

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El proyecto a elaborarse tendrá lugar en el Cantón Pastaza, provincia de Pastaza, ya que en los últimos años se ha ido desarrollando el turismo del sector y es necesario que se sigan desarrollando proyectos turísticos que contribuyan al crecimiento de esta actividad, aprovechando los atractivos turísticos del cantón, que son de gran importancia para nuestro país como para el mundo.

Con la ejecución de este proyecto turístico, se brindará a los turistas servicios de alojamiento, alimentación y distracción para que ellos puedan gozar de su estadía en uno de los lugares más biodiversos del país.

OPORTUNIDAD A APROVECHAR

Crear un proyecto para el aprovechamiento turístico y ecológico en la Finca "Murialdo" para que de esta forma se pueda dar a conocer la belleza natural que este sector puede ofrecer y disfrutar de los beneficios que este brinda, entregando a los visitantes diversas alternativas de recreación y descanso.

Así mismo, se intenta desarrollar el turismo en el sector, implementando infraestructura turística de prestigio y calidad, la misma que será la primera en la zona.

JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA

El turismo es una actividad que se ha desarrollado en los últimos años y se espera que sea la principal fuente de divisas del país. Es así como diferentes organizaciones, sean estas públicas o privadas, han hecho proyectos para aportar y llegar a la misión establecida ya que nuestro país cuenta con un sin número de atractivos turísticos los mismo que se deben ir promocionando nacional e internacionalmente.

Pero al desarrollar esta actividad es indispensable conservar y proteger el medio ambiente brindando alternativas que disminuyan el grado de afectación.

Es por ésta razón que en el cantón en donde se quiere implementar dicho proyecto, cuenta con atractivos turísticos naturales y culturales que se deben promocionar.

Al ser esta finca una lugar en el cual se puede desarrollar la actividad turística, es necesario implementar proyectos turísticos que preserven el medio ambiente con una infraestructura que brinde al turista el pleno contacto con la naturaleza, y el disfrute de la misma mediante actividades y servicios que sea de interés para el cliente. De esta manera no solo se persigue un fin personal sino también se persigue un beneficio para la comunidad ya que al implementar este proyecto, se puede comenzar a desarrollar la actividad turística en la zona.

OBJETIVO GENERAL

Realizar un proyecto de factibilidad para el aprovechamiento turístico y ecológico, en la finca "Murialdo", que brinde actividades ecológicas y de distracción para turistas nacionales y extranjeros obteniendo ingresos económicos para el sector al que se lo va a aplicar.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar las características generales del Cantón Pastaza, de la Parroquia de Fátima.
- Conocer las virtudes naturales y culturales que posee el cantón Pastaza.
- Realizar un estudio de mercado para identificar el segmento de mercado al que estará dirigido el proyecto.
- Desarrollar un plan de marketing para elaborar estrategias para introducir este negocio en el mercado.

- Elaborar un estudio técnico para poder conocer los requerimientos técnicos y procedimientos que se deben seguir para la construcción de dicha finca eco-turística.
- Ejecutar un estudio organizacional y legal que permita un buen funcionamiento de la finca.
- Efectuar un estudio ambiental para poder tomar medidas de control, las mismas que ayudarán a conservar el entorno.
- Elaborar un estudio financiero para determinar la factibilidad del proyecto.

MARCO CONCEPTUAL

A continuación se describe los principales términos técnicos que se utilizarán en la tesis:

- **Accesibilidad:** Propendiendo a la eliminación de las barreras que impidan el uso y disfrute de la actividad turística por todos los seres humanos y sectores de la sociedad, incentivando las mejoras y la rápida equiparación de oportunidades.
- **Actividad Turística:** Conjunto de operaciones que de manera directa o indirecta se relacionan con el turismo o pueden influir sobre él, siempre que conlleven la prestación de servicios a un turista. Son aquellos actos que realiza el consumidor para que acontezca el turismo. Son objetivos de su viaje y la razón por la cual requiere que le sean proporcionados los servicios.
- **Alojamiento Turístico:** Empresa Mercantil que ofrece un servicio que permite al cliente hospedarse para su descanso. Toda instalación que regularmente (u ocasionalmente) disponga de plazas para que el turista pueda pasar la noche.
- **Animación Turística:** Alternativa de entretenimiento y ocupación del tiempo libre del turista.

- **Atractivos turísticos:** Es todo lugar, objeto o acontecimiento capaz de generar un desplazamiento turístico. Los principales son los que poseen atributos convocantes con aptitud de generar visitantes, por sí. Los complementarios son los que en suma o adicionados a los principales hacen un lugar o zona turística.
- **Activos:** Conjunto de bienes (tangibles o intangibles) y derechos que constituyen la inversión mediante la cual la empresa desarrolla su función productiva.
- **Canales de distribución:** Estructura de comercialización formada por la propia organización de la venta del producto, más las organizaciones de ventas individuales de todos aquellos intermediarios que participan en el proceso de comercialización del producto considerado.
- **Centro turístico:** Es todo conglomerado urbano que cuenta en su propio territorio o dentro de su radio de influencia con atractivos turísticos de tipo y jerarquía suficiente para motivar un viaje turístico.
- **Centro turístico de excursión:** Es aquel que recibe turistas originados en otro centro turístico, por menos de 24 horas.
- **Competitividad:** asegurar las condiciones necesarias para el desarrollo de la actividad a través de productos turísticos competitivos desde los órdenes locales, a los internacionales.
- **Consumidor:** término con el cual se identifica a la persona que compra o hace uso de bienes y servicios.
- **Demanda turística:** Es el conjunto de servicios solicitado efectivamente por el consumidor.

- **Desarrollo sostenible:** Aquel desarrollo que satisface las necesidades de las generaciones presentes sin comprometer las posibilidades de las del futuro, para atender sus propias necesidades.
- **Equipamiento turístico:** Conjunto de instalaciones, instrumentos, sistema necesario para la elaboración del producto turístico. El equipamiento turístico se concibe en función del lugar, temporada, clima, tipo, características y necesidades de la clientela, tales como estancia y gastos.
- **Ocio:** Es el tiempo que el hombre puede disponer fuera de sus horas de trabajo, es un elemento compensador de las condiciones de trabajo de la vida moderna. El ocio permite, mediante la evasión reparar los desgastes psicofísicos.
- **Producto Turístico:** Hoy es lo esencial de la actividad turística. Surge de la armoniosa integración para su venta de atractivos y servicios. Conjunto de prestaciones, materiales e inmateriales, que se ofrecen al mercado, con el propósito de satisfacer los deseos o las expectativas de los turistas.
- **Programa:** Conjunto ordenado de acciones desarrolladas en un tiempo determinado.
- **Recreación:** Es el conjunto de actividades no lucrativas que el hombre realiza en su tiempo libre dentro del lugar o zona de residencia. Es una forma de uso del tiempo libre en períodos reducidos de tiempo, utilizando instalaciones urbanas al aire libre, o en espacios cubiertos. La demanda puede ser masiva (balnearios), selectivo (clubes, casa fin de semana, etc.), popular (bajo costo), subvencionadas (colonias de niños).

- **Servicios:** Actividad, beneficios o satisfacciones que se ofrecen para su venta, cualquier actividad o beneficio que una parte ofrece a otra y que es esencialmente intangible y no resulta en la propiedad de nada.
- **Turismo emisor:** Forma de turismo constituido por los habitantes de un lugar que realizan viajes fuera de su territorio a otro país.
- **Turismo interior:** Es el que incluye el turismo interno y el turismo receptor.
- **Turismo internacional:** Se compone del turismo receptor y el turismo emisor.
- **Turismo interno:** Es el que realizan los habitantes de un país sin salir de su propio territorio.
- **Turista:** toda persona que se desplaza hacia un lugar fuera de su residencia habitual y permanece en él por lo menos 24 horas.

MARCO REFERENCIAL

Los conocimientos técnicos y teóricos que se utilizarán para elaborar la tesis son los siguientes:

- **Investigación de Mercados:** A lo largo de la elaboración del proyecto de factibilidad es necesario implementar y aplicar los conocimientos en cuanto a la investigación de mercados, para de esta formar identificar y analizar los tipos de mercado en el cual el proyecto puede enfocarse y de igual manera se puede analizar los potenciales clientes que puedan acudir y utilizar los servicios que la finca puede dar.
- **Administración Financiera:** Al elaborar un proyecto de factibilidad es necesario aplicar los conocimientos dentro de esta área ya que así se

puede analizar si es factible o no, y cuanto de inversión se necesitará para realizar el proyecto. De igual manera se pueden realizar análisis financieros para estudiar si el proyecto es rentable o no.

- **Administración de Proyectos:** Es la documentación que se elabora para la ejecución de una iniciativa con previsión de todos los detalles necesarios para su logro, resulta necesario en diversos campos, como en la planificación económica, ambiental y territorial lo cual servirá para preparar un plan de desarrollo completo.
- **Marketing Turístico:** Es necesario en cualquier proyecto, aplicar los conocimientos de marketing, para que, una vez que se encuentre disponible el proyecto, poder promocionarlo y darlo a conocer. Para esto, el marketing conlleva a identificar las técnicas que se pueden aplicar la para comercialización y distribución del producto entre los diferentes consumidores.
- **Legislación Turística y Ambiental:** Al elaborar este proyecto es necesario conocer los requisitos que se necesitan para poder implementar este tipo de proyecto. Es necesario saber las leyes que hay que cumplir para poder realizar el proyecto.
- **Impactos Ambientales:** De igual manera es muy importante aplicar dichos conocimientos para evaluar y analizar que tipos de problemas ambientales puede generar este proyecto y así tratar de solucionarlos para no afectar tanto al medio ambiente.

IDEA A DEFENDER

Con la elaboración de este proyecto de factibilidad para el aprovechamiento turístico y ecológico en la comunidad de Murialdo, Provincia de Pastaza, se daría a conocer el sector, no solo dando un beneficio personal sino un beneficio comunitario ya que este proyecto abrirá las puertas para la actividad turística en la zona.

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

A continuación se muestran los aspectos más importantes de las técnicas y métodos de investigación que se utilizarán en el desarrollo de la tesis, según lo amerite el caso.

CUADRO DE LOS MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN

| ORD. | MÉTODO | DEFINICION | CUANDO USAR | VENTAJAS | DESVENTAJAS |
|------|---------------------|---|---|---|--|
| 1 | Lógico Inductivo | Es aquel que parte de los datos particulares para llegar a conclusiones generales. Este método permite la formación de hipótesis, investigación de leyes científicas, y las demostraciones. La inducción puede ser completa o incompleta. | Es un método utilizado en objetos de investigación cuyos elementos son muy grandes o infinitos. | <ul style="list-style-type: none"> *Se llega a una conclusión directa sin intermediarios * Proporciona medios para el desarrollo del conocimiento de áreas inexploradas de estudio o escasamente exploradas * Los investigadores se hayan menos forzados por un sistema conceptual o teoría. | <ul style="list-style-type: none"> * Tienden a dejar desorganizado el conocimiento, al menos por un tiempo, hasta que se desarrolle una teoría o teorías |
| 2 | Lógico Deductivo | Es aquel que parte de datos generales aceptados como válidos para llegar a una conclusión de tipo particular. Primero consiste en encontrar principios desconocidos, a partir de los conocidos. También sirve para descubrir consecuencias desconocidas, de principios conocidos. | Es útil para la lógica y las matemáticas, se lo usa para conseguir estadísticas. | <ul style="list-style-type: none"> *Integrar el conocimiento en teorías es algo corriente y deseable *Las teorías representan el progreso logrado en el objeto de estudio *Las teorías generan nuevas hipótesis que deben ser investigadas en el futuro | <ul style="list-style-type: none"> *Las teorías o hipótesis pueden generar expectativas en el investigador sobre los resultados, pudiendo desarrollar la "visión de túnel", es decir, el tomar en cuenta los datos que prueban mi hipótesis, y desechar los datos que la contradicen. |

FUENTE: LEIVA FRANCISCO. "Nociones de Metodología de Investigación Científica" 1997. Cuarta Edición. Editorial Ortiz

CUADRO DE LOS MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN (*continuación*)

| ORD. | MÉTODO | DEFINICIÓN | CUANDO USAR | VENTAJAS | DESVENTAJAS |
|------|------------------|---|--|---|--|
| 1 | Lógico Deductivo | Es aquel que parte de datos generales aceptados como validos para llegar a una conclusión de tipo particular. | Es útil para la lógica y las matemáticas, se lo usa para conseguir estadísticas. | *Integrar el conocimiento en teorías es algo corriente y deseable *Las teorías generan nuevas hipótesis que deben ser investigadas en el futuro | Por lo general, las metodologías cuantitativas están orientadas a partir de este método deductivo y las metodologías cualitativas siguen un criterio deductivo |
| 2 | Experimental | Implica alteración controlada de las condiciones naturales, de tal forma que el investigador creara modelos, reproducirá condiciones, abstraerá rasgos distintivos del objeto o del problema. La experimentación depende del grado de conocimiento del investigador, a la naturaleza, a las circunstancias del objeto y al problema de investigación. | El método experimental ha sido uno de los que más resultados han dado. Aplica la observación de fenómenos, que en un primer momento es sensorial. Con el pensamiento abstracto se elaboran las hipótesis y se diseña el experimento, con el fin de reproducir el objeto de estudio, controlando el fenómeno para probar la validez de las hipótesis. | *El método experimental ha sido uno de los que más resultados han dado. *Aplica la observación de fenómenos, que en un primer momento es sensorial. *Con el pensamiento abstracto se elaboran las hipótesis y se diseña el experimento, con el fin de reproducir el objeto de estudio, controlando el fenómeno para probar la validez de las hipótesis. | *El método experimental es laborioso y no es adecuado para uso rutinario. |

FUENTE: LEIVA FRANCISCO. "Nociones de Metodología de Investigación Científica" 1997. Cuarta Edición. Editorial Ortiz

FUENTES DE INVESTIGACIÓN

| ORDEN | TIPO DE INFORMACIÓN | DEFINICIÓN | EJEMPLOS |
|-------|---------------------|--|--|
| 01 | Primarias | <p>Son autosuficientes, contienen la información.</p> <p>Son fuentes inéditas, originales, escrita de primera mano por el autor.</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Libros: "MARAVILLOSO ECUADOR" Círculo de Lectores. Quito, Ecuador. • Publicaciones periódicas: "CORDILLERA" |
| 02 | Secundarias | <p>Son fuentes de guía, documentos que contienen información sobre las fuentes primarias u obras de referencia que no ofrecen conocimientos nuevos</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Periódico • Revistas • Páginas de Internet http://pastaza.gov.ec/ |

FUENTE: ALVARADO, Patricio, **NOCIONES ELEMENTALES DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA**

TÉCNICAS DE INFORMACIÓN *(continuación)*

| TÉCNICA | DEFINICIÓN | CUANDO USAR | VENTAJAS | DESVENTAJAS |
|--------------------------|--|---|---|---|
| ENTREVISTA | Es una conversación entre dos personas con el fin de recabar información. | Se utiliza la entrevista cuando la muestra a estudiarse nos es numerosa o cuando se considere de gran importancia que la información sea obtenida mediante diálogo. | <ul style="list-style-type: none"> *Para obtener una opinión generalizada. *Para multiplicar la información. *Cuando los hechos o fenómenos han sucedido a último momento. *Cuando no existe suficiente bibliografía con relación al tema que se está investigando. | <ul style="list-style-type: none"> *Deficiente preparación del entrevistador *Equivocada elaboración de los cuestionarios. *Desconocimiento del tema por parte del entrevistado. *Seleccionar mal el sector o el grupo a entrevistarse. *No obtener la colaboración suficiente de los entrevistados. |
| a) ENTREVISTA INDIVIDUAL | Es aquella en la que participa solamente un entrevistador y un entrevistado. | Cuando queremos obtener la información clara y precisa, pudiendo ser el informe algún especialista que conozca profundamente el tema de nuestra investigación. | * Los datos de estas entrevistas pueden ser más claros. Se pueden tener mejores resultados. | *A veces este tipo de entrevistas son muy largas y la gente no quiere tomarse el tiempo. |

FUENTE: ALVARADO, Patricio, **NOCIONES ELEMENTALES DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA**

TÉCNICAS DE INFORMACIÓN *(continuación)*

| TÉCNICA | DEFINICIÓN | CUANDO USAR | VENTAJAS | DESVENTAJAS |
|-------------------------|---|--|---|---|
| b) ENTREVISTA COLECTIVA | Este tipo de entrevista la podríamos denominar también alternada ya que puede participar un entrevistador y varios entrevistados, los mismos que a su turno darán la información requerida. | Se utiliza cuando desean participar varios entrevistadores y entrevistados a la vez. | * Hay más información cuando hay mas gente que quiera opinar. | * Participa un entrevistador y varios entrevistados lo cual es una tarea difícil al hacer el estudio. |
| c) ENTREVISTA LIBRE | Cuando el entrevistado contestará en forma narrativa su información, tratando el investigador de realizar preguntas. | Cuando no se ha establecido de antemano ninguna forma ordenada para la entrevista. | * Se puede aprovechar ese instante al no tener nada planeado. | * Puede haber desorganización en el tipo de preguntas y sus resultados. |
| d) ENTREVISTA DIRIGIDA | Es aquella que se requiere de una planificación racional para obtener la información que se desea. | Cuando el entrevistador tiene preparado de antemano el cuestionario y el entrevistado que proporciona la | * Puede ser más eficiente ya que está ordenada y organizada. | * Es muy difícil organizarla ya que se necesitan preguntas estrictamente claras y concisas. |

| | | | | |
|--|--|-------------------------------------|--|--|
| | | información debe sujetarse | | |
| | | Estrictamente a dicho cuestionario. | | |

FUENTE: ALVARADO, Patricio, **NOCIONES ELEMENTALES DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA**

TÉCNICAS DE INFORMACIÓN *(continuación)*

| TÉCNICA | DEFINICIÓN | CUANDO USAR | VENTAJAS | DESVENTAJAS |
|--------------------|--|---|--|--|
| ENCUESTA | Técnica para recopilar información se relaciona íntimamente con la entrevista y el cuestionario. La encuesta se caracteriza por recoger información por escrito. | Se la utiliza cuando la muestra que se va a estudiar es muy numerosa consiste en entregar un cuestionario escrito para que sea contestado libremente. | <ul style="list-style-type: none"> * Se puede administrar el cuestionario a un mayor número de personas. * Se puede enviar la encuesta por correo. * No influye en las respuestas del informante. | <ul style="list-style-type: none"> * Ausencia del encuestado. * Resistencia a contestar la encuesta. * Que la encuesta sea contestada por otra persona y no la indicada. * Falsedad o error en las respuestas. |
| OBSERVACIÓN | Técnica de investigación que consiste en ver y oír profunda y atentamente un hecho o fenómeno para captarlo en todos sus caracteres. | Cuando el investigador desea obtener el mayor número de datos acerca de su tema. | <ul style="list-style-type: none"> * No es necesario aprenderla en una forma sistemática porque el hecho de observar nace con una persona. * Aplicando bien la observación podemos ver | <ul style="list-style-type: none"> * Los hechos, fenómenos o el mundo circundante lo podemos ver solamente en forma superficial y pasajera. * Otro inconveniente reside en que la presencia del |

| | | | | |
|--|--|--|---|--|
| | | | <p>detalles que antes no lo habíamos notado.</p> <p>*Nos ayuda a proporcionarnos datos en casos preliminares y en otros casos definitivos según sea el espíritu y características del tema.</p> | <p>observador puede provocar por si sola una alteración o modificación en la conducta de los sujetos observados, destruyendo la espontaneidad de los mismos y aportando datos por lo tanto poco fiables.</p> |
|--|--|--|---|--|

FUENTE: ALVARADO, Patricio, **NOCIONES ELEMENTALES DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA**

TÉCNICAS DE INFORMACIÓN (continuación)

| TÉCNICA | DEFINICIÓN | CUANDO USAR | VENTAJAS | DESVENTAJAS |
|---------------------|---|---|--|--|
| CUESTIONARIO | Técnica que se puede aplicar independientemente de las otras para recopilar la información científica. O como una técnica auxiliar combinada con la entrevista y la encuesta. | Se la puede utilizar simultáneamente al universo más grande y así multiplicar la información más rápidamente. | * Al usar cuestionarios, los resultados son más claros ya que se está preguntando lo que se necesita en ellos. | *A veces la gente no colabora con estos ya que lo llenan rápido sin pensar en las respuestas |
| a) PREGUNTA ABIERTA | Es aquella que se formula de una manera general y amplia. | Se la aplica cuando queremos que el investigado pueda responder libremente, sin limitar sus conocimientos, creatividad, imaginación, etc. | * Recibir información amplia. * Conocer el punto de vista del informante. * Establecer contradicciones en la información. * Descartar las partes de la información que no nos interesa. | * Poner su amplitud, es muy complejo sintetizar la información para procesarla en una computadora. * Que la información recibida se desvíe del objetivo de nuestra investigación. |
| | Este tipo de pregunta se | La pregunta cerrada se | *Facilita la tabulación de las | *Superficialidad y simpleza e |

| | | | | |
|------------------------------------|--|--|--|--|
| b) PREGUNTA CERRADA Y DE SELECCIÓN | plantea de tal manera que solamente admita contestar con un si o con un no. La de selección es permitirle al informante que escoja entre varias posibilidades que se le presenten. | puede utilizar para hacer una pregunta de control dentro de la encuesta. La de selección se la utiliza cuando el investigador desea que el investigado pueda seleccionar varias opciones que se le considere apropiadas. | respuestas. *La información recibida permite el análisis y cálculos estadísticos. *Las respuestas pueden ser sometidas a la computadora. | la respuesta. *No conocer algún otro criterio que tenga el informante. * Que se de información falsa por temor del informante. |
|------------------------------------|--|--|--|--|

FUENTE: ALVARADO, Patricio, **NOCIONES ELEMENTALES DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA**

TÉCNICAS DE INFORMACIÓN

| TÉCNICA | DEFINICIÓN | CUANDO USAR | VENTAJAS | DESVENTAJAS |
|--------------------------|---|--|---|--|
| c) PREGUNTA PICTOGRÁFICA | Son aquellas preguntas formuladas de tal manera que el informante tenga que responder a través de algún signo, dibujo, rayado especial. | Se la aplica cuando el investigador busca que el informante detalle con precisión el tema o hecho que está tratando. | *Aplicar a niños de corta edad. *Aplicar a los analfabetos. *Incentivar la creatividad del informante. *Descubrir en el informante cualidades artísticas. *Aplicar en pruebas psicológicas. | *Que el informante no entienda la pregunta. *Que no posea cualidades artísticas. *Que se distorsione el sentido de la pregunta. *Que intencionalmente responda otras cosas. |

FUENTE: ALVARADO, Patricio, **NOCIONES ELEMENTALES DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA**

CAPÍTULO I

GENERALIDADES DEL CANTÓN PASTAZA

La provincia de Pastaza, en las últimas dos décadas, ha fomentado el turismo como una actividad para obtener de esta forma ingresos, tanto para la provincia como para el país. Dentro de la provincia se encuentra el cantón Pastaza, que según el Ministerio de Turismo, es el cantón que cuenta con una gran variedad de atractivos turísticos. De igual manera el ecoturismo ha sido una actividad que se ha desarrollado notablemente dentro de la provincia y es por esta razón que hay que aportar nuevas alternativas de ecoturismo, desarrollando proyectos para implementarlos dentro de la zona.

1.1 OBJETIVOS:

- Conocer los datos generales del cantón Pastaza.
- Describir las generalidades de la parroquia Fátima, en la cual se implementará el proyecto turístico.

1.2 DATOS GENERALES

Ubicación: El cantón Pastaza se encuentra ubicado en las estribaciones de la cordillera oriental de la Región Amazónica. Es el más grande de la provincia.

Capital: Puyo, que en quichua quiere decir neblina, es la capital del cantón y de la provincia.

Extensión: Tiene una extensión de 19.452 km²

Limites: El cantón Pastaza limita al NORTE, con el cantón Arajuno y el cantón Santa Clara, al SUR, limita con la provincia de Morona Santiago, al ESTE con el Perú, y al OESTE limita con el cantón Mera y la provincia de Morona Santiago.

Distancias: Puyo se encuentra a 100 Km de Ambato, 110 Km de Riobamba, 79 km de el Tena, 129 km de Macas, 222 km de Quito y a 372 km de Guayaquil.

La provincia y cantón Pastaza es pluricultural y multiétnica, y cuenta con siete nacionalidades. Puyo es una ciudad en constante crecimiento. Cuenta con todos los servicios: servicios básicos además cuenta con servicios de alojamiento, alimentación y entretenimiento.

1.3 RESEÑA HISTÓRICA

En el siglo XVI, los españoles incursionaron en la región amazónica en busca del país de la canela, "condimento natural que crece en la zona conocido por los indígenas con el nombre de ishpingo y cuyo sabor es similar al producto asiático, tarea por la cual descubrirían el río de las Amazonas en febrero de 1542."¹

De igual manera, comenzaron a conquistar el territorio y con mayor interés, ya que los españoles habían escuchado de una leyenda que decía que por estos territorios también se puede conseguir oro. Es así que con la búsqueda de la canela y el oro, que nunca encontraron en grandes cantidades como se habían imaginado, los españoles fundaron ciudades y poblados, mientras que las órdenes religiosas construían capillas y misiones.

Posteriormente, en el siglo XIX, antes de la etapa Republicana del Ecuador, ésta región era conocida como la Región de Canelos, y formaba parte del Corregimiento de Ambato, que se había establecido en 1797 por decisión de la Presidencia de la Real Audiencia de Quito.

El 29 de mayo de 1861 la Convención Nacional que redactaba una nueva constitución dictó una ley sobre la división territorial del país, en la que formó parte la Provincia del Oriente, que incluía a Napo y Canelos. "Dentro de la distribución de Canelos figuraban los pueblos de Canelos, Sarayaku, Lliquino,

Andoas y las tribus Zápara y Jíbaros (con esta denominación eran conocidos durante el siglo XIX los actuales Shuar).”²

“En 1897 el Cantón Canelos pasó a formar parte de la Provincia de Tungurahua y luego, el 13 de noviembre de 1911 se instauró el Cantón Pastaza. En 1921 la Región del Oriente fue dividida políticamente en las Provincias de Napo-Pastaza y Santiago-Zamora, la primera con las jefaturas de Sucumbíos, Napo y Pastaza. Por su parte, Pastaza comprendía las parroquias de Mera y Puyo.”³

Finalmente, el 10 de noviembre de 1959 se creó la Provincia de Pastaza y se escogió a Puyo como Capital Provincial. Puyo (se llamaba hasta 1930 Puyu, que en lengua kichwa significa neblina)⁴ había tenido su origen las dos últimas décadas del siglo XIX cuando un grupo de indígenas Chirapas fueron obligados a desplazarse hasta este lugar, luego que su pueblo Pinduyaku fuera atacado e incendiado por hombres de su propia etnia.

En 1899 Puyo aparece con acta de fundación realizada por un sacerdote. Desde ese momento Puyo fue un paso importante de las personas que llevaban sus productos a Canelos y otros lugares del Oriente, al tiempo que colonos provenientes de las provincias de la Sierra, especialmente de Tungurahua, llegaron a la zona con el propósito de establecerse en ella.

En la actualidad, Puyo es una ciudad organizada que dispone de todos los servicios para atender a los turistas que llegan a disfrutar de los atractivos naturales y culturales que posee la provincia de Pastaza.

1.4 HIDROGRAFÍA Y OROGRAFÍA

Entre los ríos más importantes están: el Pastaza que nace de las aguas del Patate y el Chambo, cruza la cordillera Oriental de los Andes, forma la Cascada de Agoyán y sale a la región Oriental para seguir por la planicie amazónica. Los ríos Pindoyacu y Conambo que corren por la planicie del centro oriente hasta unirse en el punto que comienza el Río Tigre; el Río Bobonaza que nace en las alturas de la Cordillera de Siguin y continúa al Suroeste hasta unirse con el Pastaza; ríos igualmente importantes son el Curaray, Villano, Arajuno, Corrientes, Copataza, entre otros. De igual manera se puede presenciar al Río Puyo.

El sistema orográfico de la provincia se origina en la Cordillera Oriental de los Andes. A medida que el territorio se abre y amplía hacia el Este, va perdiendo altitud presentando así un relieve irregular.

La zona occidental de la provincia se sitúa en las estribaciones de la Cordillera cuyos cerros más altos de este sector son: Casahurco (1.170m), el Abitagua (1.820 m), el Tigre (1.850 m) y el Cerro Hermoso (4.571 m).

Descendiendo hacia el Este, va formándose una meseta subandina con una altura de aproximadamente 900 m.s.n.m, donde se encuentra asentada la mayor parte de la población.

El resto de la superficie de la provincia es una planicie que fluctúa entre los 500 y 300 metros de altura.

1.5 CLIMA, ALTITUD Y PRECIPITACIÓN

El Cantón Pastaza goza de un clima tropical húmedo y oscila entre los 17 y 24 grados. En general el clima de las zonas más pobladas en la provincia como en

el cantón es regular, atractivo y cómodo para los turistas y los propios habitantes. Este cantón se localiza a 953 msnm.

La altitud a la que se encuentra el cantón y las especiales condiciones climáticas del bosque tropical amazónico, hacen que Puyo sea una ciudad de altos índices de lluvia que a veces sobrepasan los 4400 mm al año, y por esta razón existe una gran evapotranspiración generada por la vegetación tropical.

1.6 FLORA

La flora del Cantón Pastaza no varía mucho con las características de vegetación que encierra la provincia. Es por esta razón que a continuación se detalla la flora de la Provincia de Pastaza.

El 80% de la superficie de la provincia está cubierta por bosque húmedo tropical el mismo que se puede considerar como selva virgen. Dentro de la provincia la flora varía según las diferentes condiciones ecológicas que dependen mucho de la altitud y la humedad en la cual está situada la región.

La vegetación es variada y muy abundante, y se puede evidenciar en su flora, a plantas epífitas como lo son: "las bromelias y orquídeas; briofitos como: musgos, helechos arbóreos; plantas como anturios, platanillo, suro, y paja toquilla. También se puede observar árboles como la cascarilla, copal, pilche, laurel, guayacán, caoba, cero motilón, balsa, zapote, caluncalun, chonta, chontacaspi, entre otros. A palmas como palma de ramos y pambil, el guarumo, aliso entro otras especies. "

1.7 FAUNA

La composición faunística de la provincia como el cantón, va de acuerdo con la flora. Se dice que en la selva ecuatoriana se pueden evidenciar los cinco grupos de vertebrados.

Peces: Bagre, sábalo, carachama, cachama, paiche, tilapia, guanchiche, canero, bocachico.

Anfibios: bufo, variedad de ranas, salamandras, sapos gigantes, sapos venenosos.

Reptiles: Boa de tierra, caimán negro, charapa, tortuga, variedad de culebras, lagartijas.

Aves: Arpía, gallinazos, garzas, guacamayos, variedad de loros, patos, pava hedionda, tayio, tucán pecho blanco.

Mamíferos: Ardilla colorada, armadillos, capibara, cuchucho, cusumbo, danta, hormiguero chico, guanta, guatusa, jaguar, variedad de monos, murciélagos, raposa, tigrillos.

1.8 INFRAESTRUCTURA BÁSICA

1.8.1 Vías de Acceso

Para poder llegar a este hermoso cantón, se lo puede hacer por medio de vía terrestre y aérea.

TERRESTRE: Existen vías interprovinciales que conectan al cantón con la sierra como lo son la vía Baños-Puyo, la misma que está asfaltada y se puede observar el espectacular paisaje amazónico. La otra Vía de acceso desde la sierra es la que conduce de Quito por la carretera que pasa por los poblados de Papallacta, Baeza, Tena y finalmente llegar a Puyo. De igual manera existe una vía que conecta la provincia de Morona Santiago

con la de Pastaza con la Via Macas- Puyo. Existen varias compañías de buses que conducen desde Quito a Puyo en un viaje de cuatro horas en una vía de primer orden.

AÉREA: Se puede ingresar al cantón Pastaza por vía aérea en las compañías como SAEREO, ATESA, AEROREGIONAL, con un aproximado de 35 minutos de vuelo desde Quito hasta el aeropuerto Río Amazonas, situando en el poblado de Shell a diez minutos de la Cabecera Cantonal, Puyo.

1.8.2 Energía Eléctrica y Agua Potable

El Cantón Pastaza cuenta con el servicio de agua potable y energía eléctrica para toda la comunidad.

1.8.3 Teléfono

El Cantón Puyo cuenta con un excelente servicio de comunicación en las cuales se encuentra la telefonía fija de Andinatel, telefonía móvil que lo dan las empresas de Movistar, Porta y Alegro. En cuanto al servicio de Internet, existe banda ancha de Andinanet.

1.9 POBLACIÓN DEL CANTÓN

Existen 45.512 habitantes en el cantón y en la provincia 61.779. Registra una tasa de crecimiento del 3.9% anual, **(Censo del 2002)**. Como Provincia es la más extensa del Ecuador, 29.800 Km²

1.10 ECONOMÍA DEL CANTÓN

En el cantón, los minerales son un importante recurso natural, el oro, la plata, el sílice y el petróleo. Tiene de una riqueza forestal magnífica, con especies como el cedro, caoba, copal y otros.

De igual manera se puede acceder a lugares en donde se produce té, bebidas alcohólicas, es un cantón ganadero y maderero y de igual manera se elaboran artesanías típicas en balsa.

“La actividad hotelera está en pleno desarrollo con el turismo ecológico. Los ríos ofrecen espacios para balnearios. Las ferias, que se realizan semanalmente, son interesantes para el turista, ya que en ellas conocen la cultura de los pueblos que habitan la provincia.”⁵

Una nueva actividad que se está realizando tanto en la provincia, como en el cantón es el turismo.

Durante los últimos veinte años, en lo que se refiere al manejo ecológico de la selva amazónica, las empresas turísticas promueven esta actividad en lugares con una gran riqueza natural.

1.11 DEMOGRAFÍA DEL CANTÓN

Es muy importante tener en cuenta que la provincia al cual pertenece este cantón, es la menos poblada de la zona continental del país ya que la mayoría de su territorio está cubierto por selva, sin embargo la mayoría de la población se encuentra en el Cantón Pastaza.

Su densidad poblacional se estima en 2,3 habitantes por km².

Los pueblos originarios que habitaron en esta región, que hasta hoy en día se mantienen con su cultura son los: huaorani, shuar alama y záparos. Además habitan pueblos Yumbos, cuya lengua es el quichua.

La población del cantón cuenta también con migrantes y colonos de otras regiones del país que llegaron con el sueño del "oro negro", el petróleo. La compañía Shell en el año 1942 instaló su campamento para la explotación minera. A raíz de esto, se fueron fundando poblados, los mismos que pertenecen a este cantón.

1.12 ORGANIZACIÓN POLÍTICA

El cantón Pastaza cuenta con 14 parroquias: Canelos, Diez de Agosto, Fátima, El Triunfo, Montalvo, Pomona, Río Corrientes, Río Tigre, Sarayacu, Tarqui, Teniente Hugo Ortiz, Veracruz, Simón Bolívar y Puyo.

1.12.1 Parroquia de Fátima

Creación:

El caserío "La Florida", como se llamaba antes, logra su parroquialización con el nombre de Fátima el 14 de junio de 1961, con la publicación del Registro Oficial No. 238. El nombre de Fátima se lo da en honor a la Virgen de Fátima, por sugerencia de los Misioneros Josefinos.

Ubicación:

Está ubicada al Noreste de la Provincia de Pastaza y a 7 Km de distancia de la Capital Provincial, Puyo.

Límites y Extensión:

AL NORTE: Con la parroquia Teniente Hugo Ortiz. **AL SUR:** Con las Parroquias Puyo y Diez de Agosto. **AL ESTE:** Con la Parroquia Diez de Agosto. **AL OESTE:** Con la Parroquia Mera, del cantón Mera.

La Parroquia de Fátima cuenta con una extensión de 93 Km².

Caseríos:

Entre los más importantes tenemos: La Florida, Bellavista, Libertad, MURIALDO, Simón Bolívar, El Rosal, Las Américas, Amazonas, Nueve de Octubre.

Población de la Parroquia Fátima:

“La Parroquia Fátima tiene una población de 766 habitantes, de los cuales 421 son hombres y 345 son mujeres; a excepción de la comunidad Simón Bolívar, que son Kichwa, las otras son colonias de colonos que viven de la agricultura y la ganadería”.⁶

Ríos:

Entre los más importantes son: Anzú, Arajuno, Guamanyacu y Puyo.

Clima:

El ecosistema amazónico, corresponde al Bosque Húmedo Tropical, (BHT), que se caracteriza por la diversidad de microclimas y micro regiones, por ende posee un alto índice de biodiversidad biológica y cultural.

La zona, en la cual se realizará dicho proyecto posee un clima cálido húmedo y ésta ubicado dentro del escenario natural mencionado.

Su clima oscila entre 18° C. y 24° C. La parroquia 5 Km hacia el oriente de centro parroquial de Fátima, encontramos el caserío denominado Murialdo en donde se encuentra la Finca Ecológica "Murialdo"

Historia

A medida que se iba construyendo la carretera de Baños a Puyo, se iban colonizando tierras y estableciendo nuevos pueblos, y esto se evidenciaba mucho más en la carretera del trayecto Puyo - Napo, ya que en esa época la Capital de la Provincia Napo-Pastaza era Tena, y los pobladores del lugar tenían que acudir al Tena para realizar trámites administrativos.

"Con este antecedente, el sector donde hoy está Fátima se llamaba caserío La Florida, allí llegó procedente de la Provincia de Tungurahua, el primer colono de nombre Luis Frutos, luego por el año de 1945 llega el Sr. Segundo Santamaría, poco tiempo después el Sr. Alberto Zurita. Al caserío Bellavista llegó el Sr. Segundo Saravia, procedente del cantón Patate y al caserío Murialdo el Sr. Víctor Paz."

CAPÍTULO II

SISTEMA TURÍSTICO

En este capítulo se analizará el sistema turístico del Cantón Pastaza para conocer los elementos turísticos, los atractivos que posee, la infraestructura que ofrece al visitante para de esta manera ver los posibles servicios que ofrecería la finca eco-turística.

2.1 OBJETIVOS DEL SISTEMA TURÍSTICO

- Dentro del objetivo general está el conocer los elementos que forman parte y caracterizan al sistema turístico.
- De igual manera es importante conocer la relación que tienen todos los elementos del sistema turísticos entre sí para que se efectivice la actividad turística.

2.2 DEFINICIÓN DEL SISTEMA TURÍSTICO

El sistema turístico se define como las relaciones que se encuentran alrededor de la actividad turística, ayudándola para su desarrollo social, tomando como punto de partida el tiempo libre.

2.3 ELEMENTOS DEL SISTEMA TURÍSTICO

Dentro de los elementos del sistema turístico, según Boullón, se encuentran:

- * Planta turística
 - * Atractivos turísticos
 - * Infraestructura
 - * Superestructura
 - * Oferta
 - * Demanda
- } Patrimonio Turístico

2.3.1 PLANTA TURÍSTICA Y ATRACTIVOS TURÍSTICOS

2.3.1.1 DEFINICIÓN DE PLANTA TURÍSTICA

La planta turística está conformada por el conjunto de servicios que se venden a los turistas, con el fin de satisfacer sus necesidades. Aquí se incluyen las siguientes categorías:

1. Alojamiento.
2. Alimentación.
3. Esparcimiento.
4. Otros servicios.

2.3.1.1.1 PLANTA TURÍSTICA DEL CANTÓN PASTAZA

Alojamiento

La Capital de Pastaza es Puyo, con 35.000 habitantes, una ciudad moderna con una capacidad hotelera de 2.000 habitaciones.

El Cantón Pastaza cuenta con una variedad de categorías de establecimientos de hospedaje, y de por esta razón el turista tiene la posibilidad de acudir a:

1. Hostales
2. Hosterías
3. Cabañas
4. Moteles
5. Hoteles residencia
6. Hoteles

Cabe recalcar que a pesar que la Parroquia Fátima se encuentra ubicada en el Cantón Pastaza, el turista no cuenta con establecimientos hoteleros ya que ésta parroquia se encuentra a 10 minutos de la cabecera cantonal, razón por el cual los turistas, al querer visitar la parroquia Fátima, se ven obligados a pernoctar en Puyo. Es por ésta razón que el

proyecto a realizarse, quiere brindar el servicio de alojamiento para brindar mejor comodidad al turista.

Alimentación

De igual manera, el cantón cuenta con una gran variedad de restaurantes en los cuales los turistas se pueden deleitar de la comida típica del lugar y de la región así como exquisitos menús que satisfagan el paladar del visitante.

Como se ha mencionado antes, la parroquia Fátima no cuenta con servicio de restaurante, en esta parroquia no existe una buena planta turística pero es por esta razón que se debe aprovechar e implementar proyectos turísticos ya que esta parroquia tiene mucho que ofrecer.

Entretenimiento

En este hermoso cantón existen sitios de distracción como lo son discotecas en las cuales los visitantes pueden acudir y pasar un tiempo acogedor con grandes shows que ofrecen cada una.

Otros Servicios

En Puyo, cabecera cantonal, existen servicios complementarios necesarios para desarrollar la actividad turística dentro de la zona. Cuenta con agencias de viajes y operadoras turísticas, las mismas que ofertan sus servicios a los visitantes y hacen de su estadía en el cantón una agradable experiencia.

2.3.1.2 DEFINICIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

Son el conjunto de lugares, bienes costumbres y acontecimientos que por sus características, propias y de ubicación en un contexto, atraen el interés al visitante. **Ver graficas en anexos.**

CAPÍTULO III

ESTUDIO DE MERCADO

En este capítulo se describirá el diseño de la investigación de mercado y de igual manera las distintas técnicas e instrumentos que se van a utilizar, se analizará el proceso del estudio de mercado y finalmente se estudiarán los datos que se obtengan del mismo.

El trabajo constará de una investigación de campo que dará a conocer los intereses de los clientes potenciales, y el perfil del visitante y así saber si el proyecto cubrirá las exigencias de la demanda y si tendrá acogida o no.

3.1 JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO DE MERCADO

El paisaje y la belleza natural de los encantos, tanto del cantón como de la provincia de Pastaza, brindan las mejores opciones a visitantes y científicos que deseen conocer y compenetrarse en la cotidianidad de comunidades indígenas que viven muy cerca de la impresionante vegetación, fauna, ríos inmensos, cascadas y demás lugares fascinantes que constituyen la muestra vital de la biodiversidad natural del Oriente de Ecuador.

“Pastaza es la provincia más grande de Ecuador y la más rica en biodiversidad”, es por ésta razón que la espectacularidad del paisaje natural que brinda la provincia, constituye la mejor oportunidad para que el turismo se deleite al recorrer la selva tropical visitando las comunidades indígenas, observando la rica vegetación que goza ésta provincia y la variedad de especies animales que existen.

Al implementar nuevas alternativas o nuevos proyectos turísticos, no solo se combatiría la pobreza en la zona que se desea implementar, sino que brindará al turista un lugar excepcional para que goce de tantas bondades que conserva este cantón.

Los actores involucrados para realizar el Estudio de Mercado en la actividad turística son los clientes potenciales o turistas nacionales y extranjeros, que se encuestará para poder conocer la infraestructura que ellos quisieran y el tipo de actividades que desearían que tenga, para implementar un proyecto turístico en la zona que sea factible.

3.2 OBJETIVO GENERAL DEL ESTUDIO DE MERCADO

Identificar el perfil del turista nacional y extranjero, sus gustos y requerimientos para la implementación de un proyecto turístico en la comunidad de Murialdo, Provincia de Pastaza, y así conocer el mercado meta, al cual será dirigido dicho proyecto.

3.2.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Conocer la oferta y demanda del mercado y su segmento.
- Determinar los motivos del por qué visitan el Cantón Pastaza.
- Establecer los servicios que los turistas quisieran encontrar en la finca eco turística.
- Determinar las áreas con las cuáles contará la finca eco turística.
- Identificar el precio que el turista pagaría por los servicios que se quiere brindar en la finca eco turística.
-

3.3 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.3.1 ESTUDIO DE MERCADO

Se entiende por mercado el área en que confluyan las fuerzas de la oferta y la demanda para realizar transacciones de bienes y servicios a precios establecidos.

“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 o servicios dentro del mercado.”

3.3.2 PROCESO DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

El proceso de investigación de mercados incluye cuatro pasos

- Definición del problema y objetivos de la investigación
- El desarrollo del plan de investigación
- La ejecución del plan
- La presentación e interpretación de los hallazgos

Existen 3 tipos de objetivos para cada proyecto de investigación de mercado los cuales son:

- **Exploratorio.-** Reúne información preliminar que ayuda a definir el problema y sugerir hipótesis.
- **Descriptivo.-** describe el tamaño y la composición del mercado
- **Casual.-** Comprobar la hipótesis sobre las relaciones causa efecto

3.4 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El cantón Pastaza se destaca por su gran biodiversidad, paisajismo, belleza natural, cultural, clima, y es primordial proponer la implementación de proyectos turísticos para desarrollar el turismo del sector de Murialdo, y del cantón, para ofrecer como un nuevo destino a turistas nacionales y extranjeros.

3.4.1 PROBLEMAS COMPLEMENTARIOS

- Falta de conocimiento del sector de Murialdo por los visitantes que acuden al cantón Pastaza.
- Falta de implementación de proyectos turísticos del sector de Murialdo.
- Falta de publicidad del mismo sector.

3.4.2 DESARROLLO DEL PLAN DE INVESTIGACIÓN

Requiere de información necesaria y un plan para la recolección de datos.

3.4.2.1 FUENTES DE INFORMACIÓN

Las fuentes de información utilizadas para la realización del estudio de mercado fueron datos primarios y datos secundarios.

3.4.2.2 DATOS PRIMARIOS

Para la recopilación de los datos se utilizaron los siguientes métodos de investigación que proporcionan información para el propósito y elaboración del mismo.

3.4.2.3 DATOS SECUNDARIOS

Para el estudio de mercado se realizó una recopilación de datos sobre los turistas nacionales y extranjeros que visitaron la provincia de Pastaza en el año 2005 y se estableció que el número total es de 32 247 turistas.

OBSERVACIÓN.- Se utilizó este método mediante la vista permitiendo de esta manera obtener datos de sus habitantes, acceso, clima etc.

3.4.3 TÉCNICAS UTILIZADAS

- **LA ENCUESTA**

Para poder elaborar las encuestas personales se planteará un objetivo general y los objetivos específicos. La encuesta incluirá preguntas claras que ayudarán con la información que se quiere, al realizar el estudio de campo.

La encuesta recogerá datos generales de identificación del encuestado. A la vez se recogerá datos técnicos para poder diseñar las características técnicas que deberá contar el proyecto. Se elaborarán encuestas en inglés y en español para el mejor entendimiento de los turistas a encuestar.

A continuación se observa los dos modelos de las encuestas que se utilizarán para turistas nacionales y turistas extranjeros.

ENCUESTA

La presente encuesta se realiza con la finalidad de determinar la necesidad de dar a conocer la belleza natural que ofrece la finca MURIALDO en la provincia de Pastaza, previa a la tesis de grado de la carrera de Turismo y Preservación Ambiental en la Universidad Tecnológica Equinoccial

Por favor complete la encuesta cuidadosamente al leerla por completo, y luego señale sus respuestas con una "X", y/o complete la frase respectiva con una respuesta apropiada.

INFORMACIÓN GENERAL:

EDAD: Menor de 18
 18-24
 25-34
 35-44
 45 o Mayor

RESIDENCIA PERMANENTE: _____

GÉNERO F
 M

OCUPACIÓN:
 ESTUDIANTE
 EMPLEADO PÚBLICO
 EMPLEADO PRIVADO
 EMPRESARIO

EDUCACIÓN:
 PRIMARIA
 SECUNDARIA
 SUPERIOR

1) Cuando piensa en Amazonía, usted piensa en:

- | | | |
|--------------------------------------|---|---|
| a. Ríos <input type="checkbox"/> | d. Fauna <input type="checkbox"/> | g. Descanso <input type="checkbox"/> |
| b. Selva <input type="checkbox"/> | e. Flora <input type="checkbox"/> | h. Distracción <input type="checkbox"/> |
| c. Cascadas <input type="checkbox"/> | f. Aventura/Adrenalina <input type="checkbox"/> | |

2) ¿Conoce usted la Amazonía ecuatoriana?

SI NO

NOTA: Si su respuesta es SI, pase a la pregunta 4. Si su respuesta es NO, continúe con la pregunta 3.

3) ¿Le gustaría conocer la Amazonía ecuatoriana?

SI NO

NOTA: Si su respuesta es SI, pase a la pregunta 4. Si su respuesta es NO, muchas gracias por su colaboración.

4) ¿Cuál fue el motivo de su visita a la Amazonía ecuatoriana?

- | | |
|--|--------------------------------------|
| a. Turismo <input type="checkbox"/> | d. Familia <input type="checkbox"/> |
| b. Negocios <input type="checkbox"/> | e. Deportes <input type="checkbox"/> |
| c. Vacaciones <input type="checkbox"/> | f. Otros (especifique) _____ |

5) El ecoturismo se ha convertido en una actividad turística que consiste en viajar y visitar áreas naturales, disfrutando, apreciando y respetando al medioambiente, generando a su vez una conciencia para proteger y conservarlo. ¿Le gustaría conocer una finca eco-turística situada en la mitad de la selva amazónica en la provincia de Pastaza?

SI NO

NOTA: Si su respuesta es afirmativa pase a la pregunta 6, caso contrario le agradezco por su colaboración.

6) ¿Qué instalaciones le gustaría que tenga esta finca eco-turística?

- | | | | |
|--------------------|--------------------------|------------------|--------------------------|
| a. Piscina | <input type="checkbox"/> | d. Bar | <input type="checkbox"/> |
| b. Restaurante | <input type="checkbox"/> | e. Cabañas | <input type="checkbox"/> |
| c. Área de Camping | <input type="checkbox"/> | f. SPA Ecológico | <input type="checkbox"/> |

7) ¿Qué actividades le gustaría que ofrezca esta finca eco-turística?

- | | | | | | |
|------------------------|--------------------------|-------------------------|--------------------------|----------------|--------------------------|
| a. Pesca deportiva | <input type="checkbox"/> | c. Observación de flora | <input type="checkbox"/> | e. Mariposario | <input type="checkbox"/> |
| b. Senderos Ecológicos | <input type="checkbox"/> | d. Observación de fauna | <input type="checkbox"/> | f. Ciclismo | <input type="checkbox"/> |

8) ¿Su tiempo de estadía sería de?

- De 1 a 3 días
De 4 a 8 días
Otros.....

9) ¿Su viaje lo realizaría?

- Solo Pareja
Familia Grupo de amigos

10) ¿En qué período del año usted visitaría esta finca eco-turística?

- | | | | |
|--------------------|--------------------------|----------------------|--------------------------|
| a. Fines de Semana | <input type="checkbox"/> | c. Feriados | <input type="checkbox"/> |
| b. Vacaciones | <input type="checkbox"/> | d. Otros especifique | _____ |

11) ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por servicios de buena calidad?

- | | | | |
|---------------------|--------------------------------|----------------------|--------------------------------|
| Alojamiento: | 10-15 <input type="checkbox"/> | Alimentación: | 4-8 <input type="checkbox"/> |
| | 16-25 <input type="checkbox"/> | por comida: | 9-13 <input type="checkbox"/> |
| | 26-35 <input type="checkbox"/> | | 14-17 <input type="checkbox"/> |
| | 36-45 <input type="checkbox"/> | | 18-20 <input type="checkbox"/> |

Elija entre los siguientes menús cual prefiere:

- Menú 1: Locro de papas y lomo apanado, jugo y postre
Menú 2: Ceviche de tilapia, tilapia frita. Jugo y postre
Menú 3: Caldo de gallina, filete de pollo, jugo y postre
Menú 4: Sancocho, Carne con menestra, jugo y postre
Menú 5: Sopa de lenteja, fritada, jugo y postre

- | | | | |
|-------------|-----------------------------|-------------------------|----------------------------|
| SPA: | 10 <input type="checkbox"/> | Pesca deportiva: | 3 <input type="checkbox"/> |
| | 15 <input type="checkbox"/> | | 5 <input type="checkbox"/> |
| | 20 <input type="checkbox"/> | | 7 <input type="checkbox"/> |

- | | | | |
|------------------|----------------------------|---------------------|----------------------------|
| Caminatas | 3 <input type="checkbox"/> | Mariposario: | 3 <input type="checkbox"/> |
| Guiadas: | 5 <input type="checkbox"/> | | 5 <input type="checkbox"/> |
| | 7 <input type="checkbox"/> | | 7 <input type="checkbox"/> |

- Ciclismo:**
- 8
16
24

12) ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un paquete turístico (3 días, 2 noches INCLUYE alimentación, transporte, distracción y alojamiento) a la finca eco-turística "Murialdo" en la provincia de Pastaza?

- 1) \$100-\$150
2) \$150-\$200
3) \$200 en adelante (especifique): _____

¡MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

¡QUEDA USTED INVITADO A DISFRUTAR DE ESTE PARAÍSO AMAZÓNICO!

No. _____

SURVEY

The following survey is made with the purpose of determining the necessity of presenting the nature beauty that the MURIALDO property offers in the province of Pastaza.

Please complete the survey by reading it carefully, indicate your answers with an "X", or complete the respective phrases with an appropriate answer.

GENERAL INFORMATION:

AGE: Younger than 18
18-24
25-34
35-44
45 or Older

NATIONALITY: _____
OCCUPATION:
STUDENT
PUBLIC EMPLOYEE
PRIVATE EMPLOYEE
BUSINESS OWNER

GENDER: F
M

EDUCATION:
ELEMENTARY
SECONDARY
HIGHER EDUCATION

1) What are your first thoughts when you think of the rainforest?

- a. Rivers d. Fauna g. Rest
b. Jungle e. Flora h. Entertainment
c. Waterfall f. Adventure/Adrenaline

2) Have you ever visited the Ecuadorian rainforest?

YES NO

NOTE: If your answer is YES, continue with question number 4. If your answer is NO, continue with question number 3.

3) Would you like to visit the Ecuadorian rainforest?

YES NO

NOTE: If your answer is YES, continue with question number 5, otherwise, thank you for your participation.

4) What was the purpose of your visit to the Ecuadorian rainforest?

- a. Tourism d. Family
b. Business e. Sports
c. Vacations f. Others (specify) _____

5) Ecotourism has become a touristic activity that consists of traveling and visiting natural areas, enjoying, appreciating and respecting the environment, generating as well a conscience to protect and to conserve it. Would you be interested in visiting and eco-touristic farm located in the middle of the Amazon rainforest in the province of Pastaza?

YES NO

NOTE: If your answer is YES, continue with question number 6. If your answer is NO, thank you for your participation.

6) What kind of facilities would you hope to find in this eco-touristic farm?

- a. Pool d. Bar
b. Restaurant e. Cabins
c. Camping area f. Ecologic SPA

7) What type of activities would you be willing to have in this eco-touristic farm?

- a. Fishing c. Flora Observation e. Butterfly farm
b. Ecologic Trails d. Fauna Observation f. Cycling

8) For how long would you plan on staying?

- From 1 to 3 days
From 4 to 8 days
Others.....

9) You would travel?

- Alona Couple
Family Group

9) What time of the year would you visit the eco-touristic farm?

- a. Weekends c. Holidays
b. Vacations d. Others (specify) _____

10) ¿ How much would you pay for the following services?

- | | | | |
|-----------------|--------------------------------|------------------|--------------------------------|
| Lodging: | 10-15 <input type="checkbox"/> | Dinning: | 4-8 <input type="checkbox"/> |
| | 16-25 <input type="checkbox"/> | per meal: | 9-13 <input type="checkbox"/> |
| | 26-35 <input type="checkbox"/> | | 14-17 <input type="checkbox"/> |
| | 36-45 <input type="checkbox"/> | | 18-20 <input type="checkbox"/> |

Which of the following menus do you preffer?

- Menu 1: Potatoe soup, breaded meat, juice and dessert
Menu 2: Tilapia ceviche, fried tilapia, juice and dessert.
Menu 3: Chicken soup, fried chicken, juice and dessert.
Menu 4: Meat soup, fried meat with lentils, juice and dessert.
Menu 5: Lentil soup, fried pork, juice and dessert.

- | | | | |
|----------------------|-----------------------------|------------------------|----------------------------|
| SPA: | 10 <input type="checkbox"/> | Fishing: | 3 <input type="checkbox"/> |
| | 15 <input type="checkbox"/> | | 5 <input type="checkbox"/> |
| | 20 <input type="checkbox"/> | | 7 <input type="checkbox"/> |
| Guided Trails | 3 <input type="checkbox"/> | Butterfly farm: | 3 <input type="checkbox"/> |
| | 5 <input type="checkbox"/> | | 5 <input type="checkbox"/> |
| | 7 <input type="checkbox"/> | | 7 <input type="checkbox"/> |
| Cycling: | 8 <input type="checkbox"/> | | |
| | 16 <input type="checkbox"/> | | |
| | 24 <input type="checkbox"/> | | |

11) ¿ How much would you pay for a tour (3 days, 2 nights, INCLUYDES lodging, dining, transportation, and entertainment) to the eco-touristic "Murialdo" in the Ecuadorian jungle?

- a. \$100-\$150
b. \$150-\$200
c. \$200 or more (specify): _____

**THANK YOU VERY MUCH FOR YOUR PARTICIPATION!
YOU ARE INVITED TO ENJOY THIS WONDERFUL AMAZONIAN PARADISE!**

3.4.4 ETAPAS DE UN ESTUDIO DE MERCADO POR MEDIO DE ENCUESTAS

En el estudio de mercado existen distintas etapas que se debe seguir para poder obtener los resultados que se quieren. Estas etapas son las siguientes:

- d. Planeación
- e. Preparación
- f. Trabajo de Campo
- g. Tabulación
- h. Informe

3.4.4.1 ETAPA DE PLANEACIÓN

En esta etapa se va a determinar el problema general para plantear el objetivo general.

OBJETIVO GENERAL

Conocer el mercado meta al cual será dirigido el proyecto turístico.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Conocer la oferta y demanda del mercado y su segmento.
- Determinar los motivos del por qué visitan el cantón Pastaza.
- Establecer los servicios que los turistas quisieran encontrar en la finca ecoturística.
- Determinar las áreas con las cuales contará la finca ecoturística.
- Identificar el precio que el turista pagaría por los servicios que se quiere brindar en la finca ecoturística,

3.4.4.2 ETAPA DE PREPARACIÓN

UNIVERSO: DISEÑO Y CÁLCULO DE LA MUESTRA

Para determinar el tamaño de la muestra se ha tomado en cuenta algunas estadísticas provenientes de las oficinas de Migración en la provincia de Pastaza

y de igual manera de las oficinas del Honorable Consejo Provincial de Pastaza, en el departamento de turismo, de las personas nacionales y extranjeras que han ingresado a la provincia de Pastaza.

Para obtener la muestra de cada uno de los datos se utilizará la fórmula para poblaciones finitas ya que es menor de 500.000 habitantes y se procederá realizar el promedio entre las mismas para obtener el número de encuestas que se realizarán.

La fórmula que se utilizará es la siguiente:

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

Donde:

| Significado | Valores |
|-----------------------------------|----------------------------------|
| Z Nivel de confianza | Z Constante de 1.96 |
| N Universo de la población | N Número de población |
| P Probabilidad a favor | P 50% |
| Q Probabilidad en contra | Q 50% |
| e Error de estimación | e 5% |
| n Número de elementos | n resultado de la muestra |

TURISTAS NACIONALES

Flujo de turistas nacional que han ingresado a la provincia de Pastaza en el año 2006; 29,182 turistas nacionales, según los datos del Departamento de Migración de la provincia de Pastaza.

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

$$n = \frac{(1.96^2) (0.50)(0.50)(29182)}{(0.05^2) (29182 - 1) + [(1.96^2)(0.50)(0.50)]}$$

$$n = \frac{(3.8416)(7295.5)}{[(0.05^2)(29181)] + [(3.8416)(0.25)]}$$

$$n = \frac{28026.3928}{(72.9525) + 0.9604}$$

$$n = \frac{28026.3928}{73.9129}$$

$$n = 379.18$$

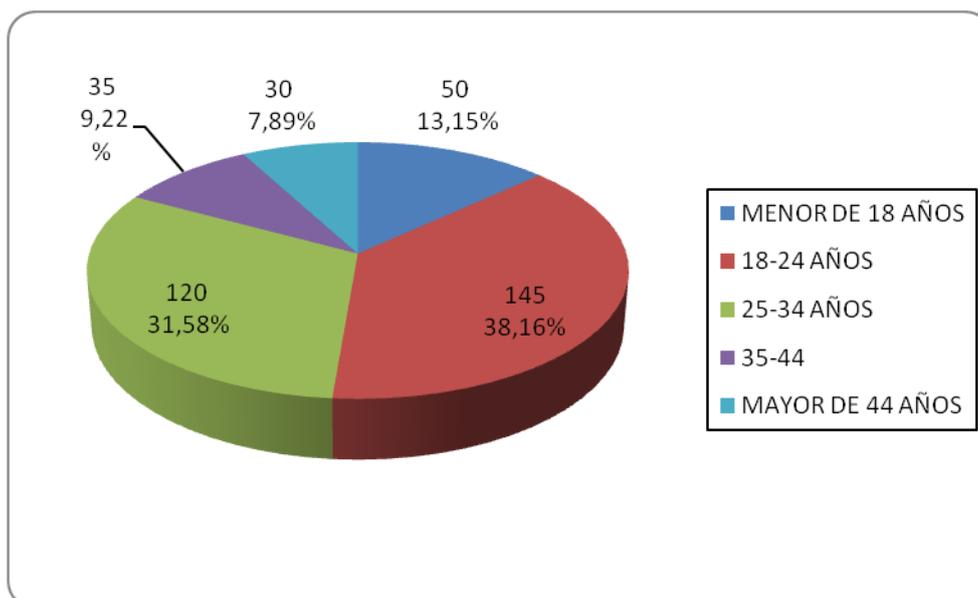
Como resultado, se encuestarán a **380** turistas nacionales.

3.4.4.3 ETAPA DE TABULACIÓN E INFORME DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS

3.4.4.3.1 ENCUESTAS REALIZADAS A TURISTAS NACIONALES INFORMACIÓN GENERAL:

EDAD:

| RESPUESTAS | # | % |
|--------------------------|------------|------------|
| MENOR DE 18 AÑOS | 50 | 13,15 |
| 18-24 AÑOS | 145 | 38,16 |
| 25-34 AÑOS | 120 | 31,58 |
| 35-44 AÑOS | 35 | 9,22 |
| MAYOR DE 44 AÑOS | 30 | 7,89 |
| TOTAL ENCUESTADOS | 380 | 100 |



Fuente: Investigación Directa / Autora: Paola Villalba

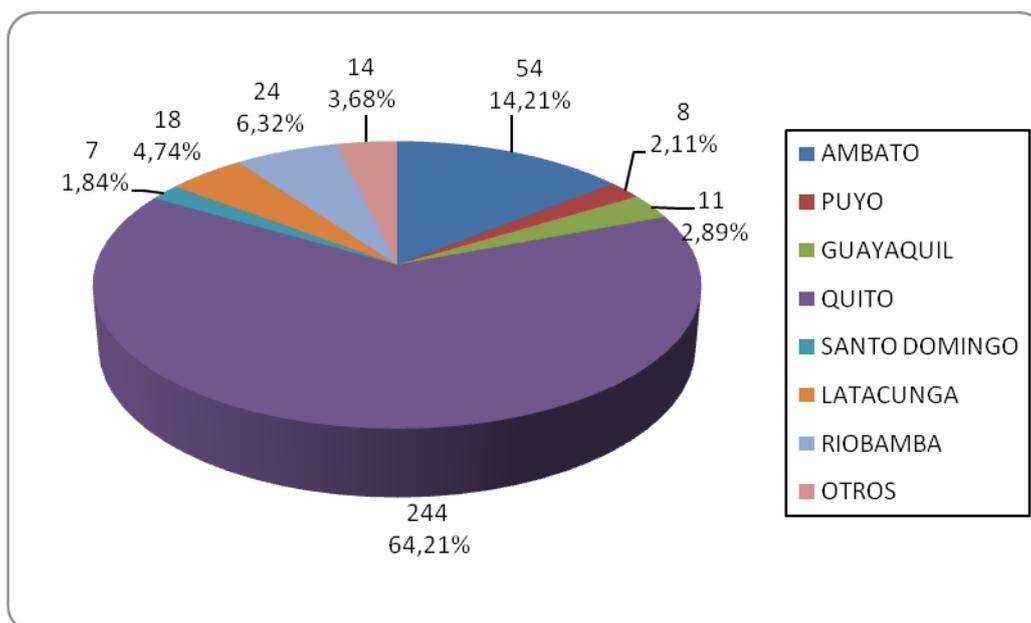
ANÁLISIS

Del total de los turistas nacionales encuestados, el 38,16% representa a los jóvenes de 18-24 años, el 31,58% lo integran los jóvenes adultos de 25-34 años. El 13,15% se ve representado por chicos menores de 18 años, el 9,22% está compuesto por personas de 35-44 años y el 7,89% lo representan personas mayores de 44 años.

La encuesta se realizó en los centros comerciales de la capital, de igual manera en lugares como el Centro Histórico, Museo del Banco Central del Ecuador, y en la zona de La Mariscal.

RESIDENCIA PERMANENTE:

| RESPUESTAS | # | % |
|--------------------------|------------|------------|
| AMBATO | 54 | 14,21 |
| PUYO | 8 | 2,11 |
| GUAYAQUIL | 11 | 2,89 |
| QUITO | 244 | 64,21 |
| SANTO DOMINGO | 7 | 1,84 |
| LATACUNGA | 18 | 4,74 |
| RIOBAMBA | 24 | 6,32 |
| OTROS | 14 | 3,68 |
| TOTAL ENCUESTADOS | 380 | 100 |



Fuente: Investigación Directa / Autora: Paola Villalba

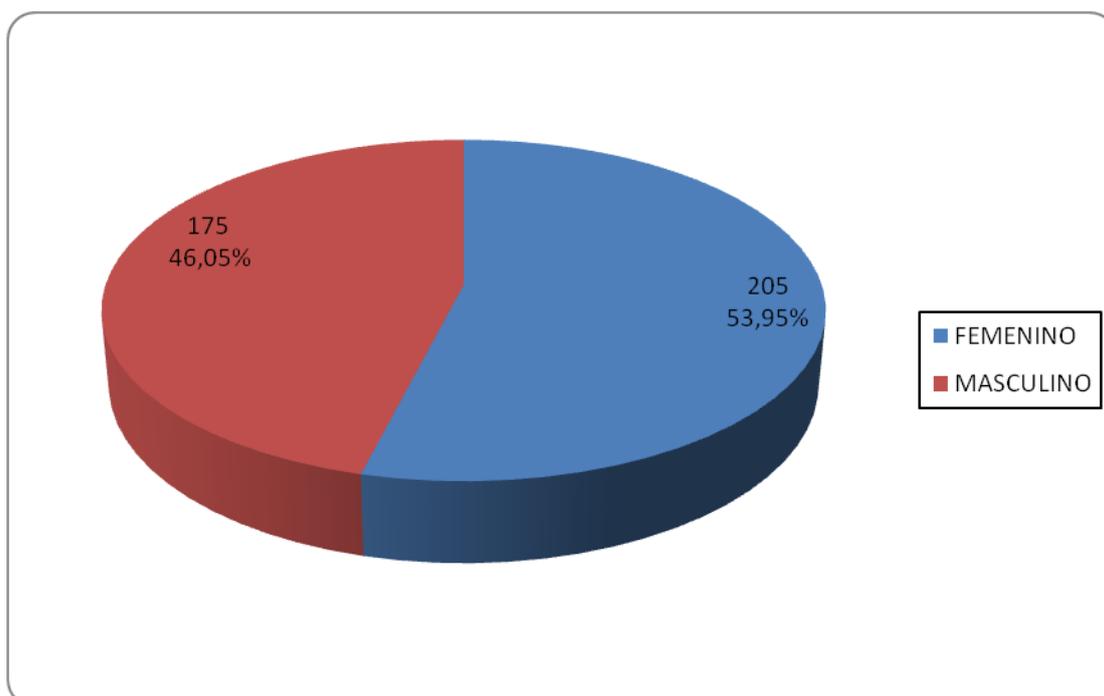
ANÁLISIS

El 64.21% de los turistas nacionales residen en Quito, el 14,21% pertenecen a personas de Ambato, el 6,32% representa a personas de Riobamba, el 4,74% vienen de Latacunga, el 3,68% residen en otras ciudades del país. El 1,84%

son de Santo Domingo al igual que con el mismo porcentaje, vienen del Puyo, y el 2,89% representa a personas de Guayaquil.

GÉNERO:

| RESPUESTAS | # | % |
|--------------------------|------------|------------|
| FEMENINO | 205 | 53,95 |
| MASCULINO | 175 | 46,05 |
| TOTAL ENCUESTADOS | 380 | 100 |



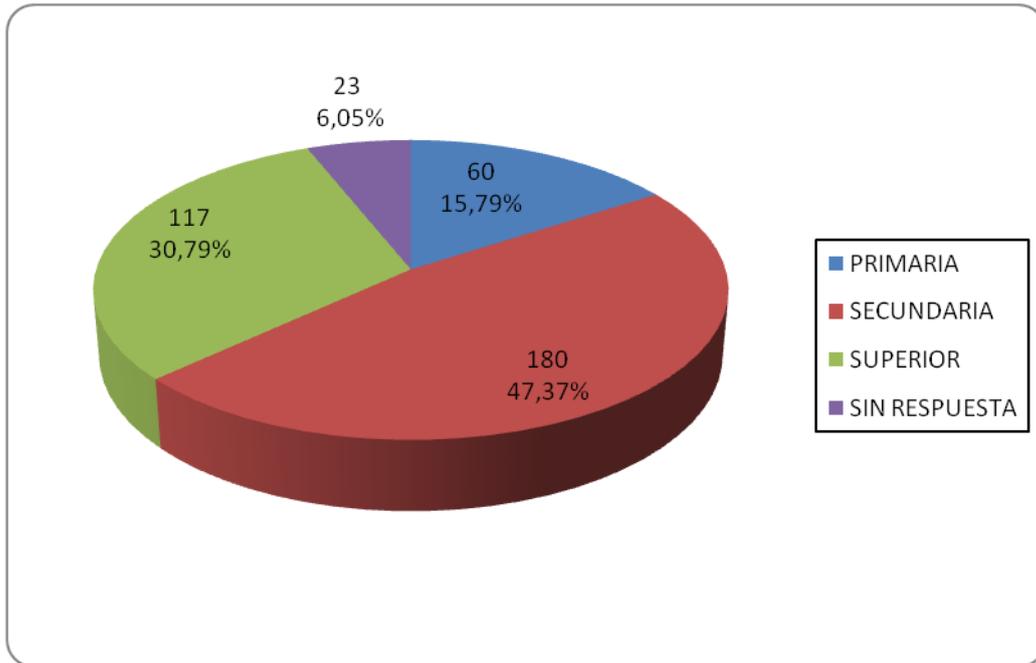
Fuente: Investigación Directa / Autora: Paola Villalba

ANÁLISIS

Del total de los turistas nacionales encuestados, el 53,95% son de género femenino, y el 46,05% son del género masculino.

EDUCACIÓN:

| RESPUESTAS | # | % |
|--------------------------|------------|------------|
| PRIMARIA | 60 | 15,79 |
| SECUNDARIA | 180 | 47,37 |
| SUPERIOR | 117 | 30,79 |
| SIN RESPUESTA | 23 | 6,05 |
| TOTAL ENCUESTADOS | 380 | 100 |



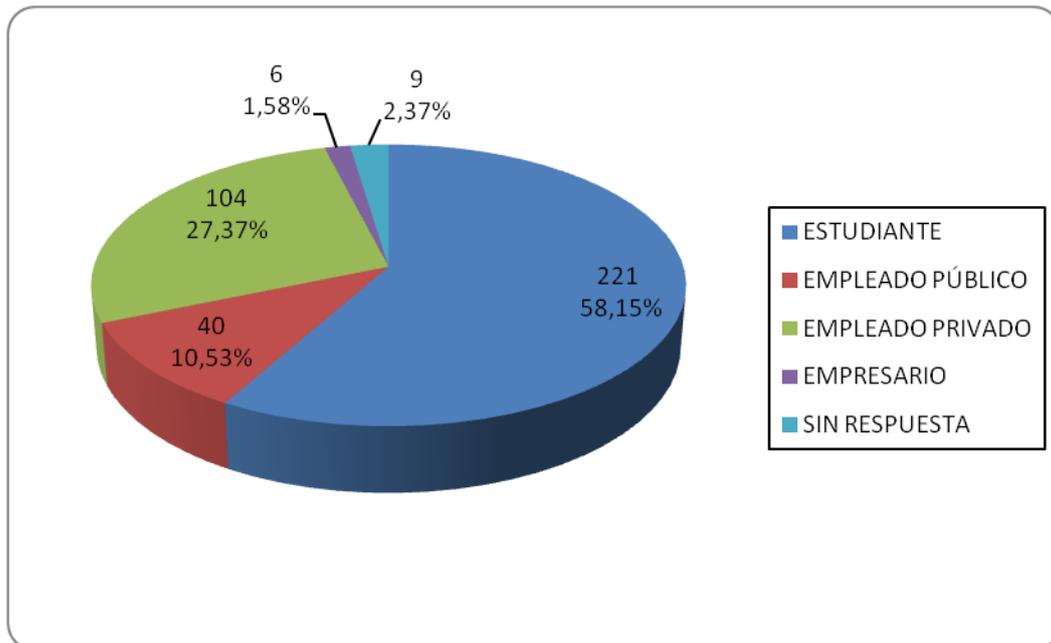
Fuente: Investigación Directa / Autora: Paola Villalba

ANÁLISIS

El 47,37% de los encuestados tienen un nivel de educación Secundaria. El 30,79% representa a personas que tienen un nivel de educación Superior. El 15,79% son de educación primaria y el 6,05% NO contestó a dicha pregunta.

OCUPACIÓN:

| RESPUESTAS | # | % |
|--------------------------|------------|------------|
| ESTUDIANTE | 221 | 58,15 |
| EMPLEADO PÚBLICO | 40 | 10,53 |
| EMPLEADO PRIVADO | 104 | 27,37 |
| EMPRESARIO | 6 | 1,58 |
| SIN RESPUESTA | 9 | 2,37 |
| TOTAL ENCUESTADOS | 380 | 100 |



Fuente: Investigación Directa / Autora: Paola Villalba

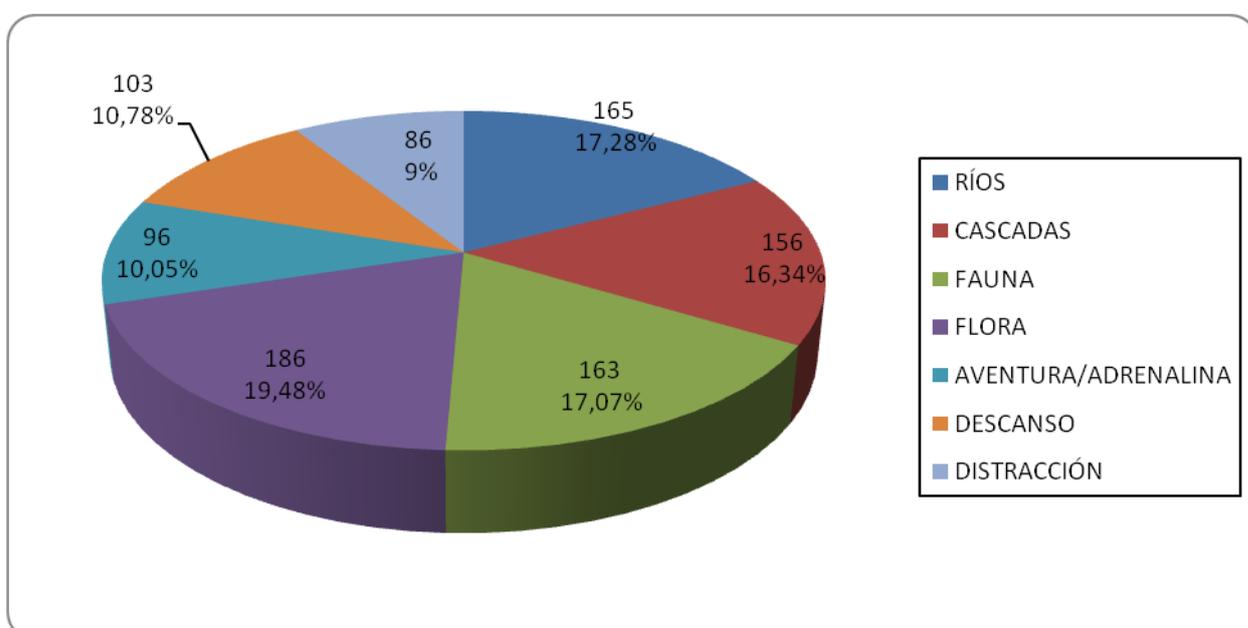
ANÁLISIS

Del total de turistas nacionales encuestados, el 58,15% son estudiantes, el 27,37% trabajan en entidades privadas y el 10,53% son empleados públicos. Mientras tanto los menores porcentajes pertenecen a empresarios con el 2,37% y el 1,58% NO respondió a dicha pregunta.

CUESTIONARIO:

1) ¿Cuándo piensa en Amazonía, usted piensa en?:

| RESPUESTAS | # | % |
|-------------------------|------------|------------|
| RÍOS | 165 | 17,28 |
| CASCADAS | 156 | 16,34 |
| FAUNA | 163 | 17,07 |
| FLORA | 186 | 19,48 |
| AVENTURA/ADRENALINA | 96 | 10,05 |
| DESCANSO | 103 | 10,78 |
| DISTRACCIÓN | 86 | 9 |
| TOTAL RESPUESTAS | 955 | 100 |



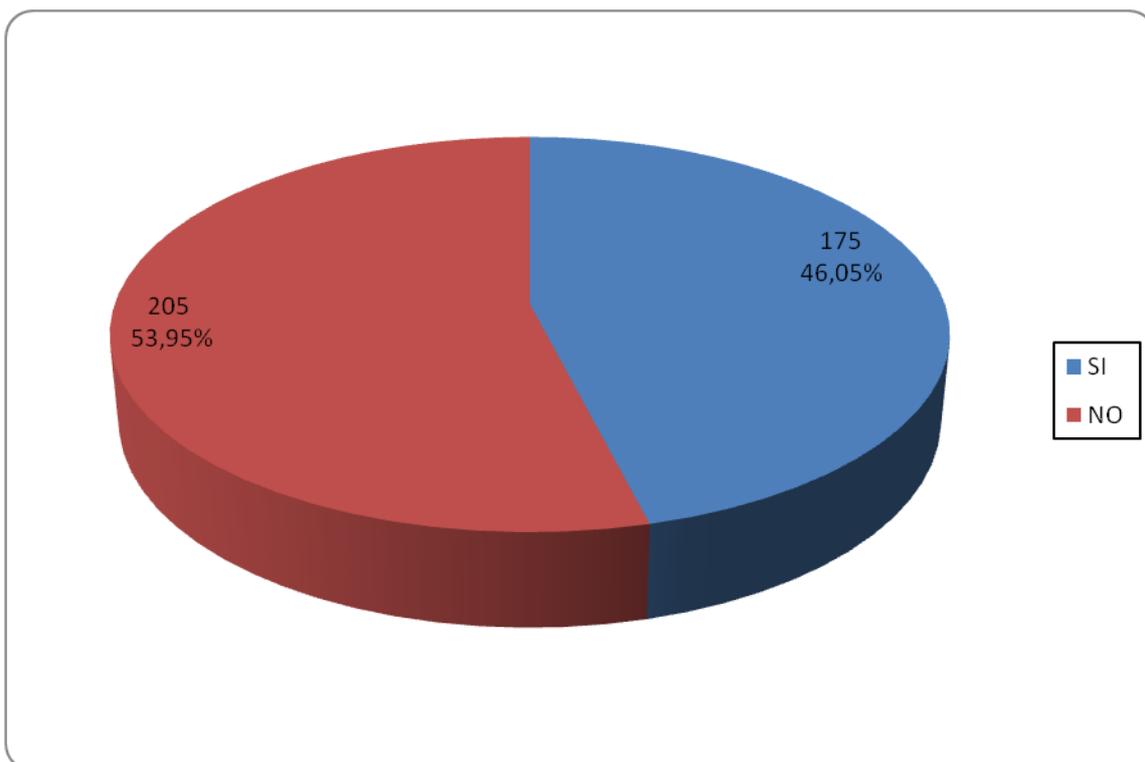
Fuente: Investigación Directa / Autora: Paola Villalba

ANÁLISIS

Del total de los encuestados, el 19,48% respondió que asemejan a la Amazonía ecuatoriana con la flora del lugar, el 17,07% lo asemeja con la fauna y el 17,28% con los ríos, el 16,37% piensa en cascadas cuando piensa en la Amazonía, el 10,78% lo relaciona con descanso. La gente lo asemeja con la aventura, con un 10,05% y por último está la distracción con un 9%.

2) ¿Conoce usted la Amazonía ecuatoriana?

| RESPUESTAS | # | % |
|------------------------------|------------|------------|
| SI | 175 | 46,05 |
| NO | 205 | 53,95 |
| TOTAL ENCUESTADOS | 380 | 100 |



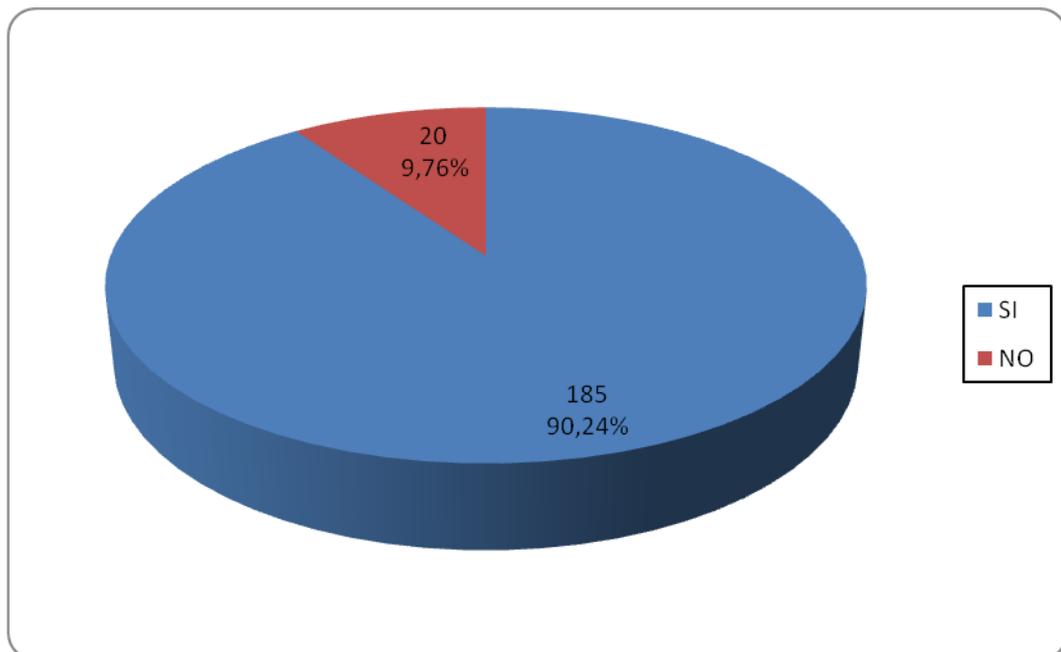
Fuente: Investigación Directa / Autora: Paola Villalba

ANÁLISIS

El total de los encuestados fueron 380 y de estos el 53,95% si conocen la Amazonía ecuatoriana, mientras que el 46,05% no la conocen.

3) ¿Le gustaría conocer la Amazonía ecuatoriana?

| RESPUESTAS | # | % |
|------------------------------|------------|------------|
| SI | 185 | 90,24 |
| NO | 20 | 9,76 |
| TOTAL ENCUESTADOS | 205 | 100 |



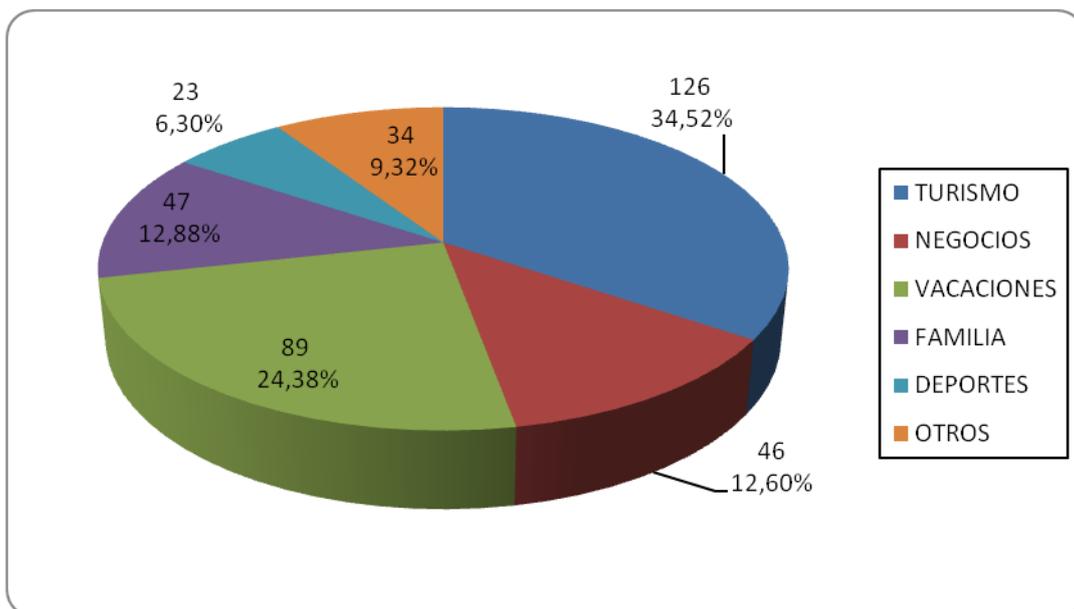
Fuente: Investigación Directa / Autora: Paola Villalba

ANÁLISIS

Al analizar el gráfico anterior, el 90,24% de los que respondieron que NO conocían la Amazonía, respondió que si quisieran conocerla. El 9,76% no está interesado en visitar dicho lugar.

4) ¿Cuál fue el motivo de su visita a la Amazonía ecuatoriana?

| RESPUESTAS | # | % |
|-------------------------|------------|------------|
| TURISMO | 126 | 34,52 |
| NEGOCIOS | 46 | 12,6 |
| VACACIONES | 89 | 24,38 |
| FAMILIA | 47 | 12,88 |
| DEPORTES | 23 | 6,3 |
| OTROS | 34 | 9,32 |
| TOTAL RESPUESTAS | 365 | 100 |



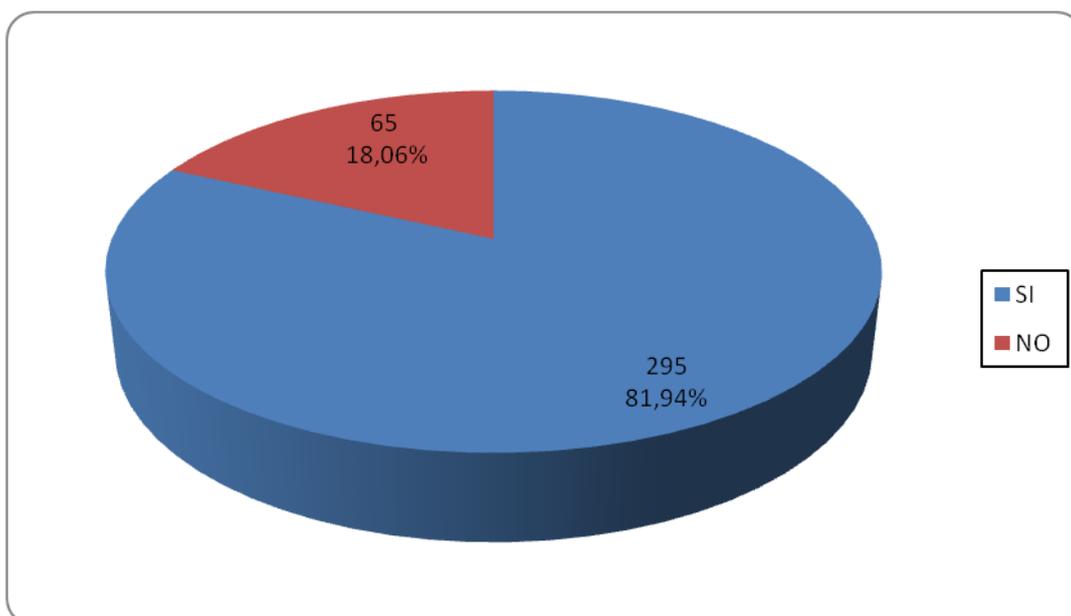
Fuente: Investigación Directa / Autora: Paola Villalba

ANÁLISIS

Del total de las personas que conocen la Amazonía, el 34,52% lo ha hecho por turismo, el 24,38% han visitado la Amazonía por motivos de vacaciones. El 12,60% se han ido a dicho lugar por razones de negocios, el otro 12,88% lo ha hecho porque viven ahí o tienen familia. Los porcentajes menores que representan el 9,32% han visitado la Amazonía por otros motivos, y el 6,30% lo ha hecho para hacer deportes.

5) El ecoturismo se ha convertido en una actividad turística que consiste en viajar y visitar áreas naturales, disfrutando, apreciando y respetando al medioambiente, generando a su vez una conciencia para proteger y conservarlo. ¿Le gustaría conocer una finca eco-turística situada en la mitad de la selva amazónica en la provincia de Pastaza?

| RESPUESTAS | # | % |
|--------------------------|------------|------------|
| SI | 295 | 81,94 |
| NO | 65 | 18,06 |
| TOTAL ENCUESTADOS | 360 | 100 |



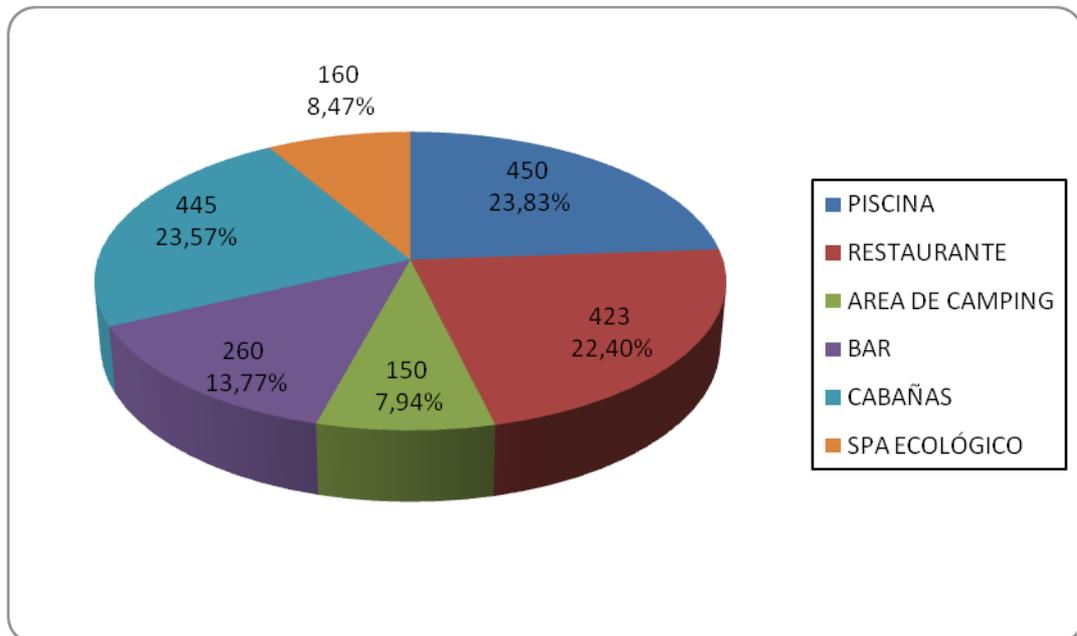
Fuente: Investigación Directa / Autora: Paola Villalba

ANÁLISIS

El 81,94% de las personas encuestadas respondieron que si quieren visitar una finca eco-turística, mientras que el 18,06% no demostraron interés por conocerla.

6) ¿Qué instalaciones le gustaría que tenga esta finca eco-turística?

| RESPUESTAS | # | % |
|-------------------------|-------------|------------|
| PISCINA | 450 | 23,83 |
| RESTAURANTE | 423 | 22,40 |
| AREA DE CAMPING | 150 | 7,94 |
| BAR | 260 | 13,77 |
| CABAÑAS | 445 | 23,57 |
| SPA ECOLOGICO | 160 | 8,47 |
| TOTAL RESPUESTAS | 1888 | 100 |



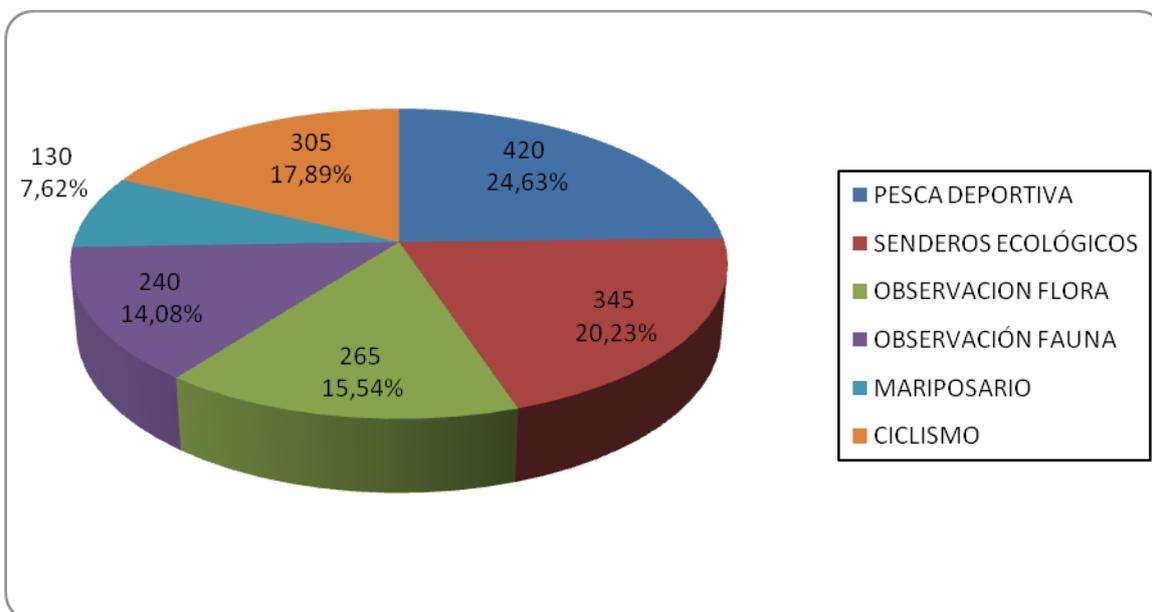
Fuente: Investigación Directa / Autora: Paola Villalba

ANÁLISIS

De las personas que mostraron interés en visitar una finca eco-turística, el 23,83% de los encuestados están interesados en usar una piscina, el otro 23,57% respondió que estarían interesados en alojarse en cabañas mientras que el 22,40% muestra un interés porque esta finca tenga el servicio de restaurante. Un 13,77% contestó que debería tener un bar, el 8,47% usaría un SPA, y el restante 7,94% usaría el área de camping.

7) ¿Qué actividades le gustaría que ofrezca esta finca ecoturística?

| RESPUESTAS | # | % |
|-------------------------|-------------|------------|
| PESCA DEPORTIVA | 420 | 24,63 |
| SENDEROS ECOLÓGICOS | 345 | 20,23 |
| OBSERVACION FLORA | 265 | 15,54 |
| OBSERVACIÓN FAUNA | 240 | 14,08 |
| MARIPOSARIO | 130 | 7,62 |
| CICLISMO | 305 | 17,89 |
| TOTAL RESPUESTAS | 1705 | 100 |



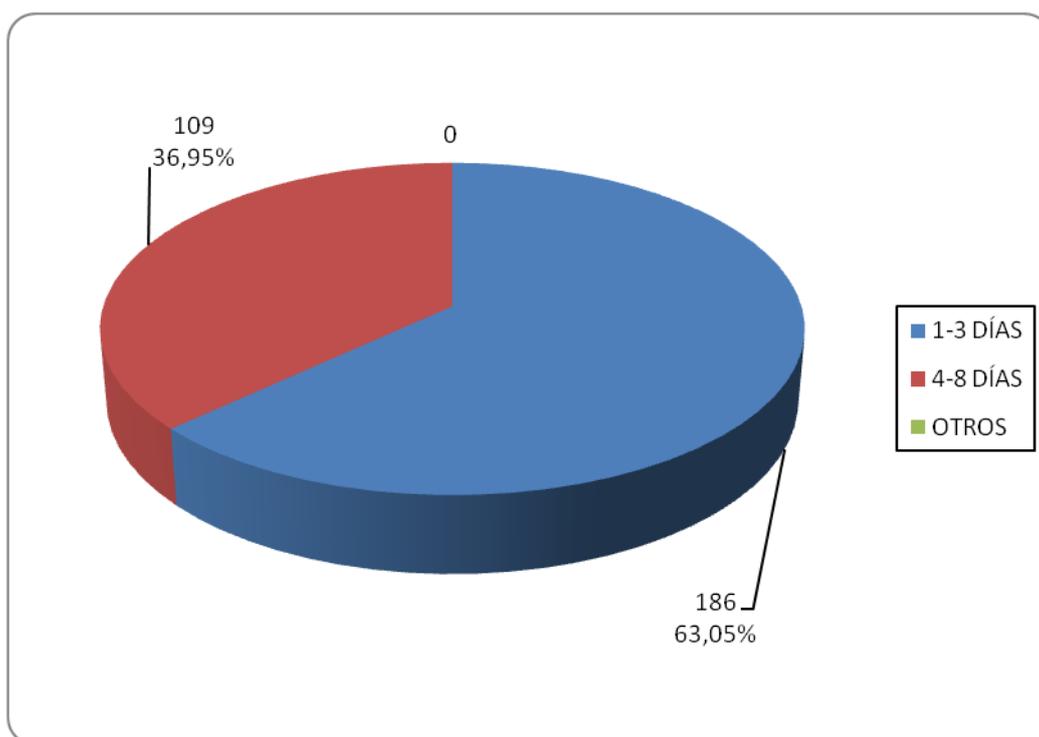
Fuente: Investigación Directa / Autora: Paola Villalba

ANÁLISIS

Del total de las respuestas, el 24,63% está interesado en la pesca deportiva, el 20,23% les gustaría utilizar senderos ecológicos en donde el 15,54% observaría la flora y el 14,08% la fauna del lugar. El 17,89% de las respuestas reflejan que les interesaría utilizar bicicletas. Finalmente, el 7,62% de las respuestas reflejaron que les gustaría utilizar un mariposario.

8) ¿Su tiempo de estadía sería de?

| RESPUESTAS | # | % |
|--------------------------|------------|------------|
| 3 DÍAS | 186 | 63,05 |
| 5 DÍAS | 109 | 36,95 |
| OTROS | 0 | 0 |
| TOTAL ENCUESTADOS | 295 | 100 |



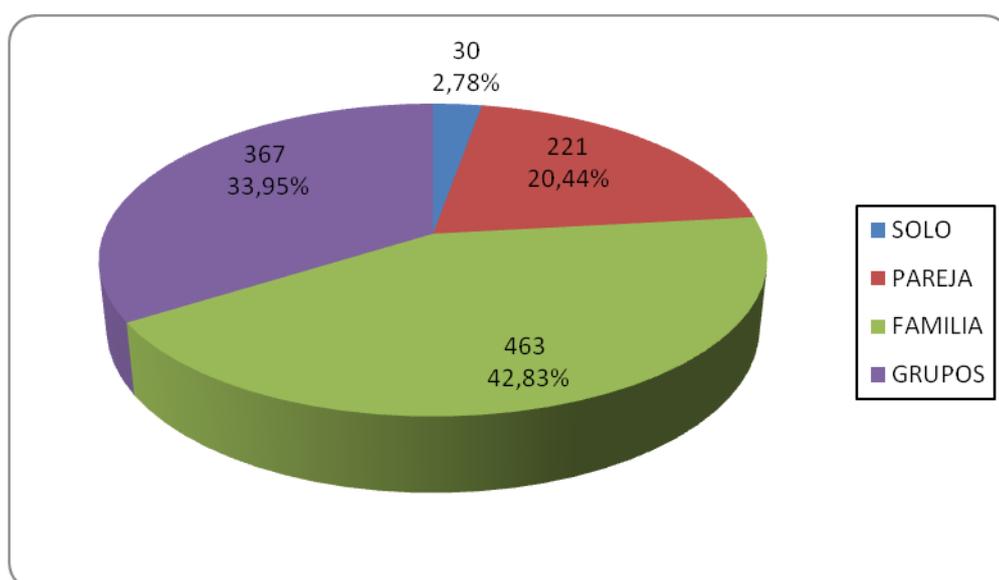
Fuente: Investigación Directa / Autora: Paola Villalba

ANÁLISIS

Los encuestados respondieron que les gustaría quedarse en la finca de 1-3 días con un 63,05%, y un 36,95% respondió que se quedarían de 4-8 días en dicho lugar.

9) ¿Su viaje lo realizaría?

| RESPUESTAS | # | % |
|-------------------------|-------------|------------|
| SOLO | 30 | 2,78 |
| PAREJA | 221 | 20,44 |
| FAMILIA | 463 | 42,83 |
| GRUPOS | 367 | 33,95 |
| TOTAL RESPUESTAS | 1081 | 100 |



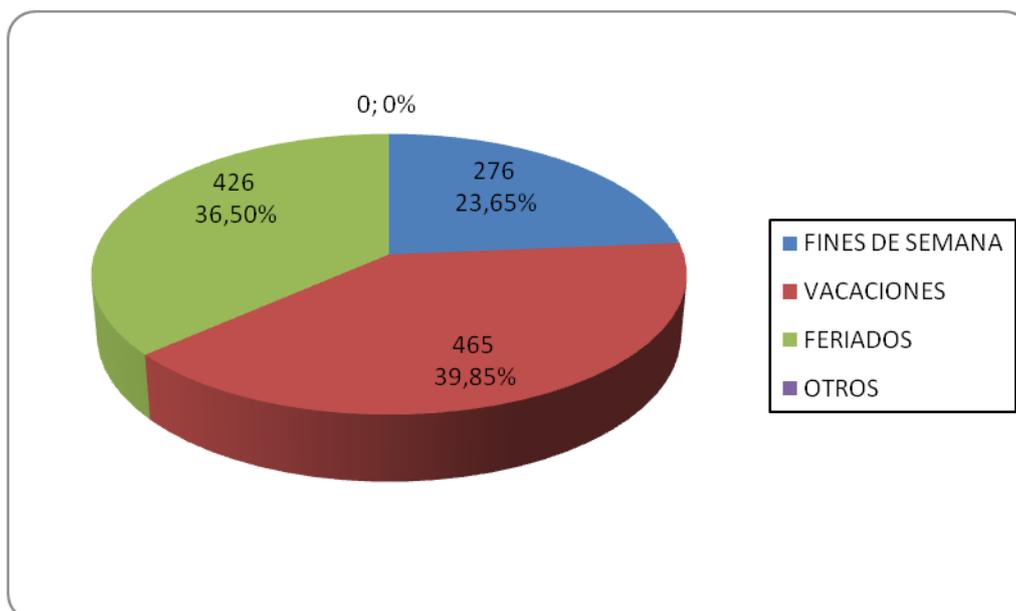
Fuente: Investigación Directa / Autora: Paola Villalba

ANÁLISIS

Del total de las respuestas, el 42,83% de los encuestados visitaría la finca en familia, mientras que el 33,95% lo hiciera en grupo. El 20,44% representa que visitarían la finca en parejas, y un porcentaje menor con el 2,78% respondió que irían solos.

10) ¿En qué período del año usted visitaría esta finca eco-turística?

| RESPUESTAS | # | % |
|-------------------------|-------------|------------|
| FINES DE SEMANA | 276 | 23,65 |
| VACACIONES | 465 | 39,85 |
| FERIADOS | 426 | 36,50 |
| OTROS | 0 | 0,00 |
| TOTAL RESPUESTAS | 1167 | 100 |



Fuente: Investigación Directa / Autora: Paola Villalba

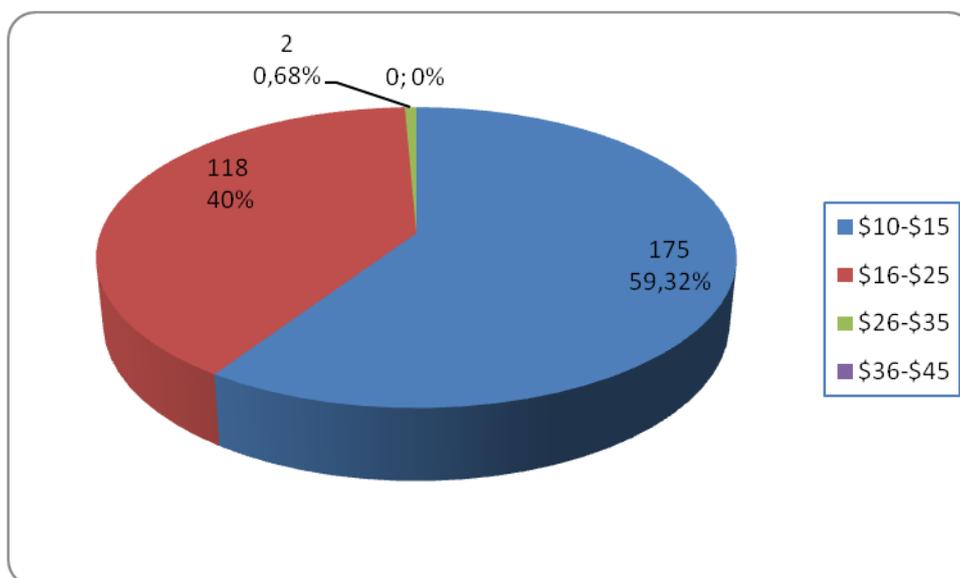
ANÁLISIS

Analizando el gráfico anterior, el 39,85% respondió que visitarían la finca en el período de vacaciones, el 36,50% lo harían en feriadós, mientras que el 23,65% lo visitarían los fines de semana.

11) ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por servicios de buena calidad?

ALOJAMIENTO:

| RESPUESTAS | # | % |
|-------------------------|------------|------------|
| \$10-\$15 | 175 | 59,32 |
| \$16-\$25 | 118 | 40,00 |
| \$26-\$35 | 2 | 0,68 |
| \$36-\$45 | 0 | 0,00 |
| TOTAL RESPUESTAS | 295 | 100 |



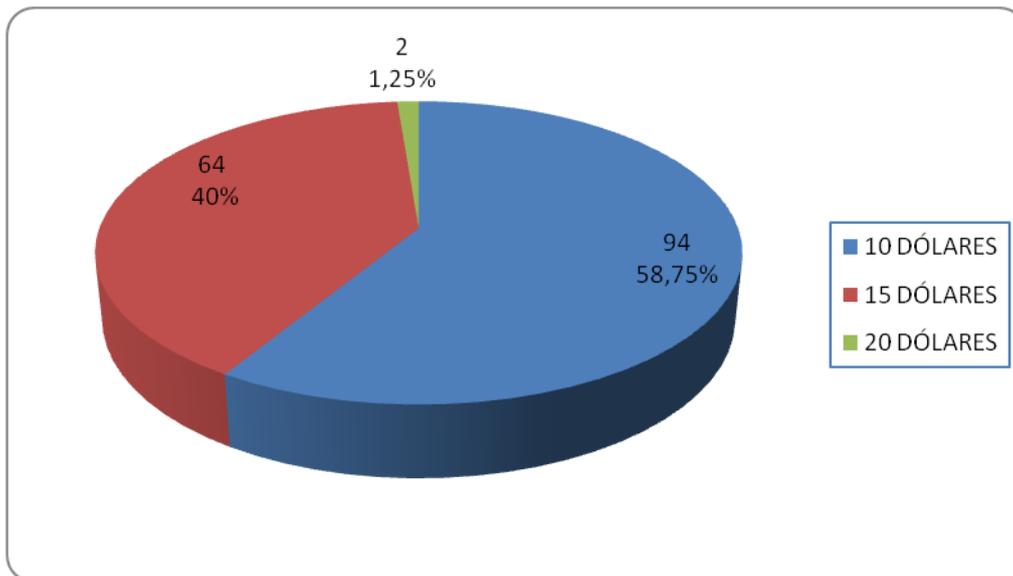
Fuente: Investigación Directa / Autora: Paola Villalba

ANÁLISIS

Los encuestados respondieron, con el 59,32%, que pagarían de \$10-\$15 por noche, el 40% estarían dispuestos a pagar de \$16-\$25 por noche, mientras que tan solo el 0,68% respondió que pagaría de \$26-\$35 por el servicio de alojamiento.

SPA ECOLÓGICO:

| RESPUESTAS | # | % |
|--------------------------|------------|------------|
| 10 DÓLARES | 94 | 58,75 |
| 15 DÓLARES | 64 | 40,00 |
| 20 DÓLARES | 2 | 1,25 |
| TOTAL ENCUESTADOS | 160 | 100 |



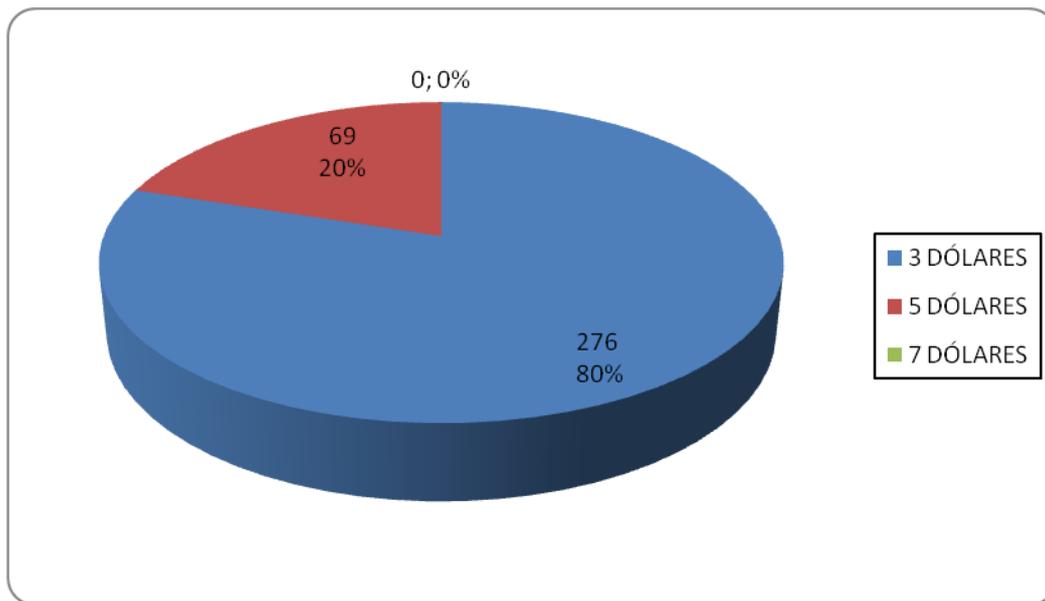
Fuente: Investigación Directa / Autora: Paola Villalba

ANÁLISIS

De los que respondieron que les gustaría utilizar un SPA ecológico, el 58,75% pagaría \$10 por su uso. El 40% pagaría \$15 por este servicio, mientras que el 1,25% representa que pagarían \$20 por ésta instalación.

CAMINATAS GUIDAS:

| RESPUESTAS | # | % |
|------------------------------|------------|------------|
| 3 DÓLARES | 276 | 80 |
| 5 DÓLARES | 69 | 20 |
| 7 DÓLARES | 0 | 0 |
| TOTAL ENCUESTADOS | 345 | 100 |



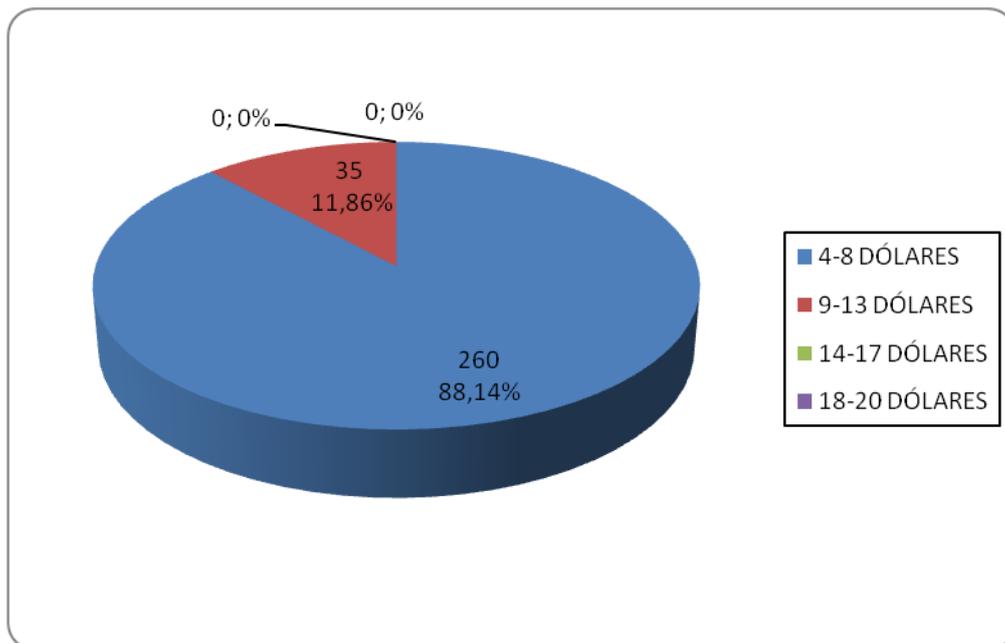
Fuente: Investigación Directa / Autora: Paola Villalba

ANÁLISIS

Para los interesados en utilizar senderos guiados, el 80% respondió que pagarían \$3 por su uso, mientras que el 20% pagaría \$5 por dicho servicio.

ALIMENTACIÓN POR COMIDA:

| RESPUESTAS | # | % |
|--------------------------|------------|------------|
| 4-8 DÓLARES | 260 | 88,14 |
| 9-13 DÓLARES | 35 | 11,86 |
| 14-17 DÓLARES | 0 | 0,00 |
| 18-20 DÓLARES | 0 | 0,00 |
| TOTAL ENCUESTADOS | 295 | 100 |



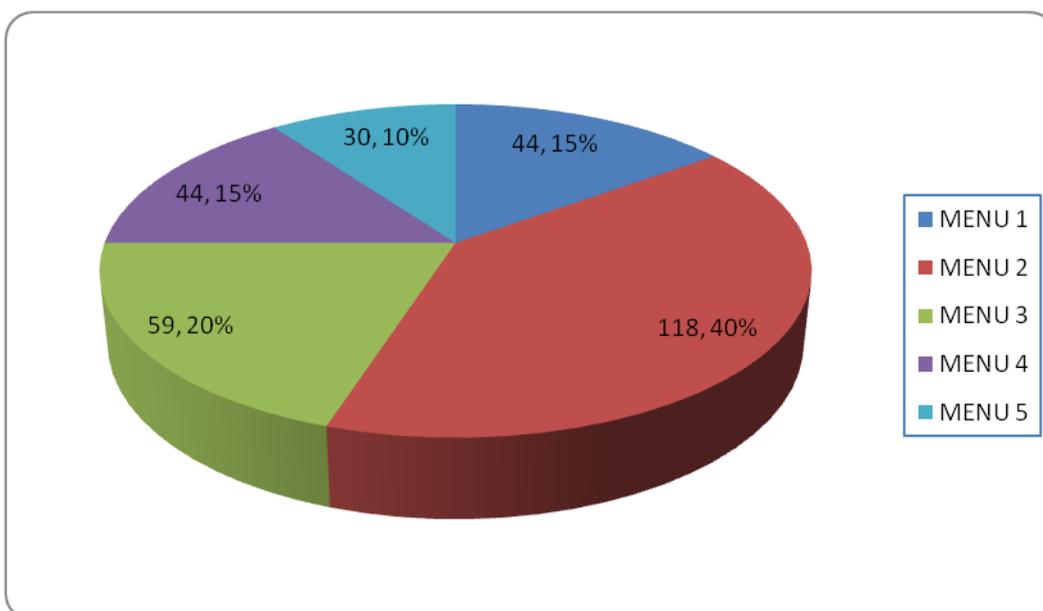
Fuente: Investigación Directa / Autora: Paola Villalba

ANÁLISIS

Del total de los encuestados, el 88,14% respondió que pagarían de \$4-\$8 por comida. El 11,86% de los encuestados contestó que pagarían de \$9-\$13 por comida. Según el gráfico anterior, no hubo respuestas de pagar de \$14-\$17 ni \$18-\$20 por comida.

MENU PREFERIDO POR TURISTAS:

| RESPUESTAS | # | % |
|-------------------------|------------|------------|
| MENU 1 | 44 | 15 |
| MENU 2 | 118 | 40 |
| MENU 3 | 59 | 20 |
| MENU 4 | 44 | 15 |
| MENU 5 | 30 | 10 |
| TOTAL RESPUESTAS | 295 | 100 |



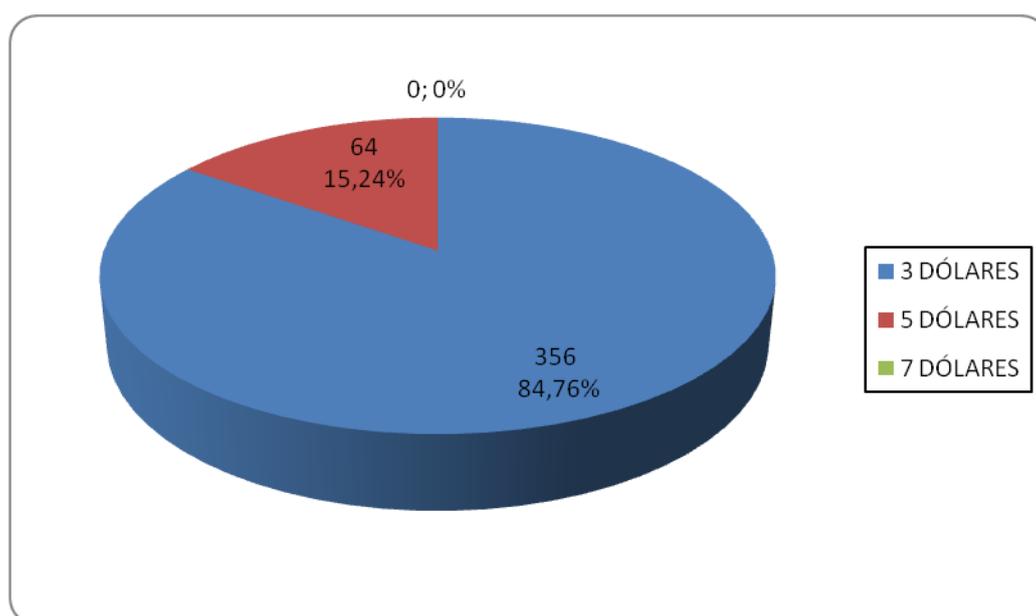
Fuente: Investigación Directa / Autora: Paola Villalba

ANALISIS

Del total de los encuestados, el 40% respondió que prefieren el menú 2, un 15% prefiere el menú 1 y 4, el 20% prefiere el menú 3 y en un menor porcentaje de los turistas prefieren el menú 5.

PESCA DEPORTIVA:

| RESPUESTAS | # | % |
|-----------------------------|------------|------------|
| 3 DÓLARES | 356 | 84,76 |
| 5 DÓLARES | 64 | 15,24 |
| 7 DÓLARES | 0 | 0 |
| TOTAL RESPUESTAS | 420 | 100 |



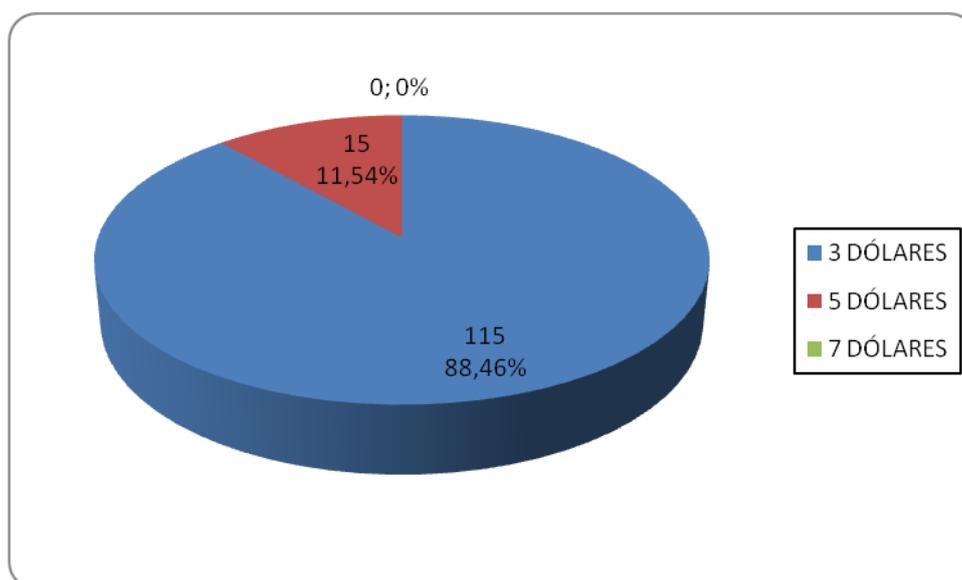
Fuente: Investigación Directa / Autora: Paola Villalba

ANÁLISIS

Los encuestados respondieron que pagarían \$3 por esta actividad, con el 84,76%. El 15,24% respondió que pagaría \$5 por dicha actividad.

MARIPOSARIO:

| RESPUESTAS | # | % |
|-----------------------------|------------|------------|
| 3 DÓLARES | 115 | 88,46 |
| 5 DÓLARES | 15 | 11,54 |
| 7 DÓLARES | 0 | 0,00 |
| TOTAL RESPUESTAS | 130 | 100 |



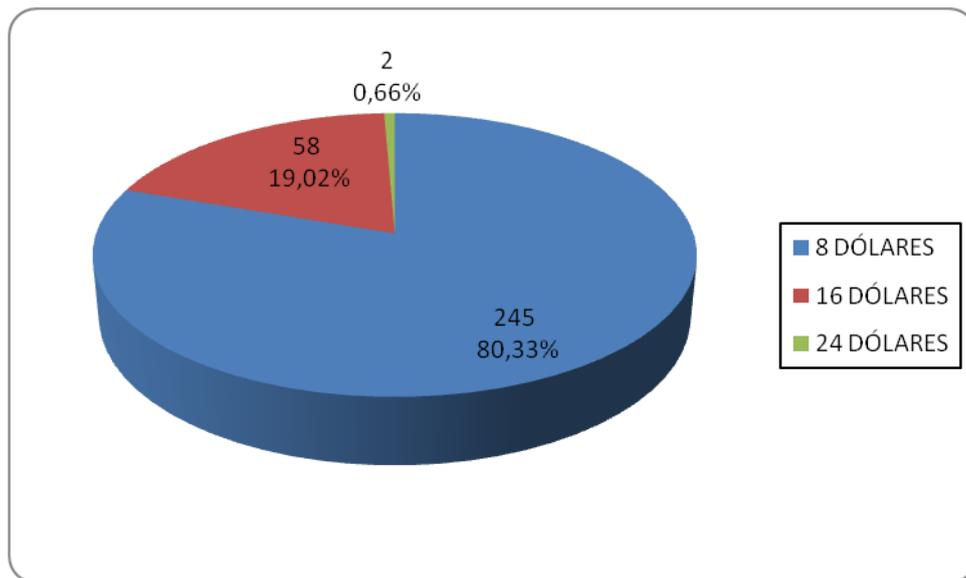
Fuente: Investigación Directa / Autora: Paola Villalba

ANÁLISIS

Para los interesados en utilizar el Mariposario, el 88,46% estaría dispuesto a pagar \$3, mientras que el 11,54% pagaría \$5 por su uso.

CICLISMO:

| RESPUESTAS | # | % |
|-----------------------------|------------|------------|
| 8 DÓLARES | 245 | 80,33 |
| 16 DÓLARES | 58 | 19,02 |
| 24 DÓLARES | 2 | 0,66 |
| TOTAL RESPUESTAS | 305 | 100 |



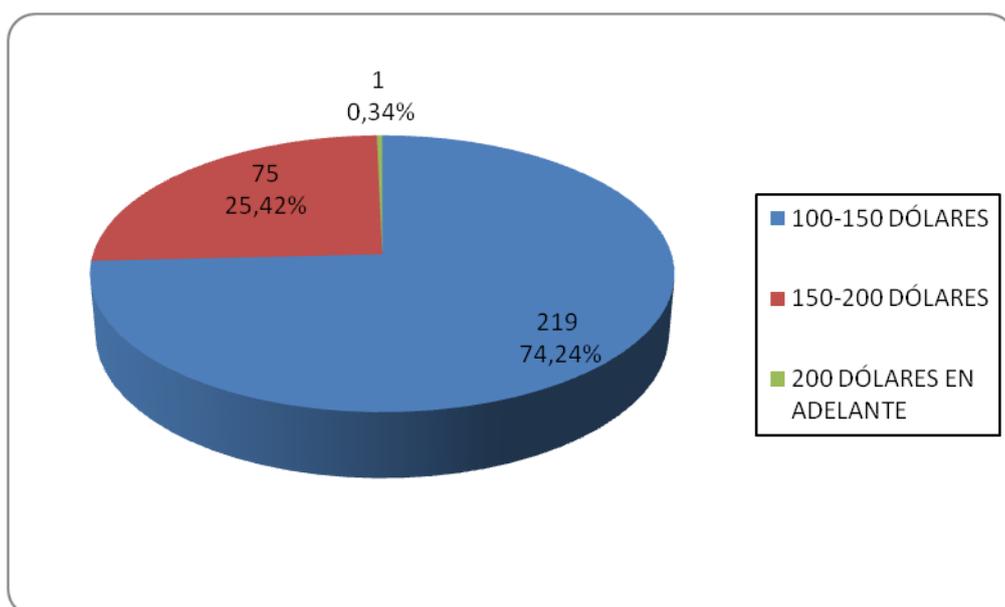
Fuente: Investigación Directa / Autora: Paola Villalba

ANÁLISIS

A las personas que les interesa hacer ciclismo, el 80,33% respondió que pagarían \$8 por dicha actividad, y el 19,02% pagaría \$16 por utilizar las bicicletas. Y un 0,66% pagaría \$24 por dicha actividad.

12) ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un paquete turístico (3 días, 2 noches INCLUYE alimentación, transporte, distracción y alojamiento) a la finca eco-turística "Murialdo" en la provincia de Pastaza?

| RESPUESTAS | # | % |
|-------------------------|------------|------------|
| 100-150 DÓLARES | 219 | 74,24 |
| 150-200 DÓLARES | 75 | 25,42 |
| 200 DÓLARES EN ADELANTE | 1 | 0,34 |
| TOTAL RESPUESTAS | 295 | 100 |



Fuente: Investigación Directa / Autora: Paola Villalba

ANÁLISIS

Los encuestados nacionales respondieron que pagarían de \$100-\$150 por dicho paquete a la Provincia de Pastaza, con un 74,24%. El 25,42% representa a personas que pagarían de \$150-\$200 por el paquete antes mencionado. El 0.34% pagaría de \$2000 en adelante por su estadía en la Amazonía.

3.4.4.3.1.1 SEGMENTACIÓN DEL MERCADO DE TURISTAS NACIONALES

Para la siguiente segmentación del mercado en cuanto a turistas nacionales, se harán en base a distintas variables que se han obtenido en el trabajo de campo. Las siguientes variables que se utilizarán para la segmentación son:

- Segmentación Geográfica
- Segmentación Demográfica
- Segmentación psicográfica
- Segmentación conductual

Para dicha segmentación que escogerá las respuestas que tengan los mayores porcentajes.

GEOGRÁFICA:

RESIDENCIA PORCENTAJE

| | |
|--------|--------|
| QUITO | 64,21% |
| AMBATO | 14,21% |

DEMOGRÁFICA:

Género:

GÉNERO PORCENTAJE

| | |
|-----------|--------|
| FEMENINO | 53,95% |
| MASCULINO | 46,05% |

Edad:

EDAD PORCENTAJE

| | |
|------------|--------|
| 18-24 AÑOS | 38,16% |
| 25-34 AÑOS | 31,58% |

Educación:

EDUCACIÓN PORCENTAJE

| | |
|------------|--------|
| SECUNDARIA | 47,37% |
| SUPERIOR | 30,79% |

Ocupación:

OCUPACIÓN PORCENTAJE

| | |
|------------|--------|
| ESTUDIANTE | 58,15% |
| EMPLEADO | 37,90% |

MOTIVO DE VIAJE PORCENTAJE

| | | |
|--------------------------------|--------------------|--------|
| PSICOGRÁFICA: | TURISMO/VACACIONES | 58,90% |
| | NEGOCIOS | 12,60% |
| <u>Motivo de Viaje:</u> | FAMILIA | 12,88% |

| | | |
|--|--------------------------|-------------------|
| <u>Tiempo de estadía en la Finca:</u> | TIEMPO DE ESTADÍA | PORCENTAJE |
| | 1-3 DÍAS | 63,05% |
| | 4-8 DÍAS | 36,95% |

| | | |
|----------------------------------|--------------------------|-------------------|
| <u>Momento de visita:</u> | MOMENTO DE VISITA | PORCENTAJE |
| | VACACIONES | 39,85% |
| | FERIADOS | 36,50% |
| | FINES DE SEMANA | 23,65% |

| | | |
|---|--------------------|-------------------|
| <u>Alojamiento (precio a pagar por el servicio):</u> | ALOJAMIENTO | PORCENTAJE |
| | 10-15 DÓLARES | 59,32% |
| | 16-25 DÓLARES | 40% |

| | | |
|--|---------------------|-------------------|
| <u>Alimentación (precio a pagar por el servicio):</u> | ALIMENTACIÓN | PORCENTAJE |
| | 4-8 DÓLARES | 88,14% |
| | 9-13 DÓLARES | 11,86% |

| | | |
|-----------------------------------|------------|-------------------|
| <u>Utilización de SPA:</u> | SPA | PORCENTAJE |
| | 10 DÓLARES | 58,75% |
| | 15 DÓLARES | 40% |

| | | |
|----------------------------------|--------------------------|-------------------|
| <u>Caminatas Guiadas:</u> | CAMINATAS GUIADAS | PORCENTAJE |
| | 3 DÓLARES | 80% |
| | 5 DÓLARES | 20% |

| | | |
|--------------------------------|------------------------|-------------------|
| <u>Pesca Deportiva:</u> | PESCA DEPORTIVA | PORCENTAJE |
| | 3 DÓLARES | 84,76% |
| | 5 DÓLARES | 15,24% |

| | |
|--------------------|-------------------|
| MARIPOSARIO | PORCENTAJE |
|--------------------|-------------------|

| | | |
|----------------------------|-----------|--------|
| <u>Mariposario:</u> | 3 DÓLARES | 88,46% |
| | 5 DÓLARES | 11,54% |

| | | |
|-------------------------|-----------------|-------------------|
| <u>Ciclismo:</u> | CICLISMO | PORCENTAJE |
| | 8 DÓLARES | 80,33% |
| | 16 DÓLARES | 19,02% |

| | | |
|--|-------------------|-------------------|
| <u>Valor dispuesto a pagar de paquete turístico 3 días 2 noches a la finca:</u> | PAQUETE | PORCENTAJE |
| | 100-150 DÓLARES | 74,24% |
| | 150-200 DÓLARES | 25,42% |
| | \$200 EN ADELANTE | 0,34% |

CONDUCTUAL:

| | | |
|-------------------------|-----------------|-------------------|
| <u>Compañía:</u> | COMPAÑÍA | PORCENTAJE |
| | FAMILIA | 42,83% |
| | GRUPO | 33,95% |
| | PAREJA | 20,44% |

| | | |
|---------------------------------------|----------------------|-------------------|
| <u>Actividades preferidas:</u> | ACTIVIDADES | PORCENTAJE |
| | PESCA DEPORTIVA | 24,63% |
| | SENDEROS ECOLÓGICOS | 20,23% |
| | OBSERVACIÓN DE FLORA | 15,54% |
| | OBSERVACIÓN DE FAUNA | 14,08% |
| | CICLISMO | 17,89% |
| | MARIPOSARIO | 7,62% |

3.4.4.3.1.2 PERFIL DEL TURISTA NACIONAL

- EL 64,21% de los encuestados proviene de Quito mientras y un 14,21% de Ambato esto quiere decir que se usarán estrategias de marketing enfocándose en este público.
- Personas de 18-34 años, los mismos que son estudiantes y empleados que trabajan en instituciones públicas y privadas son a los que se enfocará más.
- Los turistas estarán dispuestos a comparar un paquete de 3 días 2 noches desde \$100-\$150.
- El viajar en familia o en grupo, es también lo que interesa al turista nacional, y su tiempo de estadía sería de 1-3 días.

3.4 COMPONENTES DEL MERCADO

3.5.1 ANÁLISIS DE LA OFERTA

DEFINICIÓN:

“La oferta es la cantidad de bienes o servicios que las empresas u organizaciones están dispuestas a vender en el mercado a un precio determinado y en un momento determinado.

3.5.2 OFERTA ACTUAL

Hace algunos años atrás, la provincia de Pastaza no era catalogada como un destino turístico, principalmente porque las vías de acceso no estaban en buenas condiciones. En los últimos años se ha ido desarrollando el turismo, tanto en la provincia como en el cantón Pastaza. Los siguientes cuadros muestran la oferta actual de la parroquia urbana de Puyo, la misma que está más cercana al lugar en el cual se va a implementar el proyecto turístico. Cabe recalcar que se ha obtenido los datos de la parroquia Puyo, ya que en la parroquia de Fátima, a la que pertenece la comunidad Murialdo, no existe ninguna clase de oferta turística. Estos datos se los ha obtenido del catastro 2007 del Ministerio de Turismo.

ALOJAMIENTO:

| PARROQUIA PUYO AÑO 2007 | | | | | | | | | | | | |
|-------------------------|-----------|------------|------------|-----------|------------|------------|-----------|------------|------------|-----------|------------|-------------|
| CATEGORÍAS | PRIMERA | | | SEGUNDA | | | TERCERA | | | TOTAL | | |
| | NO. | HAB. | PLAZ. |
| HOTEL | 1 | 35 | 88 | 3 | 90 | 214 | 1 | 30 | 80 | 5 | 155 | 382 |
| HOTEL RESIDENCIA | | | | | | | 1 | 32 | 44 | 1 | 32 | 44 |
| HOSTAL | 8 | 91 | 257 | 1 | 12 | 26 | 3 | 46 | 102 | 12 | 149 | 385 |
| HOSTAL RESIDENCIA | 1 | 18 | 44 | 3 | 54 | 130 | 3 | 43 | 55 | 7 | 115 | 229 |
| CABAÑA | 1 | 20 | 50 | 1 | 20 | 50 | 2 | 5 | 45 | 4 | 45 | 145 |
| PENSION | 1 | 6 | 12 | | | | 4 | 26 | 50 | 5 | 32 | 62 |
| HOSTERIA | 3 | 46 | 145 | 3 | 113 | 253 | 1 | 18 | 32 | 7 | 177 | 430 |
| MOTEL | | | | | | | 2 | 13 | 20 | 2 | 13 | 20 |
| TOTAL | 15 | 216 | 596 | 11 | 289 | 673 | 17 | 213 | 428 | 43 | 718 | 1697 |

FUENTE: Gerencia Regional Amazónica

| OFERTA MESAS/PLAZAS 2007 | | | | | | | | | |
|--------------------------|------------|------------|------------|------------|-----------|------------|------------|-------------|--|
| CATEGORIAS | PRIMERA | | SEGUNDA | | TERCERA | | TOTAL | | |
| | MESAS | PLAZ. | MESAS | PLAZ. | MESAS | PLAZ. | MESAS | PLAZ. | |
| HOTEL | 10 | 40 | 13 | 52 | 6 | 24 | 29 | 116 | |
| HOSTAL | 70 | 208 | 8 | 32 | 28 | 104 | 106 | 344 | |
| CABAÑA | 12 | 48 | | | 21 | 84 | 33 | 132 | |
| PENSION | 8 | 16 | | | 15 | 60 | 23 | 76 | |
| HOSTERIA | 78 | 312 | 110 | 440 | 8 | 20 | 196 | 772 | |
| MOTEL | | | | | | | | | |
| TOTAL | 178 | 624 | 131 | 524 | 78 | 292 | 387 | 1440 | |

FUENTE: Gerencia Regional Amazónica

AGENCIAS DE VIAJES:

| AGENCIAS DE VIAJES | | | |
|--------------------|--------------------------------------|--------------------------------------|-----------|
| | AGENCIAS DE VIAJES | REPRESENTANTE | CATEGORÍA |
| 1 | CORAZON DE LA AMAZONIA CORAMAZTURIS | CORAZON DE LA AMAZONIA CORAMAZTURIS | DUALIDAD |
| 2 | TOURISVEJAR | TOURIS VEJAR CIA. LTDA. | OPERADORA |
| 3 | AMAZONIA TOURING | AMAZONIA TOURING CIA. LTDA. | OPERADORA |
| 4 | BARRENO & MERINO EXPEDITIONS | BARRENO & MERINO EXPEDITIONS S.A. | OPERADORA |
| 5 | COKA TOURS | COKATOURS CIA. LTDA. | OPERADORA |
| 6 | DAAYME EXPEDITIONS | DAAYME EXPEDITIONS CIA. LTDA | OPERADORA |
| 7 | EXPEDICIONES EL PIGUAL | EXPEDICIONES EL PIGUAL CIA. LTDA. | OPERADORA |
| 8 | PAPANGU OPERADORA TURISMO ECOL. | PAPANGU OPERADORA TURISMO ECOLOGICO | OPERADORA |
| 9 | SARAYAQUILLO EXPEDICIONES CIA. LTDA. | SARAYAQUILLO EXPEDICIONES CIA. LTDA. | OPERADORA |
| 10 | TURISMO NAVEDA SANTOS | TURISMO NAVEDA SANTOS S.A | OPERADORA |

3.5.1.1 OFERTA FUTURA

Con los datos obtenidos de la oferta histórica, se hace la proyección de la oferta, la misma que se puede observar a continuación:

PROYECCION DE LA OFERTA FUTURA

| Años | Yi | X | x =X-X | X*Y | Y-Y | X² |
|--------------|--------------|-----------|---------------|-------------|------------|----------------------|
| 2003 | 1.110 | - | 4,0 | 2348 | 587 | 16 |
| 2004 | 1.130 | 1 | 3,0 | 1701 | 567 | 9 |
| 2005 | 1.170 | 2 | 2,0 | 1054 | 527 | 4 |
| 2006 | 1.520 | 3 | 1,0 | 177 | 177 | 1 |
| 2007 | 1.697 | 4 | - | 0 | - | - |
| TOTAL | 6.627 | 10 | | 5280 | 1.858 | 30,0 |

Fuente: Investigación Directa / Autora: Paola Villalba

| AÑOS | OFERTA FUTURA |
|-------------|----------------------|
| 2008 | 6.803,00 |
| 2009 | 8.128,40 |
| 2010 | 9.453,80 |
| 2011 | 10.779,20 |
| 2012 | 12.104,60 |
| 2013 | 13.430,00 |
| 2014 | 14.755,40 |
| 2015 | 16.080,80 |
| 2016 | 17.406,20 |
| 2017 | 18.731,60 |
| 2018 | 20.057,00 |

Fuente: Investigación Directa / Autor: Luís Alberto Arias Burgos

3.5.2 ANÁLISIS DE LA DEMANDA

3.5.2.1 DEMANDA HISTÓRICA

TURISTA NACIONAL:

A continuación se puede observar el cuadro en el que se establece la demanda histórica del cantón Pastaza. Se puede concluir que en los años 2003 -2004, la demanda ha incrementado en un 13.64%. Lamentablemente desde el año 2004-2005 ha disminuido en un 7.51% la demanda. Pero ya en el año 2006 se incrementó la actividad turística en un 50% de los turistas nacionales.

| Años | No Turistas | % CRECIMIENTO |
|--------------|--------------------|--------------------------|
| 2003 | 13625 | |
| 2004 | 15777 | 13,64 |
| 2005 | 14591 | -7,51 |
| 2006 | 29182 | 50 |
| TOTAL | 73175 | |

Fuente: Investigación Directa / Autor: Luís Alberto Arias Burgos

3.5.2.2 ANÁLISIS DE LA DEMANDA ACTUAL

Para analizar acerca de la demanda actual de los turistas tanto nacionales como extranjeros, es necesario tener estadísticas actuales, lo cual ha sido difícil ya que no se ha podido recoger dicha información debido a que los organismos pertinentes no poseen esta información. A continuación se analizará la demanda y oferta futura con los datos que se han logrado obtener y analizar.

ANÁLISIS DE LA DEMANDA

| AÑOS | TURISTAS PROYECTADOS | TASA DE CRECIMIENTO | % DE CRECIMIENTO | ACEPTACIÓN AL SERVICIO | OFERTA | % A CUBRIR |
|-------------|---------------------------------|--------------------------------|-----------------------------|-----------------------------------|---------------|-----------------------|
| 2012 | 52407,5 | 0,09 | 9 | 40353,78 | 48 | 0,12 |
| 2013 | 56956 | 0,08 | 8 | 43856,12 | 48 | 0,11 |
| 2014 | 61504,5 | 0,07 | 7 | 47358,47 | 48 | 0,10 |
| 2015 | 66053 | 0,07 | 7 | 50860,81 | 48 | 0,09 |
| 2016 | 70601,5 | 0,06 | 6 | 54363,16 | 48 | 0,09 |
| 2017 | 75150 | 0,06 | 6 | 57865,50 | 48 | 0,08 |
| 2018 | 79698,5 | 0,06 | 6 | 61367,85 | 48 | 0,08 |
| 2019 | 84247 | | | | | |

Fuente: Investigación Directa / Autor: Luís Alberto Arias Burgos

3.5.2.3 BALANCE DE LA OFERTA Y DEMANDA

En el siguiente cuadro se puede observar la proyección de los turistas y se concluye que existe un incremento del porcentaje del crecimiento de la demanda. Al analizar los resultados de las encuestas, lo que los turistas quieren encontrar en dicha finca, la mayoría respondió que están interesados en que haya un servicio de alojamiento, razón por la cual se decidió hacer cabañas con una capacidad para cuarenta y ocho personas.

Si se analiza esto con el porcentaje de aceptación al servicio por parte de la demanda proyectada, se concluye que para el primer año 2009 que operaría la hostería se estaría cubriendo un 6,4% de la demanda, siendo así un porcentaje razonable para el funcionamiento del lugar.

BALANCE OFERTA DEMANDA

| AÑOS | TURISTAS NACIONALES PROYECTADOS | TOTAL DE TURISTAS | OFERTA PROYECTADA | % DE CRECIMIENTO | ACEPTACION AL SERVICIO | PORCENTAJE A CUBRIR | |
|------|---------------------------------|-------------------|-------------------|------------------|------------------------|---------------------|----|
| 2009 | 43.311 | 47032 | 8128 | | 30344 | 6,4% | 20 |
| 2010 | 47.859 | 51597 | 9454 | 9,71 | 32872 | 7,4% | 25 |
| 2011 | 52.408 | 56163 | 10779 | 8,85 | 35399 | 8,2% | 30 |
| 2012 | 56.956 | 60729 | 12105 | 8,13 | 37927 | 10,3% | 35 |
| 2013 | 66.053 | 69860 | 13430 | 15,04 | 44015 | 10,0% | 40 |
| 2014 | 70.602 | 74426 | 14755 | 6,54 | 46543 | 10,0% | 45 |
| 2015 | 70.602 | 74426 | 16081 | 0,00 | 45509 | 10,3% | 48 |
| 2016 | 75.150 | 78992 | 17406 | 6,13 | 48037 | 9,7% | 48 |
| 2017 | 79.699 | 83557 | 18732 | 5,78 | 50564 | 9,2% | 48 |
| 2018 | 84.247 | 88123 | 20057 | 5,46 | 53091 | 8,8% | 48 |

Fuente: Investigación Directa / Autor: Luís Alberto Arias Burgos

Con estos resultados se puede calcular la participación de la empresa:

Participación de la empresa= aceptación del servicio/ total de turistas proyectados

$$= 30344/47032$$

$$= 0,78\%$$

CAPÍTULO IV

PLAN DE MARKETING

Resulta fundamental tener un plan de marketing, especialmente para proyectos nuevos como es este. Desarrollar una estrategia de marketing de éxito, buscar oportunidades para vender productos y servicios y llegar de un modo más eficaz a los clientes actuales y potenciales no son tareas fáciles.

A continuación se hará un plan de marketing en el cual se detallará la estructura del mismo para poder efectuarlo.

4.1 DEFINICIÓN DE MARKETING

Es la disciplina que se preocupa de estudiar, teorizar y dar soluciones sobre los mercados, los clientes o consumidores (sus necesidades, deseos y comportamiento) y sobre la gestión del mercadeo (o gestión comercial) de las organizaciones (principalmente las empresas, pero no de forma exclusiva). Su objetivo fundamental es retener a los clientes mediante la satisfacción de sus necesidades.

El plan de marketing es la herramienta básica de gestión que debe utilizar toda empresa orientada al mercado que quiera ser competitiva. En su puesta en marcha quedarán fijadas las diferentes actuaciones que deben realizarse en el área del marketing, para alcanzar los objetivos marcados.

4.2 OBJETIVOS

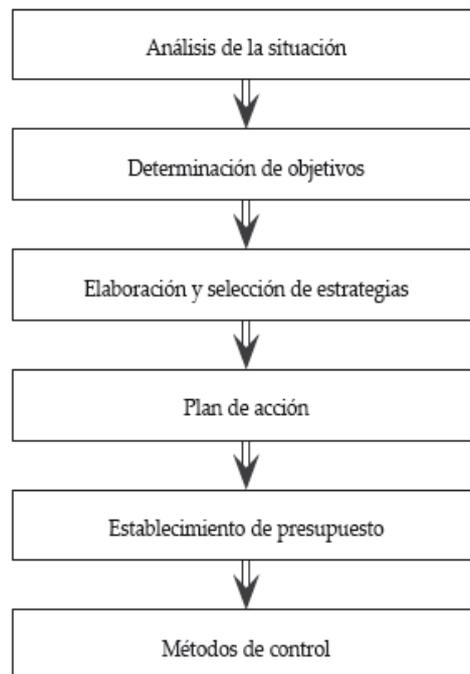
- Desarrollar un plan de marketing.
- Determinar las ventajas comparativas y competitivas.
- Determinar las estrategias de posicionamiento de servicios y actividades turísticas pertenecientes al proyecto que se implementará.

4.3 ESTRUCTURA DEL PLAN DE MARKETING

No se puede facilitar un programa estándar para la realización del plan de marketing; ya que las condiciones de elaboración que le dan validez son variadas y responden, por lo general, a diferentes necesidades de las empresas.

En el siguiente cuadro se describen las etapas del plan de marketing que se aplicará en este proyecto.

DISTINTAS ETAPAS PARA LA ELABORACIÓN DE UN PLAN DE MARKETING



Para poder efectuar un plan de marketing exitoso, es necesario contar con todos sus elementos, para poder así esperar resultados positivos favorables para la nueva empresa.

4.3.1 RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto de realizar un Plan de Marketing, se diseñó específicamente para poder aplicar a un servicio que se está lanzando al mercado, y necesita las pautas para poder competir en el mercado, en este proyecto se habla de una serie de procesos de cómo realizar un plan de marketing desarrollando los procesos fundamentales que debe tener un buen plan de mercado que son : Análisis de la situación, establecer una serie de objetivos, luego a pasar a desarrollar estrategias y programas de marketing y por ultimo lograr brindar una buena coordinación y un excelente modo de controlar las actividades del servicio.

En el análisis de la situación, se estudio en manera global todo lo que respecta al mercado y su ambiente externo e interno, ya que mediante este proceso la empresa d Hotel Ecologico Encanto Amazonico, va poder establecer sus prioridades a largo plazo en relación con su servicio distribuido en el mercado.

De igual manera se establecieron una serie de objetivos para poder guiarse en lo que se va a tener que llegar aplicando el plan de marketing, una serie de programas que servirán de complemento para cada objetivo, y así poder cumplir sus objetivos trazados por parte de la empresa de servicios.

Se aplicarán estrategias con el fin de considerar las decisiones de marketing y de la manera como estas pueden afectar a la demanda de los servicios de esta empresa, aplicando acciones en los precios, tal vez una modificación de campaña de publicidad o un establecimiento de promociones especiales dirigidos al cliente, ya que permitirán una serie de planes que significar el impacto de la empresa de servicios que esperan alcanzar con el aumento de su demanda.

4.3.2. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN

Por encima de cualquier objetivo de mercado estará la misión de la empresa, su definición vendrá dada por la alta dirección, que deberá indicar cuáles son los objetivos corporativos, esto es, en qué negocio estamos y a qué mercados debemos dirigirnos. Éste será el marco general en el que debemos trabajar para la elaboración del plan de marketing y es por esta razón que a continuación esa el análisis del ambiente interno.

4.3.2.3. COMPETENCIA

Directa:

Es necesario saber que dentro de la parroquia de Fátima no existe ninguna clase de competencia ya que este lugar no es muy conocido turísticamente.

El único lugar que se podría tomar en cuenta como competencia directa es la hostería Safari, que queda en la vía Puyo-Tena pero que no influirá mucho ya que el sector en donde se implementará el proyecto está situado a treinta minutos de ahí.

FODA DE LA COMPETENCIA DIRECTA HOSTERÍA SAFARI

| | |
|--|--|
| Fortalezas <ul style="list-style-type: none">➤ Cuenta con diez años de experiencia.➤ Buena infraestructura.➤ Personal capacitado.➤ Comodidad y seguridad.➤ Eficacia y eficiencia.➤ Clientes fijos.➤ Atractivos turísticos cercanos al lugar del proyecto. | Oportunidades <ul style="list-style-type: none">➤ Situado cerca de la carretera.➤ Brindar fuentes de trabajo al sector.➤ Vías de acceso en buen estado. |
| Debilidades <ul style="list-style-type: none">➤ Falta de publicidad tanto turística como comercial.➤ Falta de promoción tanto turística como comercial. | Amenazas <ul style="list-style-type: none">➤ Existen varias compañías indirectas que son competentes.➤ La falta de promoción turística de los atractivos de la zona. |

Indirecta:

Dentro del cantón existen varios lugares como hosterías que brindan los servicios establecidos. Cabe recalcar que existen un gran número especialmente en la ciudad de Puyo y sus alrededores.

FODA DEL Hotel Ecológico Encanto Amazónico

| | |
|---|--|
| Fortalezas <ul style="list-style-type: none">➤ Personal capacitado.➤ Actividades recreacionales➤ Capacitación constante del personal➤ Se iniciará con precios accesibles para entrar al mercado.➤ La calidad de la construcción preserva el medio ambiente.➤ Se desarrollará el turismo del sector.➤ La comunidad Murialdo se beneficiará. | Oportunidades <ul style="list-style-type: none">➤ Está situado en la región amazónica.➤ Posee gran cantidad de atractivos naturales en el área del proyecto.➤ El crecimiento del turismo a la provincia de Pastaza.➤ Existe poca competencia en el sector donde se implementará el proyecto. |
| Debilidades <ul style="list-style-type: none">➤ No existe experiencia en el mercado.➤ Posicionamiento de la competencia.➤ La competencia ofrece servicios similares a los que se quiere implementar. | Amenazas <ul style="list-style-type: none">➤ Existen varias compañías indirectas que ya están consolidadas dentro del mercado.➤ No hay promoción turística del sector.➤ La gente del sector no está capacitada para el desarrollo del turismo. |

4.3.3 DETERMINACIÓN DE OBJETIVOS

Los objetivos constituyen un punto central en la elaboración del plan de marketing, ya que todo lo que les precede conduce al establecimiento de los mismos y todo lo que les sigue conduce al logro de ellos. Los objetivos en principio determinan numéricamente dónde queremos llegar y de qué forma; éstos además deben ser acordes al plan estratégico general, un objetivo representa también la solución deseada de un problema de mercado o la explotación de una oportunidad.

Objetivos:

- Cumplir las necesidades básicas en los cinco años siguientes para alcanzar un crecimiento sostenido del 10% anual sobre su capital.

-Implantar un plan de mejoramiento continuo del servicio y capacitación de todo el personal existente, dicho plan se basará en: satisfacción de necesidades de los clientes y corporativos, evaluación y cumplimiento de los compromisos adquiridos tanto a nivel local como nacional.

-Fomentar el turismo a través de este nuevo servicio satisfactor de necesidades.

-Promocionar oportuna y eficientemente este nuevo servicio en todo el territorio nacional y al extranjero también.

4.3.4. ESTRATEGIAS QUE SE UTILIZARÁN

Las estrategias son los caminos de acción de que dispone la empresa para alcanzar los objetivos previstos; cuando se elabora un plan de marketing éstas deberán quedar bien definidas para alcanzar la mayor rentabilidad a los recursos comerciales asignados por la compañía.

El proceso a seguir para elegir las estrategias se basa en:

- La definición del público objetivo (*target*) al que se desee llegar.
- El planteamiento general y objetivos específicos de las diferentes variables del marketing (producto, comunicación, fuerza de ventas, distribución...)
- La determinación del presupuesto en cuestión.
- Conseguir un mejor posicionamiento en buscadores.
- Eliminar los productos menos rentables.
- Modificar productos.
- Ampliar la gama.
- Apoyar la venta de los más rentables.
- Centrarnos en los canales más rentables.
- Apoyar la venta de productos.
- Cerrar las delegaciones menos rentables.

- Apoyar el punto de venta.
- Modificar los canales de distribución.
- Mejorar la eficiencia de la producción.
- Modificar los sistemas de entrega.
- Retirarse de algunos mercados seleccionados.
- Especializarse en ciertos productos o mercados.

Si se desea ser consecuente con las estrategias seleccionadas, tendrá que elaborarse un plan de acción para conseguir los objetivos propuestos en el plazo determinado.

4.3.4.1 MIX DEL MARKETING

Las diferentes tácticas que se utilicen en el mencionado plan estarán incluidas dentro del *mix* del marketing, ya que se propondrán distintas estrategias específicas combinando de forma adecuada las variables del marketing.

4.3.4.1.1 ESTRATEGIAS DEL PRODUCTO:

Producto, desde el punto de vista comercial, es cualquier cosa que puede ser ofrecida al mercado para su compra, para su utilización o para su consideración. Es cualquier bien, servicio o idea capaz de motivar y satisfacer a un comprador.

Constituye el núcleo de la gestión, y es el elemento más importante de la estrategia de marketing en torno al cual se diseñaran el resto de las estrategias.

En este caso se lanzará un nuevo producto al mercado, basado en paquetes turísticos de 3 días, 2 noches (todo incluido) y de 5 días, 4 noches (todo incluido) a un nuevo destino turístico dentro de la provincia de Pastaza.

A continuación se observan los paquetes turísticos que se lanzarán al mercado.

PAQUETE #1
DESCUBRE PASTAZA

**U\$D 120 POR
PERSONA**

Quito-Puyo-Quito/ 3 días, 2 noches

Incluye :

2 noches de alojamiento en habitaciones dobles, triples y familiares, excursiones, alimentación (todas las comidas). No incluye las bebidas fuera de las comidas ni bebidas alcohólicas.

Primer día:

Salida de Quito a las 8h00 am con destino final Puyo, cruzando toda la Sierra Central por la avenida de los volcanes. A partir de Baños nos introducimos en la ruta de los túneles, en la cual se podrá observar orquídeas, ríos y cascadas que adornan el corredor del cañón del Río Pastaza.

Llegada al sector de San Pedro. Aquí se cruzará en tarabita el río Pastaza para admirar la cascada Manto de la Novia. Y más adelante en Río Verde, parroquia del cantón Baños, provincia de Tungurahua, se disfrutará de un almuerzo con vista a la cascada Pailón del Diablo.

Continuando con el viaje hacia Puyo, se seguirá admirando el paisaje único de llegada a la Amazonia bordeando el valle del río Pastaza.

A las 15:00 los turistas visitarán la Casa del Árbol.

Llegada a la finca eco turística, registro y recibimiento con un refresco de bienvenida, Cena y Alojamiento.

Segundo día:

Desayuno. A las 8h00 de la mañana salida para un día completo de aventura. Se comenzará el recorrido en los senderos de la finca al igual podrán utilizar las instalaciones de la finca.



A las 13:00 se les dará el almuerzo y después de eso se los trasladará a Zocriadero de Fátima en el cual podrán observar animales del oriente ecuatoriano. A continuación se los trasladará a la capital de la Provincia en donde podrán caminar y conocer esta maravillosa ciudad.

A las 18:00 se retornará a la Hostería. Cena y alojamiento.

A las 20:00 los turistas podrán disfrutar de una noche de bohemia con una fogata que se llevará a cabo en el área de las hamacas de la finca.

Tercer día

A las 8:00 se ofrecerá el desayuno y a continuación podrán pescar su almuerzo en la laguna. Se disfrutará de un delicioso almuerzo, producto de su esfuerzo.

Check out y salida hacia Quito visitando al paso la Casa de la Balsa: tienda de artesanías elaboradas por indígena de la provincia.

PAQUETE #2
PASTAZA ENCANTADOR

Quito-Puyo-Quito/ 5 días, 4 noches

Aire puro, tranquilidad, paz, sana alimentación, excursiones y medicina natural antiestrés.

Incluye:

5 noches de alojamiento, alimentación (todas las comidas). No incluye las bebidas fuera de las comidas ni bebidas alcohólicas.

Primer día:

Llegada a la finca eco turística registro y recibimiento con un refresco de bienvenida, Cena y Alojamiento.

Segundo día

A las 9h00 se ofrecerá un exquisito desayuno. A si mismo los huéspedes podrán tener uso de las instalaciones de la finca.

Almuerzo y un pequeño descanso.

Por la tarde será hora de caminar visitando el hermoso Jardín Botánico las Orquídeas, donde existen plantas medicinales, maderables, comestibles, orquídeas, bromelias, anturios y diversidad de aves, caripapas, racoles, peces e insectos.

De regreso a la Hostería puede hacer uso de las instalaciones.
Cena y alojamiento

**USD 200 POR
PERSONA**



Tercer día:

Desayuno

A las 10h00 de la mañana, se saldrá en bicicleta desde la finca hasta Fátima en donde se visitará el Zoológico de Fátima para observar animales de la zona. A continuación se trasladarán a los visitantes a la capital de la provincia en donde pasearán por el barrio Obrero y almorzarán degustando de los famosos ceviches volqueteros.

Tiempo libre por la tarde y noche.

Cena y alojamiento

Cuarto día

A las 8h00 desayuno. A continuación se trasladarán a los turistas a HOLA VIDA en donde después de una caminata podrán llegar a la cascada y darse un baño refrescante. Retorno a la capital Puyo y podrán disfrutar de un delicioso almuerzo.

Regreso a la hostería. Por la tarde, tiempo libre
Cena y alojamiento

Quinto día

Desayuno y check out. 10h00 retorno a la ciudad de origen visitando al paso la Casa de la Balsa; tienda de artesanías elaboradas por indígenas de nuestra provincia

4.3.4.1.2 ESTRATEGIAS DE PRECIO:

Se denomina precio al valor monetario asignado a un bien o servicio.

Conceptualmente, se define como la expresión del valor que se le asigna a un producto o servicio en términos monetarios y de otros parámetros como esfuerzo, atención o tiempo.

El precio no es solo dinero e incluso no es el valor propiamente dicho de un producto (tangible) o de un servicio (intangibles), sino un conjunto de percepciones y voluntades a cambio de ciertos beneficios reales o percibidos como tales.

Los precios que se tomarán en cuenta en esta variable del Marketing Mix vienen del estudio de mercado realizado a turistas nacionales y extranjeros cuyo resultado ha sido que la mayoría compraría un paquete turístico de 3 días, 2 noches (todo incluido) a un precio accesible de \$120.

Comparando con los precios que oferta la competencia como son: Hostería Safari, Madre Selva, y Monte Selva, que están cobrando una aproximado de 45 dólares diarios, se ha llegado a la conclusión que este es un precio competitivo para entrar al mercado y tener resultados positivos.

Existen varias estrategias de precios que son importantes para poder introducir un nuevo producto o servicio al mercado.

Estrategias de fijación de precios de productos nuevos

Las estrategias con las cuales se establecen los precios de los productos varían según la fase del ciclo de vida que esté atravesando el producto. Durante la introducción del producto al mercado es cuando se produce el proceso más difícil.

En este caso, se quiere introducir un nuevo producto al mercado y es por esa razón se utilizará la siguiente estrategia de precio:

- Estrategia de buen valor: introduce un producto de alta calidad a un precio accesible

Al usar esta estrategia se estaría también aplicando la estrategia para penetrar en el mercado, fijando así un precio bajo para así atraer la mayor cantidad de compradores posibles y con lograr una importante participación dentro del mismo.

Al tener, entonces, un elevado volumen de ventas, los costos, por ende, serán inferiores, lo que puede permitir disminuir aún más el precio.

En este momento se puede analizar las tarifas que se están lanzando al mercado, lo cual están elevadas para el precio que se quiere aplicar. Otro ejemplo de que los precios que oferta la competencia son elevados es PUYO TRAVEL, que ofrece un paquete de 2 días, 1 noche a \$120.

4.3.4.1.3 ESTRATEGIA DE PLAZA:

Plaza o distribución es donde se va a comercializar el producto o servicio que se ofrece.

La estrategia de plaza involucra a tres elementos fundamentales los cuales son:

- Canales de distribución.
- Intermediario

- Distribución del producto o servicio

A continuación se describe la estrategia de plaza que se utilizará dentro de este proyecto:

CANALES DIRECTOS DE DISTRIBUCIÓN

En la actualidad la innovación de la tecnología ha permitido el desarrollo empresarial a nivel mundial creando nuevas alternativas de comunicación, promoción y ventas a través de una gran fuente globalizada denominada Internet a la cual pueden acceder todo tipo de personas en busca de información, bienes, servicios, etc.

Se creará una página web a través de la cual se mantendrá el contacto entre los usuarios de la hostería y el personal de la hostería, se brindará información actualizada en cuanto a precios, disponibilidad, servicios que ofrece la hostería, paquetes turísticos entre otros medios de información que el cliente necesita saber para poder contratar un servicio.

CANALES INDIRECTOS DE DISTRIBUCIÓN

Para obtener una mayor cobertura del mercado turístico a nivel nacional es necesario el apoyo de varias entidades que hacen posible el desarrollo de la industria turística; es por esto que se realizarán convenios de cooperación a través de los cuales podremos ofrecer y promocionar los servicios que brindará la Hostería Ecológica Pungo Sacha.

Para la ejecución de esta estrategia la hostería ecológica suscribirá convenios con:

AGENCIAS DE VIAJES.- Las mismas que nos permitirán la comercialización de nuestros servicios brindando información detallada a turistas nacionales y extranjeros que requieran de los mismos. A través de estas agencias los turistas podrán realizar reservaciones o compras de servicios.

La hostería contará con una agencia de viajes ubicada en las ciudad de Quito y la comisión que se les pagará a las mismas por la prestación de sus servicios será del 10% del valor normal.

□ MUNICIPALIDAD DEL CANTÓN PASTAZA.- La hostería ofrecerá a los señores Alcalde y Vice Alcalde y a sus familias los denominados "Fam Trips" (Viajes de Familiarización) con el fin de que ellos conozcan nuestro servicio y lo promocionen en su municipalidad a través de enlaces o links en su página web.

Para poder ingresar al mercado con los productos que se quiere ofertar, es necesario tener en claro al mercado que se quiere llegar. En este caso, se quiere ofertar al mercado nacional y extranjero:

Turista Nacional y Extranjero:

Se logrará captar al mercado vendiendo los paquetes turísticos a agencias de turismo mayoristas, operadoras de turismo y agencias minoristas, ofreciéndoles un porcentaje de comisión por cada paquete que se venda y utilizando promociones.

4.3.4.1.4 ESTRATEGIAS PROMOCIÓN:

Las cuatro principales herramientas promocionales son las que se describen a continuación:

. **Publicidad:** Cualquier forma pagada de presentación y promoción no personal de ideas, bienes o servicios por un patrocinador bien definido. Es aquí donde se promocionarán los tours creando una página web Además se usarán trípticos, folletos, gigantografías, para dicha publicidad.

. **Promoción de ventas:** Incentivos de corto plazo para alentar las compras o ventas de un producto o servicio.

Paquetes promocionales (o descuentos): Precios rebajados directamente por el fabricante en la etiqueta o el paquete. Esto quiere decir que por diez pasajeros va uno gratis, etc.

Los incentivos que se pueden ofrecer son: bonos, vales de descuento, sorteos de paquetes turísticos entre otros, con esto se logrará captar la atención de los clientes para que conozcan el servicio de la hostería y lo utilicen. Para lograr atraer un mayor número de consumidores se aplicarán dos tipos de promociones:

Promoción para la fuerza de ventas.- promoción de ventas concebidas para motivar a la fuerza de ventas y conseguir que los esfuerzos de ventas del grupo resulten más eficaces.

- . **Relaciones públicas:** La creación de buenas relaciones con los diversos públicos de una compañía, la creación de una buena "imagen de corporación", y el manejo o desmentido de rumores, historias o acontecimientos negativos.
- . **Ventas personales:** Presentación oral en una conversación con uno o más compradores posibles con la finalidad de realizar una venta, es así cómo el personal será capacitado para dicha actividad.

4.4 POLÍTICA DE PRECIOS

Es necesario saber en qué se basarán los precios de los servicios que se brindará al visitante.

- ✧ Es indispensable analizar los precios de la competencia para realizar los ajustes o cambios necesarios en nuestros precios.

- ✧ En la actividad turística existen temporadas altas y bajas por lo mismo que se analizarán para variar los precios haciéndolos más accesibles al visitante.

Se otorgarán descuentos o cortesías de productos en caso de:

- ✧ Promociones
- ✧ Demoras en servicios
- ✧ Accidentes en la prestación de servicios (derrames de comida)
- ✧ Inconformidad de servicios en cuanto a alimentación.

4.4.1 FIJACIÓN DE PRECIOS

Una empresa no sólo debe ir en busca de obtener ganancias sino también debe ir en busca de la satisfacción de sus clientes ofertando precios accesibles y al mismo tiempo ofreciendo servicios de calidad. Es por ésta razón que se han fijado los siguientes precios por cada paquete turístico:

- Paquete turístico de 3 días, 2 noches (todo incluido) \$120
- Paquete turístico de 5 días, 4 noches (todo incluido) \$200

4.4.2 POLÍTICA DE PAGO

La hostería ecológica "PUNGO SACHA" brindará al cliente facilidades de pago con las siguientes tarjetas de crédito:

- ✧ American Express
- ✧ Diners Club
- ✧ Master Card
- ✧ Pacificard
- ✧ Visa

Para acceder a este servicio no existirá un monto mínimo de consumo.

4.5 ESTABLECIMIENTO DEL PRESUPUESTO PARA LA PUBLICIDAD

Una vez que se sabe qué es lo que hay que hacer, sólo faltan los medios necesarios para llevar a cabo las acciones definidas anteriormente. Esto se materializa en un presupuesto, cuya secuencia de gasto se hace según los programas de trabajo y tiempo aplicados. Para que la dirección general apruebe el plan de marketing, deseará saber la cuantificación del esfuerzo expresado en términos monetarios, por ser el dinero un denominador común de diversos recursos, así como lo que lleva a producir en términos de beneficios, ya que a la vista de la cuenta de explotación provisional podrá emitir un juicio sobre la viabilidad del plan o demostrar interés de llevarlo adelante. Después de su aprobación, un presupuesto es una autorización para utilizar los recursos económicos. No es el medio para alcanzar un objetivo, ese medio es el programa.

| Descripción | Unidad de Medida | Cantidad | Valor Unitario | Valor Total Mensual | Valor Total Anual |
|-------------|------------------|----------|----------------|-----------------------|-------------------|
| Trípticos | Millar | 1 | 800,0 | 66,7 | 800,0 |
| Afiches | Millar | 1 | 800,0 | 66,7 | 800,0 |
| Página Web | Unidad | 1 | 900,0 | 75,0 | 900,0 |
| | | | | Subtotal | 2.500,0 |
| | | | | Imprevistos 2% | 50,0 |
| | | | | Total | 2.550,0 |

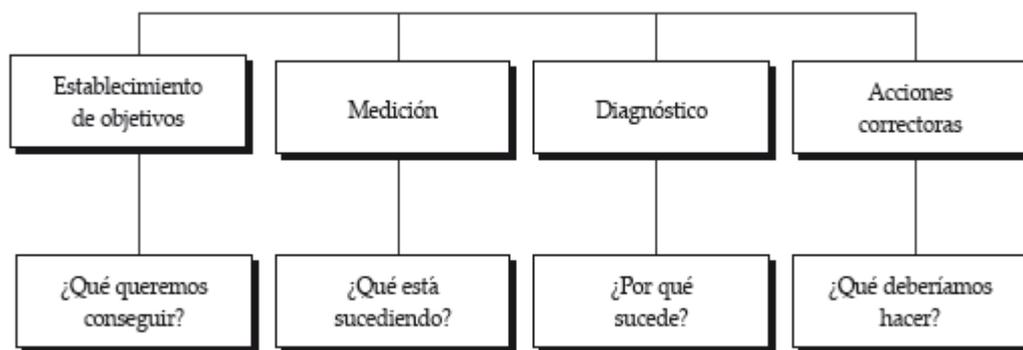
4.6 SISTEMA DE CONTROL

El control es el último requisito exigible a un plan de marketing, el control de la gestión y la utilización de los cuadros de mando permiten saber el grado de cumplimiento de los objetivos a medida que se van aplicando las estrategias y

tácticas definidas. A través de este control se pretende detectar los posibles fallos y desviaciones a tenor de las consecuencias que éstos vayan generando para poder aplicar soluciones y medidas correctoras con la máxima inmediatez.

A continuación se muestra un cuadro en el cual se puede entender el proceso de control para lograr el objetivo planteado.

4.6.1 EL PROCESO DE CONTROL



“Por último, sólo resta analizar las posibles desviaciones existentes, para realizar el *feed back* correspondiente con el ánimo de investigar las causas que las han podido producir y nos puedan servir para experiencias posteriores.

Por tanto, a la vista de los distintos controles periódicos que realicemos, será necesario llevar a cabo modificaciones sobre el plan original, de mayor o menor importancia. No estaría de más establecer un plan de contingencias, tanto para el caso del fracaso del plan original como para reforzar las desviaciones que se puedan producir. Esto nos dará una capacidad de respuesta y de reacción inmediata, lo que nos hará ser más.”⁷

CAPÍTULO V

ESTUDIO TÉCNICO

En el siguiente capítulo se desarrollarán los pasos técnicos necesarios para detallar el tipo de diseño, la categoría y el tamaño de los servicios de infraestructura turística con la que contará la finca eco-turística.

Para este paso, hay que tomar como base, las respuestas y conclusiones que se analizaron en el Estudio de Mercado para saber lo que se irá a implementar en el proyecto turístico. Este proyecto será destinado para el ecoturismo y es por esta razón que se diseñara la distribución de la finca para dicho fin.

Finalmente, se describirá cada una de las áreas que serán destinadas para el uso turístico dentro de la finca.

5.1 OBJETIVOS DEL ESTUDIO TÉCNICO

- Establecer el sitio y el tamaño del terreno para el uso del espacio físico a ser utilizado por la finca eco turística.
- Determinar cada uno de las áreas con sus respectivas características.
- Diseñar los productos y servicios turísticos que brindará la finca eco turística.

5.2 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

5.2.1 MACROLOCALIZACIÓN

El proyecto de factibilidad que se plantea en esta tesis, tiene como objetivo, implementarlo en la provincia de



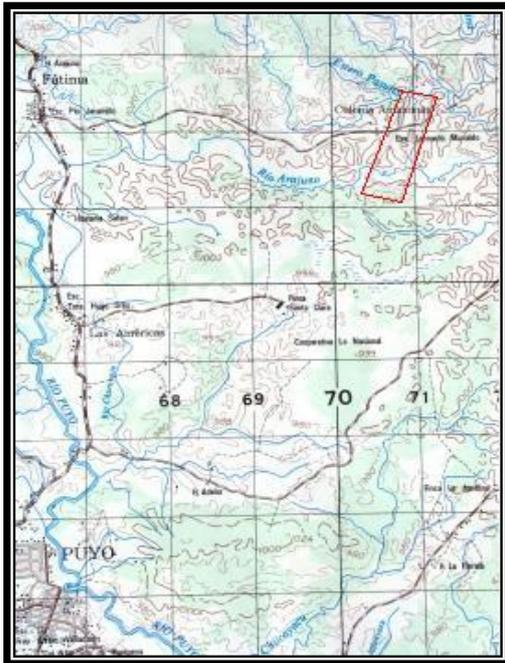
Pastaza, cantón Pastaza, parroquia Fátima, en la comunidad Murialdo.

Zona Turística del Sector: La espectacularidad del paisaje natural que brinda la provincia, constituye la mejor oportunidad para que el turismo se deleite al recorrer la selva tropical visitando las comunidades indígenas, rodeadas de vegetación y especies animales; navegando y bañándose en los ríos de la región.

Área Turística:

- **Centro Turístico:** El centro turístico más cercano a la parroquia rural de Fátima es la ciudad de Puyo, capital de la provincia, la misma que ofrece cómodo hospedaje, gente hospitalaria y rica gastronomía. La Catedral y el Parque Central, son los sitios de encuentro de sus gentes dinámicas y trabajadoras. Uno de los monumentos importantes es la Macahua, símbolo de la artesanía de la región. En Mera hay una importante actividad turística y su geografía muestra hermosos y verdes paisajes. Cuenta con una piscina semiolímpica, el balneario del río Alpayacu, un mirador, las playas del río Pastaza y río Chico y las cascadas de Mangayacu, Tigre y Quilo. Igualmente están las cavernas de la colonia 24 de Mayo en las cabeceras del río Anzu. Se pueden realizar caminatas a la colonia Pindo Mirador. En el museo Jacinto Dávila, se exhiben muestras de cerámica, arqueología, artesanía, mineralogía, escultura, pintura, etc.
- **Corredor Turístico:** La provincia de Pastaza cuenta con vías de acceso principales que con carreteras de primer orden como es la vía Quito-Baños-Puyo; Quito-Baeza-Tena-Puyo, y la carretera Puyo-Macas, que falta un tramo por asfaltar.

5.2.2 MICROLOCALIZACIÓN



El lugar específico en donde se implementará el proyecto está ubicado en la comunidad de Murialdo, parroquia Fátima, al noroeste de la ciudad de Puyo y tu tiempo de viaje es aproximadamente de veinte minutos.

Vías de Acceso: Desde Quito se toma la vía Quito-Baños-Puyo. Al llegar a Puyo se continua en la carretera Puyo-Tena, hasta llegar a la parroquia Fátima. Al lado derecho de la vía se toma un camino lastrado de segundo

orden, se conduce aproximadamente veinte minutos hasta llegar a la cancha de fútbol de la comunidad Murialdo. Continuando con la carretera, al lado derecho, en una colina, se observa una cabaña de madera, la misma que será la recepción de la finca eco turística.

5.2.2.1 FACTORES DE LOCALIZACIÓN

Para dicho proyecto es necesario hacer un análisis de los factores de localización para estar seguros de que el lugar en donde se quiere implementar el proyecto sea el ideal y que de los resultados que se desprenden de este análisis para la demanda turística.

Los factores que se analizarán serán los siguientes:

- Disponibilidad de vías de acceso
- Infraestructura Básica
- Disponibilidad y Costo de Mano de Obra
- Cercanía para el cliente

Se ha escogido tres diferentes lugares para aplicar el proyecto, y se calificarán de acuerdo al siguiente cuadro.

- A. Comunidad Libertad
- B. Comunidad Murialdo
- C. Comunidad Jatumpaccha

| Factores | Peso | Comunidad Libertad | | Comunidad Murialdo | | Comunidad Jatumpaccha | |
|--|-------------|--------------------|------------|--------------------|------------|-----------------------|-------------|
| | | Calif. | Ponder. | Calif. | Ponder. | Calif. | Ponder. |
| Disponibilidad de vías de acceso | 0,40 | 5 | 2 | 8 | 3,2 | 5 | 2 |
| Infraestructura Básica | 0,25 | 7 | 1,75 | 8 | 2 | 6 | 1,5 |
| Disponibilidad y Costo de Mano de Obra | 0,15 | 5 | 0,75 | 6 | 0,9 | 5 | 0,75 |
| Cercanía para el cliente | 0,20 | 5 | 1 | 7 | 1,4 | 4 | 0,8 |
| Totales: | 1,00 | | 5,5 | | 7,5 | | 5,05 |

Fuente: Investigación Directa / Autora: Paola Villalba

Con los resultados detallados anteriormente, se puede observar que la comunidad de Murialdo ha sido el lugar que mayor puntaje a obtenido de los tres, lo cual quiere decir que el lugar es más conveniente que las otras comunidades ya que cuenta con vías de acceso necesarias para el desarrollo del turismo en el lugar, tiene infraestructura básica y es más cercano para el cliente comparado con los otros lugares. Con esto se puede concluir que la comunidad de Murialdo es favorable para aplicar el siguiente proyecto turístico.

5.3 INGENIERÍA DEL PROYECTO

5.3.1 OBJETIVO

Establecer los mecanismos relacionados con el proceso de instalación y funcionamiento de la finca eco turística, paso a paso, de acuerdo a las necesidades.

5.3.2 REGLAMENTO DE ECOTURISMO Y SOSTENIBILIDAD

Debido a que la finca será destinada para la actividad del ecoturismo, es necesario sujetarse al Reglamento de Ecoturismo y Sostenibilidad, ya que en

ello se describen varios requisitos que se necesitan para un buen funcionamiento del proyecto a implementarse.

Según como está estipulado en el Reglamento "Las empresas dedicadas a ejercer actividades vinculadas con el ecoturismo, de manera voluntaria podrán acceder a la categoría especial de "Empresa de Ecoturismo"."⁸ Dicha categoría la concede el Ministerio de Turismo, después de haber evaluado el proyecto y que haya cumplido con todos los requisitos que exige la entidad. Una vez obtenido el certificado, la finca obtiene otros beneficios como:

- a) Acceso directo a los beneficios tributarios establecidos en la Ley de Turismo;
- Y,
- b) Preferencia dentro de la planificación promocional del país, que efectúa el Ministerio de Turismo.

El capítulo de Estudio Administrativo y Legal explica detalladamente procedimiento que se debe cumplir para el funcionamiento de la finca ecoturística.

5.3.3 REGLAMENTO HOTELERO DEL ECUADOR

Según el Reglamento Hotelero, lo que se implementará en el lugar es una hostería ecológica debido a las funciones que dicho proyecto va a ofrecer al visitante y de acuerdo al reglamento hotelero en la Sección 6, Art. 23 menciona lo siguiente:

"Hostería.- Es hostería todo establecimiento hotelero, situado fuera de los núcleos urbanos, preferentemente en las proximidades de las carreteras, que esté dotado de jardines, zonas de recreación y deportes y en el que, mediante precio, se preste servicios de alojamiento y alimentación al público en general, con una capacidad no menor de seis habitaciones."

La HOTEL incluirá cabañas, para esto, es importante entender los requisitos que son necesarios para el funcionamiento de las cabañas. En dicho reglamento se encuentra la clasificación de alojamientos hoteleros que corresponden al Grupo 1.

Este grupo se divide en subgrupos de los cuales, las cabañas que se realizarán en la propiedad, corresponde al Subgrupo 1.3 **Hosterías**, Moteles, Refugios y Cabañas.

En la Sección 6, Art. 26 del Reglamento Hotelero, se define a las cabañas como "establecimientos hoteleros situados fuera de los núcleos urbanos, preferentemente en centros vacacionales, en los que mediante precio, se preste servicios de alojamiento y alimentación al público en general, en edificaciones individuales que por su construcción y elementos decorativos están acordes con la zona de su ubicación y cuya capacidad no sea menor de seis cabañas."⁹

Estas cabañas serán de tres estrellas, y deberán cumplir con los siguientes servicios:

1. De recepción las veinticuatro horas del día, atendido por un personal capacitado que conocerá, además del español, el idioma inglés. Existirá un mozo de equipaje o mensajero que dependerá de la recepción.
2. Central telefónica para llamadas locales e interprovinciales, en los lugares donde hubiere el servicio, y para comunicación con las habitaciones. Este servicio podrá estar atendido por el mismo personal de la recepción.
3. Botiquín de primeros auxilios.
4. Deberá contar con servicio de comedor.

5.3.4 DISTRIBUCIÓN DE LA HOTEL

La finca, en total cuenta con 26 hectáreas. De estas, aproximadamente dos van a ser destinadas para las siguientes áreas.

| ÁREA | DESCRIPCIÓN |
|--------|---|
| ÁREA 1 | Ecoturismo y recreación |
| ÁREA 2 | Alojamiento, Alimentación y Bebidas |
| ÁREA 3 | Administración, Mantenimiento y Seguridad |

5.3.4.1 ÁREA DE ECOTURISMO Y RECREACIÓN

Para poder determinar lo que dicha área tendrá, se analiza las respuestas de la Pregunta 6, de las encuestas en el Estudio de Mercado.

¿Qué instalaciones le gustaría que tenga esta finca eco-turística?

| RESPUESTAS | NACIONALES | EXTRANJEROS |
|------------------|-------------|-------------|
| PISCINA | 23,83% | 20,65% |
| RESTAURANTE | 22,40% | 20,65% |
| AREA DE CAMPING | 7,94% | 16,13% |
| BAR | 13,77% | 7,74% |
| CABAÑAS | 23,57% | 24,52% |
| SPA ECOLÓGICO | 8,47% | 10,32% |
| TOTAL % : | 100% | 100% |

¿Qué actividades le gustaría que ofrezca esta finca eco-turística?

| RESPUESTAS | NACIONALES | EXTRANJEROS |
|-------------------------|-------------|-------------|
| PESCA DEPORTIVA | 24,63% | 20,30% |
| SENDEROS ECOLÓGICOS | 20,23% | 18,48% |
| OBSERVACION FLORA | 15,54% | 15,86% |
| OBSERVACIÓN FAUNA | 14,08% | 19,43% |
| MARIPOSARIO | 7,62% | 10,15% |
| CICLISMO | 17,89% | 15,78% |
| TOTAL PORCENTAJE | 100% | 100% |

Y con estos resultados, la finca brindará los siguientes servicios:

❖ Pesca deportiva

Para dicha actividad, la finca tiene una laguna, la cual ocupa una superficie de 1.500 m².

| INSTALACIONES | ÁREA M² |
|----------------------|---------------------------|
| Área de la laguna | 1500 |
| Total | 1500 |

❖ Senderos ecológicos

| INSTALACIONES | ÁREA M² |
|------------------------------------|---------------------------|
| Sendero | 10000 |
| Centro de interpretación ambiental | 40 |
| Total | 10040 |

❖ Ciclismo y Bodega

Las bicicletas se guardarán en una bodega de 15m², y esta actividad se podrá realizar en los alrededores de la finca.

| INSTALACIONES | ÁREA M² |
|----------------------|---------------------------|
| Bodega | 20 |
| Total | 20 |

❖ Piscina

| INSTALACIONES | ÁREA M² |
|----------------------|---------------------------|
| Vestidores | 24 |
| Baños | 24 |
| Área para sillas | 32 |
| Piscina Adultos | 60 |
| Piscina Niños | 30 |
| Total | 170 |

❖ Camping

| INSTALACIONES | ÁREA M² |
|----------------------|---------------------------|
| Parillas | 50 |
| Camping | 100 |
| Fogata | 6 |
| Total | 156 |

❖ Juegos Infantiles

Es necesario tener en una hostería, un área para juegos infantiles ya que los niños deben tener un área destinada para ellos. Estos juegos incluirán resbaladeras, columpios.

| INSTALACIONES | ÁREA M² |
|-----------------------------|---------------------------|
| Juegos infantiles en madera | 80 |
| Total | 80 |

❖ Cancha de Indoor Fútbol

La hostería contara también con una cancha de indoor futbol para que el visitante pueda acceder a este servicio.

| INSTALACIONES | ÁREA M² |
|----------------------|---------------------------|
| Cancha | 200 |
| Total | 200 |

❖ Áreas Verdes

Es importante que la hostería cuente también con áreas verdes para el disfrute del visitante, utilizando la flora del sector.

| INSTALACIONES | ÁREA M² |
|----------------------|---------------------------|
| Jardines | 1500 |
| Total | 1500 |

5.3.4.2 ÁREA DE ALOJAMIENTO, ALIMENTACIÓN Y BEBIDAS

Las áreas de alojamiento, alimentación y bebidas están elaboradas en una sola para dar un mejor servicio a los visitantes.

- **ALOJAMIENTO:**

Dentro de esto:

| INSTALACIONES | ÁREA M² |
|---------------------------|---------------------------|
| CABAÑA FAMILIAR/GRUPO # 1 | 51 |
| CABAÑA FAMILIAR/GRUPO # 2 | 48 |
| CABAÑA FAMILIAR/GRUPO # 3 | 48 |
| CABAÑA FAMILIAR/GRUPO # 4 | 48 |
| CABAÑA FAMILIAR/GRUPO # 5 | 48 |
| CABAÑA FAMILIAR/GRUPO # 6 | 48 |
| CABAÑA TRIPLE # 1 | 30 |
| CABAÑA TRIPLE # 2 | 30 |
| CABAÑA TRIPLE # 3 | 30 |
| CABAÑA DOBLE# 1 | 12 |
| CABAÑA DOBLE# 2 | 12 |
| CABAÑA DOBLE# 3 | 12 |
| Total | 417 |

- **BAR Y RESTAURANTE:**

| INSTALACIONES | ÁREA M² |
|----------------------|---------------------------|
| Cocina | 40 |
| Restaurante y bar | 150 |
| Baños | 10 |
| Total | 200 |

5.3.4.3 ÁREA ADMINISTRATIVA, MANTENIMIENTO Y SEGURIDAD

De igual manera, estas estarán incluidas dentro de una sola área para poder controlar y administrar las otras áreas con mejor facilidad.

| INSTALACIONES | ÁREA M² |
|----------------------|---------------------------|
| Administración | 65 |
| Total | 65 |

❖ BODEGAS

| INSTALACIONES | ÁREA M² |
|----------------------|---------------------------|
| Bodega | 20 |
| Total | 20 |

❖ ÁREA DE PARQUEO

Para brindar mayor seguridad al visitante se implementara una zona de parqueo con la siguiente dimensión.

| INSTALACIONES | ÁREA M² |
|----------------------|---------------------------|
| Parqueadero | 1000 |
| Total | 1000 |

5.3.5 IMPLEMENTACIÓN

La hostería contará con la siguiente infraestructura:

- Cabañas para dos personas
- Cabañas para 3 - 4 personas
- Cabañas familiares
- Piscinas
- Restaurante
- Jardines y juegos infantiles
- Parqueadero

Para el descanso y disfrute del turista la fina ofrecerá lo siguientes servicios:

- Alimentación
- Agua Caliente
- Servicio de Transporte Turístico
- Paseos a los alrededores
- Guías Turísticos
- Laguna para pesca deportiva.
- Ciclismo.

5.3.5.1 ALOJAMIENTO

CABAÑAS PARA DOS PERSONAS (CABAÑA DOBLE).- Las mismas que poseen capacidad para dos personas. Estas serán construidas en una planta en donde se ubicará una sala de estar, el baño con tina, dos camas de una plaza y media. Alrededor de las cabañas tendrá un corredor por donde el turista podrá caminar y también acceder a una hamaca para estar en contacto con la naturaleza

CABAÑAS PARA TRES (CABAÑA TRIPLE).- Tienen capacidad para tres personas, tendrán las mismas especificaciones que las anteriores. Contarán con 3 camas de plaza y media.

CABAÑAS PARA 4-6 PERSONAS (CABAÑAS FAMILIARES).- Con capacidad para seis personas las mismas que serán empleadas cuando necesitemos alojar a varias personas que nos visiten en grupos. Estas contarán con los mismos servicios que las anteriores. Se dispondrá de tres camas de plaza y media y una matrimonial. De igual manera estas cabañas se podrán vender como habitaciones simples o triples ya que su distribución lo permite.

5.3.5.2 ALIMENTACIÓN

La hostería ofrecerá a sus turistas:

- PLATOS A LA CARTA.- Los usuarios de la hostería podrán disfrutar de una variedad de platos de la cocina nacional así como internacional.
- MENÚS: los usuarios también podrán disfrutar de deliciosos menús como son almuerzos y meriendas. Se ofrecerá también desayunos criollos, continentales y americanos. En el estudio de mercado, previo a este capítulo se establecen cinco menús que se servirán a los visitantes.

5.3.5.3 ECOTURISMO Y RECREACIÓN

- VISITAS A ATRACTIVOS.- Los huéspedes podrán disfrutar de visitas guiadas hacia los atractivos turísticos cercanos a lugar de la hostería.
- PISCINA.- Servicio que el turista podrá disfrutar plenamente debido a la calidez del clima del oriente ecuatoriano.
- JARDINES Y JUEGOS INFANTILES.- Dedicados a la distracción de nuestros visitantes.
- LAGUNA.- Servicio que el turista podrá disfrutar plenamente para la pesca deportiva.
- SENDEROS.- Servicio que el turista podrá disfrutar plenamente de caminatas por la zona distribuidas en la finca en las cuales se podrán observar diferentes especies de flora y fauna.
- CICLISMO.- Servicio que el turista podrá disfrutar al acceder a dicha actividad para conocer las zonas aledañas a la finca.

5.3.6 ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

Tanto las cabañas como las habitaciones simples y el restaurante serán construidos en su totalidad con materiales ecológicos como: chonta, teca, bambú, piedra.

El proyecto contará con los servicios básicos tales como: agua potable, energía eléctrica, alcantarillado, telefonía fija, móvil e Internet.

Cabe recalcar que en el terreno que se piensa construir dicha hostería ya cuenta con una cabaña familiar de 80 m², pero será remodelada para que su construcción no contraste con la armonía del lugar.

5.3.6.1 ÁREA DE ALOJAMIENTO

La hostería brindará este servicio las 24 horas y los 365 días del año, este contará con cabañas familiares, triples y dobles y tendrá una capacidad para 48 personas.

5.3.6.2 ÁREA DE ALIMENTOS Y BEBIDAS

Esta área tendrá capacidad para 48 pax. Para esto necesitaremos:

- ❖ Seis mesas rectangulares con capacidad para 4 personas.
- ❖ Cinco mesas rectangulares con capacidad para 6 personas.
- ❖ Dos mesas rectangulares con capacidad para 8 personas.

Los muebles del restaurante serán de madera. En el centro del restaurante se construirá una pileta de piedra en la cual se colocarán macetas con flores naturales a su alrededor.

5.3.6.3 ÁREA DE RECREACIÓN Y ADMINISTRACIÓN

Estas instalaciones serán construidas con madera, caña guadúa y piedra; la hostería ecológica constará de los siguientes entretenimientos:

- Piscina
- Visita a Reservas Naturales
- Laguna

- Caminatas guiadas por la zona
- Ciclismo

5.3.7 DECORACIÓN

La hostería busca mantener la armonía con la naturaleza; es por esto que la decoración del mismo será rústica empleando materiales de la zona elaborados en chonta, bambú, piedra y teca.

5.3.7.1 ALOJAMIENTO

Los muebles que se utilizarán en las habitaciones serán de madera. Las habitaciones contarán con objetos que representen a nuestra amazonia ecuatoriana como son las decoraciones en balsa.

5.3.7.2 RESTAURANTE

Los muebles serán de madera con diferentes labrados. El techo del mismo será construido con caña guadúa y estará situado en un lugar estratégico para que tenga vista a la laguna.

5.3.7.3 EXTERIORES

Los espacios verdes serán decorados con árboles y plantas de la zona para que sea acorde con la naturaleza del lugar.

Los caminos que se construirán para que el visitante pueda guiarse a las instalaciones de la hostería, serán hechos de piedra que se extraerá del río que cruza por el terreno.

Existirán canastas de mimbre en el área de la piscina para la colocación de toallas y salidas de baño.

Todos los exteriores de la hostería constarán de protecciones en sendas de circulación; es decir se elaborarán especies de senderos con pasamanos para que nuestros turistas puedan apoyarse de ellas y gozar de una mayor seguridad.

5.3.8 EQUIPAMIENTO DE LA HOSTERÍA

Para el correcto funcionamiento de la hostería y sus instalaciones es necesaria la dotación de varios bienes separados por áreas descritos a continuación:

5.3.8.1 ÁREA DE ALOJAMIENTO, ALIMENTACIÓN Y RECREACIÓN

| Descripción | Unidad de Medida | Cantidad |
|-------------------------|-------------------------|-----------------|
| Televisión 21 pulgadas | unidad | 18 |
| DirecTV | unidad | 1 |
| Soportes para tele | unidad | 18 |
| Mesa de aluminio | unidad | 2 |
| Cocina industrial | unidad | 1 |
| Nevera | unidad | 1 |
| Refrigeradora vertical | unidad | 1 |
| Procesador de alimentos | unidad | 1 |
| Microondas | unidad | 2 |
| Cafetera | unidad | 1 |
| Freidor de papas | unidad | 1 |
| Gril | unidad | 1 |
| Congelador | unidad | 1 |
| Cafetera industrial | unidad | 1 |
| Balanza electrónica | unidad | 1 |
| Bomba piscina | unidad | 1 |
| Planta eléctrica | unidad | 1 |
| Filtro de arena | unidad | 1 |
| Extractor de olores | unidad | 1 |
| Equipos de jardinería | unidad | 1 |
| Lavadora | unidad | 1 |
| Secadora | unidad | 1 |
| Mini componente | unidad | 1 |

| | | |
|-------------------------------|----------|---------|
| Proyector infocus | unidad | 1 |
| Cama de 2 plazas | unidad | 6 |
| Camas de plaza y media | unidad | 18 |
| Literas de plaza y media | unidad | 9 |
| Velador | unidad | 27 |
| Sillones de descanso mimbre | unidad | 10 |
| Mesas pequeña | unidad | 18 |
| Sillas | unidad | 27 |
| Mesa para 4 personas y sillas | unidad | 8 |
| Mesa para 8 personas y sillas | unidad | 2 |
| Barra | unidad | 1 |
| Cama soleadora | unidad | 12 |
| Sillas playeras | unidad | 15 |
| Juego de sala | unidad | 1 |
| Hamaca | unidad | 27 |
| Estantería para licores | unidad | 2 |
| Taburetes | unidad | 8 |
| Basureros | unidad | 33 |
| Cubrecamas | Unidad | 40 |
| Almohadas | Unidad | 40 |
| Colchones de dos plazas | Unidad | 6 |
| Colchones de plaza y media | Unidad | 27 |
| Jabón de tocador | Paquetes | 7200,00 |
| Papel higiénico | Paquetes | 270,00 |
| Shampoo | Cojines | 7200,00 |
| Pinocklin | Galones | 208,00 |
| Detergente | Kilos | 360,00 |
| Escobas | Unidades | 48,00 |
| Trapeadores | Unidades | 48,00 |
| Ajax cloro | Frascos | 52,00 |
| Guante caucho | Pares | 48,00 |
| Ambientales | Unidades | 400,00 |
| Lava platos | Unidades | 360,00 |
| Jabón de ropa | paquetes | 720,00 |
| Juego de Toallas | Juegos | 60,00 |
| Ponchos de agua | Unidades | 25,00 |
| Baldes de plástico | Unidades | 25,00 |
| Cañas de pescar | unidades | 40,00 |
| juego de sábanas | unidades | 40,00 |

5.3.8.2 ÁREA ADMINISTRATIVA

| Descripción | Unidad de Medida | Cantidad |
|-----------------------|-------------------------|-----------------|
| Calculadora Casio | und. | 1 |
| Teléfono | und. | 2 |
| Perforadora | und. | 1 |
| Grapadora | und. | 1 |
| Scanner | und. | 1 |
| Telefax | und. | 1 |
| Computadora | und. | 2 |
| Impresora | und. | 1 |
| Escritorio | unidad | 2 |
| Silla para escritorio | unidad | 2 |
| Archivador | unidad | 2 |
| Counter | unidad | 1 |
| Basureros | und. | 2 |

5.3.8.3 ÁREA DE ALIMENTOS Y BEBIDAS

| Descripción | Unidad de Medida | Cantidad |
|--------------------------|-------------------------|-----------------|
| Juego de olla | unidad | 4 |
| Juego de cuchillos | unidad | 4 |
| Sartén gourmet | unidad | 3 |
| Juego de sartenes teflón | unidad | 5 |
| Pinzas de diversos usos | unidad | 4 |
| Bandeja de aluminio | unidad | 10 |
| Moldes | unidad | 1 |
| Cucharas soperas | unidad | 50 |
| Cuchillos | unidad | 50 |
| Sanduchera | unidad | 2 |
| Tenedor | unidad | 50 |
| Coctelera | Unidad | 1 |
| Rallador | Unidad | 2 |
| Colador | Unidad | 5 |
| Extractor de jugo | Unidad | 1 |
| Dispensador de agua | Unidad | 3 |
| Licuada | Unidad | 2 |
| Batidora | Unidad | 2 |
| Plancha | Unidad | 2 |
| Cuchara para postre | Unidad | 50 |

5.4 PLANOS ARQUITECTÓNICOS

Ver (ANEXO)

5.5 REQUERIMIENTO DE MANO DE OBRA

Se necesitará personal capacitado para la ejecución de dicha hostería, las mismas que están descritas a continuación.

5.5.1 ÁREA DE ECOTURISMO Y RECREACIÓN

| OCUPACIÓN | CARACTERÍSTICAS | CANTIDAD REQUERIDA |
|--|--|--------------------|
| GUÍAS ESPECIALIADOS EN FLORA Y FAUNA PARA EL RECORRIDO EN LOS SENDEROS | DEBE TENER FACILIDAD DE PALABRA, EDUCADO, Y SINCERO. ADEMÁS DEBE SER AMABLE Y PACIENTE CON LOS TURISTAS. | 4 |

5.5.2 ÁREA DE ALOJAMIENTO, ALIMENTACIÓN Y BEBIDAS

| OCUPACIÓN | CARACTERÍSTICAS | CANTIDAD REQUERIDA |
|---------------|---|--------------------|
| RECEPCIONISTA | DEBE SER AMABLE Y TENER FACILIDAD DE PALABRA | 1 |
| CAMARERA | DEBE SER ORDENADA, LIMPIA Y HONESTA. | 2 |
| COCINERO | ES NECESARIO QUE SEA LIMPIO E INNOVADOR. | 2 |
| MESERO | DEBE SER EDUCADO, PACIENTE, AMABLE, Y SOCIABLE. | 2 |

5.5.3 ÁREA ADMINISTRATIVA, MANTENIMIENTO Y SEGURIDAD

| OCUPACIÓN | CARACTERÍSTICAS | CANTIDAD REQUERIDA |
|---------------|--|--------------------|
| ADMINISTRADOR | DEBE TENER LA CAPACIDAD PARA ORGANIZAR, PLANIFICAR, Y CONTRAL LAS ACTIVIDADES DE LA HOSTERÍA | 1 |
| CONTADOR | DEBE LLEVAR LAS CUENTAS CLARAS Y SER HONESTO | 1 |
| SECRETARIA | DEBE SER UNA PERSONAS ORGANIZADA Y ESTAR AL DIA, TRABAJANDO CON EL ADMINISTRADOR | 1 |
| SEGURIDAD | DEBE SER OBSERVADO, ATENTO Y CUIDADOSO. | 2 |
| CHOFERES | DEBEN SER PUNTUALES, HONESTOS Y RESONABLES A LA HORA DE MANEJAR LOS BUSES QUE TRASLADARA A LOS VISITANTES. | 2 |

CAPÍTULO VI

ESTUDIO FINANCIERO

El estudio financiero es un capítulo que no se puede dejar a un lado ya que establecerá los costos e inversiones que se harán para saber si el proyecto turístico es factible o no.

6.1 INVERSIÓN DEL PROYECTO

La inversión comprende la adquisición de todos los Activos Tangibles e Intangibles necesarios para operaciones de la hostería con excepción del Capital de Trabajo.

La inversión es cualquier gasto efectuado en el mantenimiento de la empresa a condición de obtener un excedente.

En este proyecto de factibilidad, la inversión será todo gasto realizado al inicio del mismo.

6.1.1 Activos Fijos o Tangibles

Corresponden a todas las inversiones que se requerirán para el proceso que tenga como resultado el servicio que ofrecerá la hostería Pungo Sacha.

Los Activos Fijos deben:

- No estar dispuesto a la venta
- Poseer una vida útil más o menos duradera (mínima de un año)
- Tener un costo relativamente representativo
- Constituir a la consecución de la renta empresarial
- Ser de propiedad de la Compañía

Están sujetos a depreciación a excepción de los terrenos, que en cambio aumentan su valor por la plusvalía, sin embargo, en este proyecto consideraremos constante el valor del terreno puesto que no se tiene un conocimiento cierto de dicho aumento.

6.1.1.1 TERRENO

Es el área física ocupada por el proyecto y de la propiedad del mismo servirá para las instalaciones de la empresa como: área de alojamiento, alimentación, distracción y administración.

TERRENO

| Descripción | Unidad de Medida | Cantidad | Valor Unitario | Valor Total Anual |
|---------------|------------------|----------|--------------------------------|-------------------|
| Terreno rural | Ha | 25,00 | 1.000,0 | 25.000,0 |
| | | | Subtotal Imprevistos 2% | 25.000,0 |
| | | | | 500,0 |
| | | | Total | 25.500,0 |

Fuente: Investigación Directa / Autor: Luís Alberto Arias Burgos

6.1.1.2 EDIFICACIONES

Una vez que se cuenta con el terreno se procederá a construir el área física conformada por las cabañas, bar-restaurante, piscina, senderos, y área de administración.

EDIFICACIONES

| Descripción | Unidad de Medida | Cantidad | Valor Unitario | Valor Total Anual |
|------------------------------------|------------------|----------|----------------|-------------------|
| Área administrativo | m ² | 65 | 180 | 11,700.0 |
| Subtotal área alimentos y bebidas | m ² | 50 | 250 | 12,500.0 |
| Restaurante | m ² | 150 | 250 | 37,500.0 |
| Cabañas | m ² | 417 | 180 | 75,060.0 |
| Centro de interpretación ambiental | m ² | 40 | 60 | 2,400.0 |
| Piscina adultos | m ² | 60 | 300 | 18,000.0 |
| Piscina niños | m ² | 30 | 250 | 7,500.0 |
| Cancha de indoor fútbol | m ² | 200 | 20 | 4,000.0 |
| Juegos infantiles de Madera | Unidades | 5 | 1500 | 7,500.0 |

| | | | | |
|-----------------|----------------|-------|---------------------------|------------------|
| Zona de camping | m ² | 156 | 20 | 3,120.0 |
| Área de parqueo | m ² | 1000 | 20 | 20,000.0 |
| Áreas verdes | m ² | 1500 | 20 | 30,000.0 |
| Bodegas | m ² | 40 | 100 | 4,000.0 |
| Senderos | m ² | 10000 | 3 | 30,000.0 |
| Laguna | m ² | 1500 | 5 | 7,500.0 |
| | | | Subtotal | 270,780.0 |
| | | | Imprevistos 2% | 5,415.6 |
| | | | Total | 276,195.6 |

Fuente: Investigación Directa / Autor: Luís Alberto Arias Burgos

6.1.1.3 MAQUINARIA Y EQUIPO

La maquinaria y equipos necesarios que se utilizarán en este proyecto, se detalla a continuación

MAQUINARIA Y EQUIPO

| Descripción | Unidad de Medida | Cantidad | Valor Unitario | Valor Total Anual |
|-------------------------|------------------|----------|----------------|-------------------|
| Televisión 21 pulgadas | Unidad | 18 | 225.00 | 4,050.0 |
| Direct TV | Unidad | 1 | 400.00 | 400.0 |
| Soportes para televisor | Unidad | 18 | 35.00 | 630.0 |
| Mesa de aluminio | Unidad | 2 | 400.00 | 800.0 |
| Cocina industrial | Unidad | 1 | 1,700.00 | 1,700.0 |
| Nevera | Unidad | 1 | 895.00 | 895.0 |
| Refrigeradora vertical | Unidad | 1 | 1,250.00 | 1,250.0 |
| Procesador de alimentos | Unidad | 1 | 325.00 | 325.0 |
| Microondas | Unidad | 2 | 170.00 | 340.0 |
| Cafetería | Unidad | 1 | 178.00 | 178.0 |
| Freidor de papas | Unidad | 1 | 650.00 | 650.0 |
| Gril | Unidad | 1 | 250.00 | 250.0 |
| Congelador | Unidad | 1 | 800.00 | 800.0 |
| Extractor de olores | Unidad | 1 | 350.00 | 350.0 |
| Balanza electrónica | Unidad | 1 | 150.00 | 150.0 |

| | | | | |
|-------------------------------|--------|----|----------|---------|
| Bomba piscina | Unidad | 1 | 350.00 | 350.0 |
| Planta eléctrica | Unidad | 1 | 1,500.00 | 1,500.0 |
| Filtro de arena | Unidad | 1 | 500.00 | 500.0 |
| Extractor de olores | Unidad | 1 | 187.00 | 187.0 |
| Equipos de jardinería | Unidad | 1 | 240.00 | 240.0 |
| Lavadora | Unidad | 1 | 565.00 | 565.0 |
| Secadora | Unidad | 1 | 485.00 | 485.0 |
| Mini componente | Unidad | 1 | 196.00 | 196.0 |
| Proyector infocus | Unidad | 1 | 1,150.00 | 1,150.0 |
| Cama de 2 plazas | Unidad | 6 | 195.00 | 1,170.0 |
| Camas de plaza y media | Unidad | 18 | 160.00 | 2,880.0 |
| Literas de plaza y media | Unidad | 9 | 160.00 | 1,440.0 |
| Velador | Unidad | 27 | 50.00 | 1,350.0 |
| Sillones de descanso mimbre | Unidad | 10 | 100.00 | 1,000.0 |
| Mesas pequeña | Unidad | 18 | 125.00 | 2,250.0 |
| Sillas | Unidad | 27 | 25.00 | 675.0 |
| Mesa para 4 personas y sillas | Unidad | 8 | 160.00 | 1,280.0 |
| Mesa para 8 personas y sillas | Unidad | 2 | 360.00 | 720.0 |
| Barra | Unidad | 1 | 115.00 | 115.0 |
| cama soleadora | Unidad | 12 | 25.80 | 309.6 |
| Sillas playeras | Unidad | 15 | 19.25 | 288.8 |
| Juego de sala | Unidad | 1 | 689.00 | 689.0 |
| Hamaca | Unidad | 27 | 65.00 | 1,755.0 |
| Estantería para licores | Unidad | 2 | 70.00 | 140.0 |
| Taburetes | Unidad | 8 | 35.00 | 280.0 |
| Basureros | Unidad | 33 | 20.00 | 660.0 |
| Cubrecamas | Unidad | 40 | 20.00 | 800.0 |

| | | | | |
|----------------------------|--------|----|---------------------------|-----------------|
| Almohadas | Unidad | 40 | 6.00 | 240.0 |
| Cochones de dos plazas | Unidad | 6 | 160.00 | 960.0 |
| Colchones de plaza y media | Unidad | 27 | 120.00 | 3,240.0 |
| | | | Subtotal | 40,183.4 |
| | | | Imprevistos 2% | 803.7 |
| | | | Total | 40,987.0 |

Fuente: Investigación Directa / Autor: Luís Alberto Arias Burgos

6.1.1.4 VEHÍCULO

Para el proyecto es necesario los vehículos que se detalla a continuación:

VEHICULO

| Descripción | Unidad de Medida | Cantidad | Valor Unitario | Valor Total Anual |
|---------------------------|------------------|----------|---------------------------|-------------------|
| Camioneta Chevrolet Dimax | m ² | 1.00 | 19,500.0 | 19,500.0 |
| Bus de pasajeros | m ² | 2 | 75000 | 150,000.0 |
| Bicicletas | Unidades | 20 | 400 | 8,000.0 |
| | | | Subtotal | 177,500.0 |
| | | | Imprevistos 2% | 3,550.0 |
| | | | Total | 181,050.0 |

Fuente: Investigación Directa / Autor: Luís Alberto Arias Burgos

6.1.1.5 MUEBLES Y ENCERES

Los muebles y encerres descritos a continuación serán necesarios para el funcionamiento de la hostería:

MUEBLES Y ENCERES

| Descripción | Unidad de Medida | Cantidad | Valor Unitario | Valor Total Anual |
|-----------------------|------------------|----------|----------------|-------------------|
| Escritorio | unidad | 2 | 180.00 | 360.0 |
| Silla para escritorio | unidad | 2 | 50.00 | 100.0 |
| Archivador | unidad | 2 | 150.00 | 300.0 |

| | | | | |
|-----------|--------|---|---------------------------|----------------|
| Counter | unidad | 1 | 298.00 | 298.0 |
| Basureros | und. | 2 | 0.92 | 1.8 |
| | | | Subtotal | 1,059.8 |
| | | | Imprevistos 2% | 21.2 |
| | | | Total | 1,081.0 |

Fuente: Investigación Directa / Autor: Luís Alberto Arias Burgos

6.1.1.6 EQUIPO DE OFICINA

Son aquellos que sirven para el desarrollo óptimo del área administrativa de la hostería ecológica y estos son:

EQUIPO DE OFICINA

| Descripción | Unidad de Medida | Cantidad | Valor Unitario | Valor Total Anual |
|-------------------|------------------|----------|---------------------------|-------------------|
| Calculadora Casio | und. | 1 | 50.00 | 50.0 |
| Teléfono | und. | 2 | 32.48 | 65.0 |
| Perforadora | und. | 1 | 4.46 | 4.5 |
| Grapadora | und. | 1 | 5.43 | 5.4 |
| Scanner | und. | 1 | 72.80 | 72.8 |
| Telefax | und. | 1 | 179.20 | 179.2 |
| | | | Subtotal | 376.9 |
| | | | Imprevistos 2% | 7.5 |
| | | | Total | 384.4 |

Fuente: Investigación Directa / Autor: Luís Alberto Arias Burgos

6.1.1.7 EQUIPO DE CÓMPUTO

Los equipos de computo servirán para el desempeño tecnológico en el área administrativa, teniendo como resultado eficacia y eficiencia en los procesos.

EQUIPOS DE COMPUTACION

| Descripción | Unidad de Medida | Cantidad | Valor Unitario | Valor Total Anual |
|--------------------|-------------------------|-----------------|-----------------------|--------------------------|
| Computadora | und. | 2 | 875.26 | 1,750.5 |
| Impresora | und. | 1 | 67.20 | 67.2 |
| | | | Subtotal | 1,817.7 |
| | | | Imprevistos 2% | 36.4 |
| | | | Total | 1,854.1 |

Fuente: Investigación Directa / Autor: Luís Alberto Arias Burgos

6.1.1.8 INSTRUMENTOS DE COCINA

Los siguientes instrumentos de cocina son necesarios para el área de alimentación de la hostería y se incluyen los siguientes:

INSTRUMENTOS DE COCINA

| Descripción | Unidad de Medida | Cantidad | Valor Unitario | Valor Total Anual |
|--------------------------|-------------------------|-----------------|-----------------------|--------------------------|
| Juego de olla | unidad | 4 | 180.00 | 720.0 |
| Juego de cuchillos | unidad | 4 | 25.00 | 100.0 |
| Sartén gourmet | unidad | 3 | 47.00 | 141.0 |
| Juego de sartenes teflón | unidad | 5 | 89.00 | 445.0 |
| Pinzas de diversos usos | unidad | 4 | 6.50 | 26.0 |
| Bandeja de aluminio | unidad | 10 | 16.00 | 160.0 |
| Moldes | unidad | 1 | 25.00 | 25.0 |
| Cucharas soperas | unidad | 50 | 1.15 | 57.5 |
| Cuchillos | unidad | 50 | 1.10 | 55.0 |
| Sanduchera | unidad | 2 | 80.00 | 160.0 |
| Tenedor | unidad | 50 | 1.10 | 55.0 |
| Coctelera | unidad | 1 | 25.00 | 25.0 |
| Rallador | unidad | 2 | 4.65 | 9.3 |
| Colador | unidad | 5 | 3.25 | 16.3 |

| | | | | |
|---------------------|--------|----|-----------------------|----------------|
| Extractor de jugo | unidad | 1 | 60.00 | 60.0 |
| Dispensador de agua | unidad | 3 | 159.00 | 477.0 |
| Licuada | unidad | 2 | 45.00 | 90.0 |
| Batidora | unidad | 2 | 40.00 | 80.0 |
| Plancha | unidad | 2 | 35.00 | 70.0 |
| Cuchara para postre | unidad | 50 | 1.00 | 50.0 |
| | | | Subtotal | 2,822.1 |
| | | | Imprevistos 2% | 56.4 |
| | | | Total | 2,878.5 |

Fuente: Investigación Directa / Autor: Luís Alberto Arias Burgos

6.1.2 ACTIVO DIFERIDO O INTANGIBLE

Es la inversión que se realiza sobre los activos constituidos por los servicios y derechos adquiridos, los mismos que son necesarios para la puesta en marcha. Cabe recalcar que estas inversiones están sujetas a amortización lo que ocasiona una disminución de la base imponible y esto permite legalmente la reducción del pago de impuestos.

| Descripción | Valor Total |
|--------------------------------|-----------------|
| Estudios y diseños definitivos | 12,000.0 |
| Gastos de Constitución | 1,600.0 |
| Registros y licencias | 100.0 |
| Subtotal | 13,700.0 |
| Imprevistos 2% | 274.0 |
| Total | 13,974.0 |

Fuente: Investigación Directa / Autor: Luís Alberto Arias Burgos

6.1.3 CAPITAL DE TRABAJO

Es el recurso económico destinado al funcionamiento inicial y permanente del negocio, que cubre el desfase natural entre el flujo de ingresos y egresos. Se lo usa para financiar la operación de un negocio y dar margen a recuperar la cartera de ventas.

El capital de trabajo también es conocido como fondo de maniobra, que implica manejar de la mejor manera sus componentes de modo que se puedan convertir en liquidez lo más pronto posible.¹⁰

Para este proyecto, el capital de trabajo se lo calculará anualmente y es de **\$140,501.20.**

CAPITAL DE TRABAJO

| Descripción | Valor Total Anual | Valor Total Mensual |
|------------------------------------|--------------------------|----------------------------|
| Mano de Obra directa | 24,235.2 | 2,019.6 |
| Materiales directos | 46,050.3 | 3,837.5 |
| Mantenimiento y Reparación | 16,267.5 | 1,355.6 |
| Insumos | 9,594.1 | 799.5 |
| Seguros | 19,147.9 | 1,595.7 |
| Gastos Administrativos y Generales | 22,656.2 | 1,888.0 |
| Gastos de Ventas | 2,550.0 | 212.5 |
| Total | 140,501.2 | 11,708.4 |

Fuente: Investigación Directa / **Autora:** Paola Villalba

6.1.4 INVERSIÓN TOTAL

Son aquellos bienes de propiedad de la empresa que están sujetos a depreciación y amortización y se utilizarán o servirán de apoyo para el normal desenvolvimiento del proyecto. La inversión total que se necesitará para este proyecto es de \$555,613.00 dólares americanos.

INVERSIÓN TOTAL

| CONCEPTO | TOTAL |
|---------------------------|------------------|
| Activos Fijos Tangibles | 529,930.6 |
| Activos Fijos Intangibles | 13,974.0 |
| Capital de Trabajo | 11,708.4 |
| Inversión Total | 555,613.0 |

Fuente: Investigación Directa / Autor: Luís Alberto Arias Burgos

6.2 FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO

La inversión total que demandará el proyecto es de \$555,613.00 el mismo que será financiado con recursos propios y capital prestado.

El préstamo se lo realizará en la Corporación Financiera Nacional, es decir que el proyecto será financiado en un 66.46% por esta institución y el resto que es el 33.54% será financiado por capital propio de los inversionistas.

6.2.1 CUADRO DE FUENTES Y USOS

Con el cuadro de fuentes y usos, se puede conocer el origen de los recurso y su uso, los cuales se representan en valores y porcentajes que se necesita como aporte de los socios y como préstamo concedido por las entidades financieras.

CUADRO DE FUENTES Y USOS

| Concepto | Valor | Préstamo | | Recursos Propios | |
|---------------------------|-------------------|-------------|-------------------|------------------|-------------------|
| | | % | Valor | % | Valor |
| Terreno | 25.500,00 | | | 100 | 25.500,00 |
| Construcciones | 276.195,60 | 90 | 248.576,04 | 10 | 27.619,56 |
| Maquinaria y Equipo | 40.987,02 | 80 | 32.789,61 | 20 | 8.197,40 |
| Vehículos | 181.050,00 | 50 | 90.525,00 | 50 | 90.525,00 |
| Equipo de oficina | 384,39 | | | 100 | 384,39 |
| Muebles y Enseres | 1.081,04 | | | 100 | 1.081,04 |
| Equipos de computo | 1.854,07 | | | 100 | 1.854,07 |
| Instrumentos de cocina | 2.878,49 | | | 100 | 2.878,49 |
| Activos Fijos Intangibles | 13.974,00 | | | 100 | 13.974,00 |
| Capital de Trabajo | 11.708,43 | | | 100 | 11.708,43 |
| Total | 555.613,04 | 0,67 | 371.890,65 | 0,33 | 183.722,39 |

Fuente: Investigación Directa / Autor: Luís Alberto Arias Burgos

6.2.2 TABLA DE AMORTIZACIÓN

Una vez obtenido el monto del préstamo se procede a negociar con la institución financiera las condiciones, el interés para este proyecto es del 12.50% anual, el plazo es de 5 años y las amortizaciones trimestrales.

Para esto se utilizó la siguiente fórmula:

$$A = 1 + \frac{i(1+i)^n}{(1+i)^n - 1}$$

CUOTA= MONTO * ANUALIDAD

| SIGNIFICADO | VALORES |
|---------------------------------|----------------|
| A | ANUALIDAD |
| INTERES ANUAL | 12.50% |
| INTERES TRIMESTRAL (i) | 0.031250 |
| INTERES TRIMESTRAL (i+1) | 1.031250 |
| N | 20 |

Fuente: Investigación Directa / Autor: Luís Alberto Arias Burgos

TABLA DE AMORTIZACION

| Período | | Pagos Periódicos | Interés | Amortización | Saldo Insoluto | Pago Anual Interés | Amortización Anual |
|---------|-------------------|------------------|-----------|--------------|----------------|--------------------|--------------------|
| Año | Semestre | | | | | | |
| | 371,890.65 | | | | | | |
| 1 | 358,050.48 | 24,996.89 | 11,156.72 | 13,840.17 | 358,050.48 | | |
| 2 | 343,795.10 | 24,996.89 | 10,741.51 | 14,255.38 | 343,795.10 | | |
| 3 | 329,112.06 | 24,996.89 | 10,313.85 | 14,683.04 | 329,112.06 | | |
| 4 | 313,988.53 | 24,996.89 | 9,873.36 | 15,123.53 | 313,988.53 | 42,085.45 | 57,902.12 |
| 5 | 298,411.29 | 24,996.89 | 9,419.66 | 15,577.24 | 298,411.29 | | |
| 6 | 282,366.74 | 24,996.89 | 8,952.34 | 16,044.55 | 282,366.74 | | |
| 7 | 265,840.85 | 24,996.89 | 8,471.00 | 16,525.89 | 265,840.85 | | |
| 8 | 248,819.18 | 24,996.89 | 7,975.23 | 17,021.67 | 248,819.18 | 34,818.22 | 65,169.35 |
| 9 | 231,286.86 | 24,996.89 | 7,464.58 | 17,532.32 | 231,286.86 | | |
| 10 | 213,228.57 | 24,996.89 | 6,938.61 | 18,058.29 | 213,228.57 | | |
| 11 | 194,628.53 | 24,996.89 | 6,396.86 | 18,600.04 | 194,628.53 | | |
| 12 | 175,470.50 | 24,996.89 | 5,838.86 | 19,158.04 | 175,470.50 | 26,638.89 | 73,348.68 |
| 13 | 155,737.72 | 24,996.89 | 5,264.11 | 19,732.78 | 155,737.72 | | |
| 14 | 135,412.96 | 24,996.89 | 4,672.13 | 20,324.76 | 135,412.96 | | |
| 15 | 114,478.45 | 24,996.89 | 4,062.39 | 20,934.50 | 114,478.45 | | |
| 16 | 92,915.91 | 24,996.89 | 3,434.35 | 21,562.54 | 92,915.91 | 17,432.99 | 82,554.58 |
| 17 | 70,706.50 | 24,996.89 | 2,787.48 | 22,209.42 | 70,706.50 | | |
| 18 | 47,830.80 | 24,996.89 | 2,121.19 | 22,875.70 | 47,830.80 | | |
| 19 | 24,268.83 | 24,996.89 | 1,434.92 | 23,561.97 | 24,268.83 | | |
| 20 | 0.00 | 24,996.89 | 728.06 | 24,268.83 | 0.00 | 7,071.66 | 92,915.91 |

Fuente: Investigación Directa / Autor: Luís Alberto Arias Burgos

6.3 COSTOS E INGRESOS

Costo es el gasto que realiza la Compañía para llevar a cabo sus actividades productivas. “Se puede decir que el costo es un desembolso en efectivo o en especie efectuado en el pasado, en el presente, en el futuro o en forma virtual y es preciso señalar que la evaluación de proyectos corresponde a una técnica de planeación a futuro de las operaciones de costos e ingresos, y por lo tanto la forma de analizar el aspecto contable no es tan al detalle.”¹¹

Una vez que se ha determinado que, cuándo y cómo ofrecer el servicio turístico que se ofertara es oportuno afrontar el problema de cuánto va a costar el desarrollo del mismo y para esto se debe tomar en cuenta los costos e ingresos.

6.3.1 COSTOS OPERACIONALES

Se establece mediante la sumatoria de todos los elementos necesarios para operar el servicio turístico que se ofertará.

6.3.1.1 COSTOS VARIABLES

Son aquellos que fluctúan en mas o menos, según su capacidad instalada, es decir, dependen del volumen de producción y pasa a formar parte del costo directo y son:

6.3.1.1.1 MATERIALES DIRECTOS

“Atañen aquellos que sin ser producto en si, forman parte del producto terminado.”

MATERIALES DIRECTOS

| Descripción | Unidad de Medida | Cantidad | Valor Unitario | Valor Total Anual |
|--------------------|-------------------------|-----------------|-----------------------|--------------------------|
| Menú 1 | Platos | 1095 | 2,65 | 2.901,8 |
| Menú 2 | Platos | 2920 | 5,00 | 14.600,0 |
| Menú 3 | Platos | 1460 | 3,30 | 4.818,0 |
| Menú 4 | Platos | 1098 | 1,81 | 1.987,4 |
| Menú 5 | Platos | 730 | 2,65 | 1.934,5 |
| Postres | Platos | 7300 | 0,65 | 4.745,0 |
| Bebidas | Unidades | 7300 | 0,75 | 5.475,0 |
| Jabón de tocador | paquetes | 7200,00 | 0,1 | 576,0 |
| Papel higiénico | paquetes | 270,00 | 4,00 | 1.080,0 |
| Shampoo | Cojines | 7200,00 | 0,1 | 720,0 |
| Pinocklin | Galones | 208,00 | 4 | 832,0 |
| Detergente | Kilos | 360,00 | 1,69 | 608,4 |
| Escobas | unidades | 48,00 | 1,66 | 79,7 |
| Trapeadores | unidades | 48,00 | 1,68 | 80,6 |
| Ajax cloro | Frascos | 52,00 | 2,13 | 110,8 |
| Guante caucho | Pares | 48,00 | 1,7 | 81,6 |
| Ambientales | unidades | 400,00 | 0,6 | 240,0 |
| Lava platos | unidades | 360,00 | 2 | 720,0 |
| Jabón de ropa | paquetes | 720,00 | 0,53 | 381,6 |
| Juego de Toallas | Juegos | 60,00 | 20 | 1.200,0 |
| Ponchos de agua | Unidades | 25,00 | 10 | 250,0 |
| Botas de caucho | Unidades | 25,00 | 10 | 250,0 |

| | | | | |
|--------------------|----------|-------|---------------------------|----------|
| Baldes de plástico | Unidades | 25,00 | 3 | 75,0 |
| Cañas de pescar | Unidades | 40,00 | 20 | 800,0 |
| juego de sabanas | Unidades | 40,00 | 15 | 600,0 |
| | | | Subtotal | 45.147,3 |
| | | | Imprevistos 2% | 902,9 |
| | | | Total | 46.050,3 |

Fuente: ALMACENES PYKA, SUKASA, KYWI, COMERCIAL SANTA MARIA / Autor: Luís Alberto Arias Burgos

6.3.1.1.2 INSUMOS

“Los insumos son aquellos que se requieren para el funcionamiento de maquinarias y equipos dentro del proceso productivo como es el caso del agua, energía eléctrica, combustibles (diesel, gas, gasolina, petróleo): detergentes. Etc.”

INSUMOS

| Descripción | Unidad de Medida | Cantidad | Valor Unitario | Valor Total Anual |
|-------------------|------------------|----------|---------------------------|-------------------|
| Agua | m3 | 4440 | 0,8 | 3552,0 |
| Energía Eléctrica | KWH | 14400 | 0,12 | 1728,0 |
| Combustible | Galones | 2600 | 1,04 | 2704,0 |
| Lav. Colchones. | Unidades | 54 | 5 | 270,0 |
| TV Cable | Puntos | 12 | 8 | 1152,0 |
| | | | Subtotal | 9406,0 |
| | | | Imprevistos 2% | 188,1 |
| | | | Total | 9594,1 |

Fuente: Investigación / Autora: Paola Villalba

6.3.1.1.3 MANO DE OBRA DIRECTA

“Se considera como mano de obra directa a aquella que está manipulando la materia prima y el producto durante el proceso de producción. Por consiguiente se puede afirmar que las cantidades requeridas estarán en función directa al número de unidades producidas.”

MANO DE OBRA DIRECTA

| Descripción | Unidad de Medida | Cantidad | Valor Unitario | Valor Total Anual |
|--------------------|-------------------------|-----------------|-----------------------|--------------------------|
| Recepcionista | Profesionales | 1 | 300,00 | 3.600,00 |
| Camareras | Profesionales | 2 | 280,00 | 6.720,00 |
| Cocineros | Profesionales | 2 | 280,00 | 6.720,00 |
| Mesero | Profesionales | 2 | 280,00 | 6.720,00 |
| Choferes | Profesionales | 2 | 300,00 | 7.200,00 |
| Guia de turismo | Profesionales | 4 | 350,00 | 16.800,00 |
| | | | Subtotal | 23.760,0 |
| | | | Imprevistos 2% | 475,2 |
| | | | Total | 24.235,2 |

Fuente: Investigación directa / Autora: Paola Villalba

6.3.1.2 COSTOS FIJOS

“Se los define de esta forma a aquellos costos que se ocasionan sea que exista o no producción y por lo tanto que no están en relación con el volumen de producción, dentro de este grupo se los puede encontrar a los gastos por depreciaciones, amortizaciones, impuestos prediales, intereses por crédito a largo plazo, sueldos administrativos, etc.”

6.3.1.2.1 GASTOS INDIRECTOS

Dentro de estos cargos están las depreciaciones y amortizaciones, cuyo rubro corresponde a un gasto virtual, que no constituyen desembolsos reales de

dinero sino mas bien asientos contables, sin embargo son muy importantes pro constituir las reservas que nos permitirán reponer los activos desgastados, los cálculos se los realizarán de acuerdo a los porcentajes autorizados por la Ley Tributaria del país, otro rubro que corresponde a esta clasificación son los seguros.

6.3.1.2.1.1 REPARACIÓN Y MANTENIMIENTO

Es el rubro por el servicio que se cargan a los activos fijos que requieren de éste y dar un mantenimiento tanto correctivo como preventivo.

REPARACIÓN Y MANTENIMIENTO

| Descripción | Valor | % | Valor Unitario | Valor Total | |
|------------------------|-----------|------|----------------|---------------------------|----------------|
| | | | | Mensual | Anual |
| Construcciones | 276.195,6 | 0,02 | 5.523,9 | 460,3 | 5.523,9 |
| Maquinaria y Equipo | 40.987,0 | 0,03 | 1.229,6 | 102,5 | 1.229,6 |
| Vehículo | 181.050,0 | 0,05 | 9.052,5 | 754,4 | 9.052,5 |
| Equipo de oficina | 384,4 | 0,02 | 7,7 | 0,6 | 7,7 |
| Muebles y Enseres | 1.081,0 | 0,02 | 21,6 | 1,8 | 21,6 |
| Equipos de computo | 1.854,1 | 0,03 | 55,6 | 4,6 | 55,6 |
| Instrumentos de cocina | 2.878,5 | 0,02 | 57,6 | 4,8 | 57,6 |
| | | | | Subtotal | 15948,5 |
| | | | | Imprevistos 2% | 319,0 |
| | | | | Total | 16267,5 |

Fuente: Investigación Directa / Autor: Luís Alberto Arias Burgos

6.3.1.2.1.2 SEGUROS

Es el gasto que la Compañía realiza el momento de contratar una póliza de seguro para proteger su inversión, es decir cubrir los activos fijos por los riesgos que la Compañía puede incurrir.

SEGUROS

| Descripción | Valor | % | Valor Unitario | Valor Total | Valor Total |
|------------------------|-----------|------|----------------|---------------------------|-----------------|
| | | | | Mensual | Anual |
| Construcciones | 276.195,6 | 0,03 | 8.285,9 | 690,5 | 8.285,9 |
| Maquinaria y Equipo | 40.987,0 | 0,03 | 1.229,6 | 102,5 | 1.229,6 |
| Vehículos | 181.050,0 | 0,05 | 9.052,5 | 754,4 | 9.052,5 |
| Equipo de oficina | 384,4 | 0,03 | 11,5 | 1,0 | 11,5 |
| Muebles y Enseres | 1.081,0 | 0,03 | 32,4 | 2,7 | 32,4 |
| Equipos de computo | 1.854,1 | 0,04 | 74,2 | 6,2 | 74,2 |
| Instrumentos de cocina | 2.878,5 | 0,03 | 86,4 | 7,2 | 86,4 |
| | | | | Subtotal | 18.772,5 |
| | | | | Imprevistos 2% | 375,4 |
| | | | | Total | 19.147,9 |

Fuente: Investigación Directa / Autor: Luís Alberto Arias Burgos

6.3.1.2.2 GASTOS ADMINISTRATIVOS

“Para que todos los elementos de la producción se optimicen, es necesario una coordinación y gestión adecuada. A este conjunto de acciones que realiza la Compañía, se los conoce como gastos de administración, los que tienen una naturaleza fija en razón que éstos no varían en función de los niveles de producción. ”

| Descripción | Unidad de Medida | Cantidad | Valor Unitario | Valor Total Mensual | Valor Total Anual |
|--------------------------|-------------------------|-----------------|-----------------------|----------------------------|--------------------------|
| Administrador | Profesionales | 1,00 | 600,00 | 600,0 | 7.200,0 |
| Secretaria/Recepcionista | Profesionales | 1,00 | 300,00 | 300,0 | 3.600,0 |
| Seguridad | Profesionales | 2,00 | 300,00 | 600,0 | 7.200,0 |
| Contador | Profesionales | 1,00 | 300,00 | 300,0 | 3.600,0 |
| Útiles de oficina | Mensual | 1,00 | 51,00 | 51,0 | 612,0 |
| | | | | Subtotal | 22.212,0 |
| | | | | Imprevistos 2% | 444,2 |
| | | | | Total | 22.656,2 |

6.3.1.2.2.1 DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIÓN

Es el valor que se aplica a los activos fijos por la pérdida del valor que sufren estos, a causa del desgaste que se da en el proceso operacional. Para esto, se toma en cuenta los años de vida útil que tendrá cada bien según lo que indica la ley.

La amortización es la pérdida del valor contable de los activos tangibles. Se los aplica a los activos diferidos o intangibles realizando una carga anual para recuperar la inversión. De igual manera, las amortizaciones se las proyecta para el número de **años** de vida útil que tiene el proyecto.

DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIÓN

| | Inversión | Vida Útil | % | Valor Total Anual |
|---------------------------------|------------------|------------------|----------|--------------------------|
| Depreciación Línea Recta | | | | |
| Construcciones | 276195,6 | 20 | 5% | 13809,78 |
| Maquinaria y Equipo | 40987,0 | 10 | 10% | 4098,7 |
| Vehículo | 181050,0 | 5 | 20% | 36210,0 |
| Equipo de oficina | 384,4 | 5 | 20% | 76,9 |
| Muebles y Enseres | 1081,0 | 10 | 10% | 108,1 |
| Equipos de computo | 1854,0744 | 3 | 33% | 618,0 |
| Instrumentos de cocina | 2878,5 | 2 | 50% | 1439,2 |
| Total Depreciación | | | | 56360,7 |
| Amortización | | | | |
| Activos Diferidos | 13974,0 | 5 | | 2794,8 |
| Total | | | | 59155,5 |

Fuente: Investigación Directa / Autor: Luís Alberto Arias Burgos

6.3.1.2.2.2 GASTOS DE VENTAS

Son todos los desembolsos necesarios para llevar a cabo el proceso operacional.

| Descripción | Unidad de Medida | Cantidad | Valor Unitario | Valor Total Mensual | Valor Total Anual |
|--------------------|-------------------------|-----------------|-----------------------|----------------------------|--------------------------|
| Trípticos | Millar | 1 | 800,0 | 66,7 | 800,0 |
| Afiches | Millar | 1 | 800,0 | 66,7 | 800,0 |
| Página Web | Unidad | 1 | 900,0 | 75,0 | 900,0 |
| | | | | Subtotal | 2.500,0 |
| | | | | Imprevistos 2% | 50,0 |
| | | | | Total | 2.550,0 |

Fuente: Investigación Directa / Autor: Luís Alberto Arias Burgos

6.3.1.3 PROYECCIÓN DE LOS COSTOS

A continuación se reflejan los costos proyectados a diez años.

| | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 | AÑO 6 | AÑO 7 | AÑO 8 | AÑO 9 | AÑO 10 |
|----------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| COSTOS DIRECTOS | | | | | | | | | | |
| Mano de obra directa | 24.235,20 | 30.294,00 | 36.352,80 | 42.169,25 | 48.199,45 | 54.224,38 | 57.803,19 | 57.803,19 | 57.803,19 | 57.803,19 |
| materiales directos | 46.050,26 | 57.562,82 | 69.075,38 | 80.127,45 | 91.585,67 | 103.033,88 | 109.834,12 | 109.834,12 | 109.834,12 | 109.834,12 |
| Insumos | 9.594,12 | 11.992,65 | 14.391,18 | 16.693,77 | 19.080,98 | 21.466,10 | 22.882,86 | 22.882,86 | 22.882,86 | 22.882,86 |
| Mantenimiento y Reparación | 16.267,49 | 16.430,17 | 16.592,84 | 16.755,52 | 16.918,19 | 17.080,87 | 17.243,54 | 17.406,22 | 17.568,89 | 17.731,57 |
| Seguros | 18.772,46 | 16.351,26 | 13.930,06 | 11.552,03 | 9.198,73 | 6.845,42 | 6.304,92 | 5.764,43 | 5.223,93 | 4.683,43 |
| Depreciaciones | 56.360,67 | 56.360,67 | 56.360,67 | 56.360,67 | 56.360,67 | 20.150,67 | 20.150,67 | 20.150,67 | 20.150,67 | 20.150,67 |
| Amortizaciones | 2.794,80 | 2.794,80 | 2.794,80 | 2.794,80 | 2.794,80 | | | | | |
| Total costos producción | 174075,00 | 191786,37 | 209497,74 | 226453,48 | 244138,49 | 222801,32 | 234219,31 | 233841,48 | 233463,66 | 233085,84 |
| Gastos Administrativos | 22.656,24 | 22.656,24 | 22.656,24 | 22.656,24 | 22.656,24 | 22.656,24 | 22.656,24 | 22.656,24 | 22.656,24 | 22.656,24 |
| Gastos Ventas | 2.550,00 | 2.550,00 | 2.550,00 | 2.550,00 | 2.550,00 | 2.550,00 | 2.550,00 | 2.550,00 | 2.550,00 | 2.550,00 |
| Gastos Financieros | 42.085,45 | 34.818,22 | 26.638,89 | 17.432,99 | 7.071,66 | | | | | |
| TOTAL | 241.366,69 | 251.810,83 | 261.342,87 | 269.092,71 | 276.416,39 | 248.007,56 | 259.425,55 | 259.047,72 | 258.669,90 | 258.292,08 |

Fuente: Investigación Directa / Autor: Luís Alberto Arias Burgos

6.3.1.4 INGRESOS DEL PROYECTO

Los ingresos del proyecto son el flujo de efectivo que recibe el mismo en cada año de su vida útil por concepto de sus operaciones que bien pueden ser directos o indirectos.

6.3.1.4.1 PRESUPUESTO DE INGRESOS

Los ingresos son los valores obtenidos en un periodo determinado mediante la venta del servicio generado por el proyecto. En este caso, los ingresos se obtendrán de la venta de los paquetes 1 y 2 ofertados al turista nacional y extranjero. A continuación se muestra el cuadro de la proyección de los ingresos durante los diez años de vida del proyecto.

| Concepto | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 | AÑO 6 | AÑO 7 | AÑO 8 | AÑO 9 | AÑO 10 |
|-----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| Costo total | 241.366,6 9 | 251.810,8 3 | 261.342,8 7 | 269.092,7 1 | 276.416,3 9 | 248.007,5 6 | 259.425,5 5 | 259.047,7 2 | 258.669,9 0 | 258.292,0 8 |
| Paquete 1 | 1.217,00 | 1.521,00 | 1.825,00 | 2.129,00 | 2.433,00 | 2.738,00 | 2.920,00 | 2.920,00 | 2.920,00 | 2.920,00 |
| Paquete 2 | 730,0 | 912,0 | 1095,0 | 1278,0 | 1460,0 | 1643,0 | 1752,0 | 1752,0 | 1752,0 | 1752,0 |
| valor paquete 1 | 120 | 120 | 120 | 120 | 120 | 120 | 120 | 120 | 120 | 120 |
| valor paquete 2 | 200 | 200 | 200 | 200 | 200 | 200 | 200 | 200 | 200 | 200 |
| TOTAL | 292040 | 364920 | 438000 | 511080 | 583960 | 657160 | 700800 | 700800 | 700800 | 700800 |

Fuente: Investigación Directa / Autor: Luís Alberto Arias Burgos

6.4 EVALUACIÓN FINANCIERA Y ECONÓMICA DEL PROYECTO

Es la parte final de la secuencia de análisis y con el objetivo de determinar si es factible o no este proyecto turístico.

6.4.1 ESTADOS FINANCIEROS

Se los denomina así a los Balances de Situación y de Resultados que se elaboran al inicio y finalización de cada ejercicio. Los Estados Financieros se realizan a base de los siguientes objetivos

- Describir el objetivo y los fundamentos del informe para los accionistas.
- Identificar el formato y los elementos básicos del Estado de Resultado y el Balance General, así como interpretar su contenido

6.4.1.1 ESTADO DE LA SITUACION INICIAL

Es la herramienta contable mediante la cual se demuestra la situación económica de la empresa al inicio de las operaciones económicas, señalando con que recursos se conto y como fueron financiados.

Está conformado por:

- **Activos:** conforman los bienes y recursos que la empresa tiene, estos pueden ser fijos, corriente, y diferidos.
- **Pasivos:** están constituidos por todas las obligaciones que la empresa mantiene con terceros.
- **Patrimonio:** es el Capital Social con el que cuenta la empresa.

| ESTADO DE SITUACION INICIAL | | | |
|------------------------------------|----------|-------------------------------------|-----------------|
| ACTIVOS | | PASIVOS | |
| <u>Activo Corriente</u> | | <u>Pasivos a Largo Plazo</u> | |
| Caja/Bancos | 11708,4 | Préstamo Largo Plazo | 371890,7 |
| Total Activo Corriente | 11708,4 | Total Pasivo Largo Plazo | 371890,7 |
| <u>Activo Fijo</u> | | PATRIMONIO | |
| Terreno | 25500,0 | Capital | 183722,4 |
| Edificios | 276195,6 | Total Patrimonio | 183722,4 |
| Vehículo | 181050,0 | | |
| Maquinaria y Equipos | 40987,0 | | |
| Equipos de Oficina | 384,4 | | |
| Muebles y Enseres | 1081,0 | | |
| Equipos de computo | 1854,1 | | |
| Instrumentos de cocina | 2878,5 | | |
| Total Activo Fijo | 529930,6 | | |

| | | | |
|--------------------------|-----------------|-----------------------------|-----------------|
| Activos Diferidos | 13974,0 | | |
| TOTAL ACTIVOS | 555613,0 | TOTAL PAS. + PATRIM. | 555613,0 |

Fuente: Investigación Directa / Autor: Luís Alberto Arias Burgos

6.4.1.2 ESTADO DE RESULTADOS

Es un informe contable que se presenta de manera ordenada las cuentas de ingresos, costos y gastos. Se prepara con el fin de medir los resultados y la situación económica de la empresa para un periodo determinado.

ESTADO DE RESULTADOS DEL PROYECTO

| CONCEPTO | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 | AÑO 6 | AÑO 7 | AÑO 8 | AÑO 9 | AÑO 10 |
|----------------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| INGRESOS | 292040 | 364920 | 438000 | 511080 | 583960 | 657160 | 700800 | 700800 | 700800 | 700800 |
| COSTO DE PRODUCCION | 174.075,0 | 191.786,4 | 209.497,7 | 226.453,5 | 244.138,5 | 222.801,3 | 234.219,3 | 233.841,5 | 233.463,7 | 233.085,8 |
| UTILIDAD BRUTA | 117965 | 173134 | 228502 | 284627 | 339822 | 434359 | 466581 | 466959 | 467336 | 467714 |
| GASTOS ADMINISTRATIVOS | 22656 | 22656 | 22656 | 22656 | 22656 | 22656 | 22656 | 22656 | 22656 | 22656 |
| GASTO DE VENTAS | 2550 | 2550 | 2550 | 2550 | 2550 | 2550 | 2550 | 2550 | 2550 | 2550 |
| UTILIDAD OPERACIONAL | 92759 | 147927 | 203296 | 259420 | 314615 | 409152 | 441374 | 441752 | 442130 | 442508 |
| GASTO FINANCIERO | 42085 | 34818 | 26639 | 17433 | 7072 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| UTILIDAD ANTES DE REPARTO | 50673 | 113109 | 176657 | 241987 | 307544 | 409152 | 441374 | 441752 | 442130 | 442508 |
| 15% REPARTO TRABAJADOR | 7601 | 16966 | 26499 | 36298 | 46132 | 61373 | 66206 | 66263 | 66320 | 66376 |
| UTILIDAD ANTES IMPUESTOS | 43072 | 96143 | 150159 | 205689 | 261412 | 347780 | 375168 | 375489 | 375811 | 376132 |

| | | | | | | | | | | |
|-----------------------|-------|-------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 25% DE IMPUESTO RENTA | 10768 | 24036 | 37540 | 51422 | 65353 | 86945 | 93792 | 93872 | 93953 | 94033 |
| UTILIDAD NETA | 32304 | 72107 | 112619 | 154267 | 196059 | 260835 | 281376 | 281617 | 281858 | 282099 |

Fuente: Investigación Directa / Autor: Luís Alberto Arias Burgos

6.4.1.3 FLUJO DE CAJA

Uno de los elementos más importantes dentro de la evaluación de un proyecto constituye el flujo de caja, por cuanto los indicadores de evaluación que se calculara mas adelante dependerán fundamentalmente de los resultados que presente el mismo.

Esta busca medir la rentabilidad de la inversión y de los recursos propios, este se elabora para toda la vida útil del proyecto., en el mismo se considera todos los ingresos y gastos reales en los cuales incurre el mismo, los que constituyen los Flujos de Caja, los gastos no desembolsables como la depreciación y amortización suman porque son cargos contables que no significan salida de dinero que se utilizan para fines deducibles de tributación, este mecanismo permite que el proyecto recupere la inversión realizada en cualquiera de sus fases.

A partir del primer año la empresa inicia su comercialización, podemos observar que deja saldos positivos a partir del cuarto año lográndose incrementos notables a partir del sexto año en adelante por efecto de la finalización de la amortización de la deuda.

FLUJO DE CAJA DEL INVERSIONISTA

| AÑOS | UTILIDAD NETA | DEPRE Y AMOR | V.RESIDUAL | C.TRABAJO | INV.INICIAL | PRESTAMO | AMORTIZACION | FNC |
|------|---------------|--------------|------------|-----------|-------------|----------|--------------|----------|
| 0 | | | | | 555613,0 | 371890,7 | | - |
| 1 | 32304 | 59155 | | | | | 57.902,12 | 33557,6 |
| 2 | 72107 | 59155 | | | | | 65.169,35 | 66093,2 |
| 3 | 112619 | 59155 | | | | | 73348,7 | 98425,7 |
| 4 | 154267 | 59155 | | | 1854,0744 | | 82554,6 | 129013,7 |
| 5 | 196059 | 59155 | | | | | 92915,9 | 162298,6 |
| 6 | 260835 | 18017 | | | 384,4 | | | 278466,9 |
| 7 | 281376 | 18017 | | | 1854,0744 | | | 297538,7 |
| 8 | 281617 | 18017 | | | | | | 299633,7 |
| 9 | 281858 | 18017 | | | | | | 299874,5 |
| 10 | 282099 | 18017 | 163598 | 11708,4 | 1854,0744 | | | 473567,5 |

Fuente: Investigación Directa / Autor: Luís Alberto Arias Burgos

6.4.1.4 VALOR ACTUAL NETO (VAN)

Es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversion inicial.

- Cuando el resultado del VAN es igual a cero, significa que las utilidades alcanzadas en el proyecto sirven para recompensar los costos de oportunidad.
- Cuando el resultado del VAN es negativo, significa que las utilidades generadas no cubren los costos de oportunidad.
- Cuando los resultados del VAN es positivo, significa que las utilidades percividas son mayores al costo de oportunidad, o tasa de oportnidad del capital y alcanza para cubrir los mismos.

| PERIODO | FNC | FNCA |
|---------|---------|---------|
| 0 | -183722 | -183722 |
| 1 | 33558 | 29291 |
| 2 | 66093 | 50356 |
| 3 | 98426 | 65457 |
| 4 | 129014 | 74891 |
| 5 | 162299 | 82235 |
| 6 | 278467 | 123158 |
| 7 | 297539 | 114863 |
| 8 | 299634 | 100966 |
| 9 | 299875 | 88201 |
| 10 | 473568 | 121581 |
| | | 667278 |

\$850.999,90

\$667.277,51

Fuente: Investigación Directa / Autor: Luís Alberto Arias Burgos

6.4.1.5 TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

La tasa interna de retorno (TIR), es la tasa que iguala el valor presente neto a cero. La tasa interna de retorno también es conocida como tasa de rentabilidad producto de la reinversión de los flujos netos de efectivo dentro de la operación propia del negocio y se expresa en porcentaje.¹²

El proyecto toma en cuenta la TIR para compararla con la tasa de interés, el rendimiento que obtendrán los inversionistas realizando la inversión es mayor del que obtendrían en otra alternativa, por otro lado conviene realizar la inversión. Este método presenta más dificultades y es menos confiable que el anterior, es por esto que la TIR suele ser un proceso complementario del VAN.

$$TIR = tm + (TM - tm) \left\{ \frac{VAN_{tm}}{VAN_{tm} - VAN_{TM}} \right\}$$

$$TIR = 0,514 + (0,534 - 0,514) \left\{ \frac{5448,50}{5448,50 - 5209,9} \right\}$$

$$TIR = 52,4\%$$

| AÑOS | FNC | TASA 51,4% | TASA 52,4% |
|------|---------|------------|------------|
| 0 | -183722 | -183722 | -183722 |
| 1 | 33558 | 22162 | 21873 |
| 2 | 66093 | 28827 | 28081 |
| 3 | 98426 | 28352 | 27257 |
| 4 | 129014 | 24543 | 23288 |
| 5 | 162299 | 20391 | 19096 |
| 6 | 278467 | 23105 | 21356 |
| 7 | 297539 | 16304 | 14874 |
| 8 | 299634 | 10844 | 9763 |
| 9 | 299875 | 7167 | 6369 |
| 10 | 473568 | 7475 | 6556 |
| | | 5448,5 | -5209,9 |

Fuente: Investigación Directa / Autor: Luís Alberto Arias Burgos

6.4.1.6 PERÍODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL (PRI)

Corresponde al periodo que tarda en recuperarse la inversión a través de los flujos de caja generados por el proyecto.

| PERIODO | FNC | FNCA | FNCAA |
|---------|---------|---------|---------|
| 0 | -183722 | -183722 | -183722 |
| 1 | 33558 | 29291 | -154431 |
| 2 | 66093 | 50356 | -104075 |
| 3 | 98426 | 65457 | -38618 |
| 4 | 129014 | 74891 | 36273 |
| 5 | 162299 | 82235 | 118508 |
| 6 | 278467 | 123158 | 241666 |
| 7 | 297539 | 114863 | 356529 |
| 8 | 299634 | 100966 | 457496 |
| 9 | 299875 | 88201 | 545697 |
| 10 | 473568 | 121581 | 667278 |

Fuente: Investigación Directa / Autor: Luís Alberto Arias Burgos

6.4.1.7 PUNTO DE EQUILIBRIO

El Punto de Equilibrio es una herramienta financiera que permite determinar en momento en el cual las ventas cubrirán exactamente los costos, expresándose en valores, porcentajes o unidades.

Muestra la magnitud de las utilidades o pérdidas de la empresa cuando las ventas excedan o caigan por debajo de este punto, de tal manera que esta herramienta viene a ser un punto de referencia a partir del cual un incremento en los volúmenes de ventas generará utilidades así como también un decremento generará pérdidas, por tal motivo se deberán analizar varios factores importantes tales como: Costos Fijos, Costos Variables y Ventas Generales.

$$\text{PEQ (Cantidad)} = \text{Costos Fijos} / (\text{Margen de Contribución})$$

$$\text{PE\$ (Dinero)} = \text{Costo Fijo} / (1 - (\text{C.V.U} / \text{P.U.}))$$

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|---------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|------------------|
| DESCRIPCION | | | | | | | | | | |
| COSTO FIJO | 161487,113 | 151961,361 | 141523,508 | 130102,248 | 117550,291 | 69283,2013 | 68905,3786 | 68527,556 | 68149,7334 | 67771,9108 |
| COSTO VARIABLE | 79879,58 | 99849,47 | 119819,36 | 138990,46 | 158866,10 | 178724,36 | 190520,17 | 190520,17 | 190520,17 | 190520,17 |
| COSTO TOTAL | 241366,689 | 251810,831 | 261342,873 | 269092,711 | 276416,39 | 248007,562 | 259425,548 | 259047,725 | 258669,902 | 258292,08 |
| INGRESOS | 292040 | 364920 | 438000 | 511080 | 583960 | 657160 | 700800 | 700800 | 700800 | 700800 |
| PUNTO DE EQUILIBRIO | 222287,906 | 209203,716 | 194817,942 | 178700,689 | 161481,188 | 95164,6258 | 94632,1732 | 94113,2851 | 93594,3971 | 93075,5091 |

Fuente: Investigación Directa / Autor: Luís Alberto Arias Burgos

CAPÍTULO VII

ESTUDIO ADMINISTRATIVO JURÍDICO LEGAL

En éste capítulo se dará a conocer la estructura organizacional de la empresa al implementar el proyecto turístico, ya que al momento de operar el mismo se necesita de la gestión administrativa y operativa de la finca eco turística.

De igual manera se analizará la parte legal para conformar la empresa, la misma que será propietaria responsable de la administración de la hostería, conociendo la ley vigente para la conformación de la empresa, el número de socio, entre otras cosas. Con estos factores claramente establecidos se podrá tener una buena administración de esta empresa.

7.1 OBJETIVOS

Dentro de los objetivos de este estudio está:

- Determinar la misión y visión de la empresa
- Analizar las exigencias administrativas para el funcionamiento de la finca eco turística
- Conocer los distintos cargos y funciones que tendrán los empleados de la finca.
- Diseñar la estructura administrativa y funcional del proyecto a través de un organigrama funcional
- Conformar

7.2 HOSTERÍA ECOLÓGICA PUNGO SACHA

7.2.1 MISIÓN

Desarrollar un proyecto eco turístico, que posea todas las facilidades y servicios turísticos dando privilegio a actividades turísticas de naturaleza y aventura en la comunidad de Murialdo para visitantes de todas las edades y de todas partes del mundo

7.2.2 VISIÓN

Convertirse en uno de los más importantes y prestigiosos establecimientos eco turístico de la parroquia de Fátima, en la provincia de Pastaza, satisfaciendo todas las necesidades, deseos y expectativas de los turistas nacionales y extranjeros motivados en su visita por actividades de turismo de naturaleza y aventura, ofreciendo servicios y actividades turísticas profesionales.

7.2.3 VALORES CORPORATIVOS

“Constituyen una parte esencial de toda cultura empresarial ya que aportan un sentido de dirección común a todas las personas que componen la empresa.”

Al plantear estos los valores de la empresa, se creará una identidad propia ya que todos los integrantes para el funcionamiento de la misma, tendrán que acogerse a los mismos.

Los valores de la empresa serán los siguientes:

- ✧ Enfoque al cliente. El cliente que recibe nuestro servicio es la razón de ser de nuestra empresa. Todas nuestras actividades tendrán que aportar valor a ellos.
- ✧ Trabajo en equipo. Todo lo que hagamos será trabajando en equipo, con la mayor velocidad posible y de la forma más simple posible.
- ✧ Transparencia. Creemos en la honestidad e integridad como generadores de la lealtad de nuestros clientes y trabajadores.

PRINCIPIOS:

- Optima atención al Cliente
- Trabajo en equipo
- Ética
- Profesionalismo
- Iniciativa
- Creatividad
- Productividad

7.2.4 POLÍTICA EMPRESARIAL

“La política empresarial es una de las vías para hacer operativa la estrategia. Suponen un compromiso de la empresa; al desplegarla a través de los niveles jerárquicos de la empresa, se refuerza el compromiso y la participación del personal.” Deben ser comunicadas y comprendidas por todos los integrantes de la empresa

A continuación se describe las políticas que se aplicarán dentro de la organización:

ACCIONISTAS:

- Ejercer una excelente administración para potencializar el uso del establecimiento y sus actividades para poder generar un rendimiento constante del capital invertido.
- Crear estrategias de marketing y publicidad para que se dé a conocer la finca eco-turística y las actividades que se ofertan.
- Dar incentivos a los empleados para que puedan brindar un buen servicio a los clientes.
- Es importante mantener buenas relaciones con la competencia.

EMPLEADOS:

- El personal tiene que ser capacitado en cada una de las áreas y actividades del lugar.
- Desempeñar con conocimiento, eficacia y buena voluntad las labores a realizarse.
- Tratar al cliente con respeto, ofreciéndoles un servicio de excelente calidad ya que de esta forma sería la mejor para seguir captando clientes.

CLIENTES:

- Satisfacer las necesidades de los clientes prestando un servicio de buena calidad, mediante productos innovados y actividades que llamen la atención del cliente.
- El cliente tendrá la opción de pagar efectivo o con tarjeta de crédito.

7.3 ESTRATEGIAS

Llevar adelante una empresa no es tarea fácil, ni siquiera para los grandes hombres de negocios; las actividades comerciales requieren de un proceso de planeamiento muy arduo para lograr los propósitos que se plantean. Pero estos planeamientos incluyen varios ítems que no pueden ser obviados si deseamos que nuestro negocio sea fructífero, entre estos ítems se encuentran las estrategias empresariales.

Existe una jerarquía de estrategias empresariales como lo son las siguientes:

Estrategia corporativa: los ejecutivos trazan la estrategia general de una compañía diversificada. Se toman decisiones respecto de las industrias en las que la compañía desea competir.

Estrategias de negocios: usualmente a cargo del administrador general de una unidad de negocios. El propósito de la estrategia de negocios es la obtención de una ventaja competitiva en un área de la línea de productos en particular.

Estrategias (o políticas) funcionales: en este caso se generan estrategias por departamentos u otras unidades de la organización *. El objetivo es apoyar las estrategias de negocios y corporativa.

7.4 LOGOTIPO Y ESLOGAN

7.4.1 LOGOTIPO

Un logotipo (coloquialmente conocido como logo) es un elemento gráfico, verbo-visual o auditivo y sirve a una persona, empresa, institución o producto para representarse. Los logotipos suelen encerrar indicios y símbolos acerca de quienes representan.

Existen diferentes clasificaciones de "logos": letragrama o grafotipo, emblema, tipograma e imagotipo.

El logotipo puede ser el eje afirmador de la propiedad privada a través del hecho de la autoría.

El logotipo que la HOTEL ECOLÓGICO ENCANTO AMAZONICO a utilizará es:



7.4.2 SLOGAN

Los eslóganes publicitarios son el medio más efectivo de atraer la atención del público sobre uno o varios aspectos del producto. Típicamente, lo que hacen es proclamar las cualidades y/o que el producto es de la mejor calidad, proporciona el mayor beneficio o solución o es el más adecuado para el consumidor potencial poder.¹³

Los eslóganes publicitarios a menudo juegan un importante papel en la competencia entre compañías.

Un eslogan efectivo normalmente:

- ❖ Hace una declaración simple, concisa, tajante, directa y apropiada.
- ❖ A menudo es ingenioso, si bien no todos los eslóganes publicitarios deben serlo.
- ❖ Adopta una personalidad "distintiva" respecto al resto
- ❖ Da una impresión creíble de la marca o producto
- ❖ El buen eslogan debe ser corto, original e impactante. Para conseguirlo, se utilizan los juegos de palabras puesto que obligan a hacer un esfuerzo adicional al oyente que permite fijarlo mejor en su memoria. El espectador, además, los considera ingeniosos por lo que no los rechaza de inmediato. El mayor éxito de un eslogan es que los consumidores lo repitan.

El slogan que la Hotel ecológico Encanto Amazonico utilizará es:

TOCANDO LA VIDA SILVESTRE EN "PUNGO SACHA"

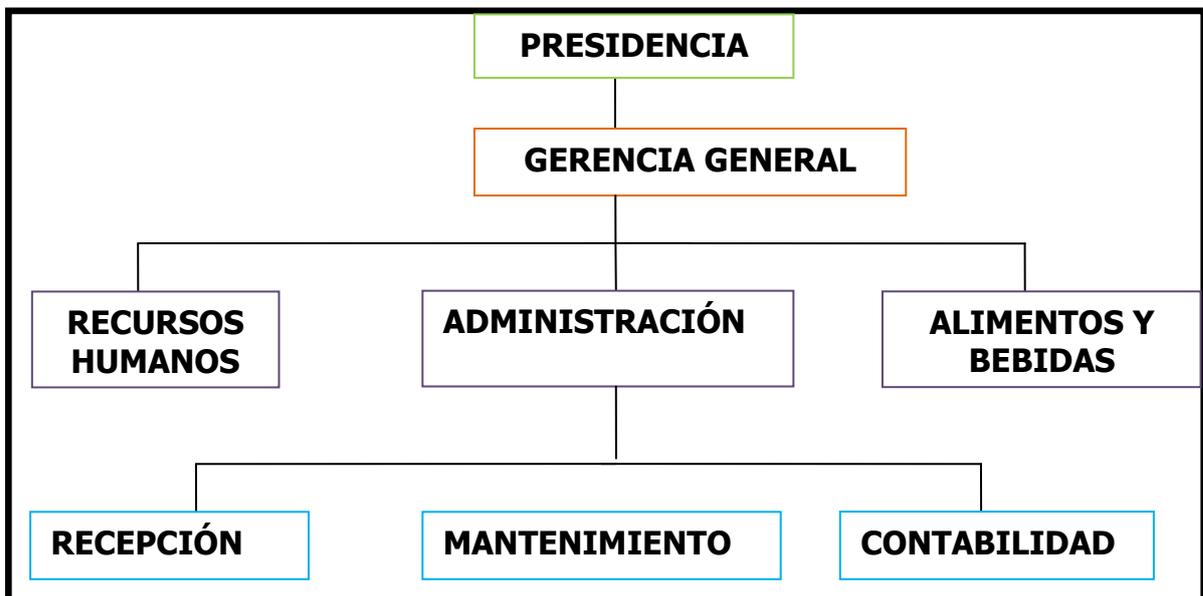
7.5.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

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

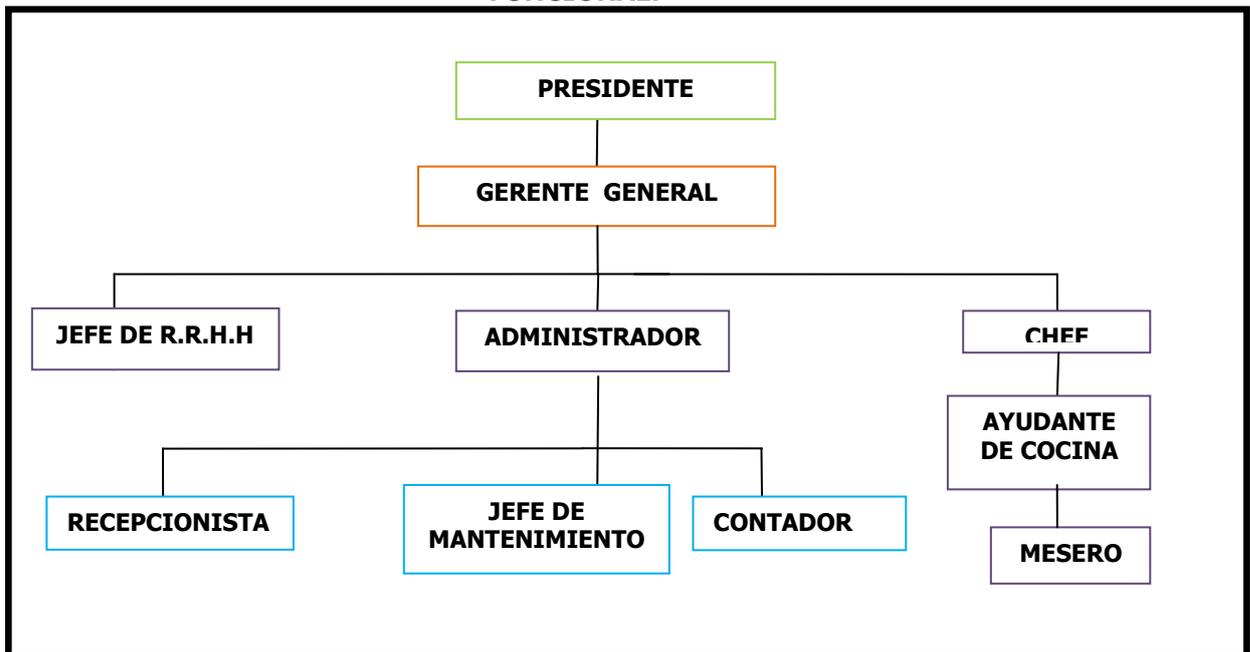
7.5.2.1 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL Y FUNCIONAL

El siguiente cronograma se lo aplicará en la empresa:

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL:



ORGANIGRAMA FUNCIONAL:



7.5.2.2 PROCESO Y SISTEMA DE CONTRATACIÓN DEL PERSONAL

Para la contratación del personal se empleará el siguiente proceso:

- 1) Diseño de Puestos.- Una vez que la organización haya establecido las responsabilidades, deberes, obligaciones y requisitos de un cargo se procede al siguiente paso.
- 2) Reclutamiento.- Se publicará un anuncio en el periódico para que los aspirantes a algún cargo puedan presentarse a una entrevista de preselección con su currículum y debida documentación.
- 3) Selección del Recurso Humano.- En este paso se escogerán a los aspirantes más capaces para un determinado puesto.
- 4) Salario y Compensaciones.- Se pagarán los sueldos en base al puesto a ocupar y se le otorgará los beneficios y compensaciones impuestos por la ley.

- 5) Evaluación de Desempeño.- Se evaluará al personal de acuerdo al cargo que estén ocupando. Esta evaluación se la realizará durante los tres primeros meses de operación de la hostería ecológica y cada vez que ingrese un nuevo empleado a prestar sus servicios dentro del establecimiento.

7.6 ORDENAMIENTO JURÍDICO

Hotel Ecológico Encanto Amazonico será una Compañía Limitada.

Compañía de Responsabilidad Limitada es la que se contrae entre tres o más personas que responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales. Estas compañías pueden nacer bajo una razón social o bajo una denominación objetiva a la que se le añadirá las palabras Compañía Limitada o su correspondiente abreviatura Cía. Ltda. Estas compañías deben tener tres socios como mínimo y quince como máximo.

7.6.1 REQUISITOS PARA LA CONSTITUCIÓN DE LA COMPANÍA

- 1) Escritura pública de la constitución de la Compañía Limitada.
- 2) Aprobación de la Superintendencia de Compañías
- 3) Inscripción el Registro Mercantil
- 4) Registro Único de Contribuyentes
- 5) Patente Municipal
- 6) Permiso de Control Sanitario
- 7) Afiliación a las cámaras según la actividad de la sociedad
- 8) Se debe contar con 2 socios como mínimo y quince como máximo.

CAPÍTULO VIII

8. ESTUDIO DE IMPACTO AMBIENTAL

8.2.1.1 JUSTIFICACIÓN

El implementar proyectos para el desarrollo de la actividad turística es muy importante. Al elaborar dichos proyectos es evidente que se causará daños al medio ambiente y de igual manera influirá notablemente en los habitantes a pesar de que dicho proyecto tienen como misión mejorar la calidad de vida de los habitantes del cantón.

Al ser la comunidad de Murialdo un sector en el cual se puede desarrollar la actividad turística, es necesario implementar proyectos de factibilidad turística y ecológica ya que en la zona no existe una infraestructura que brinde al turista un pleno contacto con la naturaleza, y poder disfrutar de ella mediante caminatas, la utilización de un SPA, pesca deportiva, entre otras actividades. De esta manera no solo se persigue un fin personal sino también se persigue un beneficio para la comunidad ya que al implementar este proyecto, se puede comenzar a desarrollar la actividad turística en la zona.

La finalidad de este estudio es determinar las condiciones del medio, considerando las variables ambientales, sociales y económicas.

En base a este proyecto, es necesario trabajar en la realización de un plan de manejo ambiental, pues, la conservación del ambiente y la conducción adecuada de los recursos existentes garantizarán a las futuras generaciones.

8.2.1.2 ANTECEDENTES

Objetivo General

Realizar un proyecto de factibilidad para el aprovechamiento turístico y ecológico, en la finca "Murialdo", que brinde actividades ecológicas, de salud y de distracción para turistas nacionales y extranjeros obteniendo ingresos económicos para el sector al que se lo va a aplicar.

Objetivos Específicos

- Fomentar el turismo a través de este nuevo servicio satisfactor de necesidades
- Promocionar oportuna y eficientemente el proyecto a implementarse.
- Incluir este servicio en los paquetes turísticos que se están ofertando a este destino.

Principales Actividades

- Este proyecto tiene como finalidad brindar servicios como alojamiento, alimentación y distracción que satisfagan las exigencias del cliente.
- Estos servicios incluyen la implementación de cabañas, restaurante, laguna, piscina, senderos, y otras actividades que podrán realizar los visitantes.
- Después de haber ya desarrollado ésta actividad se la debe promocionar mediante trípticos, folletos, páginas web, entre otras cosas este nuevo servicio.
- De igual manera se hará lo posible para implementar el servicio en paquetes que ya se están ofreciendo y promocionando del lugar.

8.2.1.3 INTRODUCCIÓN

El presente estudio determina la Interrelación: proyecto – ambiente, tomando en cuenta la capacidad de afectación del proyecto hacia los elementos ambientales, y a su vez, el potencial de respuesta del medio hacia el proyecto. Se persigue causar el menor impacto negativo y el mínimo deterioro sobre los elementos ambientales involucrados.

El Plan de Manejo Ambiental cuenta con un programa de mitigación, con los mecanismos para minimizar los impactos ambientales negativos y potenciar los positivos durante la construcción, abandono de la obra y operación; y un programa de medidas complementarias que comprende actividades tendientes a restituir y conservar el medio ambiente.

Este plan puede ser modificado o adaptado a nuevas situaciones o requerimientos que se den en el futuro, o si es sometido a ajustes establecidos o dispuestos por la autoridad respectiva.

OBJETIVOS

Ejecutar los estudios de identificación y mitigación de los potenciales Impacto Ambiental del proyecto para el aprovechamiento turístico y ecológico en la finca " Murialdo", comunidad de Murialdo.

Objetivos del plan de mitigación

- Establecer acciones para prevenir y mitigar cualquier impacto o afectación al ambiente cuando el proyecto haya entrado en su fase de construcción y operación
- Proponer mecanismos de manejo destinados a minimizar los impactos sobre los componentes físico, biótico, socioeconómico, derivados de la construcción y operación de la obra.
- Mantener un programa de seguimiento y evaluación de las medidas ambientales que se recomiendan en el EIA.

8.2.1.4 DETERMINACIÓN DE ÁREAS DE INFLUENCIA

Para la determinación del área de influencia se considera la metodología en base a equipos e instrumentos para la recopilación de información acerca de los aspectos físicos, aspectos biológicos y aspectos socio económicos

Los criterios ambientales son los siguientes:

De acuerdo al hábitat de las especies presentes en el área.

Este es un proceso largo y complejo por lo cual no se lo elaborará siguiendo todos los pasos pero se tomará una línea base para generalizar este estudio.

8.2.1.5.6.1 CONTAMINACIÓN AMBIENTAL

CONTAMINACIÓN DEL AIRE

Por ser este el elemento más abundante de la naturaleza la ejecución del proyecto lo afectaría de la siguiente manera:

- Eliminación de sustancias químicas de los productos de limpieza.
- Contaminación a través de la basura que genere la hostería.
- Smog de los vehículos que visiten nuestras instalaciones.

❖ **Monóxido De Carbono u Óxido De Carbono (CO).**- Es un gas inodoro, incoloro, inflamable y altamente tóxico. Puede causar la muerte cuando se respira en niveles elevados. Se produce cuando se queman materiales combustibles como gas, gasolina, keroseno, carbón, petróleo, tabaco o madera en ambientes de poco oxígeno. Las chimeneas, las calderas, los calentadores de agua o calefones y los aparatos domésticos que queman combustible, como las estufas u hornillas de la cocina también pueden producirlo si no están funcionando bien. Los vehículos detenidos con el motor encendido también lo despiden.

❖ **Compuestos Orgánicos Volátiles.-** Son sustancias químicas que contienen carbono y se encuentran en todos los elementos vivos. Los compuestos orgánicos volátiles, a veces llamados VOC (por sus siglas en inglés), se convierten fácilmente en vapores o gases. Junto con el carbono, contienen elementos como hidrógeno, oxígeno, flúor, cloro, bromo, azufre o nitrógeno. Los COV son liberados por la quema de combustibles, como gasolina, madera, carbón o gas natural. También son liberados por disolventes, pinturas, pegantes y otros productos empleados y almacenados en la casa y el lugar de trabajo.

Muchos compuestos orgánicos volátiles son peligrosos contaminantes del aire. Cuando se mezclan con óxidos de nitrógeno, reaccionan para formar ozono, en el nivel del suelo o "smog." Este también es uno de los principales componentes del CFC (Metano).

8.2.1.5.6.1.1 MEDIDAS DE MITIGACION CONTRA LA CONTAMINACION AMBIENTAL

- No incinerar basura debido a que su combustión origina contaminantes hacia la atmósfera.
- Usar adecuadamente los plaguicidas y fungicidas.
- Instalar filtros de carbono para evitar la emanación de contaminantes.
- Fomentar la reforestación.

8.2.1.5.6.2 CONTAMINACIÓN DEL AGUA

DESECHOS LÍQUIDOS

Tratamiento de aguas residuales

En el tratamiento de aguas residuales se pueden distinguir hasta cuatro etapas que comprenden procesos químicos, físicos y biológicos:

- Tratamiento preliminar, destinado a la eliminación de residuos fácilmente separables y en algunos casos un proceso de pre-aireación.
- Tratamiento primario que comprende procesos de sedimentación y tamizado.
- Tratamiento secundario que comprende procesos biológicos aerobios y anaerobios y físico-químicos (floculación) para reducir la mayor parte de la DBO.
- Tratamiento terciario o avanzado que está dirigido a la reducción final de la DBO, metales pesados y/o contaminantes químicos específicos y la eliminación de patógenos y parásitos.

8.2.1.5.6.2 .1 MEDIDAS DE MITIGACION CONTRA LA CONTAMINACIÓN DEL AGUA

- No agregar muchas sustancias químicas en los cultivos.
- Utilización de tuberías de PVC debido a que este es un material recomendado para evitar la corrosión.
- Separar los desechos orgánicos de los inorgánicos.
- Instalar en los desagües pequeñas mallas que permitan la separación de desechos sólidos y líquidos.

- Utilización de fosa séptica para la hostería.

8.2.1.5.6.3 CONTAMINACIÓN DEL SUELO

El aplicar este proyecto se verá afectado el suelo pero cabe recalcar que para dicha construcción se utilizarán las vías de acceso ya establecidas para no generar tanto impacto.

Al comenzar con la obra de construcción se harán caminos fijos adecuados para la maquinaria pesada y no causar más impacto ambiental al suelo.

Es necesario que exista una buena distribución de senderos para que los visitantes puedan transitar por ellos, y no causar mucho daño al entorno.

DESECHOS SÓLIDOS

Tipos de tratamientos:

Incineración: Proceso de reducir a cenizas los desechos sólidos y otros residuos, reduciendo el volumen original de la fracción combustible de los residuos sólidos del 50 – 80%.

Pirólisis: Descomposición de los desechos por la acción del calor.

Reciclaje: Es un proceso mediante el cual ciertos materiales de los desechos sólidos se separan, recogen, clasifican y almacenan para reincorporarlos como materia prima al ciclo productivo. Es decir, proceso que sufre un material o producto para ser reincorporado a un ciclo de producción o de consumo, ya sea el mismo en que fue generado u otro diferente.

Recuperación: Actividad relacionada con la obtención de materiales secundarios, bien sea por separación, desempaquetamiento, recogida o cualquier otra forma de retirar de los residuos sólidos algunos de sus componentes para su reciclaje o re uso.

Re uso: Es el retorno de un bien o producto a la corriente económica para ser utilizado en forma exactamente igual como se utilizó antes, sin cambio alguno en su forma o naturaleza.

Recolección Selectiva: Acción de clasificar, segregar y presentar segregadamente para su posterior utilización.

Reutilización: Capacidad de un producto o envase para ser usado en más de una ocasión, de la misma forma y para el mismo propósito para el cual fue fabricado.

Relleno Sanitario: Instalación destinada a la disposición sanitaria y ambientalmente segura de los residuos sólidos en la superficie o bajo tierra, basados en los principios y métodos de la ingeniería sanitaria y ambiental. Es la técnica de eliminación final de los desechos sólidos en el suelo, que no causa molestia ni peligro para la salud y seguridad pública, tampoco perjudica el ambiente durante su operación ni después de terminado el mismo. Es el sitio que es proyectado, construido y operado mediante la aplicación de técnicas de ingeniería sanitaria y ambiental, en donde se depositan, esparcen, acomodan, compactan y cubren con tierra, diariamente los desechos sólidos, contando con drenaje de gases y líquidos percolados o lixiviados.

Relleno Sanitario Manual: Es aquél en el que sólo se requiere equipo pesado para la adecuación del sitio y la construcción de vías internas, así como para la excavación de zanjas, la extracción y el acarreo y distribución del material de cobertura. Todos los demás trabajos, tales como construcción de drenajes para lixiviados y chimeneas para gases, así como el proceso de acomodo, cobertura, compactación y otras obras conexas, pueden realizarse manualmente.

Relleno Sanitario Mecanizado: Es aquél en que se requiere de equipo pesado que labore permanentemente en el sitio y de esta forma realizar todas las actividades señaladas en el relleno sanitario manual, así como de estrictos mecanismos de control y vigilancia de su funcionamiento.

8.2.1.5.6.3.1 MEDIDAS DE MITIGACION CONTRA LA CONTAMINACION DEL SUELO

Como medida principal para combatir la contaminación del suelo es necesario emplear el proceso de reciclaje mediante el cual productos de desecho, son nuevamente utilizados.

✧ **Alimentos.-** Los residuos alimenticios pueden ser empleados como abono orgánico, alimentación de cerdos y otros animales.



✧ **Plásticos.-** A través de este material se pueden obtener bancos, juegos para parques, baldes, útiles escolares, carpetas, cepillos entre otros en estos casos, un simple lavado y almacenamiento del producto limpio es suficiente para su

recuperación.

✧ **Vidrio.-** Es un material totalmente reciclable y no hay límite en la cantidad de veces que puede ser reprocesado. Al reciclarlo no se pierden las propiedades y se ahorra una cantidad de energía de alrededor del 30% con respecto al vidrio nuevo. Para su adecuado reciclaje el vidrio es separado y clasificado según su tipo el cual por lo común está asociado a su color, una clasificación general es la que divide a los vidrios en tres grupos: verde, ámbar o café y transparente. En ciertos casos el vidrio es reutilizado, antes que reciclado. No se funde, sino que se vuelve a utilizar únicamente lavándolo (en el caso de los recipientes).¹⁴

En conclusión la acción más recomendable para evitar la contaminación del suelo es el reciclaje.

8.2.1.5.7 EVALUACIÓN DE IMPACTOS AMBIENTALES

Para valorar y evaluar los impactos negativos significativos se desarrollará la Matriz Multidimensional de Evaluación. En atributo, esta matriz presenta en las filas los impactos ambientales esperados y en las columnas las actividades de la construcción y la operación del proyecto, permitiendo, la entrada en sub filas y sub columnas las categorías de calificación y evaluación de un arreglo multidimensional.

La clasificación de los impactos se realizo a través de parámetros cualitativos y cuantitativos, que permiten luego calcular la Magnitud e importancia de cada uno de ellos, tanto a nivel del elemento afectado, como de la actividad que genera la afección. Estos parámetros o variables son de tipo cuantitativos y cualitativos.

8.2.1.5.8 PLAN DE MANEJO AMBIENTAL

En el Plan se propondrá el diseño y ejecución de obras, actividades o medidas dirigidas a prevenir, atenuar, minimizar o disminuir los impactos negativos significativos que fueron identificados como resultado de la ejecución del proyecto vial que prevé tendrán repercusiones adversas en el entorno humano y natural de la zona.

Se realizarán talleres de participación tanto para los habitantes como para el personal involucrado en la fase de construcción de la vía, considerando los siguientes temas:

Para lograr este objetivo se incluirá:

- a) un programa de mitigación, con los mecanismos y acciones tendientes a minimizar los impactos ambientales negativos y potenciar los positivos durante la construcción, abandono de la obra y operación; y
- b) un programa de medidas complementarias que comprende actividades tendientes a restituir y conservar el medio ambiente.

Como todo plan ambiental el presente debe ser considerado en su aplicación como un sistema abierto, es decir que puede ser modificado o adaptado a nuevas situaciones o requerimientos que se den en el futuro, o si es sometido a ajustes establecidos o dispuestos por la autoridad respectiva.

8.2.1.5.9 MARCO LEGAL

Las normas fundamental que impulsa el desarrollo ambiental del país, se hallan consagrados en la Constitución Política de la república del Ecuador, expedida mediante decreto legislativo No 000, Publicado en el Registro Oficial, No 1 del 11 de agosto de 1998

Marco Jurídico del Ámbito Ambiental

Desarrollo sustentable y ambiente .- La constitución de la República .- RO 1: agosto 11, 1998.- Establece la obligación del estado a proteger y garantizar el derecho de la población a vivir en un medio ambiente sano y ecológicamente equilibrado.

Una vez promulgada.- La Ley de Gestión Ambiental.- RO 245, julio 30, 1999, en el título III, Capítulo II, Art. 19 al 27; define la normativa para la Evaluación del Impacto Ambiental y control Ambiental.

8.2.1.5.10 CERTIFICADO DE INTERSECCIÓN

Después de elaborar todo lo anterior se hace un certificado el mismo que lo emitirá el Ministerio del Medio Ambiente, con el número de oficio y la fecha de emisión, el mismo que legalizará el estudio planteado.

CONCLUSIONES:

De la presente investigación se formula una serie de conclusiones.

- El cantón Pastaza tiene una gran variedad de atractivos turísticos, tanto naturales como culturales.
- La parroquia Fátima posee lugares interesantes para promocionarlos y fomentar el turismo, sin embargo no existe la infraestructura adecuada para dicha actividad.
- La implementación de este proyecto turístico fomentará dicha actividad para la comunidad Murialdo, generando así trabajo para la misma.
- El proyecto turístico tendrá una inversión de \$555.613, es decir que el proyecto será financiado en un 66.46% por la Corporación Financiera Nacional y el resto que es el 33.54% será financiado por capital propio de cinco inversionistas.
- El proyecto expuesto da como resultado una tasa interna de retorno favorable, lo cual quiere decir que este proyecto es factible.
- El periodo de recuperación de la inversión para la hostería es de cuatro años, y generará utilidades positivas para la empresa.

RECOMENDACIONES:

- La actividad turística es una gran fuente de ingresos y es necesario que tanto autoridades públicas como privadas, deberían estimular a la gente a formar alianzas con la comunidad y demás interesados en el sector turístico para el desarrollo y progreso del mismo.
- Potenciar el uso y aprovechamiento de sitios naturales de interés turístico de la zona.
- Promover campañas de concientización especialmente en las escuelas y colegios de la parroquia para de esta forma iniciar una campaña de preservación del medio ambiente con las futuras generaciones.
- Ofrecer precios razonables sin descuidar la calidad de los servicios procurando innovarlos y mejorarlos en todas las áreas.
- Es necesario implementar proyectos como estos dentro de la zona, tratando de preservar el medio ambiente, pero al mismo tiempo generando empleo para la gente.

BIBLIOGRAFÍA

Textos:

- ALVARADO, Patricio, **NOCIONES ELEMENTALES DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA**
- Barreno, Luis Manual de Formulación y Evaluación de Proyectos
- MINISTERIO DE TURISMO. "Reglamento de Ecoturismo y Sostenibilidad"
- Reglamento General de Actividades Turísticas, De los Alojamientos, 2006
- CANELOS, SALAZAR. Ramiro "FORMULACION Y EVALUACION DE UN PLAN DE NEGOCIO"
- Gabriel Vaca Urbina, Evaluación de Proyectos
- YÁBAR, SANCHEZ GUIDO **EL MARKETING EN LAS PEQUEÑAS EMPRESAS**. Editorial Pymes. Pág. 87

ANEXOS

PLANO DEL HOTEL



Ver : Pagina 115

ANEXOS

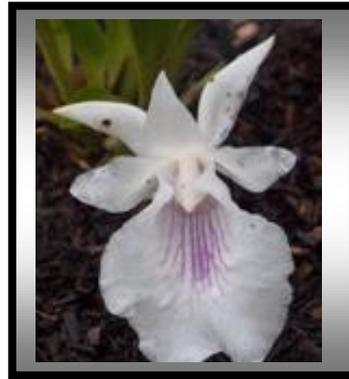
PARQUE ETNOBOTANICO OMAERE

Se puede realizar recorridos dedicados a promover la conservación del bosque húmedo tropical y revalorizar la cultura indígena de las etnias amazónicas.



JARDÍN BOTÁNICO "LAS ORQUÍDEAS"

Promover la educación Ambiental, conservación de los recursos naturales y la investigación científica sobre rescate y regeneración de flora amazónica en zonas degradadas.



PARQUE REAL DE AVES EXÓTICAS

Es un atractivo turístico destinado a la conservación y reproducción de aves de hermosos colores, formas y tamaños. La mayoría son originarias de otros Países y se encuentran en cautiverio (jaulas) ya que son aves de granjas o corrales. Entre las aves que podemos encontrar son: avestruces, pavo real, más de 20 razas de gallinas, el faisán, originario de la China, periquitos australianos, canarios, alondras, finches, gansos, patos, palomas de varias razas, etc. El recorrido dura una hora.



PASEO TURISTICO DEL RIO PUYO

Es un sendero de 2 ½ kilómetros en el que se recorre el río Puyo, tiene aproximadamente 20 metros de ancho. El recorrido completo dura 45 minutos a una hora. Tiene dos puentes colgantes y algunos de madera. Todo es natural.



MUSEO ETNO-ARQUEOLOGICO DE LA CIUDAD DE PUYO

Tras el descubrimiento de un asentamiento arqueológico en 1.988, por habitantes Achuar, en la quebrada Tinajayacu. Pastaza es la provincia con mayor número de nacionalidades indígenas, habitan siete de las trece etnias: Achuar, Shuar, Huaorani, Kichwua, Zapara, Andoa Y Shiwiar. Cuenta con: Sala Arqueológica. Posee una colección de 420 piezas en vasijas,



ARTESANIAS EN BALSA

Son figuras elaboradas en balsa, que representan a la cultura y a cientos de animales de la selva amazónica. Son decorativas y ornamentales. Los diseños de mayor acogida son las figuras que representan a las aves de la región: loros, tucanes y papagayos; de peces, serpientes, águilas, frutas, fruteros, aretes, collares, llaveros, etc. La casa de la balsa es el taller de producción más grande de la ciudad.



CATEDRAL DE LA CIUDAD DE PUYO

En el año de 1.936 se creó la primera sede misionera de la Orden Dominicana, que en ese entonces trabajaba en las comunidades indígenas del interior de la Provincia como Montalvo, Canelos y Sarayacu, las que fueron evangelizadas por esta comunidad religiosa. "La Iglesia Catedral" y el edificio adjunto son edificaciones recientes, construidas en cemento armado y arquitectura moderna. Estas obras fueron de iniciativa del Obispo Alberto Zambrano Palacios. La Catedral se inauguro en 1.972 y el Vicariato en 1.992. Actualmente en el Vicariato se ofrecen servicios de atención médica, odontológico y de laboratorio clínico para la comunidad, especialmente de escasos recursos económicos. Existe también una librería popular donde se encuentran texto y útiles escolares a bajo costo.



PARQUE ACUATICO MORETE PUYO

Fue construido por el Municipio del Cantón Pastaza, como un complejo de piscinas compuesto por una piscina de olas, juegos imperativos de niños, piscina semi olímpica, piscina de clavados, turco, hidromasaje, bar, restaurante, sala de eventos y recepciones.



MONUMENTO AL ARTESANO

Fue construido en 1.999 para promocionar la riqueza artesanal en balsa por lo que se edificó una estructura de un hombre que simboliza el trabajo y esfuerzo de quienes trabajan en la elaboración de las figuras en balsa. La estatua tiene una altura de 4 metros, es un hombre indígena que está vestido de ropa de la cultura mestiza, en sus manos tiene un pincel y un pedazo de balsa a la que le está dando la forma de una de las principales muestras de artesanía de balsa.



ARTESANÍAS EN CHONTA

La materia prima con la que se elabora proviene de la palma de chonta o pambil existente en los bosques tropicales de la Amazonia y de la Costa. Tradicionalmente la chonta ha sido una madera dura de amplia utilización de los pueblos indígenas, sobre todo para la construcción de casas y en la elaboración de las armas como lanzas, bodoqueras y flechas y otros implementos de uso doméstico. El diámetro de las piezas es variable, dependiendo de la edad del árbol de chonta. Los artículos de mayor demanda son los barriles para guardar licor. También se elabora marcos para espejos, servilleteros, apliques de pared, pisa papeles, fruteros, ceniceros, lanzas, floreros, lámparas, entre otros. Este tipo de artesanías también se encuentran en los almacenes de artesanías del centro de la ciudad de Puyo.



CARNAVAL TURÍSTICO Y CULTURAL DE PUYO

El Carnaval Turístico y Cultural de Pastaza" fue creado hace

5 años con el objetivo de transformar el juego brusco del carnaval en una fiesta llena de colorido, desfiles, danza, música y sobre todo respeto mutuo entre los habitantes de la ciudad de Puyo. En Carnaval Cultural, es un evento organizado y auspicio por el Municipio del Cantón Pastaza;



BALNEARIO TURÍSTICO LAS PALMAS

Balneario, recreación y esparcimiento



BALNEARIO TURÍSTICO RIO SANDALIAS

Balneario, se realizan espectáculos artísticos al aire libre, recreación y esparcimiento, recorrido por sus senderos y camping.



CASCADA PAILÓN DEL ANGEL

El bosque tiene una extensión de 40 hectáreas y está atravesado por el río Chorreras que forma tres cascadas. Sus aguas son tranquilas y profundas, libres de contaminación. La cascada principal a la que la denominan el Pailón del Ángel" tiene una altura aproximada de 70 metros.



CENTRAL PANELERA FÁTIMA - LAS AMERICAS

Funciona desde 1.997. Tiene un cultivo aproximado de 3 500 hectáreas de caña de la variedad POJ



limeña o caña de fruta. Este fruto es convertido en panela granulada, luego de un proceso de elaboración. El producto es distribuido en los mercados nacionales y locales.

BOSQUE PROTECTOR COTOCOCHA

En esta comunidad habitan miembros de la nacionalidad Kichwa, la más numerosa de la Amazonia Ecuatoriana. Con el propósito de cuidar el bosque, les llevo a sus habitantes a buscar una alternativa de subsistencia, la del programa de ecoturismo y de microempresas familiares.



RESERVA DE BOSQUE TROPICAL FUNDACIÓN HOLA VIDA

El bosque tiene una extensión de 225 hectáreas. La cascada tiene una altura aproximada de 30 metros, la fosa que se forma a partir de la caída del agua tiene un diámetro de 10 metros aproximadamente y es utilizada como balneario natural por los turistas.



PROYECTO TURÍSTICO ETNO ECOLÓGICO INDICHURIS

El proyecto pertenece a Jorge Vargas, nativo Kichwa. Es conocido como un shamán debido a las curaciones que practica con el uso de la medicina natural. Cuenta con cabañas para hospedaje y alimentación de los turistas.



Ver : Pagina 35

