



**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN
ECOLOGE EN LA PARROQUIA LA BELLEZA, CANTÓN FRANCISCO DE
ORELLANA, PROVINCIA DE ORELLANA**

JUAN CARLOS PEÑA PLAZA

TRABAJO DE TITULACIÓN

**PRESENTADA COMO REQUISITO PARA OBTENER EL TÍTULO DE
INGENIERO EN ECOTURISMO**

**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO**

RIOBAMBA – ECUADOR

2015

CERTIFICACIÓN

El tribunal de tesis certifica que: el trabajo de investigación titulado: “**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN ECOLOGE EN LA PARROQUIA LA BELLEZA, CANTÓN FRANCISCO DE ORELLANA, PROVINCIA DE ORELLANA**”, de responsabilidad de la señor egresado **Juan Carlos Peña Plaza**, ha sido prolijamente revisado, quedando autorizada su presentación.

TRIBUNAL DE TRABAJO DE TITULACIÓN

Ing. Carlos Ricaurte
DIRECTOR

Ing. Daniela Castillo
MIEMBRO

**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO**

Riobamba, julio 2015

DEDICATORIA

En esta ocasión quiero hacer meritoria esta dedicación para alguien especial, que es el motor de la continuidad de mi existencia, mi hijo Matías quien fuiste y seguirás siendo siempre ese destello de luz que día a día me inspira a seguir caminando hacia el horizonte.

A mis padres, que a pesar de todas las limitaciones que hemos vivido, nunca dieron su brazo a torcer y siempre estuvieron ahí para motivarme y no dejarme caer, aportando con su apoyo incondicional para poder cumplir un sueño más de mi vida.

A todos mis familiares, amigos y conocidos que de una u otra forma siempre estuvieron para apoyarme en cualquier circunstancia adversa en esta vida, en especial a mis hermanos por estar siempre unidos en los momentos más difíciles de este proceso.

Y en especial a un ser que me cambió la vida, con su insistencia, perseverancia e inteligencia me hizo ver que la vida está llena de retos, tropiezos y fracasos que cuando tocamos fondo lo único que nos queda es impulsarnos y salir adelante, vaya esto es por ti amada esposa “Diana”.

PARA USTEDES

Juan C. Peña

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer a ese ser divino que nos dió la vida, nos ilumina, nos da sabiduría para seguir siendo cada vez mejores.

A toda la comunidad politécnica, en especial al personal administrativo y docente de la escuela de Ecoturismo quienes nos abrieron las puertas, compartieron experiencias y nos formaron intelectualmente.

Un agradecimiento a todos mis compañeros y amigos politécnicos que de cualquier forma estuvieron en momentos malos y buenos.

¡Gracias!

TABLA DE CONTENIDO

I. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN ECOLOGDE EN LA PARROQUIA LA BELLEZA, CANTÓN FRANCISCO DE ORELLANA, PROVINCIA DE ORELLANA.....	1
II. INTRODUCCIÓN	1
A. JUSTIFICACIÓN	2
III. OBJETIVOS	4
A. OBJETIVO GENERAL	4
B. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	4
IV. HIPÓTESIS	5
A. HIPÓTESIS DE TRABAJO	5
V. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA	6
A. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD	6
1. Estudio de mercado	6
2. Estudio técnico	11
3. Estudio administrativo-legal	12
4. Estudio ambiental.....	13
5. Estudio económico- financiero	15
B. GENERALIDADES DEL TURISMO.....	19
1. Conceptos básicos de turismo	19
2. Desarrollo sostenible del turismo.....	20
3. Sostenibilidad.....	21
C. ALOJAMIENTO TURÍSTICO.....	22
1. Producto hotelero	22

2.	Clases de alojamientos	23
VI.	MATERIALES Y MÉTODOS	25
A.	CARACTERIZACIÓN DEL LUGAR	25
1.	Localización	25
2.	Ubicación geográfica	25
3.	Límites.....	26
4.	Características climáticas	26
5.	Clasificación ecológica	26
6.	Características del suelo	27
7.	Materiales y equipos	27
B.	METODOLOGÍA	27
1.	Determinación de la viabilidad comercial del proyecto.....	27
2.	Determinación de la viabilidad técnica para la implementación del ecolodge	31
3.	Determinación de la viabilidad administrativa-legal para la implementación del ecolodge	31
4.	Determinación de la viabilidad económica-financiera para la implementación del ecolodge	32
VII.	RESULTADOS	34
A.	DETERMINACIÓN DE LA VIABILIDAD COMERCIAL DEL PROYECTO	34
1.	Oferta actual	34
2.	Oferta sustitutiva y/o complementaria	63
3.	Análisis de la demanda.....	66
4.	Confrontación de la oferta con la demanda.....	91
5.	Elaboración del estudio mercadotécnico o de marketing.....	95
B.	DETERMINACIÓN DE LA VIABILIDAD TÉCNICA PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL ECOLODGE	109
1.	Localización del proyecto	109

2.	Tamaño del proyecto.....	110
3.	Diseño arquitectónico del proyecto.....	110
4.	Definición del proceso productivo.....	116
C.	DETERMINACIÓN DE LA VIABILIDAD ADMINISTRATIVA-LEGAL PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL ECOLODGE	132
1.	Estudio administrativo	132
2.	Estudio legal.....	145
D.	REALIZACIÓN DEL ESTUDIO SOCIO AMBIENTAL DEL PROYECTO.....	154
1.	Evaluación socio ambiental.....	154
E.	DETERMINACIÓN DE LA VIABILIDAD ECONÓMICA-FINANCIERA, PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL ECOLODGE	160
1.	Elaboración del estudio económico	160
2.	Evaluación Financiera.....	170
VIII.	CONCLUSIONES	171
IX.	RECOMENDACIONES.....	172
X.	RESUMEN.....	173
XI.	ABSTRACT.....	174
XII.	BILIOGRAFÍA.....	175
XIII.	ANEXOS	180

LISTA DE TABLAS

Tabla VII.1: Género de turistas nacionales	68
Tabla VII.2: Edad de turistas nacionales.....	69
Tabla VII.3: Ocupación de turistas nacionales.....	69
Tabla VII.4: Nivel de educación de turistas nacionales	70
Tabla VII.5: Ciudad turistas nacionales	71
Tabla VII.6: Servicios alojamiento ecológico.....	72
Tabla VII.7: Interés hospedaje alojamiento ecológico.....	72
Tabla VII.8: Personas normalmente viaja	73
Tabla VII.9: Motivo de viaje.....	74
Tabla VII.10: Días de permanencia.....	74
Tabla VII.11: Servicios alojamiento ecológico.....	75
Tabla VII.12: Tipo construcción y mobiliario	76
Tabla VII.13: Actividades turísticas alojamiento ecológico	76
Tabla VII.14: Disponibilidad pago diario	77
Tabla VII.15: Forma de pago	78
Tabla VII.16: Medios de información.....	78
Tabla VII.17: Género turistas extranjeros	79
Tabla VII.18: Edad turistas extranjeros.....	80
Tabla VII.19: Ocupación de turistas extranjeros.....	80
Tabla VII.20: Nivel de educación de turistas extranjeros	81
Tabla VII.21: País de residencia turistas extranjeros	82
Tabla VII.22: Servicios alojamiento ecológico.....	82
Tabla VII.23: Interés hospedaje alojamiento ecológico.....	83
Tabla VII.24: Personas normalmente viaja	84
Tabla VII.25: Motivo de viaje.....	84
Tabla VII.26: Días de permanencia.....	85
Tabla VII.27: Servicios alojamiento ecológico.....	86
Tabla VII.28: Tipo construcción y mobiliario	86
Tabla VII.29: Actividades turísticas alojamiento ecológico	87
Tabla VII.30: Disponibilidad pago diario	88
Tabla VII.31: Forma de pago	88
Tabla VII.32: Medios de información.....	89

Tabla VII.33: Índice de crecimiento de la oferta turística.....	92
Tabla VII.34: Proyección de la oferta sustitutiva.....	92
Tabla VII.35: Índice de crecimiento demanda nacional	93
Tabla VII.36: Índice de crecimiento demanda extranjera	93
Tabla VII.37: Proyección demanda.....	94
Tabla VII.38: Proyección de la demanda insatisfecha	94
Tabla VII.39: Proyección de la demanda objetiva	95
Tabla VII.40: Número de clientes proyectados.....	110
Tabla VII.41: Resumen de la capacidad instalada	115
Tabla VII.42: Matriz de cuantificación de impactos.....	157
Tabla VII.43: Inversiones del proyecto.....	160
Tabla VII.44: Clasificación de las inversiones.....	161
Tabla VII.45: Financiamiento del proyecto.....	162
Tabla VII.46: Depreciaciones de los activos fijos.....	163
Tabla VII.47: Amortización de activos diferidos.....	163
Tabla VII.48: Pago de la deuda	163
Tabla VII.49: Estructura de gastos y costos para la vida útil del proyecto	164
Tabla VII.50: Consumo aparente hospedaje	165
Tabla VII.51: Consumo aparente alimentación.....	166
Tabla VII.52: Consumo aparente bebidas	166
Tabla VII.53: Total ingresos	167
Tabla VII.54: Estado proforma de resultados.....	168
Tabla VII.55: Flujo de caja	168
Tabla VII.56: Calculo del punto de equilibrio hospedaje	169
Tabla VII.57: Calculo del punto de equilibrio Alimentación.....	169
Tabla VII.58: Evaluación financiera	170

LISTA DE FIGURAS

Figura VI.1: Género de turistas nacionales	68
Figura VI.2: Edad de turistas nacionales.....	69
Figura VI.3: Ocupación de turistas nacionales.....	70
Figura VI.4: Nivel de educación de turistas nacionales	70
Figura VI.5: Ciudad turistas nacionales	71
Figura VI.6: Servicios alojamiento ecológico.....	72
Figura VI.7: Interés hospedaje alojamiento ecológico.....	73
Figura VI.8: Personas normalmente viaja	73
Figura VI.9: Motivo de viaje.....	74
Figura VI.10: Días de permanencia.....	75
Figura VI.11: Servicios alojamiento ecológico.....	75
Figura VI.12: Tipo construcción y mobiliario	76
Figura VI.13: Actividades turísticas alojamiento ecológico	77
Figura VI.14: Disponibilidad pago diario	77
Figura VI.15: Forma de pago	78
Figura VI.16: Medios de información.....	79
Figura VI.17: Género turistas extranjeros	79
Figura VI.18: Edad turistas extranjeros.....	80
Figura VI.19: Ocupación de turistas extranjeros.....	81
Figura VI.20: Nivel de educación de turistas extranjeros	81
Figura VI.21: País de residencia turistas extranjeros	82
Figura VI.22: Servicios alojamiento ecológico.....	83
Figura VI.23: Interés hospedaje alojamiento ecológico.....	83
Figura VI.24: Personas normalmente viaja	84
Figura VI.25: Motivo de viaje.....	85
Figura VI.26: Días de permanencia.....	85
Figura VI.27: Servicios alojamiento ecológico.....	86
Figura VI.28: Tipo construcción y mobiliario	87
Figura VI.29: Actividades turísticas alojamiento ecológico	87
Figura VI.30: Disponibilidad pago diario	88
Figura VI.31: Forma de pago	89

Figura VI.32: Medios de información.....	89
Figura VI.33: Isotipo de la empresa.	97
Figura VI.34: Construcción de la marca	97
Figura VI.35: Tipografía de la marca.....	98
Figura VI.36: Gama cromática que se utilizó en la marca y slogan.....	98
Figura VI.37: Hojas Membretadas	99
Figura VI.38: Tarjetas de presentación	100
Figura VI.39: Página web Ayanasha Ecolodge.....	105
Figura VI.40: Diseño de Volantes.....	106
Figura VI.41: Diseño de gorras	106
Figura VI.42: Diseño de camisetas	107
Figura VI.43: Diseño de esferos.....	107
Figura VI.44: Diseño de pulseras	107
Figura VI.45: Macro localización del ecolodge	109
Figura VI.46: Micro localización del ecolodge.....	109
Figura VI.47: Flujoograma del proceso productivo general	117
Figura VI.48: Organigrama estructural del ecolodge.....	133
Figura VI.49: Organigrama funcional del ecolodge.....	134

LISTA DE FICHAS

Ficha VI.1: Cascada La Belleza.....	34
Ficha VI.2: Río Tiputíni.....	37
Ficha VI.3: Río Napo.....	41
Ficha VI.4: Parque Nacional Yasuní	46
Ficha VI.5: Comunidad Huaorani Ñoñeno	50
Ficha VI.6: Comunidad Quichua Corazón de Oriente.....	54

ANEXOS

Anexo XIII-1: Modelo de encuesta realizada para turistas nacionales.....	180
Anexo XIII-2: Modelo de encuesta realizada para turistas extranjeros.....	183
Anexo XIII-3: Láminas de planos Arquitectónicos.....	186
Anexo XIII-4: Cabaña Simple	187
Anexo XIII-5: Cabaña Doble.....	188
Anexo XIII-6: Cabaña Cuádruple.....	189
Anexo XIII-7. Cabaña Séxtuple.....	190
Anexo XIII-8: Cabaña Principal	191
Anexo XIII-9: Cabaña de Personal	192
Anexo XIII-10: Fachadas.....	193
Anexo XIII-11: Presupuesto construcción cabaña simple	194
Anexo XIII-12: Presupuesto construcción cabaña doble.....	196
Anexo XIII-13: Presupuesto construcción cabaña cuádruple.....	198
Anexo XIII-14: Presupuesto construcción cabaña séxtuple	200
Anexo XIII-15: Presupuesto construcción cabaña principal	202
Anexo XIII-16: Presupuesto construcción cabaña personal	204
Anexo XIII-17: Recetas del menú.	206
Anexo XIII-18: Receta puntas de lomo fino strogonof.	206
Anexo XIII-19. Receta Fritada	207
Anexo XIII-20: Receta Trucha en salsa cremosa de limos.....	208
Anexo XIII-21: Receta Locro de Queso	209
Anexo XIII-22: Receta Crema de vegetales	210
Anexo XIII-23: Receta Minestron Italiano	211
Anexo XIII-24: Receta Consomé de pollo	212
Anexo XIII-25: Receta mouse de maracuyá.....	213
Anexo XIII-26: Receta Manzanas al horno con mermelada.....	213
Anexo XIII-27: Receta Pastel de chocolate.....	214
Anexo XIII-28: Receta Copa Primavera.....	214

I. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN ECOLODGE EN LA PARROQUIA LA BELLEZA, CANTÓN FRANCISCO DE ORELLANA, PROVINCIA DE ORELLANA

II. INTRODUCCIÓN

El Ecuador gracias a la mega diversidad que posee de flora, fauna y cultura; ha sido acreedor en el año 2013 de varios galardones turísticos reconocidos como los “Oscar del Turismo”, que otorga la Asociación Internacional World Travel Awards (WTA) reconocida a nivel mundial por la relevancia y posicionamiento que brinda la información difundida de empresas turísticas que están superando los límites de la excelencia en la industria de viajes, el turismo y la hospitalidad global; entre los premios que se adjudicaron se encuentran: Mejor Destino Líder Verde de Suramérica, South Americas Leading Luxury Train 2014: Tren Crucero y, Destino Líder de Suramérica. (Ministerio de Turismo de Ecuador, 2014)

En este contexto, el Ecuador está apostando para que el desarrollo turístico se considere como una actividad económica responsable y garante de la protección del patrimonio natural y cultural, de manera que coadyuve a impulsar el desarrollo sostenible, además de promover el desarrollo endógeno de los pequeños poblados, pasando a ser una herramienta de transformación social, consolidada mediante lazos que resultan ser comunes en una población que busca el progreso y el desarrollo del mismo, garantizando la permanencia y difusión de los valores, la identidad y las tradiciones, que proporcionarán no sólo un beneficio económico para los involucrados, sino también la sostenibilidad del patrimonio.

El Cantón Francisco de Orellana (Coca) ubicado en la Amazonia Ecuatoriana, se está consolidando como territorio ecológico y turístico, no solo petrolero, por lo que en la actualidad existe una buena infraestructura vial, influenciada de los diferentes reconocimientos de importancia internacional como es el caso del Parque Nacional Yasuní, reconocida por la UNESCO en el año 1989 por su gran diversidad, ecosistemas y hábitat que posee como Reserva de Biósfera (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Francisco de Orellana, 2015). Entre la diversidad que acoge la zona se

evidencia uno de los pueblos nómadas “no contactados” como son los Tagaeris y Tarmenanes ha despertado el interés de propios y extraños en visitar la zona.

Este proyecto surge como una iniciativa de carácter privado encaminado a diversificar la prestación de servicios turísticos, las actividades de ocio en armonía con la naturaleza y de un trabajo articulado con las comunidades cercanas involucradas, donde se logre fomentar alternativas económicas y laborales sostenibles para garantizar el desarrollo social de los involucrados.

A. JUSTIFICACIÓN

De acuerdo al Barómetro Turístico 2012 (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2013, págs. 1,5), “el país tuvo un ingreso de 1'271.953 extranjeros al Ecuador, de los cuales el 21% practican Ecoturismo y el 73,8% realizan alguna actividad relacionada con aspectos culturales”, demostrando que el dinamismo y evolución de la actividad turística es constante y exige mayor diversificación de actividades, servicios con mejor calidad, responsabilidad social, ambiental y cultural, lo que garantiza el desarrollo económico para emprendimientos turísticos.

La provincia de Orellana al estar ubicada en la región amazónica posee gran potencial de recursos naturales y culturales entre ellos el Parque Nacional Yasuní declarado como una de las zonas con mayor biodiversidad biológica del mundo (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Francisco de Orellana, 2015), reserva mundial de biosfera que además alberga una de las zonas declaradas como intangibles, debido a la presencia de un grupo étnico en aislamiento voluntario “Tagaeris y Tarmenanes”, constituyéndose en uno de los atractivos de mayor trascendencia para el mercado turístico internacional.

En el país las actividades y servicios turísticos establecidos por la ley de turismo vigente, cuentan con el apoyo técnico y financiero por parte de entidades públicas como; MINTUR, Banco Nacional de Fomento y la Corporación Financiera Nacional, quienes facilitan la inversión con tasas de interés bajas.

Bajo este contexto la necesidad de realizar un estudio de factibilidad es fundamental ya que permite conocer las condiciones cuantitativas y cualitativas de la viabilidad comercial, técnica, administrativa-legal, socio ambiental y económico-financiero, además determinar estrategias de acción necesarias para la implementación, funcionamiento y la toma de decisiones en el futuro del proyecto.

III. OBJETIVOS

A. OBJETIVO GENERAL

Elaborar un estudio de factibilidad para la implementación de un Ecolodge en la Parroquia La Belleza, cantón Francisco de Orellana, provincia de Orellana.

B. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Determinar la viabilidad comercial del proyecto.
2. Determinar la viabilidad técnica para la implementación del ecolodge.
3. Determinar la viabilidad administrativa-legal para la implementación del ecolodge.
4. Realizar el estudio socio ambiental del proyecto.
5. Determinar la viabilidad económica-financiera para la implementación del ecolodge.

IV. HIPÓTESIS

A. HIPÓTESIS DE TRABAJO

El estudio de factibilidad determinará la viabilidad para establecer si es conveniente o no la implementación del ecolodge.

V. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA

A. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

El estudio de factibilidad es el análisis que realiza una empresa para determinar la rentabilidad del negocio que se propone, y cuáles serán las estrategias que se deben desarrollar para que sea exitoso.

Para que un estudio de factibilidad de un proyecto esté completo, requiere estudios complementarios de: (Yonekura, Carmen, & Ramos, 2009) “mercado, técnico, organización, financiero y ecológico. Los tres primeros básicamente proporcionan información económica de beneficio costo; y el cuarto analiza los flujos de efectivo y evalúa el proyecto”. (párr.1)

Para (Canto Pérez, 2011), "un estudio de factibilidad busca analizar datos, establecer objetivos, proponer líneas de acción y encontrar información relevante”. (párr.2) “Recomienda realizar un estudio de factibilidad antes de iniciar un negocio/servicio para evitar que este fracase, conocer, disminuir los riesgos y asegurar el valor del trabajo”. (párr.4)

1. Estudio de mercado

Uno de los factores más críticos en el estudio de proyectos es la determinación de su mercado, tanto por el hecho que se define la cuantía de su demanda e ingresos de operación, como por los costos e inversiones implícitos.

El estudio de mercado es más que el análisis y determinación de la oferta y demanda o de los precios del proyecto. Muchos costos de operación pueden preverse simulando la situación futura y especificando las políticas y procedimientos que se utilizarán como estrategia comercial. Pocos proyectos son los que explican , por ejemplo, la estrategia publicitaria, la cual tiene en muchos casos una fuerte repercusión, tanto en la inversión inicial, cuando la estrategia de promoción se ejecuta antes de la puesta en marcha del proyecto, como en los costos de operación, cuando se define como un plan concreto de acción. (Sapag Chain & Sapag Chain, 1991, pág. 31)

La finalidad del estudio de mercado según (Arboleda Vélez, 1998, pág. 39) es probar que existe un número suficiente de individuos, empresas u otras entidades económicas que, dadas ciertas condiciones, presenta una demanda que justifica la puesta en marcha de un determinado programa de producción- de bienes o servicios- en un cierto periodo. El estudio debe incluir así mismo las formas específicas que se utilizarán para llegar hasta esos demandantes.

Para (Hernández Díaz, 2008, págs. 53-74), un estudio de mercado debe incluir:

a. Análisis de la demanda

Enmarcados en los estudios de mercado para el tipo de empresas comerciales que confirman habitualmente el equipamiento turístico de un país, habría que señalar las variables básicas por analizar en el área de la demanda (efectiva). (Hernández Díaz, 2008, pág. 53)

Dichas variables son, en la mayoría de los casos, las siguientes:

1) Afluencia esperada de demandantes

Como se sabe, dada la naturaleza de la actividad turística, son los demandantes los que acuden al sitio o centro de producción, mientras en la mayoría de las líneas económicas son los productos los que se trasladan a las áreas del mercado donde habían o trabajan los consumidores. En virtud de esa particularidad, las empresas turísticas buscan captar físicamente al demandante que pertenecerá a dos ámbitos geográficos. El primero, formado por los visitantes cuya residencia habitual se encuentra lo suficientemente alejada del área donde se ha previsto ubicar la empresa analizada por el proyecto como para obligar por lo menos a una pernoctación, representa la demanda de viajeros o turistas y requerirá de un estudio particularizado en el cual deben emplearse técnicas específicas.

El segundo, integrado por los residentes en el área selecciona para el proyecto, conformaran la demanda local, cuyos parámetros cuantitativos y cualitativos implicarán una investigación por separado para considerar sus especificidades y adecuar a ellas del futuro producto. (Hernández Díaz, 2008, pág. 54)

2) Permanencia

Una variable básica tanto para dimensionar como para diseñar una futura empresa es la de permanencia o pernocte que habitualmente es medida por el número de noches que como tendencia central mantienen los viajeros en un destino turístico. (Hernández Díaz, 2008, pág. 57)

3) Estacionalidad en la afluencia de viajeros

Se aplica exclusivamente para el análisis sobre la parte de la demanda que corresponde a la ejercida por los viajeros, la estacionalidad es fundamental por los efectos que produce en el manejo financiero de las empresas turísticas y en particular en la hotelería, así como para su diseño y dimensionamiento.

4) Perfil general del consumidor a captar

Una de las áreas más interesantes, esclarecedoras y definitivas en un estudio de mercado es aquella que está referida al perfil general del consumidor. Para fijarlo se recurre normalmente al proceso de segmentación que consiste básicamente en agrupar por subconjuntos al gran conglomerado de consumidores que conforman la demanda futura, potencial u objetivo.

Para dicho agrupamiento se utiliza cinco tipos de variables que son: socioeconómicas, geográficas, motivacionales, de hábitos, gastos, preferencias y de personalidad. (Hernández Díaz, 2008, pág. 58)

5) Inventario de la oferta sustitutiva y complementaria

En todo sitio turístico se encontrarán habitualmente tanto sustitutos como complementarios al o los productos que se pretenden poner en el mercado. Se conocen como sustitutos a los bienes y/o servicios que pueden ser consumidos a cambio del que se piensa producir ya que satisfacen aproximadamente y con niveles parecidos de calidad las mismas necesidades.

En cambio, los complementarios no están destinados a satisfacer las mismas necesidades que el producto sujeto del proyecto e incluso sirven de apoyo y atracción al mismo. En ese sentido y como regla general, las oportunidades del mercado para cualquier proyecto serán mayores en cuanto existan en la zona donde se ubicara, menores sustitutivos complementarios.

6) Proyección de la oferta inmediatamente sustitutiva

A fin de contar con información necesaria para medir las oportunidades del mercado, será necesario no solo proyectar la demanda futura, si no establecer los incrementos previsibles de la oferta. (Hernández Díaz, 2008, pág. 67)

7) Determinación de las oportunidades cuantitativas del mercado (Balance oferta-demanda)

Para establecer en forma cuantitativa las oportunidades que el mercado habrá de brindarle al proyecto en estudio, es necesario partir de las proyecciones en materia de oferta y demanda. Con estas últimas, elaboradas a un horizonte temporal mínimo de cinco años y período a período, es factible, mediante su comparación, prever la futura existencia y magnitud de los superávits o los déficits de la oferta. (Hernández Díaz, 2008, pág. 70)

8) Investigación y análisis de la competencia

Se ha definido a la competencia, dentro de los estudios de mercado para los proyectos de inversión, como la oferta inmediatamente sustitutiva de los bienes y servicios que serán producidos por la nueva inversión.

Esa competencia la ejercen empresas específicas que normalmente ya tienen una adecuada experiencia de la cual puede valerse el promotor de un nuevo proyecto para definir su producto, omitiendo las fallas que han cometido los competidores y acentuando los aciertos. (Hernández Díaz, 2008, pág. 73)

9) Síntesis y conclusiones del estudio de mercado

Como puede observarse un estudio de mercado para un proyecto turístico, es relativamente complejo y suficientemente amplio como para requerir un apartado que señale sintéticamente sus resultados. Las mismas servirán como fuentes de información tanto para el estudio técnico que define las particularidades físicas de los productos que habrán de ofrecerse a la demanda lo mismo que para el análisis financiero (Hernández Díaz, 2008, pág. 74).

b. Muestra

En todas las ocasiones en que no es posible o conveniente realizar un censo, lo que se hace es trabajar con una muestra, entendiendo por tal una parte representativa de la población. “Para que una muestra sea representativa, y por lo tanto útil, debe de reflejar las similitudes y diferencias en la población, ejemplificar las características de la misma”. (Arboleda Vélez, 1998, pág. 53)

1) Tamaño de la muestra

La búsqueda de la información se hace por medio de dos fuentes: primaria y secundaria, en orden inverso, es decir que “primero buscamos la información bibliográfica y según las necesidades que se presentan vamos a identificar el tipo e información de campo que vamos a buscar y obtener”. (Arboleda Vélez, 1998, pág. 55)

Para obtener información primaria se debe centrar en los tipos de variables que se manejará (análisis de la demanda-oferta), después identificar el universo y de esta manera se elegirá la muestra. La muestra se define mediante la fórmula genérica de Canavos propuesta por (Muñoz Jácome, 2011, pág. 35).

$$n = \frac{N \cdot p \cdot q}{(N - 1) \left(\frac{e}{z}\right)^2 + (p \cdot q)}$$

n= Tamaño de la muestra

N= Universo de estudio

(p.q)= Probabilidad de ocurrencia

z = constante de posibilidad de error

e = margen de error

c. Plan de marketing

Un plan de marketing constituye una herramienta básica en la gestión propuesta por toda empresa orientado al mercado de su competitividad además es un documento previo a una inversión, lanzamiento de un producto o comienzo de un negocio donde, entre otras cosas, se detalla lo que se espera conseguir con ese proyecto, lo que costará, el tiempo y los recursos a utilizar para su consecución, y un análisis detallado de todos los pasos que han de darse para alcanzar los fines propuestos. (Cruz Cruz, 2012, pág. 24)

1) Marketing Mix

Es la capacidad de combinar las diferentes herramientas de marketing que dispone la empresa, en función de la información existente y con el fin de conseguir los objetivos empresariales establecidos y está constituido por las variables: producto, precio, plaza y promoción (Cruz Cruz, 2012, pág. 25)

Para (Cruz Cruz, 2012, págs. 25-26), el marketing mix fusiona las siguientes herramientas:

2) Producto y/o servicio

Una de las definiciones más claras sobre producto es aquella que indica que es un bien (tangible) o servicio (intangibile) que cubre alguna necesidad específica de un grupo de consumidores. Y del mayor o menor grado de acercamiento y/o superación a las expectativas de los consumidores, es que se ampliarán o reducirán las utilidades de la empresa.

Los productos y servicios que presta la empresa son el eje central de todas las decisiones del mix; por tanto, requieren una profunda definición de sus contenidos y sus características.

3) Precio

Es la cantidad de dinero que el comprador desembolsa a cambio de un producto del cual espera que el proporcione unas ventajas y satisfacciones que compensen el sacrificio que representa el gasto realizado.

El precio depende del producto y la percepción del valor que tenga del consumidor, se hace un análisis de los precios que acostumbra pagar el segmento objetivo que se ha tomado del mercado, y la comparación del producto con los otros de los que puede disponer el consumidor.

4) Plaza

La plaza o distribución es el instrumento de marketing que relaciona la producción con el consumo, siendo su función poner el producto a disposición del consumidor final en el momento en que lo necesite y en el lugar donde desee adquirirlo. (Cruz Cruz, 2012, pág. 25)

5) Promoción

Es el conjunto de actividades dirigidas a los clientes y/o consumidores con la finalidad de dar a conocer el producto e incentivar su demanda, para ellos es necesario informar y crear actividades y reacciones favorables hacia el producto.

a) Canales de promoción

- Medios de comunicación
- Contactos interpersonales

- Promoción de ventas. (Cruz Cruz, 2012, pág. 26)

2. Estudio técnico

Con la información proporcionada con el estudio de mercado y las variables preestablecidas que existiesen en todo el proyecto se procede a desarrollar el planteamiento técnico del mismo cuyo objetivo central es definir las características de la futura empresa y de los productos que pondrá en el mercado.

“Para ello, sus áreas de análisis se concentrarán en seis campos que son: 1. Localización (Macro y Micro), 2. Programa Arquitectónico, 3. Dimensionamientos, 4. Diseño, 5. Costeo de Obras y 6. Calendarización de inversiones en activos fijos”. (Hernández Díaz, 2008, pág. 75)

A continuación una descripción breve de los componentes del estudio técnico:

a. Localización del proyecto

En toda inversión turística de equipamiento “la localización es fundamental y en ciertos casos como el hotelero se convierte en un factor determinante para el éxito comercial, cualquiera que sea la mezcla segmentaría de mercado que se elige”. (Hernández Díaz, 2008, pág. 75)

Para (Hernández Díaz, 2008, págs. 77-79) el estudio técnico comprende también;

b. Programa arquitectónico

Mediante el programa arquitectónico se precisa el producto, o productos, que serán puestos en el mercado, su calidad y particularidades físicas. Es a través de este programa que se establecen las edificaciones e instalaciones necesarias para cumplir con los requerimientos del mercado y en particular para situar en una posición adecuada al proyecto en relación con su competencia. El “plan maestro” con el cual se indican distribuciones espaciales de las distintas obras detectadas en el programa arquitectónico podrá incluirse en este apartado o desarrollarse por separado.

c. Dimensionamientos

Especificada la micro localización y con ella los terrenos o edificaciones por disponer, es factible considerar el manejo de dimensiones por departamentos operacionales o “líneas de producción” y por áreas de apoyo y facilitación.

Para ello será fundamental apoyarse en el estudio de mercado, que nos deberá informar sobre pautas de comportamiento, gustos y preferencias del futuro consumidor, así como

de las soluciones arquitectónicas adoptadas por la competencia. (Hernández Díaz, 2008, pág. 77)

d. Diseño

El diseño representa en la problemática comercial de un establecimiento turístico un elemento básico para apoyar su éxito en el mercado, ya que aún entre los segmentos motivados por viajes de negocios y convenciones, una empresa turística se encuentra ligada a la idea de placer, descanso y recreación.

Por lo tanto la capacidad para hacer alegre, motivante y placentero un espacio, no obstante que se use solo para alojarse durante unas horas es determinante y requiere de un cuidado especial al emprenderse. (Hernández Díaz, 2008, pág. 78)

e. Costeo de obras

Estimar las inversiones que requerirán las instalaciones y edificaciones no es sencillo con la información disponible en la etapa de pre inversión y sin análisis finales de ingeniería que determinen los parámetros específicos según materiales de construcción, áreas de tratamiento y desgloses por tipo de costo.

f. Calendarización de inversiones en activos fijos

Una de las informaciones estratégicas en el estudio técnico para la elaboración del estudio financiero y la evaluación de inversiones es precisamente el cálculo de las erogaciones que requerirán las obras físicas del proyecto, complementadas con las correspondientes a la adquisición de terrenos, según el período que corresponda, en relación a un programa preliminar de construcciones. (Hernández Díaz, 2008, pág. 79)

3. Estudio administrativo-legal

a. Estudio administrativo

Para (Cobra, 2000, págs. 58-60) un proyecto turístico debe:

Contar con una base administrativa bien estructurada para que funcione adecuadamente, la cual debe cumplir con los siguientes objetivos:

- Conocer quien o quienes administran el proyecto
- Definir la estructura organizativa del proyecto
- Definir funciones y responsabilidades
- Establecer leyes, reglamentos y normas que amparan
- Definir los gastos de constitución de la empresa. (Cobra, 2000, pág. 58)

La parte administrativa deberá contar a su vez con áreas funcionales que se complementen entre sí para un adecuado funcionamiento de la empresa las áreas sugeridas son:

1) Área comercial

Deberá posicionar el producto en el mercado, creando un plan de marketing y de publicidad, además de establecer políticas de precios y se obligará a innovar permanentemente el producto que se está ofertando.

2) Área de producción

De esta área saldrá un producto de calidad y en donde se llevará a cabo la innovación de producto de acuerdo a los criterios establecidos previamente en el área comercial. (Cobra, 2000, pág. 59)

3) Área administrativa

Esta será la base de las demás áreas ya que aquí se contará con toda la información necesaria que permita el trabajo de las otras áreas, a partir de esta área se organizarán y planificarán los procesos, controlando y evaluando los procesos que se realicen.

4) Área financiera

Será la encargada de generar los recursos necesarios para el adecuado funcionamiento económico de la empresa. (Cobra, 2000, pág. 60)

b. Estudio legal

El estudio legal busca determinar la viabilidad de un proyecto a la luz de las normas que el origen en cuanto a localización de productos, subproductos y patentes. “También toma en cuenta la legislación laboral y su impacto a nivel de sistemas de contratación, prestaciones sociales y demás obligaciones laborales”. (Cobra, 2000, pág. 62)

4. Estudio ambiental

El estudio de impacto ambiental como parte de la evaluación de un proyecto se observa como un elemento cada vez más necesario, tanto por el cambio en la cultura ambientalista de la sociedad como por el efecto directo sobre los costos o beneficios que una determinada iniciativa de inversión pudiera tener. (Sapag Chain & Sapag Chain, 1991, pág. 32)

a. Matriz de Lázaro Lagos

La matriz está determinada en primera instancia por los componentes ambientales que están siendo afectados o estudiados como: agua, aire, suelo, flora y fauna, entre otros.

Así como también las actividades que se realizan en proyecto, para posteriormente desembocar en los impactos generados.

Para la evaluación de las componentes mencionadas (Caballero, 2006, págs. 14-15) determina nueve criterios de evaluación:

1) Parámetros para la Evaluación de Impactos Ambientales

a) Naturaleza. Dependiendo si el impacto es positivo se marcará con un signo (+) o de lo contrario de ser negativo se marcará con (-)

b) Magnitud. La magnitud se determina a través de tres rangos:

- Baja intensidad. Cuando el área afectada es menor a 1 ha.
- Moderada intensidad. Cuando el área afectada está entre 1 a 10 has.
- Alta intensidad. Cuando el área afectada es mayor a 10 has.

c) Importancia. Se determina a través de cuatro rangos de evaluación:

- 0 Sin importancia
- 1 Menor importancia
- 2 Moderada importancia
- 3 Importante importancia

d) Certeza. Se determina a través de tres rangos definidos con letras:

- C Si el impacto ocurrirá con una probabilidad del 75%
 D Si el impacto ocurrirá con una probabilidad de entre 50 a 75%
 I Si se requiere de estudios específicos para evaluar la certeza del impacto. (Caballero, 2006, pág. 14)

e) Tipo. Se define a través de:

(Pr) Primario. Si el impacto es consecuencia directa de la implementación del proyecto
 (Sc) Secundario. Si el impacto es consecuencia indirecta de la implementación del proyecto

(Ac) Acumulativo. Si el impacto es consecuencia de impactos individuales repetitivos

f) Reversibilidad. Puede ser de dos tipos:

- 1 Reversible. Si el impacto es transformable por mecanismos naturales
- 2 Irreversible. Si el impacto no es transformable por mecanismos naturales

g) Duración. Se determina a través del tiempo en:

- 1 A corto plazo. Si el impacto permanece menos de 1 año
- 2 A mediano plazo. Si el impacto permanece entre 1 a 10 años
- 3 A largo plazo. Si el impacto permanece más de 10 años

h) Tiempo en aparecer. Determinado también por el tiempo se clasifica en:

C Corto plazo. Si el impacto aparece inmediatamente o dentro de los primeros seis meses posteriores a la implementación del proyecto

M Mediano plazo. Si el impacto aparece entre 9 meses a 5 años después de la implementación del proyecto

L Largo plazo. Si el impacto aparece en 5 años o más a la implementación del proyecto

i) Considerado en el proyecto. Se define por las alternativas:

- S Si. Si el impacto fue considerado en el proyecto
 N No. Si el impacto no fue considerado en el proyecto

Posteriormente se debe determinar el sistema de mitigación más adecuado dependiendo del estado de conservación y del medio ambiente en general. (Caballero, 2006, pág. 15)

5. Estudio económico- financiero

Según el estudio económico financiero (Sapag Chain & Sapag Chain, 1991, pág. 26) menciona que:

La última etapa del análisis de viabilidad financiera de un proyecto es el estudio financiero. Los objetivos de esta etapa son ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionaron las etapas anteriores, elaborar los cuadros analíticos y datos adicionales para la evaluación del proyecto y evaluar los antecedentes para determinar su rentabilidad.

La sistematización de la información financiera consiste en identificar y ordenar todos los ítems de inversiones, costos e ingresos que puedan deducirse de los estudios previos. Sin embargo, y debido a que no se ha proporcionado toda la información necesaria para la evaluación, en esta etapa deben definirse todos aquellos elementos que debe suministrar el propio estudio financiero. El caso clásico es el cálculo del monto que debe invertirse en capital de trabajo o el valor de desecho del proyecto.

El estudio de factibilidad financiera no sólo consiste en determinar si el proyecto es o no rentable, sino que debe servir para discernir entre alternativas de acción para poder estar en condiciones de recomendar la aprobación o rechazo del proyecto en virtud de una operación en el grado óptimo de su potencialidad real.

a. Punto de equilibrio

(Váquiro, 2012, pág. 68) menciona que:

Para comprender el concepto de punto de equilibrio, se deben identificar los diferentes costos y gastos que intervienen en el proceso productivo. Para operar adecuadamente el punto de equilibrio es necesario comenzar por conocer que el costo se relaciona con el volumen de producción y que el gasto guarda una estrecha relación con las ventas. Tanto costos como gastos pueden ser fijos o variables.

Se entiende por costos operativos de naturaleza fija aquellos que no varían con el nivel de producción y que son recuperables dentro de la operación.

Por su parte los gastos operacionales fijos son aquellos que se requieren para poder colocar (vender) los productos o servicios en manos del consumidor final y que tienen una relación indirecta con la producción del bien o servicio que se ofrece. Siempre aparecerán produzcase o no la venta. También se puede decir

que el gasto es lo que se requiere para poder recuperar el costo operacional. En el rubro de gastos de ventas (administrativos) fijos se encuentran entre otros: la nómina administrativa, la depreciación de la planta física del área administrativa (se incluyen muebles y enseres) y todos aquellos que dependen exclusivamente del área comercial.

Los costos variables al igual que los costos fijos, también están incorporados en el producto final. Sin embargo, estos costos variables como por ejemplo, la mano de obra, la materia prima y los costos indirectos de fabricación, si dependen del volumen de producción. Por su parte los gastos variables como las comisiones de ventas dependen exclusivamente de la comercialización y venta. Si hay ventas se pagarán comisiones, de lo contrario no existirá esta partida en la estructura de gastos.

El análisis del punto de equilibrio estudia entonces la relación que existe entre costos y gastos fijos, costos y gastos variables, volumen de ventas y utilidades operacionales. Se entiende por punto de equilibrio aquel nivel de producción y ventas que una empresa o negocio alcanza para lograr cubrir los costos y gastos con sus ingresos obtenidos. En otras palabras, a este nivel de producción y ventas la utilidad operacional es cero, o sea, que los ingresos son iguales a la sumatoria de los costos y gastos operacionales. También el punto de equilibrio se considera como una herramienta útil para determinar el apalancamiento operativo que puede tener una empresa en un momento determinado.

b. Valor actual neto

“El método de valor presente neto consiste en elegir la mejor entre un grupo de opciones mutuamente excluyentes, convirtiendo en flujo de efectivo en unidades comparables equivalentes”. (Ocampo, 2002, pág. 71)

Según (Jiménez, Espinoza Gutiérrez, & Fonseca Retana, 2007, págs. 81-83), la fórmula del VAN es:

$$\text{VAN} = \text{BNA} - \text{Inversión}$$

Donde el beneficio neto actualizado (BNA) es el valor actual del flujo de caja o beneficio neto proyectado, el cual ha sido actualizado a través de una tasa de descuento.

La tasa de descuento (TD) con la que se descuenta el flujo neto proyectado, es la tasa de oportunidad, rendimiento o rentabilidad mínima, que se espera ganar; por lo tanto, cuando la inversión resulta mayor que el BNA (VAN negativo o menor que 0) es porque no se ha satisfecho dicha tasa. Cuando el BNA es igual a la inversión (VAN igual a 0) es porque se ha cumplido con dicha tasa. Y cuando el

BNA es mayor que la inversión es porque se ha cumplido con dicha tasa y además, se ha generado una ganancia o beneficio adicional.

$VAN > 0 \rightarrow$ el proyecto es rentable.

$VAN = 0 \rightarrow$ el proyecto es rentable también, porque ya está incorporado ganancia de la TD.

$VAN < 0 \rightarrow$ el proyecto no es rentable.

Entonces para hallar el VAN se necesitan:

- Tamaño de la inversión.
- Flujo de caja neto proyectado.
- Tasa de descuento.

c. Tasa de rendimiento interna (TIR)

La tasa interna de rentabilidad, viene determinada por aquel factor de descuento que iguala el VAN a cero. Aunque es una de las medidas más utilizadas como indicador de rentabilidad de las inversiones, adolece de varios defectos, el más significativo el hecho de que es una medida interna que supone que los flujos de caja positivos se reinvierten al tipo de la propia tasa, y que los flujos negativos se financian al mismo costo de la tasa.

La tasa de descuento (TD) de un proyecto de inversión que permite que el BNA sea igual a la inversión (VAN igual a 0). La TIR es la máxima TD que puede tener un proyecto para que sea rentable, pues una mayor tasa ocasionaría que el BNA sea menor que la inversión (VAN menor que 0).

Entonces para hallar la TIR se necesitan:

- Tamaño de inversión.
- Flujo de caja neto proyectado.

c. Relación beneficio/costo

La relación beneficio costo de un proyecto a una tasa de interés i es el cociente que resulta de dividir la sumatoria del valor presente de los ingresos netos a una tasa de

interés i entre la sumatoria del valor presente de los egresos netos a una tasa de interés. (Arboleda Vélez, 1998, pág. 68)

En (Jiménez, Espinoza Gutiérrez, & Fonseca Retana, 2007, pág. 84) se señala que:

La relación beneficio costo es contrario al VAN, sus resultados están expresados en términos absolutos, este indicador financiero expresa la rentabilidad en términos relativos. La interpretación de tales resultados es en centavos por cada "euro" ó "dólar" que se ha invertido, para el cómputo de la Relación Beneficio Costo (B/c) también se requiere de la existencia de una tasa de descuento para su cálculo.

En la relación de beneficio/costo, se establecen por separado los valores actuales de los ingresos y los egresos, luego se divide la suma de los valores actuales de los costos e ingresos.

Situaciones que se pueden presentar en la Relación Beneficio Costo:

- **Relación $B/C > 0$**

Índice que por cada dólar de costos se obtiene más de un dólar de beneficio. En consecuencia, si el índice es positivo o cero, el proyecto debe aceptarse.

- **Relación $B/C < 0$**

Índice que por cada dólar de costos se obtiene menos de un dólar de beneficio. Entonces, si el índice es negativo, el proyecto debe rechazarse.

El valor de la Relación Beneficio/Costo cambiará según la tasa de actualización seleccionada, o sea, que cuanto más elevada sea dicha tasa, menor será la relación en el índice resultante.

La fórmula que se utiliza es:

$$B/C = \frac{\sum_{i=0}^n \frac{V_i}{(1+i)^n}}{\sum_{i=0}^n \frac{C_i}{(1+i)^n}}$$

Dónde:

B/C = Relación Beneficio / Costo

V_i = Valor de la producción (beneficio bruto)

C_i = Egresos ($i = 0, 2, 3, 4 \dots n$)
 i = Tasa de descuento

d. Periodo recuperación del capital

El periodo de recuperación de capital es el periodo en el cual la empresa recupera la inversión realizada en el proyecto, este método es uno de los más utilizados para evaluar y medir la liquidez de un proyecto de inversión.

Dependiendo del tipo y magnitud del proyecto (Webyempresas, 2011), “el periodo de recuperación de capital puede variar. Sin embargo en la gran mayoría de las empresas, cuando se implementan proyectos de mejora el PRC sería de un par de años”. (párr. 2)

- 1 año (gran liquidez)
- 3 años (liquidez media)
- 6 años y más (pequeña liquidez) (párr. 3)

B. GENERALIDADES DEL TURISMO

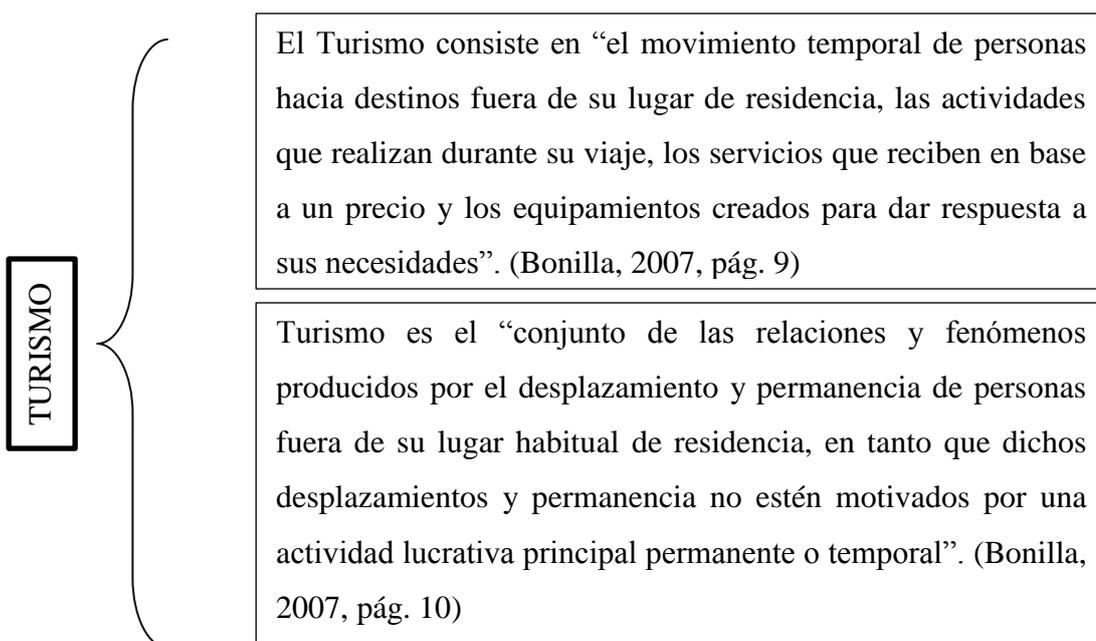
1. Conceptos básicos de turismo

El turismo a nivel mundial se ha convertido en una actividad de bien común para las comunidades que se desarrollan en su entorno. “Los nuevos servicios, la actualización de los conocimientos de los pobladores en la atención y servicio a los clientes, permite ofrecer un producto de excelente calidad”. (Bonilla, 2007, pág. 9)

a. Definiciones de Turismo

El turismo se ha convertido hoy en día en la actividad más popular practicada por una gran cantidad de personas alrededor del mundo, motivo por el cual se ha diversificado y

adaptado a las diferentes necesidades económicas de los individuos. La oferta y la demanda tiene un peso importante en el turismo pues debemos de conocer lo que tenemos para así poder ofrecer servicios de calidad según las necesidades del turista que los motive a viajar y a permanecer por un largo periodo dentro del país, generando así el ingreso de divisas que benefician el sector económico nacional.



2. Desarrollo sostenible del turismo

Las directrices para el desarrollo sostenible del turismo y las prácticas de gestión sostenible se aplican a todas las formas de turismo en todos los tipos de destinos, incluidos el turismo de masas y los diversos segmentos turísticos. Los principios de sostenibilidad se refieren a los aspectos medioambiental, económico y sociocultural del desarrollo turístico, habiéndose de establecer un equilibrio adecuado entre esas tres dimensiones para garantizar su sostenibilidad a largo plazo.

Según la (Organización Mundial del Turismo, 2004) el turismo sostenible debe:

- 1) Dar un uso óptimo a los recursos medioambientales, que son un elemento fundamental del desarrollo turístico, manteniendo los procesos ecológicos esenciales y ayudando a conservar los recursos naturales y la diversidad biológica.

2) Respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas, conservar sus activos culturales y arquitectónicos y sus valores tradicionales, y contribuir al entendimiento y la tolerancia intercultural.

3) Asegurar unas actividades económicas viables a largo plazo, que reporten a todos los agentes, unos beneficios socio-económicos bien distribuidos, entre los que se cuenten oportunidades de empleo estable y de obtención de ingresos y servicios sociales para las comunidades anfitrionas, y que contribuyan a la reducción de la pobreza. (párr.2-4)

3. Sostenibilidad

Para (Iglesias Maldonado, 2013) la sostenibilidad “es la capacidad de permanecer o la cualidad por la que un elemento, sistema o proceso, se mantiene activo en el transcurso del tiempo, también puede asociarse con la capacidad por la que un elemento resiste, aguanta, permanece”. (párr.1)

a. Desarrollo sostenible

El desarrollo sostenible es el equilibrio entre los ámbitos económico, social y ambiental. (Iglesias Maldonado, 2013) “El objetivo del desarrollo sostenible es definir proyectos viables y reconciliar los aspectos económico, social y ambiental de las actividades humanas; tres pilares que deben tenerse en cuenta por parte de las comunidades, tanto empresas como personas”. (párr.5)

b. Sostenibilidad económica

“Se da cuando la actividad que se mueve hacia la sostenibilidad ambiental y social es financieramente posible y rentable”. (Iglesias, 2012, pág. 13)

c. Sostenibilidad social

(Iglesias Maldonado, 2013)“Basada en el mantenimiento de la cohesión social y de su habilidad para trabajar en conseguir objetivos comunes”. (párr.10)

d. Sostenibilidad ambiental

“Compatibilidad entre la actividad considerada y la preservación de la biodiversidad y de los ecosistemas, evitando la degradación de las funciones fuente y sumidero”.
(párr.11)

C. ALOJAMIENTO TURÍSTICO

Las empresas de alojamiento pueden definirse como aquellas que ofrecen hospedaje, con o sin otros servicios complementarios, a cambio de un precio. Este sector es muy amplio, incluyendo una gran variedad de empresas-hoteles, apartamentos, campings, entre otros: además, las empresas dedicadas al alojamiento turístico han ido evolucionando a lo largo de la historia, ya que el turismo es un fenómeno vivo y dinámico. (Rojo, 2009, pág. 8)

1. Producto hotelero

La empresa hotelera de acuerdo a (Rojo, 2009, pág. 27) es;

Un sistema abierto en el que se pueden diferenciar los tradicionales subsistemas de aprovisionamiento, producción, comercial, financiero, de recursos humanos y administrativo. Sin embargo, posee algunas características particulares que debemos considerar tales como:

- a. Intangibilidad del producto principal que generan, que el servicio de habitaciones, que no se pueda almacenar.
- b. Restauración: El producto de la restauración no es intangible, pero si perecedero, y además adquiere un papel fundamental la manera intangible de ofrecer el servicio.
- c. El factor localización adquiere más importancia al más determinante, que en otro tipo de empresas.

Una vez consideradas estas matizaciones, podemos mencionar principalmente las siguientes actividades principales que se realizan en un hotel y que componen su producto/servicio:

- a. Servicios de recepción: Se encarga de las reservas de plazas, atender la salida y entrada de huéspedes y cliente, mantener relaciones públicas con clientes (por ejemplo, tratamiento de clientes VIP, etc), coordinación interdepartamental (informar al resto de los departamentos de las llegadas o salidas de clientes para en función de ello que éstos planifiquen su actividad) confección y cobro de factura, entre otros.
- b. Servicio de consejería: Se ocupa de ofrecer información y asistencia a los huéspedes y clientes, equipajes y consignas, custodia de llaves de las habitaciones, conservación

del mobiliario, limpieza de pasillos, salones y zonas comunes, control de stocks e inventario, lavandería y plancha, entre otros.

c. Economato y bodega: Se lleva a cabo las compras de productos de economato y bodega, almacenamiento de esta mercancía, distribución de este inventario a los distintos departamentos.

d. Cocina y restauración: Entre las principales funciones se destaca el servicio, la manipulación de los alimentos entre otros.

e. Animación hotelera: Entre estas actividades destacan la organización de fiestas, cenas de gala, competencias deportivas, exposiciones diversas (pintura, fotografías, entre otros).

f. Administración y contabilidad: Lleva a cabo la fijación de los objetos generales de la compañía, el control de todos los ingresos y gastos de la explotación, la evaluación y selección de inversiones, la elección de las distintas fuentes de financiamiento de la compañía.

En ocasiones, también realiza las funciones propias del departamento de personal: reclutamiento y selección de personal. Confección de nóminas, organización de cursos de formación y reciclaje.

g. Comercialización: Se encarga de la realización de estudios de mercado de campañas de publicidad, relaciones públicas, relaciones con empresas de intermediación turística, entre otras.

2. Clases de alojamientos

Los alojamientos turísticos se clasifican según la legislación de turismo ecuatoriano en:

a. Alojamientos Hoteleros

Según el (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2013)

1) Hoteles

- a) Hotel (de 5 a 1 estrellas doradas).
- b) Hotel Residencia (de 4 a 1 estrellas doradas).
- c) Hotel Apartamento (de 4 a 1 estrellas doradas).

2) Hostales y Pensiones

- a) Hostales (de 3 a 1 estrellas plateadas).
- b) Hostales Residencias (de 3 a 1 estrellas plateadas).
- c) Pensiones (de 3 a 1 estrellas plateadas).

3) Hosterías, Moteles, Refugios y Cabañas

- a) Hosterías (de 3 a 1 estrellas plateadas).
- b) Moteles (de 3 a 1 estrellas plateadas).
- c) Refugios (de 3 a 1 estrellas plateadas).

d) Cabañas (de 3 a 1 estrellas plateadas).

4) Alojamientos Extra hoteleros

1) Complejos vacacionales (de 3 a 1 estrellas plateadas).

2) Campamentos (de 3 a 1 estrellas plateadas).

3) Apartamentos (de 3 a 1 estrellas plateadas). (párr.9)

5) Ecolodge

(Estevez, 2012), Ecolodge es un establecimiento de hospedaje que satisface al menos cinco criterios establecidos a continuación:

a) Conservar el medio ambiente

b) Beneficiar a la comunidad local

c) Brindar interpretación a la población y a los turistas

d) Ayuda a la conservación de flora y fauna local

e) Promueve el trabajo en conjunto con la comunidad

f) Ofrece programas interpretativos para los empleados y para los turistas acerca del medio natural y cultural que les rodea

g) Usa medios alternativos y sostenibles para la adquisición de agua y reduce su consumo

h) Manejo adecuado de los residuos y los efluentes

i) Usa energía alternativas

j) Combina tecnologías tradicionales y materiales de la zona con tecnologías modernas para lograr más sostenibilidad

k) Ocasiona impactos mínimos durante su construcción (párr. 10)

VI. MATERIALES Y MÉTODOS

A. CARACTERIZACIÓN DEL LUGAR

1. Localización

La investigación se realizó en la parroquia la Belleza, perteneciente al cantón Francisco de Orellana, provincia de Orellana.

2. Ubicación geográfica

Coordenadas proyectadas UTM (m)

Datum WGS84, zona 18S

X=255670 E

Y=9908151 S

Altitud: 330-370 m.s.n.m.

Nota: Investigación de campo parroquia La Belleza, 2014.

3. Límites

La parroquia La Belleza limita:

Norte: Parroquia García Moreno

Sur: Provincia de Napo y la Parroquia Inés Arango

Este: con la Parroquia Dayuma

Oeste: con la Provincia de Napo y Cantón Loreto. (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural La Belleza, 2012, pág. 18)

4. Características climáticas

Temperatura: Comprende temperaturas promedio anual de 26° C, lo que permite la existencia de un clima húmedo tropical.

Precipitación: Recibe una precipitación media anual entre los 2800 a 4800 mm, siendo de febrero hasta abril los meses con mayor pluviosidad y los meses menos lluviosos son agosto, septiembre y octubre. (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural La Belleza, 2012, págs. 21-22)

5. Clasificación ecológica

La parroquia la Belleza ecológicamente según el Ministerio del Ambiente del Ecuador pertenece a la zona de vida: **Bosque siempre verde de penillanura del sector Napo-Curaray.**

Este sistema incluye comunidades boscosas con gran variación en la composición, pues se trata de una de las zonas florísticamente más diversas de la Amazonía. Esta variación se acentúa y se hace abrupta hacia el este a medida que la distancia del piedemonte de los Andes se incrementa (Duque *et al.* 2010, Guevara 2006, Guevara *et al.* 2010, Pitman *et al.* 2008). Esto determina un cambio en la composición de suelos de más ricos a más pobres hacia el este. Hacia el sur de la penillanura en esta región este efecto es similar. “Los bosques son principalmente siempre verdes muy altos y densos con un dosel de 30-35 m de altura con árboles emergentes de hasta 45-50 m”. (Ministerio del Ambiente Ecuador, 2012, pág. 86)

6. Características del suelo

El (Ministerio del Ambiente Ecuador, 2012, pág. 87) señala que:

Los suelos de la parroquia la Belleza se desarrollan sobre áreas no inundadas (tierra firme) con relieves que varían de colinas bajas, colinas fuertemente disectadas con pendientes pronunciadas, terrazas con superficie plana y pequeños valles entre estas formaciones de orígenes sedimentarios marinos, lacustrinos y fluviales. Los suelos son predominantemente franco arcilloso y ácidos hasta areno-arcillosos. La diferencia de altitud con la llanura aluvial puede variar de 50 a 150 m y los sistemas de drenaje son directos. Normalmente se encuentra a una altitud entre 250 y 400m.

7. Materiales y equipos

a. Materiales

Resma de papel bon, lápiz, esferos, marcadores, borrador, librería de campo, pilas recargables, tinta para impresora, puntero laser, cds.

b. Equipos

Computadora, cámara digital, impresora, pen drive, Gps.

B. METODOLOGÍA

La presente investigación se fundamentó en una metodología para la elaboración de proyectos turísticos, de tipo no experimental, que se llevó a cabo usando técnicas de revisión bibliográfica y de campo, a un nivel exploratorio, descriptivo y cuantitativo, cuyos objetivos se cumplieron de la siguiente manera:

1. Determinación de la viabilidad comercial del proyecto

a. Oferta actual

Para el cumplimiento de este objetivo se realizó la validación del inventario de atractivos turísticos naturales y culturales que se encuentran en el cantón Francisco de Orellana que estos atractivos se articularán para dinamizar la oferta del proyecto, además se analizó la planta turística (privada, pública y comunitaria) con las que cuenta el sector, por medio de información secundaria del catastro de prestadores de servicios turísticos del cantón Francisco de Orellana y salidas de campo para la observación directa.

b. Oferta sustitutiva y/o complementaria

Se consideró como oferta sustitutiva aquellos establecimientos de hospedaje con bienes y/o servicios (productos) similares registrados en el catastro turístico de la provincia, una vez identificada la oferta sustitutiva por medio de la aplicación de una ficha se recopiló información relacionada a; su ubicación, servicios, precios, características de construcción, capacidad y comercialización.

c. Análisis de la demanda

1) Determinación del universo

Para determinar el universo de estudio, se consideró el porcentaje de concentración de la demanda de turistas nacionales y extranjeros por provincia publicados en el Barómetro Turístico 2012 (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2013)

2) Determinación de la muestra

Para la determinación de la muestra se utilizó la fórmula genérica de Cannavos, propuesta por; (Muñoz Jácome, 2011, pág. 34)

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

n= Tamaño de la muestra

N= Universo de estudio

(p.q)= Probabilidad de ocurrencia

z = constante de posibilidad de error

e = margen de error

3) Caracterización de la demanda turística

La técnica que se utilizó para recolectar esta información fue la encuesta para lo cual se utilizó como instrumento el cuestionario. Este cuestionario fue diseñado de acuerdo a los requerimientos de investigación considerando variables sociodemográficas y psicográficas.

Dentro de las variables sociodemográficas se tuvo indicadores como: edad, género, procedencia, ocupación, permanencia.

Dentro de las variables psicográficas se tuvo indicadores como: motivacionales, frecuencia de viaje, tamaño del grupo con el que viaja, estacionalidad, principales servicios demandados, actividades requeridas, formas de pago, entre otras (Anexo 1 y 2).

4) Definición del perfil del visitante

Una vez aplicadas las encuestas se determinó cuáles son los gustos y preferencias del turista nacional e internacional, a los cuales se enfoca el presente estudio.

d. Confrontación de la oferta con la demanda

1) Proyección de la oferta

Con el objetivo de conocer el mercado que abarcará a los 5 años posteriores, luego de la implementación de este proyecto, se realizará la proyección para lo que se utilizó la siguiente fórmula del incremento compuesto (Quinchuela Pozo, 2003, pág. 89):

$$M = P(1 + i)^n$$

Dónde:

M: Población futura, resultado de la proyección

P: Población al inicio del período

i: Tasa media anual de crecimiento

n: Número de años que se va a proyectar la población

2) Proyección de la demanda

Mediante la fórmula del incremento compuesto se proyectará la fusión de los valores de los visitantes nacionales, extranjeros, tomando como base los resultados de aceptación del proyecto obtenidos de las encuestas.

3) Proyección de la demanda insatisfecha

Para obtener la demanda insatisfecha se realizó un análisis comparativo entre la demanda y la oferta, basado en la proyección de las mismas.

4) Determinación de la cuota objetivo de mercado

Para la determinación de la cuota objetivo de mercado se realizó un análisis técnico de la situación actual del sector, la demanda insatisfecha y el crecimiento de la oferta.

e. Elaboración del estudio mercadotécnico o de marketing

En base a las preferencias del consumidor, se elaborará estrategias para el posicionamiento de la empresa en el mercado turístico. Para lo cual se tomó en cuenta el marketing mix: producto, precio, plaza y promoción.

2. Determinación de la viabilidad técnica para la implementación del ecolodge

a. Localización del proyecto

Se consideró la macro localización y micro localización.

b. Tamaño del proyecto

Se estableció en base al número de visitantes proyectados, es decir a la cuota objetiva del mercado.

c. Diseño arquitectónico del proyecto

Se realizó el diseño de la planta considerando: el terreno, la tipología de la construcción y el diseño técnico arquitectónico. Se consideró el uso de materiales de la zona, las condiciones de mantenimiento, la integración con el paisaje, y las características arquitectónicas de vanguardia.

d. Definición del proceso productivo

Se consideró los siguientes aspectos; diagramas de flujos, recetas del menú, mobiliario, equipos y menaje del proyecto, talento humano y remuneración económica.

3. Determinación de la viabilidad administrativa-legal para la implementación del ecolodge

a. Estudio administrativo

Dentro del estudio administrativo se determinó los siguientes aspectos:

- 1) Formulación filosófica: Misión, visión, objetivos y políticas
- 2) Estructura organizativa: Organigrama estructural y funcional
- 3) Estructura operativa: Políticas de funciones del personal.

b. Estudio legal

Para el estudio legal se consideró el marco legal y la normativa relacionado con el sector turístico para la legalización y funcionamiento del proyecto.

4. Realización del estudio socio ambiental del proyecto

Para la realización del estudio socio ambiental del proyecto, se utilizó la matriz de Lázaro Lagos, con sus factores físicos, biológicos y socioeconómicos involucrados. Además, se determinó la problemática socio ambiental, se identificó las posibles las posibles acciones para mitigar los impactos socio ambientales negativos; enfatizando los daños ocasionados por los procesos y actividades pre operativos.

4. Determinación de la viabilidad económica-financiera para la implementación del ecolodge

a. Elaboración del estudio económico

Se elaboró en base a los siguientes puntos:

- Inversiones del proyecto.
- Fuentes de financiamiento y usos de fondos.
- Clasificación de las inversiones
- Financiamiento del proyecto
- Depreciación de activos fijos

- Amortización de activos diferidos
- Cálculo del pago de la deuda
- Estructura de gastos y costos para la vida útil del proyecto
- Estructura de ingresos
- Estado proforma de resultados
- Flujo de caja
- Punto de equilibrio

b. Evaluación financiera

Se definió mediante el cálculo y análisis de:

1) Valor actual neto (VAN): para tener la seguridad de que el proyecto generará un flujo de caja suficiente para cubrir la inversión inicial.

2) Relación beneficio-costos: para determinar si el proyecto generará una relación de ganancias o pérdidas entre estos dos factores.

3) Tasa Interna de Retorno (TIR): para identificar la rentabilidad del capital invertido.

4) Periodo de recuperación del capital (PRC): para evaluar y medir la liquidez de inversión en el proyecto.

VII. RESULTADOS

A. DETERMINACIÓN DE LA VIABILIDAD COMERCIAL DEL PROYECTO

1. Oferta actual

a. Inventario de atractivos turísticos

1). Atractivos Naturales

Ficha VII.1: Cascada La Belleza

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: Juan C. Peña.	1.2 Ficha N° 001
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Carlos Ricaurte/ Ing. Daniela Castillo	1.4 Fecha: 08/05/2014
1.5 Nombre del Atractivo: CASCADA LA BELLEZA	
	
Por: Juan C. Peña.	Foto: Cascada la Belleza, 2014.

1.6 Categoría: Sitios Naturales	
1.7 Tipo: Ríos	
1.8 Subtipo: Cascadas	
2. UBICACIÓN	
2.1 Provincia: Orellana	2.2 Ciudad y/o Cantón: Francisco de Orellana (Coca)
2.3 Parroquia: La Belleza	
2.4 Latitud: 9908043 UTM	2.5 Longitud: 0268781
3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.	
3.1 Nombre del poblado: La Belleza	3.2 Distancia: 0.5 km
4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.	
4.1 Altitud: 263 m	
4.2 Temperatura: 26°C	
4.3 Precipitación Pluviométrica: 3000 mm	
4.4 Ubicación del Atractivo	
Está ubicado a 64 km de la ciudad del Coca y 0.5 km de la parroquia la Belleza	
4.5 Descripción del atractivo.	
Se caracteriza por sus aguas relativamente transparentes y con pocos sedimentos. Su paisaje es singular y poco frecuente en la región considerándose al momento, el único atractivo de este subtipo, con una caída de 4m y 22m ancho y su entorno está rodeado de bosque secundario	
4.6 Atractivos individuales que lo conforman:	
Bosque secundario	
Observación de flora y fauna	
Forma parte del río Tiputini.	
4.7 Permisos y Restricciones	
No tiene ningún costo ni permiso para visitar este lugar.	
4.8 Usos	
4.8.1 Usos Actuales	
Balneario	
4.8.2 Usos Potenciales	
Se puede realizar camping, picnic y caminatas.	

<p>4.8.3 Necesidades turísticas</p> <p>Implementación de Infraestructura, planta turística, señalización.</p> <p>Mejoramiento de la accesibilidad.</p>
<p>4.9 Impactos</p>
<p>4.9.1 Impactos positivos</p> <p>De implementarse alguna actividad turística sostenible los impactos podrían ser:</p> <p>Diversificación de la economía local.</p> <p>Preservación de su belleza paisajística.</p> <p>Valorización del medio ambiente y conservación.</p>
<p>4.9.2 Impactos negativos</p> <p>Erosión del suelo.</p> <p>Contaminación del agua.</p>
<p>5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:</p>
<p>5.1 Estado: Poco alterado</p>
<p>5.2 Causas:</p> <p>La gente del lugar y de la zona utiliza la cascada como balneario.</p>
<p>6. ENTORNO:</p>
<p>6.1 Entorno: En proceso de deterioro</p>
<p>6.2 Causas:</p> <p>Malas prácticas agrícolas</p> <p>Pastoreo intensivo</p> <p>Erosión del suelo</p>
<p>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</p>
<p>7.1 Tipo: Terrestre</p>
<p>7.2 Subtipo: Vía Asfaltada/sendero</p>
<p>7.3 Estado de Vías: Una vía asfaltada en buenas condiciones y un sendero poco particular).</p>
<p>7.4 Transporte: Privado (Bus, vehículo adecuado).</p>
<p>7.5 Frecuencias: Todos los días</p>
<p>7.6 Temporalidad de acceso: Dos veces en el día.</p>
<p>7.7 Observaciones:</p> <p>Es necesario usar ropa ligera y zapatos cómodos para caminar, gorra y bloqueador solar, en cuanto al medio de transporte se ve indispensable mencionar que sale en las mañanas hacia la ciudad del Coca y del Coca hacia el sector en la mañana y tarde, hay</p>

dos turnos uno de las a las 7h00. Y en la tarde suben a las 16h00.		
8. FACILIDADES TURÍSTICAS.		
En este lugar no existen sitios de alojamiento, alimentación o recreación.		
9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA		
9.1 Agua: De vertiente.		
9.2 Energía Eléctrica: Generador.		
9.3 Alcantarillado: Ninguno		
10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.		
10.1 Nombre del atractivo: Ciudad del Coca	10.2 Distancia: 54 km	
11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:		
11.1 Difusión: Local/Provincial		
12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	6
	b) Valor extrínseco	5
	c) Entorno	6
	d) Estado de Conservación y/o Organización	6
APOYO	a) Acceso	7
	b) Servicios	4
	c) Asociación con otros atractivos	1
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	2
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		39
13. JERARQUIZACIÓN		
Jerarquía II		

Ficha VII.2: Río Tiputíni

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: Juan C. Peña.	1.2 Ficha N° 002
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Carlos Ricaurte/ Ing. Daniela Castillo	1.4 Fecha: 08/05/2014
1.5 Nombre del Atractivo: RÍO TIPUTÍNI	
	
Por: Proyecto Ayanasha. Foto: Río Tiputíni, 2014.	
1.6 Categoría: Sitios Naturales	
1.7 Tipo: Ríos	
1.8 Subtipo: Ríos	
2. UBICACIÓN	
2.1 Provincia: Orellana	2.2 Ciudad y/o Cantón: Francisco de Orellana (Coca)
2.3 Parroquia: Dayuma	
2.4 Latitud: 9919397 UTM	2.5 Longitud: 0290209
3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.	
3.1 Nombre del poblado: El Coca	3.2 Distancia: 35 km
4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.	
4.1 Altitud: 230 m	
4.2 Temperatura: 26°C	
4.3 Precipitación Pluviométrica: 3000 mm	
4.4 Ubicación del Atractivo Está ubicado a 64 km de la ciudad del Coca en la Parroquia Dayuma.	
4.5 Descripción del atractivo.	

<p>Es un cuerpo de agua que nace desde la llanura amazónica con afluentes de la parroquia la Belleza y Taracoa a lo largo se torna navegable y conduce hacia el Parque Nacional Yasuní desembocando en el río Napo. En la parte alta esta bordeado por una vegetación secundaria con fincas y haciendas.</p>
<p>4.6 Atractivos individuales que lo conforman:</p> <p>Bosque secundario Observación de flora y fauna.</p>
<p>4.7 Permisos y Restricciones</p> <p>No tiene ningún costo ni permiso para visitar este lugar</p>
<p>4.8 Usos</p>
<p>4.8.1 Usos Actuales</p> <p>Balneario y medio de acceso fluvial</p>
<p>4.8.2 Usos Potenciales</p> <p>Se puede realizar camping, picnic observación de flora y fauna, canotaje, rafting, kayak.</p>
<p>4.8.3 Necesidades turísticas</p> <p>Implementación de Infraestructura, planta turística, señalización.</p>
<p>4.9 Impactos</p>
<p>4.9.1 Impactos positivos</p> <p>De implementarse alguna actividad turística sostenible los impactos podrían ser: Diversificación de la economía local. Preservación de su belleza paisajística. Conservación del medio Ambiente.</p>
<p>4.9.2 Impactos negativos</p> <p>Erosión del suelo. Contaminación del agua. Explotación de la madera.</p>
<p>5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:</p>
<p>5.1 Estado: En proceso de deterioro</p>
<p>5.2 Causas:</p> <p>Fincas y Haciendas ubicadas en las riberas del río han alterado el paisaje natural.</p>
<p>6. ENTORNO:</p>
<p>6.1 Entorno: En proceso de deterioro</p>
<p>6.2 Causas:</p>

Extracción de especies maderables. Sedimentación	Erosión del suelo	
7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO		
7.1 Tipo: Terrestre/Fluvial	7.2 Subtipo: Vía Asfaltada/Río	
7.3 Estado de Vías: Una vía asfaltada en buenas condiciones y un río adecuado para navegar.	7.4 Transporte: Privado (Bus, vehículo particular, Canoa).	
7.5 Frecuencias: Todos los días	7.6 Temporalidad de acceso: Cada 2 Horas.	
7.7 Observaciones: Es necesario usar ropa ligera, zapatos cómodos para caminar, ropa impermeable, gorra y bloqueador solar, en cuanto al medio de transporte se ve indispensable mencionar que salen hacia la ciudad del Coca y del Coca hacia el sector en la mañana y tarde.		
8. FACILIDADES TURÍSTICAS.		
Alojamiento 2 Plazas 60 Alimentación 2 Plazas 80		
9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA		
9.1 Agua: Potable.		
9.2 Energía Eléctrica: Generador.		
9.3 Alcantarillado: Pozo séptico.		
10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.		
10.1 Nombre del atractivo: Río Napo P.N. Yasuní	10.2 Distancia: 26 km 60 km	
11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:		
11.1 Difusión: Local/Provincial/Nacional		
12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	10
	b) Valor extrínseco	10
	c) Entorno	5
	d) Estado de Conservación y/o Organización	5
APOYO	a) Acceso	7

	b) Servicios	4
	c) Asociación con otros atractivos	4
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	4
	c) Nacional	5
	d) Internacional	
TOTAL		56
13. JERARQUIZACIÓN		
Jerarquía III		

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: Juan C. Peña.	1.2 Ficha N° 003
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Carlos Ricaurte/ Ing. Daniela Castillo	1.4 Fecha: 08/05/2014
1.5 Nombre del Atractivo: RÍO NAPO	
	
Por: Proyecto Ayanasha. Foto: Río Napo, 2014.	
1.6 Categoría: Sitios Naturales	
1.7 Tipo: Ríos	
1.8 Subtipo: Ríos	
2. UBICACIÓN	
2.1 Provincia: Orellana	2.2 Ciudad y/o Cantón: Francisco de Orellana (Coca)
2.3 Parroquia: La Belleza	
2.4 Latitud: 9908885 UTM	2.5 Longitud: 0254637
3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.	
3.1 Nombre del poblado: Loreto	3.2 Distancia: 19 km
4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.	
4.1 Altitud: 288 m	
4.2 Temperatura: 26°C	
4.3 Precipitación Pluviométrica: 3000 mm	
4.4 Ubicación del Atractivo	

Está ubicado a 12 km de Loreto y 45 km de la ciudad del Coca en la Parroquia La Belleza.
<p>4.5 Descripción del atractivo.</p> <p>El río Napo es el principal afluente del río Amazonas y uno de los más grandes en el país, nace de las estribaciones de los andes es el río con mayor número de sp. De agua dulce (Mas de 400 sp.).</p>
<p>4.6 Atractivos individuales que lo conforman:</p> <p>Bosque secundario Observación de flora y fauna.</p>
<p>4.7 Permisos y Restricciones</p> <p>No tiene ningún costo ni permiso para visitar este lugar</p>
<p>4.8 Usos</p>
<p>4.8.1 Usos Actuales</p> <p>Balneario y medio de acceso fluvial</p>
<p>4.8.2 Usos Potenciales</p> <p>Se puede realizar camping, picnic observación de flora y fauna, canotaje, rafting, kayak.</p>
<p>4.8.3 Necesidades turísticas</p> <p>Implementación de Infraestructura, planta turística, señalización en el sector referido.</p>
<p>4.9 Impactos</p>
<p>4.9.1 Impactos positivos</p> <p>De implementarse alguna actividad turística sostenible los impactos podrían ser: Diversificación de la economía local. Preservación de su belleza paisajística. Conservación del medio Ambiente.</p>
<p>4.9.2 Impactos negativos</p> <p>Erosión del suelo. Contaminación del agua. Explotación de la madera.</p>
<p>5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:</p>
<p>5.1 Estado: Alterado</p>
<p>5.2 Causas:</p>

Extracción ilegal de madera, Fincas y Haciendas ubicadas en las riberas del río han alterado el paisaje natural.	
6. ENTORNO:	
6.1 Entorno: En proceso de deterioro	
6.2 Causas:	
Extracción de especies maderables.	Erosión del suelo
Sedimentación domestica	Explotación petrolera y
7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO	
7.1 Tipo: Terrestre/Fluvial	7.2 Subtipo: Vía lastrada/Río
7.3 Estado de Vías: Una vía Lastrada en buenas condiciones y un río adecuado para navegar.	
7.4 Transporte: Privado (Bus, Ranchera, vehículo particular, Canoa).	
7.5 Frecuencias: Todos los días	7.6 Temporalidad de acceso: Mañana y Tarde.
7.7 Observaciones:	
Es necesario usar ropa ligera, zapatos cómodos para caminar, ropa impermeable, gorra y bloqueador solar, en cuanto al medio de transporte se ve indispensable mencionar que salen hacia la ciudad de Loreto, Tena y Coca.	
8. FACILIDADES TURÍSTICAS.	
Alojamiento 1 Plazas 67	
Alimentación 1 Plazas 70	
9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA	
9.1 Agua: Tratada.	
9.2 Energía Eléctrica: Generador.	
9.3 Alcantarillado: Pozo séptico.	
10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.	
10.1 Nombre del atractivo: Río Tiputíni	10.2 Distancia: 26 km
11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:	
11.1 Difusión: Local/Provincial/Nacional	

12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	10
	b) Valor extrínseco	10
	c) Entorno	6
	d) Estado de Conservación y/o Organización	6
APOYO	a) Acceso	8
	b) Servicios	5
	c) Asociación con otros atractivos	4
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	4
	c) Nacional	6
	d) Internacional	
TOTAL		61
13. JERARQUIZACIÓN		
Jerarquía III		

Ficha VII.4: Parque Nacional Yasuní

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: Juan C. Peña.	1.2 Ficha N° 004
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Carlos Ricaurte/ Ing. Daniela Castillo	1.4 Fecha: 08/05/2014
1.5 Nombre del Atractivo: PARQUE NACIONAL YASUNÍ	
	
Por: Proyecto Ayanasha.(Bing Maps-Satellite) Foto: Yasuní, 2014.	
1.6 Categoría: Sitios Naturales	
1.7 Tipo: Áreas protegidas	
1.8 Subtipo: Parque Nacional	
2. UBICACIÓN	
2.1 Provincia: Orellana	2.2 Ciudad y/o Cantón: Francisco de Orellana (Coca)
2.3 Parroquia: Alejandro Labaka	
2.4 Latitud: 9942458 UTM	2.5 Longitud: 0346032
3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.	
3.1 Nombre del poblado: Coca	3.2 Distancia: 140 km
4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.	
4.1 Altitud: 275 m	
4.2 Temperatura: 26°C	
4.3 Precipitación Pluviométrica: 3000 mm	
4.4 Ubicación del Atractivo	
Está ubicado a 140 km de la ciudad Coca.	

<p>4.5 Descripción del atractivo.</p> <p>El parque nacional Yasuní es el área protegida más grande del Ecuador Continental, con 982000 Has. De bosque húmedo tropical, 500 especies de aves, 173 sp mamíferos, 62 sp de serpientes, y 100 sp. De anfibios, que han sido identificadas hasta el momento.</p> <p>Posee varios cuerpos de aguas, como ríos, lagunas y bosques inundados, alberga una gran megadiversidad por lo que ha sido considerado por la UNESCO como reserva de biosfera. Además alberga grupos étnicos “no civilizados” Los Tagaeris y Taromenanes.</p>
<p>4.6 Atractivos individuales que lo conforman:</p> <p>Río Napo Río Tiputíni</p> <p>Observación de flora y fauna.</p>
<p>4.7 Permisos y Restricciones</p> <p>El costo de ingreso es de 10USD por persona</p>
<p>4.8 Usos</p>
<p>4.8.1 Usos Actuales</p> <p>Ecoturismo, investigación científica, explotación de petróleo,</p>
<p>4.8.2 Usos Potenciales</p> <p>Se puede realizar centros de investigación estatal, Practicas de ecoturismo sostenible.</p>
<p>4.8.3 Necesidades turísticas</p> <p>Mejoramiento de Infraestructura, planta turística, señalización en el sector referido.</p>
<p>4.9 Impactos</p>
<p>4.9.1 Impactos positivos</p> <p>De implementarse alguna actividad turística sostenible los impactos podrían ser:</p> <p>Diversificación de la economía local.</p> <p>Preservación de su belleza paisajística.</p> <p>Conservación del medio Ambiente.</p> <p>Aumentar el nivel de aceptación y conocimiento acerca de esta área.</p>
<p>4.9.2 Impactos negativos</p> <p>Erosión del suelo.</p> <p>Contaminación del agua.</p> <p>Explotación de la madera.</p> <p>Alteración de los ecosistemas</p>

11.1 Difusión: Local/Provincial/Nacional/Internacional		
12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	15
	b) Valor extrínseco	15
	c) Entorno	6
	d) Estado de Conservación y/o Organización	8
APOYO	a) Acceso	8
	b) Servicios	10
	c) Asociación con otros atractivos	4
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	4
	c) Nacional	7
	d) Internacional	11
TOTAL		90
13. JERARQUIZACIÓN		
Jerarquía IV		

2) Atractivos Culturales

Ficha VII.5: Comunidad Huaorani Ñoñeno

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: Juan C. Peña.	1.2 Ficha N° 005
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Carlos Ricaurte/ Ing. Daniela Castillo	1.4 Fecha: 08/05/2014
1.5 Nombre del Atractivo: COMUNIDAD HUAORANI ÑOÑENO	
	
Por: Proyecto Ayanasha.	Foto: Etnia Huao, 2014.
1.6 Categoría: Manifestaciones Culturales	
1.7 Tipo: Etnografías	
1.8 Subtipo: Grupos Étnicos	
2. UBICACIÓN	
2.1 Provincia: Orellana	2.2 Ciudad y/o Cantón: Francisco de Orellana (Coca)
2.3 Parroquia: Inés Arango	
2.4 Latitud: 9884585 UTM	2.5 Longitud: 0290274
3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.	
3.1 Nombre del poblado: Coca	3.2 Distancia: 110 km

4.9.2 Impactos negativos	
Influencia de culturas indistintas a la suya. Adoptan nuevos hábitos de vida cotidiana.	
5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:	
5.1 Estado: Alterado	
5.2 Causas: Están en interacción constante con grupos mestizos asentados en la zona y actualmente sufren una presión económica y demográfica lo que obliga a buscar fuentes de empleo asalariado.	
6. ENTORNO:	
6.1 Entorno: En proceso de deterioro	
6.2 Causas: Extracción de madera. Compañías petroleras	
7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO	
7.1 Tipo: Sendero/Fluvial	7.2 Subtipo: Sendero/Río
7.3 Estado de Vías: Sendero y río apto para caminar o navegar hasta la comunidad.	
7.4 Transporte: Canoa.	
7.5 Frecuencias: Eventual	7.6 Temporalidad de acceso: Fines de semana.
7.7 Observaciones: Es necesario usar ropa ligera, zapatos cómodos para caminar, ropa impermeable, gorra y bloqueador solar.	
8. FACILIDADES TURÍSTICAS.	
Hospedaje 1 plazas 20 Alimentación 1 plazas 20	
9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA	
9.1 Agua: De pozo.	
9.2 Energía Eléctrica: Generador.	
9.3 Alcantarillado: Pozo séptico.	
10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.	
10.1 Nombre del atractivo:	10.2 Distancia:

Río Shiripuno	20 m	
Laguna Nuñeno	500 m	
11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:		
11.1 Difusión: Local		
12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	5
	b) Valor extrínseco	4
	c) Entorno	4
	d) Estado de Conservación y/o Organización	5
APOYO	a) Acceso	4
	b) Servicios	1
	c) Asociación con otros atractivos	1
SIGNIFICADO	a) Local	1
	b) Provincial	0
	c) Nacional	0
	d) Internacional	0
TOTAL		25
13. JERARQUIZACIÓN		
Jerarquía I		

Ficha VII.6: Comunidad Quichua Corazón de Oriente

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: Juan C. Peña.	1.2 Ficha N° 006
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Carlos Ricaurte/ Ing. Daniela Castillo	1.4 Fecha: 08/05/2014
1.5 Nombre del Atractivo: COMUNIDAD QUICHUA CORZÓN DEL ORIENTE	
	
Por: Proyecto Ayanasha. Foto: Etnia Quichua, 2014.	
1.6 Categoría: Manifestaciones Culturales	
1.7 Tipo: Etnografías	
1.8 Subtipo: Grupos Étnicos	
2. UBICACIÓN	
2.1 Provincia: Orellana	2.2 Ciudad y/o Cantón: Francisco de Orellana (Coca)
2.3 Parroquia: Orellana La matriz	
2.4 Latitud: 9458041 UTM	2.5 Longitud: 0274100
3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.	
3.1 Nombre del poblado: Coca	3.2 Distancia: 15km
4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.	
4.1 Altitud: 233 m	
4.2 Temperatura: 26°C	

4.3 Precipitación Pluviométrica: 3000 mm
4.4 Ubicación del Atractivo Está ubicado a 15 km de la ciudad del Coca en la Parroquia de la matriz.
4.5 Descripción del atractivo. Es una comunidad Quichua compuesta por 36 familias y alrededor de 185 personas. Como actividades de subsistencia la agricultura con sembríos de café, maíz, arroz y malanga. Algunos de sus habitantes trabajan como empleados en compañías petroleras, y practican la avicultura y piscicultura, en la comunidad aún se conservan costumbres y prácticas tradicionales como la forma y nivel de organización social, arquitectura, fiestas, gastronomía y medicina tradicional.
4.6 Atractivos individuales que lo conforman: Centro femenino de artesanías. Observación de flora y fauna.
4.7 Permisos y Restricciones No tiene ningún costo ni permiso para visitar este lugar
4.8 Usos
4.8.1 Usos Actuales Algunas personas se dedican a la agricultura y turismo. Trabajan en petroleras
4.8.2 Usos Potenciales Centro de turismo comunitario
4.8.3 Necesidades turísticas Implementación de Infraestructura, planta turística, señalización en el sector referido.
4.9 Impactos
4.9.1 Impactos positivos De implementarse alguna actividad turística sostenible los impactos podrían ser: Diversificación de la economía local. Preservación de su belleza paisajística. Conservación del medio Ambiente.
4.9.2 Impactos negativos Influencia de culturas indistintas a la suya. Adoptan nuevos hábitos de vida cotidiana.

5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:	
5.2 Causas:	
Están en interacción constante con grupos mestizos asentados en la zona y actualmente sufren una presión económica y demográfica lo que obliga a buscar fuentes de empleo asalariado.	
6. ENTORNO:	
6.1 Entorno: En proceso de deterioro	
6.2 Causas:	
Extracción de madera. Compañías petroleras Prácticas agrícolas incipientes.	
7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO	
7.1 Tipo: Terrestre/Fluvial	7.2 Subtipo: Vía/Río
7.3 Estado de Vías: Vías lastradas en buenas condiciones y buen acceso navegable.	
7.4 Transporte: Ranchera, Canoa.	
7.5 Frecuencias: Diario	7.6 Temporalidad de acceso: Mañana y tarde.
7.7 Observaciones:	
Es necesario usar ropa ligera, zapatos cómodos para caminar, ropa impermeable, gorra y bloqueador solar.	
8. FACILIDADES TURÍSTICAS.	
Hospedaje 1 plazas 20 Alimentación 1 plazas 20	
9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA	
9.1 Agua: De pozo.	
9.2 Energía Eléctrica: Generador.	
9.3 Alcantarillado: Pozo séptico.	
10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.	
10.1 Nombre del atractivo: Ciudad del Coca	10.2 Distancia: 15 m
11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:	

11.1 Difusión: Local		
12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	5
	b) Valor extrínseco	4
	c) Entorno	4
	d) Estado de Conservación y/o Organización	5
APOYO	a) Acceso	4
	b) Servicios	1
	c) Asociación con otros atractivos	1
SIGNIFICADO	a) Local	1
	b) Provincial	0
	c) Nacional	0
	d) Internacional	0
TOTAL		25
13. JERARQUIZACIÓN		
Jerarquía I		

4) Resumen de atractivos turísticos.

	Nombre	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía
Atractivos naturales	Cascada la Belleza	Sitios Naturales	Ríos	cascada	II
	Río Tiputíni	Sitios Naturales	Ríos	Ríos	III
	Río Napo	Sitios Naturales	Ríos	Ríos	III
	Parque Nacional Yasuní	Sitios Naturales	Áreas	Parque	IV

			protegidas	Nacional	
Atractivos culturales	Comunidad Huaorani Ñoñeno	Manifestaciones culturales	Etnografías	Grupos Étnicos	I
	Comunidad Quichua Corazón del Oriente	Manifestaciones culturales	Etnografías	Grupos Étnicos	I

Cuadro. Resumen de atractivos

Según el cuadro 1 los atractivos turísticos que se han considerado y priorizado por el proyecto dentro de la oferta turística, el 66,6% de atractivos son de categoría Sitios Naturales de mayor jerarquización, mientras que el 33,4% son Manifestaciones Culturales y de menor jerarquía.

b. Planta turística

Al no identificar servicios turísticos en la parroquia, se consideró a la planta turística existente en el cantón con similares características a la propuesta en el proyecto, logrando identificar 2 establecimientos de carácter privado, Oasis Yuturi y Yarina Lodge y 1 establecimiento de carácter comunitario Napo Wildlife Center.

1) Planta turística Privada

Cuadro. Planta turística privada

Razón social	Representante	Dirección	Categoría	Habit.	Plaza	Mesa	Plaza-mesa	Personal	Teléfono
Oasis Yuturi	Zulema Sanmiguel	Rio Napo Samona Yuturi 6 horas	Segunda	15	24	7	28	4	2880619
Yarina ecolodge	S/n	Frente a la comuna San Carlos	Segunda	20	40	10	48	7	2880206 09 999 353 22

2) Planta turística Comunitaria

Cuadro. Planta turística Comunitaria

Razón social	Representante	Dirección	Categoría	Habit.	Plaza	Mesa	Plaza-mesa	Personal	Teléfono
Napo Wildlife Center	Grefa Coquinche Gabriel Verna	Riveras del rio Napo, margen derecho km 80	Única	16	48	10	48	15	26005819

3) Caracterización de la planta turística

Cuadro. Servicios ofertados por Oasis Yuturi

Servicio	N°	Tipo	Capacidad	Características	Precio
Transporte Fluvial Hospedaje Alimentación Guianza Bilingüe Excursiones	1	Cabaña	24 pax	<p>La aventura comienza con 30 minutos de vuelo desde la ciudad de Quito hacia la ciudad del Coca, cruzando los majestuosos Andes, sobrevolando y disfrutando la belleza de la Selva Ecuatoriana, para luego navegar por las caudalosas aguas del río Napo, afluente importante del río Amazonas, hasta su confluencia con el río YUTURI.</p> <p>La travesía desde la ciudad del Coca hacia la RESERVA BIOLÓGICA YUTURI, durante aproximadamente cinco horas, se realiza en cómodas canoas a motor y cubiertas, apreciando los hermosos paisajes ribereños, las viviendas de los indios Quechuas que aún mantienen sus tradiciones como la de elaborar la chicha de yuca y el vinillo de plátano.</p> <p>Las instalaciones del lugar, rodeadas por tres lagunas, se encuentran dentro de un paisaje encantador del ambiente selvático, en el cual los huéspedes disfrutarán de los innumerables sonidos de la naturaleza y de la paz y tranquilidad que le ofrece la selva.</p> <p>El lugar está dotado de 15 cabañas típicas entre dobles y triples, con baño privado, construidas con materiales típicos de la zona, a fin de preservar la armonía del paisaje, además de ofrecer un comfortable alojamiento, complementado con un excelente servicio de comedor.</p> <p>La atención personalizada que le ofrecemos en YUTURI, permite que el visitante elija a diario las actividades que desea realizar, de acuerdo a los diferentes programas.</p> <p>Entre las aventuras más fascinantes tenemos los recorridos nocturnos en canoa a remo en busca de caimanes, las excursiones a tempranas horas de la mañana para la observación de aves, la pesca de pirañas, visita a la Isla de los Monos, etc., entre otras.</p>	<p>Lunes - Viernes 825 USD</p> <p>Viernes - Lunes 700 USD</p>

Cuadro. Servicios ofertados por Yarina Ecolodge

Servicio	N°	Tipo	Capacidad	Características	Precio
Transporte Fluvial Hospedaje Alimentacion Guianza Bilingüe Excursiones	1	Cabaña	40 Pax	<p>20 cabañas múltiples (simples, dobles, triples y cuádruples) con baño privado.</p> <p>Cada cabaña está equipada con camas (con mosquitero), hamaca, ropero, velador y una lámpara.</p> <p>Cada baño privado tiene ducha de agua caliente y está totalmente equipado para su confort y comodidad.</p> <p>Todas las cabañas están construidas con materiales típicos de la zona. Se provee agua las 24 horas del día en los baños. El agua se la obtiene de un pozo (20 metros de profundidad).</p> <p>Se provee electricidad a través de un generador a diésel, desde las 18H00 hasta las 22H00 (110V.)</p> <p>Con vista hacia un pequeño río se ubica una cabaña grande donde el pasajero encontrará el comedor, bar y una sala de descanso. Ofrece comida variada, si el pasajero es vegetariano ofrecemos comida vegetariana.</p> <p>El personal de limpieza se encarga de arreglar y limpiar las cabañas todos los días.</p> <p>Para conocimiento y seguridad del pasajero además de ser una regla de la compañía; la administración posee una caja de seguridad para guardar joyas, dinero, pasaporte o cualquier pertenencia que el pasajero considere necesario y/o de valor.</p>	4D / 3N 725 USD

Cuadro. Servicios ofertados por Napo Wildlife Center

Servicio	N°	Tipo	Capacidad	Características	Precio
Transporte Fluvial Hospedaje Alimentación Guianza Bilingüe Excursiones	1	Cabañas	48 Pax	<p>El Napo Wildlife Center ofrece 16 cabañas que pueden albergar hasta a tres personas cada una. Cada cabaña tiene baño privado con agua caliente, caja de seguridad, ventiladores, mosquiteros, ventanas con redes anti insectos, electricidad las 24 horas y terraza privada con vista al lago. Además, cuenta con un comedor, un bar, una torre de observación, terrazas, biblioteca, internet, tienda de regalos y servicio de lavandería.</p> <p>El hotel también cuenta con guías naturalistas, guías nativos y guías bilingües, que lo orientarán acerca de la vida en la Amazonía y le ayudarán a reconocer la increíble diversidad de este lugar.</p> <p>Dentro de la reserva de este lodge se pueden llevar a cabo interesantes actividades grupales, pues, para facilidad del turista, los visitantes se dividen en pequeños grupos, que son liderados por un guía. Dentro de las actividades están avistamiento de aves, caminatas diurnas y nocturnas por la selva, paseos en canoa y visita a la comunidad Añangu para conocer acerca de sus costumbres. Además, puede conocer los saladeros de loros y guacamayos que se encuentran en las orillas de la laguna, o tomar un baño en las tranquilas aguas, en compañía de los delfines rosados.</p>	<p>4D / 3N Cabaña 1289 USD Suites 1489 USD</p>

2. Oferta sustitutiva y/o complementaria

Para el análisis de la oferta sustitutiva se consideró los establecimientos turísticos que prestan servicios similares en un radio máximo de 20 km aproximadamente, logrando identificar a 2 establecimientos, Huaorani Lodge y Yachana Lodge.

a. Descripción de la oferta sustitutiva

Cuadro. Servicios ofertados por Huaorani Lodge

Tipo	Categoría	Instalaciones características	Servicios	Capacidad	Precio
Cabaña	Segunda	Mixta Hormigón, Madera	Las habitaciones cuentan con baño privado, agua caliente, agua pura para consumo, a más de ello el lodge dispone de áreas verdes con senderos auto guiados, excursiones a la selva, avistamiento de aves, visita a comunidades nativas, Kayak, pesca artesanal, convivencia con los Huaoranis.	5 Cabañas DBL 10 Pax	DBL 730 USD SGL 1095 Usd
Ubicación	Orillas del río Shiripuno cerca a la comunidad Huaroni Quehueri'ono Parroquia Chonta punta				
Demanda	Mercado Nacional e Internacional (Franceses, Alemanes, Holandeses)				
Comercialización	http://www.huaorani.com/ http://www.destinationecuador.com/				

b. Resumen de la oferta sustitutiva

Cuadro. Resumen de la oferta sustitutiva

Establecimiento	N° habitaciones	N° de plazas	N° de días laborables	Oferta total anual
Huaorani lodge	5	10	360	3600
Yachana lodge	19	67	360	24120
Total	24	77		27720

3. Análisis de la demanda

a. Universo de estudio

El universo de estudio de la demanda constituye el total de turistas nacionales para lo que se ha considerado a la población económicamente activa de la provincia según (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2010, pág. 3) son **54432** personas.

De igual manera el otro universo de estudio de la demanda corresponde a los turistas extranjeros que ingresaron a la provincia de Orellana según el Barómetro Turístico 2012 (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2013, pág. 3) el promedio es de **16535** turistas durante el año 2011.

b. Cálculo de la muestra

Para el cálculo de la muestra se utilizó la fórmula estadística genérica de Canavos, propuesta por; (Muñoz Jácome, 2011, pág. 34) con los datos mencionados anteriormente:

$$n = \frac{N \cdot p \cdot q}{(N - 1) \left(\frac{e}{z}\right)^2 + (p \cdot q)}$$

Dónde:

n= Tamaño de la muestra (32 Nacionales), (119 Extranjeros)

N= Universo de estudio (54432 Nacionales), (16535 Extranjeros)

(p.q)= Probabilidad de ocurrencia (0,25)

z = constante de posibilidad de error (1,75)

e = margen de error (0,08)

Aplicación fórmula de Canavos:

$$n = \frac{54432(0,25)}{(54431)\left(\frac{0,08}{1,75}\right)^2 + (0,25)}$$

$$n = \frac{13608}{114}$$

Total muestra turistas nacionales: $n = 32$ encuestas

$$n = \frac{16535(0,25)}{(16534)\left(\frac{0,08}{1,75}\right)^2 + (0,25)}$$

$$n = \frac{4133,75}{34,80}$$

Total muestra turistas extranjeros: $n = 119$ encuestas

Aplicada la formula antes mencionada los resultado señalan que la muestra para los turistas nacionales es de 32 encuestas, mientras que para los turistas extranjeros 119 encuestas.

c. Caracterización de la demanda

1) Turistas Nacionales

a) Género de turistas nacionales

Tabla VII.1: Género de turistas nacionales

Género	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	19	60%
Femenino	13	40%
Total	32	100%

Nota: Investigación de campo provincia de Orellana, 2014

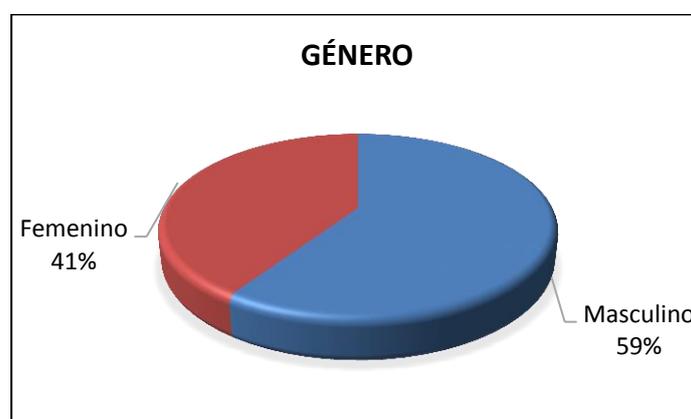


Figura VII.1: Género de turistas nacionales

Nota: Investigación de campo provincia de Orellana, 2014

Respecto al género de turistas nacionales se puede apreciar que el 59% de los turistas nacionales encuestados corresponden al género masculino, mientras que el 41% son del género femenino.

b) Edad de turistas nacionales

Tabla VII.2: Edad de turistas nacionales

Edad	Frecuencia	Porcentaje
Menos 18	4	12,50%
18 -25	11	34,37%
26 - 40	16	50,00%
Más de 40	1	3,13%
TOTAL	32	100%

Nota: Investigación de campo provincia Orellana, 2014

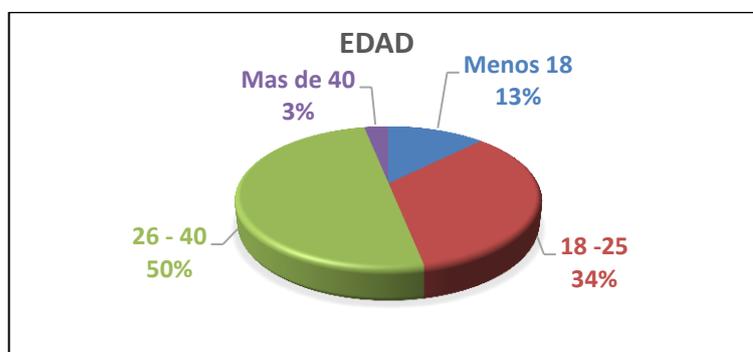


Figura VII.2: Edad de turistas nacionales

Nota: Investigación de campo provincia Orellana, 2014

De acuerdo a las encuestas aplicadas, se puede apreciar que los turistas nacionales comprenden edades entre: 26-40 años con el 50%, seguido de 18-25 años con el 34%, menos de 18 años correspondiente al 13% y más de 40 años con el 3%.

c) Ocupación de turistas nacionales

Tabla VII.3: Ocupación de turistas nacionales

Ocupación	Frecuencia	Porcentaje
Estudiante	6	18,75%
Empleado Publico	9	28,13%
Empleado Privado	12	37,50%
Comerciante	2	6,25%
Ama de Casa	1	3,12%
Jubilado	2	6,25%
TOTAL	32	100%

Nota: Investigación de campo provincia Orellana, 2014

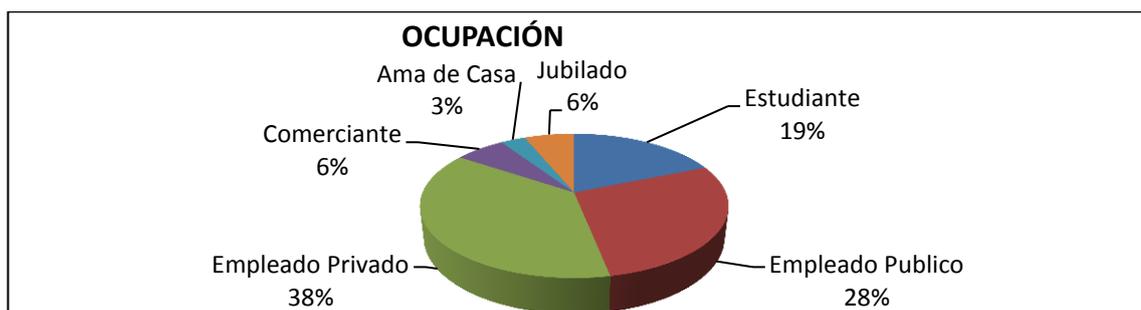


Figura VII.3: Ocupación de turistas nacionales

Nota: Investigación de campo provincia Orellana, 2014

Dentro de los turistas nacionales encuestados: el 38% son empleados privados, seguido del 28% empleados públicos, el 19% estudiantes, 6% comerciantes y jubilados respectivamente y el 3% amas de casa.

d) Nivel de educación de los turistas nacionales

Tabla VII.4: Nivel de educación de turistas nacionales

Educación	Frecuencia	Porcentaje
Primaria	1	3,13%
Secundaria	7	21,87%
Universidad	18	56,25%
Posgrado	6	18,75%
TOTAL	32	100%

Nota: Investigación de campo provincia Orellana, 2014

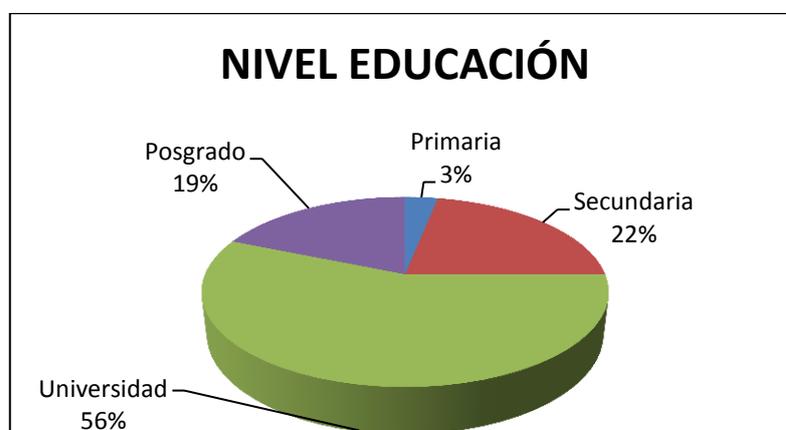


Figura VII.4: Nivel de educación de turistas nacionales

Nota: Investigación de campo provincia Orellana, 2014

La encuesta aplicada a los turistas nacionales refleja que el 56% tiene un nivel de educación universitaria, el 22% secundaria, el 19% posgrado y el 3% primaria.

e) Ciudad de los turistas nacionales

Tabla VII.5: Ciudad turistas nacionales

Residencia/Ciudad	Frecuencia	Porcentaje
Quito	14	43,75%
Ambato	11	34,38%
Riobamba	3	9,38%
Santo Domingo	2	6,25%
Loja	1	3,13%
Latacunga	1	3,13%
TOTAL	32	100%

Nota: Investigación de campo provincia Orellana, 2014

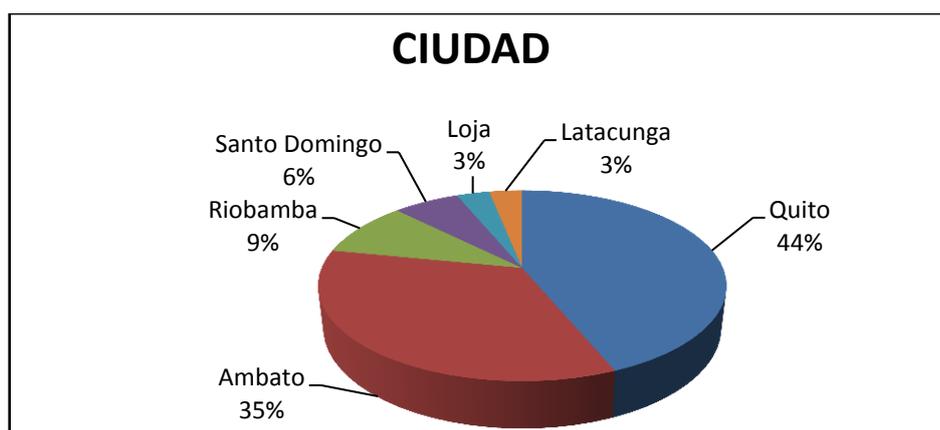


Figura VII.5: Ciudad turistas nacionales

Nota: Investigación de campo provincia Orellana, 2014

La mayoría de los turistas nacionales encuestados son de la ciudad de Quito con el 44%, seguido de Ambato con el 35%, Riobamba el 9%, Santo Domingo el 6%, Loja y Latacunga con el 3% respectivamente.

f) **¿Ha utilizado los servicios de un alojamiento ecológico en Francisco de Orellana?**

Tabla VII.6: Servicios alojamiento ecológico

	Frecuencia	Porcentaje
SI	2	6,25%
NO	30	93,75%
TOTAL	32	100,00%

Nota: Investigación de campo provincia Orellana, 2014

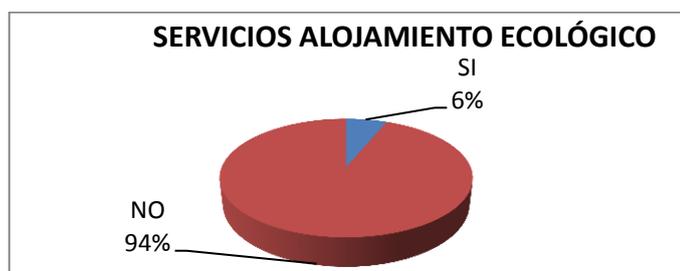


Figura VII.6: Servicios alojamiento ecológico

Nota: Investigación de campo provincia Orellana, 2014

Dentro de los turistas nacionales encuestados el 94% no han utilizado los servicios de un alojamiento ecológico en Francisco de Orellana, mientras que el 6% si lo ha hecho.

g) **¿Le gustaría pasar la noche o utilizar las instalaciones en un alojamiento ecológico en convivencia con la naturaleza y cultura, lejos de la ciudad?**

Tabla VII.7: Interés hospedaje alojamiento ecológico

	Frecuencia	Porcentaje
SI	1	3,00%
NO	31	97,00%
TOTAL	32	100%

Nota: Investigación de campo Orellana, 2014



Figura VII.7: Interés hospedaje alojamiento ecológico

Nota: Investigación de campo provincia Orellana, 2014

Al 97% de los turistas nacionales encuestados, les gustaría pasar la noche o utilizar las instalaciones en el alojamiento ecológico, mientras que al 3% no le interesaría.

h) ¿Con cuántas personas normalmente realiza un viaje?

Tabla VII.8: Personas normalmente viaja

	Frecuencia	Porcentaje
Solo	1	3,13%
Entre 2 personas	4	12,50%
3 a 5	19	59%
Más de 5 personas	8	25,00%
TOTAL	32	100,00%

Nota: Investigación de campo provincia Orellana, 2014

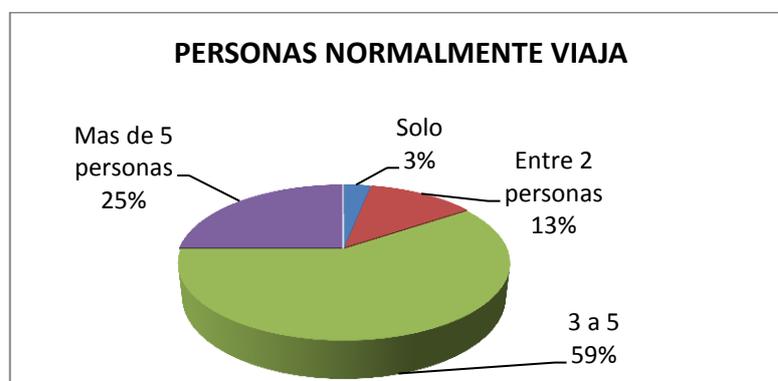


Figura VII.8: Personas normalmente viaja

Nota: Investigación de campo provincia Orellana, 2014

Los turistas nacionales encuestados prefieren normalmente viajar en su mayoría entre 3 a 5 personas (59%), más de 5 personas (25%), entre 2 personas (13%) y solos (3%).

i) ¿Cuál es su motivación para realizar un viaje?

Tabla VII.9: Motivo de viaje

Motivación	Frecuencia	Porcentaje
Vacaciones	19	59,37%
Visita a familiares y / o amigos	10	31,25%
Congresos / Convenciones	0	0%
Negocio / Trabajo	3	9,38%
Religión	0	0%
TOTAL	32	100%

Nota: Investigación de campo Orellana, 2014

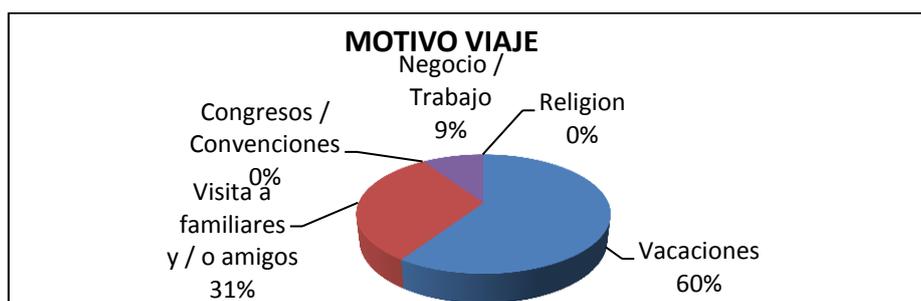


Figura VII.9: Motivo de viaje

Nota: Investigación de campo provincia Orellana, 2014

El segmento de turistas nacionales muestra que la motivación de viaje es principalmente por vacaciones correspondiente al 60%, visita a familiares y/o amigos el 31%, negocio/trabajo el 9%, congresos/convenciones y religión el 0%.

j) ¿Cuántos días permanece en ese lugar?

Tabla VII.10: Días de permanencia

Tiempo / Días	Frecuencia	Porcentaje
1	0	0%
2	15	46,87%
3	12	37,50%
Más de 3	5	15,63%
TOTAL	32	100%

Nota: Investigación de campo provincia Orellana, 2014

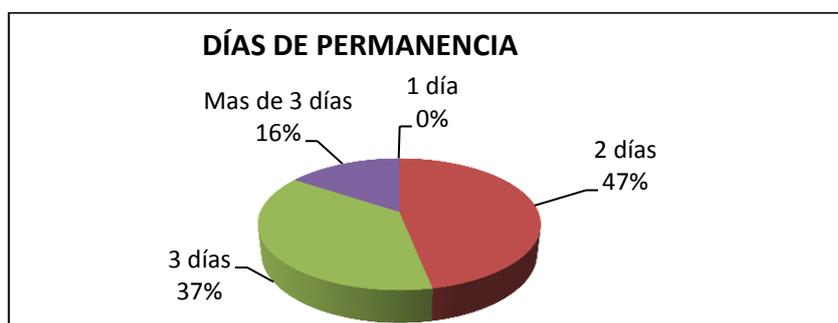


Figura VII.10: Días de permanencia

Nota: Investigación de campo provincia Orellana, 2014

Los turistas nacionales encuestados permanecen en el lugar entre 2 días el 47%, 3 días el 37%, más de 3 días el 16% y 1 día el 0%.

k) ¿Qué servicios le gustaría encontrar en el alojamiento ecológico?

Tabla VII.11: Servicios alojamiento ecológico

Servicios	Frecuencia	Porcentaje
Áreas recreativas	22	13,75%
Alimentación	32	20,00%
Guianza	24	15,00%
Internet	27	16,87%
Bar	30	18,75%
Transporte	25	15,63%
TOTAL	160	100,00%

Nota: Investigación de campo provincia Orellana, 2014

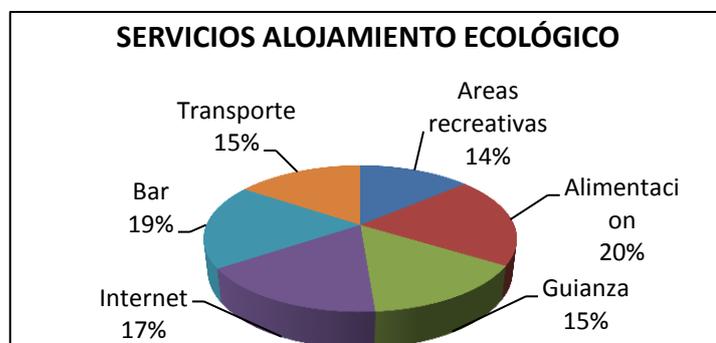


Figura VII.11: Servicios alojamiento ecológico

Nota: Investigación de campo provincia Orellana, 2014

Dentro de los servicios que le gustaría encontrar en el alojamiento ecológico a los turistas nacionales encuestados se encuentran: Alimentación con el 20%, bar el 19%, internet 17%, transporte y guía 15% respectivamente y áreas recreativas el 14%.

l) ¿Qué tipo de construcción y mobiliario le gustaría?

Tabla VII.12: Tipo construcción y mobiliario

Construcción/Tipología	Frecuencia	Porcentaje
Moderno	1	3,13%
Tradicional	4	12,50%
Rústico	8	25,00%
Mixto	19	59,37%
TOTAL	32	100,00%

Nota: Investigación de campo provincia Orellana, 2014



Figura VII.12: Tipo construcción y mobiliario

Nota: Investigación de campo provincia Orellana, 2014

Los turistas nacionales encuestados optan por un tipo de construcción y mobiliario: Mixto el 59% en su mayoría, rústico el 25%, tradicional el 13% y moderno el 3%.

m) De las siguientes actividades turísticas, seleccione la opción que más le gustaría realizar?

Tabla VII.13: Actividades turísticas alojamiento ecológico

Actividades	Frecuencia	Porcentaje
Camping	19	16,70%
Fotografía	25	21,92%
Caminatas	10	8,77%
Visita a comunidades	32	28,07%
Ritual de la Ayahuasca	28	24,56%
TOTAL	114	100%

Nota: Investigación de campo provincia Orellana, 2014

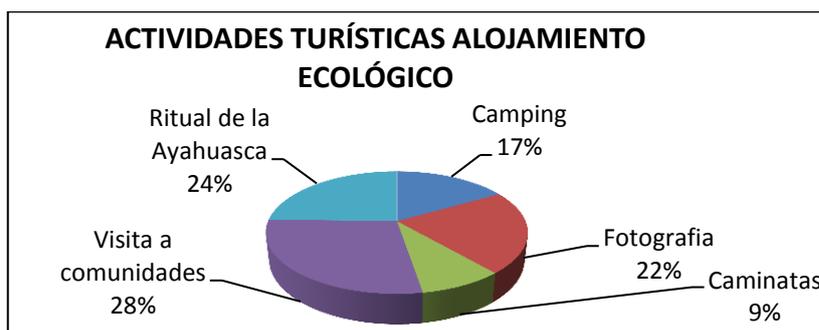


Figura VII.13: Actividades turísticas alojamiento ecológico

Nota: Investigación de campo provincia Orellana, 2014

La actividad turística que le gustaría realizar a la mayoría de los turistas nacionales es visita a comunidades (28%), seguido de ritual de la ayahuasca (24%), fotografía (22%), camping (17%) y caminatas (9%).

n) ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar diariamente por los servicios prestados?

Tabla VII.14: Disponibilidad pago diario

Rango/ Tarifa	Frecuencia	Porcentaje
30 - 50 USD	27	84,37%
51 - 70 USD	5	15,63%
TOTAL	32	100%

Nota: Investigación de campo provincia Orellana, 2014

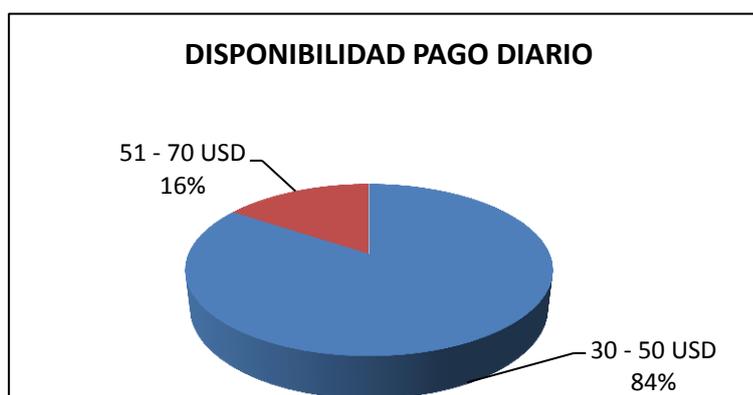


Figura VII.14: Disponibilidad pago diario

Nota: Investigación de campo provincia Orellana, 2014

Los turistas nacionales estarían dispuestos a pagar diariamente por los servicios prestados en el alojamiento ecológico de 30 a 50 dólares el 84% y de 51 a 70 dólares el 16%.

o) ¿Generalmente como acostumbra a realizar sus pagos?

Tabla VII.15: Forma de pago

Forma de pago	Frecuencia	Porcentaje
Efectivo	28	87,50%
Tarjeta de crédito / Debito	4	12,50%
TOTAL	32	100%

Nota: Investigación de campo provincia Orellana, 2014



Figura VII.15: Forma de pago

Nota: Investigación de campo provincia Orellana, 2014

Los turistas nacionales encuestados acostumbran a realizar sus pagos en efectivo el 87% mientras que el 13% por tarjeta de crédito/débito.

p) ¿Cómo obtiene información acerca de los diferentes lugares turísticos?

Tabla VII.16: Medios de información

Medios	Frecuencia	Porcentaje
Agencia de viajes	12	14,46%
Amigos/familiares	28	33,73%
Prensa escrita	3	3,61%
Tv.	7	8,43%
Internet	30	36,14%
Guía turística	3	3,61%
TOTAL	83	100%

Nota: Investigación de campo provincia Orellana, 2014

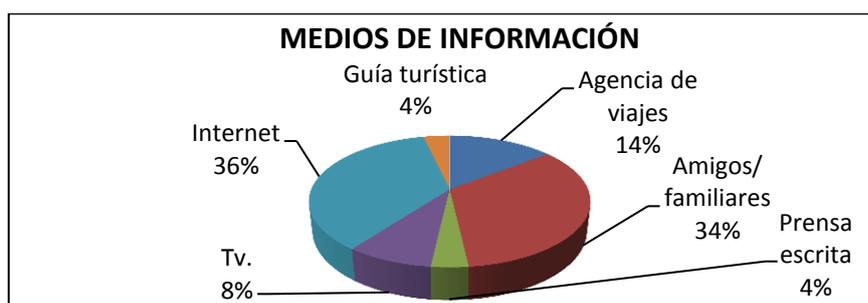


Figura VII.16: Medios de información

Nota: Investigación de campo provincia Orellana, 2014

Los medios de información por los cuales los turistas nacionales se informan de lugares turísticos son: internet (36%), amigos/familiares (34%), agencia de viajes (14%), tv (8%), guía turística y prensa escrita (4%).

2) Turistas extranjeros

a) Género turistas extranjeros

Tabla VII.17: Género turistas extranjeros

Género	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	52	44%
Femenino	67	57%
Total	119	100%

Nota: Investigación de campo provincia Orellana, 2014

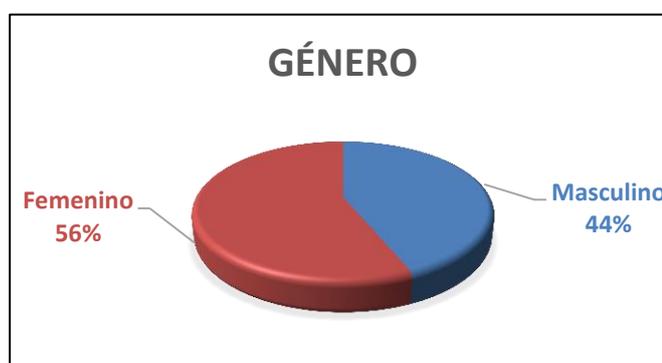


Figura VII.17: Género turistas extranjeros

Nota: Investigación de campo provincia Orellana, 2014

Los turistas extranjeros encuestados en su mayoría son del género femenino correspondiente al 56% y al género masculino el 44%.

b) Edad turistas extranjeros

Tabla VII.18: Edad turistas extranjeros

Edad	Frecuencia	Porcentaje
Menos 18	22	18,48%
18 -25	85	71,43%
26 - 40	10	8,41%
Más de 40	2	1,68%
TOTAL	119	100%

Nota: Investigación de campo provincia Orellana, 2014

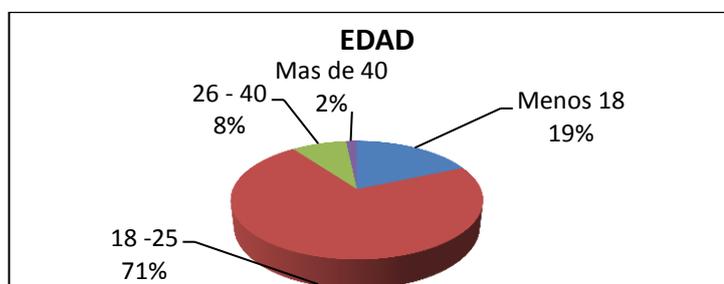


Figura VII.18: Edad turistas extranjeros

Nota: Investigación de campo provincia Orellana, 2014

De acuerdo a las encuestas aplicadas, se puede apreciar que los turistas extranjeros comprenden edades entre: 18-25 años con el 71%, seguido de menos de 18 años correspondiente al 19%, 26-40 años con el 8%, y más de 40 años con el 2%.

c) Ocupación de turistas extranjeros

Tabla VII.19: Ocupación de turistas extranjeros

Ocupación	Frecuencia	Porcentaje
Estudiante	66	55,67%
Empleado Publico	34	28,73%
Empleado Privado	8	7%
Comerciante	5	4%
Ama de Casa	4	3,36%
Jubilado	2	1,68%
TOTAL	119	100%

Nota: Investigación de campo provincia Orellana, 2014



Figura VII.19: Ocupación de turistas extranjeros

Nota: Investigación de campo provincia Orellana, 2014

Dentro de los turistas extranjeros encuestados: el 55% son estudiantes, seguido del 29% empleados públicos, el 7% empleados privados, 4% comerciantes, 3% amas de casa y el 2% jubilados.

d) Nivel de educación de turistas extranjeros

Tabla VII.20: Nivel de educación de turistas extranjeros

Educación	Frecuencia	Porcentaje
Primaria	2	1,68%
Secundaria	14	11,76%
Universidad	67	56,30%
Posgrado	36	30,25%
TOTAL	119	100%

Nota: Investigación de campo provincia Orellana, 2014

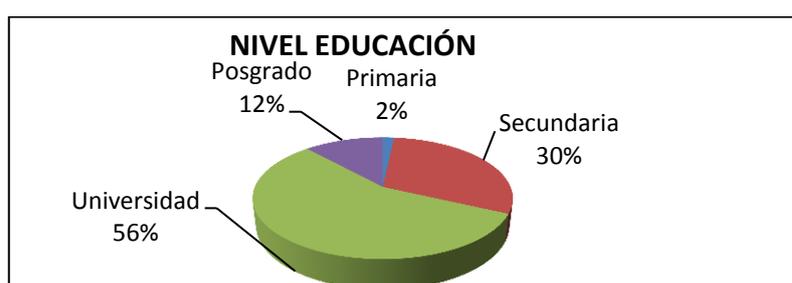


Figura VII.20: Nivel de educación de turistas extranjeros

Nota: Investigación de campo provincia Orellana, 2014

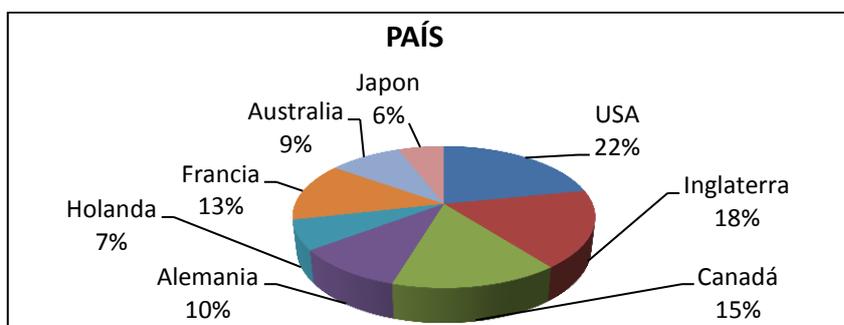
La encuesta aplicada a los turistas extranjeros refleja que el 56% tiene un nivel de educación universitaria, el 30% secundaria, el 12% posgrado y el 2% primaria.

e) País de residencia de los turistas extranjeros

Tabla VII.21: País de residencia turistas extranjeros

País de residencia	Frecuencia	Porcentaje
USA	26	21,85%
Inglaterra	21	17,65%
Canadá	18	15,13%
Alemania	12	10,08%
Holanda	8	6,72%
Francia	16	13,45%
Australia	11	9,24%
Japón	7	5,88%
TOTAL	119	100%

Nota: Investigación de campo provincia Orellana, 2014

**Figura VII.21:** País de residencia turistas extranjeros

Nota: Investigación de campo provincia Orellana, 2014

La mayoría de los turistas extranjeros encuestados provienen del país de USA con el 22%, seguido de Inglaterra con el 18%, Canadá el 15%, Francia el 13%, Alemania el 10%, Australia el 9%, Holanda el 7% y Japón con el 6%.

f) ¿Ha utilizado los servicios de un alojamiento ecológico en Francisco de Orellana?

Tabla VII.22: Servicios alojamiento ecológico

	Frecuencia	Porcentaje
SI	5	4,00%
NO	115	96,00%
TOTAL	119	100%

Nota: Investigación de campo provincia Orellana, 2014



Figura VII.22: Servicios alojamiento ecológico

Nota: Investigación de campo provincia Orellana, 2014

Dentro de los turistas extranjeros encuestados el 96% no han utilizado los servicios de un alojamiento ecológico en Francisco de Orellana, mientras que el 4% si lo ha hecho.

g) ¿Le gustaría pasar la noche o utilizar las instalaciones en un alojamiento ecológico en convivencia con la naturaleza y cultura, lejos de la ciudad?

Tabla VII.23: Interés hospedaje alojamiento ecológico

	Frecuencia	Porcentaje
SI	119	100,00%
NO	0	0,00%
TOTAL	119	100%

Nota: Investigación de campo Orellana, 2014



Figura VII.23: Interés hospedaje alojamiento ecológico

Nota: Investigación de campo provincia Orellana, 2014

Al 100% de los turistas extranjeros encuestados, les gustaría pasar la noche o utilizar las instalaciones en el alojamiento ecológico.

h) ¿Con cuántas personas normalmente realiza un viaje?

Tabla VII.24: Personas normalmente viaja

	Frecuencia	Porcentaje
Solo	11	9,30%
Entre 2 personas	33	27,59%
3 a 5	50	42,42%
Más de 5 personas	25	20,69%
TOTAL	119	100%

Nota: Investigación de campo provincia Orellana, 2014

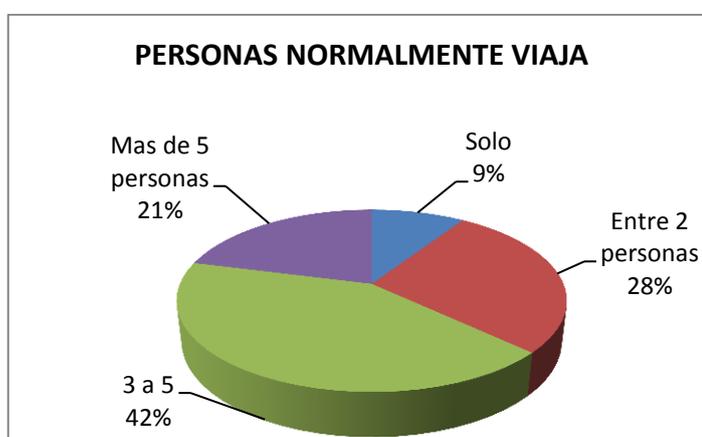


Figura VII.24: Personas normalmente viaja

Nota: Investigación de campo provincia Orellana, 2014

Los turistas extranjeros encuestados prefieren normalmente viajar en su mayoría entre 3 a 5 personas (42%), entre 2 personas (28%), más de 5 personas (21%), y solos (9%).

i) ¿Cuál es su motivación para realizar un viaje?

Tabla VII.25: Motivo de viaje

Motivación	Frecuencia	Porcentaje
Vacaciones	106	89,07%
Visita a familiares y / o amigos	1	0,84%
Congresos / Convenciones	0	0%
Negocio / Trabajo	12	10,08%
Religión	0	0%
TOTAL	119	100%

Nota: Investigación de campo provincia Orellana, 2014

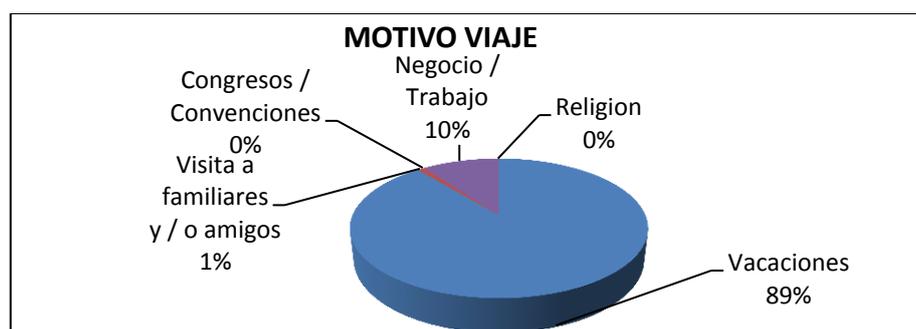


Figura VII.25: Motivo de viaje

Nota: Investigación de campo provincia Orellana, 2014

El segmento de turistas extranjeros muestra que la motivación de viaje es principalmente por vacaciones correspondiente al 89%, negocio/trabajo el 10%, visita a familiares y/o amigos el 1%, congresos/convenciones y religión el 0%.

j) ¿Cuántos días permanece en ese lugar?

Tabla VII.26: Días de permanencia

Tiempo / Días	Frecuencia	Porcentaje
1	5	4,20%
2	24	20,17%
3	72	60,50%
Más de 3	18	15,13%
TOTAL	119	100%

Nota: Investigación de campo provincia Orellana, 2014



Figura VII.26: Días de permanencia

Nota: Investigación de campo provincia Orellana, 2014

Los turistas extranjeros encuestados permanecen en el lugar entre 3 días el 61%, seguido de 2 días el 20%, más de 3 días el 15% y 1 día el 4%.

k) ¿Qué servicios le gustaría encontrar en el alojamiento ecológico?

Tabla VII.27: Servicios alojamiento ecológico

Servicios	Frecuencia	Porcentaje
Áreas recreativas	40	7,10%
Alimentación	119	21,14%
Guianza	119	21,13%
Internet	60	10,66%
Bar	110	19,54%
Transporte	115	20,43%
TOTAL	563	100%

Nota: Investigación de campo provincia Orellana, 2014

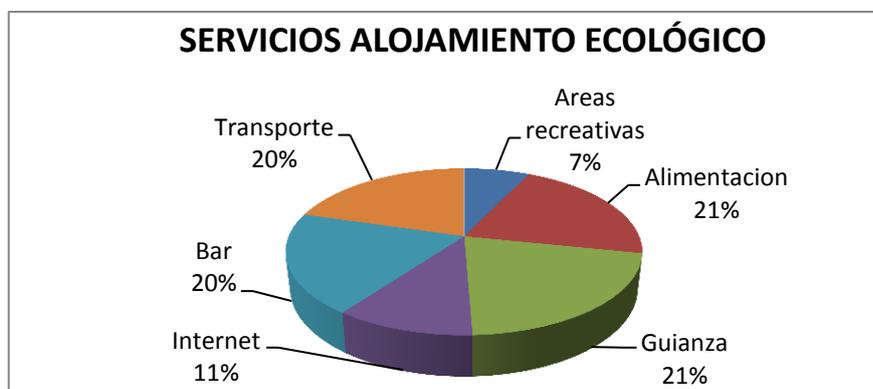


Figura VII.27: Servicios alojamiento ecológico

Nota: Investigación de campo provincia Orellana, 2014

Dentro de los servicios que le gustaría encontrar en el alojamiento ecológico a los turistas extranjeros encuestados se encuentran: Alimentación y guianza con el 21%, transporte y bar 20%, internet 11% y áreas recreativas el 7%.

l) ¿Qué tipo de construcción y mobiliario le gustaría?

Tabla VII.28: Tipo construcción y mobiliario

Construcción/Tipología	Frecuencia	Porcentaje
Moderno	12	10,00%
Tradicional	25	21,00%
Rústico	48	40,00%
Mixto	34	29,00%

TOTAL	119	100%
--------------	------------	-------------

Nota: Investigación de campo provincia Orellana, 2014

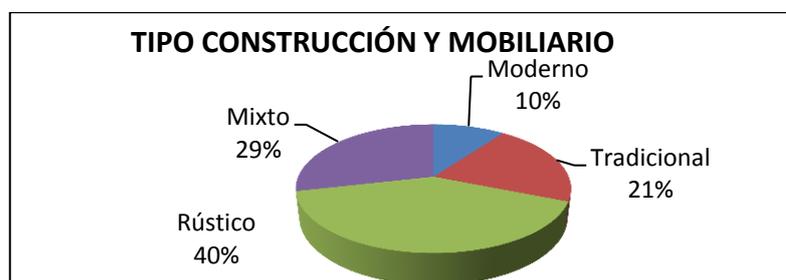


Figura VII.28: Tipo construcción y mobiliario

Nota: Investigación de campo provincia Orellana, 2014

Dentro de los turistas extranjeros encuestados optan por un tipo de construcción y mobiliario: Rústico el 40%, seguido de mixto el 29% en su mayoría, tradicional el 21% y moderno el 10%.

m) De las siguientes actividades turísticas, seleccione la opción que más le gustaría realizar?

Tabla VII.29: Actividades turísticas alojamiento ecológico

Actividades	Frecuencia	Porcentaje
Camping	41	8,91%
Fotografía	118	25,65%
Caminatas	100	21,74%
Visita a comunidades	119	25,87%
Ritual de la Ayahuasca	82	17,83%
TOTAL	460	100%

Nota: Investigación de campo provincia Orellana, 2014

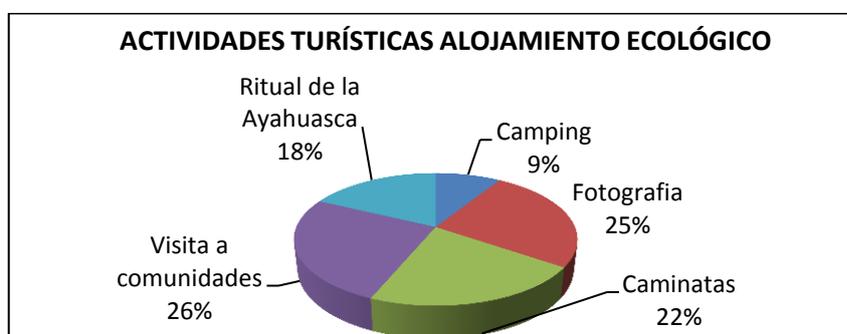


Figura VII.29: Actividades turísticas alojamiento ecológico

Nota: Investigación de campo provincia Orellana, 2014

La actividad turística que le gustaría realizar a la mayoría de los turistas extranjeros es visita a comunidades (26%), seguida de fotografía (25%), caminatas (22%), ritual de la ayahuasca (18%) y camping (9%)

n) ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar diariamente por los servicios prestados?

Tabla VII.30: Disponibilidad pago diario

Rango/ Tarifa	Frecuencia	Porcentaje
30 - 50 USD	70	58,82%
51 - 70 USD	49	41,18%
TOTAL	119	100%

Nota: Investigación de campo provincia Orellana, 2014

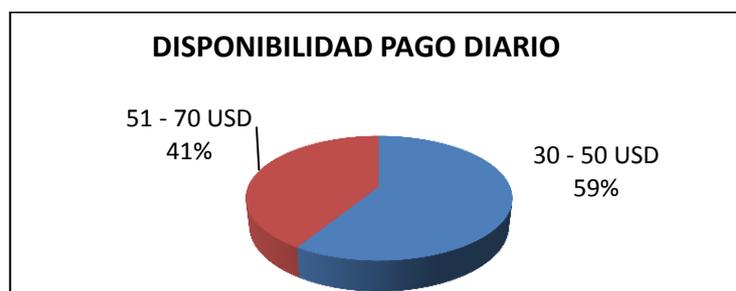


Figura VII.30: Disponibilidad pago diario

Nota: Investigación de campo provincia Orellana, 2014

Los turistas extranjeros estarían dispuestos a pagar diariamente por los servicios prestados en el alojamiento ecológico de 30 a 50 dólares el 59% y de 51 a 70 dólares el 41%.

o) ¿Generalmente como acostumbra a realizar sus pagos?

Tabla VII.31: Forma de pago

Forma de pago	Frecuencia	Porcentaje
Efectivo	51	42,86%
Tarjeta de crédito / Debito	68	57,14%

TOTAL	119	100%
--------------	------------	-------------

Nota: Investigación de campo provincia Orellana, 2014



Figura VII.31: Forma de pago

Nota: Investigación de campo provincia Orellana, 2014

Los turistas extranjeros encuestados acostumbran a realizar sus pagos por medio de una tarjeta de crédito/débito el 57% y en efectivo el 43%.

p) ¿Cómo obtiene información acerca de los diferentes lugares turísticos?

Tabla VII.32: Medios de información

Medios	Frecuencia	Porcentaje
Agencia de viajes	115	30,67%
Amigos/familiares	97	25,87%
Prensa escrita	0	0%
Tv.	12	3,20%
Internet	103	27,47%
Guía turística	48	12,80%
TOTAL	375	100%

Nota: Investigación de campo provincia Orellana, 2014

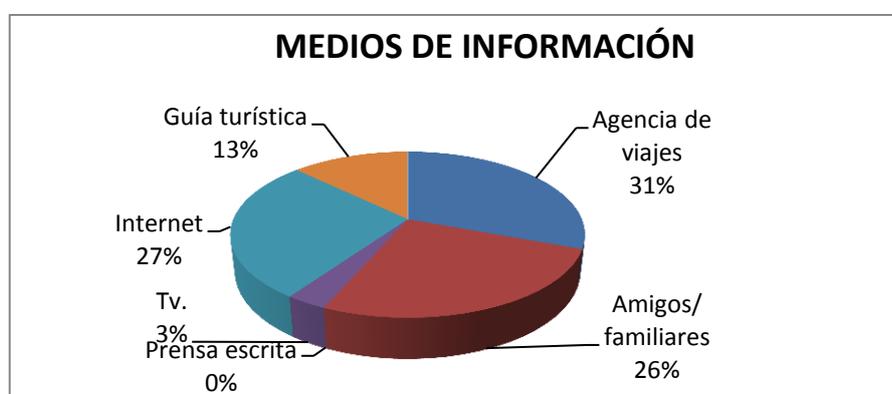


Figura VII.32: Medios de información

Nota: Investigación de campo Orellana, 2014

Los medios de información por los cuales los turistas extranjeros se informan de lugares turísticos son: agencia de viajes (31%), internet (27%), amigos/familiares (26%), guía turística (13%), tv (3%), y prensa escrita (0%).

d. Definición del perfil del visitante

1) Perfil del turista nacional

El perfil del turista nacional está compuesto por el 59% hombres, 41% mujeres; la edad varía de entre 26-40 años con el 50%, seguido de 18-25 años con el 34%; un 38% son empleados privados, seguido del 28% empleados públicos; con un nivel de educación universitaria del 56%, seguido del 22% secundaria; la mayoría proviene de la ciudad de Quito con el 44%, seguido de Ambato con el 35%, el 93,75% no ha utilizado los servicios de un alojamiento ecológico en Francisco de Orellana(Coca); al 97% les gustaría pasar la noche o utilizar las instalaciones del ecolodge; normalmente acostumbran viajar en grupos de 3 a 5 personas el 59%, seguido de más de 5 personas el 25%; principalmente el motivo de viaje es por vacaciones el 60% y por visita a familiares/amigos el 31%; permanecen en el lugar 2 días el 47% y 3 días el 37%; la alimentación con el 20% y bar con el 18,75% son los servicios que les gustaría encontrar en el ecolodge, respecto al tipo de construcción y mobiliario prefieren mixto el 59,37% y rústico el 25%; optan por visita a comunidades el 28,07%, ritual de la ayahuasca el 24,56% y fotografía el 21,92% entre las actividades turísticas que les gustaría realizar dentro del ecolodge, el 84,37% está dispuesto a pagar diariamente por los servicios prestados de 30-50 dólares; el 87% acostumbra a realizar sus pagos en efectivo; el internet con el 36% y amigos/familiares el 34% son los medios de información por los cuales el mercado nacional se informan de lugares turísticos.

2) Perfil del turista extranjero

El perfil del turista extranjero es; 56% mujeres, 44% hombres; la edad varía de entre 18-25 años con el 71,43%, seguido de menos de 18 años con el 18,48%, el 55% son estudiantes, seguido del 29% empleados públicos; con un nivel de educación universitaria del 56,30%, seguido del 30,25% posgrado; la mayoría proviene de países

como USA con el 22%, seguido de Inglaterra con el 18%; el 96% no ha utilizado los servicios de un alojamiento ecológico en Francisco de Orellana(Coca); al 100% les gustaría pasar la noche o utilizar las instalaciones del ecolodge; prefieren normalmente viajar en su mayoría entre 3 a 5 personas (42%), entre 2 personas (28%); el motivo de viaje es por vacaciones el 89% y por negocio/trabajo el 10%; normalmente permanecen en el lugar entre 3 días el 61%, seguido de 2 días el 20%; la alimentación, guianza con el 21% y transporte, bar con el 20% están entre los servicios que les gustaría encontrar en el ecolodge, respecto al tipo de construcción y mobiliario prefieren rústico el 40% seguido de mixto el 29%; visita a comunidades el 26%, fotografía el 25% y caminatas el 20% son las actividades turísticas que optan por realizar dentro del ecolodge, el 59% está dispuesto a pagar diariamente por los servicios prestados de 30-50 dólares; para realizar sus pagos acostumbran utilizar una tarjeta de crédito/débito el 57%; agencia de viajes (31%), internet (27%), amigos/familiares (26%) son los medios de información por los cuales el mercado extranjero se informan de lugares turísticos.

4. Confrontación de la oferta con la demanda

a. Proyección de la oferta

Para la proyección de la oferta de los 5 años próximos se utilizó el método del incremento compuesto, el cual se calculó teniendo como base la capacidad de instalada de la oferta inmediatamente sustitutiva, este valor equivale a **27720** personas anuales, con un índice de crecimiento del 6,6 %.

Para la obtención del índice de crecimiento se obtuvieron los siguientes datos:

Cuadro: Capacidad de los establecimientos de alojamiento registrados en el Ministerio de Turismo según tipo. Años 2009-2013

Tipo	Establecimientos				
	2009	2010	2011	2012	2013
Hoteles	358	373	398	447	473
Hoteles Residencias	187	205	207	219	251
Hotel Apartamento	15	12	15	14	14
Hostales	824	861	910	988	1041
Hostales Residencias	825	832	890	964	1029

Hosterías	320	349	392	433	464
Cabañas	195	185	202	194	209
Pensiones	594	618	684	718	803
Moteles	240	249	272	305	315
Apartamentos Turísticos	30	29	30	26	29
Paraderos	2	2	3	2	2
Albergues	13	13	15	10	11
Ciudades Vacacionales	2	1	1	2	3
Campamentos Turísticos		5	7	5	7
Refugios	5	5	6	6	6
Otros	5			1	15
TOTAL	3615	3739	4032	4334	4672

Nota: En Boletín de estadísticas turísticas (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2013, pág. 117)

Tabla VII.33: Índice de crecimiento de la oferta turística

Año	Capacidad establecimientos	Incremento	Incremento porcentual
2009	3615		
2010	3739	124	3,4%
2011	4032	293	7,8%
2012	4334	302	7,5%
2013	4672	338	7,8%
Total	20392		26,6%
Tasa de incremento promedio			6,6%

Nota: En Boletín de estadísticas turísticas (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2013, pág. 135)

Con el resultado obtenido del 6,6 % de la tasa de crecimiento promedio, y utilizando la fórmula del incremento compuesto se procede a proyectar la oferta.

Tabla VII.34: Proyección de la oferta sustitutiva

AÑO	OFERTA
2013	27720
2014	29549,52
2015	31499,79

2016	33578,77
2017	35794,97
2018	38157,44
2019	40675,83

b. Proyección de la demanda potencial

Para realizar la proyección de la demanda potencial tanto de turistas nacionales y extranjeros se empleó el Método del Incremento Compuesto propuesto por (Mora Zambrano, 2009, pág. 129); $C_n = C_0(1 + i)^n$ teniendo en cuenta que el índice de crecimiento promedio es de 9%, identificando un 97% de aceptación en turistas nacionales, un 100% en turistas extranjeros.

Para la obtención del índice de crecimiento de la demanda se tomaron los siguientes datos:

Tabla VII.35: Índice de crecimiento demanda nacional

AÑO	2001	2010
PEA ORELLANA	16025	29228
		13203
%		82%
Promedio %	8,2%	

Nota: Tasa de crecimiento poblacional Orellana (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2010)

Tabla VII.36. Índice de crecimiento demanda extranjera

Año	2009	2010	2011	2012	2013
Turistas	968499	1047098	1141037	1271901	1364057
		78599	93939	130864	92156
%		8,12%	9%	11%	7%
Promedio %		8,95%			

Nota: Tasa de crecimiento turístico (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2013)

Con el resultado obtenido de la sumatoria del índice de crecimiento de la demanda nacional y extranjera, se obtiene el 9%, de la tasa de incremento promedio, y utilizando la fórmula del incremento compuesto se procede a proyectar la demanda.

Tabla VII.37: Proyección demanda

AÑO	TURISTAS NACIONALES	TURISTAS EXTRANJEROS	TOTAL
Año 0	52799,04	16535,00	69334,04
Año 1	57550,95	18023,15	75574,10
Año 2	62730,54	19645,23	82375,77
Año 3	68376,29	21413,30	89789,59
Año 4	74530,15	23340,50	97870,66
Año 5	81237,87	25441,15	106679,01

c. Proyección de la demanda insatisfecha

Los resultados obtenidos de la demanda insatisfecha se obtuvieron al realizar el cálculo de la resta entre la demanda potencial con la oferta para cada año.

Tabla VII.38: Proyección de la demanda insatisfecha

AÑO	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
Año 0	69334,04	29549,52	39784,52
Año 1	75574,10	31499,79	44074,32
Año 2	82375,77	33578,77	48797,00
Año 3	89789,59	35794,97	53994,62
Año 4	97870,66	38157,44	59713,21

Año 5	106679,01	40675,83	66003,18
-------	-----------	----------	----------

d. Determinación de la cuota objetivo de mercado

Se toma como cuota objetivo el 10% de la demanda insatisfecha, ya que es la expectativa del proyecto turístico para iniciar con su funcionamiento.

Tabla VII.39: Proyección de la demanda objetiva

AÑO	DEMANDA INSATISFECHA	DEMANDA OBJETIVA (10%)
Año 0	39784,52	3978,45
Año 1	44074,32	4407,43
Año 2	48797,00	4879,70
Año 3	53994,62	5399,46
Año 4	59713,21	5971,32
Año 5	66003,18	6600,32

5. Elaboración del estudio mercadotécnico o de marketing

a. Producto

1) Valor diferencial

Este proyecto cuenta con características propias y esenciales que hacen que el producto sea innovador y atractivo de la siguiente forma:

- Servicio de alojamiento que guarda armonía con el escenario natural y único como es el bosque primario de este sector, diseñado con una infraestructura ecológica con acabados selectos, que guardan armonía con la naturaleza, evitando así minimizar un impacto ambiental.

- **AYANASHA** también ofrecerá confort, buen gusto, descanso, relajación, convivencia familiar junto a una cultura diferente.
- Rodeado de un panorama único y excepcional al deleitarse con el río Napo.
- Observación de un paisaje natural en compañía de la flora y fauna del sector.
- Responsabilidad social, al generar empleo local.

2) Branding

a) Nombre

El nombre que se eligió para el ecolodge es: “Ayanasha”, el mismo que tiene la siguiente connotación:

Ayanasha: Es una palabra en sánscrito que significa progreso, avanzar, camino, agradecimiento que refleja el objetivo principal de todo y cuanto se ofrecerá en la empresa.

Lodge: Denominación que se da a cabañas construidas de forma rústica en armonía con la naturaleza. “AYANASHA LODGE”

b) Slogan

Se establece el siguiente slogan: “**UN REENCUENTRO CON LA NATURALEZA**” mismo que denota el regreso del ser humano al lugar donde algún día fue su casa, volver a vivir experiencias que parecían extintas en el occidentalismo de la sociedad.

c) Isotipo



Figura VII.33: Isotipo de la empresa.

d) Construcción de la marca

FOTOGRAFÍA	ABSTRACCIÓN	NOMBRE	CONCEPTO
		Árbol	Ceibo sp. De árbol emblemático del sector por su oponencia y frondosidad.
		Mono	Mono representa la gran diversidad de fauna existente en el lugar.
		Ave	El Tucán, indicador de ecosistemas sanos, que aun se lo puede apreciar en su habitat natural.
		Rio	El magestuoso Rio Napo uno de los principales atractivos y afluente del amazonas.
		Atardecer	Al esconderse el sol por la cordillera da origen a paisajes impresionantes.

Figura VII.34: Construcción de la marca

e) Tipografía de la marca

La Nota tipográfica de uso en la marca será Alphamack- Aoe y Turtles-normal de tecnología Open Type que ofrece una legibilidad profesional.

La Nota tipográfica de uso en el slogan será Rage- Italic de tecnología Open Type que ofrece legibilidad.



Figura VII.35: Tipografía de la marca

f) Uso incorrecto

- Nunca se deben variar la posición ni tamaño de los elementos así como tampoco
- utilizar ningún tipo de efectos especiales.
- Nunca se debe cambiar los colores de los elementos.
- Nunca se debe aplicar ningún tipo de distorsión a los elementos.

h) Patrón de color

	C: 18 M: 0 Y: 46 K: 0
	C: 59 M: 66 Y: 58 K: 76
	C: 75 M: 15 Y: 5 K: 0
	C: 10 M: 0 Y: 95 K: 0
	C: 74 M: 0 Y: 99 K: 0
	C: 90 M: 32 Y: 93 K: 25

Figura VII.36: Gama cromática que se utilizó en la marca y slogan

- **Verde claro/ oscuro:** Es un color que se identifica perfectamente con la naturaleza, nos hace conectar con ella y nos aporta sentimientos de frescura, armonía.
- **Amarillo:** Es el color del sol y se traduce en emociones como optimismo, felicidad, brillo y alegría.

- **Azul:** Es el color del cielo y del mar, por lo que se suele asociar con la estabilidad , de la frescura, la espiritualidad, la libertad, la paciencia, la lealtad, la paz y la honradez.
- **Negro:** Expresa elegancia, puede significar sofisticación y hasta un toque de misterio.

i) Imagen corporativa

Para la identidad corporativa se diseñó material Figura como hojas membretadas, tarjetas de presentación, entre otros:

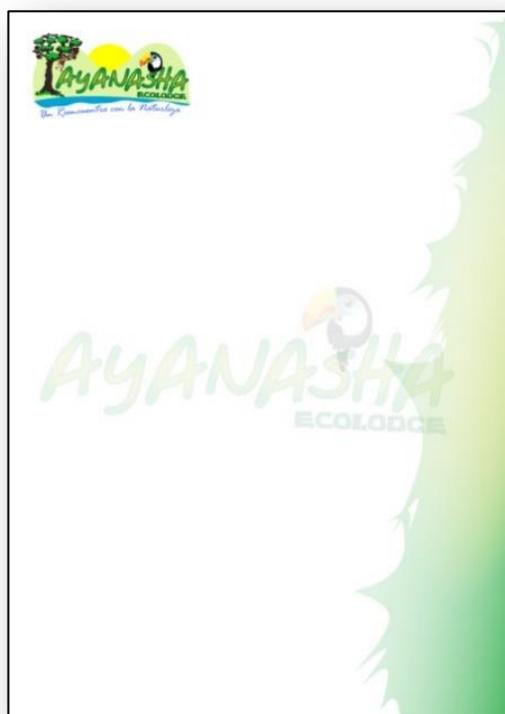


Figura VII.37: Hojas Membretadas



Figura VII.38: Tarjetas de presentación**b. Precio****1) Precio final del producto**

Para establecer los precios se consideró el estudio de la demanda, lo ofertado por la competencia, la exclusividad del producto y a un minucioso análisis de costos de manera que sea asequible para su segmento de mercado, razón por la que dichos precios serán renovadas de acuerdo a las condiciones del mercado, fijándose una sola tarifa para turistas nacionales y extranjeros.

Cuadro: Precios del servicio de alojamiento

Producto	Especificación camas	Precio
Habitación Simple	1SGL	\$ 30,00
Habitación Doble	1MAT/1SGL	\$ 50,00
Habitación Cuádruple	2SGL/2MAT	\$ 60,00
Habitación Séxtuple	2LT/2MAT	\$ 90,00

Cuadro. Precios de servicios complementarios

PRODUCTO	ESPECIFICACIÓN	PRECIO
DESAYUNO	Desayuno 1	\$ 6,50
	Desayuno 2	
ALMUERZO	Sopa estandar	\$ 3,00
	Plato fuerte estandar	\$ 7,00
	Postre estandar	\$ 2,50
	TOTAL ALMUERZO	\$ 12,50
CENA	Sopa estandar	\$ 3,00
	Plato fuerte estandar	\$ 7,00
	Postre estandar	\$ 2,50
	TOTAL CENA	\$ 12,50
BEBIDAS SIN ALCOHOL	Jugos Naturales	\$ 1,50
	Te	\$ 1,00
	Agua mineral personal	\$ 1,50
	Agua personal	\$ 1,00
	Gaseosa personal Desechable	\$ 1,50

2) Políticas de cobro y formas de pago

El ecolodge Ayanasha definió las siguientes formas de pago para los turistas:

Contado: El servicio deberá ser cancelado en su totalidad y de manera inmediata, esto sucede cuando el turista reserva su estadía en el mismo día de manera personal.

Acuerdo (50% al contado y el otro 50% crédito): la reserva se realiza desde un lugar fuera del área de servicio a través del internet o llamada telefónica, el 50% deberá ser transferido a nombre de la empresa turística a través de una entidad bancaria de manera inmediata y el 50% restante, al término del mismo.

Los turistas podrán pagar en efectivo o con tarjeta de crédito, obteniendo en este último un crédito de 30 días sin intereses (no incluye cargo a la tarjeta), de cualquier institución bancaria.

c. Plaza

Basándose en el estudio de mercado se seleccionó los siguientes canales de distribución:

1) Canal directo, forma directa

Los canales de distribución serán de forma directa. Puesto que la comercialización será de forma directa entre el productor y el consumidor final, siendo el productor el Ecolodge Ayanasha y el consumidor final los visitantes.

2) Canal detallista, forma indirecta

El Ecolodge Ayanasha comercializará su producto por medio de mediadores-detallistas entre el productor y consumidor. Estos serán: agencias de viaje, operadoras de turismo, y establecimientos de alojamiento.

3) Plan de comercialización

Cuadro: Plan de comercialización

Plan de comercialización					
Estrategia	Tipo de canal	Medio publicitario	Precio de publicidad		Que Grupo objetivo
			Cantidad	\$ Total	
Venta directa de los servicios de Ecolodge Ayanasha a turistas nacionales y extranjeros, a través de medios publicitarios	Directo	Creación de la página web	1	500,00	Turistas nacionales y extranjeros
		Redes sociales (Facebook, twitter y whatsapp) y la creación de boletines electrónicos	0	0	Turistas nacionales/extranjeros que no utilizan agencia de viajes, planifican sus viajes a través del internet, amigos/familiares
		Revistas: Terra incógnita. Ecuador. Alta Montaña. Guías de turismo nacional e internacional: Lonely Planet	1	450,00	Turistas extranjeros quienes organizan y planifican sus viajes a través del internet, guías turísticas, amigos/familiares.
Negociación de espacios publicitarios en sitios, guías o revistas de turismo sostenible y afines.			1	900,00	
Negociaciones con empresas turísticas principalmente de las ciudades de Quito,	Indirecto	Tarjetas de presentación	1000		Turistas extranjeros que utiliza agencias de viaje como medio Turístico desde su destino.
		Hojas membretadas	700	100,00	
		Volantes	500	350,00	
		Material pop:	100	25,00	
		Esferos	500	80,00	

Ambato, mediante convenios y acuerdos promocionar y comercializar los servicios ofertados por la empresa turística Ayanasha Ecolodge		Pulseras		90,00	
Participación/intervención en eventos y ferias turísticas como: AME, FITE		Tarjetas de presentación Hojas membretadas Volantes Material pop: Esferos Pulseras Gorras Camisetas	1000 300 1000 100 500 25 25	100,00 150,00 50,00 80,00 90,00 125,00 375,00	Población de Quito, Ambato Empresas de turismo de cadena detallista
Captación de medios de comunicaciones nacionales como el programa del Ministerio de Turismo “Ecuador AMA la VIDA”		Reportajes televisivos locales	0	0	Turistas nacionales que se informan de lugares turísticos a través de la televisión.
TOTAL					\$ 3465,00

d. Promoción

1) Publicidad

Los medios de publicidad más adecuados, se determinaron en base al estudio de mercado.

a) Diseño de página web

El diseño de la página web tiene un costo de \$500,00 dólares incluido su funcionamiento anual.

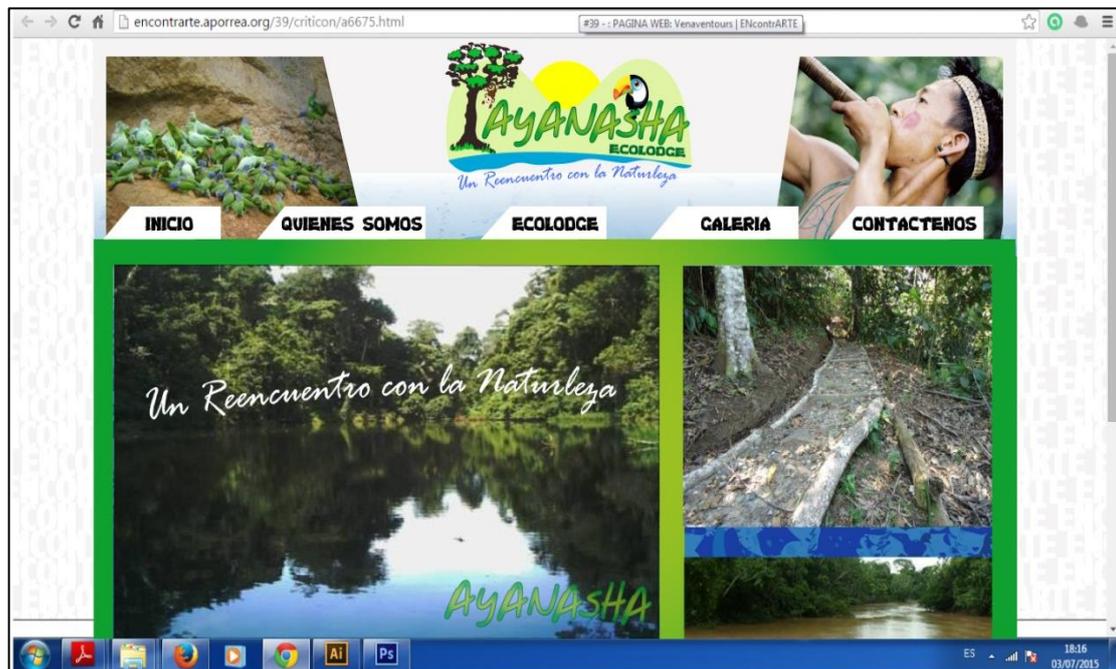


Figura VII.39: Página web Ayanasha Ecolodge

b) Volantes

Su diseño tuvo un costo de \$ 60,00 dólares americanos, su impresión de \$ 0,05 por unidad, y por 1000 unidades= c/u (\$ 50,00); el tamaño del papel es A4.



Figura VII.40: Diseño de Volantes

c) Material pop



Figura VII.41: Diseño de gorras



Figura VII.42: Diseño de camisetas



Figura VII.43: Diseño de esferos



Figura VII.44: Diseño de pulseras

2) Políticas de promoción

- ✓ Para obtener mayor número de ventas de los servicios del ecolodge, se incentivarán a los clientes con tarifas especiales (descuentos), en especial a turistas que viajan en grupos de 10 a 15pax.
- ✓ En fechas especiales, vacaciones, fin de semana, feriados, segmentos de mercado, se considerará promociones.
- ✓ Se obsequiará souvenir o recuerdo a clientes destacados y a personas que consumen a partir de los \$80.00.
- ✓ Para grupos de 15 a más pax, se dará gratuidad al guía y chofer, en caso de no existir el guía turístico recibirá gratuidad un turista.
- ✓ Para grupos de 10 pax se aplicará el 50% de descuento para el guía y chofer.
- ✓ Para clientes fijos a partir de la quinta reservación tendrá una tarifa especial.

3) Gastos del área comercial

Cuadro: Gastos del área comercial

Rubro	Costo mensual	Costo anual
Medios publicitarios	288,75	3465,00
Talento humano/ferias	58,33	700,00
Visita de negocios a empresas seleccionadas	41,67	500,00
Total		4665,00

B. DETERMINACIÓN DE LA VIABILIDAD TÉCNICA PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL ECOLOGDE

1. Localización del proyecto

a. Macro localización



Figura VII.45: Macro localización del ecolodge

El presente proyecto de turismo sostenible se ubica en: País: Ecuador; Provincia: Orellana; Cantón Francisco de Orellana, Parroquia: La Belleza.

b. Micro localización



Figura VII.46: Micro localización del ecolodge

Como se detalla en la figura el proyecto se desarrollará en la Parroquia La Belleza, sector Caluma 1, en las coordenadas UTM (18S): 9908151 S latitud y 255670 E longitud.

2. Tamaño del proyecto

Para el tamaño de la empresa se enfocó en la demanda objetiva, la cual se calculó con el 10% de la demanda insatisfecha; ya que esa es la expectativa del proyecto turístico para iniciar con su funcionamiento. A la cual se proyectó para los cinco años posteriores a la operación de la empresa; obteniendo proyecciones anuales, mensuales, semanales y diarias.

Tabla VII.40: Número de clientes proyectados

Año	Anual	Mensual	Semanal	Diario	T.O%
Año 0	3978	332	83	12	32
Año 1	4407	367	92	13	35
Año 2	4880	407	102	15	39
Año 3	5399	450	112	16	43
Año 4	5971	498	124	18	48
Año 5	6600	550	138	20	53

3. Diseño arquitectónico del proyecto

a. Terreno

El área donde se desarrollará el proyecto es de propiedad privado propio, con una extensión de 53,6 Has. De las cuales se utilizará 1,5 Has. Para la construcción del Ecolodge.

b. Tipología de la construcción

Para la infraestructura se planteó una construcción sismo resistente, de tipo mixta, la cual poseerá absoluta concordancia con las características climáticas, además, se utilizará materiales de la propia zona, creando un ambiente de confort, placer, elegancia y satisfacción al turista.

Se considerará aspectos como:

1) Condiciones ambientales

a) **Temperatura:** Promedio 26°C

b) **Altitud:** 330 - 370 m.

c) **Rango de mayor precipitación:** Abril-Mayo/ Octubre -Noviembre

d) **Rango de menor precipitación:** agosto-septiembre-octubre

e) **Precipitación:** 3000 - 4000mm

f) **Humedad relativa:** Mayor al 80%

c. Diseño técnico arquitectónico

1) Requerimientos mínimos

De acuerdo a la norma técnica de actividades turísticas en lo que concierne a centros de hospedaje alimentación y bebida dispone sujetarse a lo siguiente para empezar su funcionamiento;

Cuadro: Requerimientos mínimos para un ecolodge

ITEM	REQUERIMIENTOS MÍNIMOS
1	Agua caliente 24 horas.
2	Zona de recreación y deporte.
3	Área total incluido baño al menos:
	Sencilla: 20m ² . Doble: 25m ² .
	Junior suite: 34m ² . Suite: 39m ² .
4	Áreas de descanso con sus respectivas facilidades.
5	Áreas independientes para servicios de abastecimiento.
6	Baño privado en cada habitación.
7	Barra de seguridad en tina y/o ducha y piso antideslizante.
8	Basurero
9	Caja de seguridad en la habitación.

10	Cama de plaza y media o matrimonial, según corresponda.
11	Closet.
12	Cobija y almohada adicional.
13	Colchón, protector de colchón, sábanas, cobijas, cubrecama, y almohadas por cada cama.
14	Contar con las facilidades (equipos e implementos) para la práctica de las actividades relacionadas con el entorno natural de un ecolodge, tales como observación de flora y fauna, paseos en bicicleta y otros similares.
15	Cortinas y/o blackout.
16	Escritorio y/o mesa.
17	Espejo medio cuerpo sobre lavamanos.
18	Iluminación central o similar, controlada junto a la puerta de acceso
19	Iluminación en el área del baño.
20	Iluminación independiente sobre lavamanos.
21	Inodoro con asiento y tapa.
22	Jabón en lavamanos y ducha y/o tina, papel higiénico y repuesto, un vaso por huésped shampo.
23	Lavamanos con mueble tina y/o ducha.
24	Luz de velador.
25	Oferta de actividades relacionada con el entorno natural y cultural.
26	Plan y sistema de seguridad y atención de emergencia sujeta a las normas especializadas, debidamente certificada y/o verificada.
27	Portamaletas.
28	Servicio de habitaciones por 12 horas, con atención español e inglés.
29	Servicio de conexión a internet.
30	Servicio de custodia de equipaje, con atención permanente.
31	Servicio de estacionamiento propio. Cuando el medio de acceso al establecimiento no sea a través de vehículos propios de los clientes se exime de este requisito.
32	Servicio de lavandería.
33	Servicio médico.
34	Servicios higiénicos generales diferenciados por sexo.
35	Silla por huésped
36	Sistema de acondicionamiento térmico en áreas de uso común y en cada habitación, con manejo independiente.
37	Sistema de comunicación para atención de emergencias.
38	Sistema de señalización relativa a los servicios y áreas del centro de turismo de naturaleza o lodge.
39	Suministro general de energía eléctrica.
40	Toallero y/o gancho, repisa junto a la ducha y/o tina de lavamanos
41	Tomacorriente con indicación de voltaje
42	Un juego de toallas (baño y manos), por huésped y una toalla de piso para salida de tina o ducha.
43	Un velador o mesa de noche.

44	Unidad habitacional con facilidades para el uso de personas con discapacidad en silla de ruedas.
----	--

Nota: En (Cargua López, 2014, págs. 124-125)

2) Diseño arquitectónico

Con el software AutoCAD 2014 y la asistencia profesional debidamente calificada se ha elaborado el diseño arquitectónico el cual está constituido por todos los planos necesarios para la implementación del ecolodge.

Anexo 3. Se diseñó las siguientes láminas:

Figura 1: Implantación general

Figura 2: Cabaña simple

Figura 3: Cabaña doble

Figura 4: Cabaña cuádruple

Figura 5: Cabaña séxtuple

Figura 6: Cabaña del personal

Figura 7: Cabaña principal (Comedor, Administración, Recepción, Cocina)

a) Características de la construcción

Con una óptica diferente el proyecto busca la sostenibilidad, el respeto a la naturaleza, a su diversidad natural y cultural, por lo que propone un tipo de construcción mixta con el uso equilibrado de sus recursos y materiales disponibles en el medio.

Razones por lo que se busca minimizar al máximo los impactos aplicando técnicas y materiales de construcción acorde el entorno.

b) Estructura

i. Techo

La estructura principal del techo está conformada por vigas de chuncho (*Cedrelinga cateniformis* D. Duke) combinadas con bambú, ebidamente tratado y curado, cubierto con chova y sobrepuesto paja toquilla (*Carludovica palmata*) para garantizar una mayor duración.

ii. Paredes

Para los pilares principales se utilizara el Cabo de hacha (*Machaerium millei* standl.) mediante el sistema tradicional de madera rolliza debidamente tratada, de un diámetro mínimo de 25 cm, para los soportes se utilizara vigas de chuncho (*Cedrelinga cateniformis* D. Duke), la mampostería o paredes estarán compuesta por planchas de fibrolit (1,22 x 2,44 m x 11mm). en las habitaciones, para la cabaña principal se utilizará ladrillo.

Las marcos para las ventanas serán hechas por cintas de madera de canelo (*Drimys winteri* J.R. et G. Forst.) y cubierto con una malla plástica fina.

iii. Piso

El piso será de vigas de chuncho sentadas sobre plinto de hormigón ciclópeo con hierro y fundido con hormigón armado de fc 210kg/cm², el piso será de tabloncillos de canelo y chuncho (25cm x 3m x 4cm) debidamente tratado, lacado y barnizado.

Los pisos de los baños serán de hormigón armado de fc 210kg/cm², de un espesor de 15cm, sobre una capa de piedras con grava sobre el suelo y la superficie con piedras pequeñas naturales en forma de granito.

iv. Distribución de espacios

Para la construcción se ha destinado 1.5 Has donde se ubicarán 14 instalaciones constituidas en: 3 cabañas de 1 habitación, 4 cabañas de 2 habitaciones, 4 cabañas de 4 habitaciones, 1 suite de 6 habitaciones. Además se dispondrá de una cabaña de administración, 1 de servicio, cubriendo un total de 1390,74 m².

Cabaña de 1 habitación

Esta cabaña está conformada por las siguientes medidas, 5,43m de ancho por 6,5m de largo donde contiene un estar con un sofá doble y un individual, el dormitorio con una cama de 2 plazas + 2 veladores, una mesa con silla y un guardarropa, el baño con una ducha y lavamanos.

Cabaña de 2 habitaciones

Esta cabaña está conformada por las siguientes medidas, 13,08m de ancho por 5,44m de largo donde contiene un estar con un sofá doble y un individual, 2 dormitorios con camas de 2 plazas + 2 veladores cada una, mesa con silla y guardarropa en cada habitación, el baño con ducha y lavamanos para cada habitación.

Cabaña de 4 habitaciones

Esta cabaña está conformada por las siguientes medidas, 14,60m de ancho por 5,45m de largo donde contiene un estar con un sofá doble y un individual por cada 2 dormitorios los mismos que cuentan con una cama de 2 plazas + 2 veladores, una mesa con silla y un guardarropa, el baño con una ducha y lavamanos, todo lo mencionado para cada habitación.

Cabaña de 6 habitaciones

Esta cabaña está conformada por las siguientes medidas, 24m de ancho por 8,50m de largo donde contiene un estar con un sofá doble y un individual por cada habitación, el dormitorio cuenta con una cama de 2 plazas + 2 veladores, una mesa con silla y un guardarropa, el baño con una ducha y lavamanos, todo lo mencionado para cada habitación.

Tabla VII.41: Resumen de la capacidad instalada

Producto	Cant	Especificación camas	Capacidad	Total capacidad
Habitación Simple	3	1SGL	1	3
Habitación Doble	4	1MAT/1SGL	3	12
Habitación Cuádruple	4	2SGL/1MAT	4	16
Habitación séxtuple	1	2LT/2MAT	6	6
Capacidad diaria total				37

Cabaña del personal

Esta cabaña está conformada por las siguientes medidas, 12,31m de ancho por 11,10m de largo donde contiene el dormitorio con una cama de 1/2 plazas, un guardarropa, dos baños con duchas individuales y los otros dos baños con duchas dobles y un lavamanos.

Cabaña principal; Administración, bar y restaurante

Esta cabaña tiene una forma octogonal de 6,89m por lado distribuyéndose de la siguiente forma, en el centro se encuentra el stand de venta para las artesanías en la parte superior el comedor, en la derecha la cocina y caja, en la parte inferior ingreso, administración e información, y en la parte izquierda las baterías sanitarias.

3) Análisis de precios unitarios

Se elaboró el análisis de costos unitarios para la construcción y equipamiento de cada tipo de cabaña tomando como referencia la lista de precios de materiales emitidos por la cámara de la construcción de Quito 2014. (Anexo 4)

4. Definición del proceso productivo

Se consideró los siguientes aspectos; diagramas de flujos, recetas del menú, mobiliario, equipos y menaje del proyecto, talento humano y remuneración económica, servicios básicos.

a. Diagramas de flujo

1) Flujograma del proceso productivo

En la siguiente gráfica se define y ordena los procesos productivos para los futuros clientes, los diagramas fueron elaborados según las áreas que se definieron para el proyecto.

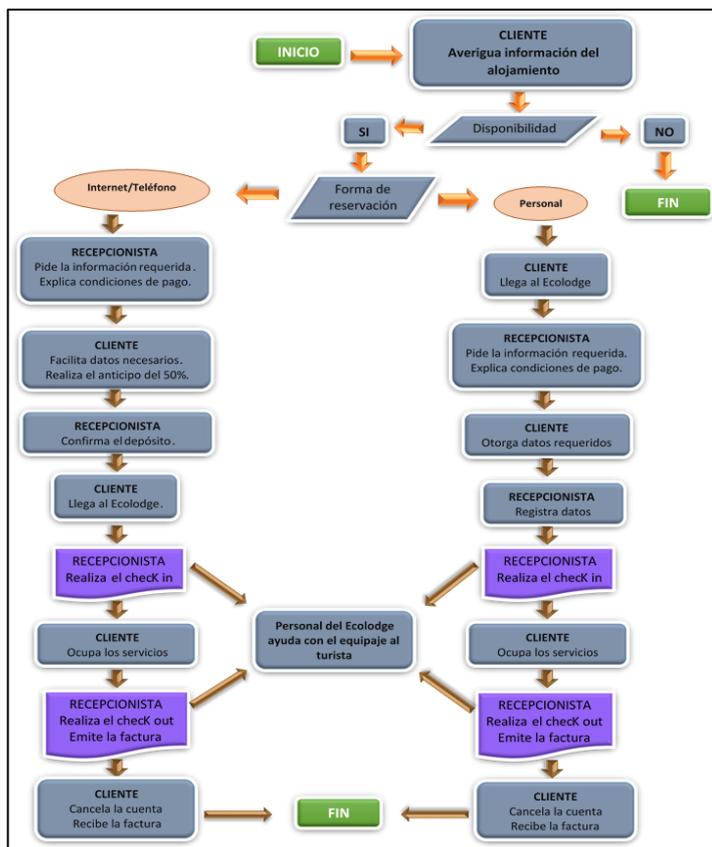


Figura VII.47: Flujograma del proceso productivo general

b. Recetas del menú

En la parte gastronómica se ha determinado un menú estándar de diferentes platos cada día máximo 2 veces durante la semana, comida típica nacional y gourmet, desayunos tipo bufete (Yogurt 3 sabores, Café, Té, Leche, Jugo Natural, Huevos, entrada). Almuerzos y cenas (Entrada, Fuerte y Postre), no incluye bebidas (Anexo 5).

c. Equipamiento

1) Área productiva (Cocina, Bar, Restaurante, Recepción)

Cuadro: Equipamiento del área productiva

ECOLODGE "AYANASHA"

-

PRESUPUESTO REFERENCIAL

PRESUPUESTO REFERENCIAL EQUIPAMIENTO

TABLA DE CANTIDADES Y PRECIOS

No.	ITEM	RUBRO	U	P.UNITARIO	CANTIDAD	P.TOTAL
EQUIPAMIENTO AREA DE RESTAURANTE						\$ 7.032,00
Muebles y enseres						\$ 4.900,00
1	BR1	Bar estantería	u	1.100,00	1,00	\$ 1.100,00
2	BR2	Mesas	u	70,00	20,00	\$ 1.400,00
3	BR3	Sillas	u	30,00	80,00	\$ 2.400,00
Menaje						\$ 2.132,00
4	BR4	Mantelería	u	25,00	36,00	\$ 900,00
5	BR5	Servilletas de tela	u	5,00	160,00	\$ 800,00
6	BR6	Centros de mesa	u	12,00	36,00	\$ 432,00
EQUIPAMIENTO AREA DE BAÑOS						\$ 652,00
Menaje						\$ 546,00
7	BA1	Dispensador jabón líquido,	u	32,00		\$ 64,00

		shampoo			2,00	
8	BA2	Dispensador de papel	u	32,00	2,00	\$ 64,00
9	BA3	Juego de toallas 4 unidades	u	30,00	2,00	\$ 60,00
10	BA4	Secador manos	u	80,00	2,00	\$ 160,00
11	BA5	Espejo	u	49,00	2,00	\$ 98,00
12	BA6	Alfombras Rodapiés	u	50,00	2,00	\$ 100,00
13	BA7	Cortina de baño	u	28,00	-	\$ 0,00
		Útiles de aseo				\$ 106,00
14	BA8	Jabón y shampoo	gal	26,00	2,00	\$ 52,00
15	BA9	Basurero	u	27,00	2,00	\$ 54,00
EQUIPAMIENTO DEL AREA DE COCINA						\$ 12.610,92
		MAQUINAS Y EQUIPOS				\$ 7.352,00
32	EAC1	Cocina Industria (4 quemadores, plancha, freidora, horno)	u	3.700,00	1,00	\$ 3.700,00
33	EAC2	Tanque de gas	u	50,00	4,00	\$ 200,00
34	EAC3	Refrigerador 2 puertas	u	1000,00	2,00	\$ 2.000,00
35	EAC4	Microondas industrial	u	300,00	1,00	\$ 300,00
36	EAC5	Licadora	u	89,00	2,00	\$ 178,00
37	EAC6	Batidora	u	95,00	1,00	\$ 95,00
38	EAC7	Extractor de jugos	u	110,00	1,00	\$ 110,00
39	EAC8	Cafetera	u	170,00	2,00	\$ 340,00
40	EAC9	Extractor de olores	u	309,00	1,00	\$ 309,00
41	EAC10	Extintor 10 lb	u	60,00	2,00	\$ 120,00
		MENAJE - UTENSILIOS				\$ 5.258,92
42	EAC11	Ollas grandes (20lt)	u	68,00	4,00	\$ 272,00
43	EAC12	Ollas medianas (10lt)	u	47,91	12,00	\$ 574,92
44	EAC13	Ollas pequeñas (4lt)	u	34,00	8,00	\$ 272,00
45	EAC14	Ollas de presión (20lt)	u	129,00	2,00	\$ 258,00
46	EAC15	Juegos de tablas de picar (6 pizas)	u	30,00	1,00	\$ 30,00
47	EAC16	Juego de cuchillos (14 piezas)	u	44,00	1,00	\$ 44,00
48	EAC17	Cuchillos de cortar pan	u	5,00	3,00	\$ 15,00
49	EAC18	Juego de cubiertos grandes (6 piezas)	u	40,00	1,00	\$ 40,00
50	EAC19	Juego de pinzas ensalada (6 piezas)	u	40,00	1,00	\$ 40,00

51	EAC20	Juego de Cucharones (12 piezas)	u	80,00	1,00	\$ 80,00
52	EAC21	Juego de moldes de repostería	u	50,00	1,00	\$ 50,00
53	EAC22	Juego de coladores (12 piezas)	u	36,00	1,00	\$ 36,00
54	EAC23	Juego de ensaladeras plásticas (12 p)	u	35,00	1,00	\$ 35,00
55	EAC24	Juego de ensaladeras vidrio (6 p)	u	55,00	1,00	\$ 55,00
56	EAC25	Juego de baldes (6 piezas)	u	36,00	1,00	\$ 36,00
57	EAC26	Juego de sartenes (6 piezas)	u	89,34	1,00	\$ 89,34
58	EAC27	Recipiente de especias	u	2,25	6,00	\$ 13,50
59	EAC28	Jarras (Café, leche, jugo)	u	15,00	18,00	\$ 270,00
60	EAC29	Achioteros metálicos	u	4,83	2,00	\$ 9,66
61	EAC30	Abrelatas con afilador eléctrico	u	20,00	1,00	\$ 20,00
62	EAC31	Sacacorchos, destapador de botellas	u	10,00	1,00	\$ 10,00
63	EAC32	Platillero	u	26,00	3,00	\$ 78,00
64	EAC33	Charoles madera	u	27,00	6,00	\$ 162,00
65	EAC34	Balanza de cocina	u	22,00	1,00	\$ 22,00
66	EAC35	Procesador de alimentos	u	75,00	1,00	\$ 75,00
67	EAC36	Canastas de legumbres	u	10,00	3,00	\$ 30,00
68	EAC37	Canastas de frutas	u	10,00	3,00	\$ 30,00
69	EAC38	Docena platos soperos	u	20,00	6,00	\$ 120,00
70	EAC39	Docena platos fuertes	u	20,00	6,00	\$ 120,00
71	EAC40	Docena plato base	u	20,00	6,00	\$ 120,00
72	EAC41	Docenas plato/café	u	16,00	6,00	\$ 96,00
73	EAC42	Docena cucharitas	u	15,00	12,00	\$ 180,00
74	EAC43	Docena cucharas	u	18,00	6,00	\$ 108,00
75	EAC44	Docena tenedores	u	18,00	6,00	\$ 108,00
76	EAC45	Docena cuchillos	u	18,00	6,00	\$ 108,00
77	EAC46	Docena vasos jugo	u	25,00	6,00	\$ 150,00
78	EAC47	Docena vasos de agua	u	25,00	6,00	\$ 150,00
79	EAC48	Docena vasos de whisky	u	25,00	6,00	\$ 150,00
80	EAC49	Docena copas de vino	u	25,00	6,00	\$ 150,00
81	EAC50	Docena tazas de café	u	18,00	6,00	\$ 108,00
82	EAC51	Saleros, pimenteros	u	8,00	36,00	\$ 288,00
83	EAC52	Azucareros	u	10,00	18,00	\$ 180,00
84	EAC53	Ajiceros	u	10,00	18,00	\$ 180,00
85	EAC54	Ceniceros	u	8,00	18,00	\$ 144,00
86	EAC55	Servilleteros	u	8,00	18,00	\$ 144,00
87	EAC56	Exprimidor de limones	u	2,50	3,00	\$ 7,50
					TOTAL SIN IVA:	\$20.294,92

IVA 12%	IVA 12%	\$2.435,39
TOTAL EQUIPAMIENTO INCLUIDO IVA 12%	TOTAL CON IVA:	\$22.730,31

Cuadro: Materia Prima del área productiva mensual

PRODUCTO	CANTIDA D	UNIDA D	P. UNITARI O	U.COSTO	P.TOTAL SEMANA L	P.TOTAL MENSUA L
Aceite	1900	ml	\$ 1,47	C/lt	\$ 2,79	\$ 11,17
Sal	280	gr	\$ 0,80	C/kg	\$ 0,22	\$ 0,90
Pimienta	140	gr	\$ 5,99	C/kg	\$ 0,84	\$ 3,35
lomo de falda	1200	gr	\$ 11,70	C/kg	\$ 14,04	\$ 56,16
Papas	5300	gr	\$ 0,66	C/kg	\$ 3,50	\$ 13,99
margarina	380	gr	\$ 7,20	C/kg	\$ 2,74	\$ 10,94
Vino blanco	200	ml	\$ 4,83	C/lt	\$ 0,97	\$ 3,86
Vino tinto	200	ml	\$ 4,83	C/lt	\$ 0,97	\$ 3,86
Champiñones	500	gr	\$ 7,27	C/kg	\$ 3,64	\$ 14,54
Vegetales	4000	gr	\$ 3,21	C/kg	\$ 12,84	\$ 51,36
Ajo	400	gr	\$ 5,50	C/kg	\$ 2,20	\$ 8,80
Hierbas	200	gr	\$ 2,00	C/kg	\$ 0,40	\$ 1,60
Crema de leche	1600	ml	\$ 2,10	C/lt	\$ 3,36	\$ 13,44
concentrado vegetal	30	gr	\$ 11,19	C/kg	\$ 0,34	\$ 1,34
Carne de cerdo	1200	gr	\$ 9,12	C/kg	\$ 10,94	\$ 43,78
Mote	1800	gr	\$ 1,87	C/kg	\$ 3,37	\$ 13,46
Maduro	600	gr	\$ 1,00	C/kg	\$ 0,60	\$ 2,40
Cebolla	550	gr	\$ 5,62	C/kg	\$ 3,09	\$ 12,36
Comino	100	gr	\$ 6,96	C/kg	\$ 0,70	\$ 2,78
Trucha	2500	gr	\$ 4,50	C/kg	\$ 11,25	\$ 45,00
Limón	20	u	\$ 1,00	c/u	\$ 2,00	\$ 8,00
Verde	800	gr	\$ 1,00	C/kg	\$ 0,80	\$ 3,20
Arroz	990	gr	\$ 1,06	C/kg	\$ 1,05	\$ 4,20
concentrado magui	10	gr	\$ 11,19	C/kg	\$ 0,11	\$ 0,45
chorizo español	725	gr	\$ 7,63	C/kg	\$ 5,53	\$ 22,13
Huevos	20	cub	\$ 3,60	c/u	\$ 2,40	\$ 9,60
Ensalada Fresca	1000	gr	\$ 2,40	C/kg	\$ 2,40	\$ 9,60
Brocolí	100	gr	\$ 1,76	C/kg	\$ 0,18	\$ 0,70
Zanahoria	200	gr	\$ 0,77	C/kg	\$ 0,15	\$ 0,62
harina	900	gr	\$ 2,67	C/kg	\$ 2,40	\$ 9,61
margarina	150	gr	\$ 7,20	C/kg	\$ 1,08	\$ 4,32
azucar	900	gr	\$ 0,95	C/kg	\$ 0,86	\$ 3,42

cocoa	100	gr	\$ 1,50	C/kg	\$ 0,15	\$ 0,60
royal	50	gr	\$ 2,00	C/kg	\$ 0,10	\$ 0,40
esencia de vainilla	5	ml	\$ 17,08	C/lt	\$ 0,09	\$ 0,34
chocolate en barra	300	gr	\$ 10,50	C/kg	\$ 3,15	\$ 12,60
leche	10000	ml	\$ 0,50	C/lt	\$ 5,00	\$ 20,00
leche condensada	500	ml	\$ 7,00	C/lt	\$ 3,50	\$ 14,00
leche evaporada	500	ml	\$ 5,73	C/lt	\$ 2,87	\$ 11,46
achiote	10	ml	\$ 3,76	C/lt	\$ 0,04	\$ 0,15
Yogurt	2000	ml	\$ 4,50	C/lt	\$ 9,00	\$ 36,00
cereales	2250	gr	\$ 5,87	C/kg	\$ 13,21	\$ 52,83
Frutas	3969	gr	\$ 1,80	C/kg	\$ 7,14	\$ 28,58
SUBTOTAL					\$ 141,98	\$ 567,92
Rep./semana					\$ 2,00	\$ 2,00
TOTAL					\$ 283,96	\$ 1.135,84

2) Equipamiento Hospedaje

Cuadro: Equipamiento cabaña simple

ECOLODGE "AYANASHA"

-

PRESUPUESTO REFERENCIAL

PRESUPUESTO REFERENCIAL EQUIPAMIENTO

TABLA DE CANTIDADES Y PRECIOS

No.	ITEM	RUBRO	U	P.UNITARIO	CANTIDAD	P.TOTAL
EQUIPAMIENTO AREA DE BAÑO						\$ 412,00
Menaje						\$ 333,00
7	BA1	Dispensador jabón líquido, shampoo	u	32,00	2,00	\$ 64,00
8	BA2	Dispensador de papel	u	32,00	1,00	\$ 32,00
9	BA3	Juego de toallas 4 unidades	u	30,00	1,00	\$ 30,00
10	BA4	Secador manos	u	80,00	1,00	\$ 80,00

11	BA5	Espejo	u	49,00	1,00	\$ 49,00
12	BA6	Alfombras Rodapiés	u	50,00	1,00	\$ 50,00
13	BA7	Cortina de baño	u	28,00	1,00	\$ 28,00
		Útiles de aseo				\$ 79,00
14	BA8	Jabón y shampoo	gal	26,00	2,00	\$ 52,00
15	BA9	Basurero	u	27,00	1,00	\$ 27,00
						\$
EQUIPAMIENTO PARA DORMITORIO						1.335,75
						\$
Muebles y enseres						1.100,00
15	ED1	Juego de dormitorio 2 plazas + 2 veladores	u	300,00	1,00	\$ 300,00
16	ED2	Juego de dormitorio 1.5 plazas + 2 veladores	u	250,00	0,00	\$ 0,00
17	ED3	Colchón 2 plazas	u	140,00	1,00	\$ 140,00
18	ED4	Colchón 1.5 plazas	u	110,00	0,00	\$ 0,00
19	ED5	Lámparas de velador	u	45,00	1,00	\$ 45,00
20	ED6	Alfombras rodapiés (0.60*1.10m2)	u	55,00	1,00	\$ 55,00
21	ED7	Florero	u	35,00	1,00	\$ 35,00
22	ED8	Juego sofá doble + individual + mesa de centro	u	300,00	1,00	\$ 300,00
23	ED9	Cómoda peinadora	u	225,00	1,00	\$ 225,00
Menaje						\$ 235,75
24	ED10	Edredón 2 plazas	u	65,00	1,00	\$ 65,00
25	ED11	Edredón 1.5 plazas	u	50,00	0,00	\$ 0,00
26	ED12	Juego Sabanas de 2 plazas	u	27,00	1,00	\$ 27,00
27	ED13	Sabanas de 1.5 plazas	u	23,00	0,00	\$ 0,00
28	ED14	Almohadas	u	7,00	2,00	\$ 14,00
29	ED15	Protector de colchón	u	25,00	1,00	\$ 25,00
30	ED16	Armadores juego de 6	u	2,00	1,00	\$ 2,00
31	ED17	Cortinas	m 2	13,70	7,5	\$ 102,75
						TOTAL SIN IVA:
						\$1.747,75
IVA 12%						IVA 12%
						\$209,73
TOTAL EQUIPAMIENTO INCLUIDO IVA 12%						TOTAL CON IVA:
						\$1.957,48

Cuadro: Equipamiento cabaña doble

ECOLODGE "AYANASHA"						
PRESUPUESTO REFERENCIAL						
PRESUPUESTO REFERENCIAL EQUIPAMIENTO						
TABLA DE CANTIDADES Y PRECIOS						
No.	ITEM	RUBRO	U	P.UNITARIO	CANTIDAD	P.TOTAL
EQUIPAMIENTO AREA DE BAÑO						\$ 824,00
Menaje						\$ 666,00
7	BA1	Dispensador jabón líquido, shampoo	u	32,00	4,00	\$ 128,00
8	BA2	Dispensador de papel	u	32,00	2,00	\$ 64,00
9	BA3	Juego de toallas 4 unidades	u	30,00	2,00	\$ 60,00
10	BA4	Secador manos	u	80,00	2,00	\$ 160,00
11	BA5	Espejo	u	49,00	2,00	\$ 98,00
12	BA6	Alfombras Rodapiés	u	50,00	2,00	\$ 100,00
13	BA7	Cortina de baño	u	28,00	2,00	\$ 56,00
Útiles de aseo						\$ 158,00
14	BA8	Jabón y shampoo	gal	26,00	4,00	\$ 104,00
15	BA9	Basurero	u	27,00	2,00	\$ 54,00
EQUIPAMIENTO PARA DORMITORIO						\$ 2.655,75
Muebles y enseres						\$ 2.200,00
15	ED1	Juego de dormitorio 2 plazas + 2 veladores	u	300,00	2,00	\$ 600,00
16	ED2	Juego de dormitorio 1.5 plazas + 2 veladores	u	250,00	0,00	\$ 0,00
17	ED3	Colchón 2 plazas	u	140,00	2,00	\$ 280,00
18	ED4	Colchón 1.5 plazas	u	110,00	0,00	\$ 0,00
19	ED5	Lámparas de velador	u	45,00	2,00	\$ 90,00
20	ED6	Alfombras rodapiés (0.60*1.10m2)	u	55,00	2,00	\$ 110,00
21	ED7	Florero	u	35,00	2,00	\$ 70,00
22	ED8	Juego sofá doble + individual + mesa de centro	u	300,00	2,00	\$ 600,00
23	ED9	Cómoda peinadora	u	225,00	2,00	\$ 450,00

Menaje						\$ 455,75	
24	ED10	Edredón 2 plazas	u	65,00	2,00	\$ 130,00	
25	ED11	Edredón 1.5 plazas	u	50,00	0,00	\$ 0,00	
26	ED12	Juego Sabanas de 2 plazas	u	27,00	2,00	\$ 54,00	
27	ED13	Sabanas de 1.5 plazas	u	23,00	0,00	\$ 0,00	
28	ED14	Almohadas	u	7,00	4,00	\$ 28,00	
29	ED15	Protector de colchón	u	25,00	2,00	\$ 50,00	
30	ED16	Armadores juego de 6	u	2,00	2,00	\$ 4,00	
31	ED17	Cortinas	m				
			2	13,70	13,85	\$ 189,75	
						TOTAL SIN IVA:	\$3.479,75
IVA 12%						IVA 12%	\$417,57
TOTAL EQUIPAMIENTO INCLUIDO IVA 12%						TOTAL CON IVA:	\$3.897,31

Cuadro: Equipamiento cabaña cuádruple

ECOLODGE "AYANASHA"						
-						
PRESUPUESTO REFERENCIAL						
P R E S U P U E S T O R E F E R E N C I A L E Q U I P A M I E N T O						
T A B L A D E C A N T I D A D E S Y P R E C I O S						
No.	ITEM	RUBRO	U	P.UNITA RIO	CANTI DAD	P.TOTAL
EQUIPAMIENTO AREA DE BAÑO						\$ 1.648,00
Menaje						\$ 1.332,00
7	BA1	Dispensador jabón líquido, shampoo	u	32,00	8,00	\$ 256,00
8	BA2	Dispensador de papel	u	32,00	4,00	\$ 128,00
9	BA3	Juego de toallas 4 unidades	u	30,00	4,00	\$ 120,00
10	BA4	Secador manos	u	80,00	4,00	\$ 320,00
11	BA5	Espejo	u	49,00	4,00	\$ 196,00
12	BA6	Alfombras Rodapiés	u	50,00	4,00	\$ 200,00
13	BA7	Cortina de baño	u	28,00	4,00	\$ 112,00
Útiles de aseo						\$ 316,00

14	BA8	Jabón y shampoo	gal	26,00	8,00	\$ 208,00	
15	BA9	Basurero	u	27,00	4,00	\$ 108,00	
EQUIPAMIENTO PARA DORMITORIO						\$ 5.181,34	
Muebles y enseres						\$ 4.400,00	
15	ED1	Juego de dormitorio 2 plazas + 2 veladores	u	300,00	4,00	\$ 1.200,00	
16	ED2	Juego de dormitorio 1.5 plazas + 2 veladores	u	250,00	0,00	\$ 0,00	
17	ED3	Colchón 2 plazas	u	140,00	4,00	\$ 560,00	
18	ED4	Colchón 1.5 plazas	u	110,00	0,00	\$ 0,00	
19	ED5	Lámparas de velador	u	45,00	4,00	\$ 180,00	
20	ED6	Alfombras rodapiés (0.60*1.10m2)	u	55,00	4,00	\$ 220,00	
21	ED7	Florero	u	35,00	4,00	\$ 140,00	
22	ED8	Juego sofá doble + individual + mesa de centro	u	300,00	4,00	\$ 1.200,00	
23	ED9	Cómoda peinadora	u	225,00	4,00	\$ 900,00	
Menaje						\$ 781,34	
24	ED10	Edredón 2 plazas	u	65,00	4,00	\$ 260,00	
25	ED11	Edredón 1.5 plazas	u	50,00	0,00	\$ 0,00	
26	ED12	Juego Sabanas de 2 plazas	u	27,00	4,00	\$ 108,00	
27	ED13	Sabanas de 1.5 plazas	u	23,00	0,00	\$ 0,00	
28	ED14	Almohadas	u	7,00	8,00	\$ 56,00	
29	ED15	Protector de colchón	u	25,00	4,00	\$ 100,00	
30	ED16	Armadores juego de 6	u	2,00	4,00	\$ 8,00	
31	ED17	Cortinas	m2	13,70	18,2	\$ 249,34	
						TOTAL SIN IVA:	\$6.829,34
IVA 12%						IVA 12%	\$819,52
TOTAL EQUIPAMIENTO INCLUIDO IVA 12%						TOTAL CON IVA:	\$7.648,86

Cuadro: Equipamiento cabaña séxtuple

ECOLODGE "AYANASHA"							
-							
PRESUPUESTO REFERENCIAL							
PRESUPUESTO REFERENCIAL EQUIPAMIENTO							
TABLA DE CANTIDADES Y PRECIOS							
N o.	ITE M	RUBRO	U	P.UNITA RIO	CANTIDAD	P.TOT AL	
						\$	
						2.472,0	
EQUIPAMIENTO AREA DE BAÑO							
						\$	
Menaje						1.998,0	
0							
7	BA1	Dispensador jabon liquido, shampoo	u	32,00	12,00	\$	384,00
8	BA2	Dispensador de papel	u	32,00	6,00	\$	192,00
9	BA3	Juego de toallas 4 unidades	u	30,00	6,00	\$	180,00
10	BA4	Secador manos	u	80,00	6,00	\$	480,00
11	BA5	Espejo	u	49,00	6,00	\$	294,00
12	BA6	Alfombras Rodapiés	u	50,00	6,00	\$	300,00
13	BA7	Cortina de baño	u	28,00	6,00	\$	168,00
Útiles de aseo						\$	
						474,00	
14	BA8	Jabón y shampoo	gal	26,00	12,00	\$	312,00
15	BA9	Basurero	u	27,00	6,00	\$	162,00
						\$	
EQUIPAMIENTO PARA DORMITORIO						9.678,8	
						7	
						\$	
Muebles y enseres						8.400,0	
0							
15	ED1	Juego de dormitorio 2 plazas + 2 veladores	u	300,00	12,00	\$	3.600,00
16	ED2	Juego de dormitorio 1.5 plazas + 2 veladores	u	250,00	0,00	\$	0,00

17	ED3	Colchón 2 plazas	u	140,00	6,00	\$ 840,00
18	ED4	Colchón 1.5 plazas	u	110,00	0,00	\$ 0,00
19	ED5	Lámparas de velador	u	45,00	6,00	\$ 270,00
20	ED6	Alfombras rodapiés (0.60*1.10m2)	u	55,00	6,00	\$ 330,00
21	ED7	Florero	u	35,00	6,00	\$ 210,00
22	ED8	Juego sofá doble + individual + mesa de centro	u	300,00	6,00	\$ 1.800,00
23	ED9	Cómoda peinadora	u	225,00	6,00	\$ 1.350,00
Menaje						\$ 1.278,87
24	ED1 0	Edredón 2 plazas	u	65,00	6,00	\$ 390,00
25	ED1 1	Edredón 1.5 plazas	u	50,00	0,00	\$ 0,00
26	ED1 2	Juego Sabanas de 2 plazas	u	27,00	6,00	\$ 162,00
27	ED1 3	Sabanas de 1.5 plazas	u	23,00	0,00	\$ 0,00
28	ED1 4	Almohadas	u	7,00	12,00	\$ 84,00
29	ED1 5	Protector de colchón	u	25,00	6,00	\$ 150,00
30	ED1 6	Armadores juego de 6	u	2,00	6,00	\$ 12,00
31	ED1 7	Cortinas	m 2	13,70	35,1	\$ 480,87
TOTAL SIN IVA:						\$12.150,87
IVA 12%						\$1.458,10
TOTAL EQUIPAMIENTO INCLUIDO IVA 12%						\$13.608,97

Cuadro: Equipamiento cabaña personal

ECOLODGE "AYANASHA"						
PRESUPUESTO REFERENCIAL						
PRESUPUESTO REFERENCIAL EQUIPAMIENTO						
TABLA DE CANTIDADES Y PRECIOS						
No.	ITEM	RUBRO	U	P.UNITA RIO	CANTIDA D	P.TOTA L
						\$
EQUIPAMIENTO AREA DE BAÑO						1.476,00
Menaje						\$ 1.264,00
7	BA1	Dispensador jabón líquido, shampoo	u	32,00	4,00	\$ 128,00
8	BA2	Dispensador de papel	u	32,00	4,00	\$ 128,00
9	BA3	Juego de toallas 4 unidades	u	30,00	6,00	\$ 180,00
10	BA4	Secador manos	u	80,00	4,00	\$ 320,00
11	BA5	Espejo	u	49,00	4,00	\$ 196,00
12	BA6	Alfombras Rodapiés	u	50,00	4,00	\$ 200,00
13	BA7	Cortina de baño	u	28,00	4,00	\$ 112,00
Útiles de aseo						\$ 212,00
14	BA8	Jabón y shampoo	gal	26,00	4,00	\$ 104,00
15	BA9	Basurero	u	27,00	4,00	\$ 108,00
						\$
EQUIPAMIENTO PARA DORMITORIO						3.669,04
Muebles y enseres						\$ 2.490,00
15	ED1	Juego de dormitorio 2 plazas + 2 veladores	u	300,00	0,00	\$ 0,00
16	ED2	Juego de dormitorio 1.5 plazas + 2 veladores	u	250,00	6,00	\$ 1.500,00
17	ED3	Colchón 2 plazas	u	140,00	0,00	\$ 0,00
18	ED4	Colchón 1.5 plazas	u	110,00	6,00	\$ 660,00
19	ED5	Lámparas de velador	u	45,00	0,00	\$ 0,00
20	ED6	Alfombras rodapiés (0.60*1.10m2)	u	55,00	6,00	\$ 330,00
21	ED7	Florero	u	35,00	0,00	\$ 0,00

22	ED8	Juego sofá doble + individual + mesa de centro	u	300,00	0,00	\$ 0,00
23	ED9	Cómoda peinadora	u	225,00	0,00	\$ 0,00
Menaje						\$ 1.179,04
24	ED10	Edredón 2 plazas	u	65,00	0,00	\$ 0,00
25	ED11	Edredón 1.5 plazas	u	50,00	6,00	\$ 300,00
26	ED12	Juego Sabanas de 2 plazas	u	27,00	0,00	\$ 0,00
27	ED13	Sabanas de 1.5 plazas	u	23,00	6,00	\$ 138,00
28	ED14	Almohadas	u	7,00	6,00	\$ 42,00
29	ED15	Protector de colchón	u	25,00	6,00	\$ 150,00
30	ED16	Armadores juego de 6	u	2,00	6,00	\$ 12,00
31	ED17	Cortinas	m 2	13,70	39,2	\$ 537,04
					TOTAL SIN IVA:	\$5.145,04
					IVA 12%	\$617,40
TOTAL EQUIPAMIENTO INCLUIDO IVA 12%					TOTAL CON IVA:	\$5.762,44

Cuadro: Resumen del equipamiento

RUBRO	CANT	PRECIO U.	PRECIO T.
Equipamiento cabaña simple	3	\$ 1.957,48	\$ 5.872,44
Equipamiento cabaña doble	4	\$ 3.897,31	\$ 15.589,26
Equipamiento cabaña cuádruple	4	\$ 7.648,86	\$ 30.595,44
Equipamiento cabaña séxtuple	1	\$ 13.608,97	\$ 13.608,97
Equipamiento cabaña principal	1	\$ 22.730,31	\$ 22.730,31
Equipamiento cabaña personal	1	\$ 5.762,44	\$ 5.762,44
		TOTAL	\$ 94.158,87

d. Talento humano

Para establecer el talento humano de las diferentes áreas del ecolodge se determinó los requerimientos necesarios para un adecuado funcionamiento.

Cuadro: Talento humano y componentes salariales

Cargo	N°	Salario mensual	Décimo tercero Salario/12	Décimo cuarto SBU(354USD)/año	Vacaciones Salario m/24	Aporte al IESS 20,6%	Remuneración mensual	Total remuneraciones mensuales	Remuneración anual
Área administrativa									
Gerente/Administrador	1	\$ 600,00	\$ 50,00	29,5	\$ 25,00	\$ 123,60	\$ 828,10	\$ 828,10	\$ 9.937,20
Encargado de mantenimiento	1	\$ 358,00	\$ 29,83	29,5	\$ 14,92	\$ 73,75	\$ 506,00	\$ 506,00	\$ 6.071,98
Contador	1	\$ 450,00	\$ 37,50	29,5	\$ 18,75	\$ 92,70	\$ 628,45	\$ 628,45	\$ 7.541,40
Área comercial									
Recepcionista polivalente	1	\$ 358,00	\$ 29,83	29,5	\$ 14,92	\$ 73,75	\$ 506,00	\$ 506,00	\$ 6.071,98
Área de producción									
Camarera	2	\$ 358,00	\$ 29,83	29,5	\$ 14,92	\$ 73,75	\$ 506,00	\$ 1.012,00	\$ 2.143,95
Chef	1	\$ 400,00	\$ 33,33	29,5	\$ 16,67	\$ 82,40	\$ 561,90	\$ 561,90	\$ 6.742,80
Mesero	2	\$ 358,00	\$ 29,83	29,5	\$ 14,92	\$ 73,75	\$ 506,00	\$ 1.012,00	\$ 2.143,95
Chofer	1	\$ 400,00	\$ 33,33	29,5	\$ 16,67	\$ 82,40	\$ 561,90	\$ 561,90	\$ 6.742,80
COSTO ANUAL								\$ 5.616,34	\$ 67.396,06

C. DETERMINACIÓN DE LA VIABILIDAD ADMINISTRATIVA-LEGAL PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL ECOLOGDE

1. Estudio administrativo

a. Formulación filosófica

1) Nombre de la empresa

Ayanasha Ecolodge

2) Misión

Ofrecer servicios de excelencia, creando clientes leales y satisfechos que regresen al ecolodge por su calidad, confort, seguridad y servicio, ya que estos constituyen la clave del éxito.

3) Visión

Convertir en una empresa con sólido prestigio hotelero a nivel local, nacional e internacional, fomentando el desarrollo turístico del cantón Francisco de Orellana; ofreciendo servicios personalizados que permitan el bienestar y seguridad de nuestros clientes. Siempre comprometidos a través de la mejora continua dentro de un marco de cultura y hospitalidad.

5) Objetivos

- Ayudar a la conservación de la flora y fauna a su alrededor
- Trabajar en conjunto con la comunidad local.
- Promover los atractivos de la zona, con proyectos de turismo responsable.

6) Políticas

- Satisfacer las necesidades del cliente
- Brindar un servicio de calidad
- Valorar las sugerencias de los clientes

b. Estructura organizativa

1) Organigrama estructural

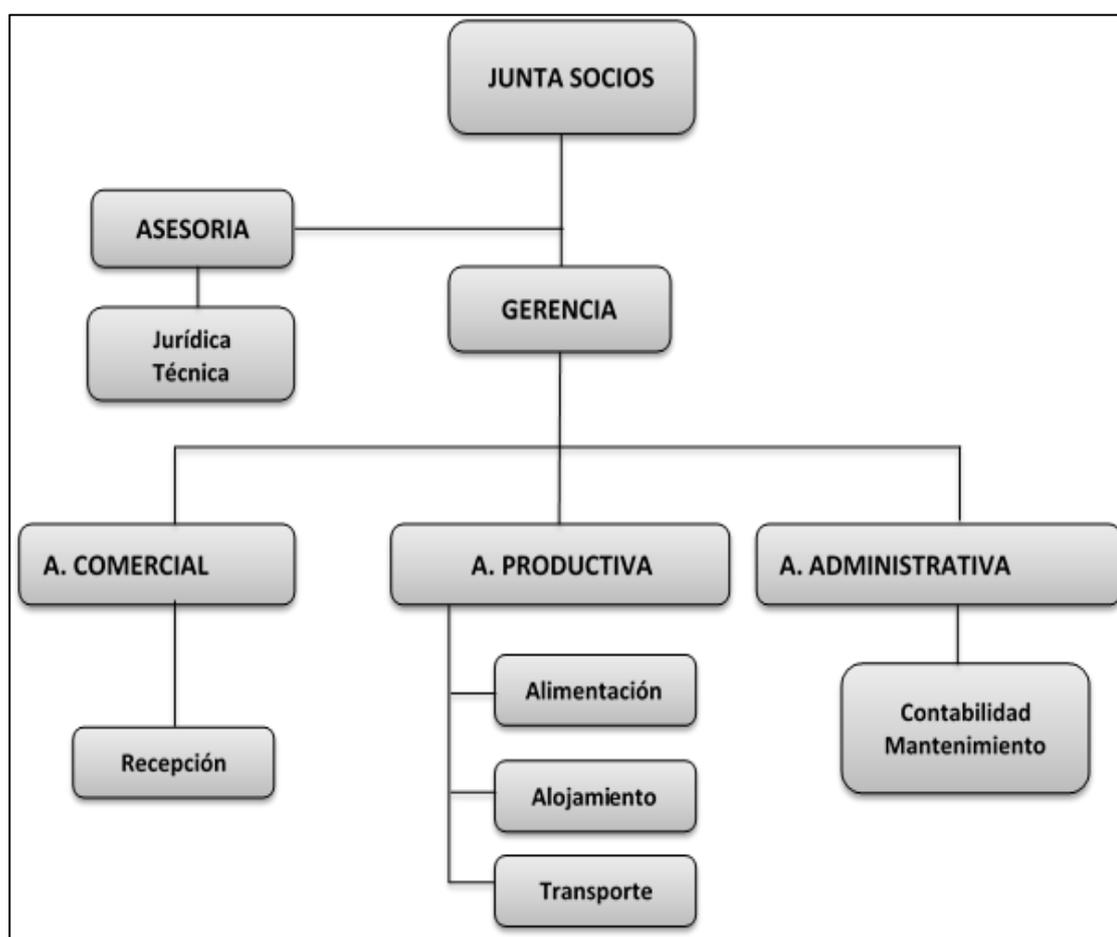


Figura VII.48: Organigrama estructural del ecolodge

El organigrama estructural está compuesto por; El nivel directivo que a su vez lo conforma la junta de socios, el nivel de apoyo que no es un nivel permanente sino que acorde a las necesidades del proyecto en su fase de operación, el nivel administrativo que está integrado por la gerencia, el área contable y de mantenimiento, el nivel operativo que se encuentra integrado por el personal que labora en las áreas productiva y comercial.

2) Organigrama funcional

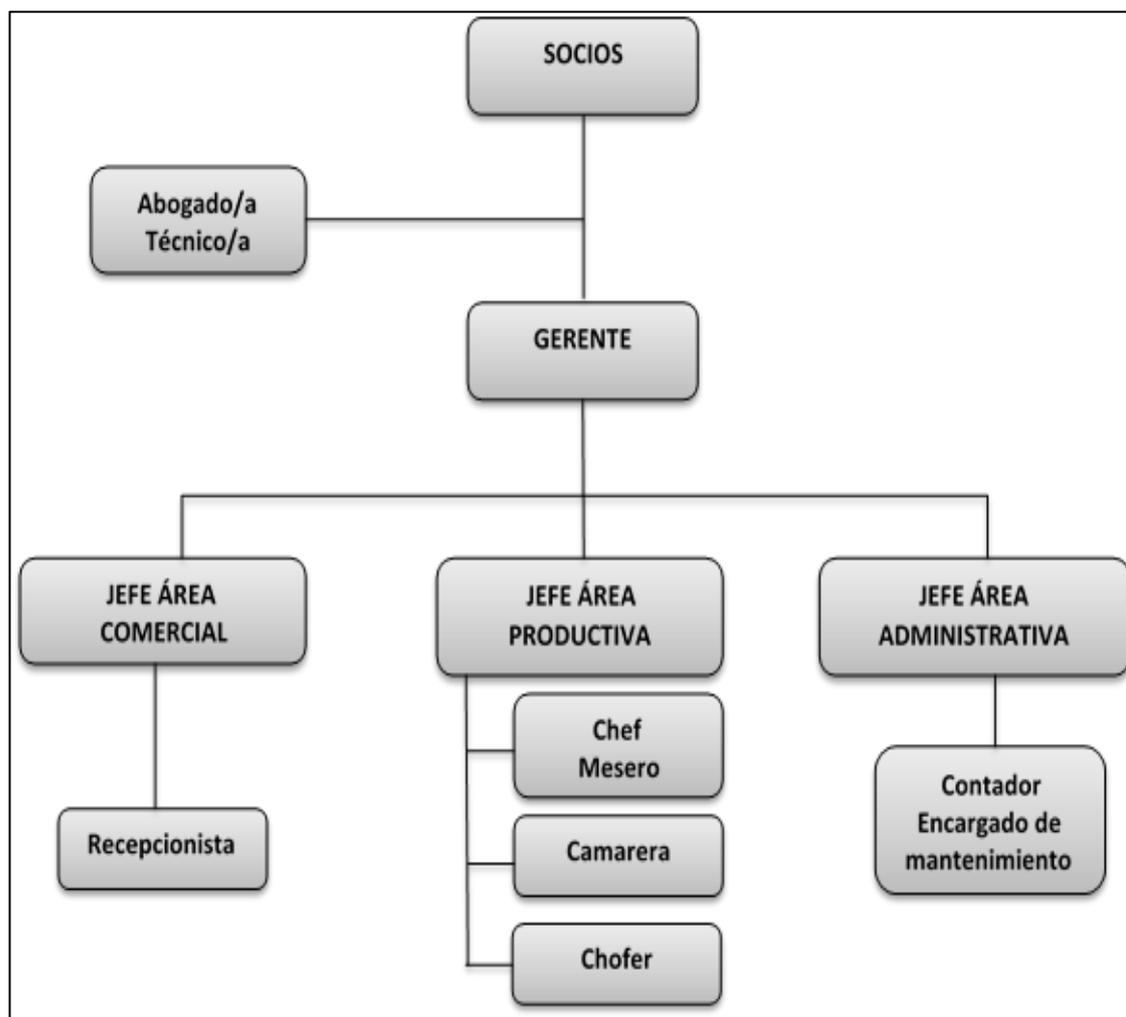


Figura VII.49: Organigrama funcional del ecolodge

El organigrama funcional se conforma de la siguiente manera; en el nivel directivo están los socios accionistas de la empresa, valiéndose como apoyo de un abogado/a y un técnico/a, en el nivel administrativo tenemos al gerente, el jefe del área administrativa con un contador/a y un encargado de mantenimiento y en el nivel operativo tenemos al jefe del área productiva, el chef, el mesero, la camarera y un chofer, un jefe del área comercial con el recepcionista.

c. Estructura operativa**1) Políticas de funciones del personal****a) Competencia laboral Gerente/Administrador de Empresas de Alojamiento****i. Descripción de la ocupación:**

El administrador de empresas de alojamiento se ocupa principalmente, de gestionar los procesos de la empresa, buscar localización continua en todos los servicios internos y externos ofertados por el equipo; cumplir con las exigencias legales y tributarias; desarrollar los niveles humanos y económicos para alcanzar competitividad crecimiento y desarrollo del negocio.

.

ii. Conocimientos

- ✓ Procesos y procedimientos administrativos y contables.
- ✓ Técnicas de definición de precios, productos y servicios.
- ✓ Técnicas de manejo de personal y equipos de trabajo.
- ✓ Procesos de mejora continua.
- ✓ Técnicas de negociación y administración de contratos.
- ✓ Vocabulario técnico del segmento turismo y hospitalidad.
- ✓ Aspectos laborales, legales, comerciales, tributarios, fiscales, de salud, de seguridad, sociales y ambientales, relacionados a la administración hotelera.
- ✓ Técnicas de liderazgo.
- ✓ Métodos de evaluación de desempeño de personal.
- ✓ Tipos, estructura y funcionamiento de los establecimientos de alojamiento.
- ✓ Técnicas de mercadeo.

iii. Funciones

- ✓ Planificar estrategias y objetivos.

- ✓ Establecer estrategias y acciones de mercado (marketing).
- ✓ Analizar y evaluar resultados para proponer acciones:
- ✓ Alcanzar objetivos esperados.
- ✓ Asegurar la satisfacción de los clientes.
- ✓ Liderar el equipo humano de trabajo.

iv. Conocimiento de otro idioma

Poseer fluidez verbal del idioma inglés; necesario para actuar como intérprete entre el huésped y los demás departamentos del establecimiento.

b) Competencia laboral Contador

i. Descripción de la ocupación

El contador/a de la empresa debe llevar la contabilidad de la empresa.

ii. Conocimientos

- ✓ Procesos y procedimientos contables, financieros utilizados en el turismo.
- ✓ Informática y software específico para la contabilidad.
- ✓ Ley tributaria

.

iii. Funciones

- ✓ Representar a la organización.
- ✓ Llevará la contabilidad de la empresa.
- ✓ Realizar pagos en efectivo, cheques y transferencias:

c) Competencia laboral Encargado de Mantenimiento

i. Descripción de la ocupación

El encargado de mantenimiento se ocupa principalmente de verificar, dar mantenimiento y solucionar problemas en el equipo, mobiliario e instalaciones; prestar ayuda en la instalación de equipos de uso temporal y evaluar el servicio de mantenimiento encomendado.

ii. Conocimientos

- ✓ Técnicas de diagnóstico y reparación electrónicos mecánicos e hidráulicos; resúmenes y suministros de uso común en electricidad y en mecánica básica.
- ✓ Requisitos de higiene y seguridad en el trabajo
- ✓ Operación y mecanismo de ajuste de los equipos y aparatos de uso más común en las habitaciones.
- ✓ Conocimientos básicos de plomería, carpinterías, albañilería y pintura.
- ✓ Manejo de formularios de servicio de mantenimiento.
- ✓ Funciones generales de cada área de un establecimiento de alojamiento.

iii. Funciones

- ✓ Diagnosticar el servicio a ser ejecutado.
- ✓ Reparar fallas hidráulicas.
- ✓ Reparar fallas mecánicas.
- ✓ Reparar fallas telefónicas.
- ✓ Hacer reparaciones prediales.
- ✓ Hacer instalaciones provisionales.
- ✓ Manejar y controlar la existencia (stock) de materiales de área de mantenimiento.
- ✓ Cuidar el área de trabajo.

- ✓ Operar equipos.
- ✓ Participar en programas de mantenimiento.
- ✓ Aplicar procedimientos de seguridad industrial.
- ✓ Actuar en emergencias.
- ✓ Actuar como nexo entre las áreas de mantenimiento y ama de llaves.
- ✓ Cuidar la apariencia personal.
- ✓ Apoyar al equipo humano de trabajo

d) Competencia laboral Recepcionista

i. Descripción de la ocupación:

El recepcionista certificado se ocupa principalmente, de cumplir los procesos de recepción, registro, acomodación y salida del huésped, ser nexo entre el huésped y los diferentes servicios del establecimiento, atender teléfono y caja; cubrir ciertas actividades de botones, camarera y seguridad cuando sea necesario.

ii. Conocimientos

- ✓ Procesos de ingreso (chek in) y salida (chek out) del huésped.
- ✓ Procedimiento de control relacionado con el acceso a las habitaciones, funciones y responsabilidades de los diversos servicios de un ecolodge.
- ✓ Procedimientos básicos de telefonía, códigos para llamadas nacionales e internacionales, tarifas, horarios con descuentos, posibilidades de uso de celular, números de teléfonos útiles y de emergencia y el uso de la guía telefónica.
- ✓ Términos técnicos de la hotelería relativos a la recepción.
- ✓ Contabilidad básica.
- ✓ Requisitos de higiene personal adecuados a su ocupación.
- ✓ Computación e internet.
- ✓ Información de eventos y atractivos turísticos locales.
- ✓ Técnicas de servicio al cliente
- ✓ Manejo de pagos en cheque, efectivo, tarjetas de crédito u otros.

iii. Funciones

- ✓ Registrar el ingreso del huésped (chek in):
- ✓ Acomodar al huésped en la habitación.
- ✓ Controlar el acceso a las habitaciones.
- ✓ Apoyar al huésped.
- ✓ Apoyar a la administración.
- ✓ Efectuar los procedimientos de salida de huésped (chek out).
- ✓ Realizar los trabajos de auditoría nocturna.
- ✓ Cuidar el área de recepción.
- ✓ Operar los equipos de recepción.
- ✓ Actuar como nexo entre el huésped y otros departamentos del establecimiento:
- ✓ Velar por la seguridad y privacidad del huésped y del establecimiento.
- ✓ Asegurar la satisfacción del cliente.

e) Competencia laboral Chef

i. Descripción de la ocupación.

El chef de cocina se ocupa principalmente, de crear, coordinar, y realizar receta y platos, de supervisar el equipo de trabajo de la cocina; de asegurar la calidad de los productos y servicios y la rentabilidad para el establecimiento.

ii. Conocimientos:

- ✓ Prácticas administrativas de planificación.
- ✓ Elaboración de presupuesto.
- ✓ Análisis y control de costos y resultados.
- ✓ Administración de la producción.
- ✓ Principios básicos de gestión de procesos en la producción de alimentos y bebidas.
- ✓ Principios de administración de gestión y cumplimiento de metas.

- ✓ Proceso para la selección de alimentos y bebidas.
- ✓ Técnica de administración del recurso humano, herramientas de gestión.
- ✓ Manejo de indicadores de gestión y cumplimiento de metas.
- ✓ Proceso para la selección, entrenamiento y evaluación de personal.
- ✓ Creación de planes de capacitación para los integrantes del grupo.
- ✓ Términos técnicos operacionales de alimentos y bebidas.
- ✓ Primeros auxilios básicos; seguridad industrial, ingredientes, variedad, sazón de productos e insumos básicos de la cocina..
- ✓ Técnicas de preparación, técnicas de cocción, disposición, montaje y presentación de platos.
- ✓ Técnicas de servicio.
- ✓ Técnicas de aprovechamiento, posicionamiento de alimentos y sustitución de ingredientes que resulten en pérdidas mínimas.
- ✓ Técnicas de combinación de alimentos de acuerdo con color, textura, aroma, paladar aspecto visual.
- ✓ Aspectos básicos de nutrición y dietas alimenticias.
- ✓ Principales tipos, estructura y funcionamiento de establecimientos de alimentos y tipos de servicio y prestación de platos.
- ✓ Maquinaria, equipo y utensilios de cocina.
- ✓ Términos técnicos nacionales e internacionales de gastronomía.
- ✓ Requisitos de higiene y prestación personal adecuados a la ocupación.

iii. Funciones

- ✓ Responsable de la elaboración de comidas y bebidas ofreciendo un servicio de calidad a los visitantes.
- ✓ Mantener en perfecta limpieza y orden la cocina, equipo e instalaciones, incluyendo vajillas, cubiertos, platos de cocina, etc.
- ✓ Cumplir con las normas de higiene y seguridad en la elaboración y manipulación de alimentos y bebidas.
- ✓ Encargado de comprar los ingredientes para la elaboración de comidas y bebidas.
- ✓ Realizar cualquier otra tarea afín que le sea asignada.

f) Competencia laboral Mesero

i. Descripción de la ocupación

El mesero polivalente se ocupa, prácticamente, de recibir y acoger al cliente, servir los alimentos y bebidas y cuidar del arreglo del punto de venta o servicio.

ii. Conocimientos

- ✓ Tipo de servicio a la mesa y al cliente según puntos de venta.
- ✓ Normas de etiqueta a la mesa y en el salón.
- ✓ Preparación de alimentos y bebidas.
- ✓ Técnicas para servir bebidas, licores, bocaditos, digestivos y vino.
- ✓ Procedimientos de emergencia.
- ✓ Requisitos de higiene personal adecuados a la ocupación.
- ✓ Operación de los equipos de salón y comedor, cafetería, lugar donde se preparan alimentos ligeros y procedimientos de seguridad.
- ✓ Técnicas de comunicación en el servicio.
- ✓ Técnicas de trabajo en equipo.
- ✓ Técnicas de servicio.

iii. Funciones

- ✓ Recoger las órdenes de los visitantes.
- ✓ Servir los alimentos y bebidas a los visitantes desde la cocina hasta la mesa.
- ✓ Limpiar las mesas y recoger los platos.
- ✓ Velar por la limpieza.
- ✓ Ayudar en la preparación de alimentos y bebidas al cocinero.
- ✓ Cumplir con las normas de higiene y seguridad en la elaboración y manipulación de alimentos y bebidas.
- ✓ Realizar cualquier otra tarea afín que le sea asignada.

g) Competencia laboral Camarera

i. Descripción de la ocupación

La camarera se ocupa, principalmente de limpiar, higienizar y organizar las habitaciones y áreas sociales, inspeccionar la habitación para la salida del huésped, reponer y controlar el material, atender pedidos y reclamos.

ii. Conocimiento

- ✓ Técnicas de elaboración de presupuestos, cronogramas, horarios de trabajo y eventos especiales.
- ✓ Desarrollo de procedimientos operacionales.
- ✓ Técnicas de liderazgo y jefatura; coordinación y supervisión de personal, métodos de validación de profesionales y equipos.
- ✓ Legislación laboral y comercial aplicable a contratos de prestación de servicios y a técnicas de negociación de contratos.
- ✓ Técnica de manejo de inventarios, control, almacenamiento y establecimiento de punto de reposición de materiales,
- ✓ Técnicas para limpieza, higienización y ordenamiento aplicables a empresas de alojamiento y operación de equipos y aparatos de uso más común en las habitaciones.
- ✓ Servicio de hotelería; funciones generales de cada departamento de un establecimiento de alojamiento.
- ✓ Técnicas de servicio al cliente.
- ✓ Técnicas básicas de decoración, manejo de volúmenes, manejo del color.
- ✓ Requisitos para trabajo en equipo.
- ✓ Procesos y procedimientos administrativos y contables.

iii. Funciones

- ✓ Planificar el y trabajo de su departamento.
- ✓ Organizar, capacitar, y supervisar al equipo humano de trabajo.

- ✓ Coordinar los servicios realizados por el equipo de trabajo
- ✓ Contratar y supervisar servicios a terceros
- ✓ Administrar material a su cargo.
- ✓ Diseñar y mantener la decoración de los diferentes ambientes a su cargo.
- ✓ Operar los equipos necesarios con su actividad.
- ✓ Asegurar la satisfacción del huésped.
- ✓ Interactuar con los demás departamentos.

h) Competencia laboral Conductor

i. Descripción de la ocupación

El conductor se ocupa principalmente, de trasladar a los turistas.

ii. Conocimientos

- ✓ Reglamentos y procedimientos para minimizar el impacto ambiental del vehículo.
- ✓ Mecánica automotriz para reparar daños básicos.
- ✓ Primeros auxilios básicos.
- ✓ Rutas de los principales atractivos turísticos
- ✓ Acomodación de equipaje en el vehículo
- ✓ Señalización turística y de tránsito.
- ✓ Atención al cliente.

iv. Funciones

- ✓ Inspeccionar y adecuar el vehículo para recibir a los turistas
- ✓ Conducir el vehículo en recorridos turísticos
- ✓ Cuidar y controlar documentos de registros
- ✓ Implementar buenas prácticas de turismo sostenible
- ✓ Mantener seguridad y privacidad del turista

- ✓ Asegurar el bienestar del turista y actuar en emergencia.

2. Estudio legal

a. Tipo de empresa

Este establecimiento de alojamiento turístico se constituirá como una empresa privada, tipo sociedad anónima que se fundamenta legalmente en las leyes de la República del Ecuador.

b. Constitución Política de la República del Ecuador

Considerando a la (Asamblea Nacional Constituyente, 2008), se toma como referencia los siguientes artículos para el fundamento legal del proyecto turístico:

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

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

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

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

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

Art 319.- Se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas.

Art 320.- En las diversas formas de organización de los procesos de producción se estimulará una gestión participativa, transparente y eficiente. La producción, en cualquiera de sus formas, se sujetará a principios y normas de calidad, sostenibilidad, productividad sistémica, valoración del trabajo y eficiencia económica y social.

c. Ley de turismo

Considerando la Ley de Turismo suscrita por (Honorable Congreso Nacional, 2002), se toma como referencia los siguientes artículos para el fundamento legal del proyecto turístico:

Art 5.- Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:

- a) Alojamiento
- b) Servicio de alimentos y bebidas;
- c) Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito;
- d) Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento;
- e) La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones; y,
- f) Casinos, salas de juego (bingo-mecánicos) hipódromos y parques de atracciones estables.

Art 8.- Para el ejercicio de actividades turísticas se requiere obtener el registro de turismo y la licencia anual de funcionamiento, que acredite idoneidad del servicio que ofrece y se sujeten a las normas técnicas y de calidad vigentes.

Art 9.- El Registro de Turismo consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos, sea persona natural o jurídica, previo al inicio de actividades y por una sola vez en el Ministerio de Turismo, cumpliendo con los requisitos que establece el Reglamento de esta Ley. En el registro se establecerá la clasificación y categoría que le corresponda.

Art 10.- El Ministerio de Turismo o los municipios y consejos provinciales a los cuales esta Cartera de Estado, les transfiera esta facultad, concederán a los establecimientos turísticos, Licencia única Anual de Funcionamiento, lo que les permitirá:

- a) Acceder a los beneficios tributarios que contempla esta Ley;
- b) Dar publicidad a su categoría;
- c) Que la información o publicidad oficial se refiera a esa categoría cuando ha mención de ese empresario instalación o establecimiento;
- d) Que las anotaciones del Libro de Reclamaciones, autenticadas por un Notario pueda ser usadas por el empresario, como prueba a su favor; a falta de otra; y,
- e) No tener, que sujetarse a la obtención de otro tipo de Licencias de Funcionamiento salvo en el caso de las Licencias Ambientales, que por disposición de la ley de la materia deban ser solicitadas y emitidas.

d. Reglamento general de aplicación de la Ley de Turismo

En decreto ejecutivo 1186, publicado en el Registro Oficial 244 el 5 de enero del 2004 se expide el Reglamento General de aplicación de la ley de Turismo, dentro del cual se toma como referencia los siguientes artículos para el fundamento legal del proyecto turístico:

Art 43.- Definición de las actividades de turismo.- Para efectos de la aplicación de las disposiciones de la Ley de Turismo, las siguientes son las definiciones de las actividades turísticas previstas en la ley:

a) Alojamiento

Se entiende por alojamiento turístico, el conjunto de bienes destinados por la persona natural o jurídica, a prestar el servicio de hospedaje no permanente, con o sin alimentación y servicios básicos y/o complementarios, mediante contrato de hospedaje:

Art 45.- Quien puede ejercer actividades turísticas.- El ejercicio de actividades turísticas podrá ser realizada por cualquier persona natural o jurídica, sean comercial o comunitaria que, cumplidos los requisitos establecidos en la ley y demás normas aplicables y que no se encuentren en las prohibiciones expresas señaladas en la ley y

este reglamento, se dediquen a la prestación de remunerada de modo habitual de las actividades turísticas establecidas en el Art. 8 de la Ley de Turismo.

3) Del registro único de turismo.

Para el (Honorable Congreso Nacional, 2002) el registro único consiste en;

Art. 47.- Obligación del Registro Único de Turismo.- Toda persona natural, jurídica, empresa o sociedad, previo el inicio de cualquiera de las actividades turísticas descritas en el artículo 5 de la Ley de Turismo, obtendrán el registro de turismo, que consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos en el catastro o registro público de empresarios y establecimientos turísticos, en el Ministerio de Turismo.

El registro de turismo se efectuara por una sola vez: y, cualquier cambio que se produzca en la declaración inicial deberá notificarse al Ministerio de Turismo en el plazo máximo de 30 días de ocurrido el hecho, tales como transferencia a cualquier título, arrendamiento, cambio de nombre o razón social, asociación, cambio de local, apertura de sucursal, cierre de establecimientos y otros.

Art. 48.- Pago por concepto de registro.- El valor por concepto de registro se hará por una sola vez y, de acuerdo con el detalle que conste en el correspondiente acuerdo ministerial. Los valores podrán ser ajustados manualmente.

Art. 55.- Requisito previo para la operación.- Para el inicio y ejercicio de las actividades turísticas se requiere además del registro de turismo, la licencia única anual de funcionamiento, la misma que constituye la autorización legal a los establecimientos dedicados a la prestación de servicios turísticos, sin la cual no podrán operar, y tendrá vigencia durante el año en que se la otorgue y los sesenta días calendario del año siguiente.

Art. 56.- Derechos para la obtención de la licencia única anual de funcionamiento: A la persona natural o jurídica en cuyo beneficio se ha expedido la licencia única anual de funcionamiento, le acceden todos los derechos establecidos en el artículo 10 de la ley de turismo.

Art. 60.- Pago de la licencia: El valor que deberá pagarse es igual al valor que se paga por registro. En los municipios descentralizados el valor será fijado mediante la expedición de la ordenanza correspondiente.

e. Reglamento general de Actividades Turísticas

Se ha tomado como referencia los siguientes artículos para el fundamento legal del proyecto turístico, en base a (Honorable Congreso Nacional, 2002).

Art. 1.- Alojamiento.- Son alojamientos los establecimientos dedicados de modo habitual, mediante precio, a proporcionar a las personas alojamiento con o sin otros servicios complementarios. El Ministerio de Turismo autorizará la apertura, funcionamiento y clausura de los alojamientos.

Art. 3.- Clasificación.- Los alojamientos se clasifican en los siguientes grupos:

Grupo 1.- Alojamiento Hoteleros.

i. Subgrupo 1.1. Hoteles.

- Hotel (de 5 a 1 estrellas doradas).
 - Hotel Residencia (de 4 a 1 estrellas doradas).
 - Hotel Apartamento (de 4 a 1 estrellas doradas).
- ii. Subgrupo 1.2. Hostales y Pensiones.
- Hostales (de 3 a 1 estrellas plateadas).
 - Hostales Residencias (de 3 a 1 estrellas plateadas).
 - Pensiones (de 3 a 1 estrellas plateadas).
- iii. Subgrupo 1.3. Hosterías, Moteles, Refugios y Cabañas.
- Hosterías (de 3 a 1 estrellas plateadas).
 - Moteles (de 3 a 1 estrellas plateadas).
 - Refugios (de 3 a 1 estrellas plateadas).
 - Cabañas (de 3 a 1 estrellas plateadas).

Grupo 2.- Alojamiento Extra hoteleros.

i. Subgrupo 2.1. Complejos vacacionales (de 3 a 1 estrellas plateadas).

Hosterías, refugios, moteles y cabañas

Art. 26.- Cabañas.- Son cabañas los 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.

Art. 27.- Hostería, refugios, moteles y cabañas de tres estrellas.- Las hosterías, refugios, moteles y cabañas de tres estrellas, deberán contar con los siguientes servicios:

- i. De recepción las veinticuatro horas del día, atendido por personal capacitado que conocerá, además del español, el idioma inglés. Existirá un mozo de equipaje o mensajero que dependerá de la recepción;
- ii. Central telefónica para llamadas locales e interprovinciales, en los lugares donde hubiere este servicio, y para comunicación con las habitaciones. Este servicio podrá estar atendido por el mismo personal de la recepción;
- iii. En los refugios y moteles, servicio de cafetería las veinticuatro horas del día; y,
- iv. Botiquín de primeros auxilios.

Art. 30.- Servicios comunes en hosterías, moteles, refugios y cabañas.- Las hosterías, moteles, refugios y cabañas, cualquiera sea su categoría, deberán disponer además servicios comunes de comedor y pisos y, en los refugios, de oxígeno y persona adiestrado para administrarlo.

f. Requisitos legales

Para constituir la empresa turística se necesita realizar los siguientes trámites:

1) Registro único de contribuyentes

Para la obtención del RUC (registro único de contribuyentes) de personas jurídicas se requiere:

- a) Formulario 01A y 01B suscritos por el representante legal
- b) Original y copia de la escritura pública de constitución o domiciliación inscrita en el Registro Mercantil
- c) Original y copia de la cédula del Representante Legal o Agente de Retención
- d) Original y copia del certificado de votación del último proceso electoral del Representante Legal o Agente de Retención
- e) Original y copia, de la escritura pública o del contrato social otorgado ante notario o juez.
- f) Original y copia del nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil.

- g) Original y copia del nombramiento del representante legal, notariado y con reconocimiento de firmas.
- h) Original y copia del nombramiento del representante legal avalado por el organismo ante el cual la organización no gubernamental sin fin de lucro se encuentra registrada: Ministerios o TSE
- i) Original y copia de la hoja de datos generales otorgada por la Súper Intendencia de Compañías.

2) Patente municipal

Cuyos requisitos son:

a) Formulario de solicitud de patente

El formulario de solicitud será adquirido en la Tesorería Municipal y llenado por el interesado o por el personal de Rentas, con los siguientes datos:

- i. Fecha de presentación
- ii. Nombres completos de propietarios de la actividad económica o representante legal de la misma
- iii. Número de cedula.
- iv. Papeleta de votación
- v. Número de RUC.
- vi. Nacionalidad.
- vii. Dirección domiciliaria del propietario o representante legal
- viii. Actividad económica a la que se dedica.
- ix. Razón social con que opere
- x. Capital en operación (total activos menos pasivos corrientes)
- xi. Ubicación del establecimiento
- xii. Firma autorizada del declarante

a) Copia de Acta de Constitución cuando la actividad tiene personería jurídica

b) Copia de cedula y papeleta de votación del representante legal

c) Copia de RUC

d) Permiso del Cuerpo de Bomberos

3) Permisos sanitarios

Para obtenerlo, se presenta en la Jefatura Provincial de Salud lo siguiente:

- a) Categorización (para locales nuevos) otorgado por el área de Control Sanitario.
- b) Comprobante de pago de patente del año

- c) Permiso sanitario de funcionamiento
- d) Certificado(s) de salud
- e) Informe de control sanitario sobre cumplimiento de requisitos para la actividad
- f) Copia de cedula de ciudadanía y papeleta de votación actualizada.

4) Registro Actividad Turística

Las personas naturales o jurídicas para registrarse y clasificarse en el Ministerio de Turismo deberán presentar la correspondiente solicitud, en el formulario entregado por la corporación, acompañado de los siguientes documentos:

- a) Copia certificada de la escritura pública de constitución de la compañía y de aumento de capital o reformas de estatutos, si los hubiere, tratándose de personas jurídicas.
 - b) Nombramiento del representante legal, debidamente inscrito de la persona jurídica solicitante en la oficina de Registro Mercantil.
 - c) Copia del RUC.
 - d) Copia de la cedula de identidad.
 - e) Copia de la papeleta de votación.
 - f) Certificado de instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual de no encontrarse registrada la razón o denominación social o nombre comercial motivo de la solicitud
 - g) Registro único de contribuyentes o cedula de ciudadanía o de identidad, según sea la persona natural ecuatoriana o extranjera solicitante.
 - h) Copia del título de propiedad (escrituras de propiedad) o contrato de arrendamiento del local, debidamente legalizado.
 - i) Lista de precios de los servicios ofertados (original y copia).
 - j) Declaración juramentada de activos fijos para cancelación de 1 por mil
- Una vez recibida la solicitud, el departamento correspondiente verificará si esta ha sido presentada en debida forma y dispondrá la visita de inspección previa a la clasificación.

5) Licencia Anual de Funcionamiento

Para obtener la licencia anual de funcionamiento los requerimientos son:

- a) Solicitud de Registro de Catastro Turístico dirigida al Señor Alcalde
- b) Certificado de registro conferido por el Ministerio de Turismo.
- c) Patente municipal actualizada.
- d) Certificado actualizado de afiliación a la Cámara de Turismo Provincial (tramite opcional).
- e) Copia certificada del RUC.
- f) Lista de precios del establecimiento turístico.

g) Fotocopia del título de propiedad o contrato de arrendamiento.

7) Afiliación a la Cámara de Turismo Provincial (Opcional).

Para la afiliación a la Cámara de Turismo Provincial se debe recalcar que su afiliación es opcional y se necesitan los siguientes requisitos:

a) Copia de cedula de identidad del representante legal de la empresa

b) Copia del certificado de votación.

c) RUC.

d) Patente municipal.

e) Registro del Ministerio de Turismo.

f) Dos fotos tamaño carnet.

g. Costos de trámites pertinentes

Cuadro: Gastos de constitución, patentes y licencias del ecolodge

Gastos	Detalle	Valor
De constitución	Estatutos Constitución	255,00
	Elevación escritura de registro	500,00
	Registro nombramiento legal	155,00
	Apertura de cuenta Banco Nacional de IEPI	800,00
	Otras instituciones	100,00
Permisos, patentes y licencias	Registro del Mintur	280,00
	Permiso sanitario	210,00
	Licencia de funcionamiento	204,00
	Otras instituciones	213,62
TOTAL		2767,62

La licencia de funcionamiento: (LUAF): El valor se fija en base a los siguientes factores: el valor otorgado por el Ministerio de Turismo: Número de habitaciones*

1.93USD, y número de mesas*

9.33USD.

Para el proyecto se pretende la construcción de 14 cabañas y la implementación de un restaurante con 20 mesas.

h. Permisos, obligaciones patronales, tributarias y contribuciones pertinentes del ecolodge.

A continuación se detallan los permisos, obligaciones patronales, tributarias y contribuciones pertinentes que la empresa turística Ayanasha Ecolodge debe tramitar para su adecuado funcionamiento:

Cuadro: Permisos para el adecuado funcionamiento del ecolodge

Permisos	A quien se debe pagar y/o cumplir la	Frecuencia de pago y/o cumplimiento	Quien debe pagar y/o cumplir
Registro actividad Turística	Ministerio de turismo	Únicamente al Inicio	P naturales y jurídicas
Licencia única de Funcionamiento	Municipios	Anual	P naturales y jurídicas
Permiso sanitario	Ministerio de Salud	Anual	P naturales y jurídicas
Certificado de salud de empleados	Ministerio de Salud	Anual	P naturales y jurídicas
Patente	Municipio	Anual	P naturales y jurídicas
Rótulos y publicidad Exterior	Municipio	Anual	P naturales y jurídicas
Bomberos	Cuerpo de bomberos	Anual	P naturales y jurídicas

Cuadro: Obligaciones patronales para el adecuado funcionamiento del ecolodge

Obligaciones patronales	A quien se debe pagar y/o cumplir la obligación	Frecuencia de pago y/o cumplimiento	Quien debe pagar y/o cumplir
Décimo cuarto sueldo	Empleados	Anual	P naturales y
Presentar planilla de pago del 14to sueldo	Ministerio de trabajo	Anual	P naturales y jurídicas
Décimo tercer sueldo	Empleados	Anual	P naturales y
Presentar plantilla de pago del 13er sueldo	Ministerio de trabajo	Anual	P naturales y jurídicas
Fondos de reserva	IESS	Anual	P naturales y
Pago del 15% utilidades empleado	Empleados	Anual	P naturales y jurídicas
Presentar planilla de pago del 15% de utilidades	Ministerio de trabajo	Anual	P naturales y jurídicas
Uniformes para el Personal	Empleados	Anual	P naturales y jurídicas
Remuneraciones a los empleados	Empleador	Mensual	P naturales y jurídicas
Aportes seguro social de los empleados	IESS	Mensual	P naturales y jurídicas
Aplicar porcentaje de discapacitados en	Ministerio de trabajo	Permanente	P naturales y jurídicas
Tener dispensador de preservativos	Ministerio de salud	Permanente	P naturales y jurídicas

Cuadro: Otras contribuciones y obligaciones para el adecuado funcionamiento del ecolodge

Otras contribuciones y obligaciones	A quien se debe pagar y/o cumplir la obligación	Frecuencia de pago y/o cumplimiento	Quien debe pagar y/o cumplir
Contribución 1 x mil a los activos fijos (FMPTE)	Ministerio de turismo	Anual	P naturales y jurídicas
Contribución 1 x mil activos reales	Superintendencia de compañías	Anual	P jurídicas
Presentar balances	Superintendencia de compañías	Anual	P jurídicas

D. REALIZACIÓN DEL ESTUDIO SOCIO AMBIENTAL DEL PROYECTO

1. Evaluación socio ambiental

Se utilizó la matriz de Lázaro Lagos la cual es una metodología general para la evaluación de impactos ambientales de proyectos en la que se explica la evaluación matricial de impactos para proyectos de obra o actividades que da detalles generales de este proceso.

a. Identificación de acciones que pueden causar impacto

1) Fase instalación

a) Movimiento de tierra

Debido a la construcción de la obra se deberá realizar movimientos de tierra como excavaciones, aplanamiento, entre otras. Las cuales son acciones inevitables por lo cual en el futuro se deberá implementar medidas que recompensen dichas acciones.

b) Montaje de la obra

Esta acción se refiere a la fase de construcción. En este trabajo dará como resultado varios impactos, lo que es importante analizar con detalle este paso del proyecto.

2) Fase operación

a) Operación turística

Debido a que la fase de operación turística necesariamente necesita de la actividad humana, por lo mismo existirán impactos ambientales en el momento de realizar dicha actividad. Por tal motivo se involucra esta actividad dentro del proyecto.

b) Actividades Turísticas (Alojamiento y Restaurante)

La presente actividad es la que principalmente se debe tomar en cuenta, ya que la presencia de los turistas en el ecolodge generará impactos tanto positivos como negativos.

c) Actividades recreacionales

Esta acción al igual que la anterior son las que principalmente causarán impacto ya que son las principales actividades por las que los clientes llegarán al ecolodge.

d) Educación Ambiental

Esta actividad ayudará a sensibilizar a los visitantes acerca de la importancia de proteger al ambiente a través del reciclaje, el ahorro de agua, energía y la conservación del entorno.

e) Eliminación de desechos

Durante las actividades del ecolodge se generarán desechos tanto inorgánicos como orgánicos, los mismos que generarán impactos tanto positivos como negativos.

f) Notas de trabajo

Este factor será el que genere Notas de trabajo temporal o permanente de empleo en la localidad.

b. Identificación de factores ambientales y sociales del entorno susceptible a recibir impacto.

- | | |
|------------------|-------------------|
| 1) Suelo | 4) Socioeconómico |
| 2) Agua | 5) Paisaje |
| 3) Flora y Fauna | |

Cuadro: Aplicación de la Matriz Lázaro Lagos

COMPONENTES AMBIENTALES	ACTIVIDADES								IMPACTOS	CRITERIO DE EVALUACIÓN									
	1. Movimientos de tierra	2. Montaje de la obra	3. Operación turística	4. Actividades turísticas	5. Actividades recreacionales	6. Educación Ambiental	7. Eliminación de desechos	8. Notas de trabajo		1. Naturaleza	2. Magnitud	3. Importancia	4. Certeza	5. Tipo	6. Reversibilidad	7. Duración	8. Tiempo en aparecer	9. Considerado en proyecto	10. Ponderación
A. SUELO	X	X			X				Compactación	(-)	2	2	D	Pr	2	3	C	N	9
	X	X		X	X		X		Contaminación por desechos	(-)	2	2	D	Sc	1	1	C	S	6
B. AGUA					X	X			Revalorización de la naturaleza	+	1	3	D	Pr	1	2	C	S	6
				X					Contaminación por aguas residuales	(-)	2	2	D	Sc	1	1	C	S	6
C. FLORA Y FAUNA	X	X					X		Modificación del hábitat	(-)	2	2	C	Pr	2	1	C	N	7
	X	X		X	X		X		Alejamiento de especies de fauna	(-)	2	2	D	Sc	2	2	C	N	8
				X					Contaminación por aguas residuales	(-)	2	2	D	Sc	1	1	C	S	6
	X	X		X					Pérdida de flora	(-)	2	2	D	Sc	2	1	C	N	7
		X				X			Reforestación de especies nativas	+	1	3	C	Pr	2	2	M	S	7
	X	X		X	X				Perturbación por ruido	(-)	1	2	D	Pr	2	2	C	N	6
D. SOCIO / CULTURAL				X	X	X			Aumento de turismo en la zona	+	2	3	D	Pr	2	3	L	S	11
						X			Sensibilización de turistas	+	2	3	D	Pr	2	3	M	S	11
				X	X	X			Intercambio cultural	+	2	1	C	Pr	2	3	M	S	7
	X	X	X	X	X			X	Dinamización de la economía local	+	2	3	D	Pr	2	3	M	S	11
E. PAISAJE	X	X		X	X		X		Generación y eliminación de basura	(-)	1	2	D	Pr	1	1	C	N	4
	X	X					X		Modificación del entorno	(-)	2	2	C	Pr	2	2	C	N	8

Tabla VII.42: Matriz de cuantificación de impactos

Componentes ambientales	Actividades								Total (+)	Total (-)	Total
	1	2	3	4	5	6	7	8			
A	-9,-6	-9,-6		-6	-9,-6		-6			57	57
B				-6	6	6			12	6	18
C	-7,-8,-7,-6	-7,-8,-7,7,-6		-8,-6,-7,-6	-8,-6	7	-7,-8		14	112	126
D	11	11	11	11,7,11	11,7,11	11,11,7		11	131		131
E	-4,-8	-4,-8		-4	-4		-4,-8			44	44
Total (+)	11	18	11	29	35	42		11	157		
Total (-)	55	55		43	33		33			219	
Total	66	73	11	72	68	42	33	11			376

En general los resultados obtenidos en las matrices son negativos; arrojando un valor de 219 negativos, frente a un valor de 157 positivos, es un resultado lógico ya que el presente proyecto en esencia se va a construir en un ecosistema frágil.

Los mayoría de impactos son negativos, de moderada intensidad, resultando el factor de mayor afectación las actividades: movimiento de tierra, montaje de la obra, mismos que con el seguimiento, planificación adecuada y utilizando técnicas eficientes se podrá controlar y así no permitir que el impacto sea nocivo ni represente ningún daño considerable para el ecosistema.

Los impactos positivos son menores en cuanto a cifras pero de mayor alcance debido a que se beneficiará a los poblados situados en la zona de amortiguamiento del proyecto además se garantizara el cuidado, manejo y protección de los ecosistemas que se encuentran en el entorno del ecolodge serán las actividades: Actividades recreacionales, educación ambiental: que buscas la sensibilización del cuidado del entorno natural por parte de los turistas que visitan el Ecolodge y los habitantes del sector.

Cuadro: Medidas de mitigación de impactos

Impacto	Acciones
Alejamiento de especies por generación de ruido de maquinaria	Implementar infraestructura adecuada y dar mantenimiento a los equipos y maquinaria.
	En cuanto a la generación de ruido, el Contratista procurará cumplir con lo establecido en el TULAS Libro VI, Anexo 5.
Movimiento de tierra para construcción	Ocupar o mover solo y únicamente el espacio que va a ser ocupado por la construcción.
	Utilizar técnicas y maquinaria adecuada para el movimiento del terreno minimizando el impacto.
	Manejo de escombros mediante la reutilización, reciclaje y depósito en lugares exclusivos
Deficiente sistema de eliminación de aguas residuales	Establecer un sistema de tratamiento adecuado de aguas grises y negras

	Gestión con entidades gubernamentales y no gubernamentales para el mejoramiento de infraestructura básica en la población.
Contaminación por desechos	Elaboración de un plan de manejo de desechos sólidos tanto con el GAD parroquial La Belleza como en la empresa a implementarse
	Capacitación a los prestadores de servicios turísticos en cuanto a manejo de desechos sólidos
Pérdida de flora	Reforestación de especies de plantas nativas

E. DETERMINACIÓN DE LA VIABILIDAD ECONÓMICA-FINANCIERA, PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL ECOLOGDE.

1. Elaboración del estudio económico

a. Inversiones del proyecto

Tabla VII.43: Inversiones del proyecto

Inversiones fijas	Unidad	Cantidad	Inversión requerida	Total de inversión
Terreno	u	1	222000,00	00,00
Edificaciones y construcciones	global	1	232722,40	232722,40
Máquinas y equipos	global	1	7352,00	7352,00
Muebles y enseres	global	1	45490,00	45490,00
Total inversiones fijas				285564,40
Activos diferidos				
Gasto por constitución	global	1	2767,62	2767,62
Gasto publicidad y promoción	global	1	4665,00	4665,00
Gastos insumos y materiales	global	1	36049,48	36049,48
Total inversiones diferidas				43482,10
Capital de trabajo				
Rubro capital de trabajo				67396,06
Total de inversiones				396442,56

b. Fuente de financiamiento y uso de fondos

Cuadro: Fuente de financiamiento y uso de fondos

Descripción	Valor
Inversiones fijas	285564,40
Inversiones diferidos	43482,10
Capital de trabajo	67396,06
Total inversión	396442,56
APORTE SOCIOS	96442,56
PRÉSTAMO BANCO NACIONAL DE FOMENTO	300000,00
Total	396442,56

c. Clasificación de las inversiones

Tabla VII.44: Clasificación de las inversiones

ACTIVOS FIJOS			
Rubro	Cantida d	Costo Unitario	Costo total
Terreno	1	222000,00	0,00
Edificaciones y construcciones			
CAB1	3	10798,28	32394,83
CAB2	4	11625,78	46503,12
CAB4	4	18167,96	72671,85
CAB6	1	31633,48	31633,48
CABPR	1	29163,19	29163,19
CABP	1	20355,93	20355,93
SUBTOTAL			232722,40
Máquinas y equipos	Global	7352,00	7352,00
Muebles y enseres			
CAB1	3	1100	3300
CAB2	4	2200,00	8800
CAB4	4	4400	17600
CAB6	1	8400,00	8400
CABPR	1	4900	4900
CABP	1	2490	2490
SUBTOTAL			45490,00
TOTAL			285564,40
ACTIVOS DIFERIDOS			
Rubro	Cantida d	Costo Unitario	Costo total
Gasto por constitución			
Estatutos Constitución	Global	255,00	255,00
Elevación escritura de registro	Global	500,00	500,00
Registro nombramiento legal	Global	155,00	155,00
Apertura de cuenta Banco Nacional de Fomento	Global	800,00	800,00
IEPI	Global	100,00	100,00
Otras instituciones	Global	280,00	280,00
Registro del Mintur	Global	210,00	210,00
Permiso sanitario	Global	204,00	204,00
Licencia de funcionamiento	Global	213,62	213,62
Otras instituciones	Global	50,00	50,00
SUBTOTAL			2767,62
Gasto publicidad y promoción			

Medios publicitarios	Global	3465,00	3465,00
Talento humano/ferias	Global	700,00	700,00
Visita de negocios a empresas seleccionadas	Global	500,00	500,00
Subtotal			4665,00
Gastos insumos y materiales			
Menaje Baños	Global	10805,00	10805,00
Menaje dormitorios	Global	8113,52	8113,52
Menaje Restaurante	Global	2132,00	2132,00
Menaje Utensilios	Global	5258,92	5258,92
Útiles de aseo	Global	2925,00	2925,00
Materia prima	Global	6815,04	6815,04
Subtotal			36049,48
TOTAL			43482,10
CAPITAL DE TRABAJO			
Sueldos y salarios	Global	67396,06	67396,06
TOTAL			67396,06

d. Financiamiento del proyecto

Tabla VII.45: Financiamiento del proyecto

Financiamiento del proyecto	
Préstamo	300000,00
Aporte socio a	24110,64
Aporte socio b	24110,64
Aporte socio c	24110,64
Aporte socio d	24110,64
Total aporte socios	96442,56
Total inversión	396442,56

El proyecto se financia mediante un aporte individual de cada socio con 24110,64 USD, dando una suma total de 96442,56 USD y el restante de 300000,00 USD será financiado por el Banco Nacional de Fomento con el programa “Negocios Turísticos Productivos” a una tasa de interés del 10% anual.

e. Depreciación de los activos fijos

Tabla VII.46: Depreciaciones de los activos fijos

Detalle	Valor del bien	Depreciación anual	Valor depreciación	% Depr	Años
Edificaciones y construcciones	232722,40	11636,12	58180,60	0,25	20
Máquinas y equipos	7352,00	2450,67	7352,00	1,00	5
Muebles y enseres	45490,00	4549,00	22745,00	0,50	10
TOTAL		18635,79	88277,60		

f. Amortización de activos diferidos

Tabla VII.47: Amortización de activos diferidos

Detalle	Valor	Año 1	Año 3	Año 4	Año 5
Amortización anual	43482,10	8696,42	8696,42	8696,42	8696,42
Amortización acumulada		8696,42	17392,84	26089,26	34785,68

g. Calculo del pago de la deuda

Para el cálculo de pago de la deuda se utilizó los datos siguientes;

- Total de préstamo 300000 USD
- Plazo 5 años
- Capitalizable anual
- Interés al 10%

Tabla VII.48: Pago de la deuda

Año	Capital de préstamo	Intereses	Capital a pagarse	Cuota Anual	Saldo
1	300000,00	30000,00	60000,00	90000,00	240000,00
2	240000,00	24000,00	60000,00	84000,00	180000,00
3	180000,00	18000,00	60000,00	78000,00	120000,00
4	120000,00	12000,00	60000,00	72000,00	60000,00
5	60000,00	6000,00	60000,00	66000,00	0,00
TOTAL		90000,00		390000,00	

h. Estructura de gastos y costos para la vida útil del proyecto

Para la realización de la estructura de gastos y costos del proyecto se proyectó en base a la tasa de inflación anual del 5%.

Tabla VII.49: Estructura de gastos y costos para la vida útil del proyecto

Rubros		Años				
Costos	de	1	2	3	4	5
Costos producción						
Edificaciones y construcciones	y	232722,40	244358,5	256576,45	269405,27	282875,53
Máquinas y equipos		7352,00	7719,60	8105,58	8510,86	8936,40
Muebles y enseres		45490,00	47764,50	50152,73	52660,36	55293,38
Gastos insumos y materiales	y	36049,48	37851,95	39744,55	41731,78	43818,37
Subtotal		321613,88	337694,5	354579,30	372308,27	390923,68
Costos administrativos						
Gasto constitución	por	2767,62	2906,00	3051,30	3203,87	3364,06
Sueldos		67396,06	70765,86	74304,15	78019,36	81920,33
Depreciaciones		18635,79	19567,58	20545,95	21573,25	22651,92
Subtotal		88799,46	93239,44	97901,41	102796,48	107936,30
Costos por ventas						
Publicidad y promoción	y	4665,00	4898,25	5143,16	5400,32	5670,34
Subtotal		4665,00	4898,25	5143,16	5400,32	5670,34
Costos financieros						
Interés bancario		24000,00	25200,00	26460,00	27783,00	29172,15
Subtotal		24000,00	25200,00	26460,00	27783,00	29172,15
TOTAL		439078,34	461032,2	484083,87	508288,07	533702,47

i. Estructura de ingresos

Para la estructura de ingresos se consideró el índice de crecimiento turístico del Ecuador 2014, que es el 14%.

Tabla VII.50: Consumo aparente hospedaje

Detalle	Demanda objetivo año 1	% segmentación	Turistas anual	Turistas mensual	Precio habitaciones	Ingr. Anual	Ingr. Men
	4407	100%	4407	367			
Habitación simple		25%	1102,0	92	30,00	33060,00	2754,38
Habitación doble		25%	1102,0	92	50,00	55100,00	4600,00
Habitación cuádruple		25%	1102,0	92	60,00	66120,00	5520,00
Habitación séxtuple		25%	1101,0	91	90,00	99090,00	8190,00
						253370,00	
Total ingresos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5		
	253370,00	288841,8	329279,6	375378,8	427931,8		

Tabla VII.51: Consumo aparente alimentación

Detalle	Demanda objetivo año 1	% segmentación	Turistas anual	Turistas mensual	Consumo alimentación /día	Ingr. Anual	Ingr. Men
Alimentación	4407	100%	4407	367	31,5	138820,5	11568,3
Total ingresos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5		
	138820,50	158255,37	180411,12	205668,67	234462,29		

Tabla VII.52: Consumo aparente bebidas

Detalle	Demanda objetivo año 1	% segmentación	Turistas anual	Turistas mensual	Consumo bebidas /día	Ingr. Anual	Ingr. Men
	4407	100%	4407	367			
BEBIDAS ALCOHOLICAS		50%	2204	184	42,25	93097,88	7758,16
BEBIDAS SIN ALCOHOL		50%	2203	183	7,5	16522,50	1372,5
						109620,38	
Total ingresos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5		
	109620,38	124967,23	142462,64	162407,41	185144,45		

Tabla VII.53: Total ingresos

TOTAL INGRESOS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Hospedaje	253370,00	288841,8	329279,65	375378,80	427931,84
Alimentación	138820,5	158255,37	180411,12	205668,68	234462,29
Bebidas	109620,38	124967,23	142462,64	162407,41	185144,45
TOTAL	501810,88	572064,40	652153,41	743454,89	847538,58

j. Estado proforma de resultados

Tabla VII.54. Estado proforma de resultados

Rubros	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos	501810,87	572064,39	652153,41	743454,891	847538,576
(-)Egresos	439078,34	461032,26	484083,87	508288,066	533702,47
Utilidad bruta	62732,53	111032,14	168069,54	235166,82	313836,11
(-) 23% Impuesto a la renta	14428,48	25537,39	38655,99	54088,37	72182,30
Utilidad neta	48304,05	85494,75	129413,55	181078,46	241653,80

k. Flujo de caja

Para actualizar el flujo neto efectivo se consideró los siguientes factores de actualización: 0,9; 0,8; 0,7; 0,6.

Tabla VII.55: Flujo de caja

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
+ INGRESOS	501810,88	572064,40	652153,413	743454,891	847538,576
- Costos Producción	345613,88	362894,574	381039,303	400091,268	420095,831
= UTILIDAD MARGINAL	156197,00	209169,82	271114,11	343363,62	427442,74
- Costos Administración	70163,676	73671,8598	77355,4528	81223,2254	85284,39
- Costos de Ventas	4665,00	4898,25	5143,1625	5400,32063	5670,34
= UTILIDAD BRUTA	81368,32	130599,71	188615,50	256740,08	336488,02
- 23% Impuesto Renta	18714,71	30037,93	43381,56	59050,22	77392,24
= UTILIDAD ANTES RESERVA	62653,61	100561,78	145233,93	197689,86	259095,78
- 10 % Reservas capitalización	6265,36	10056,18	14523,39	19768,99	25909,58
= UTILIDAD NETA	56388,25	90505,60	130710,54	177920,87	233186,20
+ Depreciación.	18635,79	18635,79	18635,79	18635,79	18635,79
+ Amortizaciones	8696,42	8696,42	8696,42	8696,42	8696,42
= FLUJO NETO EFECTIVO	83720,45	117837,81	158042,74	205253,08	260518,41

I. Cálculo del punto de equilibrio

Tabla VII.56: Calculo del punto de equilibrio hospedaje

Sección alojamiento	
75% ventas totales (Ingresos)	190027,50
75% habitaciones vendidas	3780,00
Costos fijos	78317,62
Costos variables	21191,52
Precio de venta Unitario	50,27
Costo variable unitario	5,61
Punto de equilibrio /u	1753
Punto de equilibrio /\$	88147,69

Cuadro: Estado de resultados

Ventas (PVU*PE)	88147,69
(-)CV (CVU * PE)	9830,07
(-) CF	78317,62
UTILIDAD NETA	0,00

Tabla VII.57: Calculo del punto de equilibrio Alimentación

Sección Restaurante	
75% ventas totales (Ingresos)	24771,6
75% platos vendidos	810
Costos fijos	34568,442
Costos variables	9599,04
Precio de venta Unitario	30,58
Costo variable unitario	0,08
Punto de equilibrio	1133,47
Punto de equilibrio	34664,09

Cuadro: Estado de resultados

Ventas (PVU*PE)	34664,09
(-)CV (CVU * PE)	95,65
(-) CF	34568,44
UTILIDAD NETA	0,00

2. Evaluación Financiera

Tabla VII.58: Evaluación financiera

INDICADOR	RESULTADO	ANÁLISIS
INVERSIÓN	\$ 396.442,56	
VAN	\$ 163.268,91	El VAN es positivo por tanto el proyecto es viable económicamente.
TIR	11%	El TIR está entre el rango de aceptabilidad para la inversión pública siendo económicamente rentable el 11%
COSTO-BENEFICIO	\$ 1,21	La relación costo beneficio da como resultado que por cada dólar invertido se va a recuperar 0, 21 centavos de dólar
PERIODO RECUPERACION CAPITAL	4	El tiempo de recuperación del proyecto es de 4 años en relación a los 5 años de vida útil del mismo.

VIII. CONCLUSIONES

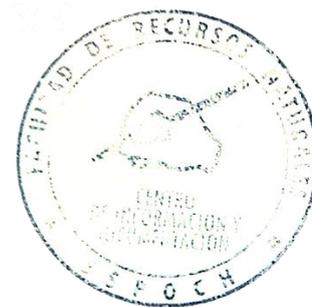
- A. La viabilidad del proyecto es factible por la ubicación en una zona estratégica de acceso al Parque Nacional Yasuní, en su interior alberga una gran variedad de flora y fauna aún por descubrir, circundada por comunidades nativas de los pueblos Quichua y Huaorani que le dan relevancia en el aspecto cultural y hacen de este proyecto un lugar interesante para propios y extraños.
- B. El estudio de mercado determina la viabilidad comercial del proyecto mediante la aceptación de los turistas extranjeros en un 100% y nacionales en 97%.
- C. La construcción del ecolodge es de tipo mixto (Madera y hormigón), con una gama de altos acabados aplicando técnicas amigables con el entorno que garanticen el confort y calidad de los servicios que prestará Ayanasha.
- D. La viabilidad administrativa-legal se basa en el cumplimiento, aplicación de normas y requerimientos emitidos por la normativa legal propuesta y vigente en el Ecuador para la implementación de estos proyectos.
- E. Al ser una actividad de implementación los impactos resultan ser negativos debido a la fragilidad del ecosistema donde se pretende ejecutar el proyecto por lo que se ha propuesto medidas de mitigación para aplacar de alguna forma dichos impactos.
- F. El estudio económico financiero determina un VAN positivo el cual corrobora la factibilidad del proyecto con una tasa interna de retorno $TIR=11\%$ que muestra la rentabilidad, con una relación beneficio costo de 1,21 USD, y un periodo de recuperación del capital en 4 años.

IX. RECOMENDACIONES

- A. Articular las actividades y convenios con organismos locales, nacionales, públicos y privados para establecer una red de mercadeo sólida nacional e internacional.
- B. Para garantizar la afluencia constante de turista es recomendable realizar periódicamente evaluaciones, actualizaciones y mejoras del plan de marketing.
- C. Formular convenios con instituciones educativas para promover la investigación y evolución del ecoturismo en el país.
- D. Incentivar a las comunidades aledañas incluyendo dentro de la propuesta turística con el objetivo de promover la protección, valoración y recuperación de la memoria colectiva de forma integral encaminada al mejoramiento de la calidad de vida de los sectores involucrados.
- E. Fomentar una cultura de sostenibilidad entre todos los actores involucrados en el proyecto para hacer un uso adecuado y responsable de los recursos, promover el respeto a la vida, contribuir con un modelo de vida ejemplar para el Sumak Causay, en nuestro país.

X. RESUMEN**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN ECOLOGDE EN LA PARROQUIA LA BELLEZA, CANTÓN FRANCISCO DE ORELLANA, PROVINCIA DE ORELLANA.**

La presente investigación propone: elaborar el estudio de factibilidad para la implementación de un ecolodge en la parroquia la Belleza, cantón Francisco de Orellana, provincia de Orellana; donde se identificó dos atractivos naturales de jerarquía III y uno de jerarquía IV, el área del proyecto alberga una gran variedad de flora y fauna como comunidades nativas de los pueblos Quichua y Huaorani que le dan relevancia en el aspecto natural y cultural, enfocando con este proyecto, como un lugar interesante para propios y extraños, se realizó el estudio de mercado mediante la aplicación de encuestas personales teniendo aceptación del 97% por parte turistas nacionales y el 100% por parte de turistas extranjeros, identificando con ello el perfil de cada uno, también se estableció un plan de marketing para comercializar y distribuir el producto de una forma correcta. En el estudio técnico se definió la planificación y diseño de la infraestructura turística encaminada a brindar un servicio de confort y comodidad para el visitante en el área de hospedaje y alimentación. Se estructuró la parte organizativa del proyecto como la parte legal, sustentándose en las leyes ecuatorianas relacionadas con la implementación de un ecolodge. Para el estudio socio ambiental se aplicó la matriz de Lázaro Lagos obteniendo resultados de impacto negativo de baja y media intensidad, mismos que no representan una amenaza para el ecosistema donde se ejecutará el proyecto, por último se determinó la viabilidad económica y financiera teniendo como resultado un VAN positivo de \$ 163.268,91 y un TIR del 11% fijándose dentro del rango de aceptabilidad de la inversión pública por lo que se determina que el proyecto es financieramente viable para su implementación.



XI. ABSTRACT

FEASIBILITY STUDY TO IMPLEMENT AND ECOLOGE AT LA BELLEZA PARISH, FRANCICO DE ORELLANA CANTON, ORELLANA PROVINCE.

The present investigation poses to elaborate the feasibility study to implement an ecolodge at la Belleza Parish, Francisco de Orellana Canton, Orellana Province, where two tourist natural attractions of hierarchy III and one hierarchy IV were identified. The project area is home to a wide variety of flora and fauna as well as native communities of Quichua and Huaorani peoples. They highlight the place naturally and culturally. Therefore, it is an interesting place for visitors and inhabitants. A market study was carried out by applying individual surveys. The results were as follows: acceptance 97% of national visitors and 100% of foreign tourist identifying the profile for each one of them. In addition, a marketing plan was established to market and distribute the product correctly. From the technical study, the planning was determined and the tourist infrastructure was designed to offer a convenience service for tourists when lodging and feeding. The project organization such as legal based on Ecuadorian laws related to the ecolodge implementation got structured. Negative impact of low and medium intensity results, threaten for the ecosystem where the project will be executed, were gotten by applying the Lazaro Lagos matrix in the socio environmental study. Finally, the economic and financial viability was determined with a positive NPV result of \$163,268.91 and a IRR of 11% which are within the acceptability of public investment. Therefore, this project is financially viable to be implemented.



XII. BILIOGRAFÍA

- Arboleda Vélez, G. (1998). *Proyectos. Formulación, evaluación y control*. Cali, Colombia: AC Editores Ltda.
- Asamblea Nacional Constituyente. (20 de Octubre de 2008). Constitución de la República del Ecuador. Quito, Pichincha, Ecuador. Recuperado el 16 de Noviembre de 2014, de:
www.asambleanacional.gob.ec/sites/default/files/documents/old/constitucion_de_bolsillo.pdf constitución del ecuador 2008
- Bonilla, R. (Octubre de 2007). *Generalidades del Turismo*. Recuperado el 26 de Julio de 2014, de:
www.ina.ac.cr/turismo/...turisticos/GENERALIDADES%20TURISMO.pdf
- Caballero, V. (2006). *Diagnóstico Ambiental de Las Lagunas del Centro de Recursos*. Prácticas preprofesionales II, Riobamba.
- Canto Pérez, V. C. (5 de Agosto de 2011). *Estudio de factibilidad*. Recuperado el 18 de Julio de 2014, de: <http://www.slideshare.net/Kalev88/estudio-de-factibilidad-8783905>
- Cargua López, V. G. (3 de 07 de 2014). *ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN ECOLOGE*. Recuperado el 22 de 08 de 2014, de: <http://dspace.esPOCH.edu.ec/handle/123456789/3382>
- Cobra, M. (Octubre de 2000). *Marketing de servicios: estrategias para turismo, finanzas, salud y comunicación*. Recuperado el 22 de Julio de 2014, de:
<https://books.google.com.ec/books?id=D3EeOgAACAAJ&dq=inauthor:%22Marcos+Cobra%22&hl=es&sa=X&ved=0CB8Q6AEwAGoVChMIivWi4djoxgIVgbqACh2WNgBh>
- Cruz Cruz, A. M. (8 de Noviembre de 2012). *Planificación y Diseño de un Museo de Arte Colonial para la Parroquia Sicalpa, Cantón Colta, Provincia de*

Chimborazo. Recuperado el 19 de Julio de 2014, de:
<http://dspace.esPOCH.edu.ec/handle/123456789/2131>

Estevez, R. (28 de Agosto de 2012). *Ecolodge*. Recuperado el 27 de Julio de 2014, de:
<http://www.ecointeligencia.com/2012/08/ecolodge-turismo-corazon-naturaleza/>

Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Francisco de Orellana. (12 de Enero de 2015). *Parque Nacional Yasuní*. Recuperado el 12 de Enero de 2015, de:
www.orellana.gob.ec/turismo/camapana-yasuni/79-parque-nacionl-yasuni.html

Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural La Belleza. (22 de 11 de 2012). *Planes de Desarrollo y Ordenamiento Territorial PDyOT*. Recuperado el 27 de 07 de 2014, de: <http://sni.gob.ec/planes-de-desarrollo-y-ordenamiento-territorial>

Hernández Díaz, E. A. (2008). *Proyectos Turísticos Formulación y evaluación* (2a ed.). México D.F, México: Trillas.

Honorable Congreso Nacional. (27 de Diciembre de 2002). Ley de Turismo. Quito, Pichincha, Ecuador. Recuperado el 18 de Noviembre de 2014, de:
<http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/LEY-DE-TURISMO.pdf>

Honorable Congreso Nacional. (17 de Diciembre de 2002). Reglamento General de Actividaes Turísticas. Quito, Pichincha, Ecuador. Recuperado el 18 de: Noviembre de 2014, de <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/REGLAMENTO-GENERAL-DE-ACTIVIDADES-TUR%C3%8DSTICAS.pdf>.

Honorable Congreso Nacional. (27 de Diciembre de 2002). Reglamento General de Aplicacion de la Ley de Turismo. Quito, Pichincha, Ecuador. Recuperado el 18 de Novienbre de 2014, de:
<http://es.slideshare.net/JoffreJorgeBaqueGallo/reglamento-del-turismo-mintur-2011-8404214>

Iglesias Maldonado, P. (27 de Septiembre de 2013). *Sostenible*. Recuperado el 24 de Julio de 2014, de: <http://sostenibleperdona.blogspot.com.es/p/que-es-sostenibilidad.html>

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (Diciembre de 2010). Fascículo Provincial Orellana. *Resultados del Censo 2010*. Francisco de Orellana, Orellana, Ecuador. Recuperado el 24 de Agosto de 2014, de:
<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>

Jiménez, F., Espinoza Gutiérrez, C. L., & Fonseca Retana, L. (Mayo de 2007). *Ingeniería Económica*. Recuperado el 24 de Julio de 2014, de:
<https://books.google.com.ec/books?id=LVLZA74NNwwC&pg=PA6&lpg=PA6&dq=Evaluaci%C3%B3n+econ%C3%B3mica+de+proyectos+de+ingenier%C3%A9a&source=bl&ots=ZV2UtseM9W&sig=FogO89tfs2PiiRiLmG16pNqtavc&hl=es&sa=X&ved=0CEYQ6AEwB2oVChMIoaGu-b7rxgIVSDuICh36HQKW#v=onepage&>

Ministerio de Turismo de Ecuador. (9 de Agosto de 2014). *Ecuador gana 14 premios en los World Travel Awards*. Recuperado el 12 de Enero de 2015, de:
<http://www.turismo.gob.ec/ecuador-gano-como-el-destino-verde-del-mundo-2013/>

Ministerio de Turismo del Ecuador. (13 de Junio de 2013). *Estadísticas de turismo del Ecuador*. Recuperado el 14 de Julio de 2014, de:
<http://blog.espol.edu.ec/ricardomedina/2013/06/13/estadisticas-de-turismo-del-ecuador/>

Ministerio del Ambiente Ecuador. (12 de 2012). *Leyenda de los Ecosistemas del Ecuador*. Recuperado el 20 de 07 de 2014, de: http://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/09/LEYENDA-ECOSISTEMAS_ECUADOR_2.pdf

MINTUR, ECUADOR. (4 de Noviembre de 2013). *Tren Crucero ganó el Premio al Mejor Producto Turístico fuera de Europa*. Recuperado el 12 de Julio de 2014, de: <http://www.turismo.gob.ec/10425/>

Mora Zambrano, A. (Septiembre de 2009). *Matemática Financiera*. Recuperado el 6 de Octubre de 2014, de: <http://es.slideshare.net/angelbaez1217/matematicas-financieras-3e-mora>

- Muñoz Jácome, E. A. (Agosto de 2011). Guía metodológica para la formulación y evaluación de proyectos. *Guía metodológica para la Formulación y Evaluación de Proyectos Turísticos*. Riobamba, Chimborazo, Ecuador.
- Ocampo, J. E. (2002). *Costos y evaluación de proyectos*. D.F, México: CECSA.
- Organización Mundial del Turismo. (Junio de 2004). *Desarrollo sostenible de turismo*. Recuperado el 24 de Julio de 2014, de: <http://sdt.unwto.org/es/content/definicion>
- Quinchuela Pozo, F. M. (2003). *Matemática Financiera I*. Riobamba, Chimborazo, Ecuador.
- Rojo, M. I. (2009). *DIRECCION Y GESTION DE EMPRESAS DEL SECTOR TURISTICO* (4a ed.). Madrid, España: Piramide. Recuperado el 26 de Julio de 2014
- Sapag Chain, N., & Sapag Chain, R. (1991). *Preparación y evaluación de proyectos* (2a ed.). México D.F., México: McGraw-Hill.
- Váquiro, J. D. (7 de Abril de 2012). *Gerencia - Finanzas - Proyectos*. Recuperado el 2014, de: <http://www.pymesfuturo.com/puntodeequilibrio.htm>
- Webyempresas. (22 de Febrero de 2011). *Evaluación de proyectos*. Recuperado el 26 de Julio de 2014, de: <http://www.webyempresas.com/periodo-de-recuperacion-del-capital-prc/>
- Yonekura, A., Carmen, B., & Ramos, R. (27 de Octubre de 2009). *Contenido de un estudio de factibilidad*. Recuperado el 12 de Julio de 2014, de: <http://es.geocities.com/maracucha4/efpi/t1/T1.htm>

XIII. ANEXOS

Anexo XIII-1: Modelo de encuesta realizada para turistas nacionales



ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
ESCUELA DE ECOTURISMO



Datos personales

Género: Masculino () Femenino ()

Edad: menos de 18 años () entre 18 y 25 años () entre 26 y 40 años () más de 40 años ()

Ocupación: Estudiante () Empleado público () Empleado privado () Comerciante () Ama de casa () Jubilado ()

Nivel de Educación: Primaria () Secundaria () Universidad () Posgrado ()

Provincia:..... **Ciudad:**.....

1. ¿Ha utilizado los servicios de un alojamiento ecológico en el cantón Francisco de Orellana?

SI () NO ()

Cuál?.....

2. ¿Le gustaría pasar la noche o utilizar las instalaciones en un alojamiento ecológico en convivencia con la naturaleza y cultura, lejos de la ciudad?

SI () NO ()

Si su respuesta fue SI, por favor continúe respondiendo con la pregunta

Si su respuesta fue NO, la encuesta termina aquí, gracias por su tiempo brindado.

3. ¿Con cuántas personas normalmente realiza un viaje?

Solo () Entre 2 personas ()

Entre 3 a 5 personas () Más de 5 personas ()

4. ¿Cuál es su motivación para realizar un viaje?

Vacaciones () Visita a familiares y/o amigos ()

Congreso/convención () Negocio/trabajo ()

Religión ()

5. ¿Cuántos días permanece en ese lugar?

1 día () 2 días ()

3 días () Más de 3 días ()

6. ¿Qué servicios le gustaría encontrar en el alojamiento ecológico?

Área de recreación () Servicio de alimentación () guianza () Internet ()

Bar () Transporte ()

7. ¿Qué tipo de construcción y mobiliario le gustaría?

Moderno () Tradicional () Rustico () Mixto ()

8. De las siguientes actividades turísticas, seleccione la opción que más le gustaría realizar?

Camping () Fotografía () Caminatas por senderos ()

Visita a comunidades nativas () Ritual de la ayahuasca ()

9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar diariamente por los servicios prestados?

\$30 a \$50 () \$51 a \$70 ()

10. ¿Generalmente como acostumbra a realizar sus pagos?

Efectivo () Tarjeta de crédito ()

11. ¿Cómo obtiene información acerca de los diferentes lugares turísticos?

Agencia de viajes () Amigos/familiares ()

Prensa escrita () Televisión ()

Guía turística () Internet ()

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

Anexo XIII-2: Modelo de encuesta realizada para turistas extranjeros



ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
ESCUELA DE ECOTURISMO

**Personal information**

Gender: Male () Female ()

Age: Under 18 years () between 18 and 25 years () between 26 and 40 years ()
 more than 40 years ()

Ocupación: Student () Public employee () Private employee () Trader ()
 housewife () Retired ()

Level of education: Elementary () Secondary () University () Postgraduate ()

Country of permanent residence..... City:.....

1. ¿ Have you used the services of an eco-lodge in the Francisco de Orellana city?

YES () NO ()

Which?.....

2. ¿ Would you like to stay overnight or use the facilities in an ecological accommodation in coexistence with nature and culture, away from the city?

YES () NO ()

If you answered YES, please continue answering the question.

If you answered NO, the survey ends here, thanks for your time given.

3. ¿ How many people usually takes a trip?

Alone () between 2 people ()

Between 3 - 5 people () More than 5 people ()

4. ¿ What is your motivation for a trip?

Vacations () Visit to families or friends ()

Congress / Convention () Business/job ()

Religion ()

5. ¿ How many days remain in that place?

1 day () 2 days ()

3 days () More tan 3 days ()

6. ¿ What services would you like to find in the ecolodge?

Recreation Area () Foodservice() Guide () Internet () Pub ()

Transport ()

7. ¿ What kind of construction and furniture you like?

Modern () Traditional () Rustic () Mixed ()

8. The following tourist activities, select the option that you want to do?

Camping () Photography () Hiking trails ()

Visit to native communities () Ritual of ayahuasca ()

9. ¿ Much would you pay for services rendered daily?

\$30 to \$50 () \$51 to \$70 ()

10. ¿Generally as you used to make payments?

Cash () Credit Card ()

11. ¿ How to get information about the various tourist places?

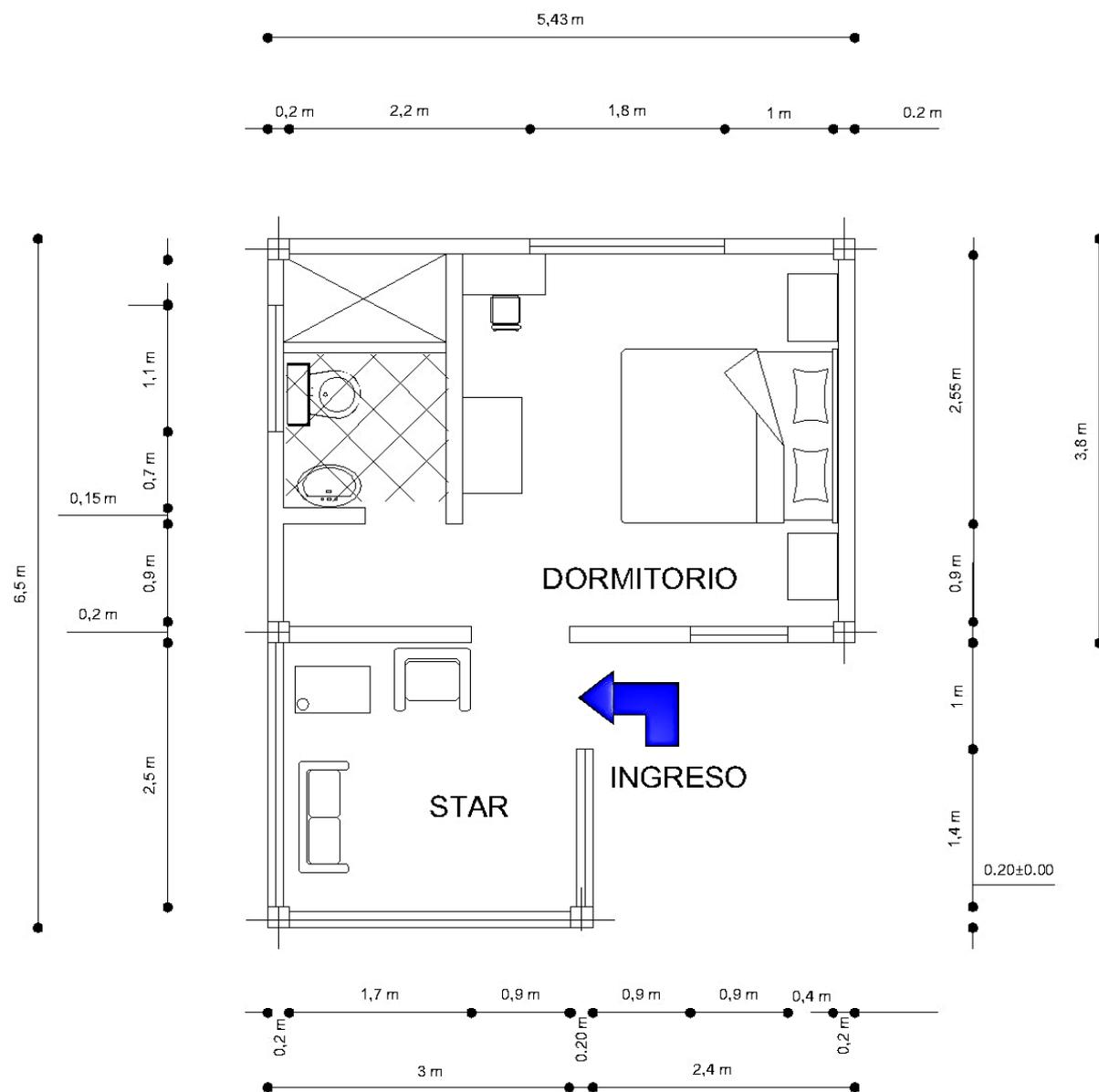
Travel agency () Friends / families()

Press () Tv ()

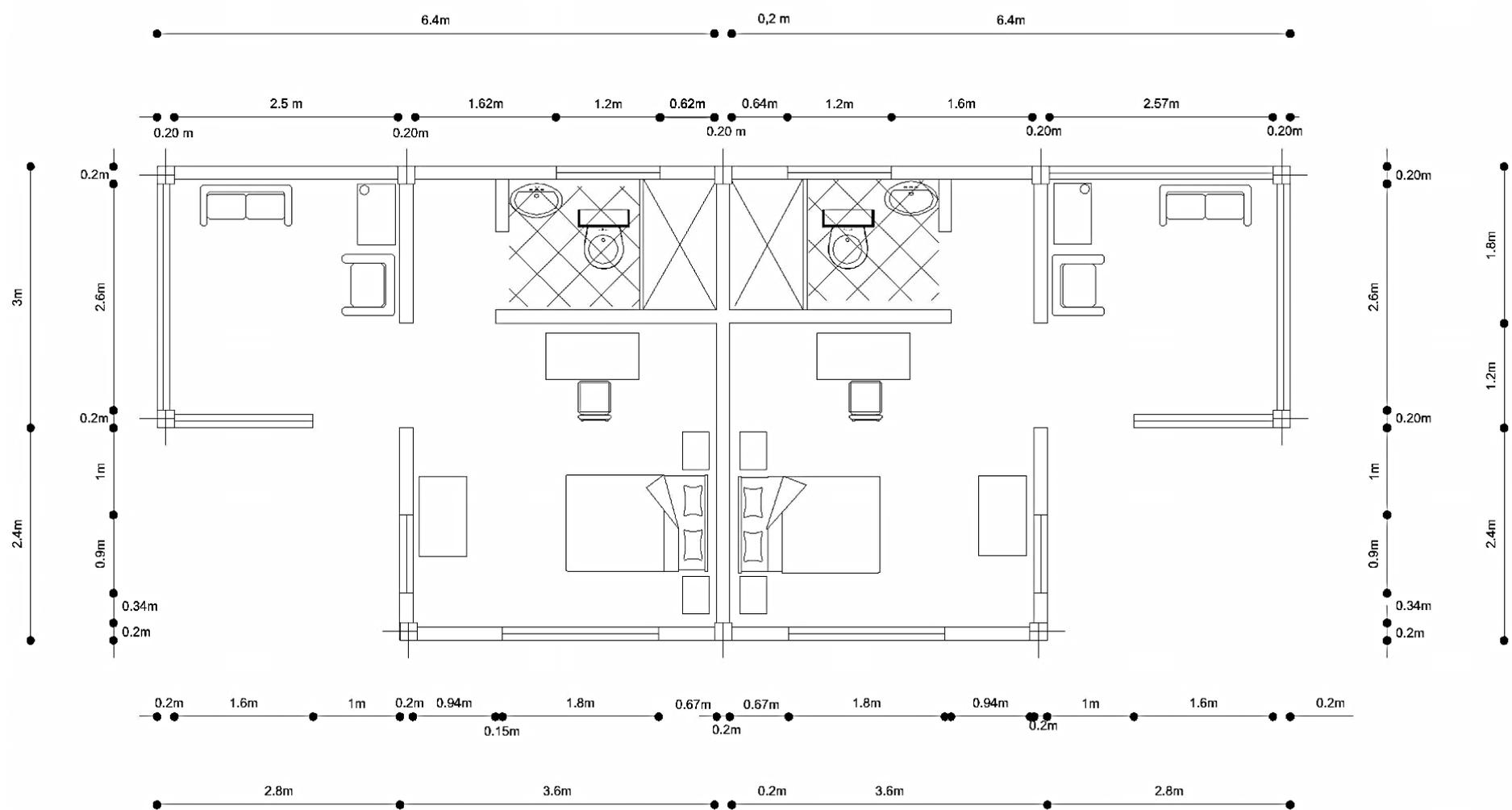
Tourist guide () Internet ()

THANK YOU FOR YOUR COOPERATION!

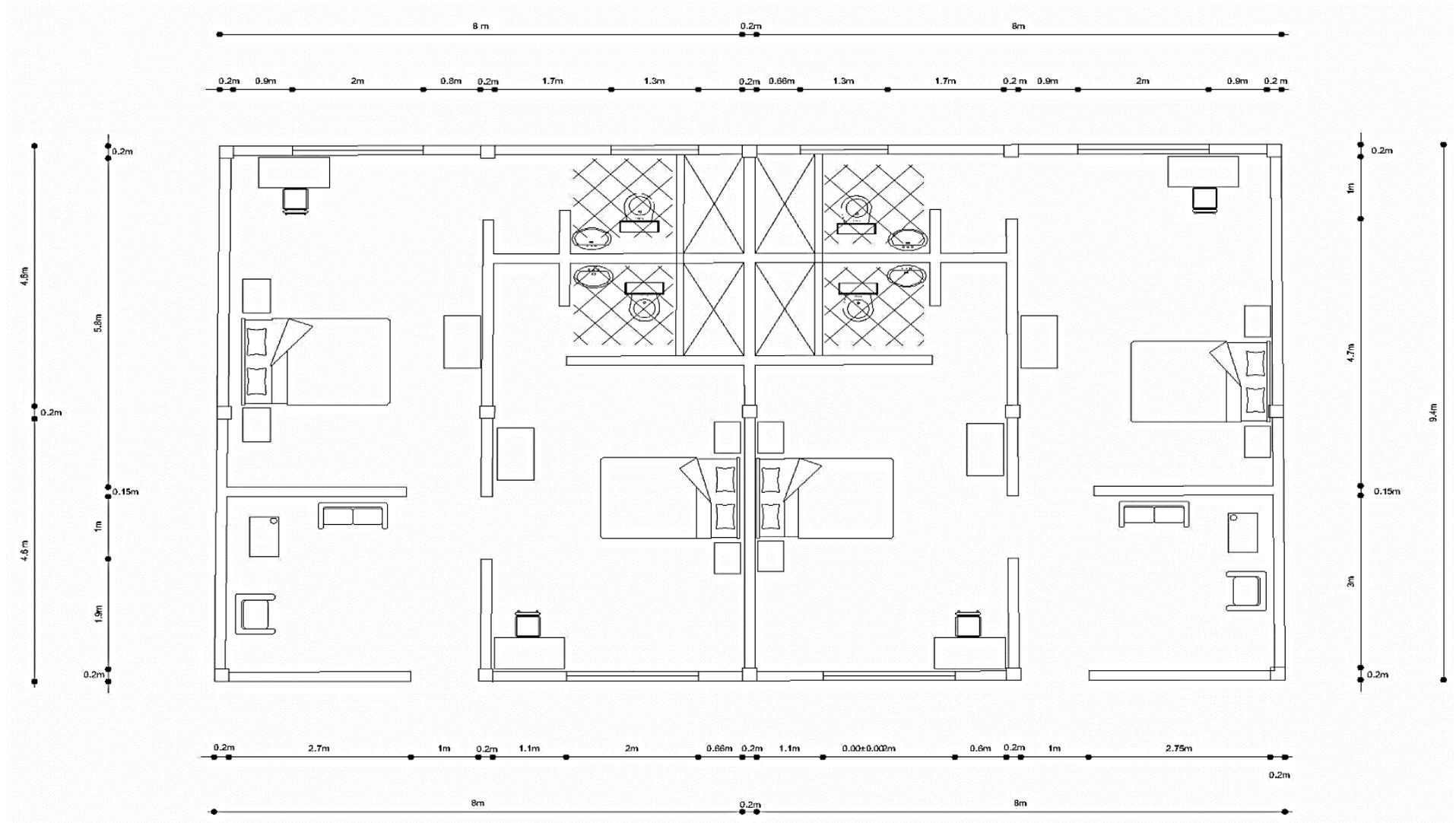
Anexo XIII-4: Cabaña Simple



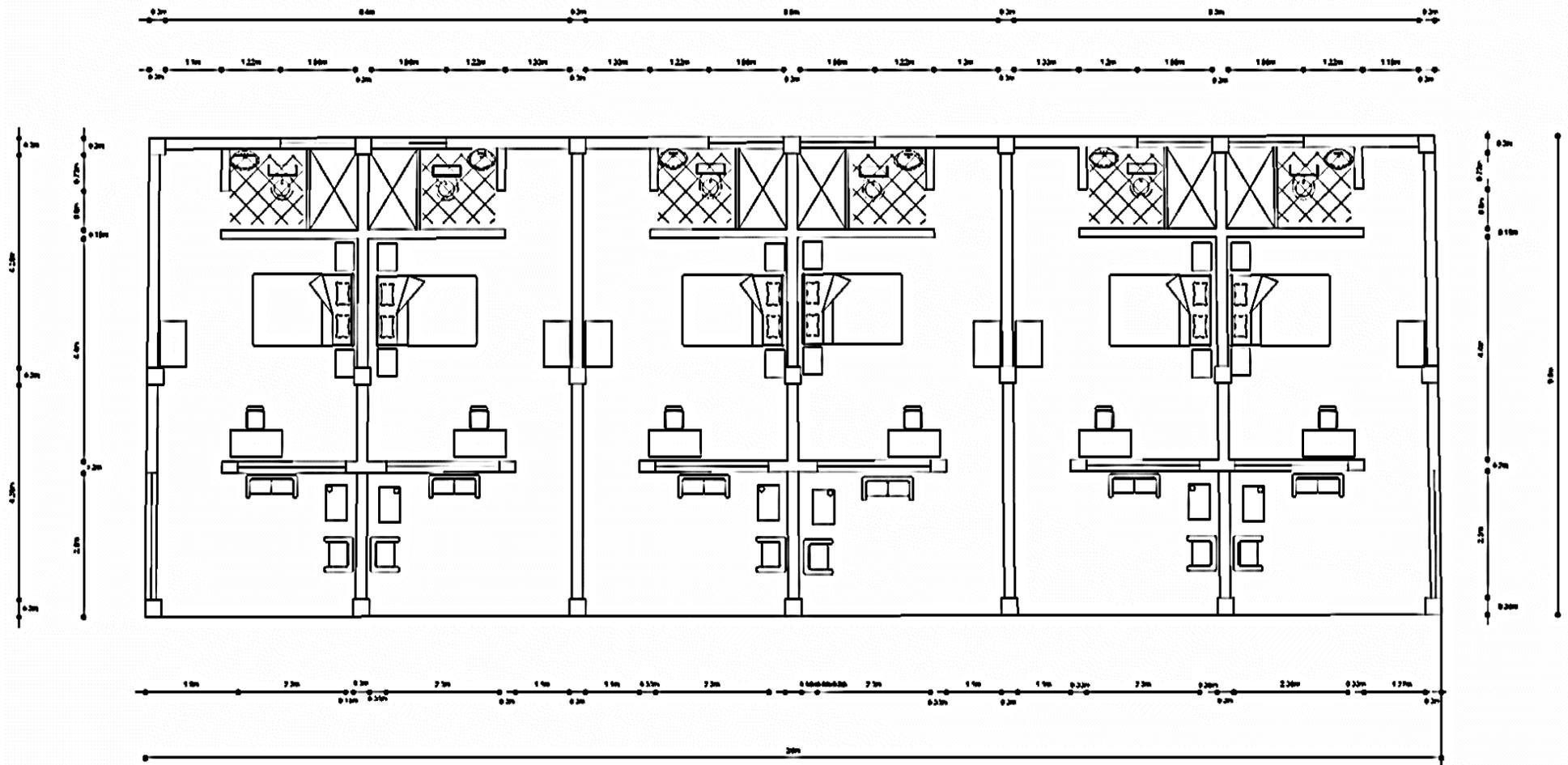
Anexo XIII-5: Cabaña Doble



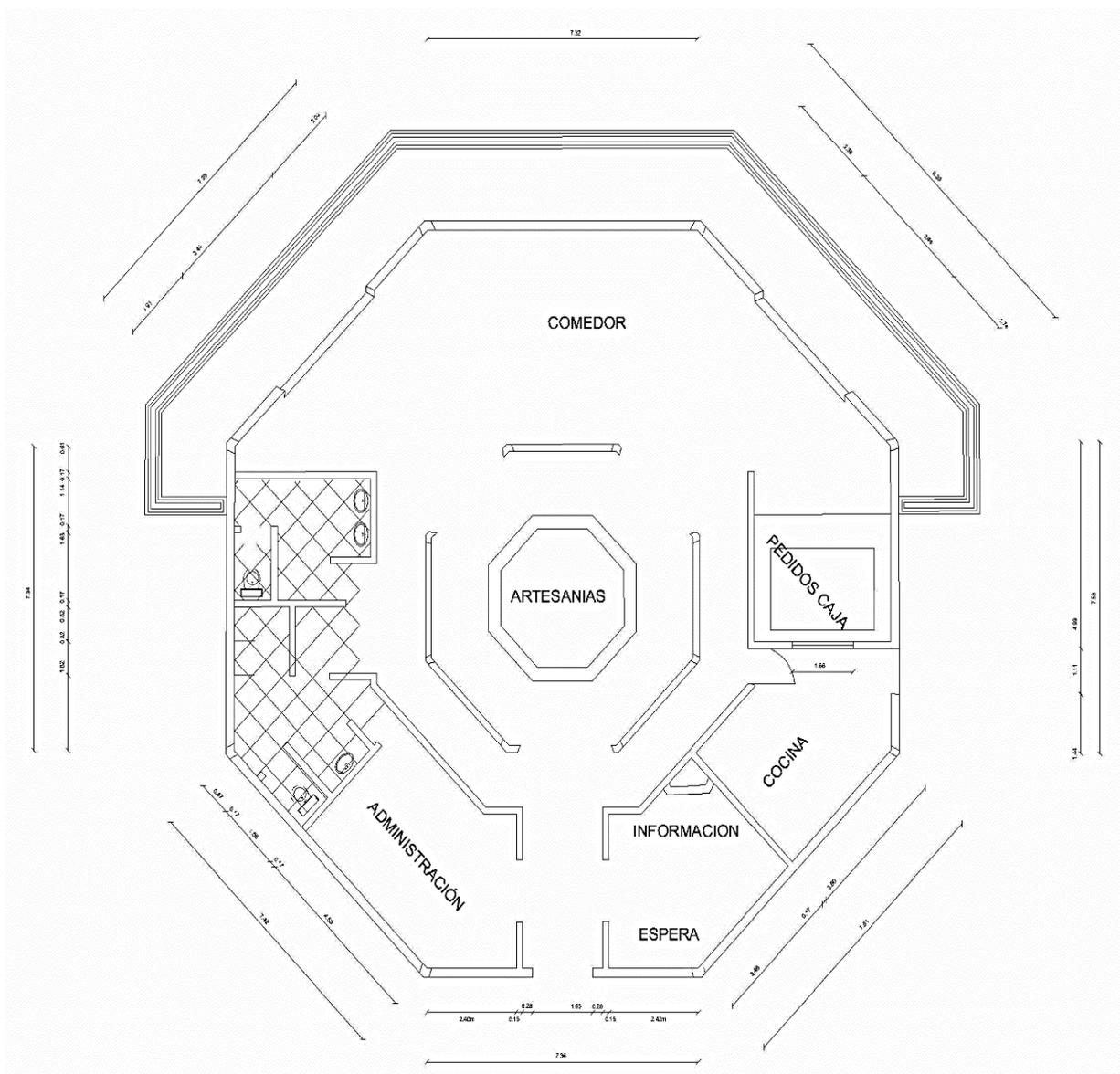
Anexo XIII-6: Cabaña Cuádruple



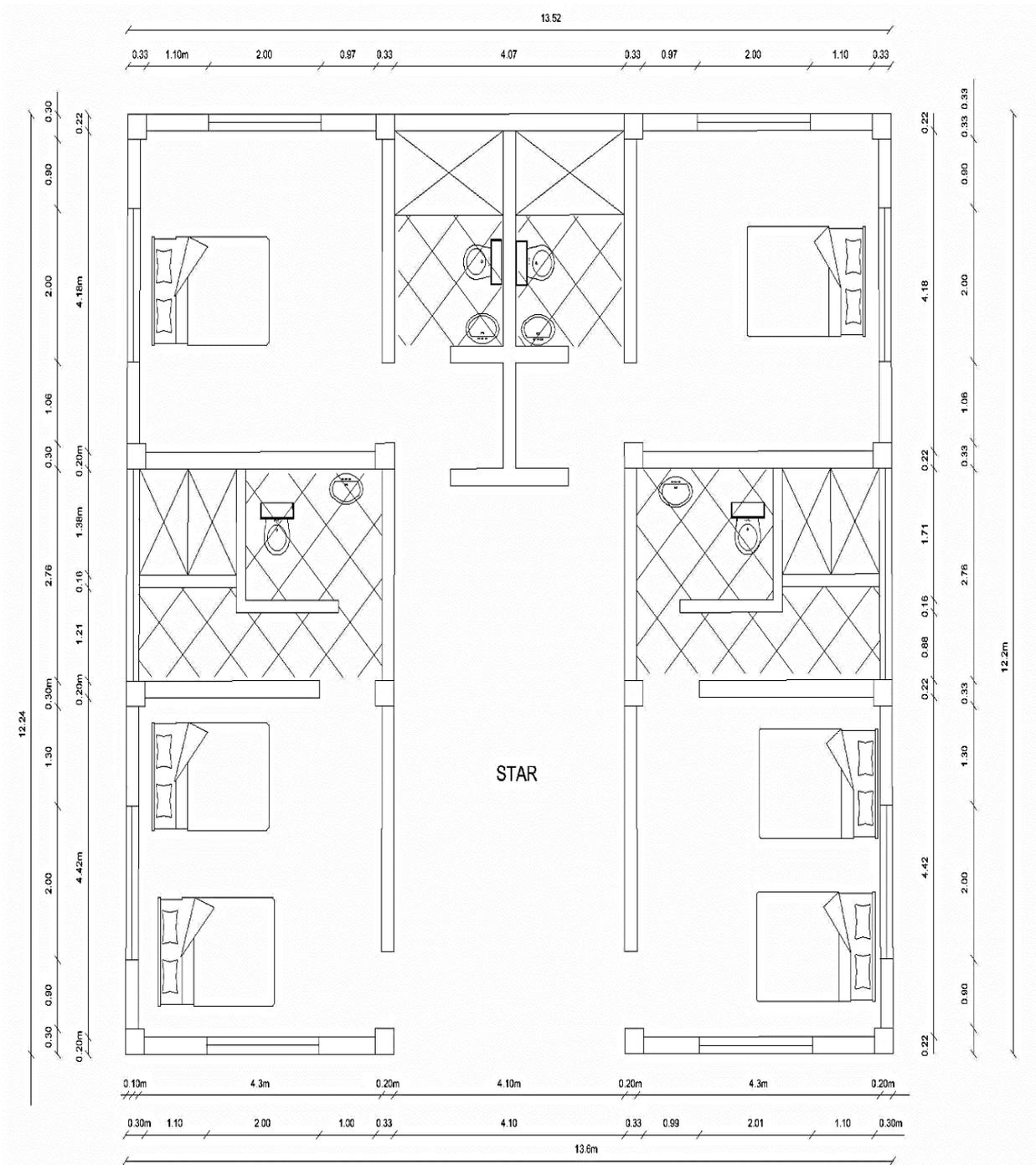
Anexo XIII-7. Cabaña Séxtuple



Anexo XIII-8: Cabaña Principal



Anexo XIII-9: Cabaña de Personal



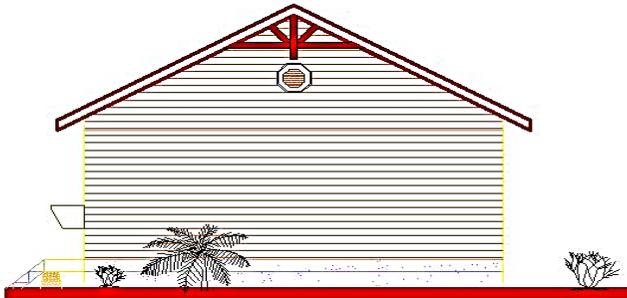
Anexo XIII-10: Fachadas



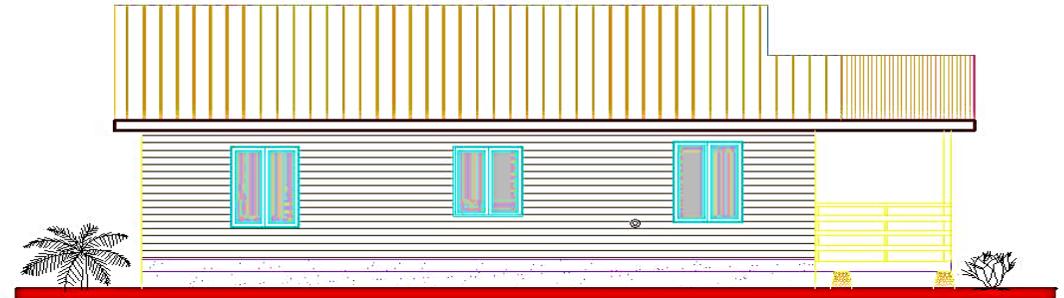
ELEVACION FRONTAL
ESCALA 1 : 50



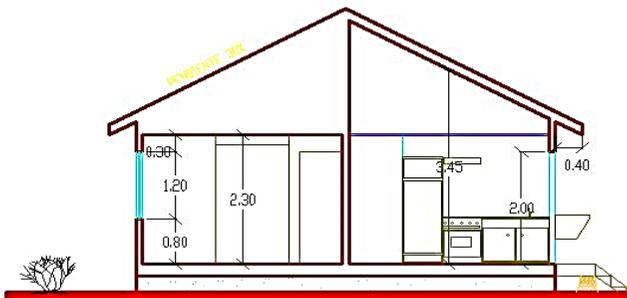
ELEVACION DERECHA
ESCALA 1 : 50



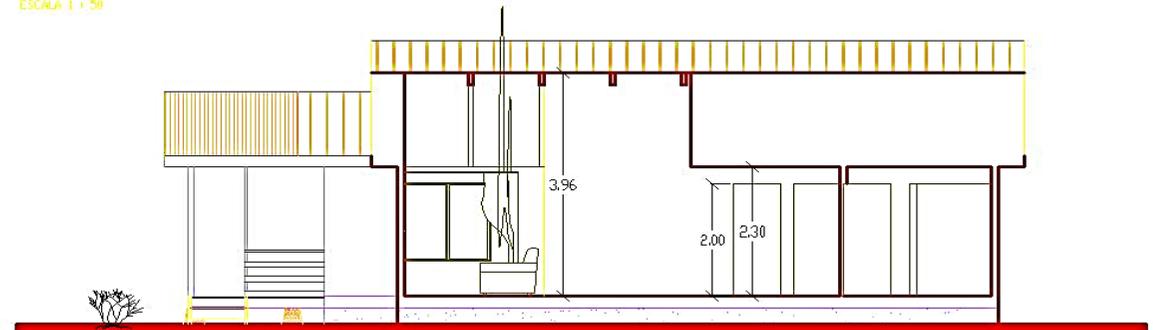
ELEVACION POSTERIOR
ESCALA 1 : 50



ELEVACION IZQUIERDA
ESCALA 1 : 50



CORTE TRANSVERSAL A-A
ESCALA 1 : 50



CORTE LONGITUDINAL 1-1
ESCALA 1 : 50

Anexo XIII-11: Presupuesto construcción cabaña simple

ECOLODGE "AYANASHA"

ELABORADO POR: JUAN CARLOS PEÑA

PRESUPUESTO REFERENCIAL

PRESUPUESTO REFERENCIAL CONSTRUCCIÓN

TABLA DE CANTIDADES Y PRECIOS

No.	ITE M	RUBRO	U	P.UNITARIO	CANTIDAD	P.TOTAL
MOVIMIENTO DE TIERRAS						
1	MT1	Limpieza manual del terreno	m2	0,61	29,20	17,87
2	MT2	Replanteo y nivelación	m2	1,02	29,20	29,78
3	MT3	Excavación plintos y cimientos	m3	4,79	6,00	28,76
4	MT4	Relleno suelo natural (compactado - hidratado)	m3	3,96	3,00	11,88
5	MT5	Desalojo de material	m3	2,24	3,00	6,71
ESTRUCTURA				0,00		
6	EST1	Replantillo H.S. 140 kg/cm2	m3	39,42	5,50	216,83
7	EST2	Cimientos H. Ciclópeo f'c=180 kg/cm2 60% hormigón 40% piedra bola	m3	40,44	29,20	1.180,94
8	EST3	Plintos H.S f'c=210 kg/cm2	m3	96,19	6,00	577,17
9	EST4	Hormigón en cadenas f'c=210 kg/cm2 (incluye encofrado)	m3	136,31	4,75	647,49
10	EST5	Hormigón columnas f'c=210 kg/cm2 (incluye encofrado)	m3	146,94	1,19	174,86
11	EST6	Hormigón en escaleras f'c=210 kg/cm2 (incluye encofrado)	m3	168,26	2,00	336,52
MAMPOSTERIA				0,00		
15	M1	Mampostería mixta ladrillo mambrón (mortero 1:6)/ madera	m2	11,65	13,00	151,39
16	M2	Caja de revisión 60cm*60cm	U	36,81	1,00	36,81
ACABADOS MAMPOSTERIA				0,00		
17	EN1	Enlucido vertical (mortero 1:6)	m2	5,67	13,00	73,70
PISOS				0,00		
18	P1	Contrapiso H.S f'c=180 kg/cm2 e=6cm	m2	10,08	29,20	294,37
19	P2	Masillado de pisos (1:3)	m2	4,76	29,20	138,99
CUBIERTA				0,00		
23	C1	Cubierta de Paja Toquilla incluye chova	m2	22,10	58,00	1.281,80
CARPINTERIA METAL MADERA				0,00		

24	CMM 1	Cerradura llave - seguro	U	15,81	1,00	15,81
25	CMM 2	Puerta de Madera laurel	U	102,00	1,00	102,00
26	CMM 3	Puerta de madera laurel baño	U	76,50	1,00	76,50
27	CMM 4	Ventana de madera y malla extra fina	m2	25,50	5,47	139,49
RECUBRIMIENTOS				0,00		
29	R2	Azulejo de paredes duchas	m2	14,23	15,30	217,70
INSTALACIONES HIDRO SANITARIAS				0,00		
31	AS1	Tubería PVC 4"	m	6,16	10,00	61,63
32	AS2	Puntos de agua	pto	14,03	4,00	56,10
33	AS3	Pieza sanitaria Inodoro blanco	u	84,92	1,00	84,92
34	AS4	Pieza sanitaria lavamanos blanco	u	56,25	1,00	56,25
35	AS5	Tuberia de H.Simple de 150mm	m	4,90	20,00	97,92
36	AS6	Tubería PVC 3"	m	4,96	5,00	24,82
INSTALACIONES ELECTRICAS Y ESPECIALES				0,00		
37	IE1	Tubería conduit 1/2 plg	m	3,32	20,00	66,30
38	IE2	Caja termica general electric	U	42,50	1,00	42,50
39	IE3	Iluminación	pto	32,53	4,00	130,12
40	IE4	Tomacorrientes doble polarizado exe.	U	35,03	4,00	140,11
41	IE5	Instalacion panel solar	U	150,00	1,00	150,00
42	IE6	Panel solar 10Vatios 12 vdc	U	170,00	15,00	2.550,00
43	IE7	Acometida principal eléctrica	m	4,23	100,00	423,30
					TOTAL SIN IVA:	\$9.641,32
IVA 12%					IVA 12%	\$1.156,96
TOTAL CONSTRUCCION CABAÑA 1 HABITACION					TOTAL CON IVA:	\$10.798,28

Anexo XIII-12: Presupuesto construcción cabaña doble

ECOLOGGE "AYANASHA"

ELABORADO POR: JUAN CARLOS PEÑA

PRESUPUESTO REFERENCIAL

PRESUPUESTO REFERENCIAL CONSTRUCCION

TABLA DE CANTIDADES Y PRECIOS

No.	ITE M	RUBRO	U	P.UNIT ARIO	CANTIDAD	P.TOTA L
MOVIMIENTO DE TIERRAS						
1	MT 1	Limpieza manual del terreno	m2	0,61	57,30	35,07
2	MT 2	Replanteo y nivelación	m2	1,02	57,30	58,45
3	MT 3	Excavación plintos y cimientos	m3	4,79	10,00	47,94
4	MT 4	Relleno suelo natural (compactado - hidratado)	m3	3,96	5,00	19,81
5	MT 5	Desalojo de material	m3	2,24	5,00	11,18
ESTRUCTURA				0,00		
6	EST 1	Replantillo H.S. 140 kg/cm2	m3	39,42	8,70	342,98
7	EST 2	Cimientos H. Ciclópeo f'c=180 kg/cm2 60% hormigón 40% piedra bola	m3	40,44	57,30	2.317,38
8	EST 3	Plintos H.S f'c=210 kg/cm2	m3	96,19	10,00	961,95
9	EST 4	Hormigón en cadenas f'c=210 kg/cm2 (incluye encofrado)	m3	136,31	4,00	545,26
10	EST 5	Hormigón columnas f'c=210 kg/cm2 (incluye encofrado)	m3	146,94	2,00	293,88
11	EST 6	Hormigón en escaleras f'c=210 kg/cm2 (incluye encofrado)	m3	168,26	4,00	673,03
MAMPOSTERIA				0,00		
15	M1	Mampostería mixta ladrillo mambrón (mortero 1:6)/ madera	m2	11,65	36,00	419,22
16	M2	Caja de revisión 60cm*60cm	U	36,81	1,00	36,81
ACABADOS MAMPOSTERIA				0,00		
17	EN1	Enlucido vertical (mortero 1:6)	m2	5,67	36,00	204,10
PISOS				0,00		
18	P1	Contrapiso H.S f'c=180 kg/cm2 e=6cm	m2	10,08	57,30	577,64
19	P2	Masillado de pisos (1:3)	m2	4,76	57,30	272,75
CUBIERTA				0,00		
23	C1	Cubierta de Paja Toquilla incluye chova	m2	22,10	24,00	530,40
CARPINTERIA METAL MADERA				0,00		
24	CM	Cerradura llave - seguro	U			

	M1			15,81	2,00	31,62
25	CM M2	Puerta de Madera laurel	U	102,00	2,00	204,00
26	CM M3	Puerta de madera laurel baño	U	76,50	2,00	153,00
27	CM M4	Ventana de madera y malla extra fina	m2	25,50	9,00	229,50
RECUBRIMIENTOS				0,00		
29	R2	Azulejo de paredes duchas	m2	14,23	26,00	369,95
INSTALACIONES HIDRO SANITARIAS				0,00		
31	AS1	Tubería PVC 4"	m	6,16	12,00	73,95
32	AS2	Puntos de agua	pto	14,03	6,00	84,15
33	AS3	Pieza sanitaria Inodoro blanco	u	84,92	2,00	169,83
34	AS4	Pieza sanitaria lavamanos blanco	u	56,25	2,00	112,51
35	AS5	Tubería de H.Simple de 150mm	m	4,90	35,00	171,36
36	AS6	Tubería PVC 3"	m	4,96	10,00	49,64
INSTALACIONES ELECTRICAS Y ESPECIALES				0,00		
37	IE1	Tubería conduit 1/2 plg	m	3,32	45,00	149,18
38	IE2	Caja termica general electric	U	42,50	2,00	85,00
39	IE3	Iluminación	pto	32,53	6,00	195,18
40	IE4	Tomacorrientes doble polarizado exe.	U	35,03	6,00	210,17
41	IE5	Instalacion Panel solar	U	150,00	1,00	150,00
42	IE6	Panel solar 10Vatios 12 vdc	U	170,00	1,00	170,00
43	IE7	Acometida principal eléctrica	m	4,23	100,00	423,30
					TOTAL SIN IVA:	\$10.380,16
IVA 12%					IVA 12%	\$1.245,62
TOTAL CONSTRUCCION INCLUIDO IVA 12%					TOTAL CON IVA:	\$11.625,78

Anexo XIII-13: Presupuesto construcción cabaña cuádruple

ECOLOGGE "AYANASHA"

ELABORADO POR: JUAN CARLOS PEÑA

PRESUPUESTO REFERENCIAL

PRESUPUESTO REFERENCIAL CONSTRUCCIÓN**TABLA DE CANTIDADES Y PRECIOS**

No.	ITEM	RUBRO	U	P.UNI TARI O	CANTID AD	P.TOTAL
MOVIMIENTO DE TIERRAS						
1	MT1	Limpieza manual del terreno	m2	0,61	125,56	76,84
2	MT2	Replanteo y nivelación	m2	1,02	125,56	128,07
3	MT3	Excavación plintos y cimientos	m3	4,79	15,00	71,91
4	MT4	Relleno suelo natural (compactado - hidratado)	m3	3,96	60,00	237,66
5	MT5	Desalojo de material	m3	2,24	8,00	17,88
ESTRUCTURA				0,00		
6	EST 1	Replanteo H.S. 140 kg/cm2	m3	39,42	8,00	315,38
7	EST 2	Cimientos H. Ciclópeo f'c=180 kg/cm2 60% hormigón 40% piedra bola	m3	40,44	15,00	606,65
8	EST 3	Plintos H.S f'c=210 kg/cm2	m3	96,19	15,00	1.442,92
9	EST 4	Hormigón en cadenas f'c=210 kg/cm2 (incluye encofrado)	m3	136,31	8,00	1.090,52
10	EST 5	Hormigón columnas f'c=210 kg/cm2 (incluye encofrado)	m3	146,94	3,00	440,82
11	EST 6	Hormigón en escaleras f'c=210 kg/cm2 (incluye encofrado)	m3	168,26	4,00	673,03
MAMPOSTERIA				0,00		
15	M1	Mampostería mixta ladrillo mambrón (mortero 1:6)/ madera	m2	11,65	80,00	931,60
16	M2	Caja de revisión 60cm*60cm	U	36,81	2,00	73,61
ACABADOS MAMPOSTERIA				0,00		
17	EN1	Enlucido vertical (mortero 1:6)	m2	5,67	80,00	453,56
PISOS				0,00		
18	P1	Contrapiso H.S f'c=180 kg/cm2 e=6cm	m2	10,08	125,56	1.265,77
19	P2	Masillado de pisos (1:3)	m2	4,76	125,56	597,67
CUBIERTA				0,00		
23	C1	Cubierta de Paja Toquilla incluye chova	m2	22,10	138,00	3.049,80

CARPINTERIA METAL MADERA				0,00		
24	CM M1	Cerradura llave - seguro	U	15,81	4,00	63,24
25	CM M2	Puerta de Madera laurel	U	102,00	4,00	408,00
26	CM M3	Puerta de madera laurel baño	U	76,50	4,00	306,00
27	CM M4	Ventana de madera y malla extra fina	m2	25,50	11,52	293,76
RECUBRIMIENTOS				0,00		
29	R2	Azulejo de paredes duchas	m2	14,23	34,00	483,79
INSTALACIONES HIDRO SANITARIAS				0,00		
31	AS1	Tubería PVC 4"	m	6,16	14,00	86,28
32	AS2	Puntos de agua	pto	14,03	12,00	168,30
33	AS3	Pieza sanitaria Inodoro blanco	u	84,92	4,00	339,66
34	AS4	Pieza sanitaria lavamanos blanco	u	56,25	4,00	225,01
35	AS5	Tuberia de H.Simple de 150mm	m	4,90	50,00	244,80
36	AS6	Tubería PVC 3"	m	4,96	16,00	79,42
INSTALACIONES ELECTRICAS Y ESPECIALES				0,00		
37	IE1	Tubería conduit 1/2 plg	m	3,32	70,00	232,05
38	IE2	Caja termica general electric	U	42,50	2,00	85,00
39	IE3	Iluminación	pto	32,53	12,00	390,35
40	IE4	Tomacorrientes doble polarizado exe.	U	35,03	14,00	490,40
41	IE5	Instalacion Paneles solares	U	150,00	2,00	300,00
42	IE6	Panel solar 10Vatios 12 vdc	U	170,00	2,00	340,00
43	IE7	Acometida principal eléctrica	m	4,23	50,00	211,65
					TOTAL SIN IVA:	\$16.221,39
IVA 12%					IVA 12%	\$1.946,57
TOTAL CONSTRUCCION INCLUIDO IVA 12%					TOTAL CON IVA:	\$18.167,96

Anexo XIII-14: Presupuesto construcción cabaña séxtuple

ECOLOGDE "AYANASHA"

ELABORADO POR: JUAN CARLOS PEÑA

PRESUPUESTO REFERENCIAL

PRESUPUESTO REFERENCIAL CONSTRUCCIÓN

TABLA DE CANTIDADES Y PRECIOS

No.	ITE M	RUBRO	U	P.UNI TARIO	CANTI DAD	P.TOTAL
MOVIMIENTO DE TIERRAS						
1	MT1	Limpieza manual del terreno	m2	0,61	204,00	124,85
2	MT2	Replanteo y nivelación	m2	1,02	204,00	208,08
3	MT3	Excavación plintos y cimientos	m3	4,79	29,00	139,03
4	MT4	Relleno suelo natural (compactado - hidratado)	m3	3,96	61,05	241,82
5	MT5	Desalojo de material	m3	2,24	15,00	33,53
ESTRUCTURA				0,00		
6	EST 1	Replantillo H.S. 140 kg/cm2	m3	39,42	20,00	788,46
7	EST 2	Cimientos H. Ciclópeo f'c=180 kg/cm2 60% hormigón 40% piedra bola	m3	40,44	29,00	1.172,85
8	EST 3	Plintos H.S f'c=210 kg/cm2	m3	96,19	21,00	2.020,08
9	EST 4	Hormigón en cadenas f'c=210 kg/cm2 (incluye encofrado)	m3	136,31	10,50	1.431,30
10	EST 5	Hormigón columnas f'c=210 kg/cm2 (incluye encofrado)	m3	146,94	5,00	734,70
11	EST 6	Hormigón en escaleras f'c=210 kg/cm2 (incluye encofrado)	m3	168,26	12,00	2.019,09
MAMPOSTERIA				0,00		
15	M1	Mampostería mixta ladrillo mambrón (mortero 1:6)/ madera	m2	11,65	138,38	1.611,44
16	M2	Caja de revisión 60cm*60cm	U	36,81	3,00	110,42
ACABADOS MAMPOSTERIA				0,00		
17	EN1	Enlucido vertical (mortero 1:6)	m2	5,67	138,38	784,55
PISOS				0,00		
18	P1	Contrapiso H.S f'c=180 kg/cm2 e=6cm	m2	10,08	204,00	2.056,52
19	P2	Masillado de pisos (1:3)	m2	4,76	204,00	971,04
CUBIERTA				0,00		
23	C1	Cubierta de Paja Toquilla incluye chova	m2	22,10	273,00	6.033,30
CARPINTERIA METAL MADERA				0,00		

24	CM M1	Cerradura llave - seguro	U	15,81	6,00	94,86
25	CM M2	Puerta de Madera laurel	U	102,00	6,00	612,00
26	CM M3	Puerta de madera laurel baño	U	76,50	6,00	459,00
27	CM M4	Ventana de madera y malla extra fina	m2	25,50	24,78	631,89
RECUBRIMIENTOS				0,00		
29	R2	Azulejo de paredes duchas	m2	14,23	51,00	725,68
INSTALACIONES HIDRO SANITARIAS				0,00		
31	AS1	Tubería PVC 4"	m	6,16	31,00	191,04
32	AS2	Puntos de agua	pto	14,03	18,00	252,45
33	AS3	Pieza sanitaria Inodoro blanco	u	84,92	6,00	509,49
34	AS4	Pieza sanitaria lavamanos blanco	u	56,25	6,00	337,52
35	AS5	Tuberia de H.Simple de 150mm	m	4,90	75,00	367,20
36	AS6	Tubería PVC 3"	m	4,96	17,00	84,39
INSTALACIONES ELECTRICAS Y ESPECIALES				0,00		
37	IE1	Tubería conduit 1/2 plg	m	3,32	105,00	348,08
38	IE2	Caja termica general electric	U	42,50	2,00	85,00
39	IE3	Iluminación	pto	32,53	18,00	585,53
40	IE4	Tomacorrientes doble polarizado exe.	U	35,03	30,00	1.050,86
41	IE5	Instalacion Paneles solares	U	150,00	4,00	600,00
42	IE6	Panel solar 10Wattios 12 vdc	U	170,00	4,00	680,00
43	IE7	Acometida principal eléctrica	m	4,23	35,00	148,16
					TOTAL SIN IVA:	\$28.244,17
IVA 12%					IVA 12%	\$3.389,30
TOTAL CONSTRUCCION INCLUIDO IVA 12%					TOTAL CON IVA:	\$31.633,48

Anexo XIII-15: Presupuesto construcción cabaña principal

ECOLOGGE "AYANASHA"

ELABORADO POR: JUAN CARLOS PEÑA

PRESUPUESTO REFERENCIAL

PRESUPUESTO REFERENCIAL CONSTRUCCIÓN

TABLA DE CANTIDADES Y PRECIOS

No.	ITEM	RUBRO	U	P.UNITARIO	CANTIDAD	P.TOTAL
MOVIMIENTO DE TIERRAS						
1	MT1	Limpieza manual del terreno	m2	0,61	229,10	140,21
2	MT2	Replanteo y nivelación	m2	1,02	229,10	233,68
3	MT3	Excavación plintos y cimientos	m3	4,79	8,00	38,35
4	MT4	Relleno suelo natural (compactado - hidratado)	m3	3,96	30,00	118,83
5	MT5	Desalojo de material	m3	2,24	15,00	33,53
ESTRUCTURA						
0,00						
6	EST1	Replanteo H.S. 140 kg/cm2	m3	39,42	12,00	473,08
7	EST2	Cimientos H. Ciclópeo f'c=180 kg/cm2 60% hormigón 40% piedra bola	m3	40,44	229,10	9.265,49
8	EST3	Plintos H.S f'c=210 kg/cm2	m3	96,19	8,00	769,56
9	EST4	Hormigón en cadenas f'c=210 kg/cm2 (incluye encofrado)	m3	136,31	5,00	681,57
10	EST5	Hormigón columnas f'c=210 kg/cm2 (incluye encofrado)	m3	146,94	2,00	293,88
11	EST6	Hormigón en escaleras f'c=210 kg/cm2 (incluye encofrado)	m3	168,26	3,00	504,77
MAMPOSTERIA						
0,00						
15	M1	Mampostería mixta ladrillo mambón (mortero 1:6)/ madera	m2	11,65	100,00	1.164,50
16	M2	Caja de revisión 60cm*60cm	U	36,81	3,00	110,42
ACABADOS MAMPOSTERIA						
0,00						
17	EN1	Enlucido vertical (mortero 1:6)	m2	5,67	100,00	566,95
PISOS						
0,00						
18	P1	Contrapiso H.S f'c=180 kg/cm2 e=6cm	m2	10,08	200,00	2.016,20
19	P2	Masillado de pisos (1:3)	m2	4,76	229,00	1.090,04
CUBIERTA						
0,00						
23	C1	Cubierta de Paja Toquilla incluye chova	m2	22,10	120,00	2.652,00
CARPINTERIA METAL MADERA						
0,00						
24	CMM1	Cerradura llave - seguro	U			

				15,81	5,00	79,05
25	CMM2	Puerta de Madera laurel	U	102,00	6,00	612,00
26	CMM3	Puerta de madera laurel baño	U	76,50	2,00	153,00
27	CMM4	Ventana de madera y malla extra fina	m2	25,50	12,64	322,32
RECUBRIMIENTOS				0,00		
29	R2	Azulejo de paredes duchas	m2	14,23	30,60	435,41
INSTALACIONES HIDRO SANITARIAS				0,00		
31	AS1	Tubería PVC 4"	m	6,16	36,00	221,85
32	AS2	Puntos de agua	pto	14,03	8,00	112,20
33	AS3	Pieza sanitaria Inodoro blanco	u	84,92	4,00	339,66
34	AS4	Pieza sanitaria lavamanos blanco	u	56,25	3,00	168,76
35	AS5	Tuberia de H.Simple de 150mm	m	4,90	50,00	244,80
36	AS6	Tubería PVC 3"	m	4,96	12,00	59,57
INSTALACIONES ELECTRICAS Y ESPECIALES				0,00		
37	IE1	Tubería conduit 1/2 plg	m	3,32	150,00	497,25
38	IE2	Caja termica general electric	U	42,50	1,00	42,50
39	IE3	Iluminación	pto	32,53	31,00	1.008,41
40	IE4	Tomacorrientes doble polarizado exe.	U	35,03	15,00	525,43
41	IE5	Instalacion Paneles solares	U	150,00	2,00	300,00
42	IE6	Panel solar 10Vatios 12 vdc	U	170,00	2,00	340,00
43	IE7	Acometida principal eléctrica	m	4,23	100,00	423,30
					TOTAL SIN IVA:	\$26.038,56
IVA 12%					IVA 12%	\$3.124,63
TOTAL CONSTRUCCION CABAÑA PRINCIPAL					TOTAL CON IVA:	\$29.163,19

Anexo XIII-16: Presupuesto construcción cabaña personal

ECOLOGGE "AYANASHA"

ELABORADO POR: JUAN CARLOS PEÑA

PRESUPUESTO REFERENCIAL

PRESUPUESTO REFERENCIAL CONSTRUCCIÓN**TABLA DE CANTIDADES Y PRECIOS**

No.	ITEM	RUBRO	U	P.UNITARIO	CANTIDAD	P.TOTAL
MOVIMIENTO DE TIERRAS						
1	MT1	Limpieza manual del terreno	m2	0,61	136,60	83,60
2	MT2	Replanteo y nivelación	m2	1,02	136,60	139,33
3	MT3	Excavación plintos y cimientos	m3	4,79	16,00	76,70
4	MT4	Relleno suelo natural (compactado - hidratado)	m3	3,96	8,00	31,69
5	MT5	Desalojo de material	m3	2,24	4,00	8,94
ESTRUCTURA				0,00		
6	EST1	Replantillo H.S. 140 kg/cm2	m3	39,42	3,00	118,27
7	EST2	Cimientos H. Ciclópeo f'c=180 kg/cm2 60% hormigón 40% piedra bola	m3	40,44	27,32	1.104,90
8	EST3	Plintos H.S f'c=210 kg/cm2	m3	96,19	16,00	1.539,11
9	EST4	Hormigón en cadenas f'c=210 kg/cm2 (incluye encofrado)	m3	136,31	8,43	1.149,13
10	EST5	Hormigón columnas f'c=210 kg/cm2 (incluye encofrado)	m3	146,94	3,17	465,80
11	EST6	Hormigón en escaleras f'c=210 kg/cm2 (incluye encofrado)	m3	168,26	4,00	673,03
MAMPOSTERIA				0,00		
15	M1	Mampostería mixta ladrillo mambión (mortero 1:6)/ madera	m2	11,65	105,78	1.231,81
16	M2	Caja de revisión 60cm*60cm	U	36,81	2,00	73,61
ACABADOS MAMPOSTERIA				0,00		
17	EN1	Enlucido vertical (mortero 1:6)	m2	5,67	105,78	599,72
PISOS				0,00		
18	P1	Contrapiso H.S f'c=180 kg/cm2 e=6cm	m2	10,08	136,60	1.377,06
19	P2	Masillado de pisos (1:3)	m2	4,76	136,60	650,22
CUBIERTA				0,00		
23	C1	Cubierta de Paja Toquilla incluye chova	m2	22,10	176,53	3.901,31
CARPINTERIA METAL MADERA				0,00		
24	CMM1	Cerradura llave - seguro	U			

				15,81	4,00	63,24
25	CMM2	Puerta de Madera laurel	U	102,00	4,00	408,00
26	CMM3	Puerta de madera laurel baño	U	76,50	4,00	306,00
27	CMM4	Ventana de madera y malla extra fina	m2	25,50	27,40	698,70
RECUBRIMIENTOS				0,00		
29	R2	Azulejo de paredes duchas	m2	14,23	25,00	355,73
INSTALACIONES HIDRO SANITARIAS				0,00		
31	AS1	Tubería PVC 4"	m	6,16	12,00	73,95
32	AS2	Puntos de agua	pto	14,03	14,00	196,35
33	AS3	Pieza sanitaria Inodoro blanco	u	84,92	4,00	339,66
34	AS4	Pieza sanitaria lavamanos blanco	u	56,25	4,00	225,01
35	AS5	Tuberia de H.Simple de 150mm	m	4,90	37,00	181,15
36	AS6	Tubería PVC 3"	m	4,96	6,00	29,78
INSTALACIONES ELECTRICAS Y ESPECIALES				0,00		
37	IE1	Tubería conduit 1/2 plg	m	3,32	98,00	324,87
38	IE2	Caja termica general electric	U	42,50	1,00	42,50
39	IE3	Iluminación	pto	32,53	12,00	390,35
40	IE4	Tomacorrientes doble polarizado exe.	U	35,03	26,00	910,74
41	IE5	Instalacion Paneles solares	U	150,00	1,00	150,00
42	IE6	Panel solar 10Vatios 12 vdc	U	170,00	1,00	170,00
43	IE7	Acometida principal eléctrica	m	4,23	20,00	84,66
					TOTAL SIN IVA:	\$18.174,94
IVA 12%					IVA 12%	\$2.180,99
TOTAL CONSTRUCCION INCLUIDO IVA 12%					TOTAL CON IVA:	\$20.355,93

Anexo XIII-17: Recetas del menú.

Anexo XIII-18: Receta puntas de lomo fino strogonof.

PUNTAS DE LOMO FINO STROGONOF

PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	P. UNITARIO		P. TOTAL
Aceite	400	MI	1,47	c/lt	0,59
Sal	70	Gr	0,35	c/kg	0,02
Pimienta	70	Gr	5,99	c/kg	0,42
lomo de falda	1200	Gr	11,70	c/kg	14,04
Papas	900	Gr	0,66	c/kg	0,59
margarina	200	Gr	7,20	c/kg	1,44
Vino blanco	200	MI	4,83	c/lt	0,97
Vino tinto	200	MI	4,83	c/lt	0,97
Champiñones	500	Gr	7,27	c/kg	3,64
Vegetales	1000	Gr	3,21	c/kg	3,21
Ajo	150	Gr	5,50	c/kg	0,83
Perejil	50	Gr	2,00	c/kg	0,10
Crema de leche	500	ml	2,10	c/lt	1,05
concentrado vegetal	10	gr	11,19	c/kg	0,11
					27,97
				Costo Variable 9%	2,52
				Costo Neto (total + C. Variable)	30,49
				Costo por pax (10)	3,05
				Precio de venta (C x pax / 35%)	8,71
				P.V.P sug	9,50
				utilidad bruta (P.V.S - Cx Pax)	6,45

Anexo XIII-19. Receta Fritada

<u>FRITADA</u>					
PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	P. UNITARIO	U.P	P. TOTAL
Carne de cerdo para fritada	1200	gr	9,12	C/kg	10,94
Papa	600	gr	0,66	C/kg	0,40
Mote	1800	gr	1,87	C/kg	3,37
Maduro	600	gr	1,00	C/kg	0,60
Vegetales	1000	gr	2,00	C/kg	2,00
Sal	70	gr	0,35	C/kg	0,02
Ajo	200	gr	5,50	C/kg	1,10
Cebolla	250	gr	5,62	C/kg	1,41
Comino	100	gr	6,96	C/kg	0,70
Aceite	1000	ml	1,47	c/lt	1,47
					22,00
					Costo Variable 9%
					1,98
					Costo Neto (total + C. Variable)
					23,98
					Costo por pax (10)
					2,40
					Precio de venta (C x pax / 35%)
					6,85
					P.V.P sug
					7,50
					utilidad bruta (P.V.S - Cx Pax)
					5,10

Anexo XIII-20: Receta Trucha en salsa cremosa de limos

<i>TRUCHA EN SALSA CREMOSA DE LIMON</i>					
PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	P. UNITARIO		P. TOTAL
Trucha	2500	Gr	4,50	c/kg	11,25
Ajo	100	Gr	5,50	c/kg	0,55
Limón	2	Und	1,00	c/und	0,20
Aceite	400	ml	1,47	c/lt	0,59
Margarina	150	Gr	7,20	c/kg	1,08
Verde	800	Gr	1,00	c/kg	0,80
Crema de leche	500	ml	2,10	c/kg	1,05
Vegetales	1000	Gr	3,21	c/kg	3,21
Arroz	900	Gr	1,06	c/kg	0,95
Sal	50	Gr	0,35	c/kg	0,02
Pimienta	50	Gr	5,99	c/kg	0,30
Aceite	1000	ml	1,47	c/lt	1,47
concentrado magui	10	gr	11,19	c/kg	0,11
					21,58
					Costo Variable 9%
					1,94
					Costo Neto (total + C. Variable)
					23,52
					Costo por pax (10)
					2,35
					Precio de venta (C x pax / 35%)
					6,72
					P.V.P sug
					7,00
					utilidad bruta (P.V.S - Cx Pax)
					4,65

Anexo XIII-21: Receta Locro de Queso

<u>Locro de queso</u>					
PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	P. UNITARIO		P. TOTAL
papas	2000	gr	0,66	c/kg	1,32
cebolla blanca	100	gr	0,62	c/kg	0,06
ajo	20	gr	5,50	c/kg	0,11
achiote	10	ml	3,76	c/lt	0,04
sal	70	gr	0,35	c/kg	0,02
margarina	80	gr	7,20	c/kg	0,58
concentrado	20	gr	11,19	c/kg	0,22
cilantro	50	gr	2,00	c/kg	0,10
crema de leche	200	ml	2,10	c/lt	0,42
					2,87
				Costo Variable 9%	0,26
				Costo Neto (total + C. Variable)	3,13
				Costo por pax (10)	0,31
				Precio de venta (C x pax / 35%)	0,90
				P.V.P sug	1,50
				utilidad bruta (P.V.S - Cx Pax)	1,19

Anexo XIII-22: Receta Crema de vegetales

<u>Crema de vegetales</u>					
PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	P. UNITARIO		P. TOTAL
brocoli	100	gr	1,76	c/kg	0,18
cebolla	100	gr	0,62	c/kg	0,06
cebolla blanca	100	gr	1,60	c/kg	0,16
ajo	30	gr	5,50	c/kg	0,17
zanahoria	200	gr	0,77	c/kg	0,15
apio	100	gr	1,68	c/kg	0,17
sal	70	gr	0,35	c/kg	0,02
pimienta	70	gr	5,99	c/kg	0,42
crema de leche	400	ml	2,10	c/lt	0,84
concentrado magui	20	gr	11,19	c/und	0,22
					2,39
			Costo Variable 9%		0,22
			Costo Neto (total + C. Variable)		2,61
			Costo por pax (10)		0,26
			Precio de venta (C x pax / 35%)		0,75
			P.V.P sug		1,50
			utilidad bruta (P.V.S - Cx Pax)		1,24

Anexo XIII-23: Receta Minestron Italiano

MINESTRON ITALIANO

PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	P. UNITARIO		P. TOTAL
FREJOL	250	GR	6,2	C/KG	1,55
TOSINO	200	GR	10,96	C/KG	2,19
APIO	100	GR	1,68	C/KG	0,17
ALBAHACA	30	GR	10	C/KG	0,30
CEBOLLA	200	GR	0,62	C/KG	0,12
AJO	50	GR	5,5	C/KG	0,28
MARGARINA	100	GR	7,2	C/KG	0,72
PASTA DDE TOMATE	60	GR	5,67	C/KG	0,34
LAUREL	10	GR	39,17	C/KG	0,39
CONCENTRADOS MAGUI	20	GR	11,19	C/KG	0,22
OREGANO	10	GR	20,33	C/KG	0,20
SAL	50	GR	0,35	C/KG	0,02
ZANAHORIA	200	GR	0,77	C/KG	0,15
ZUQUINI	100	GR	1	C/KG	0,10
PIMIENTA	50	GR	5,99	C/KG	0,30
					7,06
				Costo Variable 9%	0,64
				Costo Neto (total + C. Variable)	7,69
				Costo por pax (10)	0,77
				Precio de venta (C x pax / 35%)	2,20
				P.V.P sug	3,00
				utilidad bruta (P.V.S - Cx Pax)	2,23

Anexo XIII-24: Receta Consomé de pollo

CONSOME DE POLLO

PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	P. UNITARIO		P. TOTAL
POLLO	500	GR	3,07	C/KG	1,54
ZANAHORIA	200	GR	0,77	C/KG	0,15
OREGANO	10	GR	20,33	C/KG	0,20
AJO	30	GR	5,5	C/KG	0,17
CEBOLLA	50	GR	0,62	C/KG	0,03
SAL	40	GR	0,35	C/KG	0,01
PIMIENTA	40	GR	5,99	C/KG	0,24
CONCENTRADO MAGUI	20	GR	11,19	C/KG	0,22
ARVEJA	100	GR	2,2	C/KG	0,22
APIO	50	GR	1,68	C/KG	0,08
ARROZ	150	GR	1,06	C/KG	0,16
					3,03
					Costo Variable 9%
					0,27
					Costo Neto (total + C. Variable)
					3,30
					Costo por pax (10)
					0,33
					Precio de venta (C x pax / 35%)
					0,94
					P.V.P sug
					1,50
					utilidad bruta (P.V.S - Cx Pax)
					1,17

Anexo XIII-25: Receta mouse de maracuyá

MOUSE DE MARACUYA

PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	P. UNITARIO		P. TOTAL
CREMA DE LECHE	300	GR	2,1	C/KG	0,63
HUEVOS	3	UND	3,6	C/UND	0,36
AZUCAR	300	GR	0,95	C/KG	0,29
GELATINA SIN SABOR	20	GR	35,67	C/KG	0,71
MARACUYA	500	GR	1,6	C/KG	0,80
					2,79
				Costo Variable 9%	0,25
				Costo Neto (total + C. Variable)	3,04
				Costo por pax (10)	0,30
				Precio de venta (C x pax / 35%)	0,87
				P.V.P sug	1,25
				utilidad bruta (P.V.S - Cx Pax)	0,95

Anexo XIII-26: Receta Manzanas al horno con mermelada

MANZANAS AL HORNO CON MERMELADA

PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	P. UNITARIO		P. TOTAL
MANAZANAS	500	GR	1,5	C/KG	0,75
MERMELADA	200	GR	2,16	C/KG	0,43
					1,18
				Costo Variable 9%	0,11
				Costo Neto (total + C. Variable)	1,29
				Costo por pax (10)	0,13
				Precio de venta (C x pax / 35%)	0,37
				P.V.P sug	1,00
				utilidad bruta (P.V.S - Cx Pax)	0,87

Anexo XIII-27: Receta Pastel de chocolate

PASTEL DE CHOCOLATE

PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	P. UNITARIO		P. TOTAL
TORTA DE CHOCOLATE LA LECHERA	1500	UND	5,76	C/UND	8,64
HUEVOS	9	UND	3,6	C/UND	1,08
MARGARINA	450	GR	7,2	C/KG	3,24
LECHE	600	ML	0,8	C/LT	0,48
CANTA CLARO	250	ML	2,5	C/LT	0,63
GUINDAS	200	GR	13,1	C/KG	2,62
MERMELADA	300	GR	2,16	C/KG	0,65
CANELA EN RAMA	5	GR	43,3	C/KG	0,22
					17,55
				Costo Variable 9%	1,58
				Costo Neto (total + C. Variable)	19,13
				Costo por pax (10)	1,91
				Precio de venta (C x pax / 35%)	5,47
				P.V.P sug	6,00
				utilidad bruta (P.V.S - Cx Pax)	4,09

Anexo XIII-28: Receta Copa Primavera

COPA PRIMAVERA

PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	P. UNITARIO		P. TOTAL
HELADO	1200	GR	2,5	C/KG	3,00
SANDIA	200	GR	1,88	C/KG	0,38
MELON	200	GR	3	C/KG	0,60
PAPAYA	200	GR	2,25	C/KG	0,45
CHANTYPACK	200	GR	4,44	C/KG	0,89
					5,31
				Costo Variable 9%	0,48
				Costo Neto (total + C. Variable)	5,79
				Costo por pax (10)	0,58
				Precio de venta (C x pax / 35%)	1,65
				P.V.P sug	2,00
				utilidad bruta (P.V.S - Cx Pax)	1,42