

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA

SEDE QUITO

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**TESIS PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERA COMERCIAL**

TÍTULO

**PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE
UNA EMPRESA DE TURISMO ECOLÓGICO EDUCATIVO,
CON BASE EN LA CIUDAD DE TENA, PROVINCIA DE NAPO**

AUTORA

ROSA ELIZABETH PORTERO VILATUÑA

DIRECTOR

ING. EDWIN GÓMEZ

QUITO, Noviembre 2011

AUTORÍA

Yo, **ROSA ELIZABETH PORTERO VILATUÑA**, declaro bajo juramento, que la presente investigación, con el tema “**PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE TURISMO ECOLÓGICO EDUCATIVO, CON BASE EN LA CIUDAD DEL TENA, PROVINCIA DE NAPO**”, es de mi total autoría, lograda con interés, sacrificio y dedicación; la misma que no ha sido previamente presentada para ningún grado o calificación profesional y que he consultado las referencias bibliográficas incluidas en el documento.

Consciente de lo que implica el presente trabajo, asumo el compromiso de que toda responsabilidad, recaiga en mi persona.

Es todo cuanto puedo informar en honor a la verdad.

Cordialmente,

ROSA ELIZABETH PORTERO VILATUÑA
C.I. 150078511-6

DEDICATORIA

La investigación realizada va dedicada con mucha gratitud a José Luis de Jesús, Jesucristo Hombre, quién con su gran amor me dio ángeles maravillosos que me guiaron por los caminos correctos.

Y en especial, lo dedico al amor de mi vida, con inmenso cariño a mi mami Rosita, pues supo darme todo el apoyo, en todos los aspectos, en los momentos más difíciles de mi vida, ella es mi inspiración para ser una persona mejor.

A mi papi Ángel, quién con su sacrificio y esfuerzo, logro darme su soporte para llegar a ser una mujer profesional.

A Karla, mi mejor amiga y hermana, por saber darme una palabra de aliento cuando más lo necesitaba, es mi ejemplo a seguir.

A mi familia pues ellos son un motivo muy importante para seguir luchando y alcanzando mis metas personales y profesionales; para con ello buscar un futuro mejor.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios por permitir que personas, con su experiencia y formación técnica, colaboraran para mi alineación profesional.

A la UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA, por su cooperación y apoyo para que este trabajo de investigación se realizase; además porque me formó, tanto en lo profesional como en lo personal; y de manera especial a la Escuela de Administración de Empresas, la misma que me acogió en sus aulas para instruirme y formarme para la vida laboral.

Al Ing. Edwin Gómez que con paciencia y profesionalismo supo guiarme para poder cristalizar mi objetivo, y a todos quienes de una u otra manera aportaron con sus talentos para que este trabajo culmine de la mejor manera.

ÍNDICE

Autoría.....	i
Dedicatoria.....	ii
Agradecimientos.....	iii
Índice General.....	iv
Índice de Cuadros.....	x
Índice de Gráficos.....	xiv
Índice de Imágenes.....	xvi
Resumen ejecutivo.....	1
CAPITULO I. ANTECEDENTES.....	2
1.1 Introducción	2
1.2 Provincia de Napo	2
1.2.1 Breve Historia	2
1.2.2 Descripción de la Provincia de Napo	3
1.2.2.1 Datos generales de la Provincia	4
1.3 Cantón Tena	5
1.3.1 Breve Historia	5
1.3.2 Descripción de la Ciudad de Tena	6
1.3.2.1 Datos generales del Cantón.....	8
1.4 Descripción de los principales atractivos turísticos de la Capital de Napo. 10	
1.4.1 Principales atractivos naturales del Cantón Tena.....	10
1.4.2 Principales atractivos turísticos culturales del Cantón Tena.....	24
1.5 Problemática que se intenta solucionar con el Proyecto	31
1.6 Justificación de la Investigación	32
1.7 Objetivos	33
1.7.1 Objetivo General	33
1.7.2 Objetivos Específicos.....	33
CAPÍTULO II. ESTUDIO DE MERCADO.....	34
1.8 Objetivo General	34
1.9 Objetivos Específicos.....	34
1.10 Identificación del Servicio	35
1.11 Estructura de Mercado	35

1.11.1	A nivel Local.....	36
1.11.2	A nivel Nacional	36
1.11.3	A nivel Internacional.....	37
1.12	Sistema Turístico.....	39
1.12.1	A nivel Local.....	39
1.12.2	A nivel Nacional	39
1.12.3	A nivel Internacional.....	40
1.13	Análisis de la Demanda.....	40
1.13.1	Clasificación de la Demanda.....	40
1.13.2	Factores que afectan la Demanda.....	41
1.13.2.1	Afluencia y crecimiento de Turistas	41
1.13.2.1.1	Crecimiento desde el 2006	42
1.13.2.1.1.1	Turistas Nacionales	44
1.13.2.1.1.2	Turistas Extranjeros.....	45
1.13.3	Investigación de Mercado	46
1.13.3.1	Determinación del Tamaño.....	46
1.13.3.2	Población	48
1.13.3.2.1	Muestra	50
1.13.3.3	Aplicación de la Encuesta.....	50
1.13.3.3.1	Tabulación y análisis de los Resultados.....	51
1.13.3.3.1.1	Turistas Nacionales	51
1.13.3.3.1.2	Turistas Extranjeros.....	66
1.13.4	Demanda del Servicio	83
1.13.4.1	Proyección de la Demanda	84
1.14	Análisis de la Oferta.....	85
1.14.1	Clasificación de la Oferta.....	85
1.14.1.1	Factores que afectan la Oferta	86
1.14.1.1.1	Competencia actual	86
1.14.1.1.2	Comportamiento histórico de la Oferta	87
1.14.1.2	Comportamiento de la Oferta Actual.....	88
1.14.1.3	Proyección de la Oferta.....	89
1.15	Demanda Insatisfecha	89

1.16	Análisis de Precios	90
1.16.1	Análisis de Precios de la Competencia Directa.....	91
1.16.1.1	Cotococha Lodge	91
1.16.1.2	Shangri-la.....	93
1.17	Estrategias del Mix de Marketing	96
1.17.1	Producto	97
1.17.1.1	La Marca	97
1.17.2	Servicio	98
1.17.2.1	Garantía de satisfacción.....	98
1.17.2.1.1	Solución a reclamos y sugerencias realizados por el Cliente.	99
1.17.2.1.2	Seguimiento del Cliente	99
1.17.2.1.3	Servicio personalizado, contacto cara a cara.....	99
1.17.2.1.4	Relación con el Cliente difícil	99
1.17.3	Precio.....	99
1.17.3.1	Precio límite o umbral.....	100
1.17.3.2	Precio Técnico	100
1.17.3.3	Precio de introducción o penetración.....	100
1.17.4	Distribución.....	101
1.17.4.1	Estructura del Canal.....	101
1.17.4.2	Logística.....	101
1.17.4.2.1	Aseguramiento de la calidad del Servicio	102
1.17.4.2.2	Disponibilidad del Servicio	102
1.17.4.2.3	Servicio post venta	102
1.17.5	Comunicación	103
1.17.5.1	Exposiciones y ferias	103
1.17.5.2	Página web.....	103
1.17.5.3	Planes de fidelidad a la marca.....	103
1.17.5.4	Programas de premios por puntos:.....	103
1.17.5.5	Diseño y ubicación de vallas publicitarias en lugares estratégicos	103
CAPITULO III. ESTUDIO NORMATIVO		104
1.18	Marco Legal	104
1.19	Requisitos y formalidades que deben presentar para el registro	106

1.20	Misión y Visión.....	109
1.21	Principio y Valores.....	109
1.22	Objetivos y estrategias Empresariales.....	111
1.23	Organización y Administración	114
1.23.1	Organigrama Estructural	114
1.23.2	Organigrama Funcional.....	115
CAPITULO IV. ESTUDIO TÉCNICO		118
1.24	Localización del Proyecto	118
1.24.1	Macro Localización.....	118
1.24.1.1	Datos de la Provincia	118
1.24.2	Micro Localización	119
1.25	Selección de la alternativa óptima.....	120
1.25.1	Ventajas de Localización	121
1.26	Tamaño del Proyecto.....	121
1.26.1	Instalaciones y obras civiles.....	122
1.27	Factores condicionantes	124
1.27.1	El Mercado	124
1.27.2	Recursos Financieros	124
1.27.3	Disponibilidad de Mano de Obra	124
1.27.4	Disponibilidad de suministros e insumos.....	127
1.28	Definición del volumen de Ventas.....	129
1.29	Definición del proceso de Producción	129
1.29.1	Diagrama de flujo para Alojamiento.....	130
1.29.2	Diagrama de flujo del servicio de visitas a lugares Turísticos.....	131
1.29.3	Diagrama de flujo del servicio reconstrucción de zonas deforestadas	
	132	
CAPITULO IV. ESTUDIO FINANCIERO		134
1.30	Metodología	134
1.31	Presupuesto de Inversiones	134
1.31.1	Activos Fijos	134
1.31.1.1	Muebles y Enseres	135
1.31.1.2	Equipos	136
1.31.1.3	Equipos informáticos	137

1.31.1.4	Vehículo.....	138
1.31.2	Activos Diferidos	138
1.32	Capital de Trabajo	138
1.32.1	Cálculo del Capital de Trabajo.....	139
1.33	Inversión total del Proyecto	140
1.34	Aporte Socios y Financiamiento	140
1.35	Tabla de Amortización.....	141
1.36	Presupuesto de Egresos	143
1.36.1	Salario de la Mano de Obra Directa.....	143
1.36.2	Servicios Públicos	143
1.36.3	Inventario (suministros de limpieza).....	143
1.36.4	Mantenimiento y Reparación	144
1.36.5	Seguros	144
1.36.6	Menaje de Habitación	145
1.36.7	Menaje de Cocina.....	145
1.37	Gastos Administrativos	146
1.37.1	Salarios de Administración	146
1.37.2	Suministros de Oficina.....	146
1.38	Gastos de Venta.....	147
1.38.1	Publicidad.....	147
1.39	Gastos no Desembolsables	148
1.39.1	Depreciación	148
1.39.2	Amortizaciones	148
1.40	Evaluación económica Financiera.....	149
1.40.1	Ingresos	149
1.40.2	Capacidad instalada y utilizada.....	149
1.40.3	Alojamiento.....	149
1.40.4	Restaurant (comidas típicas)	150
1.40.5	Distracciones	150
1.41	Estado de Resultados Proyectados	151
1.42	Flujo de Caja	153
1.42.1	Flujo de Caja del Proyecto Puro	153

1.42.2	Flujo de Caja del Inversionista.....	155
1.43	Costo de Oportunidad	156
1.43.1	Definición y cálculo de la TMAR.....	156
1.44	Definición y cálculo del VAN	157
1.45	Definición y cálculo del TIR.....	159
1.46	Periodo de Recuperación.....	160
1.47	Análisis de Sensibilidad	161
1.48	Relación Costo/Beneficio.....	163
1.49	Determinación de Costos Fijos y Costos Variables	163
1.49.1	Costos Fijos.....	163
1.49.2	Costos Variables	163
1.50	Punto de Equilibrio	164
1.51	Balance General	166
CAPÍTULO V ESTUDIO DE IMPACTO Y RESPONSABILIDAD		
EMPRESARIAL.....		
1.52	Estudio de Impactos y Responsabilidad Empresarial	167
1.52.1	Estudio Ambiental.....	167
1.52.2	Soluciones para evita el impacto de agentes contaminantes.....	167
1.52.2.1	Medidas de prevención	167
1.52.2.2	Medidas de mitigación.....	168
1.52.3	Impactos sociales negativos	169
1.52.4	Impactos sociales positivos	169
CAPITULO VII CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES		
1.52.5	Conclusiones	170
1.52.6	Recomendaciones.....	171

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO 1: Población de la Provincia de Napo	5
CUADRO 2: Feriados Establecidos.....	37
CUADRO 3: Afluencia y crecimiento de Turistas Nacionales y Extranjeros a la Ciudad de Tena	42
CUADRO 4: Afluencia y Crecimiento de Turistas Nacionales a la Ciudad de Tena	44
CUADRO 5: Afluencia y crecimiento de Turistas Extranjeros a la Ciudad de Tena	45
CUADRO 6: Se preocupa usted por la preservación de la Naturaleza?	46
CUADRO 7: Desearía ayudarla mientras descansa, se divierte y aprende?.....	47
CUADRO 8: Afluencia de turistas en la Ciudad de Tena del año 2010.....	48
CUADRO 9: Datos históricos de la afluencia de Turistas Nacionales y Extranjeros a la Ciudad de Tena.....	49
CUADRO 10: El género de los encuestados es:	51
CUADRO 11: La edad de los encuestados es:.....	51
CUADRO 12: Ciudad donde provienen	52
CUADRO 13: Por qué motivo usted se encuentra en la Ciudad de Tena?.....	53
CUADRO 14: El medio de transporte que usted utilizó para llegar a la Ciudad de Tena fue:.....	54
CUADRO 15: Este viaje lo realiza	55
CUADRO 16: Donde usted se hospeda cuando visita la Ciudad de Tena.....	55
CUADRO 17: Le agrada donde se encuentra hospedado?	56
CUADRO 18: Cuánto es lo que está pagando por el servicio de hospedaje?.....	57
CUADRO 19: Cuánto es lo que está pagando por el servicio de hospedaje?.....	58
CUADRO 20: Cuánto tiempo usted destina para quedarse en la Ciudad de Tena? ..	59
CUADRO 21: Usted tiene casa propia?.....	59
CUADRO 22: Qué comida prefiere consumir cuando se encuentra en la Ciudad de Tena?.....	60
CUADRO 23: Cómo se entero de los atractivos turísticos que ofrece Tena?	61
CUADRO 24: En su hogar, con qué servicio cuenta?	62
CUADRO 25: Cuál es la actividad que le gusta hacer cuando se encuentra en la Ciudad de Tena?.....	63
CUADRO 26: Qué tipo de deportes extremos le gustaría practicar?.....	64
CUADRO 27: Se preocupa usted por la preservación de la Tierra (naturaleza)?.....	65
CUADRO 28: Cómo ayudaría a preservarla?	65

CUADRO 29: Su género.....	66
CUADRO 30: Su edad	67
CUADRO 31: Nacionalidad	67
CUADRO 32: Le gusta viajar mucho?	68
CUADRO 33: Qué partes del mundo ha visitado? y, qué le ha gustado de éstos?....	69
CUADRO 34: Qué partes de Ecuador ha visitado? y, qué le ha gustado de éstos?...	70
CUADRO 35: Por qué motivo usted se encuentra en la Ciudad de Tena?	71
CUADRO 36: Cómo se entero de los atractivos turísticos que tiene la Ciudad de Tena?	72
CUADRO 37: El medio de transporte que usted utilizó para llegar a la Ciudad de Tena fue:.....	73
CUADRO 38: Este viaje lo realiza	74
CUADRO 39: Dónde usted se hospeda cuando visita la Ciudad de Tena?.....	75
CUADRO 40: Le agrada donde se encuentra hospedado?	75
CUADRO 41: Cuánto es lo que está pagando por el servicio de hospedaje?.....	76
CUADRO 42: Qué le pareció el precio?.....	77
CUADRO 43: Cuánto tiempo usted destina para quedarse en la Ciudad de Tena? ..	78
CUADRO 44: Qué comida prefiere consumir cuando se encuentra en la Ciudad de Tena?	78
CUADRO 45: En su hogar, con qué servicios cuenta?.....	79
CUADRO 46:Cuál es la actividad que le gusta hacer cuando se encuentra en la Ciudad de Tena?.....	80
CUADRO 47: Qué tipo de deportes extremos le gustaría practicar?.....	81
CUADRO 48: Se preocupa usted por la preservación de la Tierra (naturaleza)	82
CUADRO 49: Cómo ayudaría a preservarla?	83
CUADRO 50: Proyección de la Demanda.....	84
CUADRO 51: Cabañas de la Ciudad de Tena y sus Parroquias	86
CUADRO 52: Análisis de la Oferta Histórica	87
CUADRO 53: Análisis de la Oferta Actual	88
CUADRO 54: Proyección de la Oferta	89
CUADRO 55: Proyección de la Demanda Insatisfecha.....	90
CUADRO 56: Competencia directa con la empresa Etsa Soul Lodge Cia. Ltda.	91
CUADRO 57: Precios de la competencia directa	95
CUADRO 58: Aporte Capital Social	105

CUADRO 59: Requisitos para operar.....	105
CUADRO 60: Descripción de las funciones del Recurso Humano necesario para la puesta en marcha.	115
CUADRO 61: determinación de la mejor opción para el sector de la creación de la Empresa.....	120
CUADRO 62: Nómina de Empleados	125
CUADRO 63: Personal requerido para las diferentes áreas de la Empresa.....	125
CUADRO 64: Maquinarias y equipo para el área de cocina de las Cabañas	127
CUADRO 65: Maquinarias y equipo para el área de administración de las Cabañas	128
CUADRO 66: Maquinarias y equipo para el área de habitación de las Cabañas	128
CUADRO 67: Maquinarias y equipo en general de las Cabañas	129
CUADRO 68: Diagrama de flujo para Alojamiento.....	130
CUADRO 69: Diagrama de flujo del servicio de visitas a lugares Turísticos.....	131
CUADRO 70: Diagrama de flujo del servicio reconstrucción de zonas deforestadas	132
CUADRO 71: Costo Edificios (expresado en USD \$)	134
CUADRO 72: Habitaciones.....	135
CUADRO 73: Cocina y Restaurante.....	135
CUADRO 74: Lobby	135
CUADRO 75: Oficina Administrativa.....	136
CUADRO 76: Lavandería.....	136
CUADRO 77: Lobby	136
CUADRO 78: Oficina Administrativa.....	136
CUADRO 79: Lavandería.....	136
CUADRO 80: Cocina y Restaurant	137
CUADRO 81: Administración.....	137
CUADRO 82: Lobby	137
CUADRO 83: Vehículo	138
CUADRO 84: Gastos de Constitución.....	138
CUADRO 85: Capital de Trabajo	139
CUADRO 86: Inversión total del Proyecto	140
CUADRO 87: Inversión de los Socios y Financiamiento.....	141
CUADRO 88: Tabla de Amortización (dividendo fijo).....	142

CUADRO 89: Salario de la Mano de Obra Directa.....	143
CUADRO 90: Servicios Públicos	143
CUADRO 91: Inventario	144
CUADRO 92: Mantenimiento y Reparación	144
CUADRO 93: Seguros.....	144
CUADRO 94: Menaje de Habitación	145
CUADRO 95: Menaje de Cocina.....	145
CUADRO 96: Salarios de Administración	146
CUADRO 97: Suministros de Oficina.....	147
CUADRO 98: Publicidad.....	147
CUADRO 99: Depreciaciones	148
CUADRO 100: Amortizaciones	148
CUADRO 101: Capacidad instalada y utilizada.....	149
CUADRO 102: Maito de Tilapia	150
CUADRO 103: Excursión de un día por persona	150
CUADRO 104: Ingresos	151
CUADRO 105: Estado de Resultados Proyectados.....	152
CUADRO 106: Flujo de Caja del Proyecto Puro	154
CUADRO 107: Flujo de Caja del Inversionista.....	155
CUADRO 108: Cálculo del Costo de Oportunidad.....	157
CUADRO 109: Cálculo del VAN (Excel).....	158
CUADRO 110: Cálculo del TIR (Excel)	159
CUADRO 111: Período de Recuperación.....	160
CUADRO 112: Período de Recuperación a más tiempo	162
CUADRO 113: Cálculo Costos Fijos y Variables	164
CUADRO 114: Punto de Equilibrio	164
CUADRO 115: Balance General	166

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1: Mapa turístico Cantón Tena	8
GRÁFICO 2: Afluencia y Crecimiento de Turistas	42
GRÁFICO 3: Afluencia y crecimiento de Turistas Nacionales a la Ciudad de Tena	44
GRÁFICO 4: Afluencia y crecimiento de Turistas Extranjeros a la Ciudad de Tena	45
GRÁFICO 5: Se preocupa usted por la preservación de la Naturaleza?.....	47
GRÁFICO 6: Desearía ayudarla mientras descansa, se divierte y aprende?	48
GRÁFICO 7: El género de los encuestados es	51
GRÁFICO 8: La edad de los encuestados es:	52
GRÁFICO 9: Ciudad donde provienen.....	53
GRÁFICO 10: Por qué motivo usted se encuentra en la Ciudad de Tena?	53
GRÁFICO 11: El medio de transporte que usted utilizó para llegar a la Ciudad de Tena fue:.....	54
GRÁFICO 12: Este viaje lo realiza.....	55
GRÁFICO 13: Donde usted se hospeda cuando visita la Ciudad de Tena	56
GRÁFICO 14: Le agrada donde se encuentra hospedado?.....	56
GRÁFICO 15: Cuánto es lo que está pagando por el servicio de hospedaje?	57
GRÁFICO 16: Cuánto es lo que está pagando por el servicio de hospedaje?	58
GRÁFICO 17: Cuánto tiempo usted destina para quedarse en la Ciudad de Tena?..	59
GRÁFICO 18: Usted tiene casa propia?	60
GRÁFICO 19: Qué comida prefiere consumir cuando se encuentra en la Ciudad de Tena?.....	60
GRÁFICO 20: Cómo se entero de los atractivos turísticos que ofrece Tena?.....	61
GRÁFICO 21: En su hogar, con qué servicio cuenta?	62
GRÁFICO 22:Cuál es la actividad que le gusta hacer cuando se encuentra en la Ciudad de Tena?.....	63
GRÁFICO 23: Qué tipo de deportes extremos le gustaría practicar?.....	64
GRÁFICO 24: Se preocupa usted por la preservación de la Tierra (naturaleza)?.....	65
GRÁFICO 25: Cómo ayudaría a preservarla?	66
GRÁFICO 26: Su género	66
GRÁFICO 27: Su edad	67
GRÁFICO 28: Nacionalidad.....	68
GRÁFICO 29: Le gusta viajar mucho?.....	68
GRÁFICO 30: Qué partes del mundo ha visitado? y, qué le ha gustado de éstos? ...	69

GRÁFICO 31: Qué partes de Ecuador ha visitado? y, qué le ha gustado de éstos?... 70	70
GRÁFICO 32: Por qué motivo usted se encuentra en la Ciudad de Tena?	71
GRÁFICO 33: Cómo se enteró de los atractivos turísticos que tiene la Ciudad de Tena?.....	72
GRÁFICO 34: El medio de transporte que usted utilizó para llegar a la Ciudad de Tena fue:.....	73
GRÁFICO 35: Este viaje lo realiza.....	74
GRÁFICO 36: Dónde usted se hospeda cuando visita la Ciudad de Tena?	75
GRÁFICO 37: Le agrada donde se encuentra hospedado?.....	76
GRÁFICO 38: Cuánto es lo que está pagando por el servicio de hospedaje?.....	76
GRÁFICO 39: Qué le pareció el precio?	77
GRÁFICO 40: Cuánto tiempo usted destina para quedarse en la Ciudad de Tena?..	78
GRÁFICO 41: Qué comida prefiere consumir cuando se encuentra en la Ciudad de Tena?	79
GRÁFICO 42: En su hogar, con qué servicios cuenta?.....	80
GRÁFICO 43:Cuál es la actividad que le gusta hacer cuando se encuentra en la Ciudad de Tena?.....	81
GRÁFICO 44: Qué tipo de deportes extremos le gustaría practicar?.....	82
GRÁFICO 45: Cómo ayudaría a preservarla?	83
GRÁFICO 46: Proyección de la Demanda	84
GRÁFICO 47: Análisis de la Oferta Histórica	87
GRÁFICO 48: Análisis de la Oferta Actual	88
GRÁFICO 49: Organigrama de Etsa Soul Lodge.....	114
GRÁFICO 50: Diagrama de flujo para Alojamiento	130
GRÁFICO 51: Diagrama de flujo del servicio de visitas a lugares Turísticos	131
GRÁFICO 52: Diagrama de flujo del servicio reconstrucción de zonas deforestadas	132
GRÁFICO 53: Diagrama de flujo para las actividades Turísticas.....	133
GRÁFICO 54: Punto de Equilibrio.....	165

ÍNDICE DE IMÁGENES

IMAGEN 1: Cascadas de Latas	10
IMAGEN 2: Caverna de Latas	12
IMAGEN 3: Playa de Misahuallí	14
IMAGEN 4: Playas Las Sogas	16
IMAGEN 5: Mirador El Calvario	18
IMAGEN 6: Mirador El Ceibo	20
IMAGEN 7: Estación Biológica Jatún Sacha	22
IMAGEN 8: Museo Kamak Maki	24
IMAGEN 9: Mariposario	26
IMAGEN 10: Comida Típica	28
IMAGEN 11: Logotipo de la Empresa	97
IMAGEN 12: Mapa de Micro Localización	119
IMAGEN 13: Fachada frontal de las Cabañas	122
IMAGEN 14: Área administrativa y social	122
IMAGEN 15: Área social	122
IMAGEN 16: Área habitacional bloq. #1	123
IMAGEN 17: Área habitacional bloq. #2	123
IMAGEN 18: Implantación General	123

Resumen Ejecutivo

Esta tesis trata de la Investigación y diseño de una propuesta para crear una empresa turística ecológica educativa en la Provincia de Napo.

La misma que constará con varios servicios profesionales para obtener un mejor resultado social y económico; entre los cuales están, el hospedaje, los deportes extremos y sobre todo la reforestación de la ciudad de Tena.

La meta es la construcción en 5 años de unas Cabañas aptas para la relajación; pero también es, de un cambio de mentalidad para poder reconstruir y contribuir al mantenimiento de la vida natural que nos rodea.

Se muestra la problemática esencial que dio motivo para la creación de una empresa con sello verde, la justificación al desarrollo del presente proyecto y el estudio de mercado, el cual se recopila toda la documentación e investigación realizada, con enfoque a las necesidades de los turistas que visitan la Provincia de Napo.

El estudio técnico detalla las instalaciones, equipos, maquinaria y mobiliario necesario para brindar al turista un servicio cómodo y de buena calidad.

El estudio financiero y la evaluación económica son la etapa importante para la toma de decisiones en las que se identifican la rentabilidad y factibilidad del proyecto; analizando variables tanto internas como externas que afectan las Cabañas Etsa Soul Lodge.

CAPITULO I. ANTECEDENTES

1.1 Introducción

Esta tesis refleja los conocimientos técnicos y prácticos adquiridos durante el periodo estudiantil, conocimientos que fueron alimentándose día tras día gracias a la práctica, el análisis, la investigación y el avance de la ciencia moderna.

El contenido de la presente tesis está orientado al desarrollo de un proyecto empresarial de turismo ecológico educativo, para el cual se realiza el diseño de la empresa, programación de servicios, análisis de costos y marketing.

En la actualidad, el cambio climático afecta e influye directamente a la sociedad mundial, siendo el principal causante de esta situación, la emisión excesiva del CO₂ y la tala indiscriminada de árboles.

De ésta problemática, surge la idea de crear una empresa en la Amazonía ecuatoriana que prestará varios servicios al turista nacional y extranjero, pero principalmente contribuirá a la preservación de la Naturaleza mediante charlas o talleres dictados a los visitantes y usuarios de la empresa, con los que se procurará concienciar a las personas para que colaboren con la reconstrucción y preservación del Ambiente Natural.

La finalidad de este trabajo es aportar con el desarrollo y engrandecimiento de: La facultad de Administración de empresas con la Escuela de Ingeniería Comercial, la Provincia de Napo y por ende El País, esperando generar fuentes de trabajo, y mejorar la calidad de vida de los Ecuatorianos así como mantener la naturaleza para futuras generaciones.

1.2 Provincia de Napo

1.2.1 Breve Historia

Esta zona de la región ecuatoriana estuvo siempre habitada, desde los tiempos prehistóricos, por los pueblos jíbaros y nómadas amazónicos. En los territorios

prehispánicos y pre inca, se asentaron los quijos, pueblos comerciantes de oro, canela, algodón y plantas medicinales.

La historia indica que desde esta zona, en 1542, partieron los conquistadores españoles Gonzalo Pizarro y Francisco de Orellana al descubrimiento del Río Amazonas.

La provincia de Napo y su Capital, fueron creadas, en 1959, hecho que marcó la separación definitiva de Pastaza. En 1998, parte de su territorio fue dividido para dar paso a la confirmación de la Provincia de Orellana.

1.2.2 Descripción de la Provincia de Napo

La gran llanura amazónica ecuatoriana empieza justo donde los Andes terminan su descenso vertiginoso desde las nieves perpetuas del Antisana, este lugar marcado por la alta diversidad biológica es el lugar propicio para admirar paisajes espectaculares.

El sur de la provincia tiene cosas sorprendentes como bosques en donde llueve varios días al año con árboles inmensos y ríos que invitan a descenderlos en una balsa de goma o en una canoa de plástico, estas opciones se complementan con lugares para la aventura y la leyenda como Talag, la puerta oriental de los míticos Llanganates, donde se afirma, está escondido el tesoro de Atahualpa. Estas son algunas de las razones para visitar esta maravillosa provincia.

La provincia de Napo es una zona con una amplia gama de bellezas paisajísticas únicas; la indescriptible riqueza en flora y fauna con su formidable diversidad de especies, al igual que la presencia de refugios naturales de varias especies como el Tapir (o Danta), Oso de anteojos y la variedad y diversidad de nichos ecológicos conservados en distintos lugares del bosque primario de la zona, todos ellos son parte de las reliquias de nuestra biodiversidad que puede ser ofertada a un ecoturismo organizado, controlado y orientado, permitiendo de esta forma su conservación, utilización y manejo de manera racional, esto y mucho más hace de esta Provincia un lugar encantador para el visitante; ya que tiene una gran diversidad de atractivos turísticos como:

- | | | |
|--------------------------|----------------------------------|------------------|
| * Bosques | *Patrimonio Forestal | *Ríos |
| *Poblaciones indígenas | *Viveros de plantas medicinales | *Balnearios |
| *Experiencias Shamánicas | *Prácticas de deportes acuáticos | *Cuevas/Cavernas |

Además se encuentra rodeada de tres áreas protegidas como el Parque Nacional Llanganates, Reserva Ecológica Antisana y el Parque Nacional Sumaco-Napo Galeras de las cuales, el Sumaco es considerado por la UNESCO “Reserva de Biosfera” del Mundo, en Noviembre del 2000.¹

1.2.2.1 Datos generales de la Provincia

Capital: Tena

Superficie: 12.476 Km.

Altitud: 512 msnm.

Población: 79.139 habitantes

Clima: Cálido- Húmedo

Temperatura: Oscila entre los 9°C a 25 °C

Distancias Terrestre de Tena a:

Quito 186 Km.;

Guayaquil, 497 Km.;

Cuenca 449 Km.

Vías de acceso: Desde Quito por la vía Papallacta-Baeza; o por Latacunga, Ambato, Baños, Puyo, Tena

Transporte Aéreo: El aeropuerto del Tena, es básico para el intercambio comercial en la provincia; El Gobierno Nacional, desde 2006 nos prometió construir un aeropuerto a nivel Internacional para que los turistas viajen directamente desde su país hasta la Amazonía Ecuatoriana, hecho que en el 2011 ya culmina. (En el mes de mayo se inauguró por el Presidente Rafael Correa, pero aún falta ultimar detalles)

¹Sumaco Reserva de Biósfera, marzo 2011. <http://www.sumaco.org>

CUADRO 1: Población de la Provincia de Napo

NAPO: POBLACIÓN POR SEXO, TASAS DE CRECIMIENTO E ÍNDICE DE MASCULINIDAD, SEGÚN CANTONES. CENSO 2001								
CANTONES	P O B L A C I Ó N						IM (H/M)*100	Cantón/Prov. %
	TOTAL	TCA %	HOMBRES	%	MUJERES	%		
TOTAL PROVINCIA	79.139	3,0	40.284	50,9	38.855	49,1	103,7	100,0
TENA	46.007	3,0	23.213	50,5	22.794	49,5	101,8	58,1
ARCHIDONA	18.551	2,8	9.251	49,9	9.300	50,1	99,5	23,4
EL CHACO	6.133	2,9	3.230	52,7	2.903	47,3	111,3	7,7
QUIJOS	5.505	3,3	2.993	54,4	2.512	45,6	119,1	7,0
CARLOS J. AROSEMENA*	2.943	3,3	1.597	54,3	1.346	45,7	118,6	3,7

TCA = Tasa de Crecimiento Anual del período 1990 - 2001

Cantón Tena = 58,1% de la población de la Provincia.

La Provincia de Napo se desmembró para la creación de la Provincia de Orellana.

IM = Índice de Masculinidad

H = Hombres M = Mujeres

Fuente: INEC Ecuador. Napo, población por sexo, 2001

1.3 Cantón Tena

1.3.1 Breve Historia

Cuando los españoles fundaron las ciudades de Archidona, Ávila y Alcalá del Río Dorado, se repartieron las tierras, incluidos los indígenas que allí habitaban, para su explotación y beneficio.

Los indígenas cansados de soportar los excesos de los españoles huyeron hacia la selva, escogieron las orillas de los ríos Tena, Pano o Napo para formar sus centros poblados.

Con la llegada de los Jesuitas estas concentraciones humanas tomaron los nombres de Tena, Puerto Napo, San Javier (cerca de donde hoy es Puerto Misahuallí), Ahuano, Santa Rosa, entre otras. Fueron Pueblos que pertenecían al radio de influencia de Archidona. Unos desaparecieron mientras otros adquirieron su propio prestigio.

Los quijos, en determinado momento de la historia, perdieron su idioma original y pasaron a llamarse quichuas, alamas o yumbos.

Los grupos quichuas se diferenciaban unos a otros tomando el nombre del lugar donde habitaban, así teníamos los panos, misahuallíes, ongotas, ahuanos, etc.

En la época de la conquista española nuestro Cantón formó parte del territorio de la Gobernación de Quijos; en los primeros tiempos de la república perteneció a la Provincia de Pichincha como parte integrante del Cantón Quijos. Desde 1861 se crea la Provincia de Oriente y este territorio entra a formar parte del cantón Napo, nombre que se mantiene hasta el 30 de Abril de 1969 en que pasa a denominarse Tena.

Fechas Cívicas Cantonales

15 de Noviembre de 1560:	Fundación de Tena
30 de abril de 1959:	Cantonización de Tena
15 de diciembre de 1920:	Parroquialización de Puerto Napo
30 de abril de 1969:	Parroquialización de Chonta Punta, Ahuano, Pano y Misahualli.
26 de Julio de 1996:	Parroquialización de Talag

1.3.2 Descripción de la Ciudad de Tena

Conocida también como “San Juan de los Dos Ríos de Tena”, se dice que es un rincón de ensueños, paraíso de ilusiones, Capital de la provincia petrolera de Napo. Sus progresos son notables en los diferentes aspectos, destacándose de manera especial el turismo y el ecoturismo.

La capital provincial es una pequeña ciudad ordenada y dividida en dos por el río , la tranquilidad y amabilidad de su gente se siente en sus estrechas calles , en la orilla se encuentra el malecón con espacios acogedores y muy bien mantenidos como restaurantes, bares y miradores que invitan a pasar un agradable momento.

Los recursos naturales con los que cuenta el Cantón son muy variados, por un lado, tiene numerosos espacios geográficos naturales, como elevaciones, montañas, cascadas, flora, fauna, recursos hídricos, culturas étnicas, que atraen y agradan a los turistas y muchos de ellos son utilizados para la investigación científica y para el desarrollo del turismo que actualmente está en un gran auge. Además, la Provincia de Napo cuenta con una parte del Parque Nacional Llanganates y de la Reserva de Biósfera Sumaco Napo - Galeras.

La ciudad se halla enmarcada por los ríos Tena y Pano, que le dan un encanto original, su clima cálido húmedo se modera en gran medida por la influencia de estos dos ríos, cuyas orillas ofrecen sus arenas y aguas cristalinas para deleite de sus habitantes, turistas nacionales y extranjeros que la visitan. Su ambiente sereno la convierte en un lugar propicio para el descanso y la tranquilidad; llena de paisajes de verdor permanente y un horizonte que contrasta con la belleza imponente del Sumaco.

Los habitantes se dedican de preferencia a la agricultura y ganadería. Es notable la variedad de productos que se dan en la región tales como: café, cacao, maíz, plátano, yuca, naranja, naranjilla, etc. Existen yacimientos auríferos, que en tiempo de la colonia, sirvieron para adornar y cubrir con oro las iglesias quiteñas.

Tena ha tenido un cambio en su estructura socio-económica, por la constante llegada de colonos, atraídos por sus riquezas y otras cualidades, dentro de las actividades comerciales.

A Tena se la conoce como la Centenaria “Ciudad de la Canela”, ubicada en el centro de la Amazonía ecuatoriana. Lugar de exuberante belleza escénica de flora, fauna y cultura que hoy en día son catalogadas las mejores en el mundo.

1.3.2.1 Datos generales del Cantón

GRÁFICO 1: Mapa turístico Cantón Tena



Fuente: Itur Tena, 2007

Limites:

Norte: Cantón Archidona y Provincia de Orellana

Sur: Provincias de: Tungurahua, Pastaza y Cantón Arosemena Tola.

Este: Provincia Francisco de Orellana.

Oeste: Provincias de Cotopaxi y Tungurahua.

Superficie: 5.101,1 Km.2

Altitud: El rango altitudinal en el cantón Tena va desde los 300 m.s.n.m en la zona más al Este de la provincia y de la parroquia Chontapunta, en las riveras del Río Napo, hasta los 4200 m.s.n.m. en los límites con la provincia de Cotopaxi y la parroquia de Archidona.

Temperatura: Se ubica en la parte baja y alta de la provincia de Napo. Con una temperatura promedio de 25° C, humedad relativa 83% y lluvias casi todo el año (SIG ECORAE, 2002).

División Política: Tena es la cabecera cantonal y capital de la provincia de Napo. La mayor parte de la población es rural. Tena está conformada por 7 parroquias que son: Tena (urbana) y las parroquias rurales, Ahuano, Chontapunta, Pto. Misahuallí, Pano, Pto. Napo y Talag.

Actividad Económica.- En la zona urbana se desarrollan actividades como el comercio, y los servicios terciarios para el sector privado y público, en los que se destacan las profesiones liberales, el comercio, el turismo; en el área rural la actividad ganadera es preponderante y en menor grado la agricultura.

Estratos Sociales.- Clase alta compuesta por los funcionarios públicos y privados en el ámbito de gerencia, jefaturas y direcciones, clase política, hacendados. Clase media compuesta por comerciantes, medianos propietarios de restaurantes, transportistas, funcionarios medios públicos y privados, finqueros. Clase baja compuesta por indígenas, vendedores ambulantes, peones agrarios.

Grupos étnicos.- En la zona urbana predomina la población mestiza migrantes de las provincias de Tungurahua, Bolívar, Pichincha, Loja y sus hijos nacidos en el Tena, además de este significativo grupo está la población indígena de nacionalidad Kichwa que viven en la zona rural y son denominados nativos. La población indígena Kichwa tiene en la parroquia un mejor nivel de vida en cuanto a la calidad y dotación de los servicios básicos, servicios educativos, salud, asistencia social, comercio, seguridad pública, por el hecho de estar asentados en la capital provincial con mayor capacidad de atender a la población sea mestiza o indígena. Otro elemento de relevar es el nivel de organización de la población indígena y que está en el centro del poder político provincial.

Principales Distancias De Tena A:

Puyo	79 Km.	Ambato	180 km.	Quito	186 km.
Latacunga	227 km.	Tulcán	396 km.	Rumichaca	400 km.
Esmeraldas	497 km.	Loja	598 km.	Macará	788 km.

1.4 Descripción de los principales atractivos turísticos de la Capital de Napo.

1.4.1 Principales atractivos naturales del Cantón Tena

CASCADA

ATRACTIVO # 1

Categoría: Sitios naturales

Tipo: Río

Subtipo: Cascada

Nombre: Cascadas de Latas

IMAGEN 1: Cascadas de Latas



Fuente: La Autora

UBICACIÓN

Las cascadas se encuentran a 7,8 Km., al noroeste de la del poblado de Pto. Napo, en las siguientes coordenadas 01°01'29'' latitud sur y 77°43'45'' longitud Oeste, y a una altitud de 557 m.s.n.m.²

LOCALIDAD: Parroquia Puerto Misahuallí – Sector 8 de Septiembre (Latas)

DISTANCIA AL CENTRO URBANO MÁS CERCANO AL ATRACTIVO

La cabecera parroquial Puerto Napo, a 7.8 Km

²MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR, *El Levantamiento Del Inventario Georeferencial De Atractivos Turísticos Urbanos Y Rurales De La Provincia De Napo*, 2007.

DISTANCIA A OTROS ATRACTIVOS CERCANOS

- □ Gruta de latas a 800 m
- Río Umbuni a 100 m.

CALIDAD

CARACTERÍSTICAS

Los 3 sitios naturales que se encuentran a lo largo de 800 m en el curso del río Umbuni, el atractivo más relevante es la que se encuentra en la parte más lejana con respecto a las dos restantes; en ese sector se puede apreciar piedras de gran tamaño, que van desde los 1 a 5 m de diámetro que obstaculizan el flujo de la corriente del río, formando los saltos de agua y los vados; tal es así, en su trayectoria de río forma un tobogán. Sus aguas son cristalinas cuando no llueven; posee una buena vista escénica.

VALOR INTRÍNSECO

Este sitio natural de tipo río y clasificado como cascada por las caídas de agua: la primera siendo la más grande con una caída de agua de 20 m aproximadamente, la formación del vado es de (12 m de largo por 6 m de ancho), profundidad de 2 m.; a unos 400 m siguiendo su rivera nos encontramos con una formación geológica de unos 30 m. de largo, la misma que forma un tobogán natural; la tercera se encuentra a unos 100 m de la vía (Tena-Puerto Misahuallí), con una caída de agua de 2,5 m, la misma que forma un vado de 5 m. de diámetro, 1.5 m de profundidad. La altitud que varía este trayecto es de 433 a 557 m.s.n.m.

VALOR EXTRÍNSECO

Esta cascada, como la mayoría que se localizan en este cantón, tiene un valor cultural para las comunidades originarias de estos sectores. Las principales actividades turísticas que se pueden realizar en este sitio son: observación del paisaje escénico, caminata por el bosque primario, interpretación de flora y fauna, safari fotográfico, baño en la cascadas, deslizarse en el tobogán natural, observación de diferentes mariposas, la de mayor vistosidad es la amorfo.

FACILIDADES O SERVICIOS TURÍSTICOS

El atractivo no cuenta con servicios turísticos, pero a 10 minutos en el poblado de Puerto Napo puede encontrar servicios turísticos de alimentación, transporte, telefonía y guía especializada.

CAVERNA

ATRACTIVO # 1

Categoría: Sitios naturales

Tipo: Fenómenos espeleológicos

Subtipo: Caverna

Nombre: Caverna de Latas

IMAGEN 2: Caverna de Latas



Fuente: La Autora

UBICACIÓN

La gruta de Latas, se encuentra a 7 Km del poblado de Puerto Napo y 7,5 Km del Parque central de Puerto Misahuallí, en las siguientes coordenadas 01° 01' 55'' de latitud Sur y 77° 44' 05'' de longitud Oeste y a una altitud de 433 m.s.n.m.³

LOCALIDAD: Parroquia Puerto Misahuallí – Sector 8 de Septiembre (Latas)

DISTANCIA AL CENTRO URBANO MÁS CERCANO AL ATRACTIVO

La cabecera parroquial Puerto Napo, a 7 Km

³MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR, *El Levantamiento Del Inventario Georeferencial De Atractivos Turísticos Urbanos Y Rurales De La Provincia De Napo*, 2007.

DISTANCIA A OTROS ATRACTIVOS CERCANOS

- Cascadas de latas a 100, 400 y 800 m
- Río Umbuni a 100 m.

CALIDAD

CARACTERÍSTICAS

En el sector 8 de septiembre, más conocido como “Latas”; ubicada al sureste de la cabecera cantonal Tena, provincia de Napo, se encuentra la gruta de Latas 7 Km de Puerto Napo el poblado más cercano.

La vegetación que presenta este sitio pertenece a la de un bosque secundario,

VALOR INTRÍNSECO

Este sitio natural de tipo fenómeno espeleológico, tiene 50 m aproximadamente de largo, ancho varía de 1 a 5 m., altura de la bóveda es de 2.5 m; en su interior se puede apreciar una pequeña corriente de agua que sale a desembocar el río Umbuni; tipo de formación rocosa piedra caliza. Además se puede observar formaciones geológicas de estalactitas y estalagmita, éstas se forma a lo largo de miles de años por precipitación de los minerales contenidos en las aguas subterráneas que se filtran, muy despacio, a través del techo de la cueva. En su interior se puede ver especies de Murciélago frutero chico y falso vampiro. La cueva solo tiene una sola vía, por lo que se regresa por donde se ingresa.

VALOR EXTRÍNSECO

Este sitio natural, tipo fenómeno espeleológico llamado gruta, como las demás anteriores guardan historias muy interesantes, por lo que muchas personas tienen algo de temor para ingresar, creen que habitan espíritus malignos dentro de ella; se recomienda llevar botas de caucho, gorra, linterna de muy buena iluminación, machete, guía, cámara fotográfica. Además, entran cuando no haya llovido mucho, para que pueda caminar con facilidad.

FACILIDADES O SERVICIOS TURÍSTICOS

El atractivo no cuenta con servicios turísticos, pero a 10 minutos en el poblado de Puerto Napo puede encontrar servicios turísticos de alimentación, transporte, telefonía y guía especializada.

PLAYAS

ATRACTIVO # 1

Categoría: Sitio natural

Tipo: Área protegida

Subtipo: Playa (balneario)

Nombre: Playa de Misahuallí

IMAGEN 3: Playa de Misahuallí



Fuente: La Autora

UBICACIÓN

El balneario y área protegida Playa de los monos, se encuentra aproximadamente a 21 Km al Sureste de la ciudad de Tena, y se localiza en las siguientes coordenadas: 1° 02' 07'' de latitud Sur y 77° 39' 55'' de longitud Oeste y a una altitud de 395 m.s.n.m.⁴

LOCALIDAD: Parroquia Misahuallí, Pto. Misahuallí

DISTANCIA AL CENTRO URBANO MÁS CERCANO AL ATRACTIVO

- A 21.5 Km. de la ciudad del Tena
- A 16 Km. de Pto. Napo

⁴MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR, *El Levantamiento Del Inventario Georeferencial De Atractivos Turísticos Urbanos Y Rurales De La Provincia De Napo*, 2007.

DISTANCIA A OTROS ATRACTIVOS CERCANOS

- A 2,6 Km. del Centro de Reproducción de Mariposas
- A 1 Km. del Jardín Botánico “Amarun Kausai”
- A 1,4 Km. De la comunidad de “Shiripuno”

CALIDAD

CARACTERÍSTICAS

La Playa de los monos se encuentra “mayormente” en el Río Misahuallí. La playa tiene aproximadamente 700 m de largo por 150 m de ancho, la arena es de color marrón con ligeros tintes amarillos, de tipo areniscas arcillosas. En esta zona está ubicada en la confluencia del río Misahuallí con el río Napo (es navegable). El agua es de color verde amarillento, turbia con una temperatura promedio de 17 grados centígrados. La vegetación que rodea al atractivo es de tipo primario y parte secundario, por la poca explotación de los recursos naturales.

VALOR INTRÍNSECO

Este lugar es un sitio natural clasificado como Área protegida y pertenece al subtipo playa de río, se lo considera como un lugar de conservación, descanso y esparcimiento. La facilidad de acceso es importante, ya que la carretera se encuentra en buen estado. Por ser un río navegable, se puede descubrir muchos paisajes y poblaciones a lo largo de un recorrido en canoa a motor. La altura registrada del atractivo es de 395 m.s.n.m.

VALOR EXTRÍNSECO

La playa que corresponden al atractivo ha sido declarada Área Protegida por lo que su protección y conservación es primordial, recibe turistas nacionales y extranjeros. El bosque es parte primario y secundario. Esta es un área intervenida, relativamente poblada, se cuenta con insuficiente rotulación. En el atractivo mismo se puede realizar actividades turísticas como: fotografía, baño, descanso y deportes acuáticos.

FACILIDADES O SERVICIOS TURÍSTICOS

Los servicios turísticos que posee es te sitio son: transporte, alimentación, guía y hospedaje. Las Cooperativas de Transporte que cubren esta Ruta (Tena - Misahuallí) son: Cooperativa de Transportes Centinela del Tena y Jumandy.

ATRACTIVO # 2

Categoría: Sitio natural

Tipo: Río

Subtipo: Playa (balneario)

Nombre: Balneario la Soga

IMAGEN 4: Playas Las Sogas



Fuente: La Autora

UBICACIÓN

El balneario natural “La Soga”, se encuentra en ubicado en el barrio que lleva el mismo nombre del atractivo, en la zona 18, en las siguientes coordenadas: 00° 59’26’’ de latitud Sur y 77° 49’ 33’’ de longitud Oeste y a una altitud de 522 m.s.n.m.⁵

LOCALIDAD: Parroquia Tena - Barrio La Soga

DISTANCIA AL CENTRO URBANO MÁS CERCANO AL ATRACTIVO

Poblado de Tena a 2 Km.

DISTANCIA A OTROS ATRACTIVOS CERCANOS

- Balneario Peñas Coloradas a 2 Km
- Balneario Isla del Amor a 600 m.

⁵MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR, *El Levantamiento Del Inventario Georeferencial De Atractivos Turísticos Urbanos Y Rurales De La Provincia De Napo*, 2007.

CALIDAD

CARACTERÍSTICAS

El balneario natural localizado en Río Tena, de propiedad de la familia Andy, ubicado en el barrio “La Soga”, está funcionando desde hace unos 15 años, donde acuden pobladores locales y visitantes nacionales y extranjeros (eventualmente) para darse un chapuzón en los días que incrementa su temperatura, días feriados y fines de semana; según, datos estimados por sus dueños, llegan 300 visitantes por semana. El vado que forma el río Tena en este sector es de 100 m., aproximadamente, la playa que está compuesta en su gran mayoría por arena de color blanquizo y piedras pequeñas.

VALOR INTRÍNSECO

El Balneario “La Soga” es un sitio natural con un caudal regular de aguas de color un tanto verdoso; las dimensiones que forma en este sitio el vado es 100 m de largo, 25 m ancho, 2.8 m profundidad. La parte firme que forma la playa a lo largo del balneario tiene 35 m de ancho aproximadamente, en su mayor parte compuesta de arena y en menor cantidad por piedras pequeñas que se encuentra a lo largo de la rivera; en el río se puede apreciar especies de peces pequeños. La altitud en la que se registra este atractivo es de 522 m.s.n.m.

VALOR EXTRÍNSECO

A este balneario natural se dan cita los habitantes locales y visitantes los fines de semana y los días feriados en un mayor número; según entrevista a vendedores de alimentos en este sector se estima que aproximadamente llegan 300 visitas cada fin de semana, y entre semana acuden en un menor cantidad. Entre las principales actividades que se pueden realizar en este sitio es: tubing, baño, bajar en pequeños botes, etc.

FACILIDADES O SERVICIOS TURÍSTICOS

El atractivo tiene servicios turísticos, en el margen izquierdo se encuentra chozas (4), 3 para comida, 1 para discoteca; además, canchas de fútbol (1), vóley (3). A 15 minutos en la cabecera cantonal se puede encontrar todos los servicios turísticos como: hospeda, alimentación, transporte, internet, telefonía (fija y móvil), guías.

MIRADOR

ATRACTIVO # 1

Categoría: Sitio natural

Tipo: Montaña

Subtipo: Mirador

Nombre: El Calvario

IMAGEN 5: Mirador El Calvario



Fuente: La Autora

UBICACIÓN

El mirador “El Calvario”, se encuentra al Noroeste de la ciudad de Tena (8.4 Km aprox.). Se localiza en las siguientes coordenadas: 00° 57’ 49’’ de latitud Sur y 77° 53’ 12’’ de longitud Oeste y una altitud de 914 m.s.n.m.⁶

LOCALIDAD: Parroquia Tena Comunidad El Calvario

DISTANCIA AL CENTRO URBANO MÁS CERCANO AL ATRACTIVO

- A 3 K m. del poblado de El Calvario
- A 4 km. del poblado de Tiwintza

DISTANCIA A OTROS ATRACTIVOS CERCANOS

- A 2 Km. del río Lupi
- A 1 Km. del nido de Aves “Tayos” (Kakapishco)

⁶MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR, *El Levantamiento Del Inventario Georeferencial De Atractivos Turísticos Urbanos Y Rurales De La Provincia De Napo*, 2007.

CALIDAD

CARACTERÍSTICAS

Para llegar a este atractivo se recorre un sendero de 3 Km., existe una peña o desfiladero de aproximadamente 200 metros de altura en el medio hay una abertura de 80 m. que sirve como nido para aves conocidas como “Tayos”, que en bandada de por lo menos 10 individuos revolotean, pero no son la única especie que habita este sitio, también se puede observar loros, pericos que llegan a las laderas para consumir la tierra que contiene minerales faltantes en su dieta diaria.

VALOR INTRÍNSECO

Este sitio natural tipo colina pertenece a una zona formada por terrazas antiguas altas. La vegetación es mayormente bosque secundario con relictos de bosque primario, tanto en el trayecto del sendero (se cruza varios arroyos y un río), En el trayecto se observa variedad de especies de flora y fauna.

VALOR EXTRÍNSECO

En el atractivo mismo se puede realizar actividades turísticas como: fotografía, observación de aves y otras especies de fauna además de un sin número de especies de flora, caminatas guiadas, baño y descanso, además es un sitio de interés científico.

FACILIDADES O SERVICIOS TURÍSTICOS

Las facilidades turísticas como alojamiento, alimentación se las puede conseguir en el Tena, mientras que la guía se puede obtener en la comunidad de Calvario.

ATRACTIVO # 2

Categoría: Sitio natural

Tipo: Loma

Subtipo: Mirador

Nombre: Mirador el ceibo

IMAGEN 6: Mirador El Ceibo



Fuente: La Autora

UBICACIÓN

El mirador el Ceibo, se ubica en la comunidad de Yutzupino a 1,55 km del poblado de Puerto Napo, en las siguientes coordenadas: 01° 02'42'' de latitud Sur y 77° 48' 31'' de longitud Oeste y a una altitud de 508 m.s.n.m.⁷

LOCALIDAD: Parroquia Puerto Napo- comunidad Yutzupino

1.6 DISTANCIA AL CENTRO URBANO MÁS CERCANO AL ATRACTIVO

- Se encuentra ubicado a 1,55 Km de la cabecera parroquial de Puerto Napo.
- Se encuentra ubicado a 8 Km de la cabecera cantonal Tena.

DISTANCIA A OTROS ATRACTIVOS CERCANOS

- Árbol el Ceibo, a 80 m.
- Unión de los ríos Jatunyaku y Anzú, a 100 m.

CALIDAD

CARACTERÍSTICAS

Se encuentra rodeado de bosque secundario, las especies de flora y fauna características se presentan a continuación: laurel (*Cordia Olliodora*), Cedro (*Cedrela Odorata*), Pigüe (*Pollalesta Discolor*), Balsa (*Heliocarpus americanus*), Ungurahua (*Oenocarpus bataua*), Chambira (*Astrocaryum chambira*), Guayaba (*Psidium guajaba*), Balsamo (*Miroxylon balsamo*) "PAPILIONACEAE" y especies epifitas.

⁷MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR, *El Levantamiento Del Inventario Georeferencial De Atractivos Turísticos Urbanos Y Rurales De La Provincia De Napo*, 2007.

VALOR INTRÍNSECO

Este sitio natural de tipo loma, está rodeado de bosque secundario; desde este sector se puede observar el río Napo por la unión de los dos ríos Jatún Yaku y Anzú, parte de la llanura Amazónica, este mirador está orientado desde el noreste hacia sureste, y algunos poblados cercanos.

A unos 80 m. en dirección este del mirador, se localiza el árbol de Ceibo, en las siguientes coordenadas: 01° 02' 40'' de latitud Sur y 77° 48' 32'' de longitud Oeste y a una altitud de 515 m.s.n.m., se estima que tiene más de 300 años de vida, altura de 50 metros aproximadamente, diámetro entre 3 a 5 m., con raíces muy extensas de 10 m. de largo, ocupa una área de 50 metros cuadrados. En sus extensas ramas se observan nidos de aves, casas de avispas y plantas epífitas. La altitud en la que se registra este atractivo es de 508 m.s.n.m.

VALOR EXTRÍNSECO

Se puede realizar visitas organizadas de carácter turístico. Los dos atractivos se encuentran a 80 m el uno del otro y se puede realizar actividades como: observación de aves, el árbol de ceibo, interpretación ambiental, vista paisajística de la llanura Amazónica y los ríos (Napo, Jatún Yaku y Anzú).

FACILIDADES O SERVICIOS TURÍSTICOS

El atractivo no tiene servicios turísticos. Cuenta de forma indirecta con los servicios de alimentación y guía, del poblado de Puerto Napo.

BOSQUE PROTECTOR

ATRACTIVO # 1

Categoría: Sitio natural

Tipo: Sistema nacional de áreas protegidas

Subtipo: Estación biológica

Nombre: Estación biológica Jatún Sacha

IMAGEN 7: Estación Biológica Jatún Sacha



Fuente: Itur Tena, 2010

UBICACIÓN

Estación Biológica Jatún Sacha, se encuentra a 28 Km., al Sureste de la cabecera cantonal Tena, en las siguientes coordenadas 01° 03' 58'' S y 77° 36' 52'' W, y a una altitud de 408 m.s.n.m.⁸

LOCALIDAD: Parroquia Misahuallí – Colonia Libertad

DISTANCIA AL CENTRO URBANO MÁS CERCANO AL ATRACTIVO

Se encuentra ubicado a 8 Km. del poblado Misahuallí.

DISTANCIA A OTROS ATRACTIVOS CERCANOS

- Jardín Botánico Ishpingo a 1,5 Km.

CALIDAD

CARACTERÍSTICAS

La Estación Biológica de propiedad de la Fundación Jatún Sacha Bosque siempre verde de tierras bajas. Este tipo de vegetación incluye los bosques sobre colinas y bosques sobre tierras planas bien drenadas, es decir no inundables, y los bosques en tierras planas pobremente drenados. Los bosques siempre verdes amazónicos son altamente heterogéneos y diversos, con un dosel que alcanza los 30 m de altura y árboles emergentes que superan los 40 m o más de altura. Son los llamados bosques de tierra firme que cubren la mayor parte de las tierras bajas amazónicas. Se incluyen

⁸MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR, *El Levantamiento Del Inventario Georeferencial De Atractivos Turísticos Urbanos Y Rurales De La Provincia De Napo*, 2007.

los bosques sobre suelos relativamente planos de origen aluvial pero que actualmente no reciben la influencia de los ríos, en especial aquéllos entre los ríos Arajuno y Napo.

VALOR INTRÍNSECO

La Estación Biológica comprende una extensión de 2.100 hectáreas de bosque primario, esta zona corresponde al Bosque Húmedo Tropical. Según estudios realizados, han demostrado que existen 250 especies de árboles en una hectárea, cerca de 1.500 especies de plantas en la misma área. De las más de 1.000 especies de árboles catalogadas por Neill & Palacios, en la Amazonía Ecuatoriana, 17 especies nuevas fueron encontradas en la reserva de la estación.

VALOR EXTRÍNSECO

El nombre Jatún Sacha, palabra Kichwa, que significa Bosque Grande. La Fundación fue creada en 1986, por la necesidad de conservar el bosque primario; para la investigación, educación y la recreación. En 1993, The International Children's Rainforest Network, declaro a Jatún Sacha como el segundo Bosque Eterno de los Niños siendo el primero Monteverde en Costa Rica. Las principales actividades turísticas que se pueden realizar en este sitio son: observación del paisaje escénico, canopy, caminata por el bosque primario, interpretación de flora y fauna, safari fotográfico.

FACILIDADES O SERVICIOS TURÍSTICOS

Se puede encontrar guianza especializada en la oficina administrativa de la Fundación Jatún Sacha, el poblado más cercano se encuentra Puerto Misahuallí, en donde se puede conseguir, hospedaje, alimentación, servicio telefónico y transporte.

1.4.2 Principales atractivos turísticos culturales del Cantón Tena

MUSEO

ATRACTIVO # 1

Categoría: Manifestaciones Culturales

Tipo: Histórico

Subtipo: museo etnográfico

Nombre: museo Kamak Maki

IMAGEN 8: Museo Kamak Maki



Fuente: La Autora

UBICACIÓN

El Museo Kamak Maki, se encuentra a 5 Km., al Sureste del poblado de Puerto Misahuallí, en las siguientes coordenadas 01° 03' 53'' de latitud Sur y 77° 38' 20'' de longitud Oeste, y a una altitud de 407 m.s.n.m.⁹

LOCALIDAD: Parroquia Misahuallí – Sector Chichico Rumi

DISTANCIA AL CENTRO URBANO MÁS CERCANO AL ATRACTIVO

Se encuentra ubicado a 5,3 Km del poblado Misahuallí.

⁹MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR, *El Levantamiento Del Inventario Georeferencial De Atractivos Turísticos Urbanos Y Rurales De La Provincia De Napo*, 2007.

DISTANCIA A OTROS ATRACTIVOS CERCANOS

- Jardín Botánico Ishpingo, a 1,2 Km.
- □ Río Napo, a 200 m.

CALIDAD

CARACTERÍSTICAS

Esta manifestación cultural, cuya función principal es de mostrar a turista y visitantes las distintas herramientas, armas, atecillos de cocina, instrumentos musicales, artesanías y trampas, que por décadas han sido utilizadas por los habitantes de las culturas de la Amazonía. Como complemento del museo, se encuentra un área de terreno para la demostración de especies medicinales.

VALOR INTRÍNSECO

Las 2 hectáreas de terreno que ocupa el Museo Kamak Maki, está distribuido en diferentes áreas: En el museo se observa, diferentes trampas, armas y utensilios de cocina, que utilizaban los habitantes autóctonos de esta zona para el convivir diario. En la cacería, utilizaban armas elaboradas manualmente como: lazas, cerbatana, hachas y puntas de piedra; trampas para peces, aves, mamíferos grandes y pequeños; utensilios elaborados en barro; instrumentos musicales, los mismos que son utilizados en sus eventos culturales y artesanías elaboradas en balsa.

VALOR EXTRÍNSECO

El Museo Kamak Maki, de propiedad de la familia Andy (15 miembros), en este sitio se exhibe las distintas armas, trampas, utensilios, artesanías y especies de flora y fauna, destinado a la educación e interpretación. Las principales actividades turísticas que se pueden realizar en este lugar son: observación de las distintas especies de plantas medicinales, caminatas por el sendero, visita al museo, intercambio cultural, safari fotográfico, etc.

FACILIDADES O SERVICIOS TURÍSTICOS

Se puede encontrar guía especializada, alimentación, alojamiento, transporte, servicio de internet en el poblado de Puerto Misahualli.

MARIPOSARIO

ATRACTIVO # 1

Categoría: Manifestación cultural

Tipo: realizaciones Técnicas y Científicas

Subtipo: Mariposario

Nombre: centro de reproducción de mariposas Misahuallí

IMAGEN 9: Mariposario



Fuente: La Autora

UBICACIÓN

El Centro de Reproducción de Mariposas Misahualli, se encuentran al Sureste de la ciudad de Tena (22 Km), y al Este del Pto. Napo (15.8 Km). Se localizada en las siguientes coordenadas: 01° 02' 09'' de latitud Sur y 77° 41' 04'' de longitud Oeste y a una altitud de 452 m.s.n.m.¹⁰

LOCALIDAD: Parroquia Misahualli (Comunidad Mushuk Allpa, Sector Venecia)

DISTANCIA AL CENTRO URBANO MÁS CERCANO AL ATRACTIVO

- A 19.2 Km. de la ciudad de Tena
- A 15.8 Km. de Pto. Napo

¹⁰MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR, *El Levantamiento Del Inventario Georeferencial De Atractivos Turísticos Urbanos Y Rurales De La Provincia De Napo*, 2007.

1.7 DISTANCIA A OTROS ATRACTIVOS CERCANOS

- A 2.6 Km. de la Playa de los Monos
- A 3.6 Km. del Jardín Botánico "Amarun Kausai"
- □A 3.9 Km. de la Comunidad de Shiripuno

CALIDAD

CARACTERÍSTICAS

Este Mariposario es una Manifestación Cultural del tipo Realizaciones Científicas y mantiene 26 especies de mariposas locales, además de algunos ejemplares (3) de Ranitas DENDROBATES y unas pequeñas Arañas; las mariposas cumplen tareas de polinización y diseminación del polen vegetal, por lo que son para muchas especies vegetales un vehículo de reproducción.

Las orugas de mariposa se alimentan principalmente de hojas de heliconias. El área física del Mariposario es de 600 m² (28 m de largo, por 22 m de ancho, en una construcción de diseño cuadrangular, hecha de hierro y cemento con paredes de malla plástica). Este espacio se ha distribuido en tres áreas, a saber: área de vuelo, área de alimentación y área de reproducción.

VALOR INTRÍNSECO

Este Mariposario es una Manifestación Cultural del tipo Realizaciones Científicas y que se caracteriza por difundir y educar a la población local y los visitantes (Turistas en general) mediante la protección, conservación, reproducción, investigación y liberación de 26 especies de mariposas locales, además de algunos ejemplares de Ranitas DENDROBATES y otros insectos. Cada trimestre se libera en un bosque cercano el 30 % de la población de Mariposas que produce el centro.

VALOR EXTRÍNSECO

Otro objetivo del centro de reproducción de Mariposas es la recreación en donde el visitante tiene la oportunidad de conocer las cuatro etapas frágiles e increíbles de una mariposa. Este proyecto no cuenta con ninguna clase de financiamiento particular.

FACILIDADES O SERVICIOS TURÍSTICOS

Este sitio no posee servicios turísticos, cuenta indirectamente con los servicios de alojamiento, alimentación y guía, que cercanamente existe en Misahuallí. Cerca del Mariposario, hay un proyecto en ejecución para la construcción de Lodge, u Hotel.

COMIDA TIPICA

ATRACTIVO # 1

Categoría: Manifestación cultural

Tipo: Acontecimientos programados

Subtipo: Gastronomía

Nombre: Platos típicos del Cantón Tena

IMAGEN 10: Comida Típica



Fuente: La Autora

UBICACIÓN

Los platos típicos, que son expuestos en los eventos festivos; Provincialización de Napo el 12 de Febrero y Cantonización de Tena el 15 de Noviembre; estos eventos se realiza en la Av. Muyuna, frente al aeropuerto.

LOCALIDAD: Parroquia Tena –Tena

DISTANCIA AL CENTRO URBANO MÁS CERCANO AL ATRACTIVO

Se encuentra ubicado en el centro de la ciudad de Tena

DISTANCIA A OTROS ATRACTIVOS CERCANOS

- Monumento a Jumandy a 400 m.
- Balneario Las Sogas a 700 m.

CALIDAD

CARACTERÍSTICAS

En el cantón Tena, las personas en épocas de fiestas salen a la Av. Muyuna frente al aeropuerto u otro lugar que hayan destinado el comité de fiestas, para mostrar sus platos típicos. Los mismos que utilizan frutos silvestres como la uva de monte, ají, anona, caimito, uvilla, yuca; especies de animales como guanta, armadillo, chonta curos, etc.

VALOR INTRÍNSECO

Los principales platos típicos que son elaborados con productos y animales silvestres son:

Sopas

SOPA DE CARACHAMA.- Lo cocinan con un tipo de pez llamado carachama, conjuntamente con yuca y, de condimentos como la sal, cebollas y aceite o manteca.

CATU (sopa).- consiste en rallar el verde, cocinarlo con carne de res o cerdo y se sirve acompañado de yuca.

Bebidas

CHICHA DE YUCA.- Se cocina la yuca, se coloca en el batán, luego se aplasta hasta que se forme una masa uniforme, se mezcla con agua y un poco de azúcar y se deja fermentar por un día.

CHICHA DE CHONTA.- Bebida utilizada por los indígenas en rituales y festividades, consiste en cocinar la chonta, pelarla, sacar la semilla y molerle en las batanes (batea de madera especial) luego se tritura la chonta con la ayuda de piedras cóncavas. En la actualidad se licua (se añade azúcar).

Varios - Menús

CEVICHE DE CHONTA YUYO (palmito).- se prepara con la parte tierna de la palma de chonta que es la parte blanca, se lo curte con limón que da un excelente sabor.

GARABATO YUYO (especie de helecho).- Se lo cocina y se sirve como ensaladas, en estofados de carne o tortilla (con huevos).

MAITOS.- Preparados antiguamente con carne de armadillo, guanta, guatusa o de pescado, en la actualidad solo lo realizan de pescado y chonta curo: consiste en envolver la carne, en hojas de platanillo o bijao, luego colocarlo sobre el brasero.

CHONTA CURO.- Se lava las larvas, luego les fríe sin aceite con una pizca de sal para luego servirse acompañado de yuca cocida.

Frutos

Entre las frutos que sirven que son utilizadas, ya sea para dar color: achiote; ají, anona, caimito, abío, guaba, plátano, pitón, uvilla silvestre, yuca; el huito y el achiote, lo utilizan como tinte.

VALOR EXTRINSECO

Las culturas que viven en la parte rural se dan cita en épocas festivas para la exhibición y la venta de los ricos y deliciosos platos típicos, las mismas que son elaborados con productos vegetales y algunas especies de animales que se encuentra en el ámbito silvestre. Todas estas recetas que la gente nativa lo viene realizando desde épocas milenarias, en donde no tenían utensilios para el cocido de sus alimentos, ellos se han ingeniado y utilizado el material del medio para la preparación de comida.

FACILIDADES O SERVICIOS TURÍSTICOS

Debido a que se encuentra en el perímetro urbano, capital de provincia, se puede encontrar todos los servicios turísticos como: hospeda, alimentación, transporte, guianza especializada, internet, telefonía (fija y móvil).

1.5 Problemática que se intenta solucionar con el Proyecto



El Cambio Climático, “*El mayor desafío que enfrenta nuestra humanidad y nuestro planeta, de no actuar con brevedad los daños llegarán a ser catastróficos.*”¹¹

El cambio climático es la modificación de todos los componentes del sistema climático (temperatura, precipitación, entre otros) en comparación con los cambios históricos atribuidos a causas antropológicas que han generado un incremento de gases de efecto invernadero.

El calentamiento global, también conocido como el efecto invernadero, es el que mantiene a tierra a una temperatura adecuada para soportar la vida. Este efecto es causado por el dióxido de carbono, metano, óxido nitroso entre otros; los mismos que retienen parte de la radiación solar que entra y genera calor dentro del planeta. Naturalmente, parte de esta radiación se escapa al espacio.

El calentamiento global no ocurre sólo por factores naturales sino que también por las actividades humanas que generan gases de efecto invernadero: la quema de combustibles fósiles, carbón natural, y la destrucción de bosques.

Es difícil de pronosticar, porque aunque los estudios científicos nos advierten de los “probables” impactos que ya vivimos como es el derretimiento de los glaciares, estiajes prolongados, inundaciones, entre otros; otros impactos más graves pueden suscitarse de una forma súbita e inesperada.

Los países en vías de desarrollo como Ecuador, y aquellos países que están ubicados en zonas tropicales, que concentran la mayor diversidad biológica, que tienen un alto índice de pobreza, junto con una mayor exposición geográfica, son mucho más vulnerables frente al cambio climático.

¹¹ Revista emitida por el Ministerio del Ambiente, junto a la Subsecretaría de Cambio Climático.

La actividad agrícola ya no es suficiente como para continuar viviendo con un nivel de vida razonable en la Provincia de Napo, se necesita nuevas plazas de trabajo que estén de acuerdo a lo que el mundo necesita actualmente; es decir, se requiere estar dispuestos al cambio y adaptarse a las nuevas tendencias que son el mercado del turismo direccionado a lo internacional.

Es por ello, que además de contribuir con el cambio de conciencia para conservar el mundo natural que actualmente tenemos, se desea aportar con el desarrollo local de una Ciudad promocionando las bellezas naturales que todavía conserva la Selva Amazónica de Napo.

“Por todo lo mencionado previamente es necesario tomar acciones para adaptarnos y ser capaces de vivir en un mundo con el clima y sociedad continuamente cambiante.”

1.6 Justificación de la Investigación

- Por la necesidad de sobrevivir en un mundo que está al borde de la destrucción total, hace que mediante la colaboración y creación de proyectos prácticos se llegue a una solución adecuada, a largo plazo y eficaz.
- El Gobierno ecuatoriano está impulsando éste tipo de proyectos y sobre todo, mediante el Ministerio de Turismo, se incentiva a la creación de empresas que promuevan la belleza ecuatoriana para que esto sea un ingreso más al PIB ecuatoriano.
- La Amazonía ecuatoriana aún no ha sido explotada en su totalidad, muchos ecuatorianos no la conocen por diferentes motivos, el principal era por las vías de acceso que eran pésimas, pero ahora son de primer orden por lo que ha incrementado la demanda de turistas hacia este maravilloso lugar.
- Además, el proyecto sustenta una investigación y desarrollo en la visión tanto humana como profesional que se desea alcanzar; es decir que se anhela

brindar un servicio a los demás que beneficie a las personas que habitan en el Cantón Tena.

- Se busca aplicar los conocimientos adquiridos en la Universidad, obtener el título de Ingeniera Comercial en lo profesional y en lo personal, saber que uno se es capaz de lograr lo que se proponga.

1.7 Objetivos

1.7.1 Objetivo General

Impulsar la creación de una empresa de turismo ecológico educativo en la Amazonía basada en la disminución de la destrucción de la Selva Ecuatoriana y la reconstrucción de los bosques deforestados así como la educación ambiental a los turistas.

1.7.2 Objetivos Específicos

- Analizar el sector turístico a nivel nacional y local, para determinar las tendencias que tienen los turistas nacionales al momento de escoger un lugar donde vacacionar sin salir del país.
- Desarrollar un estudio técnico que permita determinar el tamaño de la empresa, equipos, instalaciones e infraestructura en la que se debe invertir a fin de lograr un retorno aceptable.
- Establecer, mediante el estudio financiero detallado; el costo total del proyecto, los requerimientos financieros, porcentajes del financiamiento y de la inversión, definiendo la viabilidad existente para su puesta en marcha y su posterior operación.

CAPÍTULO II. ESTUDIO DE MERCADO

Determina algunas variables sociales y económicas que condicionan al proyecto, dándonos a conocer la existencia de una necesidad insatisfecha en el mercado, o la posibilidad de brindar un mejor servicio que el que actualmente se ofrece; esto ayudará a identificar y definir las oportunidades y problemas de mercado.

Dicho de otra manera el estudio de mercado es una herramienta de mercadeo que permite y facilita la obtención de datos, resultados que de una u otra forma serán analizados, procesados mediante herramientas estadísticas y así obtener como resultados la aceptación o no y sus complicaciones de un producto dentro del mercado.

1.8 Objetivo General

Analizar las variables de oferta y demanda de la Empresa de Turismo Ecológico Educativo, en la ciudad de Tena, para determinar la existencia de un mercado insatisfecho potencial e identificar las estrategias de comercialización más adecuadas.

1.9 Objetivos Específicos

- Identificar el servicio que brindará la Empresa de Turismo Ecológico Educativo en Tena para comercializarla en el mercado nacional e internacional.
- Establecer el segmento de mercado al cual va estar dirigido el esfuerzo de mercadotecnia.
- Ponderar la demanda actual y proyectada del Turismo en la Ciudad de Tena como punto de partida para la estimación de la demanda insatisfecha.
- Considerar la oferta actual y proyectada del Turismo en la Ciudad de Tena, como prerequisite para estimar la demanda insatisfecha.
- Cuantificar la demanda insatisfecha para definir el servicio a brindarse.
- Definir las estrategias de mercadotecnia más adecuadas para maximizar el aprovechamiento del mercado objetivo.

1.10 Identificación del Servicio

Los servicios turísticos son las diversas actividades que realizan las empresas para ofrecer un bien intangible el mismo que satisface las necesidades del consumidor; es decir al turista.

Actualmente Ecuador es un importante y excelente destino para los turistas nacionales y extranjeros, pues es un país con una vasta riqueza natural. La diversidad de sus cuatro regiones ha dado lugar a miles de especies de flora y fauna. No en vano el Ecuador está considerado como uno de los 17 países donde está concentrada la mayor biodiversidad del planeta, siendo además el mayor país con biodiversidad por km² del mundo, es decir que en 1 Hectárea conviven más de 6 billones de seres vivos, un verdadero paraíso biológico. La mayor parte de su fauna y flora vive en 26 áreas protegidas por el Estado, una de ellas se encuentra en la Amazonía, denominado el Parque Nacional Yasuní, el mismo que cuenta con más especies de animales por hectárea que toda Europa junta, por lo que hace de las Provincias Amazónicas un lugar atractivo para visitarlo.

Esto es un motivo para que la mayoría de turistas tengan como destino para vacacionar a la Amazonía Ecuatoriana, pues ellos pueden descansar del mundo estresante, contaminado y tecnológico en el que viven diariamente.

El turismo ecológico es un cambio de actitud: Educación, Respeto y Responsabilidad por el Medio Ambiente; por lo que este sector tiene una gran oportunidad de desarrollo, al demostrar la belleza natural que tiene y la necesidad de conservarla.

1.11 Estructura de Mercado

Describe el estado de un mercado con respecto a la competencia. Los criterios principales por los cuales uno puede distinguir entre diversas estructuras del mercado son: el número y tamaño de productores y consumidores en el mercado, el tipo de servicios, y el grado a los cuales información puede fluir libremente.

1.11.1 A nivel Local

El sector Turístico en la ciudad de Tena representa un aporte muy importante para la economía de sus habitantes puesto que se ha desarrollado considerablemente gracias a que el Cantón ya cuenta al momento con dos vías de primer orden que facilitan su acceso, lo que colabora al incremento en la visita de turistas con respecto a años anteriores; además existe apoyo de diferentes instituciones financieras prestas a financiar proyectos de inversión para este sector.

Las fechas en la que existe mayor afluencia de turismo son los meses de Agosto, Noviembre, Febrero, Julio y Diciembre, la demanda en estas fechas se debe en parte por vacaciones escolares, feriados nacionales como son Carnaval, día de los difuntos y navidad.

Esta actividad turística recién está en desarrollo, pues no existe mucha competencia por el hecho de que en los años anteriores no existían carreteras de segundo orden que unieran a las parroquias con la Capital de la provincia, las mismas que han hecho posible el acceso hacia los lugares exóticos, mágicos y tranquilos que esconde la maravillosa selva amazónica.

1.11.2 A nivel Nacional

El Gobierno Nacional, ha tomado medidas para promocionar el turismo regional, haciendo de ésta una actividad económica prioritaria para el país. Se ha determinado que en el 2011, existirá 10 feriados, los mismos que impulsan a que los ecuatorianos planeen con anticipación estos días de descanso, los cuales podrán ser utilizados para que conozcan el país visitando los lugares más hermosos y relajantes que tiene Ecuador, promocionando así, también, los lugares aún no conocidos por la mayoría de ecuatorianos como lo es la Amazonía.

Los feriados serán uno de cuatro días, dos de tres días, según el Decreto Ejecutivo 418 emitido por el presidente Rafael Correa el 19 de junio de 2007. Los cuales están estandarizados de la siguiente manera: ¹²

¹² Diario La Hora, Enero 2011. www.lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101072661.

CUADRO 2: Feriados Establecidos

FERIADO	DÍAS
Carnaval	Sábado 5 – Martes 8 (Marzo)
Semana Santa	Viernes 22 – Domingo 24 (Abril)
Día del Trabajo	Domingo 1 (Mayo)
Batalla de Pichincha	Viernes 27 – Domingo 29 (Mayo)
Grito de la Independencia	Viernes 12 – Domingo 14 (Agosto)
Independencia de Guayaquil	Domingo 9 (Octubre)
Día de los Difuntos e Indep. Cuenca	Domingo 31 (Octubre)-Jueves 3 (Noviembre)
Navidad	Domingo 25 (Diciembre)
Año Nuevo	Domingo 1 (Enero 2012)

Fuente: La Hora, Diez Feriados se anuncian para 2011.

Además el Ministerio de Turismo fortalecerá el desarrollo turístico en la región amazónica, permitiendo un funcionamiento coordinado entre los actores públicos, privados y comunitarios, sustentado en una gestión descentralizada y desconcentrada eficiente.

Así lo dio a conocer el Ministro de Turismo, Freddy Ehlers Zurita, quien recibió a los representantes de los gobiernos locales y del sector turístico privado de las provincias amazónicas, que acudieron hasta esta Cartera de Estado, para exponer sus planteamientos y solicitar el apoyo para los emprendimientos turísticos en esta región.

El Ministro Ehlers tras recibir los planteamientos formulados por las autoridades amazónicas, indicó que la Secretaria de Turismo mantendrá una reunión mensual con los diferentes actores de la zona, a fin de monitorear de cerca los avances de la gestión. De igual forma, compartió información sobre el proceso de descentralización que vive el país, actualmente 76 municipios forman parte de las competencias en materia turística.

1.11.3 A nivel Internacional

Desde el año 2005, se ha visto incrementado el turismo en el Ecuador, informa el Ministerio de Turismo. Éste aumento de visitas se debe al empuje que ha venido dando el Gobierno desde ese año, mediante un plan de promoción turística en el exterior. Pues se han instalado más de diez oficinas de promoción turística, que

atienden la demanda en Europa, Estados Unidos y Suramérica. Las autoridades turísticas de Ecuador aspiran a que continúe con la extensión de los visitantes extranjeros para poder crecer en este sector y así contribuir a un equilibrio económico brindando fuentes de trabajo a más ecuatorianos.

El destino perfecto para todos los amantes de la naturaleza y los viajeros de aventura. Ecuador recuerda aquellos sitios místicos y misteriosos que son difíciles de encontrar en el mundo súper desarrollado. La belleza natural del Ecuador no tiene comparación, sumada a su gente amable y una fascinante historia lo convierte en el lugar ideal para unas vacaciones.

Según datos del Ministerio de Turismo, Dirección Nacional de Migración y Banco Central del Ecuador el ingreso de extranjeros al Ecuador durante el mes de julio del 2010 es de un total de 110.543 extranjeros. Comparado con el año anterior existe una variación de visitantes de un 7.77 % ya que en Julio de 2009 ingresaron un total de 102.571 visitantes.

Entre 2010 y 2020, el turismo mundial vivirá el mayor crecimiento de su historia, con la llegada de mercados emergentes como China y La India, señala un estudio elaborado por la Asociación Profesional de Solidaridad en el Turismo (APS), así como el desarrollo de los viajes de proximidad, es decir, estancias cortas en el eje norte-sur, serán factores importantes en esta evolución.

Según este último estudio, realizado en nueve países europeos entre más de 15.000 familias, los hijos no empezarán a hacer su aparición en el mercado turístico hasta al menos el año 2005, con lo que la gran masa hará su entrada en el periodo 2010-2020, que resulta muy prometedor.

La asociación europea revela que el 61% de los ciudadanos considera "indispensables" las vacaciones, así como que las poblaciones del norte del continente viajan más que las del sur. En este sentido, los europeos del norte pasan más de 16 días fuera de sus casas, frente a los 9 días de los europeos del sur.

1.12 Sistema Turístico

Sistema: conjunto de elementos interrelacionados entre sí que evolucionan dinámicamente.

Turismo: Según la OMT-Organización Mundial del Turismo de las Naciones Unidas, el turismo comprende las actividades que lo hacen las personas (turistas) durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período consecutivo inferior a un año y mayor a un día, con fines de ocio, por negocios o por otros motivos.

Según la OMT el sistema turístico está formado por:

- La demanda: el conjunto de consumidores o de posibles consumidores, de bienes y servicios turísticos
- La Oferta: el conjunto de productos, servicios y organizaciones involucrados activamente en la experiencia turística.
- El espacio geográfico: base física donde tiene lugar la conjunción o encuentro entre la oferta y la demanda y en donde se sitúa la población residente.
- Los operadores del mercado: empresa y organismos cuya función principal es facilitar la interrelación entre la oferta y la demanda.

1.12.1 A nivel Local

Está integrado por las personas locales, tanto de la ciudad como de las parroquias, que realizan actividades turísticas y eco turísticas, como son: servicio de información (ITUR-Información Turística), servicio de guías nativos de la zona, servicio de alojamiento para los turistas y los conductores, tanto de vehículos terrestres como fluvial.

1.12.2 A nivel Nacional

Está integrado por las personas y empresas que realizan actividades turísticas, como son: los servicios de información (ITUR), los servicios de guías y conductores que se dediquen al transporte del Turista y las empresas dedicadas al negocio de viajes.

1.12.3 A nivel Internacional

Está integrado por la Organización Mundial del Turismo (OMT), es un organismo internacional, que tiene como propósito promover el turismo.

“El turismo es riqueza para la persona, para la familia, para la comunidad, para el país y para el mundo entero.”¹³

1.13 Análisis de la Demanda

Se lo realiza para determinar y medir cuáles son las fuerzas que afectan los requerimientos de mercado respecto al servicio, así como establecer la posibilidad de participación del servicio en la satisfacción de dicha demanda. La demanda está en función de una serie de factores, como son la necesidad real que se tiene del servicio, su precio, el nivel de ingreso de la población, y otros, por lo que en el estudio habrá que tomar en cuenta información proveniente de fuentes primarias y secundarias.

“El principal propósito que se persigue con el análisis de la demanda es determinar y mediar cuáles son las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado respecto a un bien o servicio, así como establecer la posibilidad de participación del producto del proyecto en la satisfacción de dicha demanda.”¹⁴

1.13.1 Clasificación de la Demanda

“La Demanda es la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado”.¹⁵

Para la investigación de este proyecto, la clasificación de la demanda a utilizarse será la siguiente:

En relación con su oportunidad, existen dos tipos:

¹³ Éste es el mensaje esencial con la que la OMT quiere crear una conciencia de los beneficios que el turismo puede generar para la vida

¹⁴ BACA URBINA, Gabriel, *Evaluación de proyectos*, 6ta. Edición, Editorial Mc Graw Hill, México-2010, p.15

¹⁵ Idem., p. 15

- Demanda insatisfecha, en la que lo producido u ofrecido no alcanza a cubrir los requerimientos del mercado; es decir cuando la demanda total no está debidamente satisfecha.
- Demanda satisfecha, en la que lo ofrecido al mercado es exactamente lo que éste requiere. Se puede reconocer dos tipos de demanda satisfecha:
 - Satisfecha saturada, la que ya no puede soportar una mayor cantidad del bien o servicio en el mercado, pues se está usando plenamente. Es muy difícil encontrar esta situación en un mercado real.
 - Satisfecha no saturada, es la que se encuentra aparentemente satisfecha, pero que se puede hacer crecer mediante el uso adecuado de herramientas mercadotécnicas, como las ofertas y la publicidad.¹⁶

1.13.2 Factores que afectan la Demanda

Estos factores inciden en la adquisición de servicio en este caso se analiza los siguientes:

1.13.2.1 Afluencia y crecimiento de Turistas

Es un gran número de personas que acuden a un lugar específico, con el propósito de disfrutar las prácticas del turismo. Sabiendo a lo que se refiere, en la ciudad de Tena, de acuerdo a los estudios realizados por el ministerio de Turismo en Tena y el ITUR han determinado que la afluencia de turistas ha incrementado notablemente. Tanto los turistas nacionales como extranjeros prefieren visitar cada vez más la Ciudad de la Guayusa y Canela para conocer los lugares que ofrece. Se ha visto, que los turistas nacionales son los que más visitan la Amazonía ecuatoriana, esto lo demuestra en el siguiente cuadro:

¹⁶Idem., p. 16

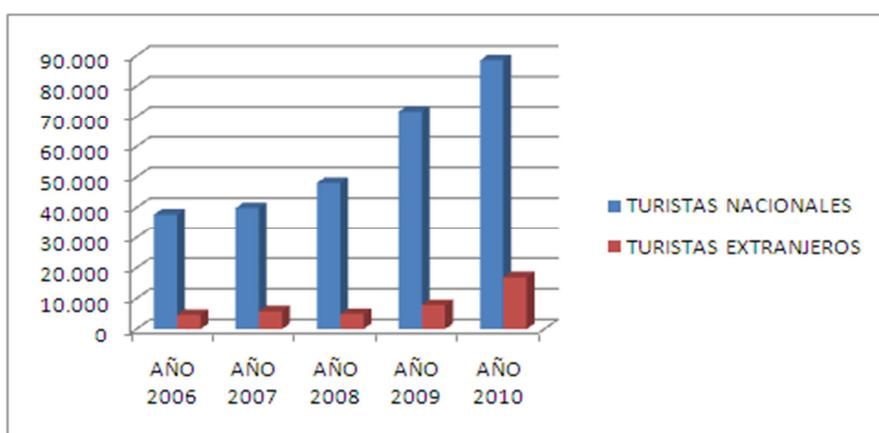
CUADRO 3: Afluencia y crecimiento de Turistas Nacionales y Extranjeros a la Ciudad de Tena

	TURISTAS NACIONALES	TURISTAS EXTRANJEROS
AÑO 2006	37.714	4.659
AÑO 2007	39.826	5.812
AÑO 2008	48.121	4.849
AÑO 2009	71.672	7.851
AÑO 2010	88.514	16.946

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: ITUR Tena

En el anterior cuadro, se observa que el incremento de la llegada de turistas a la Ciudad del Tena para el año 2010 con respecto al 2006, tanto con los turistas nacionales como de turistas extranjeros, tienen un % creciente del que es muy significativo, motivo que corrobora para la realización de la investigación.

GRÁFICO 2: Afluencia y Crecimiento de Turistas



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: La Autora

Para explicar mucho mejor el porcentaje de crecimiento se realiza los siguientes análisis:

1.13.2.1.1 Crecimiento desde el 2006

1) AL 2007

NACIONALES	5,60%
EXTRANJEROS	24,75%
TOTAL	30,35%

El incremento de los turistas nacionales es inferior al de los turistas extranjeros, esto sucede porque para este año todavía no existían las carreteras de primer orden y por

ello, los ecuatorianos decidían vacacionar en la Región Costa porque las vías de acceso eran mucho mejores que las que dirigían hacia la Región Amazónica.

2) AL 2008

NACIONALES	20,83%
EXTRANJEROS	-16,57%
TOTAL	<u>4,26%</u>

Para este año, el incremento de los turistas nacionales es notable, casi en un año aumenta el 300% con relación al año anterior. Sin embargo, existe un decremento en la llegada de los turistas extranjeros.

3) AL 2009

NACIONALES	48,94%
EXTRANJEROS	61,91%
TOTAL	<u>110,85%</u>

En el presente año analizado, tanto turistas nacionales como extranjeros incrementan, esto demuestra que desde que las vías de acceso son de primer orden, ellos deciden vacacionar en un lugar tranquilo y que aún conserva su vida a lo natural.

4) AL 2010

NACIONALES	23,50%
EXTRANJEROS	115,85%
TOTAL	<u>139,34%</u>

El análisis de este año, es proyectado, y se espera que incremente el ingreso de turistas extranjeros, pues ahora, el Gobierno central está promocionando al Ecuador a nivel internacional, “mediante un plan de mercadeo que busca incrementar en un 50% la afluencia de turistas”. El Ecuador se está posicionado como un destino turístico sostenible, altamente diverso, competitivo, seguro y de calidad, que además, con el desarrollo de una planificación bien estructurada, garantiza la operación turística de sus riquezas [...].¹⁷

¹⁷ Afirma el Subsecretario del Turismo, Mariano Proaño, Diciembre 2010. www.turismo.gob.ec

1.13.2.1.1 Turistas Nacionales

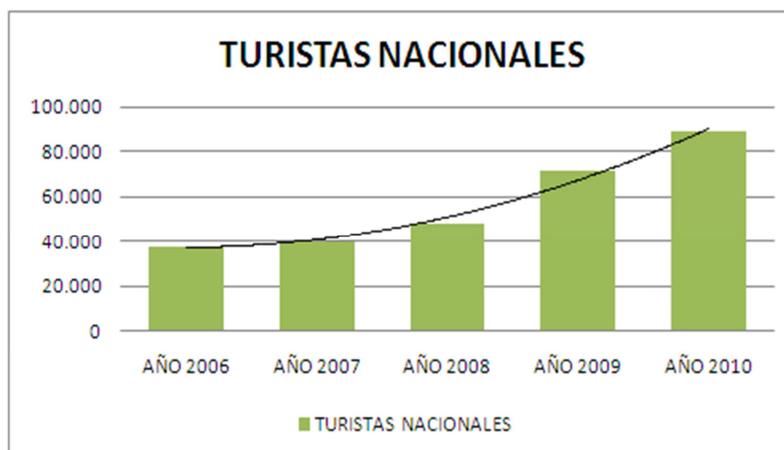
De acuerdo a una investigación del Ministerio de Turismo con sede en la Ciudad de Tena, se determino la siguiente información:

CUADRO 4: Afluencia y Crecimiento de Turistas Nacionales a la Ciudad de Tena

AÑO	TURISTAS NACIONALES
AÑO 2006	37.714
AÑO 2007	39.826
AÑO 2008	48.121
AÑO 2009	71.672
AÑO 2010	88.514

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: ITUR Tena

GRÁFICO 3: Afluencia y crecimiento de Turistas Nacionales a la Ciudad de Tena



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: La Autora

La curva de la afluencia de los turistas nacionales a la Ciudad de Tena, es creciente, y esta tendencia continuará, pues tanto el Gobierno local como Nacional están promocionando los atractivos turísticos del Ecuador en general, pero como muchos ecuatorianos no conocen la amazonia porque no podían acceder a ella por la pésima condición de las vías de acceso, prefieren visitarla ahora que pueden viajar allá, con vías de primer orden.

1.13.2.1.1.2 Turistas Extranjeros

Sobre los turistas extranjeros, el Ministerio de Turismo también recopiló la siguiente información.

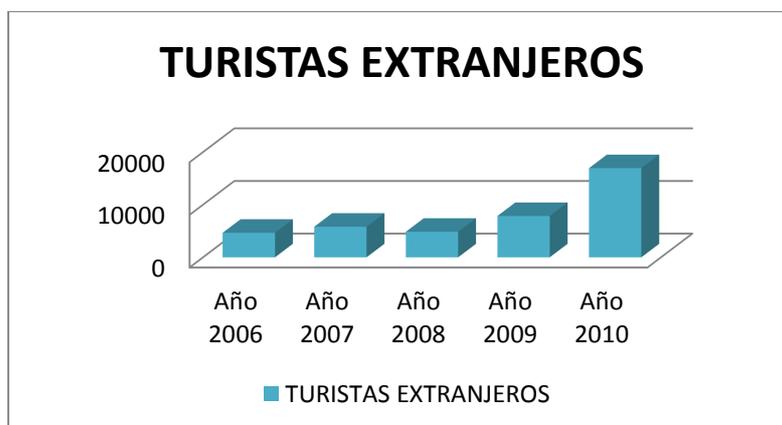
CUADRO 5: Afluencia y crecimiento de Turistas Extranjeros a la Ciudad de Tena

AÑO	TURISTAS EXTRANJEROS
AÑO 2006	4.659
AÑO 2007	5.812
AÑO 2008	4.849
AÑO 2009	7.851
AÑO 2010	16.946

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: ITUR Tena

GRÁFICO 4: Afluencia y crecimiento de Turistas Extranjeros a la Ciudad de Tena



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

El crecimiento de los turistas extranjeros que visitan la Ciudad de Tena, es también creciente, sin embargo esto se espera que continúe así; pues, en especial el Gobierno Nacional está promocionando al país a nivel internacional. Esto lo realiza el Ministerio de Turismo, la misma que está emprendiendo una agresiva estrategia de promoción en el exterior. Es importante señalar que las políticas que aplica el Ministerio de Turismo apuntan a lograr el desarrollo de una actividad sostenible, que conjugue el desarrollo humano, ambiental y económico, tarea que se complementará con los esfuerzos que despliega la empresa privada para brindar servicios de calidad.

Se emprendió una agresiva estrategia de promoción en el exterior, las primeras acciones se desarrollaron en las Ferias FITUR (Feria Internacional de Turismo en España); e ITB (Bolsa Internacional de Turismo en Berlín).

Entre los principales mercados emisores se encuentra Estados Unidos, Colombia y Perú, así como España, Alemania, Gran Bretaña y Francia.

1.13.3 Investigación de Mercado

1.13.3.1 Determinación del Tamaño

Para obtener la muestra del total de la población de los turistas que visitan la Ciudad de Tena, se analizará encuestas aplicando la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 * pq * N}{N * e^2 + Z^2 * pq}$$

Donde:

n= tamaño de la muestra.

Z²= valor de Z crítico, correspondiente a un valor dado del nivel de confianza que para este caso es de 95%. Z² será 1,96.

p= proporción de éxitos de la población, 90%.

q= proporción de no ocurrencia, 10%.

N= tamaño de la población.

e= error en la proporción de la muestra, 5%.

La proporción de éxito y de no ocurrencia se lo determinó mediante una prueba piloto, basadas en las siguientes preguntas:

1. ¿Se preocupa usted por la preservación de la naturaleza?

CUADRO 6: Se preocupa usted por la preservación de la Naturaleza?

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	18	90%
NO	2	10%
TOTAL	20	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autora

Mediante la encuesta piloto realizada se obtuvo que el 90% de las personas se preocupan por la preservación de la naturaleza, mientras que el restante 10% no le interesa sobre lo que pase con la Amazonía; esto es muy penoso porque se puede observar que todavía existen personas que no les importa colaborar con la reconstrucción y mantenimiento del Ambiente.

GRÁFICO 5: Se preocupa usted por la preservación de la Naturaleza?



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: La Autora

Mediante esta pregunta se determinó el porcentaje de la proporción de éxito que es el 90% y del 10% que es el de no ocurrencia.

2. ¿Desearía ayudarla mientras descansa, se divierte y aprende?

CUADRO 7: Desearía ayudarla mientras descansa, se divierte y aprende?

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	18	90%
NO	2	10%
TOTAL	20	100%

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Autora

Se puede observar los mismos resultados que lo anterior, pues estas dos preguntas se realizaron a 20 personas aleatoriamente, en la ciudad del Tena, porque sólo es una encuesta piloto.

GRÁFICO 6: Desearía ayudarla mientras descansa, se divierte y aprende?



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: La Autora

Esta segunda pregunta planteada en la encuesta piloto corroboró al porcentaje antes mencionado para aplicar la formula, y así determinar los datos más reales posibles.

Para poder aplicar la formula, debemos determinar el tamaño de la población, del mes de diciembre del presente año, para ello se analiza en el siguiente ítem.

1.13.3.2 Población

El siguiente cuadro muestra la proyección de la demanda para el presente año.

CUADRO 8: Afluencia de turistas en la Ciudad de Tena del año 2010

MESES	TURISTAS NACIONALES	TURISTAS EXTRANJEROS	TOTAL
ENERO	5694	1869	7563
FEBRERO	7263	1709	8972
MARZO	5986	1502	7488
ABRIL	5696	1129	6825
MAYO	5446	1267	6713
JUNIO	5369	1107	6476
JULIO	7134	682	7816
AGOSTO	9082	663	9745
SEPTIEMBRE	8577	1634	10210
OCTUBRE	8986	1712	10698
NOVIEMBRE	9416	1793	11209
DICIEMBRE	9865	1879	11745
TOTAL	88514	16946	105460

Fuente: ITUR Tena
Elaborado por: La Autora

Para determinar la población, se tomo en cuenta la afluencia de turistas, tanto nacionales como extranjeros, del año 2010. En el mismo podemos darnos cuenta de que existe mayor ingreso de turistas nacionales en el mes de febrero pues en ese mes existe feriado y además es fiesta cívica en la Provincia de Napo, pues el 12 de Febrero se conmemora el descubrimiento del río Amazonas. Otro mes en el que los ecuatorianos visitan la Amazonía es en el mes de julio y agosto, pues este mes salen de vacaciones los estudiantes de primaria y secundaria.

Los meses que más son visitados por los turistas extranjeros son enero y mayo, esto sucede porque la mayoría de los turistas son jóvenes que desean realizar deportes extremos, sentir adrenalina, disfrutar de la diversidad de flora y fauna que existe en la Amazonía, es por ello que lo hacen en estos meses pues son temporadas de lluvias, que va desde diciembre hasta mayo. Aunque esto ya no es tan común como solía ser, pues ahora y con el cambio de temperatura que está sufriendo en planeta, existen meses donde las lluvias son intensas sin embargo el cauce de los ríos siguen disminuyendo, ahora el actual río Napo se ha reducido.

Con los datos obtenidos tenemos que la Demanda tiende a incrementar, pues el cuadro siguiente lo demuestra:

CUADRO 9: Datos históricos de la afluencia de Turistas Nacionales y Extranjeros a la Ciudad de Tena

AÑO	NACIONALES	EXTRANJEROS
AÑO 2006	37.714	4.659
AÑO 2007	39.826	5.812
AÑO 2008	48.121	4.849
AÑO 2009	71.672	7.851
AÑO 2010	88.514	16.946

Fuente: ITUR Tena
Elaborado por: La Autora

1.13.3.2.1 Muestra

Aplicando la fórmula anterior descrita, se obtiene el siguiente resultado:

$$n = \frac{Z^2 * pq * N}{N * e^2 + Z^2 * pq}$$

$$n = \frac{1.96 * (0.90)(0.10) * 105460}{105460 * (0.05)^2 + 1.96 * (0.90)(0.10)}$$

$$n = \frac{18603.14}{263.65 + 0.18}$$

$$n = \frac{18603.14}{163.83}$$

$$n = 113.55 \approx 114$$

De los cuales el 84% se lo debe realizar a turistas nacionales y el restante a turistas extranjeros; pues la mayoría de turistas que visitan la ciudad del Tena provienen de la Región Sierra (Quito y Ambato). Dando como resultado que se debe realizar 95 encuestas a turistas nacionales y 19 a turistas extranjeros.

1.13.3.3 Aplicación de la Encuesta

La encuesta se la realizó, en la Capital de la Provincia de Napo, en el mes de Noviembre, pues en este mes existe un feriado nacional y además son fiestas del Cantón.

Fueron aplicadas tanto en el Centro de la ciudad como en la famosa playa de Misahuallí, se escogió este lugar porque es aquí donde los turistas nacionales más se concentran y además se encuentra sólo a 20 min de donde se encuentra ubicada la Empresa propuesta en este proyecto para ser desarrollada.

Se realizó de la siguiente manera: Encuestas a turistas nacionales: 95 personas.
Encuestas a turistas extranjeros: 19 personas.

1.13.3.3.1 Tabulación y análisis de los Resultados

Las encuestas fueron cuidadosamente analizadas, las mismas que nos dieron la siguiente información para empezar con el análisis respectivo y continuar con la investigación requerida. El formato de las encuestas se encuentra en el Anexo 1 y 2.

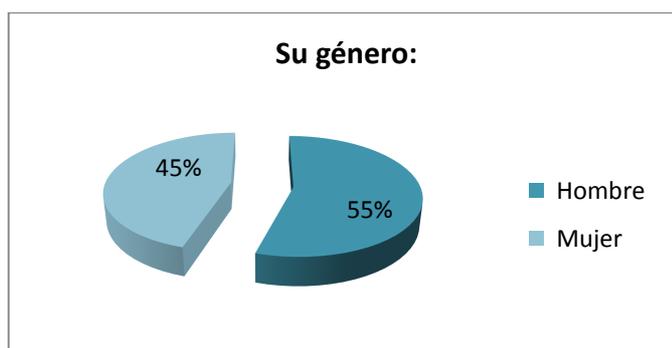
1.13.3.3.1.1 Turistas Nacionales

CUADRO 10: El género de los encuestados es:

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Hombre	52	55%
Mujer	43	45%
TOTAL	95	100%

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: La autora

GRÁFICO 7: El género de los encuestados es



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: La autora

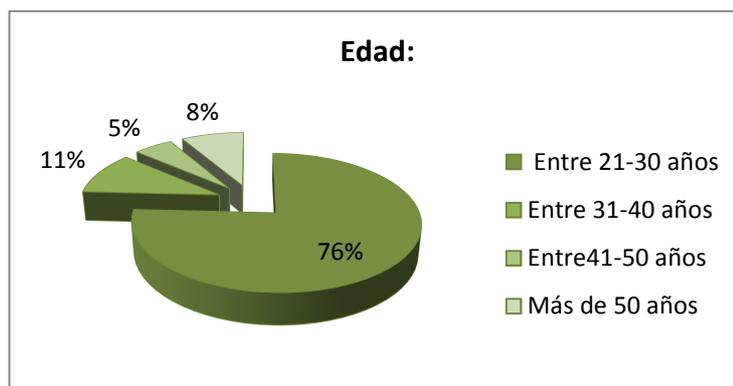
De los turistas nacionales encuestados, el 55% fueron hombres y el 45% mujeres.

CUADRO 11: La edad de los encuestados es:

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Entre 21-30 años	72	76%
Entre 31-40 años	10	11%
Entre 41-50 años	5	5%
Más de 50 años	8	8%
TOTAL	95	100%

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: La autora

GRÁFICO 8: La edad de los encuestados es:



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: La autora

La edad de las personas que visitan Tena, consideradas como posibles consumidores de los servicios de turismo educativo ecológico, oscilan entre 21 y más de 50 años.

Los resultados del análisis de las encuestas arrojan que los turistas nacionales entre 21-30 años son los que más visitan Tena con un total de 76%; en segundo lugar están los de 31-40 años en un 11%.

Mediante los datos obtenidos se puede determinar que los turistas nacionales que visitan la Ciudad de Tena son jóvenes.

CUADRO 12: Ciudad donde provienen

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Ibarra	27	28%
Quito	26	27%
Ambato	24	25%
Puyo	12	13%
Otros	6	6%
TOTAL	95	100%

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: La autora

GRÁFICO 9: Ciudad donde provienen



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora

Las encuestas realizadas demuestran que la Ciudad de donde proceden los turistas nacionales son principalmente de la región Sierra; Ibarra, Quito y Ambato son las más nombradas, pues se estima que 28%, 27% y 25% personas provienen de éstas. La vecina Provincia de Pastaza se encuentra en cuarto lugar con un total de 13% visitantes provenientes de ésta. El resto, que engloba el ítem otros son de Riobamba, Otavalo, Macas, Manta, Sto. Domingo y Guayaquil. Esto puede suceder por la distancia en que se encuentran estas ciudades con respecto a la Provincia de Napo.

1. ¿Por qué motivo Usted se encuentra en la ciudad de Tena?

CUADRO 13: Por qué motivo usted se encuentra en la Ciudad de Tena?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Vacaciones	78	82%
trabajo	12	13%
otro	5	5%
TOTAL	95	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora

GRÁFICO 10: Por qué motivo usted se encuentra en la Ciudad de Tena?



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora

El resultado de las encuestas demuestran que los turistas nacionales, visitan la ciudad de Tena por Vacaciones, así tenemos que el 82% personas llegan para descansar de sus vidas cotidianas. El 12% de los encuestados lo hacen por trabajo y el 5% lo hacen por las fiestas de cantonización que se realizan en estas fechas.

2. ¿El medio de Transporte que Usted utilizó para llegar a la Ciudad de Tena fue:

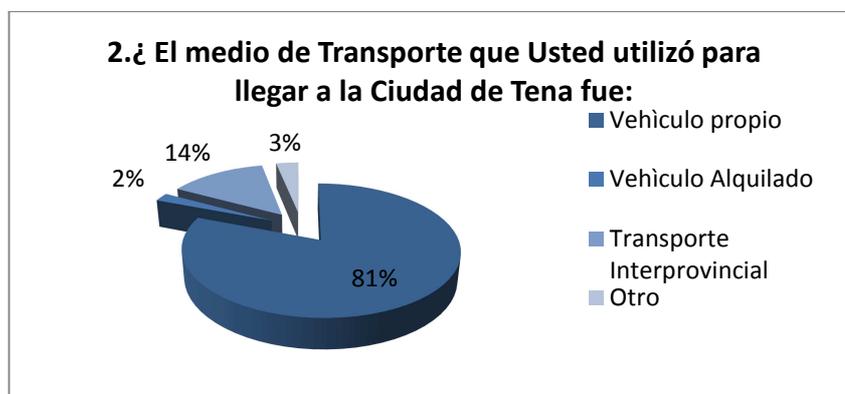
CUADRO 14: El medio de transporte que usted utilizó para llegar a la Ciudad de Tena fue:

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Vehículo propio	77	81%
Vehículo Alquilado	2	2%
Transporte Interprovincial	13	14%
Otro	3	3%
TOTAL	95	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora

GRÁFICO 11: El medio de transporte que usted utilizó para llegar a la Ciudad de Tena fue:



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora

El 81% de los encuestados; turistas nacionales viajan a la ciudad de Tena en sus vehículos propios, esto sucede porque en la actualidad las carreteras que unen a la Provincia de Napo con las Provincias aledañas son de primer orden. El 14% de los encuestados lo realizan mediante transporte interprovincial y sólo el 2% alquilan un vehículo y el restante 3% lo hacen mediante vehículos de las empresas o vehículos universitarios.

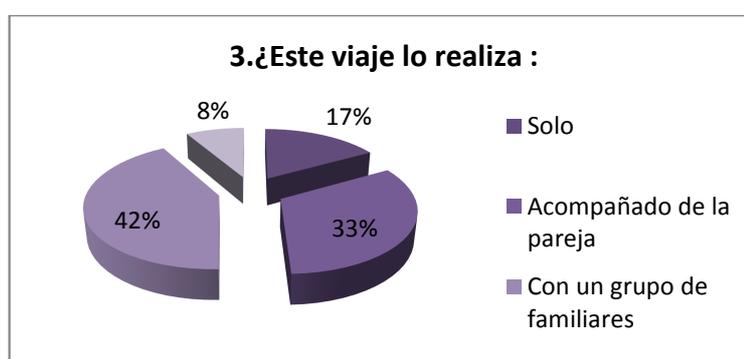
3. ¿Este viaje lo realiza:

CUADRO 15: Este viaje lo realiza

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Solo	16	17%
Acompañado de la pareja	31	33%
Con un grupo de familiares	40	42%
Con un grupo de amigos	8	8%
TOTAL	95	100%

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: La autora

GRÁFICO 12: Este viaje lo realiza



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: La autora

Cuando los turistas viajan a Tena, lo hacen solos o acompañados de su pareja, familia o amigos. Mediante el estudio de campo realizado se determinó que el 42% de los turistas lo hacen junto a su familia, esto sucede porque en Ecuador la cultura en relación al núcleo familiar, son bien unidos. El 8% de ellos lo hacen junto a sus amigos.

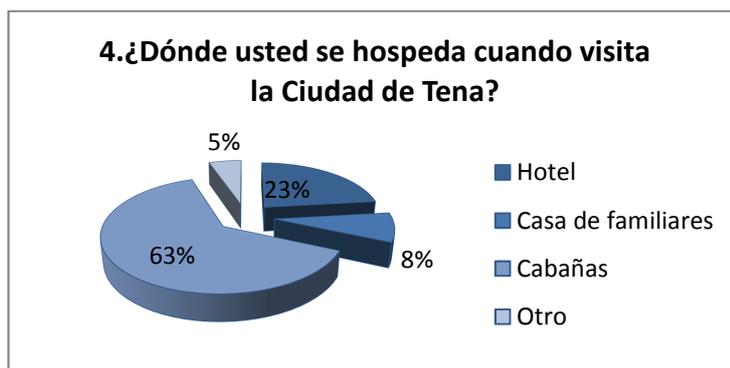
4. ¿Dónde usted se hospeda cuando visita la Ciudad de Tena?

CUADRO 16: Donde usted se hospeda cuando visita la Ciudad de Tena

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Hotel	22	23%
Casa de familiares	8	8%
Cabañas	60	63%
Otro	5	5%
TOTAL	95	100%

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: La autora

GRÁFICO 13: Donde usted se hospeda cuando visita la Ciudad de Tena



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: La autora

Como el campo de estudio se realizó en las Playas de Misahuallí y en el Centro de la Ciudad de Tena, el 60% de las personas encuestadas se hospedan en Cabañas, mientras que el 23% lo hacen en hoteles y el 5% en Casa de un amigo o de la empresa. Solo el 8% se hospeda en la casa de algún familiar.

5. ¿Le agrada donde se encuentra hospedado?

CUADRO 17: Le agrada donde se encuentra hospedado?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Si	89	94%
No	6	6%
TOTAL	95	100%

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: La autora

GRÁFICO 14: Le agrada donde se encuentra hospedado?



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: La autora

El 94% de los encuestados dieron su respuesta afirmativa, pues ellos opinan que las instalaciones son adecuadas, limpias y la atención es muy agradable.

Lo que dijeron la mayoría fue que les agrada porque se encuentran en un lugar tranquilo, natural, excelente para poder descansar y des estresarse de la vida cotidiana; mientras lo hacen, pueden observar una gran variedad de flora y fauna. El 8% de los encuestados que se hospedan donde sus familias les agrada esto porque no tiene ningún costo adicional.

El 6% dijeron que no, pues dicen que las habitaciones se encontraban sucias y que donde se encuentra hospedado está lejos de la ciudad.

6. ¿Cuánto es lo que está pagando por el servicio de hospedaje?

CUADRO 18: Cuánto es lo que está pagando por el servicio de hospedaje?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Entre 8 y 15 USD	27	28%
Entre 16 y 25 USD	3	3%
Entre 26 y 35 USD	0	0%
Más de 35 USD	55	58%
No respondieron	10	11%
TOTAL	95	100%

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: La autora

GRÁFICO 15: Cuánto es lo que está pagando por el servicio de hospedaje?



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: La autora

Los turistas opinaron sobre el costo por noche que pagaron por una noche de hospedaje, en el caso del precio de las cabañas es más de 35 USD, con un porcentaje del 58%; el 28% pagaron alrededor de 8 a 15 USD por una noche en un hotel, el 3%

restante pagó entre 16 a 25 USD. Existieron encuestas no contestadas, las cuales representan el 11%, este valor existe pues 8 están hospedados en casas de sus familia, 1 en la casa de la empresa y 1 en la casa de un amigo.

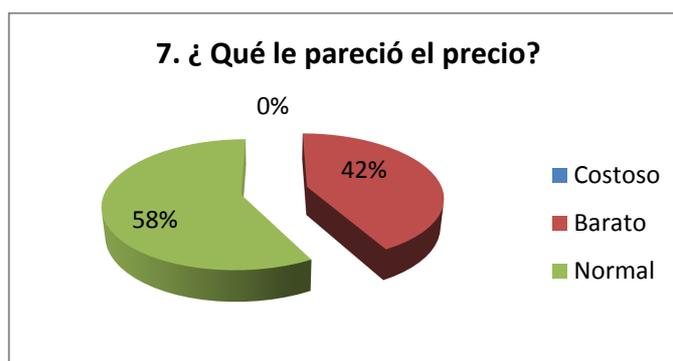
7. ¿Qué le pareció el precio?

CUADRO 19: Cuánto es lo que está pagando por el servicio de hospedaje?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Costoso	0	0%
Barato	40	42%
Normal	55	58%
TOTAL	95	100%

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: La autora

GRÁFICO 16: Cuánto es lo que está pagando por el servicio de hospedaje?



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: La autora

Con respecto a la percepción del costo del hospedaje, el 58% de los encuestados dijeron que el precio era normal, mientras que el 42% expresaron que es un precio barato con respecto a los servicios y comodidades que ofrecen las diferentes instalaciones donde se encuentran hospedados. Esto nos ayuda analizar el perfil del posible cliente para el servicio a brindarse.

8. Cuánto tiempo Usted destina para quedarse en la Ciudad de Tena?

CUADRO 20: Cuánto tiempo usted destina para quedarse en la Ciudad de Tena?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
1 a 5 días	91	96%
6 a 10 días	3	3%
Más de 10 días	1	1%
TOTAL	95	100%

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: La autora

GRÁFICO 17: Cuánto tiempo usted destina para quedarse en la Ciudad de Tena?



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: La autora

El mayor de tiempo que los turistas destinan para descansar va desde 1 a 5 días pues muchos de ellos trabajan, estudian, motivos por los cuales no pueden permanecer más tiempo, es decir que el 96% de los encuestados invierten máximo 5 días de su tiempo para relajarse y vacacionar con su familia. Sin embargo, el 3% se queda más de 5 días y el 1% más de 10 días; esto sucede porque dichas personas se encuentran en la ciudad por trabajo.

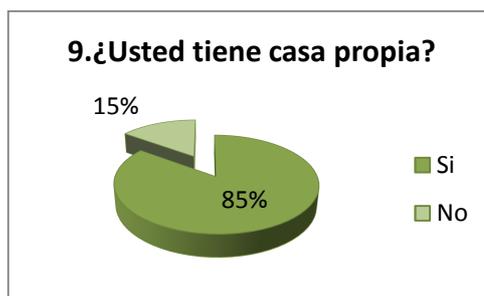
9. ¿Usted tiene casa propia?

CUADRO 21: Usted tiene casa propia?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Si	81	85%
No	14	15%
TOTAL	95	100%

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: La autora

GRÁFICO 18: Usted tiene casa propia?



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: La autora

Esta pregunta básicamente me ayudó a definir el perfil del potencial cliente que visita la ciudad de Tena. Es decir que los turistas que visitan Tena, el 85% son personas que tienen su casa propia en su ciudad de origen. Sin embargo del 15% no cuentan con una casa propia.

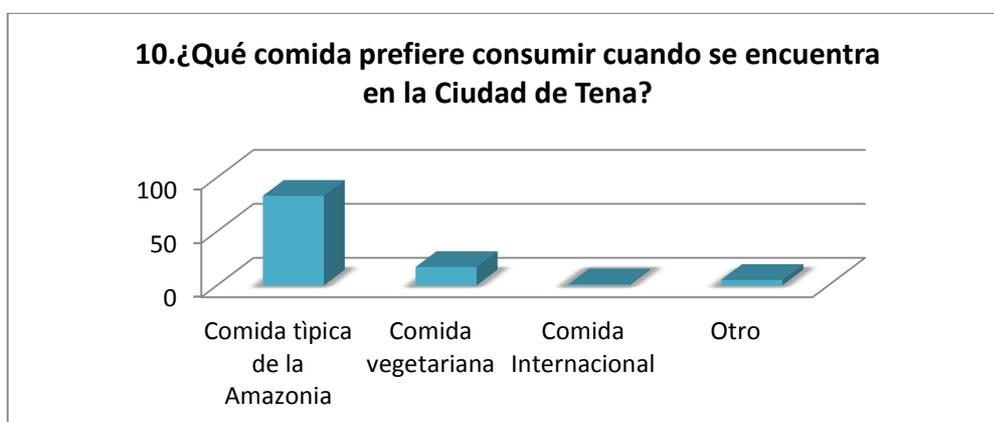
10. ¿Qué comida prefiere consumir cuando se encuentra en la Ciudad de Tena?

CUADRO 22: Qué comida prefiere consumir cuando se encuentra en la Ciudad de Tena?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Comida típica de la Amazonia	78	82%
Comida vegetariana	17	18%
Comida Internacional	1	1%
Otro	5	5%
TOTAL	106	

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: La autora

GRÁFICO 19: Qué comida prefiere consumir cuando se encuentra en la Ciudad de Tena?



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: La autora

Los turistas nacionales visitan la Ciudad de Tena no sólo por la riqueza en diversidad de flora y fauna; sino también por su gastronomía variada que ésta ciudad ofrece. Esto lo demuestra las encuestas realizadas pues el 82% de los encuestados afirman consumir la comida típica de la Amazonía. El 18% prefieren comida vegetariana, esta tendencia son más por las jóvenes que prefieren comer sano para estar en la moda light. Sin embargo existen turistas que prefieren consumir un almuerzo normal, lo cual representa el 5%, mientras que el 1% aparte de consumir comida típica de la Amazonía desean también degustar comida internacional.

11. ¿Cómo se entero de los atractivos turísticos que ofrece Tena?

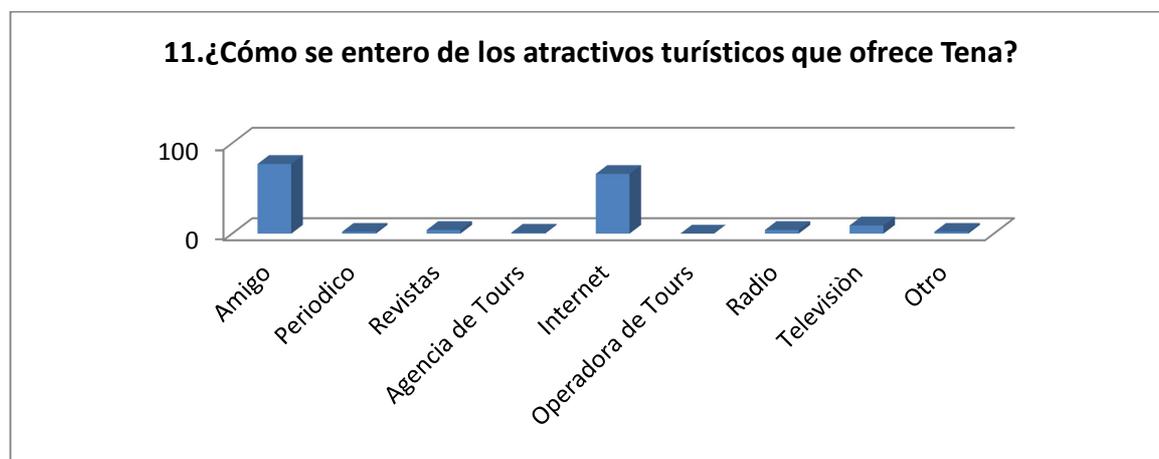
CUADRO 23: Cómo se entero de los atractivos turísticos que ofrece Tena?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Amigo	78	82%
Periódico	2	2%
Revistas	4	4%
Agencia de Tours	1	1%
Internet	67	70%
Operadora de Tours	0	0%
Radio	4	4%
Televisión	9	9%
Otro	2	2%
TOTAL	167	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora

GRÁFICO 20: Cómo se entero de los atractivos turísticos que ofrece Tena?



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora

Los medios de comunicación masiva a través de los cuales se enteraron de lo atractivos de la Ciudad de Tena fueron por medio de los amigos seguido por el Internet. Este dato ayuda muchísimo para el momento de promocionar el servicio, que indispensablemente se lo hará por medio del internet. La televisión se encuentra en tercer lugar con un 9% seguido por la radio y revista (4% ambos), seguido por 2% que son el periódico, una agencia de tours y por medio de un familiar.

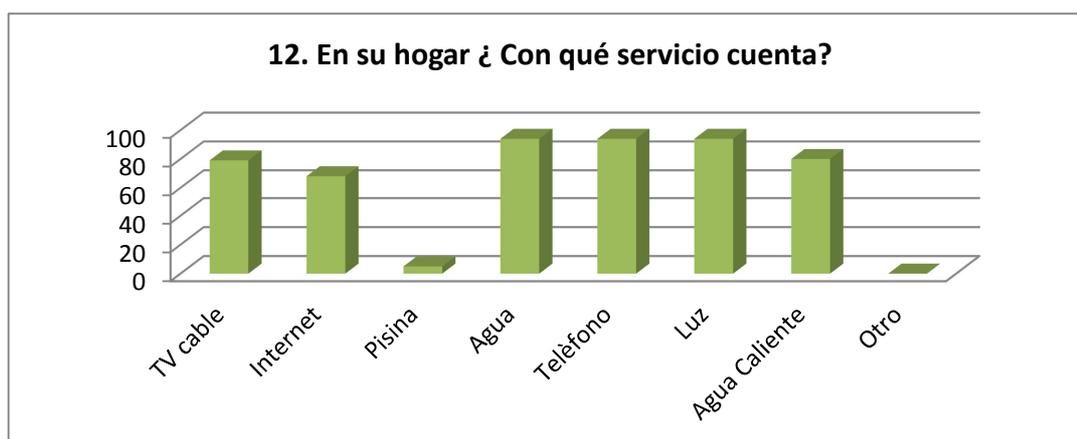
12. En su hogar ¿Con qué servicio cuenta?

CUADRO 24: En su hogar, con qué servicio cuenta?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
TV cable	80	84%
Internet	69	73%
Piscina	5	5%
Agua	95	100%
Teléfono	95	100%
Luz	95	100%
Agua Caliente	81	85%
Otro	0	0%
TOTAL	520	

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: La autora

GRÁFICO 21: En su hogar, con qué servicio cuenta?



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: La autora

Básicamente esta pregunta también me ayuda a determinar el perfil del posible consumidor, por lo que, mediante el análisis registrado, se puede observar que todos

cuentan con servicios básicos como son, el agua, teléfono y luz. Como la mayoría de los encuestados provienen de la Sierra, ellos cuentan con el servicio de agua caliente, así como el de televisión por cable y de internet. Sólo el 5% cuenta con una piscina en su hogar. Es decir que los turistas que visitan la ciudad de Tena son de la clase media, media-alta.

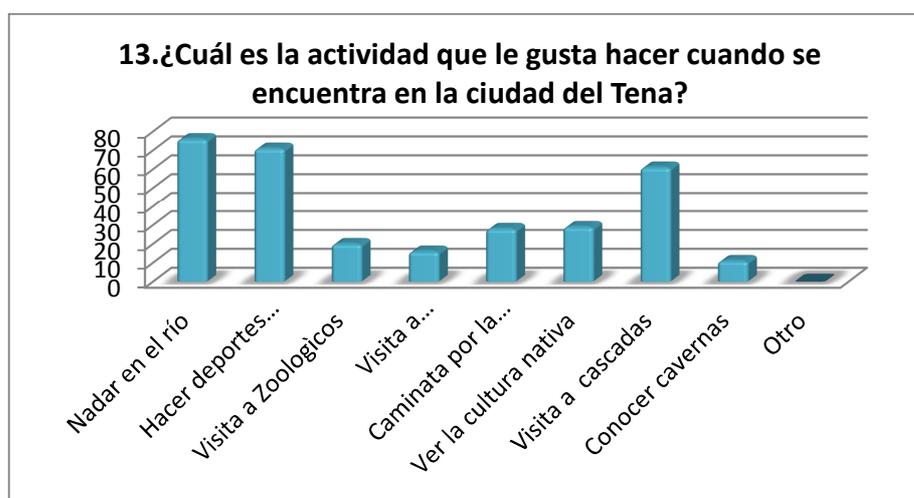
13. ¿Cuál es la actividad que le gusta hacer cuando se encuentra en la ciudad del Tena?

CUADRO 25: Cuál es la actividad que le gusta hacer cuando se encuentra en la Ciudad de Tena?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Nadar en el río	76	80%
Hacer deportes extremos	72	76%
Visita a Zoológicos	20	21%
Visita a Comunidades	16	17%
Caminata por la selva	28	29%
Ver la cultura nativa	29	31%
Visita a cascadas	61	64%
Conocer cavernas	11	12%
Otro	0	0%
TOTAL	313	

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: La autora

GRÁFICO 22: Cuál es la actividad que le gusta hacer cuando se encuentra en la Ciudad de Tena?



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: La autora

Para poder determinar cuáles son los servicios adicionales que prefieren los turistas nacionales se realizó esta interrogante, la cual nos ayudó a determinar que el 80% de las personas les agrada nadar en el río, disfrutar de las aguas cristalinas y puras que aún ofrece la Provincia de Napo. Es por esto que el 76% de turistas les gustaría practicar deportes extremos, sentir adrenalina en sus cuerpos, sentirse vivos. El 64% de los encuestados les gusta visitar cascadas, mientras que, entre el 31% y 12% realizan las otras actividades como visitar zoológicos, comunidades, cavernas, la selva y ver la cultura nativa.

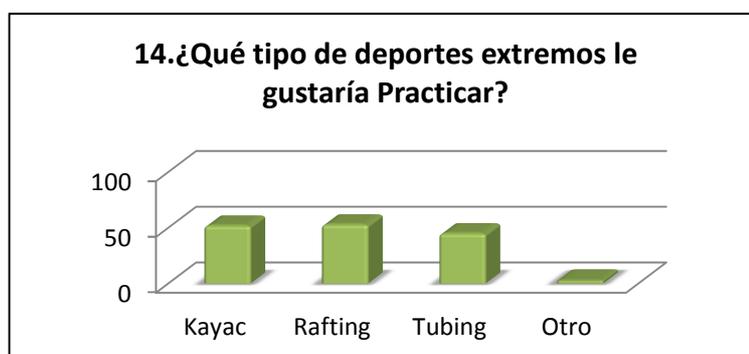
14. ¿Qué tipo de deportes extremos le gustaría Practicar?

CUADRO 26: Qué tipo de deportes extremos le gustaría practicar?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Kayac	52	55%
Rafting	53	56%
Tubing	45	47%
Otro	3	3%
TOTAL	153	

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: La autora

GRÁFICO 23: Qué tipo de deportes extremos le gustaría practicar?



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: La autora

Los deportes extremos que prefieren son el Rafting, Kayac y tubing con 55%, 56% y 47% respectivamente, esto ayuda a determinar qué servicios adicionales al de hospedaje se puede ofertar en la empresa para que sea aceptada por los posibles consumidores. EL 3% le gustaría practicar cabalgata y, aunque no sea extremo, lo que contestó un encuestado fue, básquet.

15. ¿Se preocupa Usted por la preservación de la Tierra(naturaleza)

CUADRO 27: Se preocupa usted por la preservación de la Tierra (naturaleza)?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Si	93	98%
No	2	2%
TOTAL	95	100%

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: La autora

GRÁFICO 24: Se preocupa usted por la preservación de la Tierra (naturaleza)?



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: La autora

El 98% de las personas encuestadas respondieron afirmativamente que se preocupan por la preservación de la Naturaleza, mientras que sólo el 2% de los encuestados no les interesa.

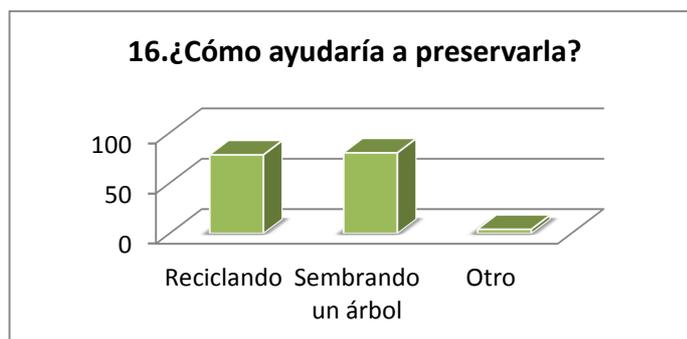
16. ¿Cómo ayudaría a preservarla?

CUADRO 28: Cómo ayudaría a preservarla?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Reciclando	78	82%
Sembrando un árbol	81	85%
Otro	4	4%
TOTAL	163	

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: La autora

GRÁFICO 25: Cómo ayudaría a preservarla?



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: La autora

Las personas encuestadas, el 85% de ellas coincidieron que sembrar un árbol sería una forma de ayudar a preservar la naturaleza, pues éstos aparte de que son hogar para diversos animales, purifican el aire de las emisiones de CO₂ que los humanos emitimos y de mayor cantidad las fábricas y empresas que contaminan el aire.

El 82% de las personas opinan que reciclar es una forma de ayudar a la disminución de la contaminación que está sufriendo el planeta en la actualidad.

El restante 4% opina que no se debe arrojar basura, ni en la calle peor en los ríos, pues esto contamina la flora y fauna natural.

1.13.3.3.1.2 Turistas Extranjeros

CUADRO 29: Su género

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Hombre	11	58%
Mujer	8	42%
TOTAL	19	100%

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: La autora

GRÁFICO 26: Su género



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: La autora

La investigación realizada dirigida a ciudadanos extranjeros, demostró que los hombres son los que más visitan la ciudad de Tena; es decir que de los 16946 turistas extranjeros, 9811 son hombres y 7135 son mujeres.

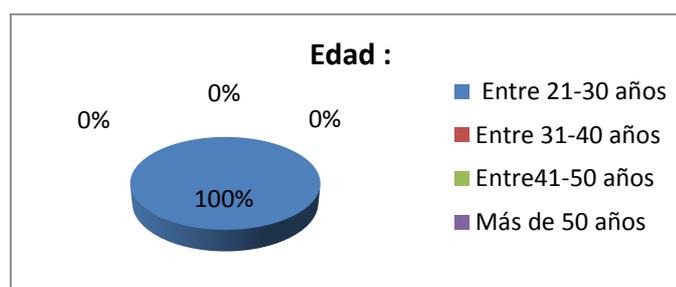
Su edad:

CUADRO 30: Su edad

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Entre 21-30 años	19	100%
Entre 31-40 años	0	0%
Entre 41-50 años	0	0%
Más de 50 años	0	0%
TOTAL	19	100%

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: La autora

GRÁFICO 27: Su edad



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: La autora

Los turistas encuestados que más visitan están comprendidos entre las edades de 21 a 30 años, están en el rango de las personas que trabajan y necesitan unas vacaciones. Con esto se determina que son jóvenes los turistas extranjeros que llegan a la ciudad de Tena.

CUADRO 31: Nacionalidad

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
USA	7	37%
Alemania	5	26%
Suiza	3	16%
Francia	2	10%
Otro	2	11%
TOTAL	19	100%

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: La autora

GRÁFICO 28: Nacionalidad



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: La autora

Las encuestas reflejan que los extranjeros que más visitan nuestro país provienen de Norteamérica (EE: UU); con 37%, seguido por Alemania con el 26% de personas, Suiza con 16%, Francia con 10% y otros países como Argentina, Japón representan el 11 % de todos los visitantes.

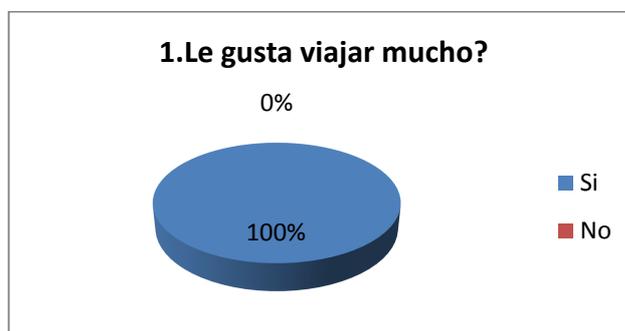
1. Le gusta viajar mucho?

CUADRO 32: Le gusta viajar mucho?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Si	19	100%
No	0	0%
TOTAL	19	100%

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: La autora

GRÁFICO 29: Le gusta viajar mucho?



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: La autora

Los resultados arrojan que todos los turistas extranjeros encuestados prefieren viajar y conocer el mundo, pues adquirir conocimiento también es parte de su cultura.

2. Qué partes del Mundo ha visitado? y, ¿Qué le ha gustado de éstos?

CUADRO 33: Qué partes del mundo ha visitado? y, qué le ha gustado de éstos?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
África	1	5%
India	2	10%
Galápagos	2	10%
Australia	1	5%
México	3	16%
Perú	2	11%
Chile	2	11%
Brasil	2	11%
Egipto	1	5%
Costa Rica	2	11%
Francia	1	5%
TOTAL	19	100%

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: La autora

GRÁFICO 30: Qué partes del mundo ha visitado? y, qué le ha gustado de éstos?



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: La autora

Los turistas extranjeros, son personas que tienen un nivel de vida en sus países de origen, medio, medio-alto. Es por esto que muchos suelen viajar a distintos lugares del mundo, como por ejemplo, África, India, Austria, Egipto, Francia (países Europeos), México, Perú, Chile, Costa Rica y Galápagos (países Americanos).

Lo que la mayoría de los encuestados contestaron es que: la cultura, arte, costumbres son un motivo para decidir vacacionar en ese lugar. Al igual que la diversidad de

flora y fauna que se puede observar en sus visitas, desean encontrar un lugar de paz y tranquilidad para poder obtener un equilibrio emocional y continuar con su vida cotidiana al regresar a su país de origen.

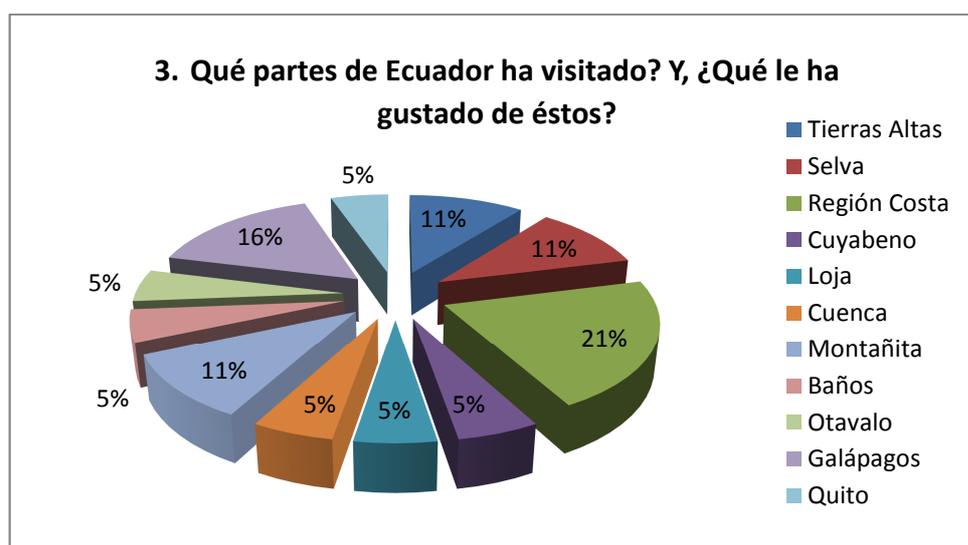
3. Qué partes de Ecuador ha visitado? y, ¿Qué le ha gustado de éstos?

CUADRO 34: Qué partes de Ecuador ha visitado? y, qué le ha gustado de éstos?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Tierras Altas	2	11%
Selva	2	11%
Región Costa	4	21%
Cuyabeno	1	5%
Loja	1	5%
Cuenca	1	5%
Montañita	2	11%
Baños	1	5%
Otavalo	1	5%
Galápagos	3	16%
Quito	1	5%
TOTAL	19	100%

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: La autora

GRÁFICO 31: Qué partes de Ecuador ha visitado? y, qué le ha gustado de éstos?



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: La autora

Los turistas internacionales, han visitado: la Región Costa como en primera instancia con el 21%, de ahí se encuentra en segundo lugar las Islas Galápagos y en tercero la

selva, las tierras altas y Montañita con un 11% cada uno. Siendo la Reserva de Cuyabeno, Loja, Cuenca, Baños, Otavalo y Quito las menos visitadas con un 5%. Lo que los turistas comentan es que les gusta conocer la cultura colonial, la diversidad de flora y fauna que tiene Ecuador, sus playas, sus ríos, su selva y el aire puro que pueden respirar ahí, en fin todo lo nuevo que puedan conocer.

4. ¿Por qué motivo usted se encuentra en la Ciudad de Tena?

CUADRO 35: Por qué motivo usted se encuentra en la Ciudad de Tena?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Vacaciones	18	95%
trabajo	1	5%
otro	0	0%
TOTAL	19	100%

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: La autora

GRÁFICO 32: Por qué motivo usted se encuentra en la Ciudad de Tena?



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: La autora

De las personas encuestadas el 95%, dijeron que se encontraban por vacaciones en la ciudad de Tena, mientras que sólo el 5% de las personas extranjeras se encuentran en Tena por trabajo.

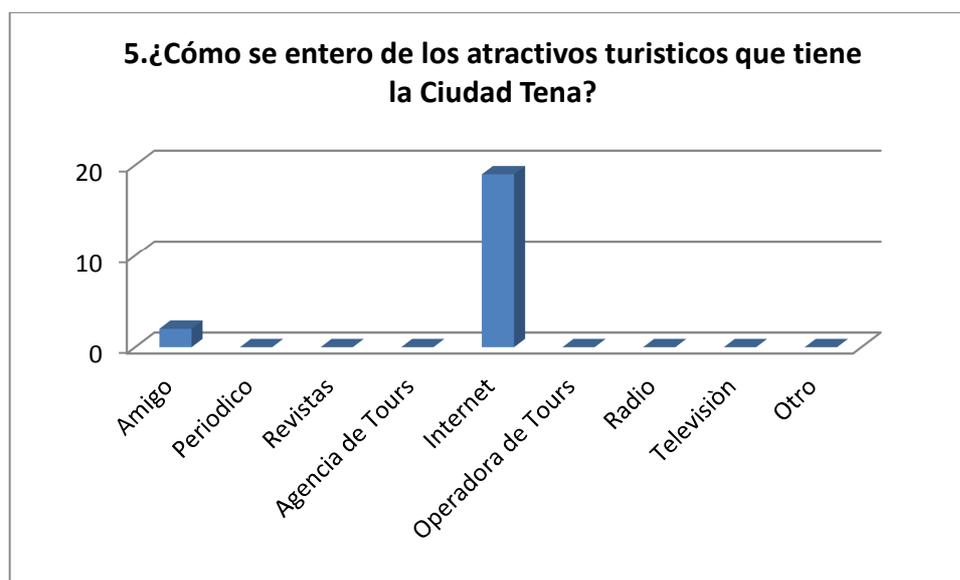
5. ¿Cómo se entero de los atractivos turísticos que tiene la Ciudad Tena?

CUADRO 36: Cómo se entero de los atractivos turísticos que tiene la Ciudad de Tena?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Amigo	2	10%
Periódico	0	0%
Revistas	0	0%
Agencia de Tours	0	0%
Internet	17	90%
Operadora de Tours	0	0%
Radio	0	0%
Televisión	0	0%
Otro	0	0%
TOTAL	19	100%

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: La autora

GRÁFICO 33: Cómo se entero de los atractivos turísticos que tiene la Ciudad de Tena?



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: La autora

De todas los turistas extranjeros encuestados, el 90% de ellos se enteraron de los atractivos turísticos que tiene la maravillosa y paradisiaca ciudad de Tena mediante el medio masivo actual que es el internet, mientras que el 10% restante lo hicieron porque un amigo les informó sobre los lugares turísticos de Tena.

6. ¿El medio de Transporte que Usted utilizó para llegar a la Ciudad de Tena fue:

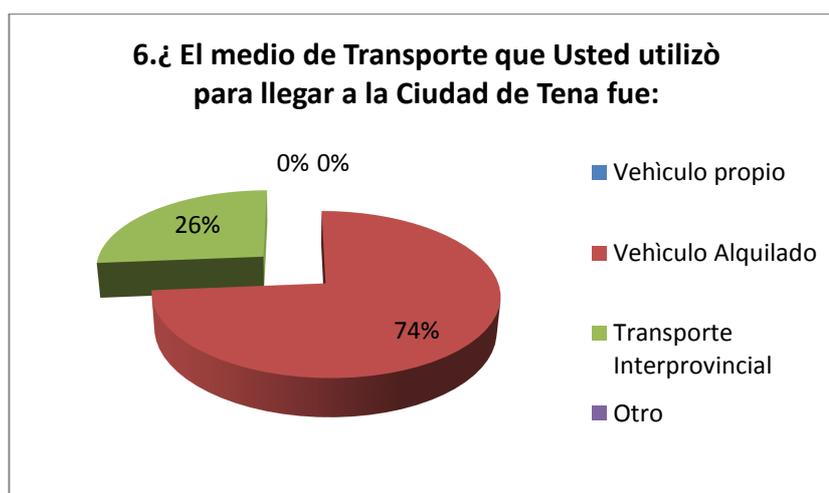
CUADRO 37: El medio de transporte que usted utilizó para llegar a la Ciudad de Tena fue:

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Vehículo propio	0	0%
Vehículo Alquilado	14	74%
Transporte Interprovincial	5	26%
Otro	0	0%
TOTAL	19	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora

GRÁFICO 34: El medio de transporte que usted utilizó para llegar a la Ciudad de Tena fue:



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora

Los turistas extranjeros para movilizarse hacia la ciudad de Tena, lo hicieron así: el 74% alquilaron un vehículo, el 26% restante lo hicieron por medio de un Transporte interprovincial.

Esto demuestra que los visitantes de otros lugares del mundo son personas que tiene un nivel económico medio, medio-alto; pues en el presupuesto que destinan para vacacionar está incluido el alquiler de un auto.

7. ¿Este viaje lo realiza:

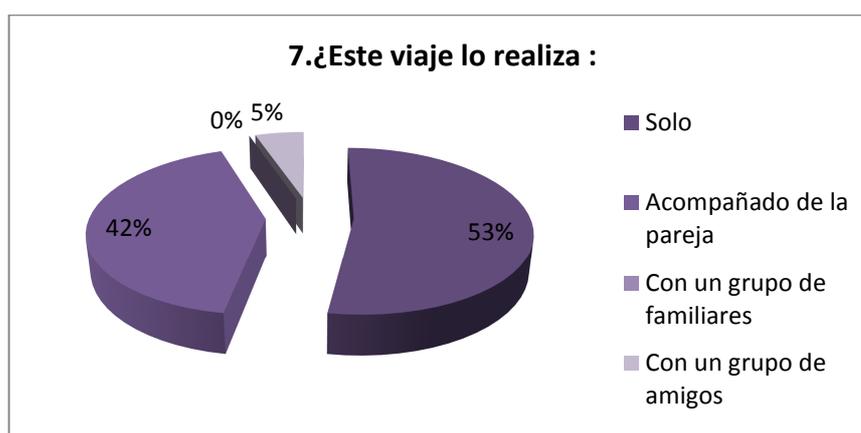
CUADRO 38: Este viaje lo realiza

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Solo	10	53%
Acompañado de la pareja	8	42%
Con un grupo de familiares	0	0%
Con un grupo de amigos	1	5%
TOTAL	19	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora

GRÁFICO 35: Este viaje lo realiza



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora

Como podemos darnos cuenta, las personas extranjeras tienen otra cultura con respecto a la familia, ellos prefieren viajar solos, con sus parejas o amigos antes que realizar un viaje familiar, esto se basa en que no son tan apegados a sus familias, es por ello que el 53% de ellos viajan solos, mientras que el 42% con su pareja y sólo el 5% lo hacen con amigos.

8. ¿Dónde usted se hospeda cuando visita la Ciudad de Tena?

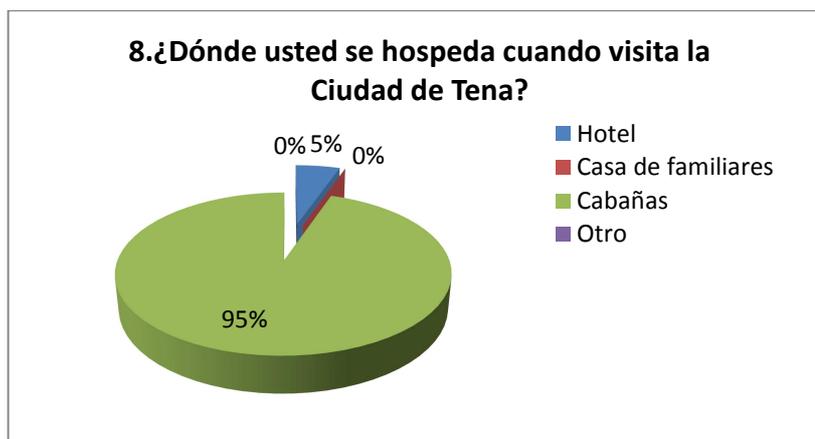
CUADRO 39: Dónde usted se hospeda cuando visita la Ciudad de Tena?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Hotel	1	5%
Casa de familiares	0	0%
Cabañas	18	95%
Otro	0	0%
TOTAL	19	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora

GRÁFICO 36: Dónde usted se hospeda cuando visita la Ciudad de Tena?



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora

Como el estudio realizado se lo hizo en las playas de Misahuallí, se determinó que el 95% de los visitantes extranjeros se hospedan en cabañas, pues ellos prefieren estar junto a la naturaleza exuberante que tiene la hermosa ciudad de Tena, y el 5% lo hacen en un hotel.

9. ¿Le agrada donde se encuentra hospedado?

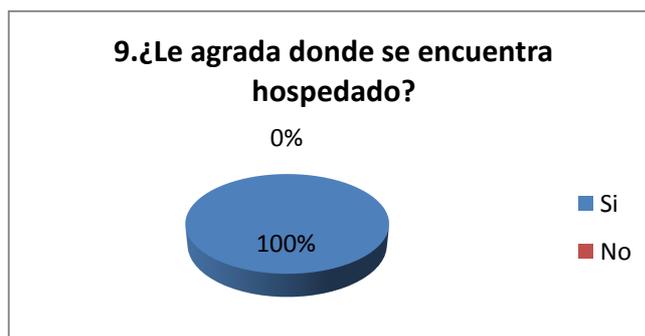
CUADRO 40: Le agrada donde se encuentra hospedado?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Si	19	100%
No	0	0%
TOTAL	19	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora

GRÁFICO 37: Le agrada donde se encuentra hospedado?



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: La autora

A los extranjeros les agrada donde se encuentran hospedados, unos dijeron porque es tranquilo y pueden ver diversidad de flora y fauna; es decir que pueden descansar.

10. ¿Cuánto es lo que está pagando por el servicio de hospedaje?

CUADRO 41: Cuánto es lo que está pagando por el servicio de hospedaje?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Entre 8 y 15 USD	1	5%
Entre 16 y 25 USD	0	0%
Entre 26 y 35 USD	0	0%
Más de 35 USD	18	95%
TOTAL	19	100%

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: La autora

GRÁFICO 38: Cuánto es lo que está pagando por el servicio de hospedaje?



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: La autora

Lo que las personas extranjeras pagan por el servicio de hospedaje son más de 35 USD por noche; es decir que el 95% de los turistas se hospedan en cabañas pagando un valor superior al de 35 USD. Sólo el 5% de ellos pagan entre 8 a 15 USD por noche, pero porque se hospedan en un hotel.

11. ¿Qué le pareció el precio?

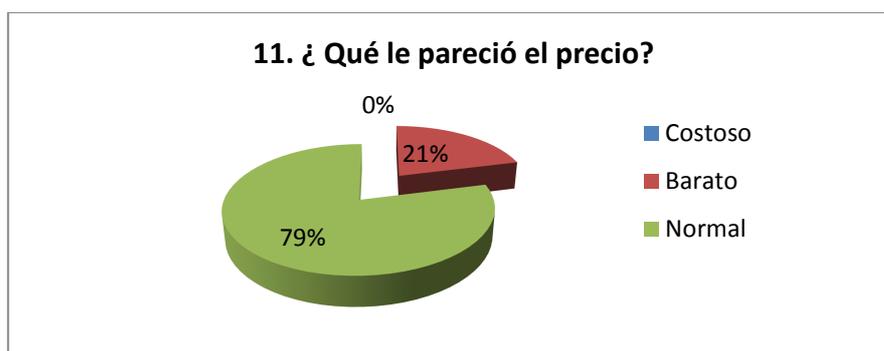
CUADRO 42: Qué le pareció el precio?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Costoso	0	0%
Barato	4	21%
Normal	15	79%
TOTAL	19	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora

GRÁFICO 39: Qué le pareció el precio?



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora

Para el 79% de las personas el precio es normal, mientras que para 21% el precio es barato, esto demuestra que para ellos el precio superior a 35 USD está bien, y prefieren la calidad del servicio antes que el precio; por lo que se puede concluir que son personas que prefieren un buen servicio sin importar el costo del mismo.

12. Cuánto tiempo Usted destina para quedarse en la Ciudad de Tena?

CUADRO 43: Cuánto tiempo usted destina para quedarse en la Ciudad de Tena?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
1 a 5 días	19	100%
6 a 10 días	0	0%
Más de 10 días	0	0%
TOTAL	19	100%

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: La autora

GRÁFICO 40: Cuánto tiempo usted destina para quedarse en la Ciudad de Tena?



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: La autora

El 100% de los turistas destina a vacacionar en la ciudad de Tena, hasta un máximo de 5 días, pues son personas que trabajan o quieren conocer más lugares del Ecuador y por eso se quedan sólo un poco de días.

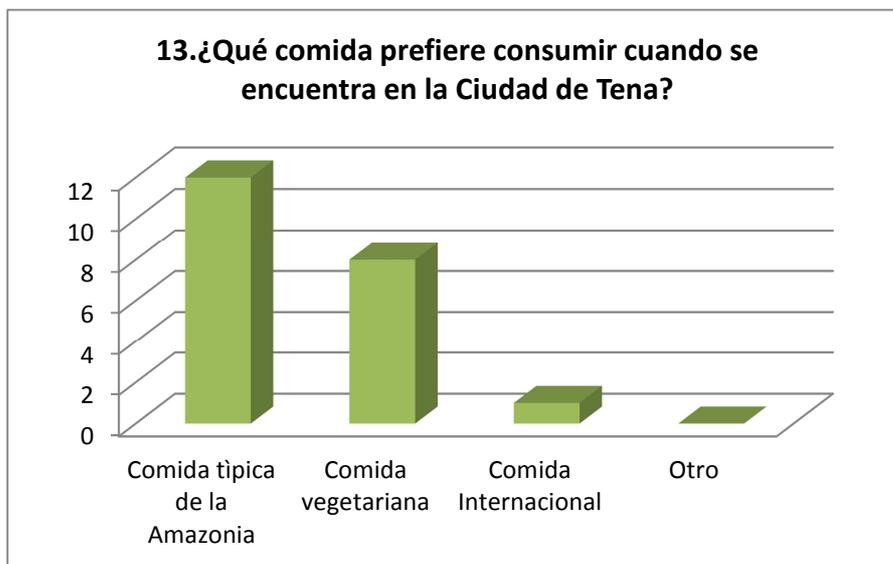
13. ¿Qué comida prefiere consumir cuando se encuentra en la Ciudad de Tena?

CUADRO 44: Qué comida prefiere consumir cuando se encuentra en la Ciudad de Tena?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Comida típica de la Amazonia	12	63%
Comida vegetariana	8	42%
Comida Internacional	1	5%
Otro	0	0%
TOTAL	21	

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: La autora

GRÁFICO 41: Qué comida prefiere consumir cuando se encuentra en la Ciudad de Tena?



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: La autora

De todos los turistas encuestados, el 42% de ellos son vegetarianos, por eso prefieren comer este tipo de comida; sin embargo existen extranjeros que desean consumir comida típica de la zona, es por ello que el 63% de ellos escogieron esta opción. Tan sólo el 5% prefiere comer la comida que consume en su país.

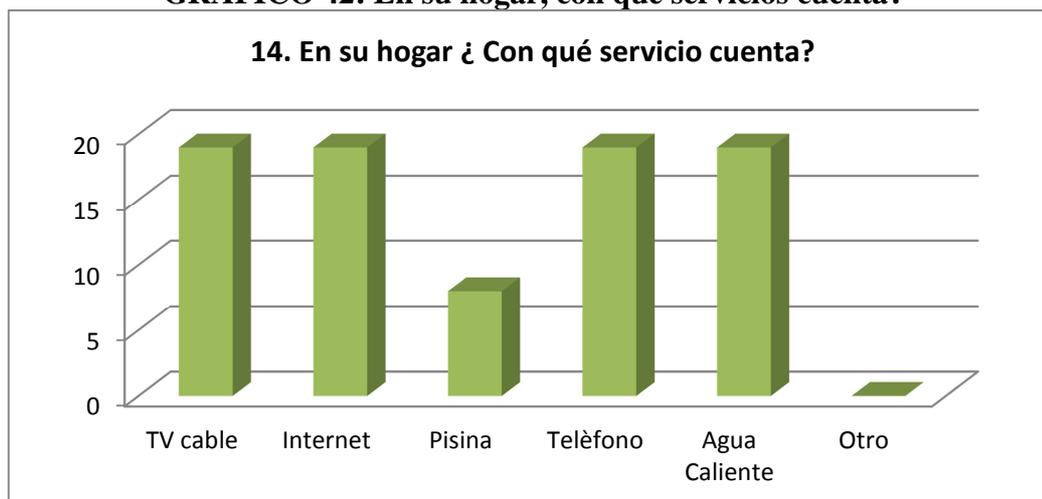
14. En su hogar ¿Con qué servicio cuenta?

CUADRO 45: En su hogar, con qué servicios cuenta?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
TV cable	19	100%
Internet	19	100%
Piscina	8	42%
Teléfono	19	100%
Agua Caliente	19	100%
Otro	0	0%
TOTAL	84	

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: La autora

GRÁFICO 42: En su hogar, con qué servicios cuenta?



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: La autora

El 100% de los encuestados cuentan con: TV Cable, Internet, teléfono y agua caliente en sus hogares, mientras que de ellos, el 42% tienen piscina en sus hogares. Este análisis afirma lo que los turistas provienen de un nivel económico medio, medio-alto.

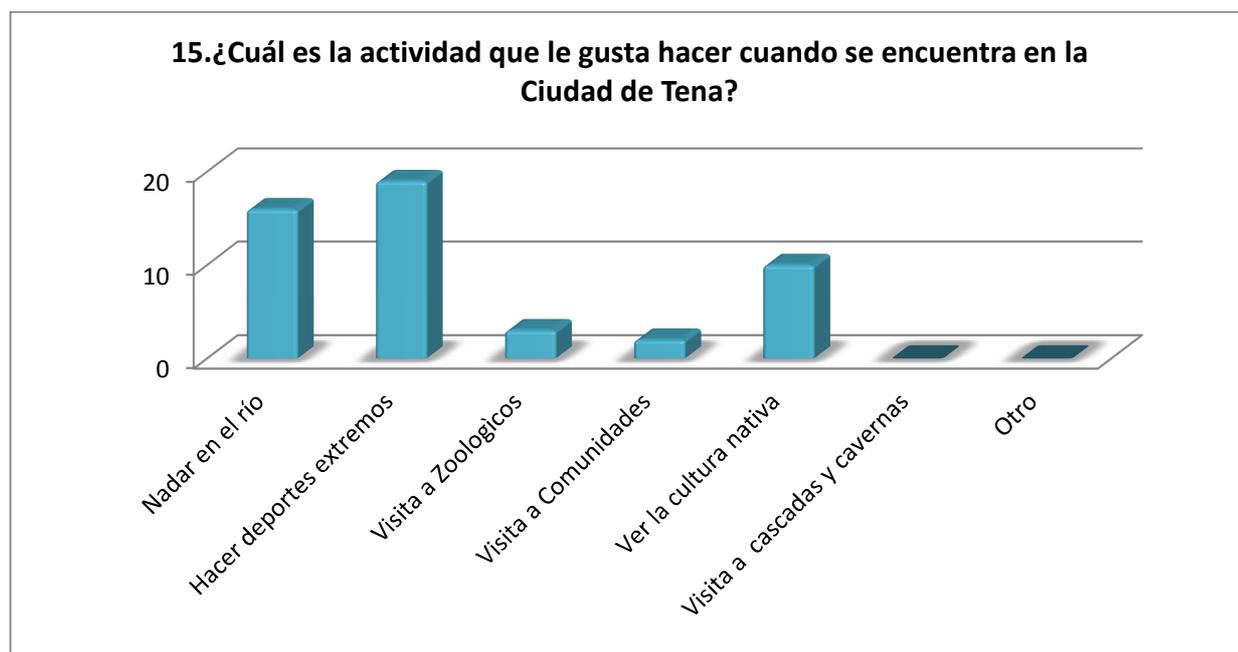
15. ¿Cuál es la actividad que le gusta hacer cuando se encuentra en la Ciudad de Tena?

CUADRO 46: Cuál es la actividad que le gusta hacer cuando se encuentra en la Ciudad de Tena?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Nadar en el río	16	84%
Hacer deportes extremos	19	100%
Visita a Zoológicos	3	16%
Visita a Comunidades	2	11%
Ver la cultura nativa	10	53%
Visita a cascadas y cavernas	0	0%
Otro	0	0%
TOTAL	50	

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: La autora

GRÁFICO 43: Cuál es la actividad que le gusta hacer cuando se encuentra en la Ciudad de Tena?



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora

A todos los turistas extranjeros les agrada realizar deportes extremos como primera actividad que hacen al visitar la ciudad de Tena, así como también nadar en el río. Otras actividades que ellos prefieren realizar son conocer y ver la cultura nativa, visitar zoológicos y visitar comunidades.

16. ¿Qué tipo de deportes extremos le gustaría practicar?

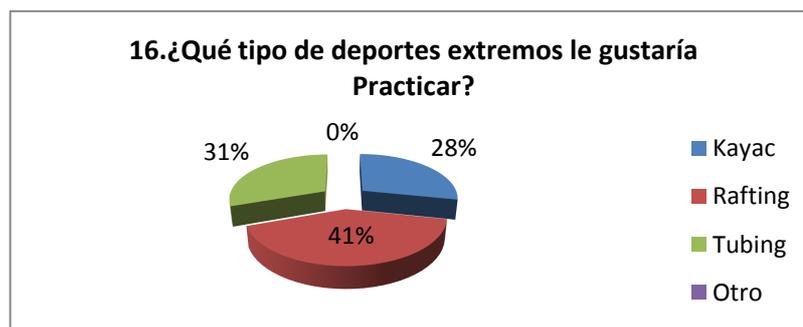
CUADRO 47: Qué tipo de deportes extremos le gustaría practicar?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Kayac	13	68%
Rafting	19	100%
Tubing	14	74%
Otro	0	0%
TOTAL	46	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora

GRÁFICO 44: Qué tipo de deportes extremos le gustaría practicar?



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: La autora

Los extranjeros prefieren realizar el rafting en ríos de III y IV nivel, seguido por el kayak y el tubing, los mismos que son deportes acuáticos realizados en los ríos Napo, Jatún Yacu y Misahuallí.

17. ¿Se preocupa usted por la preservación de la Tierra (naturaleza)?

CUADRO 48: Se preocupa usted por la preservación de la Tierra (naturaleza)

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Si	19	100%
No	0	0%
TOTAL	19	100%

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: La autora

GRÁFICO N°55 Se preocupa usted por la preservación de la Tierra (naturaleza)



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: La autora

El 100% de los turistas extranjeros encuestados se preocupan por la preservación de la naturaleza.

18. ¿Cómo ayudaría a preservarla?

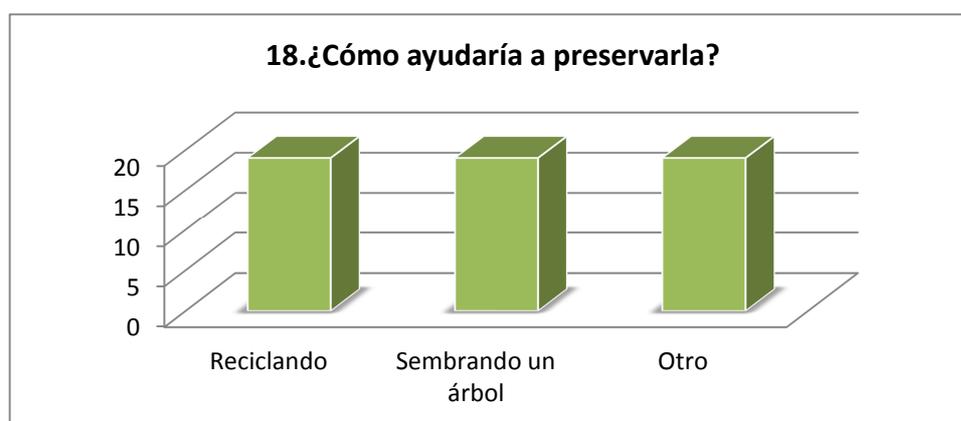
CUADRO 49: Cómo ayudaría a preservarla?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Reciclando	19	100%
Sembrando un árbol	19	100%
Otro	19	100%
TOTAL	57	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora

GRÁFICO 45: Cómo ayudaría a preservarla?



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora

Los turistas coinciden que todo es bueno para ayudar a cuidar la naturaleza y reconstruirla, como por ejemplo, reciclando, no arrojando ni contaminando el medio ambiente, y que es una buena idea sembrar un árbol para apoyar la reparación de la flora destruida.

1.13.4 Demanda del Servicio

De acuerdo al análisis anterior, se ha determinado que existe una demanda para adquirir el servicio de hospedaje en un lugar tranquilo para descansar y relajarse; es decir que los turistas nacionales en un 63% de ellos prefieren alquilar una cabaña; mientras que el 95% de los turistas extranjeros desean adquirir este servicio.

Para obtener un dato más real posible se realizará el siguiente estudio:

1.13.4.1 Proyección de la Demanda

Se hace indispensable proyectar la demanda con el fin de conocer la cantidad de turistas, tanto nacionales como extranjeros, que necesitaran de este servicio.

El método de proyección de la demanda será a través del crecimiento del turismo en la Ciudad de Tena que, según el ITUR con sede en la misma Ciudad es el 4.80%. Éste método justifica el crecimiento de la demanda, puesto que las personas son las que demandarán los servicios a un determinado precio y con una determinada frecuencia. La siguiente tabla muestra la proyección de la demanda del segmento seleccionado.

CUADRO 50: Proyección de la Demanda

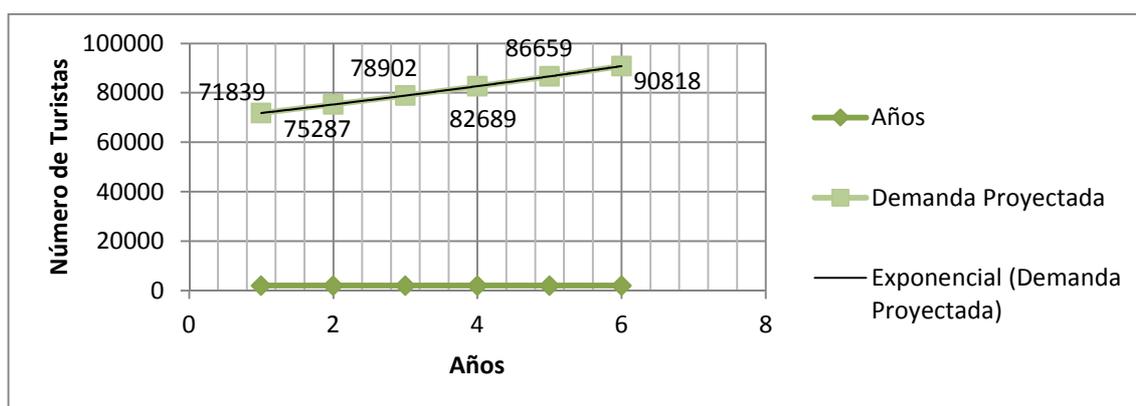
Años	Demanda Proyectada	Demanda Nacional (Cabañas) ¹⁸	Demanda Extranjera (Cabañas) ¹⁹	Demanda Total Proyectada Cabañas
2011	105460	55809	16030	71839
2012	110522	58488	16799	75287
2013	115827	61296	17606	78902
2014	121387	64238	18451	82689
2015	127214	67322	19337	86659
2016	133320	70553	20265	90818

Fuente: Análisis de Proyección en base a datos históricos del comportamiento de afluencia de turistas.

Elaborado por: La autora

El siguiente gráfico muestra las proyecciones de la demanda para los próximos cinco años.

GRÁFICO 46: Proyección de la Demanda



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora

¹⁸ Se determina mediante las encuestas realizadas, donde demuestra que el 63% de los turistas nacionales prefieren hospedarse en cabañas. (55809 = (105460*84%)*63%

¹⁹ Se determina mediante las encuestas realizadas, donde demuestra que el 95% de los turistas extranjeros prefieren hospedarse en cabañas. (16030 = (105460*16%)*95%

Se puede observar en la gráfica que el incremento de turistas es lineal, pues para el presente año existen 105460 totales de turistas, y para el año 2016 serían de 133320, debido al crecimiento de promoción turística, tanto local realizada por el Municipio de Tena, como internacional realizada por el Gobierno Central mediante el Ministerio de Turismo.

1.14 Análisis de la Oferta

“La oferta es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado.”

El propósito que se persigue mediante el análisis de la oferta es determinar o medir las cantidades y las condiciones en que una economía puede y quiere poner a disposición del mercado de un bien o un servicio. La oferta, al igual que la demanda, está en función de una serie de factores, como son los precios en el mercado del producto, los apoyos gubernamentales a la producción, etc.²⁰

1.14.1 Clasificación de la Oferta

Para el análisis de la oferta, se realizará la investigación, en base a la oferta competitiva o de mercado libre, en ella los productores se encuentran en circunstancias de libre competencia, sobre todo debido a que existe tal cantidad de productores del mismo artículo, que la participación en el mercado está determinada por la calidad, el precio y el servicio que se ofrecen al consumidor. También se caracteriza porque generalmente ningún productor domina el mercado.²¹

²⁰ BACA URBINA, Gabriel, *Evaluación de proyectos*, 6ta. Edición, Editorial Mc Graw Hill, México-2010, p.41

²¹ Idem., p.41

1.14.1.1 Factores que afectan la Oferta

1.14.1.1.1 Competencia actual

La competencia actual, son todas aquellas personas naturales y jurídicas que realizan la misma actividad de ofrecer servicios de turismo ecológico educativo.

En la Ciudad de Tena, no se ha encontrado una empresa del mismo servicio propuesto en esta tesis, sin embargo existen cabañas que trabajan bajo el sello verde, esto “Se trata de un conjunto de símbolos registrados y reconocidos que usualmente certifican ante la sociedad, que el producto cumple con una serie de requisitos y normas establecidas con miras a proteger el ambiente de una comunidad. Aquí se involucran los procesos por parte de los productores, los comercializadores y los consumidores”²²

Las principales empresas y personas que se ubican en calidad de competidoras en el Cantón Tena son las siguientes:

CUADRO 51: Cabañas de la Ciudad de Tena y sus Parroquias

REGISTRO	RAZON SOCIAL	DIRECCION	CATEGORIA
	CIUDAD: Tena		
1501500019	EL ESTABLO DE TOMAS PARROQUIA: Ahuano	MUYUNA, CRUZANDO EL PUENTE VIA CALV	PRIMERA
1501510098	ALIÑAHUI	ORILLAS RIO NAPO KM 28 VIA AHUANO	PRIMERA
1501510099	LA CASA DEL SUIZO	ORILLAS RIO NAPO	PRIMERA
1501510101	LIANA LODGE	RIO ARAJUNO (BOCA ARAJUNO)	PRIMERA
1501510252	ARAJUNO JUNGLE LODGE PARROQUIA: Chontapunta	PUENTE SAN PEDRO, RIO ARAJUNO 5 MINUTOS	SEGUNDA
1501510102	YACHANA LODGE PARROQUIA: Pano	MONDAÑA 1 HORA EN CANOA DESDE AHUANO	PRIMERA
1501540117	SAPO RUMI PARROQUIA: Talag	VIA TENA - TALAG KM 1	TERCERA
1501540114	PIMPILALA PARROQUIA: Puerto Misahualli	LOTENRO.7 TALAG ALTO	TERCERA
1501550465	FRANCE AMAZONIA	FRENTE COLEGIO MISAHUALLI	PRIMERA
1501550338	HAMADRYADE LODGE	KM. 11 VIA PTO. NAPO-MISAHUALLI -VENEZIA	PRIMERA
1501550131	MISAHUALLI JUNGLE HOTEL	FRENTE PUERTO MISAHUALLI	PRIMERA
1501550130	JUNGLE LODGE EL JARDIN ALEMAN	VIA A MINAS	SEGUNDA
1501550267	SUCHIPAKARI PARROQUIA: Pto. Napo.	Comunidad Pununo Bajo-Río Pununo-Misahualli	SEGUNDA
1501560154	SHANGRI-LA	PTO.NAPO 6 KM VIA AL PUYO	SEGUNDA
1501560248	COTOCOCHA	KM.10 VIA AHUANO,VENEZIA DERECHA	SEGUNDA

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: ITUR Tena

²² Desarrollo Sostenible, mayo 2007. <http://desarrollososteniblepoli.blogspot.com/2007/05/sello-verde-o-ecosello.html>

En esta tabla se refleja todos los establecimientos que ofrecen hospedaje en la Ciudad de Tena y en sus Parroquias, las habitaciones que poseen todos los establecimientos, la cantidad de empleados trabajan. Estas cifras son proporcionadas por el ITUR (Información de Turismo) sede Tena.

De acuerdo a un análisis realizado por el ITUR Tena, el porcentaje de la oferta de Cabañas tan sólo es el 4.8% de la oferta total existente en la capital de la Provincia de Napo.

1.14.1.1.2 Comportamiento histórico de la Oferta

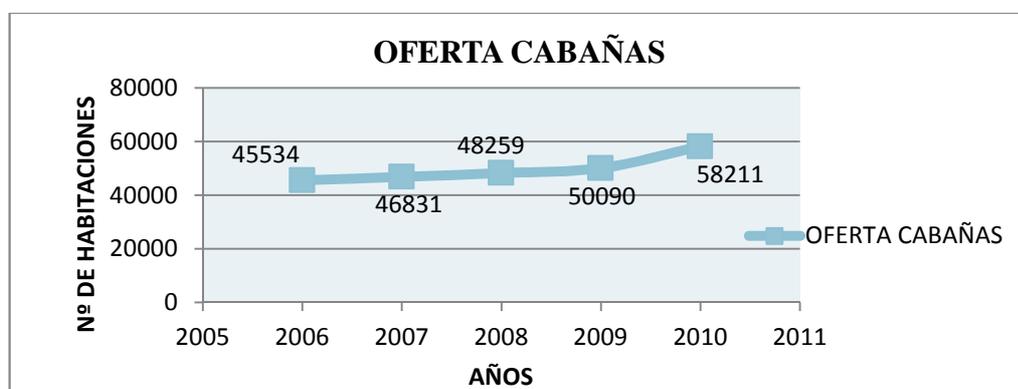
De acuerdo a los estudios realizados por el ITUR Tena, los datos obtenidos fueron los siguientes y en los cuales se basa para poder determinar el comportamiento de la oferta a través de los años anteriores, las cifras logradas son las siguientes:

CUADRO 52: Análisis de la Oferta Histórica

PERIODO	OFERTA TOTAL	OFERTA (CABAÑAS)
2006	948635	45534
2007	975645	46831
2008	1005402	48259
2009	1043535	50090
2010	1212735	58211

Fuente: ITUR TENA
Elaborado por: La autora

GRÁFICO 47: Análisis de la Oferta Histórica



Fuente: Itur Tena
Elaborado por: La autora

En el gráfico anterior se observa que existe un crecimiento en la oferta del servicio de hospedaje en forma paulatina; esto quiere decir que el mercado aun no está saturado y que existe oportunidad de competir de una forma justa.

Con los datos obtenidos, se establece que la oferta crece en un 3% cada año.

1.14.1.2 Comportamiento de la Oferta Actual

Las habitaciones disponibles diariamente son 3289, pero esto varía de acuerdo a los días que existan en el mes, es por esto que la capacidad ofertada varia pero de acuerdo a los meses, es por ello que tenemos los siguientes datos basándonos en esto:

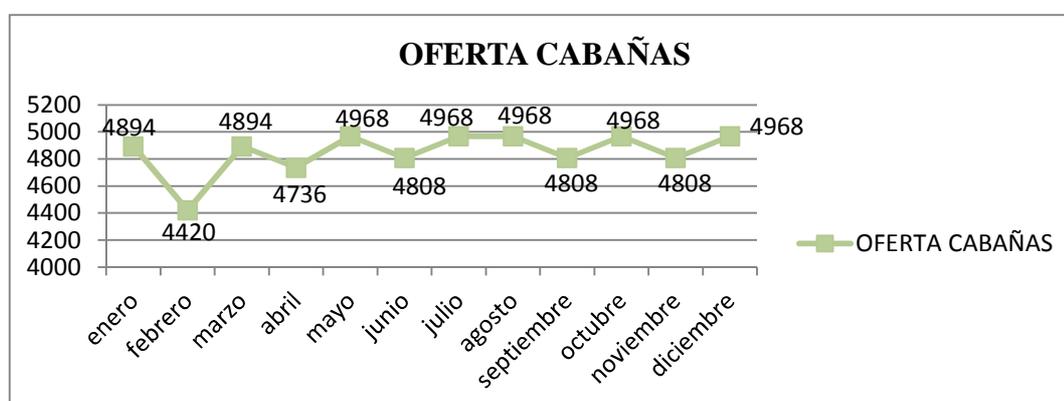
CUADRO 53: Análisis de la Oferta Actual

PERIODO	Nº DE DÍAS	Nº DE HABITACION	OFERTA ACTUAL	OFERTA ACTUAL (CAB)
Enero	31	3289	101959	4894
Febrero	28	3289	92092	4420
Marzo	31	3289	101959	4894
Abril	30	3289	98670	4736
Mayo	31	3289	103509	4968
Junio	30	3289	100170	4808
Julio	31	3289	103509	4968
Agosto	31	3289	103509	4968
Septiembre	30	3289	100170	4808
Octubre	31	3289	103509	4968
Noviembre	30	3289	100170	4808
Diciembre	31	3289	103509	4968
TOTAL			1212735	58211

Fuente: Itur Tena

Elaborado por: La autora

GRÁFICO 48: Análisis de la Oferta Actual



Fuente: Itur Tena

Elaborado por: La autora

Como se puede apreciar en el gráfico, la confiabilidad de las proyecciones tiene un 0.180% dada la oferta actual analizada por lo que se acepta las estimaciones realizadas.

1.14.1.3 Proyección de la Oferta

A continuación se muestra la siguiente tabla con los valores de las proyecciones dentro de los próximos cinco años, expresada en capacidad de satisfacer con plenitud a los turistas.

CUADRO 54: Proyección de la Oferta

AÑO	OFERTA PROYECTADA
2011	58211
2012	59957
2013	61756
2014	63609
2015	65517
2016	67483

Fuente: Itur Tena

Elaborado por: La autora

1.15 Demanda Insatisfecha

Para el análisis, tanto de la demanda como de la oferta, se consideró lo siguiente:

En el cálculo de la demanda se consideró a los turistas que ingresan a la ciudad de Tena y que respondieron que prefieren hospedarse en una cabaña y que el precio superior a 35 USD lo considera normal o barato, esto de acuerdo a las encuestas realizadas.

En el cálculo de la oferta se tomaron datos del ITUR de los establecimientos que tienen similares servicios que propone esta investigación.

Por lo consiguiente, se detecta que existe una demanda insatisfecha favorable para el presente proyecto, por lo que se considera que existe una oportunidad de ingresar en este mercado.

Se debe utilizar la mercadotecnia para dar a conocer un atributo diferenciador y que para este caso será en resaltar el cuidado y reconstrucción de la flora de la Amazonía ecuatoriana.

La siguiente tabla muestra la relación oferta demanda:

CUADRO 55: Proyección de la Demanda Insatisfecha

AÑO	Demanda Total Proyectada Cabañas	Oferta Total Proyectada Cabañas	DEMANDA INSATISFECHA
2011	71839	58211	13628
2012	75287	59957	15330
2013	78902	61756	17146
2014	82689	63609	19080
2015	86659	65517	21142
2016	90818	67483	23335

Fuente: Itur Tena

Elaborado por: La autora

1.16 Análisis de Precios

Para el análisis del precio; se determina mediante, la aceptación de un servicio el cual sea mayor a 35 USD, tanto para turistas nacionales como extranjeros, de los cuales, digan que el costo superior a éste valor es normal o barato.

De los 88514 turistas nacionales que visitan la ciudad de Tena, el 58% pagaron un valor de hospedaje superior a 35 USD, y de los 16946 turistas extranjeros que visitan la capital de la provincia de Napo, 95% cancelaron un valor superior a los 35 USD por persona.

La precepción de los precios para los turistas nacionales, 58% dijeron que el valor es normal, mientras que 42% opinaron que es barato pues la calidad del servicio es excelente.

Al igual que los turistas nacionales, 79% turistas extranjeros dijeron que el costo es normal, y 21% opinaron que el costo es barato.

Para determinar el precio, también se tomará en cuenta los precios que cobra la oferta directa que tiene este proyecto, la misma que se detalla a continuación:

CUADRO 56: Competencia directa con la empresa Etsa Soul Lodge Cia. Ltda.

REGISTRO	RAZON SOCIAL	DIRECCION	CATEGORIA
	CIUDAD: Tena		
	PARROQUIA: Pto. Napo.		
1501560154	SHANGRI-LA	PTO.NAPO 6 KM VIA AL PUYO	SEGUNDA
1501560248	COTOCOCHA	KM.10 VIA AHUANO, VENECIA DERECHA	SEGUNDA

Fuente: Itur Tena, 2010

Se las determina como competencia directa porque se encuentran en la misma Parroquia en la que se encontrará ubicada la empresa turística propuesta en este proyecto.

1.16.1 Análisis de Precios de la Competencia Directa

1.16.1.1 Cotococha Lodge

Los paquetes turísticos se muestran de la siguiente forma:

Opción 1

Incluye:

Todas las comidas y excursiones con un traductor incluido.

Alojamiento en cabañas con baño privado y agua caliente.

Visitas y excursiones

Un guía traductor

Comidas (desde la cena del primer día hasta el desayuno del último día.

Impuestos

Paquetes:

3 días/ 2 noches: US \$190

4 días/ 3 noches: US \$320

5 días/ 4 noches: US \$420

Opción 2 (Bronce)

Traslado Hotel- Estación de buses interprovinciales de Quito-Cotococha Lodge- Quito o Baños, todas las comidas y excursiones con el traductor (sólo durante las excursiones)

Incluye:

Traslado desde el hotel a la estación de autobús en Quito en carro privado.
Boletos para el transporte interprovincial desde Quito-Tena-Quito (o Baños).
Traslado Tena-Cotococha Lodge en carro privado
Alojamiento en cabañas con baño privado y agua caliente.
Visitas y excursiones
Un guía traductor
Comidas (desde la cena del primer día hasta el desayuno del último día.
Impuestos

Paquetes:

3 días/ 2 noches: US \$279
4 días/ 3 noches: US \$419
5 días/ 4 noches: US \$546

Opción 3 (Plata)

Traslado al Hotel- Estación de buses interprovinciales de Quito-Cotococha Lodge- Quito o Baños, todas las comidas y excursiones con el traductor (durante todo el paquete)

Incluye:

Traslado desde el hotel a la estación de autobús en Quito en carro privado.
Boletos para el transporte interprovincial desde Quito-Tena-Quito (o Baños).
Traslado Tena-Cotococha Lodge en carro privado
Alojamiento en cabañas con baño privado y agua caliente.
Visitas y excursiones
Un guía traductor durante todo el viaje
Comidas (desde la cena del primer día hasta el desayuno del último día.
Impuestos

Paquetes:

3 días/ 2 noches: US \$359

4 días/ 3 noches: US \$509

5 días/ 4 noches: US \$649

Opción 4 (Oro)

Transporte privado en 4x4 o mini-van desde Quito-Cotococha Lodge-Quito o Baños, acompañado por el traductor durante todo el paquete. Todas las comidas y excursiones.

Incluye:

Transporte privado durante todo el programa con un guía traductor.

Alojamiento en cabañas con baño privado y agua caliente.

Visitas y excursiones

Un guía traductor durante todo el viaje

Comidas (desde la cena del primer día hasta el desayuno del último día.

Impuestos

Paquetes:

3 días/ 2 noches: US \$559

4 días/ 3 noches: US \$779

5 días/ 4 noches: US \$969

Precio hospedaje por persona: US \$45

Precio por persona (2 personas mínimo)

Pasajero solo, precios bajo petición.

Las instalaciones se encuentran en el Anexo 3.

1.16.1.2 Shangri-la

Precios por persona (2 pasajeros mínimo)

Paquetes:

Programa: 2 días/1 noche: US \$98
Programa: 3 días/2 noche: US \$147
Programa: 4 días/3 noche: US \$196
Programa: 5 días/4 noches: US \$245

Otros tours adicionales:

Adicionales: Tour viaje al Ahuano (6 personas mínimo) Extra: US \$20
Adicionales: Tour Rafting (cupo mínimo 3 pasajeros) Extra: US \$20
Costo por persona.

Incluye:

Transporte terrestre
Transporte fluvial de acuerdo al programa e itinerario contratado.
Alojamiento de cabañas dobles y triples
Alimentación durante el Tour y agua purificada.
Excursiones guiadas por guía nativo.
Equipos como botas de goma, chalecos, arnés, cuerdas, etc.
Caja de seguridad en Oficina de Tena.

No incluye:

Bebidas alcohólicas o embotelladas
Propinas
Gastos personales
Traductor

Otros Servicios en Cabañas:

Noche extra de hospedaje (Cabaña doble o tripe) por persona: US \$40 + IVA
Noche extra de hospedaje (Cabaña individual) por persona: US \$43 + IVA
Nota: La noche de hospedaje no incluye transportación de entrada y de salida.

Desayuno: US \$8.50 + IVA
Almuerzo: US \$9.50 + IVA
Cena : US \$9.00 + IVA

Traductor en idioma inglés (por grupo por día): US \$25

Servicio de Transporte Terrestre:

Transporte privado a cabañas Shangri-la: US \$7

Transporte privado (de Quito a Tena o desde Tena a Quito): US \$140

Transporte privado (de Baños a Tena o desde Tena a Baños): US \$100

Precio por viaje en Camioneta Doble Cabina

De acuerdo al análisis realizado a la competencia directa y a las encuestas, se determinó primeramente que los paquetes más contratados son los de 4 días-3 noches. Sabiendo que un turista, tanto nacional como extranjero, visita la ciudad de 1 a 5 días y que el 58%(nacionales) y el 95% (extranjeros) pagaron un costo de hospedaje superior a 35 USD.

Las instalaciones se encuentran en el Anexo 4.

Sabiendo que Cotococha cuenta con los siguientes costos:

CUADRO 57: Precios de la competencia directa

Paquetes	Precio
COTOCOCHA	
Opción 1	
4 días/ 3 noches	\$320
Opción 2 (Bronce)	
4 días/ 3 noches	\$419
Opción 3 (Plata)	
4 días/ 3 noches	\$509
Opción 4 (Oro)	
4 días/ 3 noches	\$779
SANGRI-LA*	
Opción 1	
4 días/ 3 noches	\$196

Fuente: Respectivas empresas

Elaborado por: Autora

*Sabido que Shangri-la, no tienen paquetes tan detallados como el anterior competidor, sino es un costo estándar para el hospedaje, pero para realizar deportes o actividades de aventura, deben pagar un valor extra por hacer estas cosas que no incluye el paquete.

Teniendo en cuenta ambos datos, el precio debería ser, el promedio de ambos, pues para ingresar al mercado debería ser un precio intermedio, esta decisión se tomo después de realizar el estudio de campo; ya que al hacerlo, se pudo observar que Cotococha es una empresa que se orienta al cuidado de la naturaleza, es decir que trabajan con la filosofía de “sello verde”, por lo que es decir mi mayor competencia de cierta forma, sus cabañas son realizadas con madera de la zona y paja toquilla, con habitaciones elegantes, por lo que el precio debería ser inferior a éste para captar el mercado insatisfecho que existe; mientras que Shangri-la es una empresa simplemente turista, sus cabañas son realizadas con madera de la zona y el techo es de zinc, sus habitaciones no son tan elegantes, por lo que el precio debería ser superior a éste.

1.17 Estrategias del Mix de Marketing

Las estrategias de Marketing consisten en acciones que se llevan a cabo para lograr un determinado objetivo relacionado con el marketing. Esto puede ser para: captar un mayor número de clientes, incentivar las ventas, dar a conocer nuevos productos, lograr una mayor cobertura o exposición de los productos, etc.

El diseño de las estrategias de marketing es una de las funciones del marketing. Para poder diseñar las estrategias, en primer lugar, debemos analizar nuestro público objetivo para que, en base a dicho análisis, podamos diseñar estrategias que se encarguen de satisfacer sus necesidades o deseos, o aprovechar sus características o costumbres.

Pero al diseñar estrategias de marketing, también debemos tener en cuenta la competencia (por ejemplo, diseñando estrategias que aprovechen sus debilidades, o que se basen en las estrategias que les estén dando buenos resultados), y otros factores tales como nuestra capacidad y nuestra inversión.

Para una mejor gestión de las estrategias de marketing, éstas se suelen dividir o clasificar en estrategias destinadas a 4 aspectos o elementos de un negocio: estrategias para el producto, para el precio, para la plaza (o distribución), y estrategias para la promoción (o comunicación).

1.17.1 Producto

El propósito de la oferta del turismo educativo ecológico es lograr concienciar a las personas sobre la importancia de tomar un lugar protagónico de colaborar con la reconstrucción de la naturaleza, mientras descansa, se relaja y toma unas vacaciones de su vida cotidiana. Aquí el turista podrá disfrutar de las diferentes actividades que propone la empresa. De esta manera se logra impulsar la actividad turística de la zona, llegando a comercializar este tipo de servicio. Para lograr un posicionamiento en el mercado, logrando satisfacer las necesidades de los consumidores. Con este propósito se establece la estrategia de marca, la etiqueta.

1.17.1.1 La Marca

La marca se identificará a los productos de la Empresa (como un logotipo) ofrecerá al consumidor una garantía, y le permitirá protegerse de competidores que ofrezcan productos similares que parezcan idénticos. La marca es un valor de referencia que identifica al producto, permitiendo la comparación del mismo con otras marcas. El siguiente gráfico muestra el logotipo tentativo a utilizar.

IMAGEN 11: Logotipo de la Empresa



Fuente: Luis Andrade
Elaborado por: Luis Andrade

1.17.2 Servicio

1. El cobro por cada servicio adicional, ya sea de hospedaje y complementarios, servicios de carácter deportivo, ambientalista, agrícola, se establecerá en base al precio del mercado actual.
2. Para que conozcan los lugares turísticos se prevé transportarlos en un vehículo 4x4 Chevrolet por el momento²³ a las distintas playas, cascadas, cavernas, zoológicos y comunidades escogidas por el turista.
3. La empresa de Turismo Ecológico Educativo contará para cada servicio con personal idóneo, altamente capacitado, motivado, amable y eficiente con la intención exclusiva de satisfacer las necesidades y requerimientos del cliente, es decir un servicio altamente personalizado y de calidad.
4. La infraestructura para hospedaje que se oferta, comprende cabañas realizadas con paja toquilla y madera de la zona, la misma que será adquirida y utilizada cuidadosamente para que no haya desperdicios, con un acabado ambientalista y muy natural.
5. Los árboles maderables serán aportados de una manera gratuita por la GTZ-Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit-(Sociedad Alemana para la Cooperación Internacional)²⁴, por lo que no tendrán ningún costo adquirirlos

1.17.2.1 Garantía de satisfacción

La empresa turística educativa ecológica garantiza plena satisfacción en cualquiera de las actividades que ofrece, la misma que cuenta con el respaldo del personal altamente calificado, quienes realizan un seguimiento continuo y permanente de todos los procesos y los servicios no escapan los rigurosos controles de calidad.

²³ Con el tiempo se planea comprar caballos para transportarlos en carretas como las antiguas carrocerías, evitando así continuar con la contaminación de CO2 que emite los vehículos a gasolina.

²⁴El Ing. Bolier Torres, Coordinador local del GIZ/GESOREN Amazonía Norte aportará con la reforestación planteada por el Proyecto

1.17.2.1.1 Solución a reclamos y sugerencias realizados por el Cliente

La empresa turística educativa ecológica tendrá un personal capacitado en atención al cliente para que atienda las sugerencias y reclamos de los clientes, quién realizara su tarea coordinando adecuadamente con administración.

1.17.2.1.2 Seguimiento del Cliente

Como parte del servicio, la empresa se encargará de realizar el seguimiento para cada turista que utilice las instalaciones; es decir que se creará una ficha digital para cada uno de los turistas que ingresan, pidiéndoles su nombre, teléfono, correo electrónico para conectarse con el cliente y preguntar sobre el servicio adquirido en la Empresa de manera respetuosa y delicada. El seguimiento del servicio se realizará por lo menos una vez al año después de que haya utilizado el servicio el turista. Esto ayudará a mejorar el servicio ofrecido para captar más mercado.

1.17.2.1.3 Servicio personalizado, contacto cara a cara

Es la primera estrategia en la que se debe tener mucho cuidado, sonreír al momento de conversar y atender al cliente, ofrecer información y ayuda, nunca dar órdenes al cliente o mostrar favoritismos con ellos.

1.17.2.1.4 Relación con el Cliente difícil

La empresa debe capacitar de forma apropiada al personal para que sepa tratar de la mejor forma adecuada con estas personas, consideradas difíciles. Por ningún motivo se debe cambiar la forma de trato con ellos, se debe servir al cliente de la manera más respetuosa y natural.

1.17.3 Precio

Toda empresa al momento de establecer su política de precios es necesario que considere los siguientes factores:

1. Seleccionar el objetivo de fijación de precios.

2. Determinar la demanda.
3. Estimar los costos.
4. Analizar los costos, precios y ofertas de los competidores.
5. Escoger un método de fijación de costos
6. Seleccionar el precio final.

Sin embargo, debido a que el precio es el único elemento del marketing-mix que genera ingresos, su fijación constituye uno de los problemas más importante para todo ejecutivo de marketing, razón por la que la empresa debe considerar lo siguiente:

1.17.3.1 Precio límite o umbral

Es el que corresponde a los costes directos. El precio límite es el punto por debajo del cual la empresa no puede bajar pues entraría en zona de perdidas. Permite recuperar los costes directos, y por tanto es margen bruto es nulo.

$$\text{Precio límite} = \text{Coste directo.}$$

1.17.3.2 Precio Técnico

Corresponde a recuperar los costos directos más los costos indirectos, y nos permite cubrir los costos totales de un determinado volumen de servicios o actividades. El precio técnico puede ayudarnos a determinar y distribuir a los gastos estructurales de cada servicio entrando a partir de ahí en zona de beneficios.

$$\text{Precio técnico} = \text{Costos directos} + \text{Volumen de servicios prestados}$$

1.17.3.3 Precio de introducción o penetración.

Se basa en la utilización de los precios más bajos de forma que el nuevo servicio resulte atractivo para el consumidor.

Se lo utiliza cuando la empresa es nueva en el mercado y busca posicionarse rápidamente, el consumidor lo prefiere por ser un precio bajo; generando así un volumen de ventas y obtiene participación en el mercado.

Para el análisis del precio de este proyecto se ha tomado en cuenta que el costo va a ser competitivo para ingresar al mercado hasta ser conocidos; es decir, que el costo por noche será de \$40 por persona, sabiendo que en la competencia se cobra \$45 y \$35 entre Cotococha y Shangri-La respectivamente. La confirmación de este estudio, lo demuestra el análisis financiero que se lo hace en el capítulo cuatro.

1.17.4 Distribución

Es la ruta que toma un producto para pasar del productor a los consumidores finales, aunque se detiene en varios puntos de esa trayectoria. En cada intermediario o punto en el que se detenga esa trayectoria existe un pago o transacción, además de un intercambio de información. El productor siempre tratará de elegir el canal más ventajoso desde todos los puntos de vista²⁵

1.17.4.1 Estructura del Canal

El canal de distribución, está conformado por: la Empresa, los turistas y los intermediarios.

Los intermediarios se encargan de transferir el producto del fabricante al consumidor, obteniendo por ello una utilidad.

El canal a utilizarse será el del nivel uno: en este canal existe un intermediario que puede ser un detallista.



1.17.4.2 Logística

Las funciones de los canales de distribución implican las siguientes actividades:

²⁵BACA URBINA, Gabriel, *Evaluación de proyectos*, 6ta. Edición, Editorial Mc Graw Hill, México-2010, p.49.

1. Transporte.- Actividad utilizada para desplazar los productos terminados de los fabricantes a los clientes finales
2. Almacenamiento.- Acumular bienes en previsión de venta o transferencia a otro miembro del canal de distribución.
3. Manipulación de materiales.- desplazamiento de los productos hacia los almacenes, dentro de los almacenes y desde los almacenes hacia afuera.
4. Control de inventarios.- Actividades encaminadas a asegurar que los productos estén siempre disponibles para satisfacer las demandas de los clientes.

Por lo tanto los canales de distribución de los servicios que ofrece la empresa educativa ecológica están orientados a:

1.17.4.2.1 Aseguramiento de la calidad del Servicio

La empresa involucra a todos los procesos y personal en la aplicación de calidad total, con una intención de dar una plena satisfacción de los turistas, al punto de que el turista defina la opción de regresar, y de promocionarnos con sus contactos.

1.17.4.2.2 Disponibilidad del Servicio

Con el tamaño de producción claramente definido en base a la demanda la organización debe realizar constantemente análisis sobre el movimiento de la demanda, por fechas, feriados, vacaciones, etc., para anticipar imprevistos, con la intención de planificar la disponibilidad de habitaciones para todos los turistas que demanden estos servicios durante los 365 días del año.

1.17.4.2.3 Servicio post venta

Son las actividades que se realizan posterior a la venta y cuyo objetivo inmediato es asegurarse la completa satisfacción del turista y más adelante un posible rehusó. Implica dar seguimiento a los turistas, conocer sus hábitos, gustos, etc., ya que puede resultar en nuevos lucrativos negocios.

1.17.5 Comunicación

Es el elemento de la mezcla de marketing que sirve para informar, inducir y recordarles al mercado la existencia de un producto y su venta, con la esperanza de influir en las percepciones, creencias o comportamientos del receptor o destinatario.

1.17.5.1 Exposiciones y ferias

Participar una vez al año, a nivel nacional, exponiendo la gama de líneas de servicios que posee la empresa y demostrar cómo reconstruir la deforestación de la selva amazónica.

1.17.5.2 Página web

Diseño de una página web con especiales características, como la diversidad y cantidad de flora y fauna que existe en Tena, para que motiven a los turistas nacionales y extranjeros a que visiten el sitio electrónico con la finalidad que se convierta en un punto de venta como si fuese una instalación física. En esta página se deben exhibir la gama de servicios y sus precios.

1.17.5.3 Planes de fidelidad a la marca

Todos los turistas que demanden de estos servicios serán acreedores de un árbol maderero de la zona, para que él mismo pueda sembrarlo en los lugares deforestados clandestinamente, para que así contribuyan a la reconstrucción de la naturaleza. A este árbol el turista podrá visitar y hacer seguimiento del crecimiento del mismo; es decir que será propiedad del visitante, eso ayudará a que él esté más ligado y preocupado por el cuidado del mismo y así él podrá visitarlo las veces que quiera.

1.17.5.4 Programas de premios por puntos:

Acumula puntos por las veces que de uso del alojamiento, y así ganará uno gratis por dos días.

1.17.5.5 Diseño y ubicación de vallas publicitarias en lugares estratégicos

Diseño de trípticos, dípticos y convenios con agencias y operadoras de tours.

CAPITULO III. ESTUDIO NORMATIVO

1.18 Marco Legal

Toda organización posee una base jurídica e institucional que regula sus derechos y deberes. Por este motivo, se identifica el ámbito legal e institucional en el que se sustentará el proyecto en sus diferentes fases.

Constitución

Las Cabañas de turismo ecológico educativo serán constituidas legalmente y bajo las normas de la Constitución del Ecuador y la Ley de Compañías como una Compañía de Responsabilidad Limitada.

El trámite inicia con la celebración de escritura pública considerando los siguientes elementos básicos:

Razón Social: Etsa Soul Lodge Cía. Ltda.

Objeto Social: Brindar servicio de alojamiento, alimentación y guías hacia los atractivos naturales a los turistas nacionales y extranjeros.

Administración y Representación Legal: El Gobierno de la compañía corresponde a la Junta General de Accionistas y su Administración a la Gerencia General

Plazo de duración: 15 años

Socios:

- Portero Vilatuña Vicente Daniel
- Portero Vilatuña Marco Javier
- Portero Vilatuña Karla Gabriela
- Portero Vilatuña Rosa Elizabeth

Capital: El Capital social es de 400 USD y será aportado de la siguiente manera:

CUADRO 58: Aporte Capital Social

NOMBRES ACCIONISTAS	CAPITAL SUSCRITO	CAPITAL PAGADO	NÚMERO ACCIONES
Portero Vilatuña Vicente Daniel	100.00	100.00	100.00
Portero Vilatuña Marco Javier	100.00	100.00	100.00
Portero Vilatuña Karla Gabriela	100.00	100.00	100.00
Portero Vilatuña Rosa Elizabeth	100.00	100.00	100.00
TOTAL	400.00	400.00	400.00

Fuente: La Autora

Órganos de Control

Las Cabañas de turismo ecológico educativo estarán sujetas al control y Vigilancia de la Superintendencia de Compañías, el Servicio de Rentas Internas y los Gobiernos seccionales de la Provincia de Napo.

Permisos para Operar

Las Cabañas de turismo ecológico educativo está categorizada dentro de, Catastros de Establecimientos Turísticos 2011 en el ITUR de la Ciudad de Tena, como:

Actividad: Alojamiento

Clase: Alojamiento Hotelero

Tipo: Cabañas

Para su funcionamiento son necesarios los siguientes requisitos (Anexos 5-13)

CUADRO 59: Requisitos para operar

Nº	DOCUMENTO	LUGAR
1	Registro de Actividad Turística	ITUR Tena
2	Licencia Anual de Funcionamiento	Patente Municipal Permiso de Bomberos
3	Permiso Sanitario	Dirección Provincial de Salud
4	Permiso de Uso de Suelo	Municipio del Cantón
5	Reportes de huéspedes	ITUR Tena
6	RUC	SRI

Fuente: Investigación Primaria

Elaborado por: Autora

1.19 Requisitos y formalidades que deben presentar para el registro

a) Registro de actividad Turística

A. Para Establecimientos Turísticos en General, excepto transporte turístico y agencias de viajes.

- Copia certificada de la Escritura de Constitución, aumento de Capital o reforma de Estatutos, tratándose de personas jurídicas.
- Nombramiento del Representante Legal, debidamente inscrito en la Oficina del registro Mercantil, tratándose de personas jurídicas.
- Copia del registro único de contribuyentes (R.U.C.)
- Fotocopia de la cédula de identidad, según sea la Persona Natural Ecuatoriana o Extranjera.
- Copia de la papeleta de votación
- Certificado de búsqueda de nombre comercial, emitido por el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI), de no encontrarse registrada la razón social, (nombre comercial del establecimiento). Av. República y Av. Diego de Almagro (EDIF.FORUM 1er. Piso)
- Fotocopia del título de propiedad (escrituras de propiedad) o contrato de arrendamiento del local, debidamente legalizado.
- Lista de Precios de los servicios ofertados, (original y copia)

-Registro Mercantil.²⁶

Para que una empresa sea inscrita en el Registro Mercantil, debe presentar:

- Escritura de constitución de la empresa (mínimo tres copias)
- Pago de la patente municipal
- Exoneración del impuesto del 1 por mil de activos.
- Publicación en la prensa del extracto de la escritura de constitución.

²⁶ Cámara de Quito, Diciembre 2010.

http://www.lacamaradequito.com/index.php?option=com_content&task=view&id=32&Itemid=68

B. Las personas naturales para registrarse y clasificarse en el Ministerio de Turismo, deberán presentar la correspondiente solicitud, en el formulario entregado por la Corporación, acompañada de los siguientes documentos:

- Copia certificada de la escritura pública de constitución de la compañía y de aumento de capital o reformas de estatutos, si los hubiere, tratándose de personas jurídicas;
- Nombramiento del representante legal, debidamente inscrito, de la persona jurídica solicitante;
- Certificado del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual de no encontrarse registrada la razón o denominación social o nombre comercial motivo de la solicitud; y,
- Registro Único de Contribuyentes o cédula de ciudadanía o de identidad, según sea la persona natural ecuatoriana o extranjera solicitante.

Una vez recibida la solicitud, el departamento correspondiente verificará si ésta ha sido presentada en debida forma y dispondrá la visita de inspección previa a la clasificación.

b) Licencia anual de funcionamiento

Patente Municipal

- Permiso de Uso de Suelo
- Copia de Cédula y certificado de votación
- Compañía SRL: Copia de la Constitución, documentos personales del representante legal.

Permiso de Bomberos

- Solicitud de Inspección
- Inspección del local que lo realiza un inspector del Cuerpo de Bomberos
- Cbo. (B) Walter Nagua. Móvil: 084273391/062870347 Ext: 2
- Poseer y un extintor a los extintores, dependiendo de la recomendación del inspector. (mín. de 10 libras)

- Depositar y presentar comprobante de pago ORIGINAL del Bco. del Austro Cta. Cte. N° 0015018461; A nombre del Cuerpo de Bomberos de Tena. El valor esta determinado en la Tabla de cobros anual, emitida por el Consejo de Administración y Disciplina del Cuerpo de Bomberos. (Empresas Turísticas \$50 USD)
- Adjuntar:
 - ✓ Copia del RUC
 - ✓ Copia de la Factura de compra del extintor en casa de ser nuevo
 - ✓ Contrato de arriendo del local para locales nuevos
 - ✓ Copia del Permiso de Funcionamiento del año anterior entregado por el Cuerpo de Bomberos.
- Presentar una copia del “PLAN DE EMERGENCIA” del establecimiento, elaborado por un profesional en seguridad industrial, aprobado por el Departamento de Prevención del Cuerpo de Bomberos.

c) Permiso Sanitario

- Adquisición de la especie valorada, de acuerdo al tipo de Hotel a establecerse.
- Copia de la Cédula y papeleta de votación.

d) Permiso de uso de suelo

- Solicitar el permiso de uso de suelo, adjuntando el croquis del lugar, al Arq. Edgar Burbano, Coordinador Técnico UCRUYR (Unidad de Regulación Urbana)
- Copia de la Cédula y papeleta de votación.

e) RUC

- Copia de Cédula y Papeleta de votación.
- Copia de la Planilla de agua, luz o teléfono (actual)
- Copia de la Patente Municipal

Todos los documentos de soporte se encuentran en los Anexos 5-11.

1.20 Misión y Visión

MISIÓN

Brindar un hospedaje acogedor a los visitantes y Contribuir con la preservación de la Flora y Fauna nativa de la Amazonía, por medio de la colaboración de los turistas; y además, trabajando con profesionales comprometidos y motivados demostrándolo en su excelente atención.

VISIÓN

Posicionarnos en el mercado como la mejor empresa de turismo ecológico educativo en la Provincia de Napo, teniendo solidez y siendo competitivos, para ser en los próximos 5 años reconocida internacionalmente con el sello verde.

1.21 Principio y Valores

PRINCIPIOS

Un principio constituye una norma por las que un individuo rige su conducta. Son:

- **Seguridad:** la seguridad para un cliente solo está bien cubierta cuando podemos decir que brindamos al cliente cero riesgos, cero peligros y cero dudas en el servicio.
- **Credibilidad:** hay que crear un ambiente de confianza para el cliente, además de ser veraces y honestos, no sobre prometer ni mentir con tal de realizar la venta.
- **Comunicación:** se debe mantener al cliente bien informado utilizando un lenguaje oral y corporal sencillo que pueda entender.

- **Accesibilidad:** crear varias vías de contacto con los clientes como páginas web, teléfonos, celulares, buzones de sugerencias, etc.
- **Comprensión del Cliente:** no se trata de sonreír todo el momento a los clientes sino de mantener una buena comunicación que permita saber qué desea, cuándo lo desea y cómo lo desea en un esfuerzo por ponernos en su lugar.
- **Elementos tangibles:** se trata de mantener en buenas condiciones las instalaciones físicas, los equipos y los materiales de comunicación que permitan acercarnos al cliente.

VALOR

Un valor es una creencia permanente sobre lo que es apropiado y lo que no lo es. Son:

- **Ética:** el comportamiento de los colaboradores de las Cabañas estará enmarcados en toda circunstancia dentro de principios de honestidad, integridad y justicia.
- **Calidad:** este valor involucra la prestación de un servicio personal excelente que sobrepasa las expectativas de los huéspedes; ofrecer un alojamiento cómodo, confortable, tranquilo y seguro
- **Justicia:** significa cobrar un precio razonable por los servicios turísticos ofrecidos. Cuidar y preservar los recursos turísticos y el medio ambiente. Contribuir al desarrollo de la sociedad y a una equitativa repartición de la riqueza.
- **Compromiso:** el trabajo en equipo, el amor por él, la lealtad y la transparencia frente a la organización son características indispensables de nuestros colaboradores.
- **Rentabilidad:** solo las empresas rentables pueden crecer asegurar su permanencia en el mercado y retribuir adecuadamente a sus accionistas colaboradores y sociedad en general. Es compromiso y responsabilidad de todos lograr altos niveles de productividad y rentabilidad.

- **Talento Humano:** respetarlo, ofrecerle oportunidades de desarrollo, bríndele oportunidades de crecimiento dentro de parámetros de eficiencia y eficacia así como retribuirlo justamente.

1.22 Objetivos y estrategias Empresariales

Objetivos

Un objetivo organizacional es una situación deseada que la empresa intenta lograr, es una imagen que la organización pretende para el futuro.

Los mismos que serán los siguientes:

- a) **Huéspedes:** Ofrecer un servicio de calidad, personalizado y ágil, fomentando el deseo de regresar nuevamente.
- b) **Financieros:** Incrementar progresivamente el valor de las acciones de los socios de la compañía.
- c) **Responsabilidad Social:** Posicionar la imagen de unas cabañas ecológicas educativas que se preocupan por la preservación de la flora y fauna nativa de la Amazonía.
- d) **Expansión:** Capitalizar las ganancias obtenidas en el negocio a través de la adquisición de nuevos activos que otorguen mayor comodidad a los huéspedes y paralelamente incrementen la rentabilidad de las Cabañas.
- e) **Publicidad:** Promocionar a las Cabañas como un atractivo turístico y de relajación a través del uso gratuito de redes sociales en internet.
- f) **Capacitación:** Capacitar al personal constantemente en lo que respecta al uso de nuevas tecnologías y desarrollo de nuevos procesos para el logro de un servicio de excelencia.

- g) **Seguimiento del Cliente y Servicio Post Venta:** La información obtenida como resultado de un seguimiento detallado al cliente, utilizarla para realizar cambios en los procesos de operación del servicio con la finalidad de adaptarse a las nuevas tendencias y así satisfacer la necesidad del cliente. Además Elaborar programas para servicio de post-venta.

Definición de Estrategias

Las estrategias que se van a utilizar para la correcta administración de las Cabañas se realizan en base a los objetivos antes mencionados:

a) Huéspedes

- Brindar al huésped información completa y detallada de los servicios ofrecidos, mostrando información actualizada en nuestra página web, a través del envío de correos electrónicos o mediante vía telefónica.
- Contestar de manera urgente todas sus preguntas e inquietudes, si es por vía electrónica nuestra respuesta no demorará más de un día, si es vía telefónica o de manera personal la respuesta será inmediata
- Atender a los huéspedes siempre con una sonrisa y calidez.
- Indicar al huésped la existencia de un buzón de sugerencias, quejas y reclamos, para acogerlas y mejorar.

b) Financieros

- Incrementar las ofertas y servicios en temporadas bajas, a través de paquetes para personas que busquen relajarse en un ambiente natural.
- Mantener la información contable y financiera de la empresa al día; es decir, presentación mensual de Estados Financieros, revisión y control de los mismos para evitar desviaciones en la planificación anual.
- Presentar trimestralmente a los socios información financiera que refleje la situación de la empresa.
- Mantener un eficiente manejo del flujo de efectivo, a cargo del Gerente General.
- Establecer políticas de crédito con proveedores.

- Establecer convenios con los establecimientos emisores de tarjetas de crédito para facilitar el pago a los huéspedes.
- Negociar con agencias de viajes comisiones de acuerdo a los servicios ofertados y al volumen de huéspedes a recibir.
- Optimizar adecuadamente costos y gastos fijos.

c) Responsabilidad Social

- Promover dentro de la Empresa, políticas de cuidado y protección del ambiente a través de la reducción en el uso papel, plástico y luz eléctrica innecesaria esto lo lograremos pues para las habitaciones y senderos que adquirirán lámparas de aceite que alumbrarán la noche.
- Fomentar la reforestación a los huéspedes mediante charlas de concientización, siendo la parte práctica la siembra de un árbol nativo de la zona en lugares deforestados, esto lo realizará el turista personalmente , dando la idea de que el dueño del árbol es el mismo y por lo tanto se sienta responsable del cuidado y crianza del mismo.

d) Expansión

- Capitalizar las ganancias en la compra de activos fijos para la construcción y ampliación de nuevos servicios para comodidad del huésped.
- Creación de una cuenta de ahorros que permita disponer de ese dinero únicamente para el fin anteriormente mencionado.

e) Publicidad

- Colocar publicidad e información de las Cabañas en todas las redes sociales disponibles dentro de internet: Facebook, Twitter.
- Establecer relaciones públicas y estrategias de integración con programas de televisión que visitan los rincones desconocidos del Ecuador.

f) Capacitación

- Motivar al personal mediante un bono extra al que mejor atiende al cliente, esto se medirá cada mes, mediante las sugerencias dadas por los huéspedes sobre cada empleado.

g) Seguimiento del Cliente y Servicio Post venta

- Invitar al huésped a proporcionarnos sus correos electrónicos y teléfonos fijos, con el fin de enviarles paquetes promocionales e información sobre el árbol que sembró cuando estuvo de visita en las cabañas, así se crea una fidelidad del cliente.

1.23 Organización y Administración

1.23.1 Organigrama Estructural

En el organigrama se representa las funciones jerárquicas que existen entre las dependencias y los individuos de una organización.

El organigrama es esencialmente esquemático, pero refleja si en la empresa hay unidad de mando y unidad de dirección.

GRÁFICO 49: Organigrama de Etsa Soul Lodge



Fuente: La Autora

1.23.2 Organigrama Funcional

Como su nombre lo dice describe los puestos de funciones de los diferentes empleados que trabajarán para la empresa.

Las funciones descritas deben ser entregadas a cada uno de los empleados, los deberes para cada cargo deben incluir todas las obligaciones, de modo que tanto el Administrador como el subordinado conozcan exactamente sus responsabilidades y se evite que cada cual lo interprete a su manera.

La descripción debe ser en forma simple y clara indicando expresamente las habilidades que se requieren para el desempeño del cargo. A continuación la explicación de cada uno de las funciones que debe hacer cada empleado:

CUADRO 60: Descripción de las funciones del Recurso Humano necesario para la puesta en marcha.

DIRECTORIO

CONCEPTO	DESCRIPCIÓN
Funciones Específicas	<ul style="list-style-type: none">• Encargados de dirigir y diseñar los objetivos y políticas que conducirán las acciones de las mismas.• Responsables de la toma de decisiones, así como de la asignación de recursos a las diversas áreas.• Aprobación para contratar el personal.

GERENTE GENERAL

CONCEPTO	DESCRIPCIÓN
Funciones Específicas	<ul style="list-style-type: none">• Responsable de cumplir y hacer cumplir las normas y políticas que orientan el alcance de los objetivos y metas propuestas por los socios.• Coordinar y supervisar las diferentes áreas que conforman la estructura orgánica de las Cabañas.

CONTADOR

CONCEPTO	DESCRIPCIÓN
Funciones Específicas	<ul style="list-style-type: none"> • Encargado de llevar la contabilidad de la Empresa • Realiza facturas para proveedores. • Realiza la declaración de los impuestos.

ADMINISTRADOR DE LAS CABAÑAS

CONCEPTO	DESCRIPCIÓN
Funciones Específicas	<ul style="list-style-type: none"> • Diseño y control de la mezcla de mercado • Administrador financiera de la empresa • Selección y contratación del personal • Diseño y control de la planificación estratégica. • Elaboración del programa de capacitación. • Elaboración y Cálculo de la nómina. • Evaluación del desempeño del talento humano.

RECEPCIONISTA

CONCEPTO	DESCRIPCIÓN
Funciones Específicas	<ul style="list-style-type: none"> • Servicio al cliente • Registro de turista • Cobro • Entrega y recepción de habitaciones.

CHEF

CONCEPTO	DESCRIPCIÓN
Funciones Específicas	<ul style="list-style-type: none"> • Preparación de alimentos • Servir los alimentos • Listado de insumos requeridos para comprar

MESERO

CONCEPTO	DESCRIPCIÓN
Funciones Específicas	<ul style="list-style-type: none"> • Servir los alimentos en las mesas. • Lavar platos. • Ayudante en la cocina.

CAMARERA

CONCEPTO	DESCRIPCIÓN
Funciones Específicas	<ul style="list-style-type: none"> • Limpieza de habitaciones • Servicio a habitación • Tendido, planchado y lavado.

GUÍA

CONCEPTO	DESCRIPCIÓN
Funciones Específicas	<ul style="list-style-type: none"> • Preparación de turistas para paseos • Realizar los paseos • Charlar y exponer lo que posee el terreno propiedad de las cabañas • Interrelacionador • Conductor del vehículo de la empresa.

TRADUCTOR

CONCEPTO	DESCRIPCIÓN
Funciones Específicas	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar un buen negocio con los turistas extranjeros. • Interrelacionador • Entablar conversación con los turistas • Traducir para que entiendan y hacer entender lo que dicen.

GUARDIA

CONCEPTO	DESCRIPCIÓN
Funciones Específicas	<ul style="list-style-type: none"> • Ayudar a bajar equipaje de los turistas • Proteger los bienes de las cabañas • Proteger la integridad de los turistas y sus pertenencias.

Fuente: Investigación Primaria

Elaborado por: Autora

CAPITULO IV. ESTUDIO TÉCNICO

1.24 Localización del Proyecto

La localización adecuada de la Empresa puede determinar el éxito de la misma; por eso, escoger el mejor lugar para el desarrollo del proyecto es fundamental. Para determinarlo, se debe tener en cuenta:

1. Cercanía a los lugares turísticos
2. Una zona que cumpla con las características que establece el turismo rural.

1.1 Zona Rural

1.2 Un lugar tranquilo y rodeado de naturaleza

3. Disponibilidad de servicios básicos (agua, luz, alcantarillado, telefonía)
4. Existencia de vías de comunicación

1.24.1 Macro Localización

La ciudad de Tena se encuentra en la región Amazónica del Ecuador, en la provincia de Napo.

1.24.1.1 Datos de la Provincia

Capital: Tena

Superficie: 12.476 Km.

Altitud: 512 msnm.

Población: 79.139 habitantes

Clima: Cálido- Húmedo

Temperatura: Oscila entre los 9°C a 25 °C

Distancias Terrestre de Tena a:

Quito 186 Km.;

Guayaquil, 497 Km.;

Cuenca 449 Km.

Limites:

Norte: Cantón Archidona y Provincia de Orellana

Sur: Provincias de: Tungurahua, Pastaza y Cantón Arosemena Tola.

Este: Provincia Francisco de Orellana.

Oeste: Provincias de Cotopaxi y Tungurahua.

1.24.2 Micro Localización

El terreno rural se encuentra en la Parroquia de Puerto Napo, cantón Tena, provincia de Napo, perteneciente a la Familia Portero Vilatuña, cuyos linderos son los siguientes:

NORTE: con el área de servidumbre de transito en 50m con 22cm.

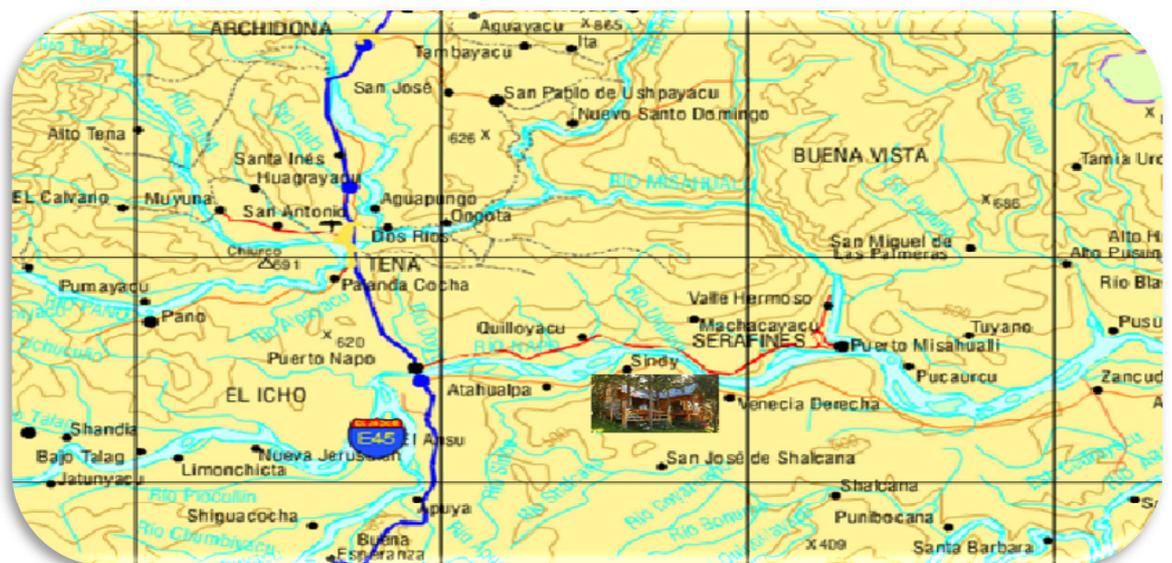
SUR: con propiedad del Santiago Cobo en 53m.

ESTE: con el lote dieciséis en 1.033m con 70cm.

OESTE: Con el lote 14 en 1.058m con 43cm.

Dando un área total de 5.76 HAS, por medio del terreno fluye un riachuelito, el cual va a ser aprovechado para que las cabañas tengan un aspecto más natural.

IMAGEN 12: Mapa de Micro Localización



Fuente: www.google.com
Elaborado por: www.google.com

1.25 Selección de la alternativa óptima

El método cuantitativo por puntos es el más óptimo para las mejor selecciones de alternativas en cuanto se refiere a la localización de un proyecto.

Éste método se usará para definir los principales factores determinantes de una localización. En este caso se ha tomado en consideración a los sectores más boscosos, como la vía al Ahuano, Misahuallí y Pano.

A los sectores mencionados se les asignará un valor ponderado de acuerdo a la importancia que se les atribuye antes de desarrollar la matriz, se ha establecido una lista de factores prioritarios mismos que se evaluarán, asignado un peso para cada factor prioritario de importancia relativa (en pesos deben sumar 1), estableciéndose una escala de 1 a 5 fijando el valor de 1(alto) y 5(bajo)

Se ha calificado la alternativa localidad de acuerdo al factor y se multiplicó los pesos asignados, para luego sumar cada ponderación y se ha establecido la mejor alternativa, en este casi en el Sector vía al Ahuano, esto lo podemos apreciar en el siguiente cuadro:

CUADRO 61: determinación de la mejor opción para el sector de la creación de la Empresa

ALTERNATIVAS	PESO	AHUANO		MISAHUALLÍ		PANO	
		CALIFICACIÓN	PONDERACIÓN	CALIFICACIÓN	PONDERACIÓN	CALIFICACIÓN	PONDERACIÓN
Disponibilidad de terreno	0,38	4,50	1,71	3,50	1,33	3,50	1,33
Atractivos Turísticos	0,27	3,00	0,81	4,00	1,08	3,00	0,81
Vías de Comunicación	0,21	2,75	0,58	3,00	0,63	2,50	0,53
Servicios Básicos	0,14	2,50	0,35	2,25	0,32	2,00	0,28
TOTAL	1		3,45		3,36		2,95

Fuente: Investigación Primaria

Elaborado por: Autora

De acuerdo al cuadro N°109, el sector más favorecido para la implementación del proyecto es el Sector vía al Ahuano, por las condiciones que presenta, pues la disponibilidad del terreno tiene un peso de 0,38 y como el terreno es de propiedad familiar de la investigadora, tiene una calificación del 4,50.

1.25.1 Ventajas de Localización

Las ventajas de la localización es que se encuentra a tan sólo 11 Km de la Capital de la Provincia de Napo, cuenta con vías de acceso de primer orden, está justo en la carretera principal; por lo tanto cuenta con los servicios básicos, y proximidad a sitios turísticos, como las playas de Misahuallí, las cascadas de Latas o la cercanía de Bosques Primarios protegidos.

Las Cabañas se construirán en este sector, porque no existe mucha competencia directa, se encuentra cerca de varios atractivos turísticos y además el terreno es propio (familiar), el cual se compro destinado para este fin.

A tan solo 25 min de allí se encuentra el Aeropuerto Internacional de la Región Amazónica, esto es un buen lugar porque se proyecta recoger a los turistas extranjeros en el aeropuerto y llevarlos a la Cabañas.

1.26 Tamaño del Proyecto

El área total del terreno es de 5.7 hectáreas que equivalen a 57000 m². Las cabañas tienen un área de construcción de 7261 m² (el detalle de cada una de las instalaciones se encuentran en el punto 3.2.1 correspondiente a instalaciones y obras civiles) entre el área social, área habitacional y el área total. La construcción principalmente será realizada con madera tratada, bloque y piedras. El resto, los 49739m² serán los espacios verdes, jardines y terreno, incluyendo la selva primaria.

Los senderos entre las cabañas y las áreas sociales serán de ripio de piedra, el acceso desde la carretera hasta la cabaña principal será construido de escaleras seminaturales, es decir que se les diseñará en la tierra pero para que tenga seguridad el turista al escalarlas, serán colocados tablones. Y desde la recepción hacia las habitaciones se creará un puente colgante construido con materiales naturales como la paja toquilla, entre otros.

1.26.1 Instalaciones y obras civiles

DISEÑOS

IMAGEN 13: Fachada frontal de las Cabañas



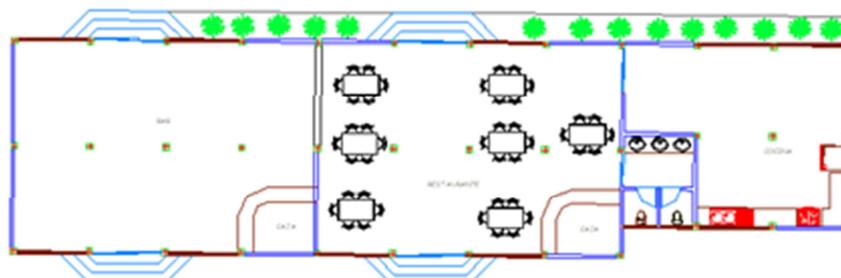
Fuente: Ing. Germán Coello.
Elaborado por: Ruth Chimbo

IMAGEN 14: Área administrativa y social



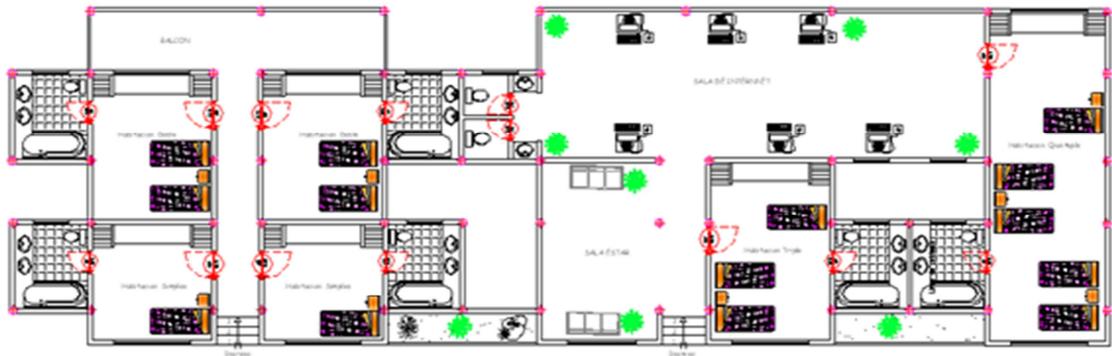
Fuente: Ing. Germán Coello.
Elaborado por: Ruth Chimbo

IMAGEN 15: Área social



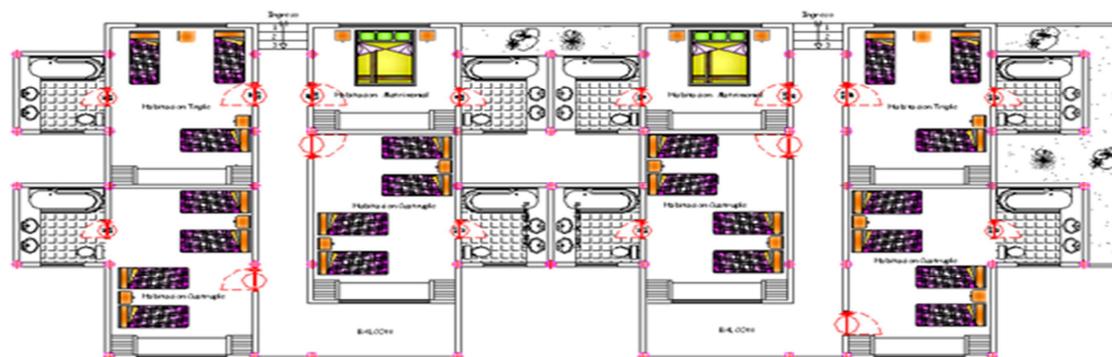
Fuente: Ing. Germán Coello.
Elaborado por: Ruth Chimbo

IMAGEN 16: Área habitacional bloq. #1



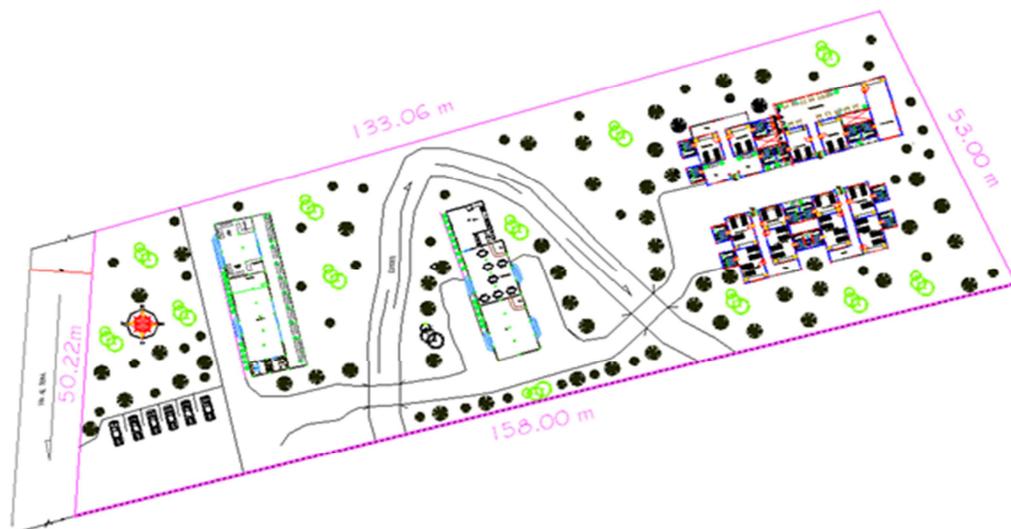
Fuente: Ing. Germán Coello.
Elaborado por: Ruth Chimbo

IMAGEN 17: Área habitacional bloq. #2



Fuente: Ing. Germán Coello.
Elaborado por: Ruth Chimbo

IMAGEN 18: Implantación General



Fuente: Ing. Germán Coello.
Elaborado por: Ruth Chimbo

1.27 Factores condicionantes

1.27.1 El Mercado

Éste es una de los factores más importantes para condicionar el tamaño del proyecto, es por eso que se toma en cuenta la cantidad de la demanda insatisfecha, analizada anteriormente en el estudio de mercado; para determinarla.

1.27.2 Recursos Financieros

Es el factor de mayor consecuencia para determinar el tamaño del proyecto ya que mediante los recursos financieros que se posea, nos permite elegir una buena alternativa; si no se obtiene los suficientes recursos económicos se debe optar por el tamaño que pueda financiarse con comodidad u permita obtener los menores costos y un rendimiento aceptable del capital.

1.27.3 Disponibilidad de Mano de Obra

Se refiere a la disponibilidad de mano de obra, es importante asegurarse que se cuenta con el personal suficiente y apropiado para cada uno de los puestos que se requiera.

La selección del personal se lo realizará mediante un proceso de selección en el cual se tomará en cuenta varios aspectos como: educación secundaria y universitaria, dependiendo del cargo, experiencia laboral, tener conocimiento de por lo menos un idioma extranjero (de preferencia el inglés)

Se requiere la siguiente nómina de empleados para el funcionamiento óptimo, los sueldos mensuales que se les va a pagar a cada uno están detallados en el siguiente capítulo.

CUADRO 62: Nómina de Empleados

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO2	AÑO3	AÑO 4	AÑO 5
Administrativo	2	3	3	3	3
Gerente General	1	1	1	1	1
Administrador	1	1	1	1	1
Contador	0	1	1	1	1
Mano de obra directa	7	8	10	10	11
Recepcionista	3	3	3	3	3
Camarera	1	1	2	2	2
Chef	1	1	2	2	2
Mesero	1	1	1	1	2
Guías	1	2	2	2	2
Mano de obra indirecta	1	2	2	2	2
Guardia	1	2	2	2	2
TOTAL	10	13	15	15	16

Fuente: Investigación Primaria

Elaborado por: La Autora

El costo en el personal para los próximos cinco años, se presenta a continuación y el rol de pago de cada año se encuentra en el anexo.

A continuación se presenta los requerimientos básicos que debe tener el personal que trabajará en La empresa ecológica educativa.

CUADRO 63: Personal requerido para las diferentes áreas de la Empresa

Personal requerido para el área de administración

CONCEPTO	DESCRIPCIÓN
Cantidad	1 persona (Gerente General)
Título profesional	Ing. Comercial
Experiencia	Mín. 2 año en cargos similares

Personal requerido para el área de administración.

CONCEPTO	DESCRIPCIÓN
Cantidad	1 persona (Administrador de las Cabañas)
Título profesional	Ing. Comercial (afinidad en Marketing)
Experiencia	Mín. 2 año en cargos similares

Personal requerido para el área de administración

CONCEPTO	DESCRIPCIÓN
Cantidad	1 persona (Contador)
Título profesional	Lic. Contabilidad y Auditoría
Experiencia	Mín. 2 año en cargos similares (existe excepción)

Personal requerido para el área de recepción

CONCEPTO	DESCRIPCIÓN
Cantidad	1 persona (Recepcionista)
Título profesional	Técnica en Administración de Empresas
Experiencia	Mín. 2 año en cargos similares

Personal requerido para el área de habitaciones

CONCEPTO	DESCRIPCIÓN
Cantidad	1 persona (Camarera)
Título profesional	No necesario, pero que sea una persona responsable y honrada.
Experiencia	Mín. 1 año en cargos similares (existe excepción)

Personal Requerido para el área de cocina.

CONCEPTO	DESCRIPCIÓN
Cantidad	1 persona (Chef)
Título profesional	Chef especializado en comida nacional, internacional y local.
Experiencia	Mín. 1 año en cargos similares (existe excepción)

Personal requerido para el área de cocina

CONCEPTO	DESCRIPCIÓN
Cantidad	1 persona (Mesero)
Título profesional	No necesario, tener conocimiento de cómo servir y tratar a las personas de una manera cortés.
Experiencia	Mín. 1 año en cargos similares (existe excepción)

Personal requerido para el área de exhibición de los servicios

CONCEPTO	DESCRIPCIÓN
Cantidad	1 persona (Guía)
Título profesional	Ing. Turístico bilingüe
Experiencia	Mín. 1 año en cargos similares (existe excepción)

Personal requerido para el área de guardianía.

CONCEPTO	DESCRIPCIÓN
Cantidad	1 persona (Guardia)
Título profesional	Técnico de Seguridad
Experiencia	Mín. 2 año en cargos similares (existe excepción)

Fuente: Investigación Primaria
Elaborado por: La Autora

1.27.4 Disponibilidad de suministros e insumos

Se debe tener en cuenta lo necesario para el desarrollo óptimo del proyecto. Para la construcción de las Cabañas, la mayoría de los materiales serán recolectados del terreno, como la paja toquilla por ejemplo; así como también los materiales naturales para darle toque rustico a las cabañas.

A continuación se presenta el listado de Materiales e Insumos que se requieren para prestar el servicio de hospedaje con eficacia:

CUADRO 64: Maquinarias y equipo para el área de cocina de las Cabañas

Descripción	Cantidad
*Olla arrocera	1
*Olla de presión	2
*Ollas grandes	4
*Ollas medianas	4
*Batidora	1
*Cafetera	1
*Licuadora	2
*Extractor de jugos	1
*Sanduchera	1
*Microondas	1
*Refrigerador	1
*Cocina industrial (4 quemadores)	1
*Tanque de gas	2
*Cernidores (juego)	2
*Cucharon de palo	3
*Cucharon de plástico	3
*Cuchillos	5
*Jarras	10
*Cubiertos	4
*Pírex	1
*Sartenes de teflón	5
*Tabla de picar	3
*Juego de Vajillas	4
*Vasos	50
*Docena de Saleros	1
*Delantal	2
*Gorro de cocina	1
*Guantes de cocina	2

Fuente: Investigación Primaria

Elaborado por: La Autora

CUADRO 65: Maquinarias y equipo para el área de administración de las Cabañas

Descripción	Cantidad
*Equipo de computación	3
*Impresora	1
*Teléfono-Fax	1
*Caja Registradora	1
*Minicomponente	1
*Extintor de incendio	3
*Televisor LG 25"	1

Fuente: Investigación Primaria
Elaborado por: La Autora

- Las Cabañas requieren de dos computadoras, una para recepción y la otra para administración.
- Los extintores serán ubicados, uno en la recepción, en la cocina y en oficina Administrativa, al igual que el único televisor y minicomponente; que será colocado en el Lobby.
- Esto se hará pues el lema de la Empresa es reducir la destrucción ambiental y colaboración con la utilización mínima de electricidad para evitar la contaminación.

CUADRO 66: Maquinarias y equipo para el área de habitación de las Cabañas

Descripción	Cantidad
*Camas 2 ½ plazas	2
*Camas 1½ plaza	36
*Colchones 2 ½ plazas	2
*Colchón 1 plaza	36
*Almohadas de plumón	42
Persianas	30
* Veladores	23
*Caja de Seguridad	14
*Lámparas a Gasolina	30**
*Basureros para tocador	16
*Rodapiés para cama	40
*Rodapiés para baño	14***
*Sábanas 2 ½ plazas	4
* Sábanas 1½ plaza	72****
* Cubre Colchón 2 ½ plazas	2
* Cubre Colchón 1 ½ plazas	38
*Cubre Almohadas 70x50 (par)	21
*Juego Toallas (grande, mediana)	21

Fuente: Investigación Primaria
Elaborado por: La Autora

*15 ventanas x 2 = 30

** 14 habitaciones + 16 (8 en cada sendero)

***14 baños

****36 x 2

CUADRO 67: Maquinarias y equipo en general de las Cabañas

Descripción	Cantidad
*Basurero grande	9
*Botiquín 1ros Auxilios	2
*Escobas	4
* Trapeador	4
*Desinfectantes	6
*Lavadora/Secadora	1
*Refrigeradora	1
*Congelador	1
*Cisterna	1
*Bomba de Agua	1

Fuente: Investigación Primaria
Elaborado por: La Autora

1.28 Definición del volumen de Ventas

De acuerdo a la investigación realizada, se obtuvo que el 50% de la capacidad de una empresa que brinda hospedaje en la Ciudad de Tena, es utilizada; por esto es que de acuerdo a ello, se dice que de las 14600 personas anuales que se supone que la empresa va a tener capacidad para ellas, sólo 5480 personas ocuparán la empresa en el primer año.

Para los siguientes años, se proyecta un incremento anual del 5%, obteniendo para el quinto año una capacidad ocupada del 70%.

1.29 Definición del proceso de Producción

El esquema con el que va a trabajar las cabañas es de acuerdo a la promoción de paquetes turísticos, los mismos que se detallan a continuación:

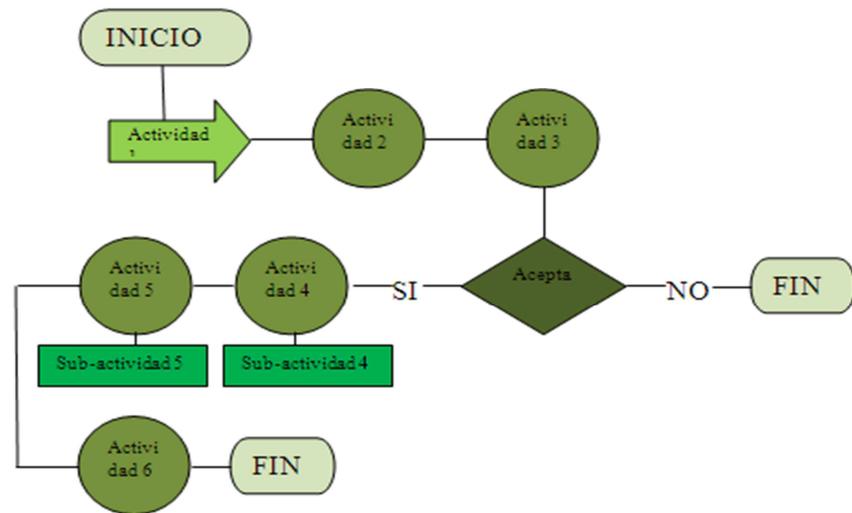
1.29.1 Diagrama de flujo para Alojamiento.

CUADRO 68: Diagrama de flujo para Alojamiento

Nº	ACTIVIDAD	SUB-ACTIVIDAD
1	Transporte del Turista (Nacional o Extranjero) del terminal terrestre/aeropuerto a las Cabañas Etsa Soul Lodge.	
2	Arribo del turista hasta el parqueadero de las Cabañas y darles la Bienvenida.	
3	Turista se dirige a recepción por información.	No acepta termina el proceso.
4	Registro y pago por alojamiento, Entrega de la Habitación y la respectiva Instalación del turista	Inspección para verificar que el cliente esté satisfecho
5	Oferta de platos típicos de la zona y resto de servicios (Caminatas, deportes extremos, visita a cascadas, etc.)	Degustación y uso de los servicios de las Cabañas
6	Recibo de llaves de habitación, Turista se dirige hasta el parqueadero, despedida.	

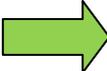
Elaborado por: La Autora

GRÁFICO 50: Diagrama de flujo para Alojamiento



Elaborado por: La Autora

SIMBOLOGÍA:

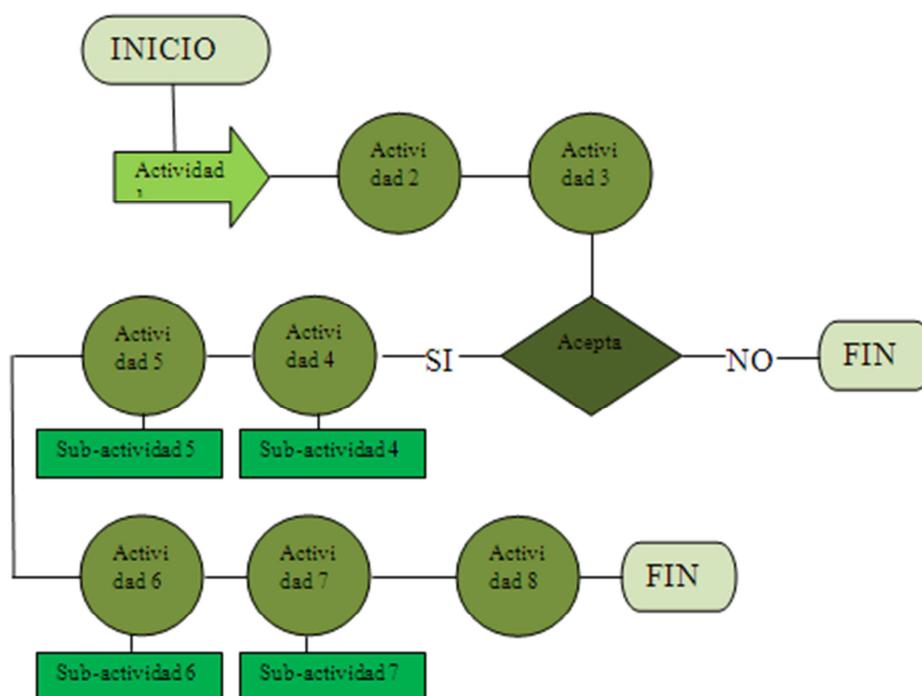
- Inicio-Fin 
- Operación: 
- Transporte: 
- Decisión: 
- Inspección: 

1.29.2 Diagrama de flujo del servicio de visitas a lugares Turísticos

CUADRO 69: Diagrama de flujo del servicio de visitas a lugares Turísticos

Nº	ACTIVIDAD	SUB-ACTIVIDAD
1	Transporte del Turista (Nacional o Extranjero) del terminal terrestre/aeropuerto a las Cabañas Etsa Soul Lodge.	
2	Arribo del turista hasta el parqueadero de las Cabañas y darles la Bienvenida.	
3	Turista se dirige a recepción por información.	
4	Registro y pago por alojamiento, Entrega de la Habitación y la respectiva Instalación del turista	Inspección para verificar que el cliente esté satisfecho
5	Oferta de platos típicos de la zona y resto de servicios (Caminatas, deportes extremos, visita a cascadas, etc.)	Degustación y uso de los servicios de las Cabañas
6	Indicaciones por parte del guía sobre los lugares turísticos (cascadas, playas, cavernas, comunidades, etc., a visitar	Preparación y salida del turista para la realización de las diferentes actividades.
7	Charlas explicativas sobre los diferentes lugares visitados, su historia y origen, así como también sobre los procesos de reconstrucción de la Selva.	Interrelación directa del turista con la flora y fauna.
8	Fotografiar las diferentes bellezas naturales Visitadas, y regreso a las Cabañas	

GRÁFICO 51: Diagrama de flujo del servicio de visitas a lugares Turísticos



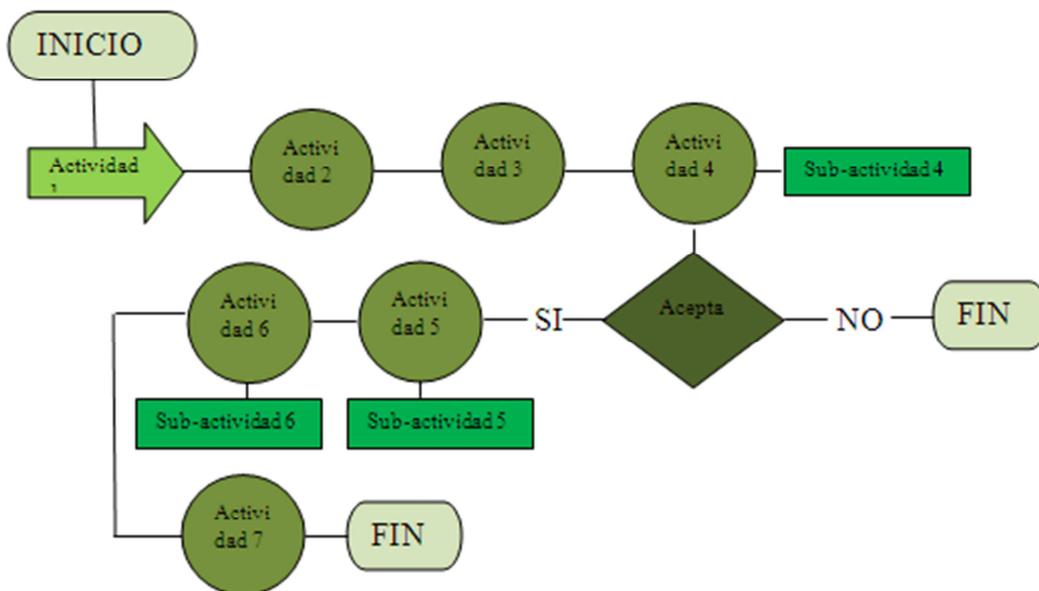
Elaborado por: La Autora

1.29.3 Diagrama de flujo del servicio reconstrucción de zonas deforestadas

CUADRO 70: Diagrama de flujo del servicio reconstrucción de zonas deforestadas

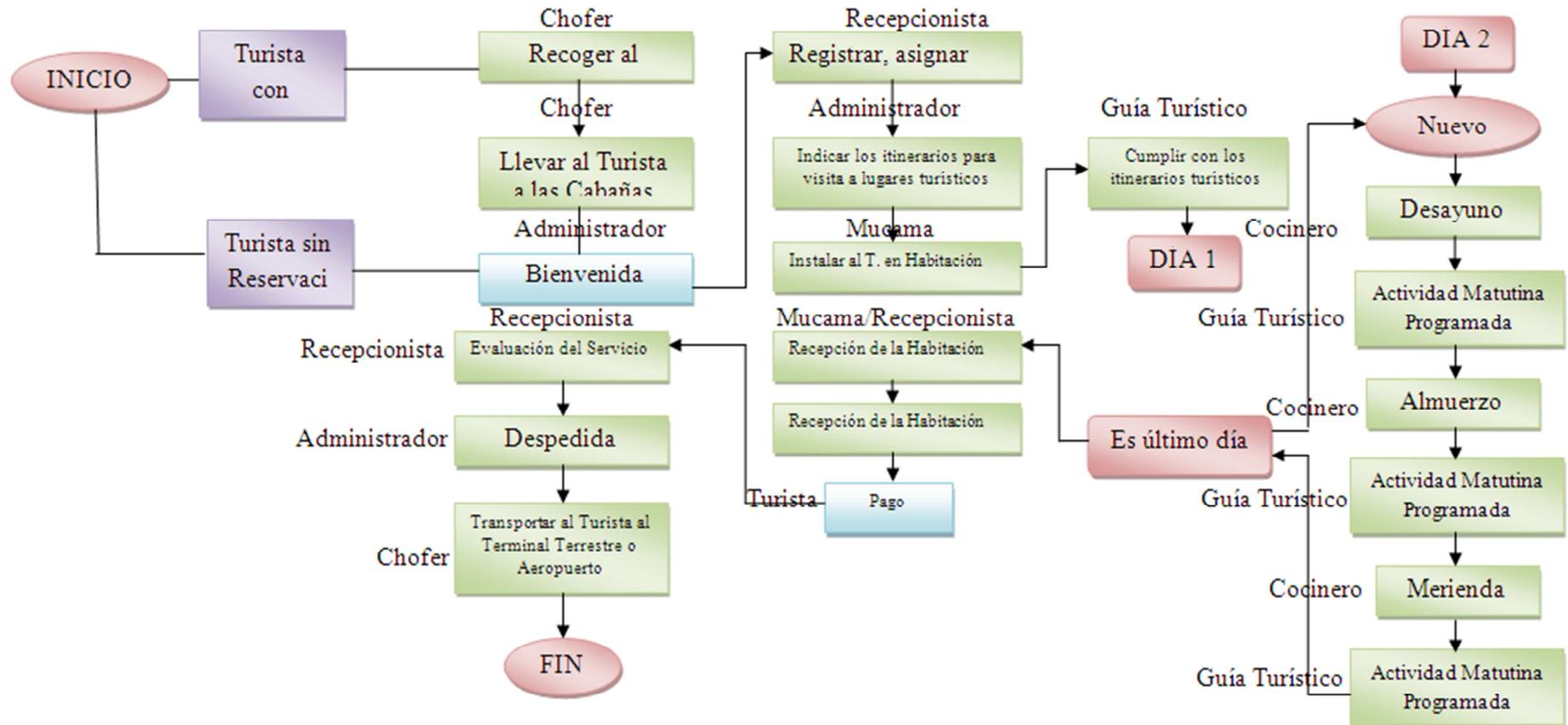
Nº	ACTIVIDAD	SUB-ACTIVIDAD
1	Transporte del Turista (Nacional o Extranjero) del terminal terrestre/aeropuerto a las Cabañas Etsa Soul Lodge.	
2	Arribo del turista hasta el parqueadero de las Cabañas y darles la Bienvenida.	
3	Turista se dirige a recepción por información.	
4	Registro y pago por alojamiento, Entrega de la Habitación y la respectiva Instalación del turista, información sobre la reforestación voluntaria.	Inspección para verificar que el cliente esté satisfecho
5	Charlas de concientización sobre el deterioro ambiental. Indicaciones por parte del guía sobre los lugares deforestados escogidos para su reconstrucción.	Preparación y salida del turista para la realización de la siembra de un árbol en zonas deforestadas.
6	Charlas explicativas sobre los cuidados que deben tener cada tipo de árbol.	Interrelación directa del turista con la flora
7	Fotografiar la actividad y regresar a las Cabañas	

GRÁFICO 52: Diagrama de flujo del servicio reconstrucción de zonas deforestadas



Elaborado por: La Autora

GRÁFICO 53: Diagrama de flujo para las actividades Turísticas



Elaborado por: La Autora

CAPITULO IV. ESTUDIO FINANCIERO

1.30 Metodología

Se utiliza métodos matemático y estadísticos para las proyecciones que son realizadas en el programa de Excel.

Las proyecciones financieras se las realizará con precios constantes sin tomar en cuenta los factores inflacionarios.

Una vez realizada esta propuesta de costos, gastos, inversión, etc. se realiza el análisis de los Indicadores de Rentabilidad.

1.31 Presupuesto de Inversiones

1.31.1 Activos Fijos

Son los bienes físicos adquiridos por el establecimiento, necesarios para desarrollar las funciones de una empresa. Todos nuestros bienes tangibles son susceptibles al desgaste aún no usándolos la sola acción del tiempo modificada, altera o desgasta los bienes del activo fijo. Puede entenderse que al ser usados aceleramos un desgaste.

CUADRO 71: Costo Edificios (expresado en USD \$)²⁷

DETALLE	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Terreno	m2	57000	0,65	37050,00
Construcción y Remodelación	Consolidado	1	222074,98	222074,98
TOTAL				259124,98

Fuente: Proformas

Elaborado por: La Autora

²⁷Detalles de los costos de Construcción se encuentra en el Anexo 25

1.31.1.1 Muebles y Enseres

CUADRO 72: Habitaciones

DETALLE	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Base de Cama 2 ½ plazas	U	2	180,00	360,00
Base de Cama 1 ½ plaza	U	36	100,00	3600,00
Veladores de 3 cajones	U	23	75,00	1725,00
Colchones 2 ½ plazas	U	2	170,00	340,00
Colchones 1 ½ plaza	U	36	100,00	3600,00
Almohadas de plumón	U	42	8,00	336,00
Basurero para tocador	U	16	1,70	27,20
Rodapiés para baño	U	14	7,00	98,00
Rodapiés para cama	U	40	9,00	360,00
Cortinas de baño	U	14	1,59	22,26
Persianas	U	30	17,00	510,00
Caja de Seguridad	U	14	30,00	420,00
TOTAL				11398,46

Fuente: Proformas

Elaborado por: La Autora

CUADRO 73: Cocina y Restaurante

DETALLE	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Juego de Comedor	U	7	260,00	1820,00
Aparador de cristalería	U	2	400,00	800,00
TOTAL				2620,00

Fuente: Proformas

Elaborado por: La Autora

CUADRO 74: Lobby

DETALLE	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Juego de Sala	U	3	320,00	960,00
Counter de Atención	U	1	350,00	350,00
TOTAL				1310,00

Fuente: Proformas

Elaborado por: La Autora

CUADRO 75: Oficina Administrativa

DETALLE	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
2.7 Escritorios	U	2	110,00	220,00
TOTAL				220,00

Fuente: Proformas
Elaborado por: La Autora

CUADRO 76: Lavandería

DETALLE	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Estantes	U	1	80,00	80,00
Basurero	U	2	5,00	10,00
Canastas para ropa	U	2	180,00	360,00
TOTAL				450,00

Fuente: Proformas
Elaborado por: La Autora

1.31.1.2 Equipos

CUADRO 77: Lobby

DETALLE	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Teléfono-Fax	U	1	114,16	114,16
Minicomponente	U	1	612,67	612,67
Televisor LG 25"	U	1	852,50	852,50
Extintores de incendios	U	1	45,00	45,00
TOTAL				1624,33

Fuente: Proformas
Elaborado por: La Autora

CUADRO 78: Oficina Administrativa

DETALLE	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Caja Registradora	U	1	122,00	122,00
Extintores de incendios	U	1	45,00	45,00
TOTAL				167,00

Fuente: Proformas
Elaborado por: La Autora

CUADRO 79: Lavandería

DETALLE	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Lavadora/Secadora	U	1	955,45	955,45
TOTAL				955,45

Fuente: Proformas
Elaborado por: La Autora

CUADRO 80: Cocina y Restaurant

DETALLE	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Batidora	U	1	33,00	33,00
Cafetera	U	1	13,86	13,86
Licuadaora	U	2	35,00	70,00
Extractor de jugos	U	1	76,82	76,82
Sanduchera	U	1	30,00	30,00
Microondas	U	1	129,25	129,25
Refrigerador	U	1	912,56	912,56
Cocina Industrial (4 quemadores)	U	1	250,00	250,00
Tanque de gas	U	2	58,00	116,00
Extintores de incendios	U	1	45,00	45,00
Calentadores de Comida	U	4	42,90	171,60
Congeladora	U	1	650,00	650,00
Cisterna	U	1	185,00	185,00
Bomba de agua (accesorios)	U	1	165,00	165,00
TOTAL				2848,09

Fuente: Proformas

Elaborado por: La Autora

1.31.1.3 Equipos informáticos

CUADRO 81: Administración

DETALLE	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Equipo de Computación	U	2	790,00	1580,00
Impresora	U	1	80,00	80,00
TOTAL				1660,00

Fuente: Proformas

Elaborado por: La Autora

CUADRO 82: Lobby

DETALLE	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Equipo de Computación	U	1	790,00	790,00
TOTAL				790,00

Fuente: Proformas

Elaborado por: La Autora

1.31.1.4 Vehículo

CUADRO 83: Vehículo

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Vehículo Nuevo	1	29990	29990
TOTAL			29990

Fuente: Proformas

Elaborado por: La Autora

1.31.2 Activos Diferidos

Son todas aquellas cuentas que representan gastos cuyos efectos son atribuciones a ejercicios futuros y corresponden a servicios y derechos adquiridos necesarios para la puesta en marcha de la empresa.

CUADRO 84: Gastos de Constitución

DETALLE	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Escritura de Constitución	Consolidado	1	1300,00	1300,00
Registro de Actividad Turística	Consolidado	1	10,00	10,00
Permiso de Funcionamiento Bomberos	Consolidado	1	56,50	56,50
Permiso Sanitario	Consolidado	1	104,64	104,64
Patente Municipal	Consolidado	1	39,00	39,00
Permiso de Suelo	Consolidado	1	8,00	8,00
RUC	Consolidado	1	-	-
TOTAL				1518,14

Fuente: Proformas

Elaborado por: La Autora

1.32 Capital de Trabajo

La inversión en capital de trabajo constituye el conjunto de recursos distribuidos en activos corrientes, necesarios para la operación del proyecto, durante un ciclo productivo. Se ha determinado que el Capital de Trabajo va a servir para financiar un mes al cual determinamos el primer ciclo de funcionamiento de las cabañas.

[...]Es el capital con que hay que contar para empezar a trabajar.²⁸

1.32.1 Cálculo del Capital de Trabajo

Es el capital con el cual se debe iniciar para la puesta en marcha. Se debe mencionar que se inicia la construcción del proyecto a finales del 2011, por lo que para el feriado del Carnaval del 2012 se tiene previsto iniciar la prestación del servicio de hospedaje, para esta fecha la Provincia de Napo, en especial las Playas de Misahuallí se encuentran concurridas, pues existe el programa que promocionan este hermoso lugar turístico, el cual presenta artistas nacionales e internacionales a orillas del río, por eso este rubro sería sólo por un tiempo de desfase de un mes.

CUADRO 85: Capital de Trabajo

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL
Mano de Obra Directa	2365,73
Servicios Públicos	115,31
Inventario	141,40
Mantenimiento	603,61
Seguro	792,88
Menaje de Habitaciones	3105,00
Menaje de Cocina	832,10
Sueldos Administrativos	2117,30
Suministros de Oficina	115,03
Publicidad	1124,04
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	11312,40

Fuente: Proformas
Elaborado por: La Autora

²⁸BACA URBINA, Gabriel, *Evaluación de proyectos*, 6ta. Edición, Editorial Mc Graw Hill, México-2010, p.145

1.33 Inversión total del Proyecto

CUADRO 86: Inversión total del Proyecto

DESCRIPCIÓN	VALOR TOTAL
<u>ACTIVO FIJOS</u>	
TERRERO	37050,00
OBRA CIVIL	222074,98
MUEBLES Y ENSERES	15998,46
EQUIPOS	5594,87
EQUIPOS INFORMÁTICOS	2450,00
VEHÍCULO	29990,00
<u>ACTIVO DIFERIDO</u>	
Gastos de Constitución	1675,10
<u>CAPITAL DE TRABAJO</u>	11312,40
TOTAL INVERSIÓN	326145,81
TOTAL INVERSIÓN %	100%

Fuente: Proformas

Elaborado por: La Autora

1.34 Aporte Socios y Financiamiento

El proyecto se constituyó como una Compañía de Responsabilidad Limitada conformada por cuatro socios. Cada uno de los socios aportó con dinero en efectivo por una suma igual de US \$223945.81 dólares, es decir que esto representa el 68.66%, lo restantes 31.34% se financian con recursos de terceros.

CUADRO 87: Inversión de los Socios y Financiamiento

DESCRIPCIÓN	INVERSIÓN TOTAL	FUENTES DE FINANCIAMIENTO			
		RECURSOS PROPIOS	%	PRÉSTAMO	%
<u>ACTIVO FIJOS</u>					
TERRERO	37050,00	37050,00	100		
OBRA CIVIL	222074,98	186895,81	84	35179,17	16
MUEBLES Y ENSERES	15998,46			15998,46	100
EQUIPOS	5594,87			5594,87	100
EQUIPOS INFORMATICOS	2450,00			2450,00	100
VEHICULO	29990,00			29990,00	100
<u>ACTIVO DIFERIDO</u>					
Gastos de Constitución	1675,10			1675,10	100
<u>CAPITAL DE TRABAJO</u>	11312,40			11312,40	100
TOTAL INVERSIÓN	326145,81	223945,81		102200,00	
TOTAL INVERSIÓN %	100%		68,66%		31,34%

Fuente: Proformas

Elaborado por: Autora

1.35 Tabla de Amortización

El crédito que se obtendrá es por el valor de 102.200 con una tasa de interés anual del 11.20% en un periodo de 5 años.

CUADRO 88: Tabla de Amortización (dividendo fijo)

TABLA DE AMORTIZACION (DIVIDENDO FIJO)				
MONTO	102.200,00			
TASA INTERÉS	11,20%			
PERIODO DE PAGOS	30	DÍAS	30,60,90	
NÚMERO DE PAGOS	60			
SEGURO DESGRAVAM	0,4892%			
COMISIÓN	0%	V/COMISION	0	
SOLCA	1%	V/impuesto	1021,999958	
CUOTA	\$ 2.232,28			

FECHA	CAPITAL	INTERES	DIVIDENDO	SALDO
0				102.200,00
1	\$ 1278,42	953,87	\$ 2.232,28	\$ 100.921,58
2	\$ 1.290,35	941,93	\$ 2.232,28	\$ 99.631,23
3	\$ 1.302,39	929,89	\$ 2.232,28	\$ 98.328,84
4	\$ 1.314,55	917,74	\$ 2.232,28	\$ 97.014,29
5	\$ 1.326,82	905,47	\$ 2.232,28	\$ 95.687,48
6	\$ 1.339,20	893,08	\$ 2.232,28	\$ 94.348,28
7	\$ 1.351,70	880,58	\$ 2.232,28	\$ 92.996,58
8	\$ 1.364,31	867,97	\$ 2.232,28	\$ 91.632,26
9	\$ 1.377,05	855,23	\$ 2.232,28	\$ 90.255,22
10	\$ 1.389,90	842,38	\$ 2.232,28	\$ 88.865,32
11	\$ 1.402,87	829,41	\$ 2.232,28	\$ 87.462,44
12	\$ 1.415,97	816,32	\$ 2.232,28	\$ 86.046,48
13	\$ 1.429,18	803,10	\$ 2.232,28	\$ 84.617,29
14	\$ 1.442,52	789,76	\$ 2.232,28	\$ 83.174,77
15	\$ 1.455,98	776,30	\$ 2.232,28	\$ 81.718,79
16	\$ 1.469,57	762,71	\$ 2.232,28	\$ 80.249,21
17	\$ 1.483,29	748,99	\$ 2.232,28	\$ 78.765,92
18	\$ 1.497,13	735,15	\$ 2.232,28	\$ 77.268,79
19	\$ 1.511,11	721,18	\$ 2.232,28	\$ 75.757,68
20	\$ 1.525,21	707,07	\$ 2.232,28	\$ 74.232,47
21	\$ 1.539,45	692,84	\$ 2.232,28	\$ 72.693,02
22	\$ 1.553,81	678,47	\$ 2.232,28	\$ 71.139,21
23	\$ 1.568,32	663,97	\$ 2.232,28	\$ 69.570,89
24	\$ 1.582,95	649,33	\$ 2.232,28	\$ 67.987,94
25	\$ 1.597,73	634,55	\$ 2.232,28	\$ 66.390,21
26	\$ 1.612,64	619,64	\$ 2.232,28	\$ 64.777,57
27	\$ 1.627,69	604,59	\$ 2.232,28	\$ 63.149,88
28	\$ 1.642,88	589,40	\$ 2.232,28	\$ 61.506,99
29	\$ 1.658,22	574,07	\$ 2.232,28	\$ 59.848,78
30	\$ 1.673,69	558,59	\$ 2.232,28	\$ 58.175,08
31	\$ 1.689,32	542,97	\$ 2.232,28	\$ 56.485,77
32	\$ 1.705,08	527,20	\$ 2.232,28	\$ 54.780,68
33	\$ 1.721,00	511,29	\$ 2.232,28	\$ 53.059,69
34	\$ 1.737,06	495,22	\$ 2.232,28	\$ 51.322,63
35	\$ 1.753,27	479,01	\$ 2.232,28	\$ 49.569,36
36	\$ 1.769,64	462,65	\$ 2.232,28	\$ 47.799,72
37	\$ 1.786,15	446,13	\$ 2.232,28	\$ 46.013,57
38	\$ 1.802,82	429,46	\$ 2.232,28	\$ 44.210,75
39	\$ 1.819,65	412,63	\$ 2.232,28	\$ 42.391,10
40	\$ 1.836,63	395,65	\$ 2.232,28	\$ 40.554,47
41	\$ 1.853,77	378,51	\$ 2.232,28	\$ 38.700,69
42	\$ 1.871,08	361,21	\$ 2.232,28	\$ 36.829,61
43	\$ 1.888,54	343,74	\$ 2.232,28	\$ 34.941,08
44	\$ 1.906,17	326,12	\$ 2.232,28	\$ 33.034,91
45	\$ 1.923,96	308,33	\$ 2.232,28	\$ 31.110,95
46	\$ 1.941,91	290,37	\$ 2.232,28	\$ 29.169,04
47	\$ 1.960,04	272,24	\$ 2.232,28	\$ 27.209,00
48	\$ 1.978,33	253,95	\$ 2.232,28	\$ 25.230,67
49	\$ 1.996,80	235,49	\$ 2.232,28	\$ 23.233,87
50	\$ 2.015,43	216,85	\$ 2.232,28	\$ 21.218,44
51	\$ 2.034,24	198,04	\$ 2.232,28	\$ 19.184,19
52	\$ 2.053,23	179,05	\$ 2.232,28	\$ 17.130,96
53	\$ 2.072,39	159,89	\$ 2.232,28	\$ 15.058,57
54	\$ 2.091,74	140,55	\$ 2.232,28	\$ 12.966,83
55	\$ 2.111,26	121,02	\$ 2.232,28	\$ 10.855,58
56	\$ 2.130,96	101,32	\$ 2.232,28	\$ 8.724,61
57	\$ 2.150,85	81,43	\$ 2.232,28	\$ 6.573,76
58	\$ 2.170,93	61,36	\$ 2.232,28	\$ 4.402,83
59	\$ 2.191,19	41,09	\$ 2.232,28	\$ 2.211,64
60	\$ 2.211,64	20,64	\$ 2.232,28	\$ 0,00
	\$ 102.200,00	31.736,97	\$ 133.936,96	

Fuente: Proformas

Elaborado por: La Autora

1.36 Presupuesto de Egresos

En este presupuesto está conformado por los Costos y Gastos desembolsables, costos y gastos no desembolsables los mismos que constituyen desembolsos que deberán realizar las Cabañas para su funcionamiento.

Costo es el desembolso necesario para generar un ingreso.

Gasto es una repartición que no es relacionado directamente con la generación de ingresos, pero que son necesarios para el funcionamiento de la Empresa.

1.36.1 Salario de la Mano de Obra Directa

CUADRO 89: Salario de la Mano de Obra Directa

Recurso Humano	Cantidad	Sueldo Mensual	Aporte Individual	Valor a Recibir	RECARGOS LEGALES					Suma recargos	Costo Total unitario	Costo TOTAL Mensual	Costo TOTAL Anual
					Aporte Patronal	Fondos de Reserva	Vacaciones	14to Sueldo	13er Sueldo				
Sueldos Administración													
Gerente General	1	700	65,45	634,55	85,05		29,17	22	58,33	194,55	894,55	894,55	10734,6
Administrador	1	400	37,40	362,60	48,60		16,67	22	33,33	120,60	520,60	520,60	6247,2
Secretaria-Contador	0	350	32,73	317,28	42,53		14,58	22	29,17	108,28	458,28	-	0
Guardia	2	264	24,68	239,32	32,08		11,00	22	22,00	87,08	351,08	702,15	8425,824

Fuente: Proformas

Elaborado por: La Autora

1.36.2 Servicios Públicos

CUADRO 90: Servicios Públicos

SERVICIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Agua Potable	8,98	107,76
Energía Eléctrica	19,20	230,40
Teléfono	22,23	266,76
Internet	64,90	778,80
TOTAL	115.31	1383.72

Fuente: Proformas

Elaborado por: La Autora

1.36.3 Inventario (suministros de limpieza)

Dentro de estos gastos están considerados los suministros de aseo mínimos requeridos para mantener las Cabañas en condiciones adecuadas. Como se detalla en el siguiente cuadro, independiente de la cantidad de huéspedes recibidos.

CUADRO 91: Inventario

DESCRIPCIÓN	Valor Mensual	Valor Anual
Detergente/Desinfectantes	60,00	720,00
Utensilios de Limpieza	65,00	780,00
Trapeador	7,00	84,00
Escobas	6,40	76,80
Otros	3,00	36,00
TOTAL	141,40	1696,80

Fuente: Proformas
Elaborado por: La Autora

1.36.4 Mantenimiento y Reparación

CUADRO 92: Mantenimiento y Reparación

CONCEPTO	VALOR MENSUAL	PORCENTAJE	VALOR ANUAL	VALOR MENSUAL
Obra Civil	259124,98	2%	5182,50	431,87
Muebles y Enseres	15998,46	2%	319,97	26,66
Equipos	5594,87	3%	167,85	13,99
Equipos Informáticos	2450,00	3%	73,50	6,13
Vehículo	29990,00	5%	1499,50	124,96
TOTAL			7243,31	603,61

Fuente: Proformas
Elaborado por: La Autora

1.36.5 Seguros

CUADRO 93: Seguros

CONCEPTO	VALOR MENSUAL	PORCENTAJE	VALOR ANUAL	VALOR MENSUAL
Obra Civil	259124,98	3%	7773,75	647,81
Equipos	5594,87	3%	167,85	13,99
Equipos Informáticos	2450,00	3%	73,50	6,13
Vehículo	29990,00	5%	1499,50	124,96
TOTAL			9514,60	792,88

Fuente: Proformas
Elaborado por: La Autora

1.36.6 Menaje de Habitación

CUADRO 94: Menaje de Habitación

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V.TOTAL MENSUAL
Sábanas 2 ½ plazas	4	26,00	104,00
Sábanas 1 ½ plaza	72	20,00	1440,00
Cubre Colchón 2 ½	2	25,00	50,00
Cubre Colchón 1 ½	38	18,00	684,00
Cubre Almohadas 70x50 (par)	21	7,00	147,00
Juego de Toallas (grande y mediana)	40	17,00	680,00
TOTAL			3105,00

Fuente: Proformas

Elaborado por: La Autora

1.36.7 Menaje de Cocina

CUADRO 95: Menaje de Cocina

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Olla arrocera	1	16,50	16,50
Olla de presión	2	42,00	84,00
Ollas grandes	4	29,00	116,00
Ollas medianas	4	27,00	108,00
Cernidores (juego)	2	3,00	6,00
Cucharon de palo	3	3,50	10,50
Cucharon de plástico	3	2,50	7,50
Cuchillos	5	3,50	17,50
Jarras	10	1,25	12,50
Cubiertos (juego completo)	4	19,00	76,00
Pírex (grande)	2	16,00	32,00
Sartén de teflón	5	11,85	59,25
Tabla de picar	3	3,85	11,55
Juego de Vajillas	4	49,00	196,00
Vasos	50	0,58	29,00
Docena de Saleros	1	6,00	6,00
Ajiceros	7	2,50	17,50
Delantal	2	2,00	4,00
Gorro de Cocina	1	2,00	2,00
Guantes de Cocina	2	2,00	4,00
Otros	1	16,30	16,30
TOTAL			832,10

Fuente: Proformas

Elaborado por: La Autora

1.37 Gastos Administrativos

1.37.1 Salarios de Administración

CUADRO 96: Salarios de Administración

Recurso Humano	Cantidad	Sueldo Mensual	Aporte Individual	Valor a Recibir	RECARGOS LEGALES					Suman recargos	Costo Total unitario	Costo TOTAL Mensual	Costo TOTAL Anual
					Aporte Patronal	Fondos de Reserva	Vacaciones	14to Sueldo	13er Sueldo				
Recepcionista	2	300	28,05	271,95	36,45		12,50	22	25,00	95,95	395,95	9502,8	
Camarera	1	264	24,68	239,32	32,08		11,00	22	22,00	87,08	351,08	4212,912	
Chef	1	400	37,40	362,60	48,60		16,67	22	33,33	120,60	520,60	6247,2	
Mesero	1	264	24,68	239,32	32,08		11,00	22	22,00	87,08	351,08	4212,912	
Guías	1	264	24,68	239,32	32,08		11,00	22	22,00	87,08	351,08	4212,912	

Fuente: Proformas

Elaborado por: La Autora

1.37.2 Suministros de Oficina

Los rubros considerados en el siguiente cuadro, se basan en un análisis previo, por ejemplo, el saca grapas, se compra una vez al año, por lo tanto si hoy me cuesta \$1,20 como no voy a comprar el mismo saca grapas cada mes, el costo anual del mismo es de \$1,20 por que no voy a volverlo a comprar. Así mismo, se considera que se utilizará dos cajas de esferos cada 6 meses por lo que el costo anual es de \$14,00.

Explicado lo anterior, se puede deducir que en base a la experiencia del Sr. Chimbo Jairo, asistente administrativo de Cotococha Lodge supo explicarnos, se considero los costos; es por ello que el valor anual, no es el valor mensual multiplicado por 12 meses.

CUADRO 97: Suministros de Oficina

RUBRO	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	VALOR TOTALANUAL	VALOR ANUAL
Caja de Papel Bon A4	Resmas	6,00	4,00	24,00	24,00
Caja de Grapas	Caja	2,00	1,40	2,80	2,80
caja de Clips	Caja	6,00	0,30	1,80	1,80
Dispensador grande	U	1,00	7,50	7,50	7,50
Cinta Adhesiva	U	6,00	1,00	6,00	6,00
Corrector	U	2,00	1,50	3,00	3,00
Libretin de Facturas	U	4,00	10,00	40,00	40,00
Esferos	Caja	2,00	7,00	14,00	14,00
Grapadora	U	1,00	7,80	7,80	7,80
Perforadora	U	1,00	5,60	5,60	5,60
Saca grapas	U	1,00	1,20	1,20	1,20
Archivadores	U	6,00	3,20	19,20	19,20
Tijera Grandes	U	1,00	2,20	2,20	2,20
Sello Automático	U	2,00	15,00	30,00	30,00
Libretin Registros Pasajeros	U	2,00	20,00	40,00	40,00
Resaltador	U	6,00	0,50	3,00	3,00
Tinta impresora	U	6,00	25,00	150,00	150,00
Tarjetas de presentación	U	100,00	0,09	9,00	9,00
Otros (1%)	Consolidado	1,00	1,74	1,74	1,74
TOTAL			115,03	368,84	368,84

Fuente: Proformas

Elaborado por: La Autora

1.38 Gastos de Venta

1.38.1 Publicidad

CUADRO 98: Publicidad

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL MENSUAL
Rotulación	1	360,00	360,00
Señalética	35	10,00	350,00
Creación de Página Web	Consolidado	392,00	392,00
IMPREVISTOS (2%)		22,04	22,04
TOTAL			1124,04

Fuente: Proformas

Elaborado por: La Autora

1.39 Gastos no Desembolsables

1.39.1 Depreciación

Es la disminución o pérdida del valor material o funcional de un activo fijo tangible motivado por la decadencia física o deterioro de la vida de servicios de los bienes, cuyo desgaste no se ha cubierto con las reparaciones o con los reemplazos adecuados. La depreciación ha sido calculada por el Método de Línea recta, con valor residual del 10%.

CUADRO 99: Depreciaciones

CONCEPTO	VALOR TOTAL	PORCENTAJE	VALOR ANUAL	VALOR MENSUAL
Obra Civil	222074,98	5%	11103,75	925,31
Muebles y Enseres	15998,46	10%	1599,85	133,32
Equipos	5594,87	10%	5594,87	466,24
Equipos Informáticos	2450,00	33.33%	816,67	68,06
Vehículo	29990,00	20%	5998,00	499,83
TOTAL DEPRECIACIÓN			25113,13	2092,76

Fuente: Proformas

Elaborado por: La Autora

1.39.2 Amortizaciones

La amortización es la cuota fija que se establece por período contable, como consecuencia de inversión o gastos anticipados; permitiendo de esta manera a la empresa la racionalización o prorrateo del gasto en función del tiempo estipulado por la ley.

A continuación se presenta el cuadro de las amortizaciones correspondientes al presente proyecto.

CUADRO 100: Amortizaciones

CONCEPTO	VALOR ANUAL	AÑO DE AMORTIZACIÓN	VALOR ANUAL
Gastos de Constitución	1518,14	5	303,628
TOTAL			303,628

Fuente: Proformas

Elaborado por: La Autora

1.40 Evaluación económica Financiera

1.40.1 Ingresos

Se toma en cuenta los ingresos que va a obtener el proyecto por concepto de la prestación de los servicios de alojamiento; tomando en cuenta tarifas y precios acorde a la categoría y ubicación de las Cabañas, la competencia y la capacidad de gasto de los huéspedes. Los ingresos se presentan en forma mensual durante los primeros 5 años.

1.40.2 Capacidad instalada y utilizada

CUADRO 101: Capacidad instalada y utilizada

AÑO	2012	2013	2014	2015	2016
Capacidad Instalada					
Número de Camas	40	40	40	40	40
Días	274	365	365	365	365
Total camas al año	10960	14600	14600	14600	14600
Capacidad Utilizada					
%	50%	55%	60%	65%	70%
Hospedaje Turista/día	20	22	24	26	28
Capacidad Utilizada Anual	5480,00	8030,00	8760,00	9490,00	10220,00
Ingreso	219200,00	321200,00	350400,00	379600,00	408800,00

Fuente: Proformas

Elaborado por: La Autora

1.40.3 Alojamiento

En base del Estudio de Mercado se determinó que en el primer año de operación tendremos un porcentaje de ocupación del 50% con un incremento anual del 5% hasta estabilizarnos con un porcentaje de ocupación del 70% hasta el año 5.

Como se explicó anteriormente, todas las proyecciones financieras se las realizó con precios constantes sin tomar en cuenta los factores inflacionarios.

El estudio de Mercado permitió conocer el precio que los huéspedes están dispuestos a pagar por el servicio de hospedaje es de US \$ 40.00 dólares diarios por persona.

1.40.4 Restaurant (comidas típicas)

CUADRO 102: Maito de Tilapia

Descripción	Costo Unitario	Valor total
Tilapia	1,80	1,80
Bihao	0,08	0,08
Palmito	0,50	0,50
Sal	0,03	0,03
Yuca	0,10	0,10
Cebolla colorada	0,03	0,03
Tomate	0,05	0,05
Hierbitas	0,01	0,01
Agua		0,15
Varios		0,80
TOTAL		3,55

Fuente: Proformas
Elaborado por: La Autora

Se ha considera que el precio en \$10 por plato, pues en las competencia directa, el plato está entre el \$9 y \$10.

1.40.5 Distracciones

CUADRO 103: Excursión de un día por persona

EXCURSIONES	COSTO UNITARIO
Cascadas de latas	1,50
Viaje en Canoa	2,50
Ingreso a Comunidad	2,80
Ingreso a Zoo	2,50
Tubing	3,50
Caminata Selva virgen	3,50
TOTAL	16,30

Fuente: Proformas
Elaborado por: La Autora

El costo promedio es \$2.72, más \$0,50 ctv., por transporte; lo que da un costo total de \$3,22. Se ha considerado que el precio es de \$6 por persona, pues la competencia directa cobra un precio similar.

CUADRO 104: Ingresos

El ingreso por alojamiento se considera que en el primer año de funcionamiento sólo será por los 9 meses, pues en marzo empieza el período de carnaval, para la proyección de los siguientes años se considera que se tendrá un 5% de incremento anual, para el primer año se considera un 50% de capacidad instalada, por lo que para los siguientes años sería 55%, 60%, 65% y 70%.

INVERSIÓN INICAL					
DESCRIPCIÓN/ AÑO	1	2	3	4	5
INGRESOS					
Alojamiento	219200,00	321200,00	350400,00	379600,00	408800,00
Restaurant	82200,00	120450,00	131400,00	142350,00	153300,00
Distracciones	49320,00	72270,00	78840,00	85410,00	91980,00
TOTAL INGRESOS	350720,00	513920,00	560640,00	607360,00	654080,00

Fuente: Proformas

Elaborado por: La Autora

Se considera que en el restaurant, sólo el 50% de los hospedados se alimentan en la empresa.

1.41 Estado de Resultados proyectados

El Estado de Resultados es un documento contable que muestra detalladamente y ordenadamente la utilidad o pérdida del ejercicio, año por año.

Este Estado indica la diferencia entre el total de los ingresos en sus diferentes modalidades; y los egresos representados por costos y otros gastos en un periodo determinado.

CUADRO 105: Estado de Resultados Proyectados

INVERSIÓN INICIAL					
DESCRIPCIÓN/ AÑO	1	2	3	4	5
INGRESOS					
Alojamiento	219200,00	321200,00	350400,00	379600,00	408800,00
Restaurant	82200,00	120450,00	131400,00	142350,00	153300,00
Distracciones	49320,00	72270,00	78840,00	85410,00	91980,00
TOTAL INGRESOS	350720,00	513920,00	560640,00	607360,00	654080,00
EGRESO					
Costo de Venta	159582,17	182346,03	204913,69	216357,25	232277,71
Mano de Obra Directa	28388,74	39709,05	50833,16	50833,16	55310,07
Materia Prima	38872,50	42759,75	46647,00	50534,25	54421,50
Costo por distracciones	35222,50	38744,75	42267,00	45789,25	49311,50
Servicios Públicos	1383,72	1522,09	1660,46	1798,84	1937,21
Inventario (Suministros Limpieza)	1696,80	1866,48	2036,16	2205,84	2375,52
Mantenimiento y Reparación	7243,31	7243,31	7243,31	7243,31	7243,31
Seguros	9514,60	9514,60	9514,60	9514,60	9514,60
Menaje de Habitaciones	37260,00	40986,00	44712,00	48438,00	52164,00
Utilidad Operacional	191137,83	331573,97	355726,31	391002,75	421802,29
Gastos Administrativos					
Sueldos Administrativos	25407,624	32884,92	28408,01	28408,01	32884,92
Suministros de Oficina	368,84	405,72	442,61	479,49	516,38
Gastos de Ventas					
Publicidad	13488,48	14837,328	16186,176	17535,024	18883,872
Gastos Financieros					
Total Costos y Gastos Desembolsables	49898,82	56856,83	51635,97	50640,87	53841,90
Gastos No Reembolsables					
Depreciaciones	25113,13	25113,13	25113,13	24296,47	24296,47
Amortizaciones	303,628	303,628	303,628	303,628	303,628
Total Gastos No Reembolsables	25416,76	25416,76	25416,76	24600,09	24600,09
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS Y TRABAJADORES	115822,26	249300,38	278673,57	315761,79	343360,30
(-)15% a Trabajadores	17373,34	37395,06	41801,04	47364,27	51504,04
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	98448,92	211905,32	236872,54	268397,52	291856,25
(-)25% Impuesto a la Renta	24612,23	52976,33	59218,13	67099,38	72964,06
UTILIDAD NETA	73836,69	158928,99	177654,40	201298,14	218892,19

Fuente: Proformas
Elaborado por: La Autora

1.42 Flujo de Caja

La proyección del flujo de caja constituye uno de los elementos más importantes del estudio de un proyecto, ya que la evaluación del mismo se efectuará sobre los resultados que en ella se determinen. La información básica para realizar esta proyección está contenida en los estudios de mercado, técnico y organizacional.

El control del flujo de caja es un método sencillo que sirve para proyectar las necesidades futuras de efectivo, registra los ingresos y egresos reales del proyecto, una excelente herramienta, porque le sirve para predecir las necesidades futuras.

Existen varias formas de construir un flujo de caja, dependiendo de la finalidad que se persiga de él, para éste proyecto se aplicará dos flujos de caja, Flujo de Caja del Proyecto Puro y el Flujo de Caja del Inversionista.

1.42.1 Flujo de Caja del Proyecto Puro

Se utiliza para evaluar la rentabilidad de toda la inversión independiente de la fuente de financiamiento, es decir no se incorpora el crédito ni los intereses por el préstamo, solamente se anota la inversión en su totalidad.

Este flujo es aplicado en proyectos en los que se estudia la creación de un nuevo negocio y aquellos que se evalúan dentro de una empresa en funcionamiento.

CUADRO 106: Flujo de Caja del Proyecto Puro

DESCRIPCIÓN/ AÑO	INVERSIÓN INICAL					
	0	1	2	3	4	5
INGRESOS						
Alojamiento		219200,00	321200,00	350400,00	379600,00	408800,00
Restaurant		82200,00	120450,00	131400,00	142350,00	153300,00
Distracciones		49320,00	72270,00	78840,00	85410,00	91980,00
TOTAL INGRESOS		350720,00	513920,00	560640,00	607360,00	654080,00
EGRESO						
Costo de Venta		159582,17	182346,03	204913,69	216357,25	232277,71
Mano de Obra Directa		28388,736	39709,05	50833,16	50833,16	55310,07
Materia Prima		38872,50	42759,75	46647,00	50534,25	54421,50
Costo por distracciones		35222,50	38744,75	42267,00	45789,25	49311,50
Servicios Públicos		1383,72	1522,09	1660,46	1798,84	1937,21
Suministros de Limpieza		1696,80	1866,48	2036,16	2205,84	2375,52
Mantenimiento y Reparación		7243,31	7243,31	7243,31	7243,31	7243,31
Seguros		9514,60	9514,60	9514,60	9514,60	9514,60
Manejo de Habitaciones		37260,00	40986,00	44712,00	48438,00	52164,00
Utilidad Operacional		191137,83	331573,97	355726,31	391002,75	421802,29
Gastos Administrativos						
Sueldos Administrativos		25407,624	32884,92	28408,01	28408,01	32884,92
Suministros de Oficina		368,84	405,72	442,61	479,49	516,38
Gastos de Ventas						
Publicidad		13488,48	14837,328	16186,176	17535,024	18883,872
Gastos Financieros						
		10633,87	8728,86	6599,18	4218,34	1556,73
Total Costos y Gastos Desembolsables		49898,82	56856,83	51635,97	50640,87	53841,90
Gastos No Desembolsables						
Depreciaciones		25113,13	25113,13	25113,13	24296,47	24296,47
Amortizaciones		303,628	303,628	303,628	303,628	303,628
Total Gastos No Desembolsables		25416,76	25416,76	25416,76	24600,09	24600,09
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS Y TRABAJADORES		115822,26	431646,41	483587,27	532119,04	575638,01
(-)15% a Trabajadores		17373,34	64746,96	72538,09	79817,86	86345,70
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		98448,92	366899,45	411049,18	452301,18	489292,31
(-)25% Impuesto a la Renta		24612,23	91724,86	102762,29	113075,30	122323,08
UTILIDAD NETA		73836,69	275174,59	308286,88	339225,89	366969,23
(+) Costos y Gastos No Desembolsables		49898,82	56856,83	51635,97	50640,87	53841,90
FLUJO OPERATIVO DEL PROYECTO		123735,51	332031,42	359922,86	389866,76	420811,13
INVERSIONES DEL PROYECTO						
Activos Fijos Tangibles						
ACTIVO FIJOS						
TERRERO	-37050,00					37050,00
OBRA CIVIL	-222074,98					111037,50
MUEBLES Y ENSERES	-15998,46					7999,23
EQUIPOS	-5594,87					2797,44
EQUIPOS INFORMATICOS	-2450,00				-2450,00	
Valor de Recuperación Eq. Inf					245,00	
VEHICULO	-29990,00					0,00
Valor de Recuperación de Vehículo						
ACTIVO DIFERIDO						
Gastos de Constitución	-1675,10					
CAPITAL DE TRABAJO	-11312,40					11312,40
FLUJO DEL PROYECTO PURO	-326145,81	123735,51	332031,42	359922,86	387661,76	591007,70

Fuente: Proformas

Elaborado por: La Autora

1.42.2 Flujo de Caja del Inversionista

Se emplea para evaluar el proyecto desde el punto de vista del inversionista, considerando en la inversión inicial solo el monto aportado por él. Incorpora por tanto el efecto del financiamiento (pagos de capital, gastos de intereses) y determina la rentabilidad que obtiene el inversionista por los recursos propios aportados.

CUADRO 107: Flujo de Caja del Inversionista

INVERSIÓN INICIAL						
DESCRIPCIÓN/ AÑO	0	1	2	3	4	5
INGRESOS						
Alojamiento		219200,00	321200,00	350400,00	379600,00	408800,00
Restaurant		82200,00	120450,00	131400,00	142350,00	153300,00
Distracciones		49320,00	72270,00	78840,00	85410,00	91980,00
TOTAL INGRESOS		350720,00	513920,00	560640,00	607360,00	654080,00
EGRESO						
Costo de Venta		159582,17	182346,03	204913,69	216357,25	232277,71
Mano de Obra Directa		28388,736	39709,05	50833,16	50833,16	55310,07
Materia Prima		38872,50	42759,75	46647,00	50534,25	54421,50
Costo por distracciones		35222,50	38744,75	42267,00	45789,25	49311,50
Servicios Públicos		1383,72	1522,09	1660,46	1798,84	1937,21
Suministros de Limpieza		1696,80	1866,48	2036,16	2205,84	2375,52
Mantenimiento y Reparación		7243,31	7243,31	7243,31	7243,31	7243,31
Seguros		9514,60	9514,60	9514,60	9514,60	9514,60
Menaje de Habitaciones		37260,00	40986,00	44712,00	48438,00	52164,00
Utilidad Operacional		191137,83	331573,97	355726,31	391002,75	421802,29
Gastos Administrativos						
Sueldos Administrativos		25407,624	32884,92	28408,01	28408,01	32884,92
Suministros de Oficina		368,84	405,72	442,61	479,49	516,38
Gastos de Ventas						
Publicidad		13488,48	14837,328	16186,176	17535,024	18883,872
Gastos Financieros						
Intereses Préstamos		10633,87	8728,86	6599,18	4218,34	1556,73
Total Costos y Gastos Desembolsables		49898,82	56856,83	51635,97	50640,87	53841,90
Gastos no Reembolsables						
Depreciaciones		25113,13	25113,13	25113,13	24296,47	24296,47
Amortizaciones		303,628	303,628	303,628	303,628	303,628
Total Gastos No Desembolsables		25416,76	25416,76	25416,76	24600,09	24600,09
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS Y TRABAJADORES		115822,26	249300,38	278673,57	315761,79	343360,30
(-15% a Trabajadores		17373,34	37395,06	41801,04	47364,27	51504,04
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		98448,92	211905,32	236872,54	268397,52	291856,25
(-25% Impuesto a la Renta		24612,23	52976,33	59218,13	67099,38	72964,06
UTILIDAD NETA		73836,69	158928,99	177654,40	201298,14	218892,19
FLUJO OPERATIVO DEL PROYECTO		73836,69	158928,99	177654,40	201298,14	218892,19
INVERSIONES DEL PROYECTO						
Activos Fijos Tangibles						
Activo Fijo						
TERRERO		-37050,00				37050,00
OBRA CIVIL		-222074,98				111037,50
MUEBLES Y ENSERES		-15998,46				7999,23
EQUIPOS		-5594,87				2799,44
EQUIPOS INFORMATICOS		-2450,00			-2450,00	245,00
Valor de Recuperación Eq. Inf					245,00	0,00
VEHICULO		-29990,00				
Activo Diferido						
Gastos de Constitución		-1675,10				11312,40
Capital de Trabajo		-11312,40				-25230,67
Préstamo		102200,00	-16153,52	-18058,54	-20188,22	-22569,06
FLUJO DEL INVERSIONISTA		-326145,81	57683,17	140870,45	157466,18	176524,09

Fuente: Proformas
Elaborado por: Autora

1.43 Costo de Oportunidad

Uno de los principales problemas que enfrenta un inversionista; es la toma de decisiones cuando se enfrenta a la evaluación de alternativas. Para medir la conveniencia de tomar la alternativa más indicada, el inversionista debe conocer el costo de oportunidad de las alternativas existentes, por tal motivo es importante conocer la definición y el concepto.

Es importante destacar que para determinar el costo de oportunidad, los criterios de rentabilidad son imprescindibles, la búsqueda de la solución más inteligente o más rentable se da principalmente porque existe dos o más alternativa de inversión de ganar dinero.²⁹

Los indicadores de evaluación son índices que ayudan a determinar si un proyecto es conveniente o no para un inversionista. Permiten también optimizar distintas decisiones relevantes del proyecto, ubicación, tecnología, momento óptimo para invertir.

Para realizar el cálculo tanto de Valor Actual Neto como la Tasa Interna de Retorno se ha considerado la tasa de inflación del mes de abril que es el 3.88% registrada en el Banco Central del Ecuador a Abril del 2011

Inflación mes abril (i): 3.88%

Riesgo país (f): 793

Fórmula:

$$\text{Costo de Oportunidad} = i + f + (i * f)$$

1.43.1 Definición y cálculo de la TMAR

Es la tasa mínima aceptable de rendimiento que el Inversionista espera obtener al realizar dicha inversión, para calcular se debe tener en cuenta la inflación y el riesgo país, aplicando la siguiente fórmula tenemos que la tasa es de 12%.

²⁹<http://www.promonegocios.net/costos/costos-oportunidad.html>

$$TMAR = +f + (f * i)$$

Donde:

$$i = \text{inflación} = 0,0388$$

$$f = \text{riesgo país} = 0,0739$$

$$TMAR = 0,0388 + 0,0739 + (0,0739 * 0,0388)$$

$$TMAR = 0,1211$$

Es necesario calcular también el Costo Promedio Ponderado de Capital que es la combinación de las dos tasas anteriores relativas a cada una de las fuentes de financiamiento a las cuales recurre el proyecto. Cálculo que se indica en la tabla siguiente:

CUADRO 108: Cálculo del Costo de Oportunidad

DETALLE	SALDO INICIAL	% DE PARTICIPACIÓN	COSTO	COSTO PONDERADO
Capital Propio	223945,81	68,66%	12%	8,32%
Préstamo Bancario	102200,00	31,34%	11,20%	3,51%
TOTAL	326145,81	100,00%	23,32%	11,83%

Fuente: Proformas
Elaborado por: Autora

1.44 Definición y cálculo del VAN

Por Valor Actual Neto de una inversión se entiende la suma de los valores actualizados de todos los flujos netos de caja esperados del proyecto, deducido el valor de la inversión inicial. EL VAN también puede expresarse como un índice de rentabilidad.

La tasa activa va a ser utilizada debido a que el presente proyecto se financia con recursos de terceros.

A continuación se presenta el resultado obtenido:

Aplicando la fórmula:

$$F_n = (1 + i)^n$$

$i = 11.83\%$

$$VAN = FF_0 + \frac{FF_1}{(1 + i)^1} + \frac{FF_2}{(1 + i)^2} + \dots + \frac{FF_n}{(1 + i)^n}$$

Para el cálculo del VAN se toma en cuenta el flujo de caja del inversionista, pues éste incluye el valor del préstamo y lo hace muy real.

Se lo realiza mediante el EXCEL, por lo que cálculo es el siguiente:

CUADRO 109: Cálculo del VAN (Excel)

AÑO	FLUJO DE CAJA DEL INVERSIONISTA	TASA DE DESCUENTO	VAN
0	-326145,81		- 326145,81
1	57683,17	12,83%	51123,96
2	140870,45	12,83%	124851,95
3	157466,18	12,83%	139560,56
4	176524,09	12,83%	156451,38
5	363858,09	12,83%	322483,46
TOTAL	570256,17		253158,41

Fuente: Proformas
Elaborado por: Autora

$VAN = 253158,41$ ³⁰

\$253158,41 es el valor máximo que el inversionista está dispuesto a pagar para llevar a cabo el proyecto.

³⁰ ASI CALCULE EL TIR, Diciembre 2010. <http://www.zonaeconomica.com/excel/van-tir>

1.45 Definición y cálculo del TIR

Se denomina Tasa Interna de Retorno (TIR) a la tasa de descuento que hace que el Valor Actual Neto (VAN) de una inversión sea igual a cero.

Este método considera que una inversión es aconsejable si la TIR resultante es igual o superior a la tasa exigida por el inversor, y entre varias alternativas, la más conveniente será aquella que ofrezca una TIR mayor.

Para el cálculo de la TIR del presente proyecto se ha realizado el método de interpolación lineal con los datos obtenidos en el literal anterior.

Como resultado se puede apreciar que el TIR del proyecto es del 32% siendo más alto a la tasa pasiva que ofrecen las instituciones financieras por invertir el dinero en fondos de inversión, cuentas de ahorro, etc.

A continuación se presenta e resultado obtenido:

CUADRO 110: Cálculo del TIR (Excel)

AÑO	FLUJO DE CAJA DEL INVERSIONISTA	TASA DE DESCUENTO	VAN
0	-326145,81		- 326145,81
1	57683,17	12,83%	51123,96
2	140870,45	12,83%	124851,95
3	157466,18	12,83%	139560,56
4	176524,09	12,83%	156451,38
5	363858,09	12,83%	322483,46
TOTAL	570256,17		253158,41

Fuente: Proformas
Elaborado por: Autora

TIR= 0.29

El 29% demuestra que el proyecto es viable, ya que esta tasa soporta el costo de oportunidad que es el 11.83%

1.46 Período de Recuperación

El tiempo en el que la empresa se demora en recuperar en su totalidad el monto de la inversión inicial, este periodo se calcula en base al Flujo del Proyecto del Inversionista, llevados al año 0 y realizando una suma de año a año del flujo hasta igualar la inversión del proyecto.

CUADRO 111: Período de Recuperación

DETALLE/AÑO	0	1	2	3	4	5
Flujo neto de fondos	-326145,81	123735,51	332031,42	359922,86	387661,76	591007,70
Flujo neto de fondos acumulado		123735,51	455766,92			
RECUPERACIÓN		-202410,31	129621,11			

El período de recuperación de capital se lo hace en función a lo siguiente:

Si \$332031,42 los recupero en 12 meses, \$202410,31 en cuánto tiempo lo recuperaré?

$$\begin{array}{l} 332031,42 \longrightarrow 12 \text{ meses} \\ 202410,31 \longrightarrow X \end{array}$$

El resultado de esta regla de tres es 7,3153 meses, aplicamos nuevamente otro vez la regla de tres pero ahora en función a días para determinarlos.

$$\begin{array}{l} 1 \longrightarrow 30 \text{ días} \\ 0.3153 \longrightarrow X \end{array}$$

Los 0.3153 meses, equivale a 9 días. En conclusión el capital invertido en las Cabañas se recuperará en

PRI = 2 años, 7 meses y 9 días.

La recuperación es de 2 años, 7 meses y 9 días; esto se debe a que en la Provincia de Napo, de acuerdo al estudio de mercado realizado cuidadosamente, se considera que el incremento de turistas de acuerdo al ITUR Tena, es alto. Por lo tanto, no se cree utópico este escenario, pues aunque se tiene datos que los hoteles pueden estar ocupados hasta el 90% (según ITUR), para el proyecto se trabaja con un escenario pesimista, pues sólo se considera que un 50% de la capacidad instalada será utilizada los primeros 9 meses, después se considera que anualmente se incrementa sólo un 5% del escenario. Los precios son de acuerdo al estudio de mercado, pues aunque se obtiene datos de precios para brindar este servicio, de la competencia directa (Cotococha Lodge y Shangri-La) se consideraron los más competitivos.

1.47 Análisis de Sensibilidad

Todo proyecto independiente de su magnitud, en mayor o menor medida, está rodeado de un manto de incertidumbre y los inversionistas están corriendo el riesgo de asignar sus recursos hacia determinados propósitos.

En el caso del turista existen ciertos factores fuera del alcance del inversionista y que pueden afectar el ingreso de turistas y por lo tanto que futuros proyectos puedan fracasar, estos factores pueden ser meteorológicos, desastres naturales, problemas políticos, económicos y en nuestro caso puntualmente el funcionamiento del Nuevo Aeropuerto de Tena al 100% de su capacidad.

Si en un caso, tanto la inflación como el riesgo país incrementaran un 4% y 7 respectivamente, el análisis quedaría de la siguiente manera.

Para el caso del proyecto, si se presenta alguna eventualidad como las mencionadas y se ven afectados los ingresos hasta en un 12.85% por la falta de turistas, con el siguiente análisis se demuestra que sigue el proyecto viable con indicadores como el VAN y TIR aceptables; pero con un período de recuperación en más tiempo.

TIR = 0.19%

VAN = 252798,40

PRI = 3 años, 9 meses y 21 días

CUADRO 112: Período de Recuperación a más tiempo

DETALLE/AÑO	0	1	2	3	4	5
Flujo neto de fondos	-326145,81	57683,17	140870,45	157466,18	176524,09	363858,09
Flujo neto de fondos acumulado		57683,17	198553,62	356019,80		
RECUPERACIÓN		-268462,65	-127592,19	29873,99		

Fuente: Proformas

Elaborado por: Autora

El período de recuperación de capital se lo hace en función a lo siguiente:

Si \$157466,18 los recupero en 12 meses, \$127592,19 en cuánto tiempo lo recuperaré?

157466,18 —————> 12 meses
 127592,19 —————> X

El resultado de esta regla de tres es 9.7233 meses, aplicamos nuevamente otro vez la regla de tres pero ahora en función a días para determinarlos.

1 —————> 30 días
 0.7233 —————> X

Los 0.7233 meses, equivale a 21 días. En conclusión el capital invertido en las Cabañas se recuperará en

PRI = 3 años, 9 meses y 21 días.

1.48 Relación Costo/Beneficio

La relación Costo Beneficio muestra la cantidad de dinero actualizado que recibirá el Proyecto por cada unidad monetaria invertida.

La fórmula es la siguiente:

$$\text{Relación } \frac{B}{C} = \left(\frac{\text{Total de Flujos Netos de Efectivo a Valor Actual}}{\text{Inversión Inicial}} \right)$$

$$\text{Relación } \frac{B}{C} = \left(\frac{363182.53}{326145.81} \right)$$

$$\text{Relación } \frac{B}{C} = 1.11$$

Este valor quiere decir que por cada \$1 invertido, yo obtengo \$0.11 ctvs., de ganancia.

1.49 Determinación de Costos Fijos y Costos Variables

1.49.1 Costos Fijos

Son aquellos en los que incurre la empresa y que en el corto plazo o para ciertos niveles de producción, no depende del volumen de ingreso de los turistas.

1.49.2 Costos Variables

Son aquellos costos que se modifican de acuerdo a variaciones del volumen de ingresos de los turistas; es proporcional, si existe más demanda de turistas estos costos incrementan y si baja la demanda, los mismos también bajan.

CUADRO 113: Cálculo Costos Fijos y Variables

DESCRIPCIÓN	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES
SUELDOS DIRECTOS	28388,74	
SERVICIOS BÁSICOS	853,2	49826,90
SUMINISTROS DE LIMPIEZA	40,20	1536,00
MANTENIMIENTO Y REPARACIÓN	7243,31	
SEGUROS	9514,60	
MENAJE DE HABITACIONES		37260,00
MENAJE DE COCINA		832,10
SUELDOS ADMINISTRACIÓN	25407,62	
SUMINISTROS	368,84	
PUBLICIDAD	13488,48	
DEPRECIACIONES	25113,13	
AMORTIZACIONES	3643,536	
TOTAL	114061,66	89455,00

Fuente: Proformas

Elaborado por: La Autora

1.50 Punto de Equilibrio

Es el mínimo valor que se debe obtener en ingresos por ventas para que el proyecto no tenga una pérdida.

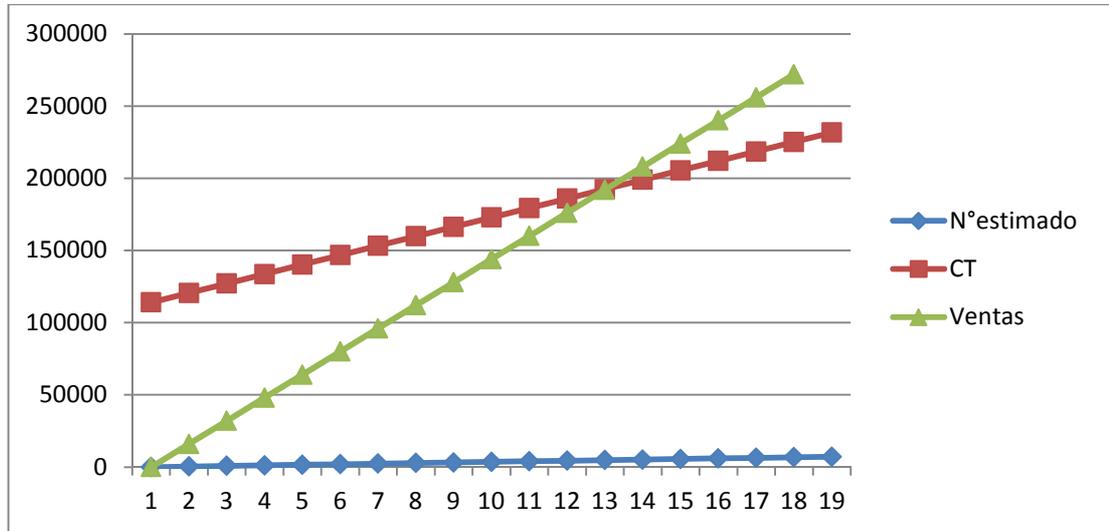
CUADRO 114: Punto de Equilibrio

N° estimado	CF	CU Persona	CT	PVP	Ventas
0	114061,66	16,3239051	114061,66	40	0
400	114061,66	16,3239051	120591,22	40	16000
800	114061,66	16,3239051	127120,78	40	32000
1200	114061,66	16,3239051	133650,34	40	48000
1600	114061,66	16,3239051	140179,91	40	64000
2000	114061,66	16,3239051	146709,47	40	80000
2400	114061,66	16,3239051	153239,03	40	96000
2800	114061,66	16,3239051	159768,59	40	112000
3200	114061,66	16,3239051	166298,15	40	128000
3600	114061,66	16,3239051	172827,72	40	144000
4000	114061,66	16,3239051	179357,28	40	160000
4400	114061,66	16,3239051	185886,84	40	176000
4800	114061,66	16,3239051	192416,40	40	192000
5200	114061,66	16,3239051	198945,96	40	208000
5600	114061,66	16,3239051	205475,53	40	224000
6000	114061,66	16,3239051	212005,09	40	240000
6400	114061,66	16,3239051	218534,65	40	256000
6800	114061,66	16,3239051	225064,21	40	272000
7200	114061,66	16,3239051	231593,77	40	

Fuente: Proformas

Elaborado por: Autora

GRÁFICO 54: Punto de Equilibrio



Elaborado por: La Autora

El punto de equilibrio muestra que la empresa debe tener por lo menos unos 4818 turistas al año para no obtener ni pérdidas ni ganancias, pero como para el primer año se estima que se obtendrá unos 5480 turistas, esto significaría que los costos y los gastos se cubrirían sin que los inversionistas incurran en una pérdida o iliquidez en el negocio.

1.51 Balance General

Es un resumen de todo lo que tiene la empresa, de lo que debe, de lo que le deben y de lo que realmente le pertenece a su propietario, a una fecha determinada.

Al elaborar el balance General el empresario obtiene la información valiosa sobre su negocio, como el estado de sus deudas, lo que debe cobrar o la disponibilidad de dinero en el momento o en un futuro próximo.

CUADRO 115: Balance General

BALANCE GENERAL PROYECTADO E TSA SOUL LODGE LTD.					
DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVOS					
ACTIVOS CORRIENTES					
Caja - Banco	11312,40	191137,83	331573,97	355726,31	391002,75
ACTIVOS FIJOS					
Terreno	37050,00	37050,00	37050,00	37050,00	37050,00
Obra Civil	222074,98	222074,98	222074,98	222074,98	222074,98
Muebles y Enseres	15998,46	15998,46	15998,46	15998,46	15998,46
Equipos	5594,87	5594,87	5594,87	5594,87	5594,87
Equipos Informáticos	2450,00	2450,00	2450,00	2450,00	2450,00
Vehículo	29990,00	29990,00	29990,00	29990,00	29990,00
(-)Depreciaciones Acumuladas		25113,13	50226,26	75339,40	100452,53
Total Activos Fijos	313158,31	288045,18	262932,05	237818,92	212705,78
ACTIVOS DIFERIDOS					
Gastos de Constitución	1675,10	1675,10	1675,10	1675,10	1675,10
(-) Amortización Acumulada		303,628	607,256	910,884	1214,512
Total Activos Diferidos	1675,10	1371,47	1067,84	764,22	460,59
TOTAL ACTIVOS	326145,81	480554,48	595573,86	594309,44	604169,12
PASIVO					
PASIVOS CORRIENTE					
Préstamo Bancario	16153,52	18058,54	20188,22	22569,06	25230,67
15% Trabajadores		17373,34	37395,06	41801,04	47364,27
25% Impuesto a la Renta		24612,23	52976,33	59218,13	67099,38
Total Pasivos Corrientes	16153,52	60044,11	110559,61	123588,23	139694,32
Total Pasivo de L/P	86046,48	67987,94	47799,72	25230,67	0,00
TOTAL PASIVOS	102200,00	128032,05	158359,33	148818,90	139694,32
PATRIMONIO					
Capital Social	150109,12	150109,12	150109,12	150109,12	150109,12
Resultados Ejercicios Anteriores		73836,69	158928,99	177654,40	201298,14
Utilidad (Pérdida del Ejercicio)	73836,69	158928,99	177654,40	201298,14	218892,19
TOTAL PATRIMONIO	223945,81	352522,43	437214,53	445490,55	464474,80
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	326145,81	480554,48	595573,86	594309,45	604169,12

CAPÍTULO V ESTUDIO DE IMPACTO Y RESPONSABILIDAD EMPRESARIAL

1.52 Estudio de Impactos y Responsabilidad Empresarial

1.52.1 Estudio Ambiental

Es un conjunto de técnicas que busca como propósito fundamental, un manejo de los asuntos humanos de forma que sea posible un sistema de vida en armonía con la naturaleza, es una herramienta técnica fundamental de un proceso de análisis encaminado a identificar, predecir, interpretar, valorar, prevenir, corregir y comunicar el efecto de un proyecto o actividad sobre el medio ambiente.

En la mayoría de proyectos Hoteleros-Turísticos se debe tomar en cuenta que se utiliza como materia prima el atractivo turístico natural que la Ciudad de Tena posee, y que destruirlo en cualquiera de las formas, significa eliminar las posibilidades de subsistir como empresa.

En referencia al proyecto realizado el impacto no se produce directamente sobre el medio ambiente, debido a que las Cabañas van a ser construidas en un espacio adecuado para la construcción evitando afectar el resto de selva primaria con que cuenta el terreno destinado para la creación de la empresa.

El uso inapropiado de los materiales y los desechos que puede existir en el proyecto puede convertirse en un enemigo del medio ambiente, por tal motivo se da las siguientes posibles soluciones para evitar esta situación.

1.52.2 Soluciones para evita el impacto de agentes contaminantes

1.52.2.1 Medidas de prevención

- ❖ Concientizar al personal que labora en las Cabañas sobre la importancia de racionalizar



el uso de los recursos para disminuir costos y para evitar el desperdicio de los mismos.

- ❖ Clasificar los desperdicios y basura generados por la operación de las Cabañas a través de un adecuado tratamiento de reciclaje que permita eliminarlos más rápidamente y adecuadamente.
- ❖ Implementar políticas para el uso racional de la energía eléctrica y agua potable; uno que se lo hará desde el comienzo es que se utilizarán lámparas a diesel para alumbrar las cabañas y los senderos cuando anochezca.

Cómo colaborar en el reciclaje

Su ayuda significa un 'granito de arena' para sumar esfuerzos.

	● Use el papel con eficiencia.
	● Separe los desechos orgánicos de los inorgánicos como el papel, vidrio, cartón, plástico, pilas, metales, costales y latas.
	● Use los recipientes plásticos y de vidrio varias veces antes de desecharlos.
	● Utilice fundas de tela, fibra natural o algún material no desechable.
	● Compre productos en recipientes que puedan ser reutilizados, y con un mínimo de envolturas.
	● Prefiera los envases retornables antes que los desechables para la compra de agua o refrescos.
	● Adquiera objetos de buena calidad, duraderos y que puedan repararse.
	● Antes de desechar las pilas introdúzcalas en botellas plásticas. Utilice pilas recargables.

Elaboración: LA HORA

1.52.2.2 Medidas de mitigación

- ❖ La operación y funcionamiento de las Cabañas generará la producción de aguas servidas o contaminadas, para lo cual se ha previsto en el proceso de

construcción la separación de canalizaciones hidrosanitarias, en donde las aguas grises, descargaran directamente en el sistema de alcantarillado; las aguas no contaminadas, descargaran en la planta de tratamiento que tiene la Comunidad de Serena, para poder ser nuevamente reutilizadas.

- ❖ Para evitar el uso irracional de la energía eléctrica se ha previsto que solo la Administración, la Recepción y la Cocina cuenten con ella, el resto de la Infraestructura, tendrán lámparas de diesel para la iluminación nocturna; para el día no es necesario pues será suficiente la luz solar.

1.52.3 Impactos sociales negativos

- ❖ Incremento de precios en bienes y servicios en la zona de Pto Napo.
- ❖ Problemas entre grupos sociales.
- ❖ Aumento en el costo de tierras y lotes.
- ❖ Acumulación de basura o desechos.
- ❖ Incremento de robos a turistas o a personas de la comunidad.

1.52.4 Impactos sociales positivos

- ❖ Posibilidad de que surjan nuevos emprendimientos turísticos
- ❖ Desarrollo económico y turístico en el sector de Pto Napo.
- ❖ Aumento de número de visitantes
- ❖ Incremento de mano de obra y plazas de trabajo para la comunidad
- ❖ Oportunidad de crecimiento económico y social en la población de Tena.

CAPITULO VII CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

1.52.5 Conclusiones

- En la Provincia de Napo, cantón Tena es una excelente opción para invertir especialmente en proyectos turísticos, pues actualmente cuenta con vías de acceso de primer orden; es decir que ahora los automóviles podrán ingresar sin ningún inconveniente.
- Las Cabañas de Turismo Ecológico Educativo “Etsa Soul Lodge” constituirá el primer escalón en el desarrollo del Cantón Tena, situación que motivará a sus habitantes a trabajar y aprovechar al máximo sus recursos naturales y atractivos; siempre y cuando protegiendo el ambiente.
- El estudio de mercado realizado constituyó la base fundamental para el desarrollo del presente proyecto, arrojando como resultado una aceptación del 50% para el primer año, incrementando un 5% cada año, hasta llegar al año 5 en un 70% de capacidad utilizada, esto demuestra que el proyecto está enfocado desde una perspectiva realista, pues no se considera que la utilización de las cabañas serían del 100%
- Gracias a los resultados obtenidos en la evaluación financiera del presente proyecto (VAN, TIR) se concluye que el proyecto es factible y tiene grandes expectativas de crecimiento en el corto plazo debido a la variedad de servicios que puede ofrecer realizando inversiones mínimas; obtenemos que el TIR es del 29% y que ante alguna variación en el cálculo del costo de oportunidad, baja a un 19%; sin embargo es mucho más viable invertir en el proyecto pues logra soportar el costo de oportunidad que es del 11.83%.
- Para obtener el TIR anterior, se debe determinar el precio de hospedaje por noche y por persona, pues al realizar el análisis con los costos referenciales de la competencia como es \$35 y \$45, tanto de Shangri-La y Cotococha respectivamente, se obtuvo que con el precio de la primera Cabaña

mencionada, se obtiene un TIR casi parecido al costo de oportunidad, mientras que si se utiliza el precio de la segunda Cabaña mencionada, el TIR es muy irreal, para lo que se determinó un precio intermedio y que este acorde a los servicios que se brindará en las Cabañas Etsa Soul Lodge, por lo que el precio de \$40 por noche, es un precio real y asequible para los turistas de clase media, media-alta que visitan la Ciudad de Tena en busca de aventuras. Esto lo determina las encuestas realizadas en el estudio de Mercado.

- Se concluye diciendo que por todas las evidencias mencionadas anteriormente, el proyecto se debería aplicar, no sólo porque se obtiene rendimiento; sino porque, se contribuye de una forma positiva al desarrollo local y además se ayuda con la reconstrucción del paraíso selvático que tiene Ecuador.

1.52.6 Recomendaciones

- Debido a que el sector de turismo genera ingresos variables o por temporada, se recomienda siempre innovar y diversificar los servicios para mantener siempre una demanda de los mismos, así como promocionarlos en las redes sociales para que el conocimiento sea mundial, ya no solo local.
- Es importante iniciar las actividades de las Cabañas Etsa Soul Lodge realizando alianzas con las Agencias de Viajes para adquirir experiencia y conocer con mayor exactitud el mercado.
- Mantener actualizada la página web ya que este es el medio de difusión más importante en este tipo de servicios.
- Mantener la estabilidad laboral y capacitación continua para fortalecer la atención al huésped y garantizar calidad de los servicios.

- **Bibliografía**

- ✚ BACA G., 2010, Evaluación de Proyectos, McGrawHill
- ✚ MOLINA S., 2006, Turismo y Ecología, Trillas S.A de C.V. 7ma Edición.
- ✚ ALONSO M., MARTIN J., Dirección Estratégica en el sector Turístico, Síntesis S.A.
- ✚ CARDENAS F, 2009, Proyecto Turísticos, Localización e inversión, Trillas S.A.
- ✚ DÁVALOS D., 2000, Flora y Fauna del Alto Napo, Fundación Jatún Sacha, Quito, Ecuador.
- ✚ ENKEDIN E., CANO G., GARZ R., VOGEL E., México 1997, Gerencia Ambiental y Desarrollo Sostenible, Internacional Thompson Editores.
- ✚ Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador, FEPTCE, 2008, MANUAL DE CALIDAD PARA LA GESTIÓN DEL TURISMO COMUNITARIO, 70 pág.
- ✚ FONSECA E., Barcelona, Lexus 2007, Turismo, hotelería y restaurantes, 772 pág.
- ✚ KOTLER P. & BOWEN J., México, Prentice Hall, 1997, Mercadotecnia para hotelería y turismo, 705 pág.
- ✚ LANQUAR R., Barcelona, Ariel 2001, Marketing turístico: de lo global a lo local, 227 pág.
- ✚ MÉNDEZ, C., Colombia, McGrawHill, 2001, Metodología, Diseño y desarrollo del proceso de investigación, , 241 pág.

- ✚ MOCHÓN F., Madrid, McGrawHill, 2008, Econometría y Turismo, 422 pág.

- ✚ BERRERA J., CORDOVA L., Estudio de Factibilidad para implementar una reserva ecológica en el Oriente Ecuatoriano, destinada al Turismo y a la Venta de Oxígeno producida por los bosques.

- ✚ MAILA F., Estudio de Factibilidad para la Creación de Cabañas Eco-Turísticas en el sector de Santa Rosa, Provincia de Pastaza.

- ✚ Ministerio de Turismo del Ecuador, 2007, EL LEVANTAMIENTO DEL INVENTARIO GEOREFERENCIAL DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS URBANOS Y RURALES DE LA PROVINCIA DE NAPO.

- ✚ Ministerio de Turismo del Ecuador, 2009, AMAZONÍA, PROVINCIA DE NAPO: Donde empieza la aventura.

- ✚ Ministerio de Turismo del Ecuador, 2009, AMAZONÍA, TENA: Capital del país de la Canela.

- ✚ Ministerio de Turismo del Ecuador, 2009, AMAZONÍA, Guía Gastronómica de la Amazonía Ecuatoriana.

- ✚ Ministerio de Turismo del Ecuador, 2008, CATASTROS DE ESTABLECIMIENTOS Turísticos.

- ✚ Ministerio de Turismo del Ecuador, 2009, ECUADOR: Programa Nacional de Capacitación Turística.

Entidades Gubernamentales:

- ✚ GOBIERNO MUNICIPAL DE TENA (www.tena.gov.ec)

- ✚ GREENPEACE (www.greenpeace.org)

 ITUR QUITO, Información turística

 ITUR TENA, Información turística

 MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR, Inversión Turística

 MINISTERIO DE AMBIENTE, Dirección de Áreas Naturales

Internet

 www.gestipolis.com

 www.google.com

 www.monografias.com

 www.suchipakari.com

 www.tena.gov.ec

 www.wikilearning.com

 www.wikipedia.com

ANEXOS

ANEXO 1. Formatos de las Encuestas aplicadas a los Turistas Nacionales

ENCUESTA

Su género: Hombre Mujer
Edad: Entre 21-30 años Entre 31-40 años
Entre 41-50 años Más de 50 años

1. ¿Por qué motivo Usted se encuentra en la Ciudad de Tena?

Vacaciones
 Trabajo
 Otro Especifique: _____

2. El medio de Transporte que Usted utilizó para llegar a la Ciudad de Tena fue:

Vehículo Propio Transporte Interprovincial
Vehículo Alquilado Otro Especifique: _____

3. Este viaje lo realiza:

Solo Con un grupo de familiares Cuántos? _____
Acompañado de la pareja Con un grupo de amigos Cuántos? _____

4. ¿Dónde usted se hospeda cuando visita la Ciudad de Tena?

Hotel Cabañas
Casa de Familiares Otro Especifique:

5. ¿Le agrada donde se encuentra hospedado?

Si No
Por qué?

6. ¿Cuánto es lo que está pagando por el servicio de hospedaje?

Entre 8 y 15 USD Entre 16 y 25 USD
Entre 26 y 35 USD Más de 35 USD

7. ¿Qué le pareció el precio?

Costoso
Barato
Normal

8. ¿Cuánto tiempo Usted destina para quedarse en la Ciudad de Tena?

1 a 5 días
6 a 10 días
Más de 10 días

9. ¿Usted tiene casa propia?
Si No

10. ¿Qué comida prefiere consumir cuando se encuentra en la Ciudad de Tena?

Comida típica de la Amazonía Comida vegetariana
Comida Internacional Otro Especifique: _____

11. ¿Cómo se entero de los atractivos turísticos que ofrece Tena?

Amigo Agencia de Tours Radio
Periódico Internet Televisión
Revistas Operadora de Tours Otro Especifique: _____

12. En su hogar, ¿Con qué servicios cuenta?

TV Cable Agua Luz
Internet Teléfono Agua Caliente
Piscina Otro Especifique: _____

13. ¿Cuál es la actividad que le gusta hacer cuando se encuentra en la Ciudad del Tena?

Nadar en el río Hacer deportes extremos
Visita a Zoológicos Visita a comunidades
Caminatas por la selva Ver la cultura nativa
Visita a cascadas Conocer cavernas
Otro Especifique: _____

14. ¿Qué tipo de deportes extremos le gustaría practicar?

Kayac Rafting
Tubing Otro Especifique: _____

15. ¿Se preocupa Usted por la preservación de la Tierra (Naturaleza)?

Si No

16. ¿Cómo ayudaría a preservarla?

Reciclando
Sembrando un árbol
Otro Especifique: _____

RECIBA SIN LÍMITES SU TIEMPO Y COLABORACIÓN

ANEXO 2. Formatos de las Encuestas aplicadas a los Turistas Extranjeros

ENCUESTA

Su género: Hombre
Mujer Nacionalidad: _____

Edad: Entre 21-30 años Entre 31-40 años
Entre 41-50 años Más de 50 años

1. ¿Suele viajar mucho?
Si No

2. ¿Qué continente ha visitado? ¿y por qué?
América del Norte Europa
América del Sur Asia
Centro América Otro Especifique: _____
Por qué _____

3. ¿Conoce el Ecuador?
Si No

4. ¿En qué provincias del Ecuador ha estado? ¿y por qué?
Sierra
Costa
Amazonía
Galápagos
Por qué _____

5. ¿Por qué motivo Usted se encuentra en la Ciudad de Tena?
Vacaciones
Trabajo
Otro Especifique: _____

6. ¿Cómo se entero de los atractivos turísticos (diversidad de flora y fauna) que ofrece Tena?
Amigo Agencia de Tours Radio
Periódico Internet Televisión
Revistas Operadora de Tours Otro Especifique: _____

7. El medio de Transporte que Usted utilizó para llegar a la Ciudad de Tena fue:
Vehículo Propio Transporte Interprovincial
Vehículo Alquilado Otro Especifique: _____

8. Este viaje lo realiza:
Solo Con un grupo de familiares Cuántos? _____
Acompañado de la pareja Con un grupo de amigos Cuántos? _____

9. ¿Dónde usted se hospeda cuando visita la Ciudad de Tena?
Hotel Cabañas
Casa de Familiares Otro Especifique: _____

10. ¿Le agrada donde se encuentra hospedado?
Si No
Por qué? _____

11. ¿Cuánto es lo que está pagando por el servicio de hospedaje?
Entre 8 y 15 USD Entre 16 y 25 USD
Entre 26 y 35 USD Más de 35 USD

12. ¿Qué le pareció el precio?
Costoso Normal
Barato

13. ¿Cuánto tiempo Usted destina para quedarse en la Ciudad de Tena?
1 a 5 días
6 a 10 días
Más de 10 días

14. ¿Qué comida prefiere consumir cuando se encuentra en la Ciudad de Tena?
Comida típica de la Amazonía Comida vegetariana
Comida Internacional Otro Especifique: _____

15. En su hogar, ¿Con qué servicios cuenta?
TV Cable Agua Luz
Internet Teléfono Agua Caliente
Piscina Otro Especifique: _____

16. ¿Cuál es la actividad que le gusta hacer cuando se encuentra en la Ciudad del Tena?
Nadar en el río Hacer deportes extremos
Visita a Zoológicos Visita a comunidades
Caminatas por la selva Ver la cultura nativa
Visita a cascadas Conocer cavernas
Otro Especifique: _____

17. ¿Qué tipo de deportes extremos le gustaría practicar?
Kayac Rafting
Tubing Otro Especifique: _____

18. ¿Se preocupa Usted por la preservación de la Tierra (Naturaleza)?
Si No

19. ¿Cómo ayudaría a preservarla?
Reciclando
Sembrando un árbol
Otro Especifique: _____

RECIBA SIN LÍMITES SU COLABORACIÓN Y TIEMPO

ANEXO 3: Instalaciones de las Cabañas Cotocochoa

Instalaciones Generales:



Habitaciones:



Cabañas:



ANEXO 4: Instalaciones de las Cabañas Shangri-La

Instalaciones Generales:



Habitaciones:



Cabañas:



Entrada a la Cabaña:



ANEXO 5: Patente Municipal



Municipal
Gobierno de Tena

PATENTE N° 0000272

ESPECIE VALORADA
USD 1.00

El Gobierno Municipal de Tena, en uso de las atribuciones que le otorga el Art. 381 de Ley de Régimen Municipal y, la Ordenanza para el cobro del Impuesto de Patentes, confiere la PATENTE MUNICIPAL a:

Razón Social: _____

Representante Legal: _____

Dirección: _____

Capital en giro: _____

Impuesto causado: _____

Quien se halla autorizado para realizar las actividades de: _____

Tena, a _____ de _____ del _____

VALIDA HASTA EL 31 DE DICIEMBRE DEL _____

JEFE DE RENTAS

DIRECTOR FINANCIERO

ESPECIE VALORADA
USD. 2,00

ANEXO 6: Formulario Patente de Comercio

GOBIERNO MUNICIPAL DEL CANTÓN TENA 

CONTRIBUYENTE : PORTERO VILATUÑA ROSA ELIZABETH
RUC/Cédula : 1500785116 Ciu : 4948 Clave : 28463 Nro. Emisión : 2025

FORMULARIO PATENTE DE COMERCIO
Correspondiente : 2011

Dirección : TENA

Rubro / Componente	Valor
FORMULARIO PATENTE DE COMERCIO	2.00

Subtotal :	**** 2.00
Desc. :	**** 0.00
Recargo :	**** 0.00
Interés :	**** 0.00
	**** 2.00

Fecha de Impresión 18-03-2011 08:10:33
Número de Pago : 55949
Fecha Emisión : 18-03-2011
Fecha Obligación : 18-03-2011
Fecha de Pago : 18 03 2011

Descripción : Serie : 00000272 FORMULARIO PATENTE DE COMERCIO

GOBIERNO MUNICIPAL DE TENA
CANCELADO
17 MAR 2011
RECAUDADORA 3

ORIGINAL PARA CONTRIBUYENTE

ANEXO 7: Permiso de Uso de Suelo



Municipal
Gobierno de Tena

DIRECCION TECNICA DE PLANIFICACION CANTONAL

PERMISO DE USO DE SUELO

PROPIETARIO:

UBICACION:

TIEMPO DE USO:

PLAZO:

De conformidad con la Ordenanza de Reglamentación Urbana, Capítulo II de los Usos de Suelo, esta Dirección emite el informe favorable:

DE ACUERDO A LAS SIGUIENTES CARACTERÍSTICAS:

ZONA:

SECTOR:

USOS DE SUELO PERMITIDOS:

--	--	--

1. Cumple con los requerimientos de uso de suelo con respecto a la zonificación del sector, Art. 10 - Comercial 2.

OBSERVACION:

- El local cumple con las especificaciones respectivas para su funcionamiento, y no puede ser utilizado para otros fines.
- Se autoriza al interesado hacer uso de este documento para los trámites subsiguientes de funcionamiento.

16 de marzo del 2011


 Arq. Edgar Burbano
COORDINADOR TECNICO UCUR


 Municipal
 Gobierno de Tena
 DIRECCION DE PLANIFICACION
 UNIDAD DE REGULACION URBANA

Copia: Comisaría Municipal
Jefatura de Rentas

Elaborado por:	Amelia Nieves
Revisado por:	Arq. Narváez
Aprobado por:	Arq. Merio Mora

NEXO 8: Requisitos para Obtener el Permiso Anual del Cuerpo de Bomberos

_REQUISITOS PARA OBTENER EL PERMISO ANUAL DEL CUERPO DE BOMBEROS

- Solicitud de Inspección
- Inspección del local comercial que lo realiza un inspector del Cuerpo de Bomberos.
- Cbo. (B) Walter Nagua Móvil: 084273391 / 062870347 Ext.: 2
- Poseer y un extintor o los extintores, dependiendo de la recomendación del inspector. (min. de 10 libras)
- Depositar y presentar comprobante de pago **ORIGINAL** del Banco del Austro Cta. Cte. N° 0015018461; A nombre del Cuerpo de Bomberos de Tena, el valor esta determinado en la Tabla de cobros anual, emitida por el Consejo de Administración y Disciplina del Cuerpo de Bomberos.

USD: _____

Adjuntar:

- ✓ Copia del RUC
- ✓ Copia de la factura de compra del extintor en caso de ser nuevo.
- ✓ Contrato de arriendo del local para locales nuevos.
- ✓ copia del Permiso de Funcionamiento del año anterior entregado por el Cuerpo de Bomberos.

ANEXO 9: Solicitud de Inspección del Cuerpo de Bomberos



UNIDAD OPERATIVA DE
CONTROL Y PREVENCIÓN
DE INCENDIOS
R U C: 1560508730001

CUERPO DE BOMBEROS TENA - NAPO

SOLICITUD DE INSPECCION

señor
COMANDANTE PROVINCIAL
CUERPO DE BOMBEROS DE TENA - NAPO

Presente.-

De mi consideración

Yo, con CI:

Por medio de la presente solicito a usted, se digne autorizar a quien corresponda, realice el siguiente trabajo:

INSPECCION	<input type="checkbox"/>	NOMBRE LOCAL	_____	TELÉFONO:	_____
VTO. BNO EN PLANO	<input type="checkbox"/>		_____		_____
OTROS	<input type="checkbox"/>		_____		_____
DIRECCION					
PARROQUIA:	_____				
BARRIO/URB:	_____		LOTE No. _____		
CALLE:	_____		No. _____	INTERSECCION: _____	
EDIFICIO:	_____		PISO _____	DEPARTAMENTO _____	

CROQUIS

Atentamente,

SOLICITANTE



ANEXO 10: Permiso de Bomberos



CUERPO BOMBEROS DE NAPO
DEPARTAMENTO DE
PREVENSIÓN INCENDIOS
PERMISO DE FUNCIONAMIENTO

Secretaría Técnica de
Gestión de Riesgos
Nº 0001000

TENA, -----

El Cuerpo de Bomberos de Napo y el Departamento de Prevención y Control de Flagelos, luego de haber realizado la inspección y considerando que en este local se cumplen las medidas de Defensa contra incendios extiende a:

NOMBRE O RAZÓN SOCIAL:

REPRESENTANTE:

DIRECCIÓN:

ACTIVIDAD

RUC. Nº. :

Permiso de Funcionamiento válido por un año



EL PRIMER JEFE DEL CUERPO DE BOMBEROS

ANEXO 11: Requisitos Generales para obtener permisos de Funcionamiento 2011



DIRECCIÓN PROVINCIAL DE SALUD NAPO
CONTROL DE MEJORAMIENTO EN VIGILANCIA
SANITARIA PROVINCIAL

REQUISITOS GENERALES PARA OBTENER PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO 2011
ESTABLECIMIENTOS BAJO CONTROL SANITARIO

PANADERIAS, DISTRIBUIDORA DE ALIMENTOS, BEBIDAS Y ADITIVOS ALIMENTARIOS, PESCADERIA, FRIGORIFICOS, TERCENA/CARNICERIA, SUPERMERCADOS Y COMISARIATOS, MICROMERCADOS, DEPOSITO DE CERVEZAS Y BEBIDAS, CONSIGNACIONES Y BODEGAS, RESTAURANTES, BAR – RESTAURANTE O BAR, CAFETERIAS, HELADERIAS, FUENTE DE SODA, SODA BAR, CASAS DE BANQUETES Y CENTROS DE CONVENCIONES, BAR ESCOLAR, PICANTERIAS, COMIDAS TIPICAS, LICORERIAS, CANTINAS, BAR KARAOKE, CENTROS NOCTURNOS, HOTELES, RESIDENCIALES, HOSTERIAS, HOSTALES, CABAÑAS, PENSIONES PISCINAS GIMNASIOS, CENTRO DE COSMETICA, SALONES DE BELLEZA, PELUQUERIAS, GUARDERIAS PUBLICAS Y PRIVADAS, ESTABLECIMIENTOS DE ATENCION VETERINARIA, CLINICAS VETERINARIAS, FARMACIAS, ESTABLECIMIENTOS DE VENTA DE PRODUCTOS NATURISTAS DE USO HUMANO, LABORATORIOS, SERVICIOS DE ATENCION MEDICA PUBLICOS Y PRIVADOS, CONSULTORIOS MEDICOS, CONSULTORIOS ODONTOLOGICOS, OPTICAS, SERVICIOS DE REHABILITACION, SERVICIOS DE RX, Y OTROS

1.- Solicitud dirigida al Director Provincial de Salud con los siguientes datos:

- Nombre del propietario o representante legal
- Nombre, razón social o denominación del establecimiento.
- No. De RUC y cedula de ciudadanía o identidad del propietario o representante legal del establecimiento.
- Actividad o Actividades que realiza en el establecimiento
- Ubicación del establecimiento, cantón parroquia, sector, calle principal numero e intersecciones, teléfono, fax, correo electrónico si lo tuviere.

A la solicitud debe adjuntar:

- Copia del RUC
- Copia Cedula de Ciudadanía del propietario o representante legal del establecimiento
- Documentos que acrediten personería jurídica cuando corresponda
- Plano del establecimiento a escala 1:50
- Croquis ubicación del establecimiento
- Permiso otorgado por el Cuerpo de Bomberos
- Copia de los **Certificados Ocupacionales de salud, el cual incluye: (examen de laboratorio: Aglutinaciones febriles, VDRL, coproparasitario del personal que labora en el establecimiento, conferido por el Centro de Salud Urbano Tena. Responsable Sr. Pablo Shiguango. Costo del Certificado Ocupacional de 7 USD individual.**
- Copia del permiso de funcionamiento del año anterior

CONTROL SANITARIO/ DIRECCIÓN DE SALUD DE NAPO

ANEXO 12: Tabla de Costos para el funcionamiento de las Cabañas.



6.6 REFUGIOS Y CABAÑAS

REFUGIO

Es todo establecimiento hotelero situado en zonas de alta montaña en el que mediante tarifa establecida se presta servicios de alojamiento y alimentación. Su capacidad no podrá ser menor a seis piezas, podrán prestar servicios a través de habitaciones individuales con su correspondiente cuarto de baño o dormitorios comunes, diferenciados para hombres y mujeres, que pueden contar con literas.

CABAÑA

Es todo establecimiento hotelero situado fuera de las zonas urbanas, preferentemente en centros vacacionales en el que mediante tarifa establecida presta servicios de alojamiento y alimentación, en edificaciones individuales que por su construcción y elementos decorativos están acordes con la zona de su ubicación y cuya capacidad no sea menor a seis cabañas.

Los refugios y cabañas; cualquiera sea su categoría, deberán disponer además de servicios comunes de comedor y pisos y, en los refugios, de oxígeno y personal adiestrado para administrarlo.

6.6.1 Primera 3 estrellas plateadas - \$ 130.80

Los refugios y cabañas de tres estrellas, deberán contar con los siguientes servicios:

- De recepción las veinticuatro horas del día, atendido por personal capacitado. Existirá un mozo de equipaje o mensajero que dependerá de la recepción;
- Central telefónica para llamadas locales e interprovinciales, en los lugares donde hubiere este servicio, y para comunicación con las habitaciones. Este servicio podrá estar atendido por el mismo personal de la recepción;
- En los refugios, servicio de cafetería las veinticuatro horas del día; y,
- Botiquín de primeros auxilios.

6.6.2 Segunda 2 estrellas plateadas - \$ 104.64

Los refugios y cabañas de dos estrellas, deberán contar con los siguientes servicios:

- De recepción las veinticuatro horas del día atendido, por personal calificado. Existirá un mozo de equipaje o mensajero que dependerá de la recepción;
- Central de teléfonos para llamadas locales e interprovinciales, en los lugares donde hubiere este servicio, y para comunicación con las habitaciones. Este servicio estará atendido por el personal de la recepción; y,
- Botiquín de primeros auxilios.

6.6.3 Tercera 1 estrella plateada - \$ 78.48

Los refugios y cabañas de una estrella, deberán contar con los siguientes servicios:





Municipal
Gobierno de Tena

MATRIZ: JUAN MONTALVO 277 Y ABDON CALDERON
TENA - NAPO

R.U.C. 1560000270001

CONTRIBUYENTE ESPECIAL SEGUN RESOLUCION No. 1308 DEL 07-10-2008

FACTURA 001-001-00 0073558

EMISION VALIDA HASTA EL 20 DE OCTUBRE DEL 2011

Lugar y Fecha: Tena, 21-03-2011

Teléfono:

Fecha de Cobro:

Cuenta: 200005

Categoría : 1- DOMESTICO

Nro. Medidor : 55016

CLIENTE: ARCOS CORTEZ HUGO RODRIGO

C.I./R.U.C. 1500083074

CIU : 1780

DIRECCION: PTO.NAPO(PORTOVIEJO)

AUTORIZACION S.R.I. 1108828650

Periodo	CANT.	Nro.Emi.	F.Oblig	Lec.Actual	Consumo	Detalle Agua	Alcan	Basura	ADM.	Rec.	Interes	TOTAL A PAGAR
2010-DIC		402239	05-02-2011	5,947.00	38.00	4.42	1.33	2.00	0.25	0.00	0.16	8.98
SUBTOTAL											8.98	
DESCUENTO											8.98	
I.V.A. 0%												
I.V.A. 12%												
TOTAL USD											8.98	



MERINO JAVIER

MORETA PEÑA LUIS FABIAN - IMPRENTA F.M. 062-888-200 - R.U.C. 1600193443001 - AUTORIZACION S.R.I. 2908 - FECHA DE AUTORIZACION 20-10-2010 - NUMERADO DEL 64401 AL 74400

ANEXO 16: Factura de la Luz para la Parroquia de Pto. Napo

R.U.C. 1560000270001 CONTRIBUYENTE ESPECIAL 5368 DEL 2-JUNIO/95
Aut. S.R.I. 1109223400 Autoriza: 03-02-2011 Caduca: 03-02-2011
Agusto Rueda y Federico Monteros (Esc)
Agusto Rueda y Federico Monteros (Esc)
FACTURA Nro.: 009102-0295898

Emisión: 2011/03/21 Mes Consumo: Enero/2011 Vencimiento: 2011/04/25

INFORMACIÓN DEL CONSUMIDOR

Nombre: ARCOS HUGO N° DE CUENTA: 402239
C.I./RUC: 999999999999
Dirección Notificación: VÍA A TENA Y PORTOVIEJO
Dirección del Servicio: VÍA A TENA Y PORTOVIEJO
Tipo de Lectura: PROVEDIO Sector: E05 - NAF
Provincia / Cantón: NAPO TENA Ruta:
Parroquia: Tenia RESIDENCIAL

Medidor No: 1519750 Fact. Múltiple: 1 Constante:
Desde: 15-01-2011 Hasta: 04-02-2011 Días: 30
Fact. Potencia (PP): 0.0000 Potencia por bajo PP: 0.0000 Fact. Corrección Demanda:

SUMINISTRO DEL SERVICIO ELÉCTRICO

Descripción	Actual	Anterior	Consumo	Unidad	Valores	RUBRO	DÓLARES
Energía				KWH	12.24	Valor Consumo	12.24
Reacción				KVARH		Dem. Facturable	0.00
Demanda Cliente				Kw		Comercialización	1.41
Máxima				Kw		Subido Tarifa Edad	0.00
Máxima Pico				Kw		Subido Tarifa Creación	1.40
						Subido Tarifa Dignidad DL	0.00
						Subido Tarifa Dignidad LC	0.00
						Subido Tarifa Dignidad LC	0.00

OTROS RUBROS

RUBRO	DÓLARES
RECORRIDO	0.00
Valor por otros rubros (1)	0.00

La Energía ya es de todos!

R.U.C. 1560000270001 CONTRIBUYENTE ESPECIAL 5368 DEL 2-JUNIO/95
Aut. S.R.I. 1109223400 Autoriza: 03-02-2011 Caduca: 03-02-2011
Agusto Rueda y Federico Monteros (Esc)
Agusto Rueda y Federico Monteros (Esc)
FACTURA Nro.: 009102-0295898

Emisión: 2011/03/21 Mes Consumo: Enero/2011 Vencimiento: 2011/04/25

INFORMACIÓN DEL CONSUMIDOR

Nombre: ARCOS HUGO N° DE CUENTA: 402239
C.I./RUC: 999999999999
Dirección Notificación: VÍA A TENA Y PORTOVIEJO
Dirección del Servicio: VÍA A TENA Y PORTOVIEJO
Tipo de Lectura: PROVEDIO Sector: E05 - NAF
Provincia / Cantón: NAPO TENA Ruta:
Parroquia: Tenia RESIDENCIAL

Medidor No: 1519750 Fact. Múltiple: 1 Constante:
Desde: 15-01-2011 Hasta: 04-02-2011 Días: 30
Fact. Potencia (PP): 0.0000 Potencia por bajo PP: 0.0000 Fact. Corrección Demanda:

OTROS VALORES A PAGAR

RUBRO	SISTENTO LEGAL	DÓLARES
Tasa Alumbrado Público	Ordenanza o Convenio	0.00
Contribución Bomberos	Ley de defensa contra incendios	0.00
Tasa Recolección Basura	Ordenanza Municipal	0.00
FERUM	Ley de Régimen del Sector Eléctrico	0.00
Valores pendientes de pago por servicio eléctrico de meses anteriores	Ingresos	0.00
	Recargas	0.00

TOTAL A PAGAR

Valor por otros rubros (1) 0.00
Valor por Sum. Eléctrico (2) 12.24
Otros valores a pagar (3) 0.00
TOTAL (1) + (2) + (3) 12.24

La Energía ya es de todos!

ANEXO 17: Proforma de los Muebles y Enseres, Menaje y Decoración

188

NOVA COMERCIO T & A

Todo un Arte en Madera y Decoración
 Venta de muebles al contado y a crédito
 Dirección Matriz: Cuenca y Federico Montero
 Sucursal: Frente a Correos del Ecuador
 Celular: 085559455 - 092671055
 TENA ECUADOR

PROFORMA

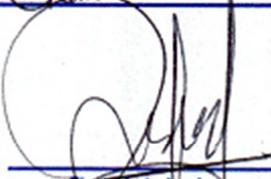
00000015

Sr.: Elizabeth Torero.
 Dirección:
 Ciudad: Tena. Telf.:

Fecha: 30 03 2011.
 Guía de Remisión N°:
 RUC:

CANT.	DESCRIPCIÓN	V. UNIT.	V. TOTAL
2	Base de Cama 2 1/2 Piz.	180	360,00
2	Juego Mueble pequeño.	320	640,00
36	Base Cama 1 1/2 Piz.	100	3.600,00
2	Colchon Satisfacción largo 2 1/2 ft	170	340,00
36	Colchon Satisfacción largo 1 1/2 ft	100	3.600,00
23	Veladores de 3 Cajas	75,00	1.725,00
7	Base Comederos.	260	1.820,00
2	Aparador	400,00	800,00
4	Sábanas Duplex 2 1/2 Piz.	26,00	104,00
26	Sábanas Duplex 1 1/2 Piz.	20,00	520,00
42	Almohadas 70x50 Plomón	8,00	336,00
1	Fuente de agua.	110,00	110,00
1	Bar.	350	350,00
20	Toallas	17,85	357,00
2	Cubre Colchon 2 1/2 Piz.	25,00	50,00
38	Cubre Colchon 1 1/2 Piz.	18	684,00
21	Cubre Almohadas 70x50.	7,00	147,00
13	Rodapiés Barro.	7,00	91,00
40	Rodapiés Cama.	9,00	360,00


 Cliente


 Firma Autorizada

SUBTOTAL	
0% IVA	
12% IVA	
TOTAL S	17.394,00

ILYPA - RUC. 1202122683001 del 000000001 al 000000200 Fecha Imp. 11-2010 ORIGINAL: Adquiriente 1ra. COPIA: Emisor

ANEXO 18: Proforma de los Suministros de Oficina

LIBRERIA Y PAPELERIA E IMPRENTA "ROBALINO"

NORMA ELISA GAVILANEZ MORETA

AV. FRANCISCO DE ORELLANA N°390
TELEFONOS: 2886 476 - 2996 596
TENA - NAPO

RUC: 1600251597001

SEIRIE: 001 - 001

PROFORMA**N° 000416**CLIENTE: Rosa PorteroDIRECCIÓN: TenaFECHA: 2011/04/08 RUC: 1500785116 TELEF.: _____

CANT.	DETALLE	V. UNIT	TOTAL
01	caja de papel boond A4	40.00	40.00
01	caja de grapas	1.40	1.40
01	caja de clips	0.30	0.30
01	Dispensador grande	7.50	7.50
01	Cinta Adhesiva	1.00	1.00
01	corrector	1.50	1.50
01	libretin de Facturas	10.00	10.00
01	caja de desfiles	7.00	7.00
01	grapadora	7.80	7.80
01	Perforadora	5.60	5.60
01	Sacagrapas	1.90	1.90
06	Archivadores IDEAL	3.20	19.20
01	tyera grande	2.20	2.20
01	Sello de Caracho Automat	15.00	15.00
01	libretin Registro Pasajero	20.00	20.00
01	resaltador	0.50	0.50
01	Tinta impresora	25.00	25.00
00	Tarjetas de Presentación	9.00	9.00
		SUBTOTAL	174.20
		DESCUENTO	
		0% IVA	40.00
		12% IVA	16.10
		TOTAL	199.30

RECIBI CONFORME

PROPIETARIO

ANEXO 19: Proforma de los Suministros de Limpieza

ALMACENES LA GANGA R.C.A. CIA. LTDA

RPT_COTIZACION.RPT
 USUARIO: GGARGES
 FECHA EMISION: 06/01/2011
 HORA: 15:41:25

TELEFONOS: 0
COTIZACION # 6478

CLIENTE : 1500785116 PORTERO ROSA	CODIGO INTERNO : 02234881C (Cotizador)
DIRECCION : TENA	TIPO DE CLIENTE : CONTADO
SUCURSAL : 234 TENA 2	TIPO DE CLIENTE : DETALLISTA
VENDEDOR : EDWIN ESPINOZA MOSQUERA	
CIUDAD :	
VIGENCIA : Desde : 06/01/2011 Al: 06/01/2011	NOTA : Precios sujetos a cambios sin previo aviso

ARTICULO	DESCRIPCION	CANTIDAD	P. UNITARIO	SUB TOTALES
3048000101	BLACK&DECK CAFETERA DE M50	1.00	13.86	13.86
2130000401	TELE FAX KX-FT21LA PANASONIC	1.00	114.16	114.16
3232001401	LICUAD. 4655-041 OSTER	1.00	104.60	104.60
0102992103	COC. CDE24KBX-5 DUREX	1.00	390.35	390.35
0431000403	MICROOND. MWI-17 BLP INDURAMA	1.00	129.25	129.25
3307004603	LAVAD. WFSL1532EK 15KG LG	1.00	623.03	623.03
0404170003	REFRIG. RI-530 AVANT COMERCIAL INDURAMA	1.00	912.56	912.56
3302450002	TV LCD 32LD460 LG	1.00	852.50	852.50
3230000601	EXTRACTOR DE JUGO 400W 3157-012 OSTER	1.00	76.82	76.82
1099100127	HUEVERA PARA MICROONDAS INDUGLOBAL	1.00	0.00	0.00
1099100127	HUEVERA PARA MICROONDAS INDUGLOBAL	1.00	0.00	0.00
1099100127	HUEVERA PARA MICROONDAS INDUGLOBAL	1.00	0.00	0.00
1099100128	SPA PARA DEDOS DE LOS PIES INDUGLOBAL	1.00	0.00	0.00

1099100132	MOSQUITERO PARA CAMA INDUGLOBAL	1.00	0.00	0.00
1099100134	MEZCLADOR PARA ENSALADAS INDUGLOBAL	1.00	0.00	0.00
1099100134	MEZCLADOR PARA ENSALADAS INDUGLOBAL	1.00	0.00	0.00
1099100139	KIT PARRILLERO ARMABLE INDUGLOBAL	1.00	0.00	0.00
1099100139	KIT PARRILLERO ARMABLE INDUGLOBAL	1.00	0.00	0.00
1029100003	SANDUCHERA SG2BL50009 GLOBAL	1.00	32.64	32.64
2222068002	MINI COMP. MHC-GTR55/152R SONY	1.00	612.67	612.67

ARTICULO	DESCRIPCION	CANTIDAD	P. UNITARIO	SUB TOTALES
390.35		1.00	390.35	390.35
104.60		1.00	104.60	104.60
114.16		1.00	114.16	114.16
13.86		1.00	13.86	13.86
SUB TOTAL				3.862.43
(-)DESCUENTO				1.220.91
I.V.A. 12%				316.98
FINANCIAMIENTO				0.00
TOTAL A PAGAR				2.958.50

ANEXO 23: Proforma de los Equipos de Computación

TENA 06 DE ENERO 2011.

SEÑORA:
PORTERO VILATUÑA ROSA.

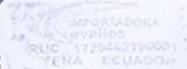
PROFORMA

INTEL CORE 2 DUO:

- *CASE SP Alta ventilación, fuente de poder súper power Atx .
 - *Procesador Intel Core 2 Duo 2.93 Ghz.
 - *Maimboard Intel D945 gcpe con socket 775 Ranuras PCI.Panel USB.
 - *Memoria DDR2 de 1024 Mb- 2 Gb.
 - *Disco duro 1500 Gb. De 7.200 rpm. Sata.
 - *Memoria de video incorp.
 - *Tarjeta de sonido incorp.
 - *Tarjeta de Fax Modem Pci 56Kps.
 - *Tarjeta de Red 10/100 multiuso.
 - *DVD Cd. Writer LG/ SANSUNG.
 - *Lector de tarjeta rapidas.
 - *Monitor LG/ SANSUNG 19" LCD.
 - *Teclado en español multimedia Ps/2.
 - *Mouse óptico Ps/2.
 - *Parlantes estéreo.
 - *Impresora hp multifunción.
- Incluye.
- *Regulador de voltaje.
 - *Mesa importada de computadora.
 - *Mouse pad.
 - *Juego de cobertores.
 - *Microfono.

\$ 870.00

Atentamente
ING. HENRY DE LOS
GERENTE



Tena: Av.Pano y Tena Esq.
Telf:062 888/994.

Coca: Calle Napo y Enrrq castill esq.
Telf: 062 883/616

Lago Agrio:
062 834179

COMERCIAL "LUIS H. VELOZ V."

Distribuidores de Pipsa, Favaji, Cerámica Andina, Umco, Indalum, Nieto, Cristalería, Oster, Cerámica China, Acero Inoxidable, Melamine.

AL POR MAYOR DESCUENTOS ESPECIALES

Dirección: Guayaquil 25-26 y España - Telefax: 969-261

R.U.C. 0601487085001

Riobamba,

Cliente:

POR LO SIGUIENTE:

DEBE:

Cant.	ARTICULO	V. Unit.	V. TOTAL
1	SEMORAR 2020	70,00	70,00
	PROFORMA		
	<i>[Signature]</i>		
	TOTAL		62,50

ANEXO 25: Proforma de la Construcción de las Cabañas

PROYECTO: CONSTRUCCION DE CABAÑAS TURISTICAS

UBICACION: Km 11 VIA AL AHUANO

FECHA: 09 DE MARZO DE 2011

TABLA DE CANTIDADES Y PRECIOS

Item.	Rubro	Unid.	Cantidad	P. Unitario	P. Total
1	Replanteo y Nivelación	m2	1,154.52	1.10	1269.97
2	Excavación de Plintos	m3	192.00	6.31	1211.52
3	Relleno Compactado	m3	210.70	15.60	3286.92
4	Replanteo de Hormigón simple	m3	19.20	96.80	1858.56
5	Hormigón ciclopeo	m3	53.14	99.11	5266.71
6	Hormigón en plintos	m3	38.40	129.19	4960.90
7	Hormigón en columnetas (h=1m)	m3	10.75	165.15	1775.36
8	Columnas de Madera	ml	576.00	5.20	2995.20
9	Cadenas de Madera	ml	3,185.00	4.20	13377.00
10	Acero de Refuerzo	kg	4,323.74	2.20	9512.23
11	Losa maciza e=10cm en baños	m3	15.47	185.15	2864.27
12	Vigas de Madera	ml	1,088.00	4.20	4569.60
13	Paredes de madera	m2	1,185.33	18.73	22201.23
14	Masillado de piso	m2	154.65	7.11	1099.56
15	Ceramica en piso	m2	155.60	25.95	4037.82
16	Pisos de Madera	m2	1,154.52	20.73	23933.20
17	Cubierta de paja y madera	m2	1,549.82	44.56	69059.98
18	Ventanas de madera	m2	146.14	63.45	9272.58
19	Puerta de madera de 0.70m	u	23.00	135.00	3105.00
20	Puerta de madera de 0.90m	u	44.00	145.00	6380.00
21	Tubería PVC 75mm	ml	130.00	9.80	1274.00
22	Tubería PVC 110mm	ml	173.70	10.50	1823.85
23	Tubería PVC 1/2"	ml	150.00	5.20	780.00
24	Instalación Agua Fria	pto	80.00	11.36	908.80
25	Desague de 75mm	pto	73.00	8.15	594.95
26	Desague de 110mm	pto	23.00	10.15	233.45
27	Cajas de revisión (0.80x0.80x1.00m)	u	20.00	30.40	608.00
28	Rejilla de piso	u	20.00	3.80	76.00
29	Implementos de Baños	u	23.00	17.50	402.50
30	Inodoro blanco tanque bajo	u	23.00	66.54	1530.42
31	Lavamanos de una llave	u	41.00	61.96	2540.36
32	Ducha	u	23.00	16.40	377.20
33	Lavaplato de hierro enlosado	u	2.00	98.70	197.40
34	Muebles de cocina	ml	13.00	25.50	331.50
35	Instalaciones Electr. Luminaria	pto.	165.00	28.49	4700.85
36	Instala. Electr. Tomacorrientes doble	pto.	170.00	26.71	4540.70
37	Tablero de control 6 puntos	u	8.00	102.51	820.08
38	Pintura	m2	2,370.66	3.50	8297.31
				TOTAL: USD	222074.98

SON : DOCIENTOS TRES MIL CINCUENTA Y UNO, 12/100 DÓLARES

PLAZO TOTAL:



Ing. Germán V. Coello L.

ELABORO

L.P 15-045

C.I 180264259-3

TENA, 09 DE MARZO DE 2011

ANEXO 26: Proforma de la Señalética para las Cabañas



Publicidad de alto nivel

RUC: 0602373466001

AV: PAND Y SEGUNDO BAQUERO TELF: 062 870 656 CEL: 087326416 EMAIL: manolos_ecuador 4@hotmail.com

PROFORMA: 02541

Cliente: ELIZABETH PORTERO

Ciudad: TENA Provincia: TENA

Att:

Fecha: 30/03/2011

miraxPRINT tiene el agrado de cotizarle los siguientes items de acuerdo a sus requerimientos.

ITEM	REFERENCIA	UNIDAD	CANT.	P. UNIT	VALOR TOTAL
	SEÑALIZACION INTERNA Y EXTERNA DE 30X 15 cm EN PVC DE FORMA A ELECCION DEL CLIENTE, DISEÑO EN ADESIVO FULL COLOR	1	35	10	350
	ROTULO LUMINOSO DE 4 X 1 m FULL COLOR GARANTIA 2 AÑOS	1	1	360	360

CONDICIONES GENERALES DE VENTA:

FORMA DE PAGO: CONTRA ENTREGA

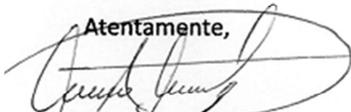
SUBTOTAL: 710

IVA 12% 85,20

795,20

TIEMPO DE VALIDEZ DE LA OFERTA : 15 DIAS

En la espera de su grata orden, quedo de usted

Atentamente,

 Lic. Manuel Romero Rea
 GERENTE PROPIETARIO

ANEXO 27: Calidad de los materiales a utilizarse en las habitaciones de las Cabañas



Almohadas

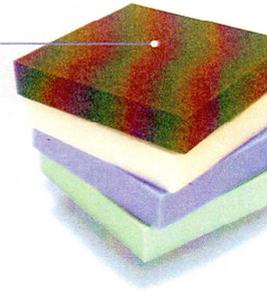
Acolchadas

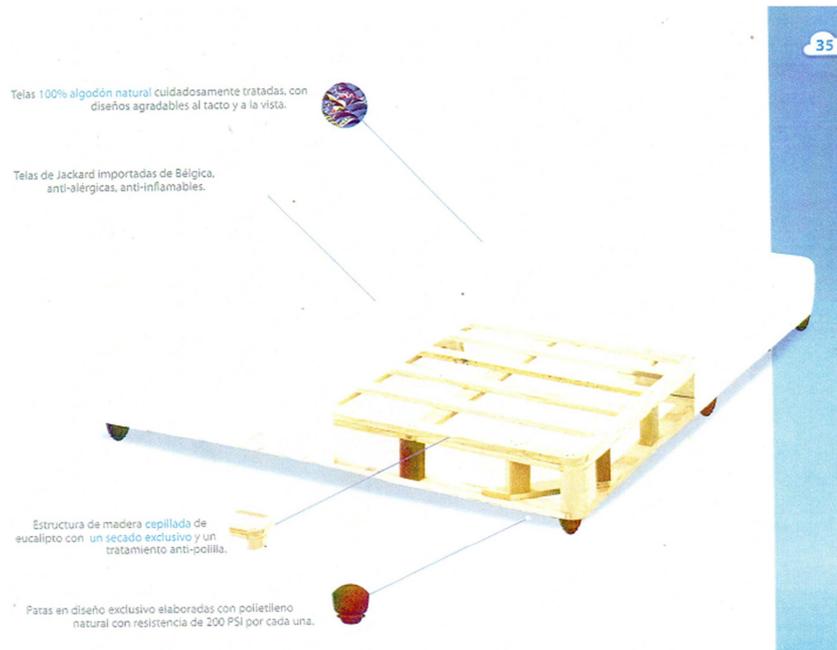
- > Anatómica
- > Inigualable recuperación de volumen original
- > Telas 100% algodón anti-alérgicas
- > Soporte y firmeza



Esponja de tapicería

BLANCA	láminas 200 x 100 cm densidad 13Kg / m ³
CELESTE	láminas 200 x 100 cm densidad 16 Kg / m ³
VERDE	láminas 200 x 100 cm densidad 21 Kg / m ³
GRIS	láminas 200 x 100 cm densidad 25 Kg / m ³





Colchones
Resiflex
Símbolo de descanso.

Medida en cms.	Tamaño en plazas
90 x 190	1
150 x 190	1 1/2
170 x 190	2
190 x 190	2 1/2
200 x 207	3

Medidas especiales bajo pedido

Confort Silver

ventas@resiflex.com

11

Telas 100% algodón natural cuidadosamente tratadas, con diseños agradables al tacto y a la vista.

Acolchado delicado, anatómico y profundo, con espuma de alta densidad.

Varias capas de espuma de alta elasticidad y resiliencia, 100 % ortopédicas.

Doble fibra natural, reforzada con polipropileno que aísla los resortes de la espuma, para darle una superficie firme y uniforme.

Panel de acero de grueso calibre, templado electrónico, ortopédico, compacto, reforzado, que recupera siempre su forma original.

Tacos estabilizadores de postura, que maximizan la fuerza de los bordes del colchón, evitando que éste se deforme.

Doble sistema PILLOW TOP, acolchado adicional que maximizando el nivel de confort.

Resistencia de 0 a 220 libras.
14 años de garantía.

ANEXO 28: Rol de pagos de los siguientes años, tanto para administradores como para directos.

Año 2

Recurso Humano	Cantidad	Sueldo Mensual Unificado	Aporte Individual 9.35%	Valor a Recibir	RECARGOS LEGALES					Suma recargos legales	Costo Total unitario	Costo TOTAL Mensual	Costo TOTAL Anual
					Aporte Patronal Mensual	Fondos de Reserva Mensual	Vacaciones	14to Sueldo	13er Sueldo				
Sueldos Administración													
Gerente General	1	700	65,45	634,55	85,05	58,33	29,17	22	58,33	252,88	952,88	952,88	11434,60
Administrador	1	400	37,40	362,60	48,60	33,33	16,67	22	33,33	153,93	553,93	553,93	6647,20
Secretaría-Contador	1	350	32,73	317,28	42,53	29,17	14,58	22	29,17	137,44	487,44	487,44	5849,30
Guardia	2	264	24,68	239,32	32,08	22,00	11,00	22	22,00	109,08	373,08	746,15	8953,82
Sueldos Directo													
Recepcionista	3	300	28,05	271,95	36,45	25,00	12,50	22	25,00	120,95	420,95	1.262,85	15154,20
Camarera	1	264	24,68	239,32	32,08	22,00	11,00	22	22,00	109,08	373,08	746,15	8953,82
Chef	1	400	37,40	362,60	48,60	33,33	16,67	22	33,33	153,93	553,93	553,93	6647,20
Mesero	1	264	24,68	239,32	32,08	22,00	11,00	22	22,00	109,08	373,08	746,15	8953,82
Guías	2	264	24,68	239,32	32,08	22,00	11,00	22	22,00	109,08	373,08	746,15	8953,82
TOTAL	13	3.206,00	299,76	2.906,24	389,53	267,17		198,00	267,17	1.255,45	4.461,45	6.049,50	72.593,97

Año 3

Recurso Humano	Cantidad	Sueldo Mensual Unificado	Aporte Individual 9.35%	Valor a Recibir	RECARGOS LEGALES					Suma recargos legales	Costo Total unitario	Costo TOTAL Mensual	Costo TOTAL Anual
					Aporte Patronal Mensual	Fondos de Reserva Mensual	Vacaciones	14to Sueldo	13er Sueldo				
Sueldos Administración													
Gerente General	1	700	65,45	634,55	85,05	58,33	29,17	22	58,33	252,88	952,88	952,88	11434,60
Administrador	1	400	37,40	362,60	48,60	33,33	16,67	22	33,33	153,93	553,93	553,93	6647,20
Secretaría-Contador	1	350	32,73	317,28	42,53	29,17	14,58	22	29,17	137,44	487,44	487,44	5849,30
Guardia	1	264	24,68	239,32	32,08	22,00	11,00	22	22,00	109,08	373,08	746,15	8953,82
Sueldos Directo													
Recepcionista	3	300	28,05	271,95	36,45	25,00	12,50	22	25,00	120,95	420,95	1.262,85	15154,20
Camarera	2	264	24,68	239,32	32,08	22,00	11,00	22	22,00	109,08	373,08	746,15	8953,82
Chef	2	400	37,40	362,60	48,60	33,33	16,67	22	33,33	153,93	553,93	1.107,87	13294,40
Mesero	1	264	24,68	239,32	32,08	22,00	11,00	22	22,00	109,08	373,08	746,15	8953,82
Guías	2	264	24,68	239,32	32,08	22,00	11,00	22	22,00	109,08	373,08	746,15	8953,82
TOTAL	14	3.206,00	299,76	2.906,24	389,53	267,17		198,00	267,17	1.255,45	4.461,45	6.603,43	79.241,17

Año 4

Recurso Humano	Cantidad	Sueldo Mensual Unificado	Aporte Individual 9.35%	Valor a Recibir	RECARGOS LEGALES					Suma recargos legales	Costo Total unitario	Costo TOTAL Mensual	Costo TOTAL Anual
					Aporte Patronal Mensual	Fondos de Reserva Mensual	Vacaciones	14to Sueldo	13er Sueldo				
Sueldos Administración													
Gerente General	1	700	65,45	634,55	85,05	58,33	29,17	22	58,33	252,88	952,88	952,88	11434,60
Administrador	1	400	37,40	362,60	48,60	33,33	16,67	22	33,33	153,93	553,93	553,93	6647,20
Secretaría-Contador	1	350	32,73	317,28	42,53	29,17	14,58	22	29,17	137,44	487,44	487,44	5849,30
Guardia	1	264	24,68	239,32	32,08	22,00	11,00	22	22,00	109,08	373,08	746,15	8953,82
Sueldos Directo													
Recepcionista	3	300	28,05	271,95	36,45	25,00	12,50	22	25,00	120,95	420,95	1.262,85	15154,20
Camarera	2	264	24,68	239,32	32,08	22,00	11,00	22	22,00	109,08	373,08	746,15	8953,82
Chef	2	400	37,40	362,60	48,60	33,33	16,67	22	33,33	153,93	553,93	1.107,87	13294,40
Mesero	1	264	24,68	239,32	32,08	22,00	11,00	22	22,00	109,08	373,08	746,15	8953,82
Guías	2	264	24,68	239,32	32,08	22,00	11,00	22	22,00	109,08	373,08	746,15	8953,82
TOTAL	14	3.206,00	299,76	2.906,24	389,53	267,17		198,00	267,17	1.255,45	4.461,45	6.603,43	79.241,17

Año 5

Recurso Humano	Cantidad	Sueldo Mensual Unificado	Aporte Individual 9.35%	Valor a Recibir	RECARGOS LEGALES					Suma recargos legales	Costo Total unitario	Costo TOTAL Mensual	Costo TOTAL Anual
					Aporte Patronal Mensual	Fondos de Reserva Mensual	Vacaciones	14to Sueldo	13er Sueldo				
Sueldos Administración													
Gerente General	1	700	65,45	634,55	85,05	58,33	29,17	22	58,33	252,88	952,88	952,88	11434,60
Administrador	1	400	37,40	362,60	48,60	33,33	16,67	22	33,33	153,93	553,93	553,93	6647,20
Secretaria-Contador	1	350	32,73	317,28	42,53	29,17	14,58	22	29,17	137,44	487,44	487,44	5849,30
Guardia	2	264	24,68	239,32	32,08	22,00	11,00	22	22,00	109,08	373,08	746,15	8953,82
Sueldos Directo													
Recepcionista	3	300	28,05	271,95	36,45	25,00	12,50	22	25,00	120,95	420,95	1.262,85	15154,20
Camarera	2	264	24,68	239,32	32,08	22,00	11,00	22	22,00	109,08	373,08	746,15	8953,82
Chef	2	400	37,40	362,60	48,60	33,33	16,67	22	33,33	153,93	553,93	1.107,87	13294,40
Mesero	2	264	24,68	239,32	32,08	22,00	11,00	22	22,00	109,08	373,08	746,15	8953,82
Guías	2	264	24,68	239,32	32,08	22,00	11,00	22	22,00	109,08	373,08	746,15	8953,82
TOTAL	16	3.206,00	299,76	2.906,24	389,53	267,17		198,00	267,17	1.255,45	4.461,45	7.349,58	88.195,00

ANEXO 29: Inflación



BANCO CENTRAL DEL ECUADOR



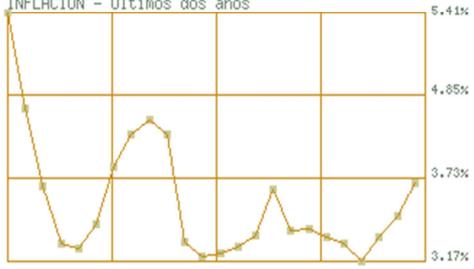
Mayo 29 de 2011

Ayudas
Acceso Directo
Contáctenos

El Banco Central
Estadística
Mercados Financieros
Servicios Bancarios
Publicaciones de Banca Central

Numismática
Bibliotecas
Comunicación y Medios
Certificación Electrónica
Comercio Exterior

INFLACION - Ultimos dos años



Máximo = 5.41%
Mínimo = 3.17%

Seleccione otro indicador

FECHA	VALOR
Abril-30-2011	3.88 %
Marzo-31-2011	3.57 %
Febrero-28-2011	3.39 %
Enero-31-2011	3.17 %
Diciembre-31-2010	3.33 %
Noviembre-30-2010	3.39 %
Octubre-31-2010	3.46 %
Septiembre-30-2010	3.44 %
Agosto-31-2010	3.82 %
Julio-31-2010	3.40 %
Junio-30-2010	3.30 %
Mayo-31-2010	3.24 %
Abril-30-2010	3.21 %
Marzo-31-2010	3.35 %
Febrero-28-2010	4.31 %
Enero-31-2010	4.44 %
Diciembre-31-2009	4.31 %
Noviembre-30-2009	4.02 %
Octubre-31-2009	3.50 %
Septiembre-30-2009	3.29 %
Agosto-31-2009	3.33 %
Julio-31-2009	3.85 %
Junio-30-2009	4.54 %
Mayo-31-2009	5.41 %

Datos Comparables

Seleccion dato a comparar:

Fecha Inicial: 1990 Enero 1

Fecha Inicial: 1990 Enero 1

ANEXO 30: Riesgo País

oo

