. E IMPUESTOS	13,177.90	13,904.76	14,671.14	15,479.67	16,333.21
- 15% PARTICIPACION DE TRABAJADORES	1,976.68	2,085.71	2,200.67	2,321.95	2,449.98
= UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	11,201.21	11,819.05	12,470.47	13,157.72	13,883.23
- 24% IMPUESTO A LA RENTA	2,688.29	2,836.57	2,992.91	3,157.85	3,331.97
= UTILIDAD NETA	8,512.92	8,982.48	9,477.56	9,999.87	10,551.25
- 10% RESERVA LEGAL	851.29	898.25	947.76	999.99	1,055.13
= UTILIDAD PARA DIVIDENDOS	7,661.63	8,084.23	8,529.80	8,999.88	9,496.13

Elaborado por: Gabriela Egas

6.4. ANÁLISIS FINANCIERO DEL PROYECTO

Para realizar el análisis financiero se consideran los flujos de caja para evaluación del proyecto con y sin financiamiento, tomando en consideración el establecer un análisis comparativo entre las dos propuestas. Además se debe establecer el costo de oportunidad de la propuesta.

6.4.1. FLUJO DE EFECTIVO

A continuación se puede apreciar el flujo de efectivo de la propuesta sin financiamiento, como se puede ver se ha tomado en consideración para la proyección en ventas se ha

considerado la inflación determinada en las estadísticas del Banco Central del Ecuador, a enero del 2013 que es del 4,10%,

Cuadro No. 55

FLUJO DE EFECTIVO						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS						
VENTAS		33,963.33	35,355.83	36,805.42	38,314.44	39,885.33
COSTO DE PRODUCCIÓN		19,098.67	19,881.71	20,696.86	21,545.43	22,428.79
= UTILIDAD BRUTA EN VENTAS		14,864.67	15,474.12	16,108.56	16,769.01	17,456.54
EGRESOS						
GASTOS OPERATIVOS DE ADMINISTRACIÓN		480.00	499.68	520.17	541.49	563.69
GASTOS DE VENTAS		375.00	390.38	406.38	423.04	440.39
DEPRECIACIONES		356.18	356.18	356.18	356.18	356.18
AMORTIZACIONES		400.00	400.00	400.00	400.00	400.00
TOTAL EGRESOS		1,611.18	1,646.24	1,682.73	1,720.72	1,760.26
= UTILIDAD OPERATIVA		13,253.49	13,827.88	14,425.83	15,048.29	15,696.28
- 15% PARTICIPACION DE TRABAJADORES		1,988.02	2,074.18	2,163.87	2,257.24	2,354.44
= UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		11,265.46	11,753.70	12,261.96	12,791.05	13,341.84
- 24% IMPUESTO A LA RENTA		2,703.71	2,820.89	2,942.87	3,069.85	3,202.04
= UTILIDAD NETA		8,561.75	8,932.81	9,319.09	9,721.20	10,139.79
- 10% RESERVA LEGAL		856.18	893.28	931.91	972.12	1,013.98
= UTILIDAD PARA DIVIDENDOS		7,705.58	8,039.53	8,387.18	8,749.08	9,125.82
(+) DEPRECIACIONES		356.18	356.18	356.18	356.18	356.18
(+) AMORTIZACIONES		400.00	400.00	400.00	400.00	400.00
(+) VALOR RESIDUAL						8,973.04
FLUJO DECAJA PARA EVALUACION DEL PROYECTO	0.00	8,461.76	8,795.71	9,143.36	9,505.26	908.95
+ Prestamos	-8,973.04					
(-) Intereses		831.77	679.30	510.87	324.80	119.25
(-) Amortización del capital		1,456.04	1,608.51	1,776.94	1,963.01	2,168.56
+ Escudo Fiscal		301.52	246.25	185.19	117.74	43.23
FLUJO DECAJA PARA EVALUACION DEL PROYECTO CON FINANCIAMIENTO	-8,973.04	6,475.47	6,754.15	7,040.74	7,335.19	-1,335.63

Elaborado por: Gabriela Egas

6.4.2. COSTO DE OPORTUNIDAD

El costo de oportunidad es el costo que el capital deja de ganar en una inversión al tomar la decisión de realizarla, y deja de aplicar dicha inversión en otra, es decir es “aquel valor o utilidad que se sacrifica por elegir una alternativa A y despreciar una alternativa B”

El costo de oportunidad del capital es la tasa de descuento que se utiliza para la determinación del valor actual neto VAN; es decir, el rubro que se deja de ganar al invertir en otra actividad. Para el cálculo del costo de oportunidad se aplica la siguiente fórmula:

$$\text{Costo de Oportunidad} = K = (\%RP \times TRP) + (\%RA \times TAR \times (1 - T)) + TLR$$

En donde:

RP = Recursos Propios

TRP = Tasa pasiva referencial

RA = Recursos Ajenos

TAR = Tasa activa referencia

T = Participación de Trabajadores (15%) + Impuesto a la renta (24%)

TLR = Tasa de libre riesgo

Cuadro No. 56

CÁLCULO DEL COSTO DE OPORTUNIDAD	
K =	$(\%RP \times TRP) + (\%RA \times TAR \times (1 - T)) + TLR$
RP	0%
TRP	4.53% (TASA PASIVA)
RA	100%
TAR	10.00%
T	39.00%
TLR	8.61%
$(\%RP \times TRP)$	0.00%
$(1 - T)$	61.00%
$(\%RA \times TAR)$	10.00%
$(\%RA \times TAR \times (1 - T))$	0.061
TLR	8.61%
K	14.71%

Elaborado por: Gabriela Egas

Para el análisis financiero del presente proyecto se ha considerado un costo de oportunidad del 14.71% que representa el porcentaje real de pérdida de oportunidad que pueden incurrir los inversionistas al no realizar el proyecto.

6.4.3. VALOR ACTUAL NETO

El VAN o valor actual neto, es traer los flujos futuros a valores presentes, y descontarles la inversión realizada, para cuyo efecto se utiliza la tasa de descuento o costo de oportunidad, que para el caso del proyecto es del 14.71%, reflejando un VAN de \$10.033,61 USD, lo cual quiere decir que al proyectar los valores actuales y dar como resultado un VAN POSITIVO, el proyecto es viable.

Cuadro N° : 57

VAN proyectado con financiamiento

FLUJO DE FONDOS CON FINANCIAMIENTO			
n	F.F.N.	$1/(1,147100)^n$	F.F.D.
0	-8,973.04	1	-8973.044
1	6,475.47	0.871763578	5645.0756
2	6,754.15	0.759971735	5132.9641
3	7,040.74	0.662515679	4664.6013
4	7,335.19	0.577557039	4236.4911
5	-1,335.63	0.50349319	-672.4796
			10033.61
			VAN1

Elaborado por: Gabriela Egas

6.4.4. TASA INTERNA DE RETORNO

Para determinar la TIR se han considerado los flujos del VAN, con una inversión de \$8.973,04 dólares americanos, lo cual interesa conocer en cuanto tiempo se recupera. Para ello, es necesario determinar un VAN negativo superior al alcanzado, para el efecto se ha considerado una tasa de descuento aleatoria del 65%, obteniéndose los flujos de fondos descontados (FFD) de \$ -119.88, flujo considerado para el proceso de interpolación.

Cuadro No. 58

FLUJO DE FONDOS			
n	F.F.N.	$1/(1,65)^n$	
0	-8,973.04	1	-8973.044
1	6,475.47	0.6060606	3924.525
2	6,754.15	0.3673095	2480.8636
3	7,040.74	0.2226118	1567.352
4	7,335.19	0.1349162	989.63636
5	-1,335.63	0.0817674	-109.2109
			-119.88
			VAN2

Elaborado por: Gabriela Egas

Para determinar la TIR del presente proyecto se ha aplicado el método de interpolación, con el cual se puede apreciar que la TIR es del 64.40%, que es mayor al costo de oportunidad que es del 14.71%.

TIR > K tasa de descuento = 64.40% > 14.71%

Cuadro No. 59

CALCULO DE LA TIR METODO DE INTERPOLACIÓN		
RELACION		
TASA	VAN	RELACIÓN
0.1471	10033.61	-0.49696249
0.65	-119.88	-0.00593751
-0.5029	10153.49	-0.5029
INTERPOLACIÓN		
0.1471	0.65	
0.49696249	-0.005938	
0.64406249	0.6440625	
TIR =	64.406249	

Elaborado por: Gabriela Egas

6.4.5. TASA INTERNA DE RETORNO

El periodo de recuperación de la inversión - PRI - es uno de los métodos mediante el cual se puede conocer el tiempo estimado de recuperación de la inversión de un proyecto.

De acuerdo a los resultados del VAN, se pudo observar que durante el primer año se recuperan \$ 6.475,47 USD, en los cuales se encuentran inmersos los \$8973.04 dólares que es la inversión inicial, por tanto al restar la inversión inicial del capital recuperado en el primer años, existe un saldo pendiente de pago de \$ 2.497,58 que se encuentran inmersos en los \$6.754,15 del segundo año.

Cuadro No. 60

EN 365 DÍAS SE RECUPERA \$ 6.754.15 (1 AÑO), EN QUE TIEMPO SE RECUPERA \$ 2.497,58					
6,754.15	365				
-2,497.58	x	-134.971185 días	-4.50	meses	14.9 días

Elaborado por: Gabriela Egas

Al realizar una regla tres para establecer en cuanto tiempo se recuperan los \$ 2.497.58, en el segundo año, se establece que la inversión total se realiza en **1 año, 4 meses y 14 días**, lo que quiere decir que el proyecto es viable.

CAPITULO VII

7.- CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1 Conclusiones

1. El estudio de mercado permite establecer que el turista que prefiere el producto de turismo comunitario es el segmento de extranjeros, quienes representan un mercado potencial a captar. Para captar los problemas de la comunidad Shuar de Cotococha.
2. El direccionamiento estratégico ayuda a considerar los objetivos, los valores, las oportunidades y amenazas del entorno, así como la misión y la visión de Cotococha que es un centro de turismo comunitario que promoverá el turismo en la zona además del fortalecimiento de la cultura.

3. Mediante el Estudio Técnico se determinó los recursos necesarios así como la reestructuración de las cabañas y servicios para la operación turística.

4. El Estudio de Impacto Ambiental permitió conocer a base de la investigación que los recursos naturales y culturales constituyen un elemento fundamental para el turismo, por esta razón a pesar de haber obtenido un resultado de impacto moderado (9) se establecieron 2 programas que permitirán prevenir y minimizar la afectación al ecosistema.

5. El Estudio Financiero demostró que el proyecto es rentable. El Van es positivo por lo que el proyecto es viable. El Tir con un resultado de 64 lo que significa que por cada unidad monetaria invertida gana 64. El PIR es viable porque se recupera la inversión en 1 año 4 meses es decir antes de los 5 proyectados para el estudio.

7.2 Recomendaciones

1. Se recomienda para este proyecto que a corto plazo se elabore un estudio de capacidad de carga para evitar el deterioro del entorno.

2. Es necesario mantener capacitaciones constantes en la comunidad para obtener un alto estándar en prestación y calidad de servicios, y así promover el turismo en la zona de

Cotococha y mantener una buena comunicación con los habitantes de la zona y los visitantes.

3. Se recomienda tanto a los pobladores de la comunidad como a los visitantes la construcción de un proyecto con sentido ecológico con instalaciones relativamente simples pero a la vez muy cómodas y que cubran las expectativas de los turistas, para que entiendan el sentido de preservar.

4. Es necesario seguir preservando cada uno de los rincones que se encuentran en la comunidad así como mantener una conciencia ecológica no solo con los integrantes de la comunidad sino también con los turistas que visitan el lugar, esto a su vez ayudara a promocionarlo y difundirlo con responsabilidad y mantener una buena comunicación con los mismos.

5. Para que el proyecto mantenga su rentabilidad es necesario que los participantes activos como son la comunidad mantengan en orden las finanzas y conozcan de las mismas y así puedan cumplir sus obligaciones adquiridas para la creación del proyecto.

BIBLIOGRAFÍA

- MENDEZ, Carlos (1995) *Metodología de la Investigación*, 1era edición, Editorial Alianza S.A., Madrid – España
- ANZOLA Rojas, Servulo;(1996) *Administración de pequeñas empresas. Mexico D. F. Editorial McGraw Hill*
- THOMPSON, Arthur A y STICKLANA, A J.; (1995) *Direccionamiento y Administración Estratégica*. Editorial McGraw Hill (THOMPSON, 1995, pág. 45)
- PROGRAMAS TURISTICOS PRODUCTIVOS (MINTUR, 2012)
- DA CRUZ, Humberto;(1996)*Conservación de la Naturaleza*, 1era edición, Editorial Complutense S.A., Madrid – España, ISBN 84-89365-71-7.
- REYES ÁVILA, Bercial. (2002).*Turismo Sostenible*. Madrid: Editorial IEPALA, DL.
- OLMOS JUARÈZ, Lourdes. (2001). *Estructura del Mercado Turístico*. España Madrid: Editorial Paraninfo, S.A. 1era edición 2011
- RUIZ BALLESTEROS, Esteban. Solis Carrión, Doris. (2007) *Turismo Comunitario en Ecuador, desarrollo y sostenibilidad social Editor*.Editorial Abya Yala
- ASTORGA JORQUERA, Eduardo. (2007)*Evaluación de Impacto Ambiental y diversidad biológica*. UICN, Gland, Suiza: Editorial. Del Puerto s.r.l.
- KOTLER, Philip, (2003). *Fundamentos del Marketing*. México D.F, Pearson Educación. Sexta Edición.

- C.K. PRAHALAD, Venkat Ramaswamy, (2004). *El Futuro de la Competencia*. Boston Massachusetts: Editorial. Harvard Business School Press.
- MIRANDA MIRANDA, Juan José. (2000). *Gestión de Proyectos*. Bogota, Colombia. Editorial. Guadalupe Ltda. 5ta edición.
- FERNÁNDEZ VALIÑAS, Ricardo. (2001). *Segmentación de Mercados, económicos administrativos*. México, D.F. Editorial. Thomson
- V. DE ASLA MORENO, Raquel. (1976). *Estudio de Mercado*. Bogota, Colombia. Editorial El Coloquio.
- S. ROSILLO, Jorge. (2006). “*Modelos para Direccionamiento Estratégico y Política de Empresas*.” Quito. Ecuador. Editorial: U. Javeriana
- ESCOBAR VELEZ, Miriam. (2012). *Pluralismo Jurídico e interlegalidad en el pueblo Shuar*. Quito Ecuador. Editorial. 1era edición FLACSO.
- CAMPOS, SIERRA y CHAMBERLIN, J. (1999). *Áreas Prioritarias para la Conservación de la Biodiversidad en el Ecuador*. Quito, Ecuador.
- PEÑAHERRERA, Piedad de Costales. (2006). *Historia de la nación Shuar*. Quito, Ecuador. Editorial 1era edición Abya – Yala
- ACERENZA, Miguel. (2005). *Promoción Turística, un enfoque Metodológico* México, D.F. Editorial Trillas.
- CASSASOLA, Luis. (2003). *Turismo y Ambiente*. Mexico, D.F. Editorial Trillas.
- CALDAS, Marco. (1995). *Preparación y Evaluación de Proyectos*. Quito Ecuador. Editorial. Publicaciones H, Ecuador.

Linkgrafía:

- FLEITMAN, Jack (1996) *Visión y Misión*. México D. F. Editorial McGraw Hill, Recuperado de <http://www.dominart.wordpress.com/vision-y-mision/>

- RUSSO, Sandra. (2009). *Los Shuar del Ecuador*. Recuperado de <http://www.pagina12.com.ar/diario/contratapa/13-133629-2009-10-17.html>
- ORTIZ, Pablo. (1999). *Gobierno Shuar comunidades y conflictos socio ambientales*. Recuperado de <http://repository.unm.edu/bitstream/handle/1928/10717/Comunidades%20y%20conflictos%20socioambientales.pdf>
- NAVARRO LÉVANO, José Carlos. (2001). *Visión y Misión*. Recuperado de <http://economia.unmsm.edu.pe/Docentes/JNavarroL/Planeamiento/CLASE%202%200GE.PDF>
- GÓMEZ MENA, Joséphina. (2003). *Estudio de Impacto Ambiental*. Recuperado de <http://www.gerencie.com/costo-de-oportunidad.html>
- Metodología de la OEA. (2012). *Para inventario de atractivos*. Recuperado de <http://www.slideshare.net/urania31k/guia-metodologia-inventario-recursos-turisticos-innova-turismo>
- TURISMO EN PASTAZA, (2008). *Pastaza*. Recuperado de <http://turismopastaza.com/>
- MINISTERIO DE TURISMO, Ley de Turismo. (2008). *Turismo en Áreas Protegidas*. Recuperado de <http://web.ambiente.gob.ec/?q=node/101>
- PORTER, Michael. López Correa, Alberto. (2009). *Las 5 Fuerzas*. Recuperado de <http://managersmagazine.com/index.php/2009/06/5-fuerzas-de-michael-porter/>
- MC ANDREW. (2010). *El turismo comunitario, una vía de desarrollo sostenible*. Recuperado de <http://www.ecodes.org/noticias/el-turismo-comunitario-una-via-de-desarrollo-sostenible>
- RUIZ BALLESTEROS, SOLÍS CARRIÓN, Esteban, Doris. (2007) *Turismo Comunitario en Ecuador*. Recuperado

de http://books.google.com.ec/books/about/Turismo_comunitario_en_Ecuador.html?id=7YCV1rBUxx0C&redir_esc=y

- MINISTERIO DE TURISMO – (MINTUR, 2012) *Ecuador superó el millón de llegadas de extranjeros*, recuperado en <http://www.turismo.gob.ec/ecuador-supero-el-millon-de-llegadas-de-extranjeros/>
- AUBREY MALPHURS, (2005). *Direccionamiento estratégico, importancia de las metas*. Recuperado de <http://www.slideshare.net/jcfdezmxestra/direccionamiento-estrategico-1120053>
- OÑATE, Juan Jose, PEREIRA, David; (2002). *Evaluación Ambiental Estratégica*. Recuperado de <http://www.ecuadorambiental.com/estudios-impacto-ambiental.html>
- FRED R. David, (2005). *Planificación Estratégica*. Recuperado de <http://www.crecenegocios.com/la-planeacion-estrategica/>
- KARAKRAS, Ampam. (2001). *Planteamiento de los pueblos indígenas al Estado Ecuatoriano. (Shuar-Conaie)*. Recuperado de <http://www.nativeweb.org/papers/indiconf2001/karakras.html>

7.5 ANEXOS

MODELO DE FICHAS OEA

FICHA DE ATRACTIVOS			
1.NOMBRE	2.FICHA N° A001	3.FICHAS ASOCIADAS :	
4.CATEGORÍA	5. TIPO Y SUBTIPO Los contratos de sub tipo y tipo son:		
6.UBICACIÓN: Comunidad Shuar de Cotococha			
7.ACCESO			
8.Desde:	9.Vía, tipo y estado:	10.Medio de acceso:	11.Tiempo:
12. DESCRIPCIÓN			

13. ACTIVIDADES TURÍSTICAS/RECREATIVAS ACTUALES:

14. HORARIOS

15. PRECIOS

16. PROPIETARIO

17. PERSONA DE CONTACTO

18. TIPO DE PÚBLICO/CLIENTE/VISITANTE

19. EMPRESAS QUE OPERAN

20. ACTIVIDAD

21. CÓDIGO

22. SERVICIOS:

23. POSIBLES EFECTOS NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA

24. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVAS

25. OBSERVACIONES

26.Ficha realizada por	27.Fecha

EMPRESAS DE ALOJAMIENTO			
1.NOMBRE Y DIRECCIÓN		2.Ficha n°	3.Fichas Asociada
4.Fono	5.e-mail	6.Web	
7.Opera desde:			
8. TIPO Y CATEGORÍA			
9. Ubicación :			
10. Tipo de edificio:			
11.CAPACIDAD			
OTROS			
12.SERVICIOS COMPLEMENTARIOS:			
13. PERSONAL Y CAPACITACIÓN:			

14. FRECUENTACIÓN Y TIPO DE CLIENTE	
15. ESTANCIA MEDIA DE LOS CLIENTES:	
16. ACTIVIDADES QUE REALIZAN DURANTE LA ESTANCIA	
17. COMO LLEGAN SUS CLIENTES:	
18. PERIODO DE FUNCIONAMIENTO:	
19. SUGERENCIAS Y OBSERVACIONES (permisos, registros y/o licencias)	
18. Ficha realizada por	19 Fecha: