



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE COMERCIALIZACIÓN CONSCIENTE DE EMPRENDIMIENTOS PRODUCTIVOS DE LA RESERVA DE BIOSFERA SUMACO, EN EL CANTÓN ARCHIDONA, PROVINCIA DE NAPO”

MARÍA JOSÉ CAMPOS RUIZ

Proyecto de Investigación, presentado ante el Instituto de Postgrado y Educación Continua de la ESPOCH, como requisito parcial para la obtención del grado de Master en Gestión de Proyectos de Desarrollo.

MAGISTER EN GESTION DE PROYECTOS DE DESARROLLO

Riobamba - Ecuador

Julio 2017



ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DE CHIMBORAZO

CERTIFICACION

EL TRIBUNAL DEL TRABAJO DE TITULACIÓN CERTIFICA QUE:

El trabajo de titulación modalidad Gestión de Proyectos de Desarrollo, denominado “Estudio de Factibilidad para la Creación de un Centro de Comercialización Consiente de Emprendimientos Productivos de la Reserva de Biosfera Sumaco, en el Cantón Archidona, Provincia de Napo”, de responsabilidad de la Ing. María José Campos Ruiz, ha sido prolijamente revisado y se autoriza su presentación

PRESIDENTE

ING. OSCAR GRANIZO PAREDES; MDE

FIRMA

DIRECTOR DE TESIS

ING. DANNY DANIEL CASTILLO VIZUETE. MsC

FIRMA

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

ING. LUIS QUEVEDO BAEZ. PHd

FIRMA

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

ING. RICHARD CEVALLOS MOSCOSO. MsC

FIRMA

Riobamba, Julio 2017

DERECHOS INTELECTUALES

Yo, María José Campos Ruiz, declaro que soy responsable de las ideas, doctrinas y resultados expuestos en el presente proyecto de investigación y que el Patrimonio Intelectual generado por la misma pertenece exclusivamente a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo

MARIA JOSE CAMPOS RUIZ

N° DE CÉDULA. 0604444737

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, María José Campos Ruiz declaro que el presente Trabajo de Titulación modalidad Proyectos de Investigación y Desarrollo, denominado “Estudio de Factibilidad para la Creación de un Centro de Comercialización Consiente de Emprendimientos Productivos de la Reserva de Biosfera Sumaco, en el Cantón Archidona, Provincia de Napo” es de mi autoría y que los resultados del mismo son auténticos y originales. Los textos constantes en el documento que provienen de otra fuente están debidamente citados y referenciados.

Como autor/a, asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este proyecto de investigación de maestría.

Riobamba, Julio del 2017

MARIA JOSE CAMPOS RUIZ

N° DE CÉDULA 0604444737

AGRADECIMIENTO

Agradezco inmensamente a Dios, quien me ha colmado de bendiciones haciendo que mi vida sea una cajita de sorpresas y de sueños cumplidos, a mis padres ya que por medio de Dios han sido las personas que han estado pendientes de mí y me han apoyado con todo su cariño y amor

A mi esposo Santiago Landy, quien es la persona que ha sido incondicional y me ha motivado a ser mejor persona.

Un agradecimiento especial al Ing. Danny Castillo, quien como tutor de la tesis me ha orientado, apoyado y corregido durante toda la investigación lo cual me permitirá lograr una nueva meta.

María José

INDICE GENERAL

RESUMEN	xiii
ABSTRACT	xiii
CAPITULO I	
1. INTRODUCCION.....	1
1.1. Justificación	3
1.2. Objetivos.....	4
1.2.1. <i>Objetivo general:</i>	4
1.2.2. <i>Objetivos Específicos.</i>	4
1.3. Hipótesis	4
CAPITULO II	
2. REVISION DE LITERATURA	5
2.1. Desarrollo.....	5
2.2. Comercialización	6
2.3. Promoción	7
2.4. Planificación	7
2.5. Estudio de factibilidad.....	8
2.6. Estudio de Mercado.....	8
2.7. Estudio Técnico.....	8
2.8. Estudio Operativo.....	9
2.9. Evaluación del Impacto Social.....	9
2.10. Evaluación del Impacto Ambiental.....	10
2.11. Estudio Económico Financiero	10
CAPITULO III	
3. MATERIALES Y METODOS	11
3.2. Materiales y Equipos.....	12
3.3. Metodología	12
CAPITULO VI	
4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	15
4.1. Plan Estratégico.....	15
4.1.3. <i>Estrategias</i>	15
4.1.3.1. <i>Ambientales</i>	15
4.1.3.2. <i>Sociales</i>	16

4.1.3.3. <i>Económicas</i>	16
4.1.4. Política	16
4.2. Estudio De Mercado	17
4.2.1. <i>Análisis de la Demanda</i>	17
4.2.2. <i>Resultado del análisis de la demanda</i>	19
4.2.2. <i>Perfil del Visitante</i>	40
4.2.3. <i>Demanda Actual</i>	41
4.2.4. <i>Demanda Potencial de Clientes</i>	41
4.2.5. <i>Demanda Objetiva de Clientes</i>	42
4.2.6. <i>Demanda Objetiva por Servicios</i>	43
4.2.7. <i>Análisis de la Competencia</i>	44
4.2.8. <i>Plan Mercadotécnico del Proyecto</i>	44
4.2.8.7. <i>Requerimientos Para el Área Comercial</i>	51
4.3. Estudio Técnico	53
4.3.1. <i>Tamaño del Proyecto</i>	53
4.3.2. <i>Localización del Proyecto</i>	57
4.3.3. <i>Flujograma del Proceso de Servicios</i>	59
4.3.4. <i>Esquema del Diseño de Infraestructura y Planos Arquitectónicos</i>	62
4.3.5. <i>Requerimiento para el Área Productiva</i>	70
4.4. Estudio Ambiental	72
4.4.1. <i>Propuesta de Plan de Manejo Ambiental</i>	74
4.5. Estudio Legal Administrativo	76
4.5.1. <i>Tipo de Manejo Administrativo a Crearse</i>	76
4.5.2. <i>Propuesta De Gestión Para El Centro De Comercialización</i>	95
4.5.3. <i>Estructura Orgánica</i>	96
4.5.3. <i>Manual de Cargos y Responsabilidades</i>	98
4.5.4. <i>Activos Fijos para el Área Administrativa</i>	100
4.5.5. <i>Gastos para el Área Administrativa</i>	100
4.6. Análisis y Evaluación Financiera	101
4.6.1. <i>Inversiones</i>	101
4.6.2. <i>Financiamiento</i>	102
4.6.3. <i>Depreciación de Activos Fijos</i>	102
4.6.4. <i>Amortización de Activos Diferidos</i>	103
4.6.5. <i>Costos y Gastos</i>	103

<i>4.6.6. Presupuesto de Ingresos</i>	104
<i>4.6.7. Estado de Resultados</i>	105
<i>4.6.8. Flujo de Caja</i>	106
CONCLUSIONES	107
RECOMENDACIONES	109
BIBLIOGRAFIA	
ANEXOS	

INDICE DE TABLAS

Tabla 1-4: Edad de los encuestados de origen nacional.....	19
Tabla 2-4: Aceptación de la propuesta encuestados nacionales.....	20
Tabla 3-4: Interés de los encuestados nacionales por visitar el Centro de Comercialización.....	21
Tabla 4-4: Productos a Comercializarse	22
Tabla 5-4: Servicios extras para el Centro de Comercialización	23
Tabla 6-4: Forma de pago de los encuestados nacionales.....	24
Tabla 7-4: Medios de comunicación por los que se informan los encuestados nacionales.....	25
Tabla 8-4: Lugar seleccionado para el Centro de Comercialización.....	26
Tabla 9-4: Edad de los encuestados extranjeros.....	27
Tabla 10-4: Aceptación de la propuesta.....	28
Tabla 11-4: Actividades que le motivan a visitar el Centro de Comercialización	29
Tabla 12-4: Productos que les gustaría se comercialicen.....	30
Tabla 13-4: Servicios que se podría implementar en el Centro de Comercialización.....	31
Tabla 14-4: Forma de pago que los encuestados extranjeros prefieren	32
Tabla 15-4: Medios de comunicación por los que se informan los encuestados extranjeros.....	33
Tabla 16-4: Lugar seleccionado por los visitantes para que se implemente la propuesta.....	34
Tabla 17-4: Aceptación de la propuesta por las Agencias de Viaje.....	35
Tabla 18-4: Oferta Turística de las Agencias de viaje que incluye visitas a centros de comercialización	36
Tabla 19-4: Interés en implementar en la oferta turística visitas al Centro de Comercialización.....	37
Tabla 20-4: Servicios extras le gustaría se implementen en el Centro de Comercialización.....	38
Tabla 21-4: Preferencia de localización del Centro de Comercialización	39
Tabla 22-4: Proyección potencial de la demanda de clientes nacionales.....	41
Tabla 23-4: Proyección potencial de la demanda de turistas extranjeros.....	42
Tabla 24-4: Proyección potencial de la demanda de agencias de viaje.....	42
Tabla 25-4: Demanda Objetiva Turistas Nacionales.....	42
Tabla 26-4: Demanda Objetiva Turistas Extranjeros	43
Tabla 27-4: Demanda Objetiva por servicios extra que gustaría que se implemente respecto a clientes nacionales. (La demanda por clientes multiplicar por el 80%).....	43
Tabla 28-4: Demanda Objetiva por servicios extra que gustaría que se implemente respecto a clientes extranjeros.....	44
Tabla 29-4: Activos para el Área Comercial.....	51
Tabla 30-4: Inversiones Diferidas del Área Comercial.....	52
Tabla 31-4: Gastos Área Comercial.....	52
Tabla 32-4: Requerimiento Talento Humano para el Área Comercial	52
Tabla 33-4: Demanda Objetiva de visitantes Nacionales.....	53
Tabla 34-4: Demanda Objetiva de Visitantes Extranjeros	53
Tabla 35-4: Demanda Objetiva para el Mirador	54
Tabla 36-4: Demanda Objetiva para el Centro de Interpretación de Emprendimientos de Reserva de Biosfera	54
Tabla 37-4: Demanda Objetiva para la Cafetería.....	54
Tabla 38-4: Demanda Objetiva para el Sendero Interpretativo.....	55
Tabla 39-4: Demanda Objetiva para la Cafetería.....	55

Tabla 40-4: Demanda Objetiva para el Sendero Interpretativo.....	55
Tabla 41-4: Demanda Objetiva para el Centro de Interpretación de Emprendimientos de Reserva de Biosfera	56
Tabla 42-4: Demanda Objetiva para el Mirador	56
Tabla 43-4: Consumo Aparente de Turistas Nacionales.....	56
Tabla 44-4: Consumo Aparente de Turistas Extranjeros	57
Tabla 45-4: Matriz para seleccionar la localización del Centro de Comercialización	58
Tabla 46-4: Características de los medios interpretativos.....	64
Tabla 47-4: Activos Fijos para el área Productiva	70
Tabla 48-4: Inversiones Diferidas para el área Productiva	70
Tabla 49-4: Insumos y materiales área productiva.....	70
Tabla 50-4: Requerimiento de Mantenimiento	71
Tabla 51-4: Matriz de Impacto Ambiental del Proyecto.....	72
Tabla 52-4: Activos Fijos Área Administrativa	100
Tabla 53-4: Gastos para el área Administrativa	100
Tabla 54-4: Inversiones.....	101
Tabla 55-4: Inversión por Etapas	102
Tabla 56-4: Depreciación de Activos Fijos.....	102
Tabla 57-4: Amortización de Activos Fijos	103
Tabla 58-4: Costos y Gastos	103
Tabla 59-4: Presupuesto Ingresos para el Municipio de Archidona	104
Tabla 60-4: Presupuesto de Ingresos para los Emprendedores	104
Tabla 61-4: Estado de Resultados Municipio de Archidona.....	105
Tabla 62-4: Estado de Resultados para los Emprendedores	105
Tabla 63-4: Flujo de Caja para el Municipio	106
Tabla 64-4: Flujo de Caja para los Emprendedores	106

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfica 1-4: Edad de los encuestados nacionales.....	20
Gráfica 2-4: Aceptación de la Propuesta.....	21
Gráfica 3-4: Interés de los encuestados nacionales por visitar el Centro de Comercialización ...	22
Gráfica 4-4: Productos que le gustaría que se comercialice.....	23
Gráfica 5-4: Servicios Extras en el Centro de Comercialización.....	24
Gráfica 6-4: Forma de pago de los encuestados nacionales.....	25
Gráfica 7-4: Medios de comunicación por los que se informan los encuestados nacionales.....	26
Gráfica 8-4: Lugar seleccionado para el Centro de Comercialización.....	27
Gráfica 9-4: Edad de los encuestados extranjeros.....	28
Gráfica 10-4: Aceptación de la propuesta.....	29
Gráfica 11-4: Actividades que le motivan visitar el Centro de Comercialización.....	30
Gráfica 12-4: Productos que les gustaría se comercialicen.....	31
Gráfica 13-4: Servicios que se podría implementar en el Centro de Comercialización.....	32
Gráfica 14-4: Forma de pago que los encuestados extranjeros prefieren.....	33
Gráfica 15-4: Medios de comunicación por el que los encuestados extranjeros se informan.....	34
Gráfica 16-4: Lugar seleccionado por los visitantes para que se implemente la propuesta.....	35
Gráfica 17-4: Aceptación de la propuesta por las Agencias de Viaje.....	36
Gráfica 18-4: Oferta Turística de las Agencias de viaje que incluye visitas a centros de comercialización.....	37
Gráfica 19-4: Interés en implementar en la oferta turística visitas al Centro de Comercialización.....	38
Gráfica 20-4: Servicios extras le gustaría se implementen en el Centro de Comercialización....	39
Gráfica 21-4: Preferencia de localización del Centro de Comercialización.....	40
Gráfica 22-4: Flujo grama para el servicio de Mirador.....	59
Gráfica 23-4: Flujo grama para el Servicio del Centro de Interpretación.....	60
Gráfica 24-4: Flujo grama para el servicio de cafetería.....	61
Gráfica 25-4: Planos Arquitectónicos de la cafetería y centro de interpretación.....	62
Gráfica 26-4: Fachas de las Instalaciones de Cafetería y Centro de Interpretación.....	62
Gráfica 27-4: Organigrama Estructural del Centro de Comercialización de Emprendimientos de la Reserva de Biosfera Sumaco.....	96
Gráfica 28-4: Organigrama Funcional del Centro de Comercialización de Emprendimientos de la Reserva de Biosfera Sumaco.....	97

INDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustraciones 1-3: Mapa del Sitio de la Propuesta	11
Ilustración 2 -4: Modelo de blog para promocionar el Centro de Comercialización	48
Ilustración 3-4: Modelo de Volante	48
Ilustración 4-4: Modelo de Tríptico promocional	49
Ilustración 5-4: Modelo de Afiche	50
Ilustración 6-4: Mapa de la Reserva de Biosfera Sumaco	57
Ilustración 7-4: Mapa de localización del Centro de Comercialización	58
Ilustración 8-4: Panel Informativo Emprendimientos Turismo Comunitario	64
Ilustración 9-4: Panel Importancia de Conservar el Bosque	65
Ilustración 10-4: Exhibición Itinerante Propiedades nutritivas y recetas de hongos ostra.....	65
Ilustración 11-4: Exhibición Interactiva Clases de Cacao Amazónico	67
Ilustración 12-4: Exhibición Interactiva Guayusa y sus propiedades	68
Ilustración 13-4: Anaquel para exhibir artesanías.....	69
Ilustración 14-4: Anaqueles para exhibir orfebrería y chocolates.....	69
Ilustración 15-4: Esquema del Modelo de Gestión	96

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo realizar el estudio de Factibilidad para la Creación de un Centro de Comercialización Consciente de Emprendimientos Productivos de la Reserva de Biosfera Sumaco; por medio de premisas particulares se determinó la factibilidad de la propuesta a través de los estudios de: mercado, técnico, ambiental, legal-administrativo y económico-financiero, la sostenibilidad de la propuesta se establece por medio de alianzas estratégicas entre el Ministerio de Ambiente y el Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Archidona y asociaciones comunitarias que desarrollan los emprendimientos, la propuesta tiene la finalidad de crear un espacio para la recreación y educación de visitantes y turistas, pero sobre todo para potenciar la comercialización de los productos desarrollados por los emprendedores localizados en la Reserva de Biosfera Sumaco, cantón Archidona. El estudio de factibilidad determinó el proyecto como factible, ya que se visualizó la viabilidad en torno al mercado objetivo existente para el Centro de Comercialización, luego de aplicar las encuestas se determinó una aceptación por parte de los visitantes extranjeros del 92% en el caso de nacionales de 87%, además se estipuló el diseño del servicio que prestará el Centro de Comercialización, los impactos ambientales que puede generar el proyecto, la figura legal con la que se operará estos servicios y la factibilidad económica que generará el Centro de Comercialización. Para ejecutar la propuesta se recomienda contar con una base de datos de todos los emprendedores que al momento se encuentran generando propuestas de desarrollo sostenible con fines de conservación del ambiente para paulatinamente ir incrementando espacios dedicados a la comercialización y educación al cliente.

Palabras Clave:

<CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS>, <DESARROLLO SOCIAL>, <ESTUDIO DE FACTIBILIDAD>, <EMPRENDIMIENTOS> <RESERVA DE BIOSFERA SUMACO>, <SUSTENTABILIDAD>, <CONSUMO CONSCIENTES>

ABSTRACT

The objective of this research was to carry out a Feasibility Study for the Creation of a Conscious Commercialization Center for Productive Entrepreneurships of the Sumaco Biosphere Reserve; the feasibility of the proposal was determined through market, technical, environmental, legal-administrative and economic-financial studies. The sustainability of the proposal was established through strategic alliances in the Ministry of Environment and the Decentralized Autonomous Government of the canton of Archidona and community associations that develop the entrepreneurships, the proposal aims to create a space for the recreation and education of visitor and tourists, but especially to promote the commercialization of products developed by the entrepreneurs located in The Sumaco Biosphere Reserve, Archidona canton. The feasibility study determined the project as feasible, because it is visualized roadways concerning the market, objective existing for the Commercialization Center, after applying the surveys an acceptance was determined by foreign visitors of 92% in the case of the nationals of 87%, also stipulates the design of the service provided by the Commercialization Center, the environmental impacts that can generate the project, the legal figure with which these services are operated and the economic feasibility generated by the Commercialization Center.

In order to implement the proposal, it is recommended to have a development for all the entrepreneurs who are always generating proposals for sustainable development for environmental conservation purposes to gradually increases spaces dedicated to marketing and costumer education.

KEY WORDS: ECONOMIC AND ADMINISTRATORS SCIENCE, SOCIAL DEVELOPMENT, FEASIBILITY STUDY, ENTREPRENEURSHIP, BIOSPHERE RESERVE, SUMACO, SUSTAINABILITY, CONSCIOUS CONSUMPTION

CAPITULO I

INTRODUCCION

Según Aguiñaga, (2010) El gobierno del Ecuador promueve la formulación y aplicación de políticas públicas para armonizar la convivencia entre la naturaleza y las actividades humanas orientadas al desarrollo y al buen vivir, enmarcados en éste escenario podemos hablar de la creación de Reservas de Biosfera que la filosofía de estos lugares es fortalecer las dinámicas que existe entre la conservación y el desarrollo sostenible.

La Reserva de Biosfera Sumaco está localizada en la zona nororiental en la región amazónica del Ecuador, ocupa el 8% de la amazonia del Ecuador, este espacio ha sido el espacio propicio para el desarrollo sostenible en donde actores locales, regionales, nacionales e internacionales han ejecutado programas, proyectos e iniciativas que han fomentado la conservación de los recursos naturales y la reducción de la pobreza. Reservas de Biosfera del Ecuador Lugares Excepcionales, (2010)

El Plan de Manejo de la Reserva de Biosfera,(2002) menciona que es importante involucrar a los Gobiernos Autónomos Descentralizados y la participación de las comunidades para la gestión participativa y eficaz de la Reserva, debido a esta premisa de trabajo cooperativo se pretende realizar un estudio de factibilidad para la Creación de un Centro Consiente de emprendimientos productivos generados en la Reserva de Biosfera Sumaco, en dónde participen el Gobierno Autónomo del Cantón Archidona, El Ministerio de Ambiente como institución rectora de las áreas protegidas y comunidades locales que han generado emprendimiento sostenibles amigables con el ambiente.

Adicionalmente es importante mencionar que según la situación problemática analizada para este estudio (2017), considera que los emprendimiento generados en la Reserva de Biosfera se han establecido a través de modelos de gestión formados en el desarrollo de mesas temáticas, es así que la promoción y comercialización de los emprendimientos se lo han realizado de manera individual, sin embargo se ha identificado una debilidad en la difusión y comercialización de todos los emprendimientos de manera conjunta, acción que no ha permitido generar una identidad en los productos generados en la Reserva de Biosfera, y dar a conocer el objetivo de sustentabilidad y generación de nuevas oportunidades a las comunidades que se encuentran localizada en la zona de amortiguamiento de la Reserva de Biosfera en este caso específico del cantón Archidona

Otro factor causal es la no identificación de nuevos nichos de mercado y necesidades de clientes, situación que marca un estancamiento en los horizontes de promoción y comercialización de los productos, invisibilizando oportunidades y estrategias de promoción y comercialización, según Gómez David, (2014). Mercados de nicho o nichos de mercado son grupos de personas que comparten características similares, a los cuales puede ofrecer su producto o servicio de manera específica porque sabe que tienen exactamente la necesidad que usted o su negocio resuelven. Al atender un mercado de nicho se especializa en una solución a la medida que difícilmente otro competidor estará resolviendo.

Para conocer la factibilidad del proyecto se ha realizado estudios a nivel de mercado, técnico productivo, ambiental, legal administrativo y económico financiero, para lo cual se aplicó

El método inductivo que según (Gómez, 2001), consiste en: “establecer enunciados universales ciertos a partir de la experiencia, esto es, ascender lógicamente a través del conocimiento científico, desde la observación de los fenómenos o hechos de la realidad a la ley universal que los contiene. El método deductivo según Carvajal L (2013), consiste en inferir o razón lógicamente a través de conclusiones o reglas generalizadas, se aplicó debido a que nos ayudará en la formulación del problema, en el estudio de mercado, así como en el análisis de la información de las encuestas y entrevistas aplicadas, las técnicas e instrumentos para el desarrollo de esta investigación se obtuvo a través de la información primaria y secundaria generada e investigada.

Durante la investigación de campo uno de los obstáculos a travesados fue la dificultad de consensuar acuerdos con las instituciones participantes para plasmar la información, sin embargo debido al interés de los participantes se pudo resolver esta dificultad.

La finalidad de esta investigación es que a través de este centro de comercialización los emprendedores de la Reserva de Biosfera Sumaco, se fortalezcan asociativamente y se motiven a continuar en la elaboración de los productos, y que de esta manera los recursos naturales de las áreas protegidas se conserven y continúen brindando los servicios eco sistémicos a todos los seres vivos.

Uno de los intereses por los que se realizó el presente estudio es proporcionar un espacio a los visitantes o turistas de las áreas protegidas en este caso de la Reserva Ecológica Antisana, en el cual se pueda brindar información y educación ambiental acerca del consumo consciente y por qué se debe comprar los productos con responsabilidad ambiental, generados en los emprendimientos de Reserva de Biosfera, ya que de esta manera tendremos personas responsables y conscientes al momento de elegir determinados productos y que de esta forma también están aportando a la conservación de áreas protegidas, según Szaky,T (2014), en su artículo mercadeo para consumidores consciente menciona que es importante incorporar en el mercadeo acciones auténticas como campañas agresivas de porque consumir responsablemente y la creación de productos exclusivos con responsabilidad social y

ambiental, finalmente sostiene que la única forma real de ganar valor en la comunidad consciente es a través de una acción genuina.

La estructura del estudio de factibilidad está dividida por capítulos:

En el capítulo I, se visualiza la investigación literaria a través de un marco teórico y conceptual que sustenta la razón de ser del proyecto

En el capítulo II, se establece la propuesta de intervención a través del desarrollo de los estudios de mercado, técnico- operativo, ambiental, administrativo legal y económico financiero

En el capítulo III, se concluye el estudio de factibilidad y se recomienda lecciones aprendidas y posteriores acciones que se lleven a cabo en el estudio.

1.1 Justificación

Desde la perspectiva práctica esta investigación es de suma importancia, ya que a través de la implementación de un centro de Comercialización Consiente de los emprendimientos de Hongos Ostra, Cacao, Guayusa y Turismo generados en la Reserva de Biosfera Sumaco del cantón Archidona, permitirá que los emprendedores se fortalezcan asociativamente y se motiven a continuar en la elaboración de los productos.

La presente propuesta está enmarcado en el Plan Nacional de Desarrollo del Ecuador, en el objetivo 7 de dicho Plan, establece Garantizar los derechos de la Naturaleza y promover la sostenibilidad ambiental, territorial y global “con la Constitución del 2008, Ecuador asume el liderazgo mundial en el reconocimiento de los Derechos de la Naturaleza, como una propuesta contundente a su estado actual, orientando sus esfuerzos al respeto integral de su existencia en su mantenimiento y la regeneración de sus ciclos vitales y procesos evolutivos”. Es importante recalcar que una de las políticas y lineamientos de este objetivo es impulsar la generación de bioconocimiento como alternativa a la producción primario exportadora, además establece Afianzar el biocomercio mediante la promoción nacional e internacional de los productos y servicios del bioconocimiento, garantizando los beneficios de su uso y comercialización para las comunidades y los ecosistemas.

Adicionalmente esta iniciativa indirectamente estará apoyando a que los recursos naturales que se encuentran bajo conservación en el cantón Archidona, y se proteja las áreas protegidas como es el caso del Parque Nacional Sumaco Napo Galeras y Reserva Ecológica Antisana se preserven para futuras generaciones, ya que la actividad extractiva de los recursos naturales se minimizará, ya que las personas que se encuentra localizadas en la zona de amortiguamiento de las áreas de conservación, continuaran realizando actividades sustentables que les genere ingresos económicos.

El sector turístico también se verá beneficiado, ya que el Centro de Comercialización Consiente de los emprendimientos de Biosfera, estarán localizado en un mirador estratégico en donde se puede visibilizar un increíble paisaje de la Reserva Ecológica Antisana, de esta manera se pretende brindar al turista un servicio de venta de los productos que ofrecen los emprendedores de la Reserva de Biosfera, además que se estará sensibilizando y educando a los turistas y visitantes a un consumo consciente basada en responsabilidad social y ambiental que estos emprendimientos poseen.

El presente proyecto a través de la creación del Centro de Comercialización, aportará a difundir y a través de la transmisión de conocimientos para crear conciencia y tratar de que los visitantes se motiven por ser consumidores responsables por medio educación al cliente acerca de los procesos de desarrollo sostenible de los emprendimientos generados en la Reserva de Biosfera Sumaco, poniendo énfasis sobre todo en la responsabilidad ambiental y social que los emprendimientos han contribuido al cuidado de las Áreas Protegidas localizadas en la provincia de Napo.

1.2. Objetivos

1.2.1. Objetivo general:

Realizar el Estudio de factibilidad para la creación de un Centro de comercialización consciente de los Emprendimientos Productivos de la Reserva de Biosfera Sumaco, Cantón Archidona, provincia de Napo

1.2.2. Objetivos Específicos.

- Realizar el estudio de Mercado
- Elaborar el estudio técnico productivo
- Realizar el estudio Ambiental
- Determinar el estudio Administrativo Legal del proyecto
- Realizar el estudio económico financiero

1.3. Hipótesis

El presente proyecto permite determinar la factibilidad para la creación de un Centro de Comercialización Consciente de los emprendimientos generados en la Reserva de Biosfera Sumaco, perteneciente al cantón Archidona, provincia de Napo.

CAPITULO II

2. REVISION DE LITERATURA

2.1. Desarrollo.

El desarrollo es una condición social, en la cual las necesidades auténticas de su población se satisfacen con el uso racional y sostenible de recursos y sistemas naturales. La utilización de los recursos estaría basada en una tecnología que respeta los aspectos culturales y los derechos humanos. Todos los grupos sociales tendrían acceso a las organizaciones y a servicios básicos como educación, vivienda, salud, nutrición y que sus culturas y tradiciones sean respetadas.

En este contexto, Amartya Sen expresó que para hablar del desarrollo de una sociedad hay que analizar la vida de quienes la integran, que no puede considerarse que hay éxito económico sin tener en cuenta la vida de los individuos que conforman la comunidad. El desarrollo es entonces el desarrollo de las personas de la sociedad. Por este motivo define concretamente: "El desarrollo es un proceso de expansión de las capacidades de que disfrutan los individuos" Sen: (1999b).

2.1.1. *Desarrollo Participativo.*

Desarrollo concebido como la participación de la sociedad civil (o de los actores que la conforman) en una experiencia de formación mutua que les compromete a ellos mismos, a sus recursos locales, a los recursos ajenos y a los agentes externos de cambio. En él se considera que los actores sólo pueden desarrollarse por ellos mismos, mediante la participación en la toma de decisiones y en las actividades cooperativas que afecten su bienestar Oakley et al. (1993:25).

2.1.2. *Desarrollo Rural.*

Para el FIDA, el desarrollo rural incluye los siguientes elementos conceptuales y estratégicos: 1) la reducción de la pobreza rural requiere de políticas y programas claramente focalizados tanto en la población objetivo como en área geográfica; 2) la inversión social mejora el entorno y la calidad de vida del poblador rural, pero la reducción de la pobreza requiere de incrementos sostenibles en los niveles de ingresos de las familias pobres rurales; 3) el proceso dinámico del desarrollo rural estimula la demanda de los mercados locales de bienes y servicios y genera oportunidades de empleo; 4) la mejora del ingreso implica no sólo el crecimiento de la producción y productividad agropecuaria familiar, la pequeña industria agropecuaria y no agropecuaria, sino también la generación de oportunidades de empleo asalariado rural y urbano; y 5) el diseño y

planificación de los programas de desarrollo rural y alivio a la pobreza deben realizarse en forma participativa y constituir el elemento base de los planes de desarrollo municipal y regional (FIDA 2000). Enfoque que busca mejorar la posición de la población rural y el contexto que determina la productividad de sus activos, a través de inversiones que resulten eficaces y efectivas desde el punto de vista social y privado. En este marco el desarrollo rural busca contribuir al crecimiento económico y a la reducción de la pobreza rural. Incluye cinco propuestas: 1) a nivel nacional, coordinar el desarrollo rural con la política macroeconómica y sectorial e iniciativas de otros sectores con el objetivo de eliminar las incongruencias de política y los factores que limitan el desarrollo en el campo; 2) insertar las iniciativas de desarrollo rural en una amplia estrategia de desarrollo regional; 3) emprender una descentralización efectiva a nivel municipal; 4) promover la reconstrucción de un conjunto de instituciones de servicio a los pequeños agricultores y a las zonas rurales (distintas a las para-estatales); y 5) promover organizaciones locales y la acción colectiva de la población pobre, utilizando el capital social local Echevarría (2001).

2.1.3. Desarrollo Sostenible.

Crecimiento económico equilibrado que tiene en cuenta las exigencias del empleo y la integración social, las necesidades de las pequeñas y medianas empresas, la salud y el bienestar de todos, así como la protección de la naturaleza. Su objetivo es asegurar la satisfacción de las necesidades del presente sin comprometer la capacidad y la posibilidad de las futuras generaciones de satisfacer las propias.

2.2. Comercialización

El Diccionario de Marketing, define la comercialización como: “Proceso por el cual los productos pasan de los centros de producción a sus destinos de consumo, a través de diferentes fases u operaciones de compraventa de mayoristas o minoristas“, requiere de una planificación muy cuidadosa, que debe contestar una serie de preguntas:

- Cuándo, en relación con los competidores.
- Dónde, sólo en un área geográfica, o en todo el territorio.
- A quién, todo el mercado potencial, a sólo un segmento, etc.
- Cómo, es decir, debe decidir cómo distribuir sus inversiones promocionales.
- Cuánto tiempo dedicara a las actividades de su fuerza de ventas, cuánto a las relaciones públicas, etc.

Desde otra perspectiva la comercialización, según Méndez (2004), significa que una organización encamina todos sus esfuerzos a satisfacer a sus clientes por una ganancia estimada. Al respecto hay tres ideas fundamentales incluidas en la definición de este concepto:

- La orientación hacia el mercado.
- El esfuerzo total de la empresa.
- La ganancia como objetivo.

Tras este análisis se plantea que el concepto de comercialización ha sido tratado de diversas formas, por lo que se puede considerar, según criterios de este autor, uno que establece argumentos que se ajustan a las necesidades de esta investigación; esto es, considerar a la comercialización como un proceso encaminado a analizar las necesidades de las personas y decidir si los consumidores prefieren más cantidad o diferentes productos, lo que requiere prever qué tipos de productos desearán los distintos consumidores o clientes en lo que concierne a propiedades o características de los productos y decidir a cuáles de estas personas tratará de satisfacer la empresa.

2.3. Promoción

Según Jerome McCarthy (quién introdujo el concepto de las 4P's del marketing: Producto, Plaza, Precio y Promoción) y William Perreault, *“la promoción consiste en transmitir información entre el vendedor y los compradores potenciales u otros miembros del canal para influir en sus actitudes y comportamientos”*. A esto añaden algo a tomar en cuenta: *“La función principal del director de marketing consiste en comunicar a los consumidores meta que el producto idóneo se encuentra disponible en el lugar adecuado al precio correcto*

2.4. Planificación

La planificación se visibiliza como un proceso tendiente a lograr objetivos mediante la puesta en práctica de una política. Algunos estudiosos del tema, la definen como:

“El proceso administrativo de escoger y realizar los mejores métodos para satisfacer las determinaciones políticas y lograr los objetivos”. Winborg Jiménez Castro, (1995).

mientras que Castellano, (1998) lo define como *“Un método bajo la forma de proceso, para la toma de decisiones entorno al mantenimiento de una realidad dada o a su transformación en otra más deseable, mediante la distribución de recursos entre fines múltiples, cumpliendo los siguientes requisitos: la minimización de costos, la maximización de beneficios y el mantenimiento de equilibrios dinámicos entre las fuerzas sociales que poseen los recursos, desean poseerlos o se ven afectados por el uso que de ellos se haga”*.

2.4.1. Planificación Estratégica

La Planificación Estratégica consiste en un ejercicio de formulación y establecimiento de objetivos de carácter prioritario, cuya característica principal es el establecimiento de los cursos de acción para alcanzar dichos objetivos, además es un proceso que antecede al control de gestión, el cual permite hacer el seguimiento de los objetivos establecidos para el cumplimiento de la misión Armijo, (2011).

2.4.2. Planificación Operativa

Se ha definido como el diseño de un estado futuro deseado para una entidad y de las maneras eficaces de alcanzarlo R. Ackoff, (1970). Según Patrick J. Montana y Bruce H. Charnov, el plan operativo se diferencia de una organización a otra, pero en todos los casos proporciona suficiente documentación y datos para ser revisados por la empresa de comercialización y el punto de vista financiero y que se integren en el conjunto del plan de operaciones corporativas.

2.5. Estudio de factibilidad

Según Varela, “se entiende por Factibilidad las posibilidades que tiene de lograrse un determinado proyecto”. El estudio de factibilidad es el análisis que realiza una empresa para determinar si el negocio que se propone será bueno o malo, y cuáles serán las estrategias que se deben desarrollar para que sea exitoso.

Según el Diccionario de la Real Academia Española, la Factibilidad es la “cualidad o condición de factible”. Factible: “que se puede hacer”.

Para que un estudio sea factible se debe realizar estudios a nivel operativo, técnico y económico.

2.6. Estudio de Mercado

Según Naresh Malhotra, clasifica al estudio de mercado como un tipo de investigación descriptiva (tipo de investigación concluyente que tiene como objetivo principal la descripción de algo, generalmente las características o funciones del mercado), así como lo son también: los estudios de participación, los estudios de análisis de ventas, los estudios de imagen, entre otros, sin embargo para Para Kotler, Bloom y Hayes, el estudio de mercado "consiste en reunir, planificar, analizar y comunicar de manera sistemática los datos relevantes para la situación de mercado específica que afronta una organización".

2.7. Estudio Técnico

El objetivo de un estudio técnico es verificar cuán posible es fabricar un producto o brindar un servicio, analizando el tamaño óptimo, localización más favorable, equipos a utilizar, instalaciones necesarias y la organización requerida para su ejecución .Prieto Herrera,(2009).

Según Córdoba Padilla, (2011). El estudio técnico busca responder a las interrogantes: ¿cuánto, dónde, cómo y con qué producirá la empresa?, así como diseñar la función de producción óptima que mejor utilice los recursos disponibles para obtener el producto o servicio deseado

Murcia Murcia et al., (2009), menciona que, el hecho de que un proyecto sea viable técnicamente significa que el bien o servicio que el proyecto va a ofertar puede ser producido o comercializado con la tecnología disponible y asequible para el inversionista, en la cantidad y calidad proyectada, y en la localización seleccionada a un costo competitivo

2.8. Estudio Operativo

Comprende una determinación de posibilidad que un nuevo sistema se use como se supone. Se deben considerar cuatro aspectos:

La utilización de un nuevo sistema puede ser demasiado complejo para los usuarios de la organización o los operadores del sistema.

Este nuevo sistema puede hacer que los usuarios se resistan a él como consecuencia de una técnica de trabajo, miedo a ser desplazado u otras razones.

Un sistema nuevo puede introducir cambios demasiado rápidos que no permita al personal adaptarse a él y aceptarlo.

La probabilidad de obsolescencia en el sistema. Cambios anticipados en la práctica o políticas administrativas pueden hacerse que un nuevo sistema sea obsoleto muy pronto.

2.9. Evaluación del Impacto Social

Según Instituto Interamericano de cooperación, (2003). Es analizar y gestionar las consecuencias sociales del desarrollo. Incluye los procesos de análisis, seguimiento y gestión de las consecuencias sociales previstas o no previstas, positivas o negativas de políticas, programas, planes o proyectos y cualquier cambio social atribuible a estas intervenciones. Su propósito principal es contribuir a lograr un entorno biofísico y humano más equitativo y sostenible

Manera de considerar los resultados de un proyecto en la calidad de vida de diversos grupos sociales; por ejemplo, el ingreso, la salud o el estado nutricional de agricultores de bajos ingresos, de trabajadores sin tierra o de mujeres Horton et al. (1994:224).

2.10. Evaluación del Impacto Ambiental

Según la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura,(2012) la Evaluación del Impacto Ambiental, se constituye una herramienta para que los proyectistas y tomadores de decisiones identifiquen los posibles impactos ambientales de las actividades que se realizan dentro del proyectos, a fin de valorar las alternativas y diseñar las medidas adecuadas para prevenir y mitigar los posibles impactos ambientales causados, las evaluación del impacto ambiental va de la mano con el impacto social que genera un proyecto

2.11. Estudio Económico Financiero

Según Federico Anzil (2012). El estudio financiero es una parte fundamental de la evaluación de un proyecto de inversión. El cual puede analizar un nuevo emprendimiento, una organización en marcha, o bien una nueva inversión para una empresa, como puede ser la creación de una nueva área de negocios, la compra de otra empresa o una inversión en una nueva planta de producción.

Para realizar este estudio se utiliza información de varias fuentes, como por ejemplo estimaciones de ventas futuras, costos, inversiones a realizar, estudios de mercado, de demanda, costos laborales, costos de financiamiento, estructura impositiva, etc.

J. Fred Weston, (2012) plantea: “El análisis financiero es una ciencia y un arte, el valor de éste radica en que se pueden utilizar ciertas relaciones cuantitativas para diagnosticar los aspectos fuertes y débiles del desempeño de una compañía

CAPITULO III

3. MATERIALES Y METODOS

3.1. Caracterización del Lugar

El estudio de desarrollo en la Guardianía de la Reserva Ecológica Antisana,

Características Generales

Altura: 2151 m.s.n.m

Temperatura: 12 ° C

Ecosistema: Bosque Nublado

Ubicación Geográfica: Coordenadas UTM con DATUM WGS 84 Zona 17 S

X 0185552 Y 9931364

3.1.1. Mapa del Sitio

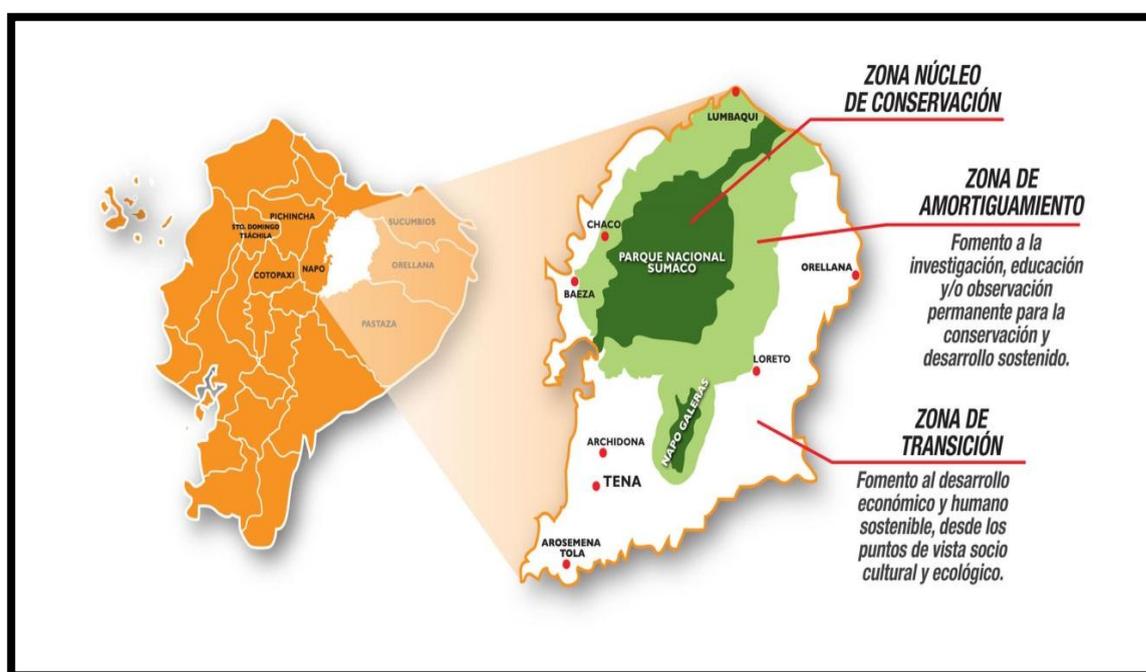


Ilustración 1: Mapa del Sitio de la Propuesta

Fuente: Ministerio de Ambiente, Dirección Provincial Napo

3.2. Materiales y Equipos

3.2.1. Materiales

- Resma de papel
- Tinta de impresora
- Papelógrafos
- Marcadores
- CDs regrabables
- Libreta de Campo
- Notas adhesivas

3.2.2. Equipos

- Computador personal
- Impresora
- Calculadora
- Grabadora de mano
- Proyector

3.3. Metodología

3.3.1. Tipo y Diseño de la Investigación

Se realizó una investigación cuasi experimental, ya que al ser el público objetivo el que decidió acerca de las características que tendrá el centro de comercialización consciente de los emprendimientos de reserva de biosfera, no se pudo tener el control de todas las variables que esta investigación posee. Para la selección del público objetivo se empleó un muestreo, luego valorar los datos cuantitativamente. El diseño de investigación fue longitudinal debido a que las variables independientes dependen de que se concluya la primera para continuar con la segunda, es decir son secuenciales.

Las técnicas que se utilizó para la investigación son: Encuestas, entrevistas, adicionalmente se tomará en cuenta la información secundaria que se generó con respecto a información de los emprendimientos de reserva de biosfera: hongos ostra, cacao, guayusa y turismo en el cantón Archidona Provincia de Napo.

3.3.2. Métodos de la Investigación

El método que se aplicó a la investigación será inductivo, con los resultados que se obtenga de las encuestas a los visitantes del área protegida, se podrá determinar la mejor alternativa para la creación del Centro de Comercialización consciente de los emprendimientos de Reserva de Biosfera localizados en el cantón Archidona.

3.3.3. Enfoque de la Investigación

El enfoque de la investigación es cuantitativo, ya que a nivel de la propuesta de intervención se realizó un estudio de mercado el mismo que se basó en un estudio cuantitativo de la población objetivo, análisis de la demanda y mercado a través del método de muestreo, y cualitativo ya que se caracterizará la demanda y la oferta.

3.3.4. Alcance de la Investigación

El alcance de la investigación es descriptivo, debido a que se realizó un análisis de los gustos y preferencias del mercado objetivo.

Adicionalmente permitió determinar cuál es la mejor opción para crear el centro de comercialización y bajo qué características la población objetivo lo requiere.

3.3.5. Metodología por Objetivos

3.3.5.1. Realizar el Estudio de Mercado

Se desarrolló mediante encuestas dirigidas a visitantes de la Reserva Ecológica Antisana y sitios cercanos a la reserva, se estableció una muestra poblacional, para luego tabular y analizar el resultado de las encuestas y de esta manera determinar la demanda objetiva, la aceptación del estudio y las preferencias de los visitantes

3.3.5.2. Elaborar el estudio técnico productivo

Para desarrollar el estudio de factibilidad se procedió a realizar un análisis cuantitativo y cualitativo, para de esta manera determinar el tamaño, Localización, el diseño y los requerimientos para el Centro de Comercialización Consciente.

3.3.5.3. Realizar el estudio ambiental

El estudio ambiental se lo realizó en base al análisis del estudio técnico productivo, además se efectuó la revisión de literatura con respecto a las normativas ambientales vigentes en el Ecuador.

3.3.5.4. Efectuar el estudio Administrativo Legal

El estudio administrativo legal se realizó en base a la revisión bibliográfica legal vigente en el Ecuador con respecto a la ley ambiental, de áreas protegidas y gobiernos autónomos descentralizados, además se realizó reuniones con personas e instituciones involucradas en el proceso del estudio de factibilidad.

3.3.5.6. Realizar el estudio Económico Financiero

El estudio administrativo legal se realizó en base a la revisión bibliográfica legal vigente en el Ecuador con respecto a la ley ambiental, de áreas protegidas y gobiernos autónomos descentralizados, además se realizó reuniones con personas e instituciones involucradas en el proceso del estudio de factibilidad

CAPITULO VI

4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Plan Estratégico

4.1.1. Misión

El Centro de comercialización consiente de los Emprendimientos de Reserva de Biosfera es un espacio dedicado al mercadeo de los productos que las comunidades localizadas en la zonas de amortiguamiento de las Áreas Protegidas del Napo han generado con el fin de tener una alternativa de trabajo y conservar los recursos naturales de la zona, esto se logrará a través de la interpretación ambiental que se brinde a los turistas y consumidores

4.1.2 Visión

El Centro de Comercialización Consiente de los Emprendimientos de Reserva de Biosfera, es un referente a nivel nacional en cuanto a la generación de espacios estratégicos con la finalidad de apoyar a los emprendedores que han apostado por generar productos que ayuden al cuidado de la Naturaleza.

4.1.3. Estrategias

4.1.3.1. Ambientales

- Proporcionar información de las áreas protegidas que se localiza en la Provincia de Napo y la importancia de los Servicios Ambientales que brindan
- Capacitar a los emprendedores de comunidades en buenas prácticas ambientales y manejo de recursos naturales
- Contar con la certificación ambiental para realizar la infraestructura adecuada para el Centro de Comercialización de Emprendimientos del Napo
- Realizar un adecuado manejo de los desechos que generen las actividades programadas en el Centro de Comercialización de Emprendimientos

4.1.3.2. Sociales

- Capacitar constantemente a los emprendedores en marketing y servicio al cliente
- Motivar a los emprendedores a que exista una transmisión intergeneracional de conocimientos en las técnicas y saberes ancestrales los cuales utilizan para desarrollar sus productos
- Distribuir y reinvertir equitativamente las ganancias para darle sostenibilidad al centro de comercialización de los emprendimientos de Reserva de Biosfera
- Capacitar a los participantes en el centro de comercialización en el idioma inglés
- Proyectar Identidad Cultural en los productos comercializados

4.1.3.3. Económicas

- A través de la firma de un convenio tripartito, lograr una sinergia entre instituciones públicas y organizaciones comunitarias para que exista un aporte sostenible de recursos
- Establecer alianzas estratégicas entre operadoras de turismo y universidades para que exista una frecuencia de consumidores constantes
- Desarrollar un plan de mercadotecnia a nivel nacional para promocionar el Centro de Comercialización, sobretodo en el Sistema Nacional de Áreas Protegidas del Ecuador.

4.1.4. Política

- Inclusión social y cultural
- Respetar los horarios de atención, en especial cuando exista feriados y fines de semana
- Respetar las normas de ingreso a las Áreas Protegidas
- Prohibido el consumo de bebidas alcohólicas
- Asepsia en la presentación de las personas que den atención al público
- Brindar un servicio de calidad

4.2. Estudio De Mercado

4.2.1. Análisis de la Demanda

4.2.1.1. Segmentación

Centro de Comercialización Consiente de Emprendimientos Productivos de la Reserva de Biosfera Sumaco está dirigida a personas de 15 a 80 años que transitan por la vía Baeza Tena

4.2.1.2. Universo

De acuerdo a la segmentación de mercado el universo de estudio está formado por 6720 visitantes que han ingresado al sector de Guacamayos mirador que se encuentra en el límite de la Reserva Ecológica Antisana, de los cuales el 30%, (2,016) son extranjeros y el 70% (4.704) son nacionales (Registro de visitantes de la Reserva Ecológica Antisana y el Centro de Turismo Cabañas San Isidro, se tomará como referencia ya que los datos reales de los turistas que visitan al mirador no existen del número de visitas diarias).

Con respecto a las Agencias de Viajes que tomará en cuenta las 15 agencias de viajes existentes en el cantón Tena.

4.2.1.3. Muestra

a. Turistas Nacionales

Para calcular el tamaño de la muestra se aplicará la siguiente fórmula:

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

n = El tamaño de la muestra que queremos calcular.

N = Tamaño del universo.

Z = Es la desviación del valor medio que aceptamos para lograr el nivel de confianza deseado. En función del nivel de confianza que busquemos, usaremos un valor determinado que viene dado por la forma que tiene la distribución de Gauss. Los valores más frecuentes son:

Nivel de confianza 90% -> Z=1,645

Nivel de confianza 95% -> Z=1,96

Nivel de confianza 99% -> Z=2,575

e = Es el margen de error máximo que admito (p.e. 5%)

p = Es la proporción que esperamos encontrar. Como regla general, usaremos p=50% si no tengo ninguna información sobre el valor que espero encontrar. Si tengo alguna información, usaré el valor aproximado que espero (ajustando hacia el 50% ante la duda).

q: probabilidad de no ocurrencia (0.5)

Entonces:

N= 6720 visitantes

Z=95% nivel de confianza.

e= 5%=0,05

p = 0,5

q = 0,5

$$n = \frac{6720 * (0,5 * 0,5)}{(6720 - 1) * \left(\frac{0,05}{1,96}\right)^2 + (0,5 * 0,5)}$$

n= 363 encuestas.

De las 363 encuestas se debe aplicar 255 encuestas a turistas nacionales y 108 encuestas a extranjeros, ya que del total de turistas que visitan el mirador de Guacamayos 70% es nacionales y 30% son extranjeros.

b. Agencias de Viajes

Para el caso de las agencias de viajes se trabajó con la totalidad de agencias de viajes que existen en el Tena que son 7 en total

4.2.1.4. Selección de la Muestra

La selección de la muestra fue aleatoria

4.2.1.5. Técnica

La técnica utilizada para la recolección de la información fue la encuesta, tanto para la demanda del área urbana como para los turistas y centros de turismo o agencias de viajes.

4.2.1.6. Instrumento de investigación

El instrumento que se aplicó para recolectar la información de la demanda tanto en los turistas que han visitado el mirador de la virgen de Guacamayos turistas, nacionales y extranjeros y las agencia de viajes existentes en el cantón Tena, es la encuesta

(Ver anexo 1. Modelo de encuesta).

4.2.2. Resultado del análisis de la demanda

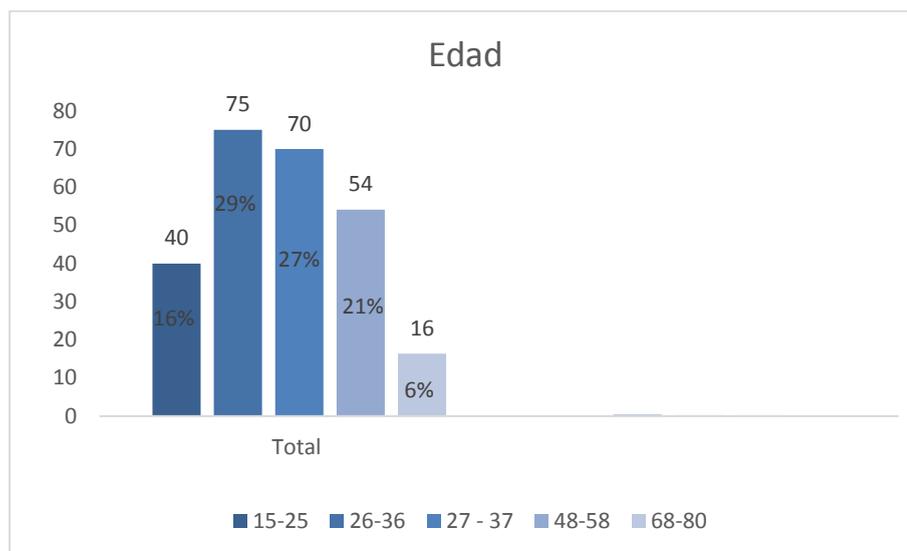
4.2.2.1. Demanda de visitantes nacionales

a. Edad

Tabla 1- 4: Edad de los encuestados de origen nacional

Edad	Frecuencia Absoluta	Frecuencia en Relativa
15-25	40	16%
26-36	75	29%
37-47	70	27%
48-58	54	21%
60-80	16	6%
Total	255	100%

Fuente: Entrevistas realizadas Diciembre 2016
Elaborado por: María José Campos



Gráfica 1-4: Edad de los encuestados nacionales

Fuente: Entrevistas realizadas Diciembre 2016
Elaborado por: María José Campos

Elaborado por: María José Campos

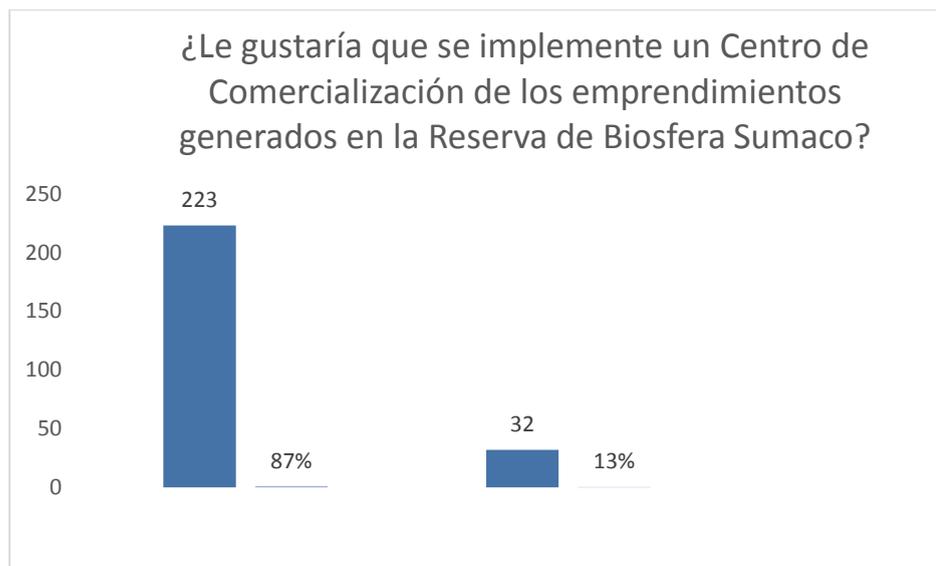
Del total de entrevistas el 29% corresponde a personas que tienen de 26 a 36 años, el 27% corresponde a personas de 27 a 37 años, el 21% corresponde a personas de 48 a 58 años, el 16% corresponde a personas de 15 a 25 años y el 6% corresponde a personas de 68 a 80 años.

- b. **Le gustaría que se implemente el Centro de Comercialización Consiente de los emprendimientos generados en la Reserva de Biosfera Sumaco.**

Tabla 2-4: Aceptación de la propuesta encuestada nacional

Aceptación	Frecuencia Absoluta	Frecuencia en Relativa
Si	223	87%
No	32	13%
Total	255	100%

Fuente: Entrevistas realizadas Diciembre 2016
Elaborado por: María José Campos



Gráfica 2-4: Aceptación de la Propuesta

Fuente: Entrevistas realizadas Diciembre 2016
 Elaborado por: María José Campos

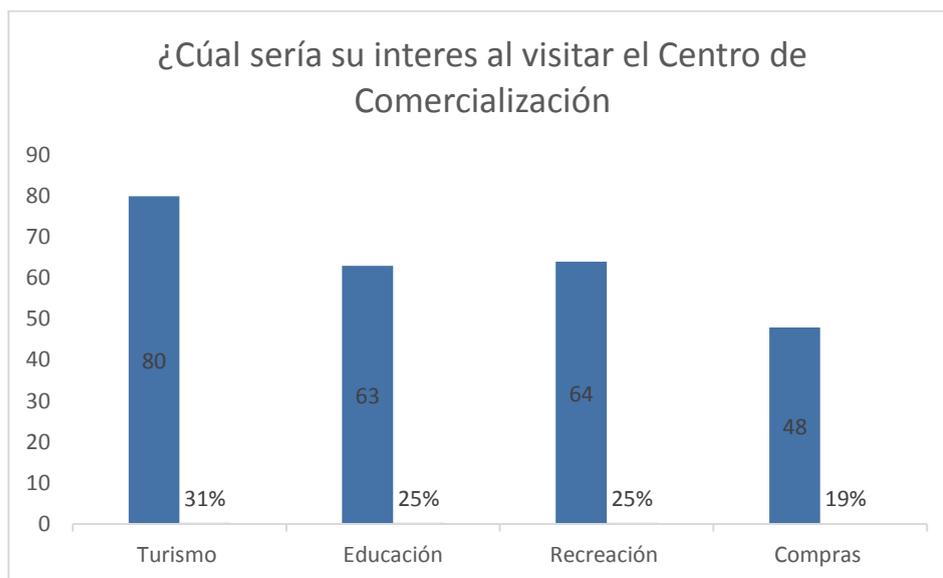
Del total de entrevistados 223 personas que equivale al 87% han contestado que si les gustaría que se implemente un centro de comercialización y 32 personas que equivale al 13% han mencionado que no les gustaría que se cree un centro con esas características.

c. **¿Cuál es su interés al visitar el Centro de Comercialización de los emprendimientos de Reserva de Biosfera?**

Tabla 3-4: Interés de los encuestados nacionales por visitar el CCCE

Interés	Frecuencia Absoluta	Frecuencia en Relativa
Turismo	80	31%
Educación	63	25%
Recreación	64	25%
Compras	48	19%
	223	100%

Fuente: Entrevistas realizadas Diciembre 2016
 Elaborado por: María José Campos



Gráfica 3-4: Interés de los encuestados nacionales por visitar el CCCE

Fuente: Entrevistas realizadas Diciembre 2016
Elaborado por: María José Campos

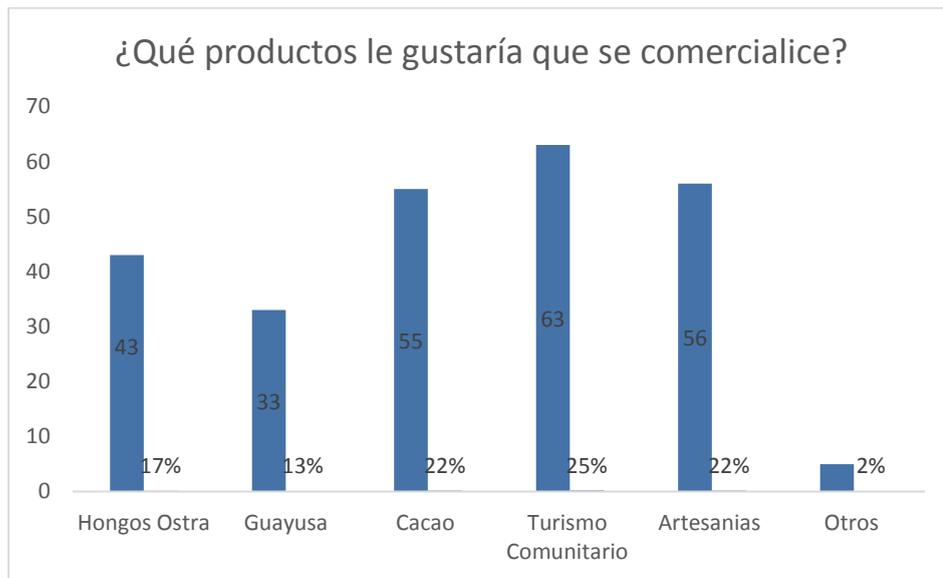
Del total de entrevistados 80 personas que equivale al 31% su interés es realizar turismo, 64 personas que equivale al 25% su motivación es recreación, 63 personas que equivale al 25% su motivación es Educación, y 48 personas que equivale al 19% su motivación es compras

d. ¿Qué productos le gustaría que se comercialice y se dé información?

Tabla 4-4: Productos a Comercializarse

Producto	Frecuencia Absoluta	Frecuencia relativa
Hongos Ostra	43	17%
Guayusa	33	13%
Cacao	55	22%
Turismo Comunitario	63	25%
Artesanías	56	22%
Otros	5	2%
Total	223	100%

Fuente: Entrevistas realizadas Diciembre 2016
Elaborado por: María José Campos



Gráfica 4.-4: Productos que le gustaría que se comercialice

Fuente: Entrevistas realizadas Diciembre 2016
Elaborado por: María José Campos

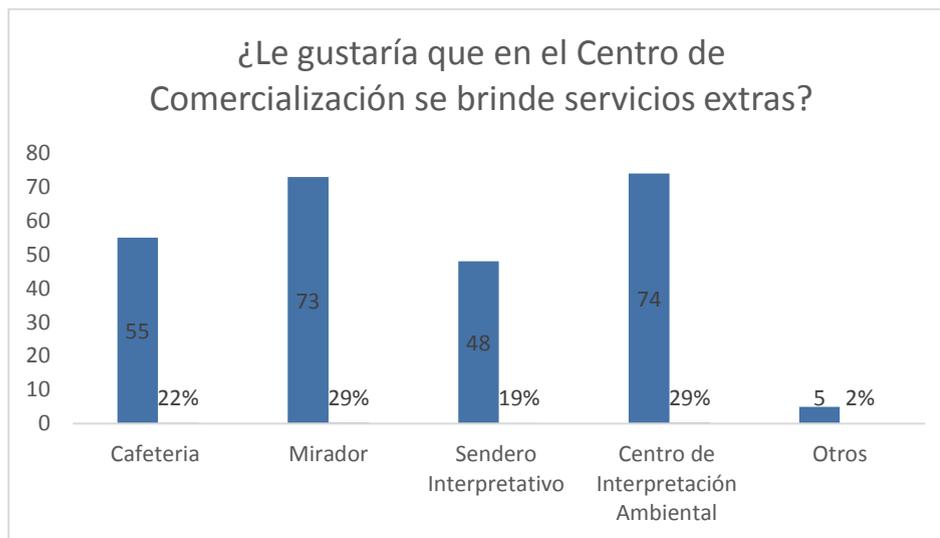
Del total de los entrevistados 63 personas es decir el 25% les gustaría que se comercialice y se dé información de turismo comunitario, a 56 personas 22% les gustaría que se vendan artesanías, a 55 personas 22% les interesa que se comercialice cacao, a 43 personas 17% les gustaría que se comercialice Hongos ostra, a 33 personas 13% les gustaría que se comercialice guayusa y a 5 persona le gustaría que se comercialice otras cosas equivale al 2%

e. ¿Le gustaría que el Centro de Comercialización brinde servicios extras?

Tabla 5-4: Servicios extras para el Centro de Comercialización

Servicios extras	Frecuencia Absoluta	Frecuencia en Relativa
Cafetería	55	22%
Mirador	73	33%
Sendero Interpretativo	48	18%
Centro de Interpretación Ambiental	74	27%
Otros	5	1%
Total	223	100%

Fuente: Entrevistas realizadas Diciembre 2016
Elaborado por: María José Campos



Gráfica 5-4: Servicios Extras en el Centro de Comercialización

Fuente: Entrevistas realizadas Diciembre 2016
Elaborado por: María José Campos

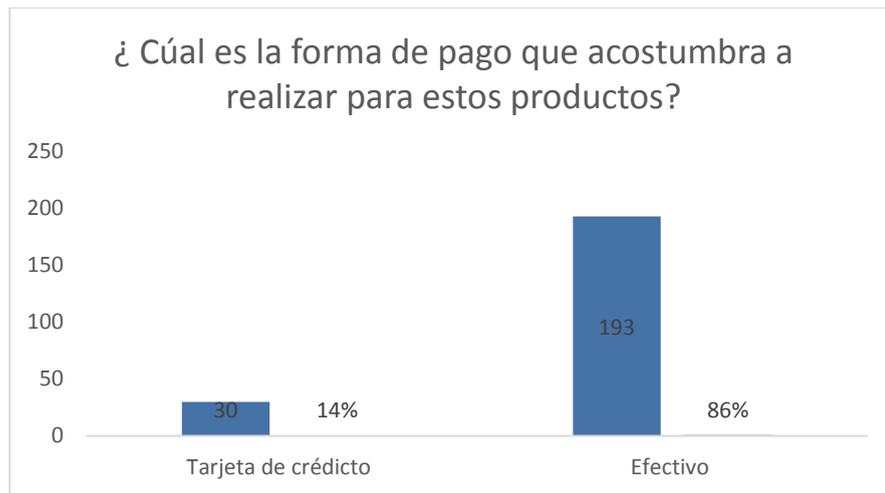
Del total de los entrevistados 73 personas que 33% le gustaría que se implemente un mirador, 59 personas 27% le gustaría que se implemente un Centro de Interpretación Ambiental, 49 personas 22% le gustaría una cafetería, 40 personas 18% les gustaría un sendero interpretativo y 3 personas 1% les gustaría otros servicios.

f. ¿Cuál es la forma de pago que acostumbra a realizar en la compra de este tipo de productos?

Tabla 6-4: Forma de pago de los encuestados nacionales

Preferencia de pago	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Tarjeta de crédito	30	14%
Efectivo	193	86%
Total	223	100%

Fuente: Entrevistas realizadas Diciembre 2016
Elaborado por: María José Campos



Gráfica 6-4: Forma de pago de los encuestados nacionales

Fuente: Entrevistas realizadas Diciembre 2016
 Elaborado por: María José Campos

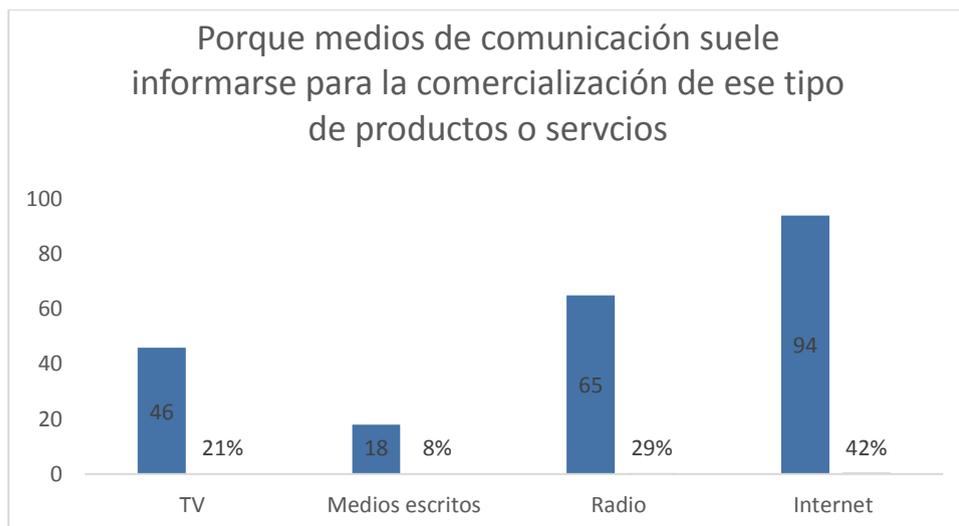
Del total de los encuestados 193 personas que equivale al 86% realizan sus compras en efectivo y 30 personas que equivalen al 14% realizan las compras a través de tarjeta de crédito.

g. ¿Por qué medios de comunicación suele informarse para comprar este tipo de productos?

Medios de Comunicación	Frecuencia Absoluta	Frecuencia relativa
TV	46	21%
Medios escritos	18	8%
Radio	65	29%
Internet	94	42%
Total	223	100%

Tabla 7-4: Medios de comunicación por los que se informan los encuestados nacionales

Fuente: Entrevistas realizadas Diciembre 2016
 Elaborado por: María José Campos



Gráfica 7-4: Medios de comunicación por los que se informan los encuestados nacionales

Fuente: Entrevistas realizadas Diciembre 2016
 Elaborado por: María José Campos

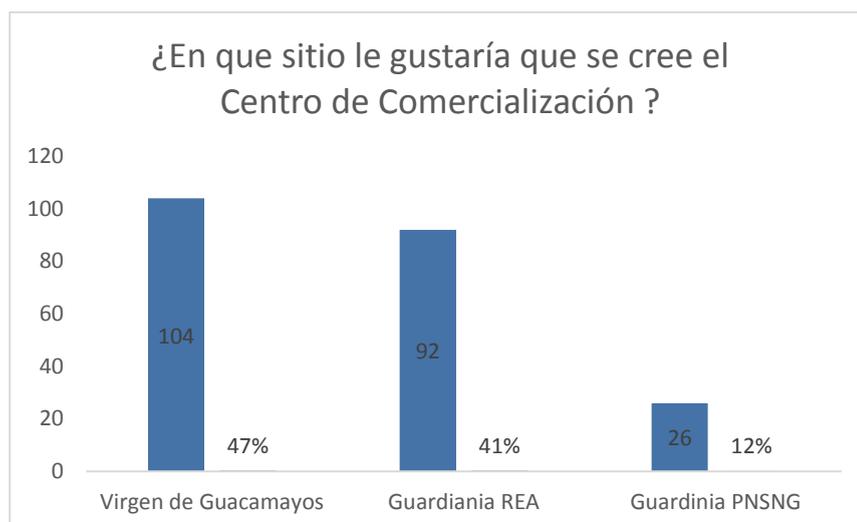
Del total de encuestados 94 personas 42% indican que se informan a través de internet, 65 personas 29% indican que se informan a través de radio, 46 personas 21% indican que se informan a través de TV y 18 personas es decir el 8% de la muestra indican que se informan a través de medios escritos

h. ¿En qué sitio le gustaría que se cree el Centro de Comercialización?

Tabla 8-4: Lugar seleccionado para el Centro de Comercialización

Lugar	Frecuencia	
	Absoluta	Frecuencia Relativa
Virgen de Guacamayos	104	47%
Guardianía REA	92	41%
Guardianía PNSNG	26	12%
Total	223	100%

Fuente: Entrevistas realizadas Diciembre 2016
 Elaborado por: María José Campos



Gráfica 8-4: Lugar seleccionado para el Centro de Comercialización

Fuente: Entrevistas realizadas Diciembre 2016
Elaborado por: María José Campos

Del total de encuestados 104 personas 47% mencionaron que les gustaría que se localice en el sector de la Virgen a Guacamayos, 92 personas mencionaron que les gustaría que se localice en la Guardianía de la Reserva Ecológica Antisana y 26 personas que equivale al 12% mencionaron que les gustaría que se realice en la Guardianía del Parque Nacional Sumaco Napo Galeras.

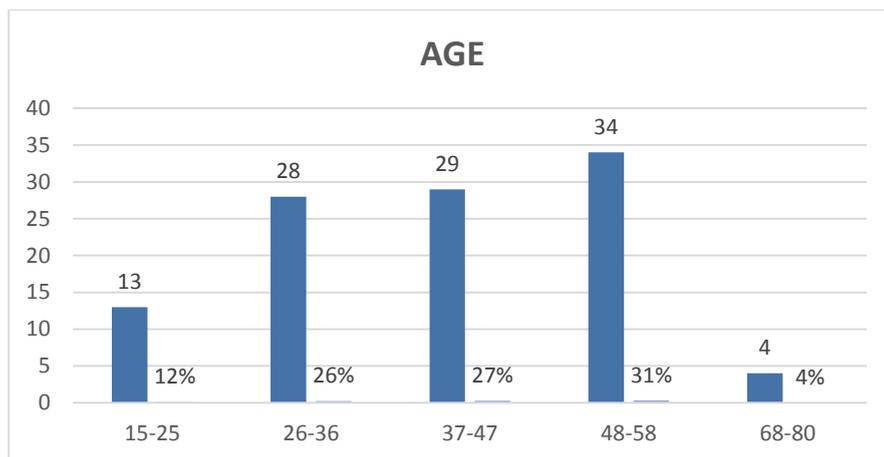
4.2.2.2. Demanda de visitantes extranjeros

a. Edad

Tabla 9-4: Edad de los encuestados extranjeros

Edad	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
15-25	13	12%
26-36	28	26%
37-47	29	27%
48-58	34	31%
68-80	4	4%
Total	108	100%

Fuente: Entrevistas realizadas Diciembre 2016
Elaborado por: María José Campos



Gráfica 9-4: Edad de los encuestados extranjeros

Fuente: Entrevistas realizadas Diciembre 2016
Elaborado por: María José Campos

Del total de entrevistas el 31% corresponde a personas que tienen de 48 a 58 años, el 27% corresponde a personas de 37 a 47 años, el 26% corresponde a personas de 26 a 36 años, el 12% corresponde a personas de 15 a 25 años y el 4% corresponde a personas de 68 a 80 años.

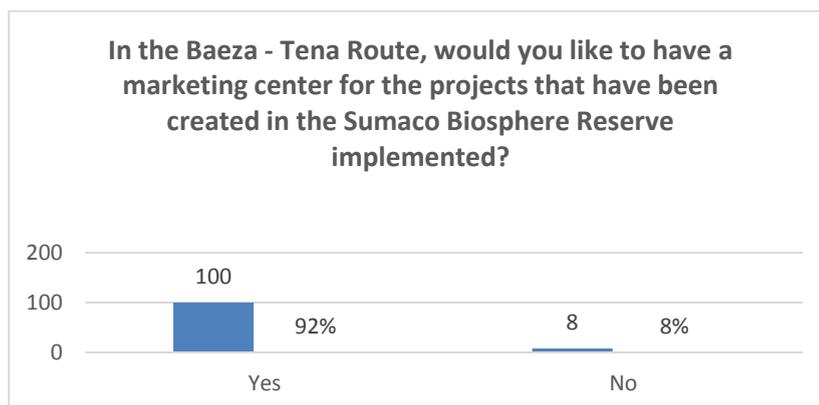
- b. **In the Baeza - Tena Route, would you like to have a marketing center for the projects that have been created in the Sumaco Biosphere Reserve implemented?**

Tabla 10.- Aceptación de los encuestados extranjeros para la implementación del Centro de Comercialización consiente.

Tabla 10-4: Aceptación de la propuesta

Aceptación	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Si	100	92%
No	8	8%
Total	108	100%

Fuente: Entrevistas realizadas Diciembre 2016
Elaborado por: María José Campos



Gráfica 10-4: Aceptación de la propuesta

Fuente: Entrevistas realizadas Diciembre 2016
Elaborado por: María José Campos

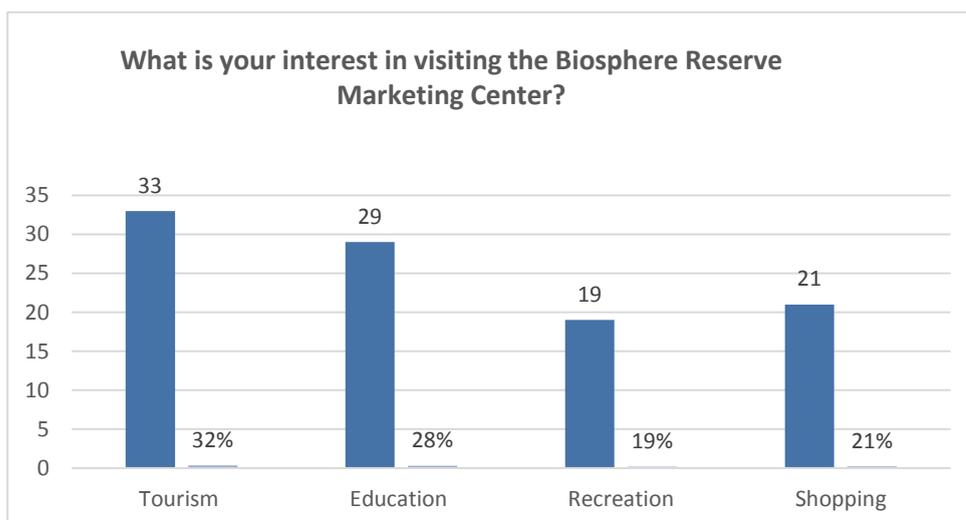
Del total de entrevistados 100 personas que equivale al 92% han contestado que si les gustaría que se implemente un centro de comercialización y 8 personas que equivale al 8% han mencionado que no les gustaría que se cree un centro con esas características.

c. ¿Cuál es su interés al visitar el Centro de Comercialización de los emprendimientos de Reserva de Biosfera?

Tabla 11-4: Actividades que le motivan a visitar el Centro de Comercialización

Interés	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Turismo	79	36%
Educación	48	21%
Recreación	57	25%
Compras	40	18%
Total	102	100%

Fuente: Entrevistas realizadas Diciembre 2016
Elaborado por: María José Campos



Gráfica 11-4: Actividades que le motivan visitar el Centro de Comercialización

Fuente: Entrevistas realizadas Diciembre 2016
Elaborado por: María José Campos

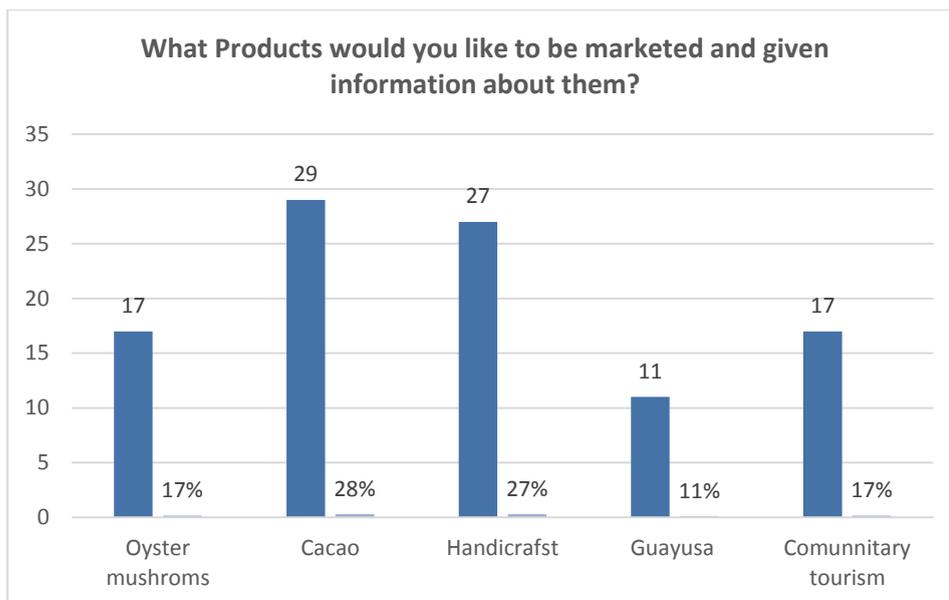
Del total de entrevistados 33 personas que equivale al 32% su interés es realizar turismo, 29 personas que equivale al 28% su motivación es educación, 19 personas que equivale al 19% su motivación es recreación, y 21 personas que equivale al 21% su motivación es compras.

d) ¿Qué Productos le gustaría que se comercialice y se dé información de los mismos?

Tabla 12-4: Productos que les gustaría se comercialicen

What Products would you like	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Oyster mushrooms	17	17%
Cacao	29	28%
Handicrafts	27	27%
Guayusa	11	11%
Community tourism	18	17%
Total	102	100%

Fuente: Entrevistas realizadas Diciembre 2016
Elaborado por: María José Campos



Gráfica 12-4: Productos que les gustaría se comercialicen

Fuente: Entrevistas realizadas Diciembre 2016
Elaborado por: María José Campos

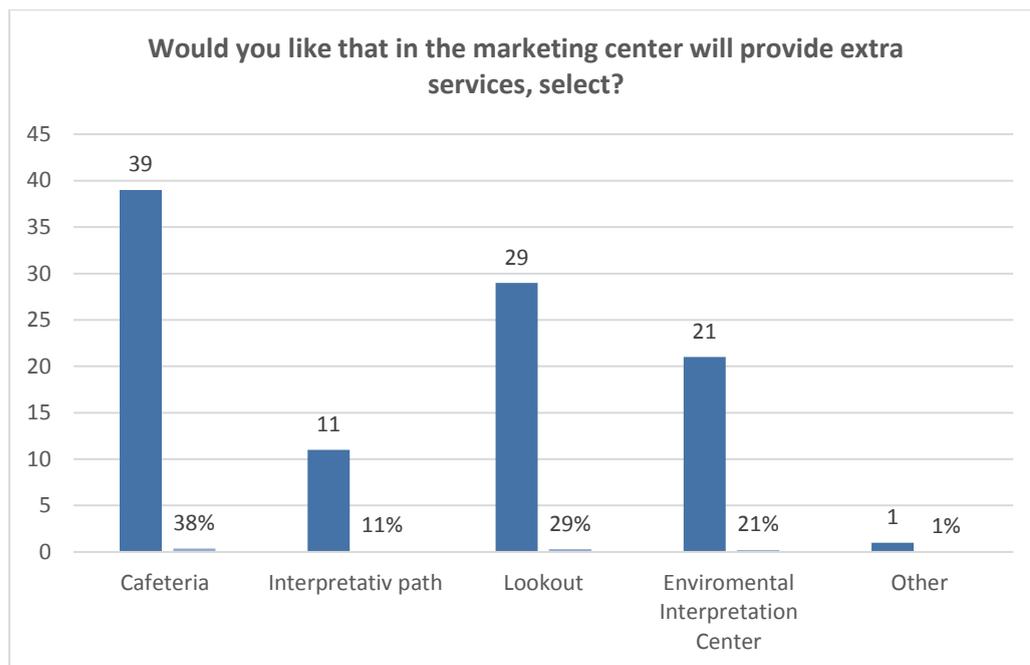
Del total de los entrevistados 29 personas es decir el 28% les gustaría que se comercialice y se dé información de Cacao, a 27 personas 27% les gustaría que se vendan artesanías, a 17 personas 17% les interesa que se comercialice hongos ostra, a 17 personas 17% les gustaría que se comercialice y de información de Turismo Comunitario, a 11 personas 11% les gustaría que se comercialice guayusa.

e). ¿Le gustaría que el Centro de Comercialización brinde servicios extras?

Tabla 13-4: Servicios que se podría implementar en el Centro de Comercialización

Servicios extras	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Cafetería	39	38%
Sendero Interpretativo	11	11%
Mirador	29	29%
Centro de Interpretación Ambiental	21	21%
Otros	1	1%
Total	102	100%

Fuente: Entrevistas realizadas Diciembre 2016
Elaborado por: María José Campos



Gráfica 13-4: Servicios que se podría implementar en el Centro de Comercialización

Fuente: Entrevistas realizadas Diciembre 2016
Elaborado por: María José Campos

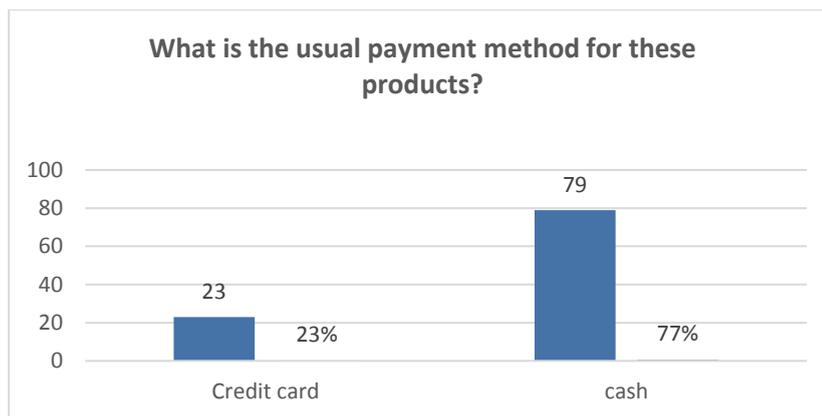
Del total de los entrevistados 39 personas que equivale al 38% le gustaría que se implemente una cafetería, 29 personas 21% le gustaría que se implemente un Mirador, 21 personas 21% le gustaría un Centro de Interpretación Ambiental, 11 personas 11% le gustaría una sendero interpretativo, y 1 personas 1% les gustaría otros servicios como exposición de danzan o música local.

f).- ¿Cuál es la forma de pago que acostumbra a realizar en la compra de este tipo de productos?

Tabla 14-4: Forma de pago que los encuestados extranjeros prefieren

Preferencia de pago	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Tarjeta de crédito	23	23%
Efectivo	79	77%
Total	102	100%

Fuente: Entrevistas realizadas Diciembre 2016
Elaborado por: María José Campos



Gráfica 14-4: Forma de pago que los encuestados extranjeros prefieren

Fuente: Entrevistas realizadas Diciembre 2016
 Elaborado por: María José Campos

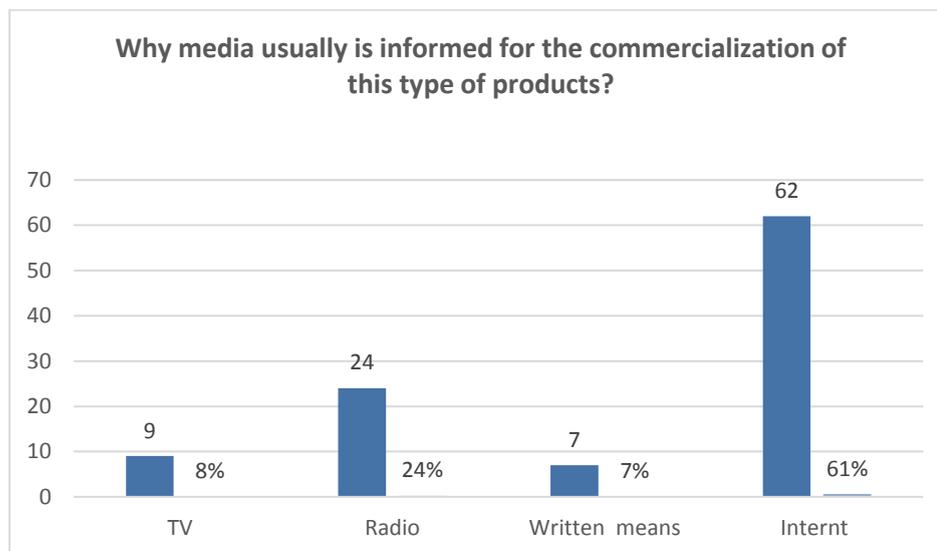
Del total de los encuestados, 79 personas que equivalen al 77% realizan sus compras en efectivo y 23 personas que equivalen al 23% realizan las compras a través de tarjeta de crédito.

g).- ¿Por qué medios de comunicación suele informarse para comprar este tipo de productos?

Tabla 15-4: Medios de comunicación por los que se informan los encuestados Extranjeros

Medios de Comunicación	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
TV	9	8%
Medios escritos	24	24%
Radio	7	7%
Internet	62	61%
Total	102	100%

Fuente: Entrevistas realizadas Diciembre 2016
 Elaborado por: María José Campos



Gráfica 15-4: Medios de comunicación por el que los encuestados extranjeros se informan

Fuente: Entrevistas realizadas Diciembre 2016
Elaborado por: María José Campos

Del total de encuestados 62 personas 61% indican que se informan a través de internet, 24 personas 24% indican que se informan a través de radio, 9 personas 8% indican que se informan a través de TV y 7 personas es decir el 7% de la muestra indican que se informan a través de medios escritos

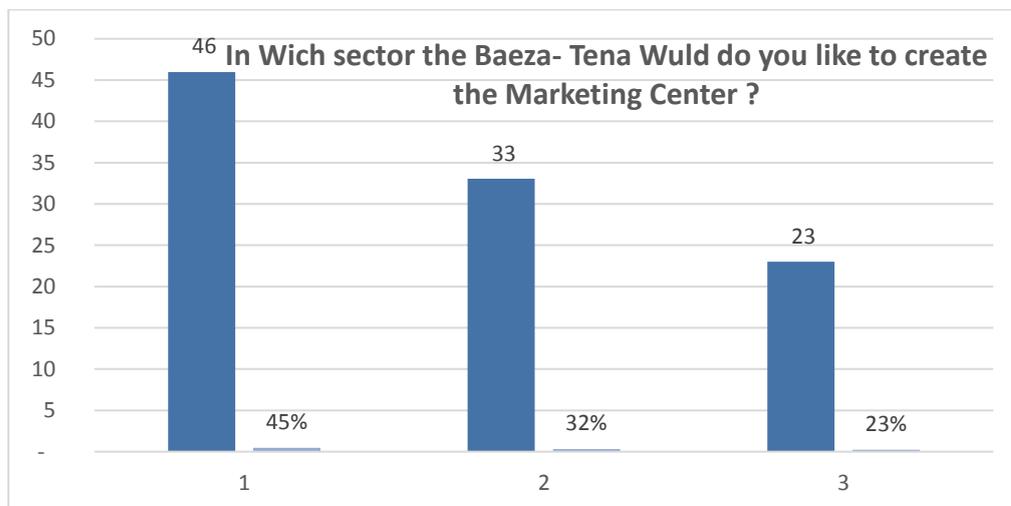
h).- ¿En qué sitio le gustaría que se cree el Centro de Comercialización?

Tabla 16.- Lugar seleccionado por los visitantes extranjeros para que se cree el Centro de Comercialización

Tabla 16-4: Lugar seleccionado por los visitantes para que se implemente la propuesta

Lugar	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Virgen de Guacamayos	46	45%
Guardianía REA	33	32%
Guardianía PNSNG	23	23%
Total	102	100%

Fuente: Entrevistas realizadas Diciembre 2016
Elaborado por: María José Campos



Gráfica 16-4: Lugar seleccionado por los visitantes para que se implemente la propuesta

Fuente: Entrevistas realizadas Diciembre 2016
Elaborado por: María José Campos

Del total de encuestados 46 personas 45% mencionaron que les gustaría que se localice en el sector de la Virgen a Guacamayos, 33 personas 32% mencionaron que les gustaría que se localice en la Guardianía de la Reserva Ecológica Antisana y 23 personas que equivale al 23% mencionaron que les gustaría que se realice en la Guardianía del Parque Nacional Sumaco Napo Galeras.

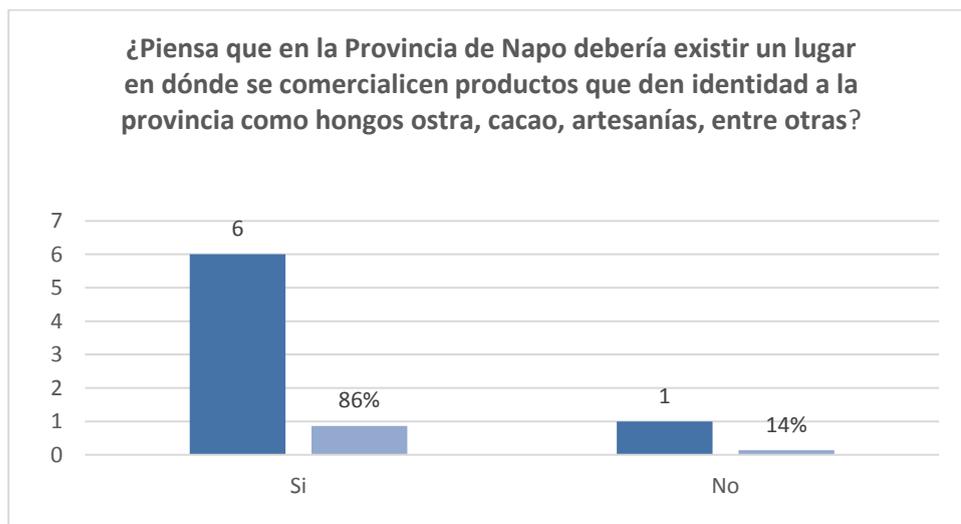
4.2.2.3. Demanda Agencia de viajes

- a) **¿Piensa que en la Provincia de Napo debería existir un lugar en dónde se comercialicen productos que den identidad a la provincia como hongos ostra, cacao, artesanías, entre otras?**

Tabla 17-4: Aceptación de la propuesta por las Agencias de Viaje

Aceptación	Frecuencia Absoluta	Frecuencia en Relativa
Si	6	86%
No	1	14%
Total	7	100%

Fuente: Entrevistas realizadas Diciembre 2016
Elaborado por: María José Campos



Gráfica 17-4: Aceptación de la propuesta por las Agencias de Viaje

Fuente: Entrevistas realizadas Diciembre 2016
Elaborado por: María José Campos

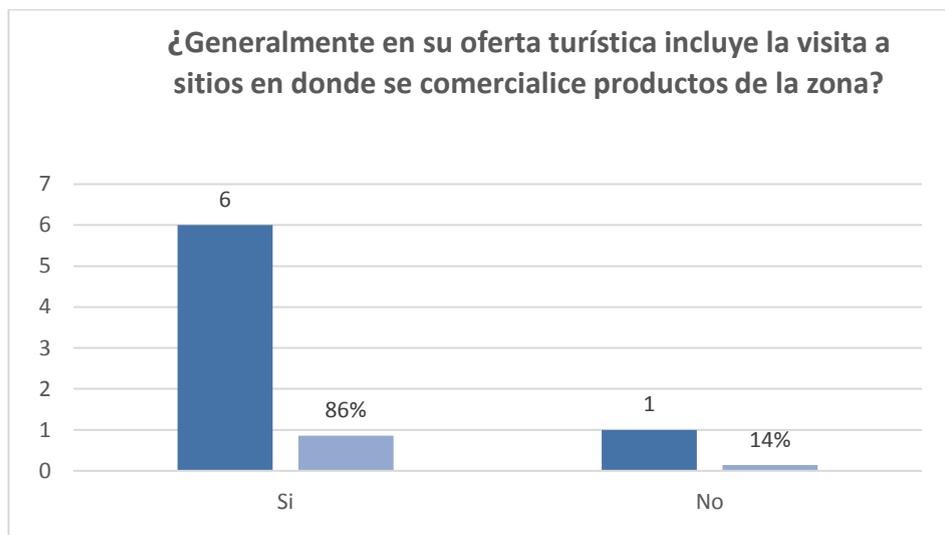
Del total de agencias de viajes encuestadas 6 que equivale al 86% piensan que si debería existir un lugar en donde se comercialice productos que den identidad a la provincia de Napo, mientras que equivale al 14% piensa que no debería existir

b).- ¿Generalmente en su oferta turística incluye la visita a sitios en donde se comercialice productos de la zona?

Tabla 18-4: Oferta Turística de las Agencias de viaje que incluye visitas a Centros de Comercialización

Su oferta incluye visitas	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Si	6	86%
No	1	14%
Total	7	100%

Fuente: Entrevistas realizadas Diciembre 2016
Elaborado por: María José Campos



Gráfica 18-4: Oferta Turística de las Agencias de viaje que incluye visitas a Centros

Fuente: Entrevistas realizadas Diciembre 2016
 Elaborado por: María José Campos

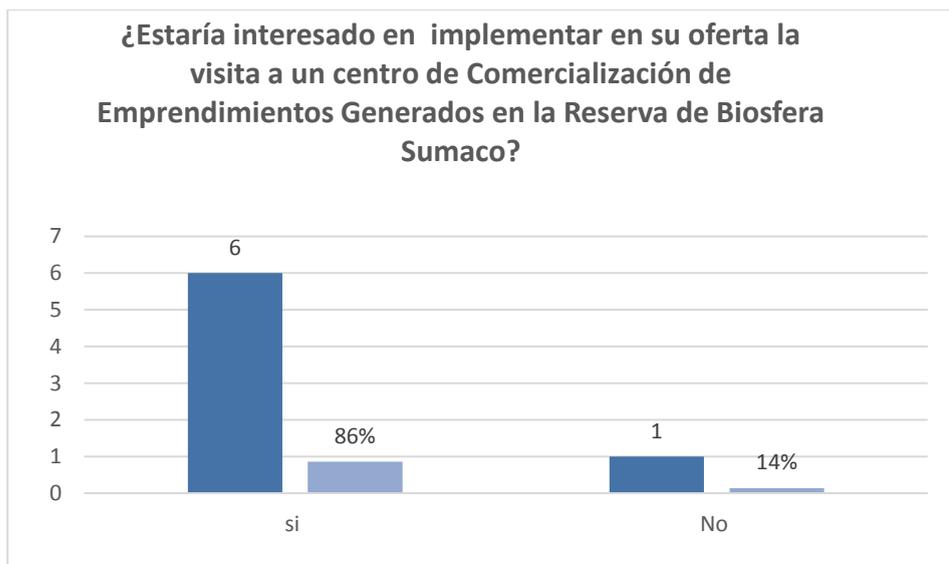
Del total de agencias de viajes encuestadas 6 que equivale al 86% manifiestan que su oferta turística si incluye la visita a este tipo de servicios turísticos, mientras que 1 que equivale al 14% manifiesta que su oferta no incluye la visita a este tipo de centros de comercialización

c).- **¿Estaría interesado en implementar en su oferta la visita a un centro de Comercialización de Emprendimientos Generados en la Reserva de Biosfera Sumaco?**

Tabla 19-4: Interés en implementar en la oferta turística visitas al CCCE

Estaría interesado en implementar en su oferta	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Si	6	86%
No	1	14%
Total	7	100%

Fuente: Entrevistas realizadas Diciembre 2016
 Elaborado por: María José Campos



Gráfica 19-4: Interés en implementar en la oferta turística visitas al CCCE

Fuente: Entrevistas realizadas Diciembre 2016

Elaborado por: María José Campos

Del total de agencias de viajes encuestadas 6 que equivale al 86% manifiestan que si están interesados en incluir la visita a este tipo de servicios turísticos, mientras que 1 que equivale al 14% manifiesta que no está interesado en incluir la visita a este tipo de centros de comercialización

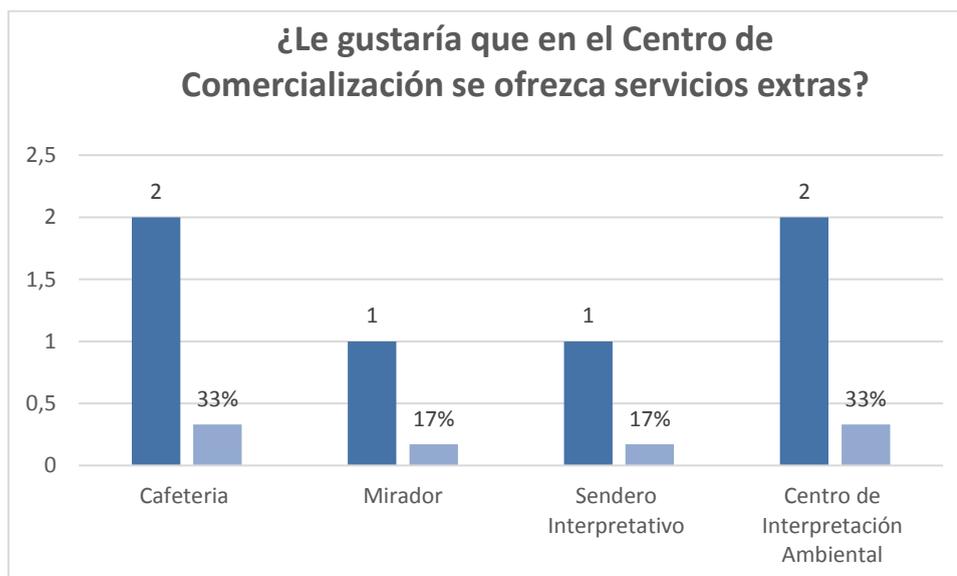
d).- ¿Le gustaría que en el Centro de Comercialización se ofrezca servicios extras?

Tabla 20-4: Servicios extras le gustaría se implementen en el Centro de Comercialización

Le gustaría que el Centro de Comercialización brinde servicios extras?	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Cafetería	2	33%
Mirador	1	17%
Sendero Interpretativo	1	17%
Centro de Interpretación Ambiental	2	33%
Total	6	100%

Fuente: Entrevistas realizadas Diciembre 2016

Elaborado por: María José Campos



Gráfica 20-4: Servicios extras le gustaría se implementen en el Centro de Comercialización

Fuente: Entrevistas realizadas Diciembre 2016
Elaborado por: María José Campos

Del total de los entrevistados 2 agencias de viajes que equivale al 33% le gustaría que se implemente un Centro de Interpretación Ambiental, 2 agencias de viaje 33% le gustaría que se implemente una cafetería, 1 agencia de viaje 17% le gustaría un Mirador, y 1 agencia de viaje 17% les gustaría un sendero interpretativo.

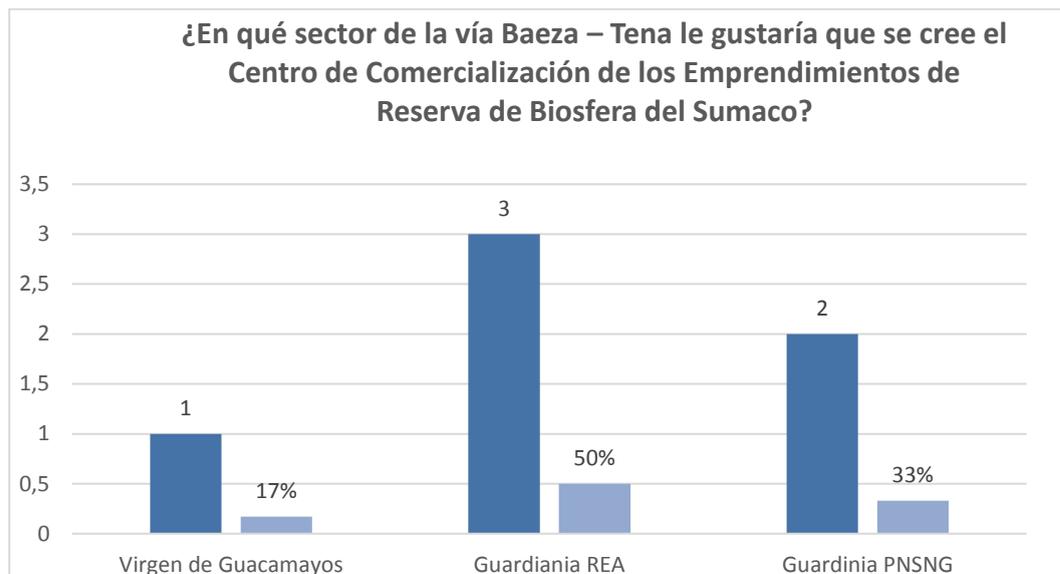
e).- ¿En qué sector de la vía Baeza – Tena le gustaría que se cree el Centro de Comercialización de los Emprendimientos de Reserva de Biosfera del Sumaco?

Tabla 21.- Preferencia para la localización del Centro de Comercialización

Tabla 21-4: Preferencia de localización del Centro de Comercialización

Lugar	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Virgen de Guacamayos	1	17%
Guardianía REA	3	50%
Guardianía PNSNG	2	33%
Total	6	100%

Fuente: Entrevistas realizadas Diciembre 2016
Elaborado por: María José Campos



Gráfica 21-4: Preferencia de localización del Centro de Comercialización

Fuente: Entrevistas realizadas Diciembre 2016
Elaborado por: María José Campos

Del total de encuestados 2 agencias de viaje 33 % mencionaron que les gustaría que se localice en el sector de la Virgen a Guacamayos, 3 agencias de viaje 50% mencionaron que les gustaría que se localice en la Guardianía de la Reserva Ecológica Antisana y 1 agencia de viaje que equivale al 17% mencionaron que les gustaría que se realice en la Guardianía del Parque Nacional Sumaco Napo Galeras.

4.2.2. Perfil del Visitante

El perfil del turista nacional que visitará el Centro de Comercialización son personas que poseen de 26 a 36 años, su principal motivación es realizar turismo, le gustaría que en se brinde información de turismo y comprar artesanías y cacao y sus derivados, como servicios extras le gustaría que se implemente un mirador y cafetería, la forma de pago lo realiza en efectivo y el Centro de Comercialización le gustaría que se implemente en el sector de la Virgen de Guacamayos. Existe una aceptación de la implementación del Centro de Interpretación del 87% de encuestados

El perfil del turista extranjero que visitará el Centro de Comercialización son personas que poseen de 48 a 58 años, su principal motivación es realizar turismo, le gustaría que en se brinde información y comprar cacao, artesanías y hongos ostra, como servicios extras le gustaría que se implemente un mirador y Centro de interpretación, la forma de pago lo realiza en efectivo y el Centro de Comercialización le gustaría que se implemente en el sector de la Virgen de Guacamayos. Existe una aceptación de la implementación del Centro de Interpretación del 92% de encuestados

4.2.3. Demanda Actual

4.2.3.1. Demanda actual de turistas nacionales

Los potenciales clientes nacionales para la creación de un Centros de Comercialización de los emprendimientos generados en la Reserva de Biosfera Sumaco, es de 4704 personas, considerando el porcentaje de aceptación que según el gráfico 2 que es acerca de la aceptación de la propuesta es del 85%

4.2.3.2. Demanda actual de turistas extranjeros

Los potenciales clientes extranjeros para la creación de un Centros de Comercialización de los emprendimientos generados en la Reserva de Biosfera Sumaco, es de 2016 personas, considerando el porcentaje de aceptación que según el gráfico 10 que es acerca de la aceptación de la propuesta que es del 95%

4.2.3.3. Demanda actual de agencias de viaje

Los potenciales distribuidores para la creación de un Centro de Comercialización de los emprendimientos de Reserva de Biosfera, es de 7 agencias de viaje considerando el porcentaje de aceptación que según el gráfico que es acerca de la aceptación de la propuesta es del 86%.

4.2.4. Demanda Potencial de Clientes

La proyección de la demanda potencial se la realizó mediante método del incremento compuesto cuya fórmula es $C_n = C_0 (1+i)^n$, para los cual se consideró el 3%, que corresponde al porcentaje de crecimiento de la población de la provincia de Napo según datos del INEC del año 2010.

4.2.4.1. Demanda potencial de clientes nacionales

Tabla 22-4: Proyección potencial de la demanda de clientes nacionales

Año	Demanda Potencial
2017	4774
2018	4844
2019	4916
2020	4989
2021	5063

Fuente: Entrevistas realizadas Diciembre 2016
Elaborado por: María José Campo

4.2.4.2. Demanda potencial de clientes extranjeros

Tabla 23-4: Proyección potencial de la demanda de turistas extranjeros

Año	Demanda Potencial
2017	2164
2018	2323
2019	2493
2020	2676
2021	2873

Fuente: Entrevistas realizadas Diciembre 2016
Elaborado por: María José Campos

4.2.4.3. Distribuidores Potenciales

Tabla 24-4: Proyección potencial de la demanda de agencias de viaje

Año	Demanda Potencial
2017	7
2018	8
2019	8
2020	9
2021	9

Fuente: Entrevistas realizadas Diciembre 2016
Elaborado por: María José Campos

4.2.5. Demanda Objetiva de Clientes

4.2.5.1. Turistas Nacionales

Tabla 25-4: Demanda Objetiva Turistas Nacionales

Año	Demanda por clientes	Porcentaje de Aceptación	Demanda Objetiva
2017	4774	80%	3819
2018	4844	80%	3875
2019	4916	80%	3933
2020	4989	80%	3991
2021	5063	80%	4050

Fuente: Entrevistas realizadas Diciembre 2016
Elaborado por: María José Campos

4.2.5.2. Turistas Extranjeros

Tabla 26-4: Demanda Objetiva Turistas Extranjeros

Año	Demanda por clientes	Porcentaje de Aceptación	Demanda Objetiva
2017	2164	80%	1731
2018	2323	80%	1858
2019	2493	80%	1994
2020	2676	80%	2141
2021	2873	80%	2298

Fuente: Entrevistas realizadas Diciembre 2016
Elaborado por: María José Campos

4.2.6. Demanda Objetiva por Servicios

4.2.6.1. Demanda de clientes nacionales

Tabla 27-4: Demanda Objetiva por servicios extra que gustaría que se implemente respecto a clientes nacionales. (La demanda por clientes multiplicar por el 80%)

Año	Demanda por clientes	Servicios extras				
		Cafetería	Mirador	Sendero Interpretativo	Centro de Interpretación Ambiental	Otros
		22%	33%	18%	27%	1%
2017	3819	840	1260	687	1031	38
2018	3875	853	1279	698	1046	39
2019	3933	865	1298	708	1062	39
2020	3991	878	1317	718	1078	40
2021	4050	891	1337	729	1094	41

Fuente: Entrevistas realizadas Diciembre 2016
Elaborado por: María José Campos

4.2.6.2. Demanda de clientes extranjeros

Tabla 28-4: Demanda Objetiva por servicios extra que gustaría que se implemente respecto a clientes extranjeros

Año	Demanda por clientes	Servicios extras				
		Cafetería	Mirador	Sendero Interpretativo	Centro de Interpretación Ambiental	Otros
		38%	11%	29%	21%	1%
2017	1731	658	190	502	364	17
2018	1858	706	204	539	390	19
2019	1994	758	219	578	419	20
2020	2141	814	235	621	450	21
2021	2298	873	253	667	483	23

Fuente: Entrevistas realizadas Diciembre 2016

Elaborado por: María José Campos

4.2.7. Análisis de la Competencia.

A través de un análisis espacial en la provincia de Napo y las áreas protegidas pertenecientes a ese territorio, mediante información directa a través de entrevistas en el Ministerio de Ambiente con el personal de áreas protegidas, se pudo establecer que no existe un proyecto similar al de la creación de un Centro de Comercialización de Emprendimientos de Reserva de Biosfera, por esta razón podemos mencionar que no existe competencia.

4.2.8. Plan Mercadotécnico del Proyecto

4.2.8.1. Nombre

El Nombre que se ha elegido para la propuesta es Centro de Comercialización de Emprendimientos de la Reserva de Biosfera Sumaco

4.2.8.2. Slogan

Para seleccionar el Slogan se realizó una lluvia de ideas:

- Manos que trabajan acciones que conservan la naturaleza

- Si con bosque queremos contar alternativas de desarrollo tenemos que buscar
- Si el bosque quieres conservar alternativas hay que buscar

Luego de realizar una pequeña selección entre el personal de áreas protegidas se identificó que la mejor opción es Manos que trabajan acciones que conservan la naturaleza, ya que es una frase corta fácil de recordar y que representa la razón de ser de los emprendimientos comunitarios

4.2.8.3. Logotipo



Ilustración 2 -4 Logotipos para promocionar el Centro de Comercialización

Elaborado por: Ministerio de Ambiente, GAD Archidona

El diseño del logotipo consiste en la representación del logo de la Marca Turística del Cantón Archidona que es el lugar de donde han surgido los emprendimientos, el logotipo simboliza la letra A de Archidona, y los colores representan a abundancia y diversidad en recursos naturales y culturales que posee el cantón

Es importante mencionar que la marca de punto verde también debe estar presente, ya que es la marca única de las áreas protegidas, que se hay definido en la estrategia de mercadeo y comercialización, como mecanismo productivo sostenible que aporta al desarrollo y conservación de dichas áreas.

El logotipo de Reserva de Biosfera, tiene varios colores y simboliza la diversidad a nivel cultural como natural.

4.2.8.4. Medios publicitarios.

De acuerdo a las encuestas aplicadas a los turistas nacionales y extranjeros, para conocer porque medios de comunicación se informan, como resultado obtuvimos lo siguiente:

Turistas Nacionales.- El 42% indican que se informan a través de internet, el 29% indican que se informan a través de radio

Turistas Extranjeros.- El 62% de personas se informan a través de internet y el 24% de personas se informan a través de radio

Por esta razón se ha considerado necesario, crear un anuncio publicitario en radio y un blog en internet, en donde se pueda promocionar los emprendimientos generados en Reserva de Biosfera Sumaco.

a).- Anuncio de radio.- manifiesta lo siguiente:

¿Sabías que los Recursos Naturales de nuestra provincia se pueden conservar y al mismo tiempo aprovecharlos de manera sostenible?

Si quieres aprender y conocer los emprendimientos que se han generado en la Reserva de Biosfera Sumaco, visítanos en el Centro de Comercialización, localizado en la Guardianía de la Reserva Ecológica Antisana en la vía Baeza- Tena E45, sector de Guacamayos. Ahí podrás disfrutar de vista única de la riqueza natural de áreas protegidas, además degustar sabrosos bocadillos amazónicos y sobretodo productos con identidad, con “manos que trabajan y acciones que conservan”

b).- Blog de la Centro de Comercialización





Ilustración 3 -4 Modelo de blog para promocionar el Centro de Comercialización

Elaborado por: María José Campos

4.2.8.5. Colores:

Los colores que están consolidados en el logo son: verde y azul representan la amazonia ecuatoriana y los lagos y ríos que en ella se encuentran, el amarillo y rojo simboliza la diversidad en flora, fauna y la multiculturalidad que la provincia posee.

4.2.8.6. Papelería.

a. Volantes



Ilustración 3-4: Modelo de Volante

Elaborado por: María José Campos

b. Trípticos

<p>Normas de Visita a las Áreas Protegidas</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Respetar los senderos establecidos 2. No ingresar con bebidas alcohólicas, drogas, ni cigarrillos 3. No coleccionar la flora y fauna del área Protegida 4. La basura que generes debes regresarla contigo 5. No ingresar con mascotas 6. Registrarse antes de ingresar al Área Protegida 	 <p>Dirección: Guardería de la Reserva Ecológica Ashiñana en la vía Baena- Tena 645, sector de Guacamayos, Tena- Ecuador</p>	<p><i>"Manos que trabajan acciones que conservan"</i></p> <p>Centro de Comercialización de los emprendimientos de Reserva de Biosfera Sumaco , te invita a que conozcas y disfrutes de la variedad de productos generados con la finalidad de conservar la riqueza natural de las áreas protegidas</p>  <p>Lema o eslogan de la empresa</p>
		

 <p>¿Qué son los emprendimientos generados en Reserva de Biosfera ?</p> <p>A través de un proceso largo de análisis , gestión y capacitación yiii, se ha formado a un grupo de gente emprendedora que por medio de constancia y trabajo diario han emprendido actividades de producción alternativas y amigables con el ambiente, se a fomentado la producción de hongos ostras, cacao nacional, artesanías , y turismo comunitario</p> <p>¿Como han aportado estos emprendimientos a la conservación de las áreas protegidas ?</p> <p>Los emprendimientos son una alternativa de desarrollo sostenible , al tener una actividad productiva amigable con el ambiente , las personas dejan de extraer recursos naturales como madera y de está forma el Patrimonio Natural de áreas Protegidas se conserva</p>	<p>EMPRENDIMIENTOS</p> <p>♦ Hongos Ostra</p>  <p>Los hongos ostras son una especie degradada que puede producirse con residuos agroforestales ya que esto sirve de sustrato, se cultiva en Invernaderos y es propiedades nutritivas y antioxidantes, además se pueden preparar variados platillos de manera muy fácil .</p> <p>♦ Cacao</p>  <p>El cacao ecuatoriano es de origen amazónico, es por eso que a través de la gobernanza del cacao y chocolate , se ha logrado fortalecer la chakra el escenario mas amigable para la conservación y de la biodiversidad y fuentes de ingresos económicos .</p> <p>Se ha dado valor agregado a uno de los productos mas emblemáticos de la amazonia el cacao y por medio de este espacio se a creado una ruta (de) cacao</p>	<p>TURISMO COMUNITARIO</p>  <p>La Reserva de Biosfera , es un escenario de grandes atractivos turísticos y rutas s que actualmente personas de las comunidades están dando a conocer toda la riqueza natural y cultural que la provincia de Napo posee , es existen los siguientes emprendimientos turísticos:</p>  <p>Las manos y creatividad de los Artesanos de las comunidades como:</p> <p>Han creado hermosas artesanías hechas con recursos no maderables que proviene del bosque como semillas hojas y fibras como:</p> <p>Esencias Bisutería Adornos entre otros</p>
--	---	---

Ilustración 4-4: Modelo de Tríptico promocional

Fuente: Reserva de Biosfera Sumaco
Elaborado por: María José Campos

c. Afiches



Ilustración 5-4: Modelo de Afiche

Fuente: Banco Fotográfico Reserva Ecológica Antisana
Elaborado por: María José Campos

4.2.8.7. Requerimientos Para el Área Comercial

Tabla 29-4: Activos para el Área Comercial

Activo	Unidad	Cantidad	Inversión Unitaria	Inversión Total
Construcción Edificio			450	15.500
Sala para Centro de Comercialización	m2	30	350	10.500
Construcción Mirador	m2	50	100	5000
Equipo de Computo			700	700
Computadora Fija	U	1	600	600
Impresora	U	1	100	100
Muebles y Enseres			940	4350
Escritorio	U	1	100	100
Silla	U	2	20	40
Archivador	U	1	100	100
Cafetería			30	180
Mesas	U	3	20	60
Vajilla			0	0
Sillas	U	12	10	120
Centro de Comercialización			480	3750
Paneles Interpretativos	U	7	150	1.050
Señal ética (Letreros de identificación)	U	3	150	450
Modulares para exhibición	U	5	150	750
Diseño e impresión de fotografías	U	50	30	1500
TOTAL			2570	20550

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: María José Campos

4.2.8.8. Inversiones diferidas

Tabla 30-4: Inversiones Diferidas del Área Comercial

Denominación	Inversión Unitaria	Inversión Total
Capacitación al personal del área comercial	200	200
Publicidad y Promoción antes		
1 Rótulo de identificación	250	250
10 cuñas radiales	20	200
10 spots en tv	30	300
Programa de Inauguración	200	200
TOTAL		1,250

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: María José Campos

4.2.8.9. Gastos

Tabla 31-4: Gastos Área Comercial

Denominación	Cantidad	Gasto Mensual	Gasto Total Anual
Materiales e Insumos		12	108
Papel para impresión	1	4	48
Recarga de cartuchos	1	5	30
Esferos	4	2	24
Grapas	1 caja	1	6
Publicidad y Promoción		30,85	903
Volantes	1000	0,2	205
Afiches	1000	0,47	210
Trípticos	1000	0,18	188
Cuñas Radiales	10	30	300
TOTAL		54,85	1119

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: María José Campos

4.2.8.10. Requerimientos de talento humano para el área comercial

Tabla 32-4: Requerimiento Talento Humano para el Área Comercial

Requerimiento	Cantidad	Gasto Mensual	Gasto Total Anual
Guía para el centro de Interpretación Ambiental	1	375	5250
TOTAL			5250

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: María José Campos

4.3. Estudio Técnico

4.3.1. Tamaño del Proyecto

4.3.1.2. Demanda Objetiva por clientes

a).- Demanda Turistas Nacionales

Tabla 33-4: Demanda Objetiva de visitantes Nacionales

Año	Demanda	Demanda Objetiva (80%)
2017	4774	3819
2018	4844	3875
2019	4916	3933
2020	4989	3991
2021	5063	4050

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: María José Campos

b).- Demanda Turistas Extranjeros

Tabla 34-4: Demanda Objetiva de Visitantes Extranjeros

Año	Demanda	Demanda Objetiva (80%)
2017	2164	1731
2018	2323	1858
2019	2493	1994
2020	2676	2141
2021	2873	2298

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: María José Campos

4.3.1.3. Demanda Objetiva por Servicios

a).- Demanda turistas nacionales

- **Demanda Objetiva turistas nacionales, servicio 1**

Tabla 35-4: Demanda Objetiva para el Mirador

Año	Demanda	Demanda Objetiva (80%)
2017	1575	1260
2018	1599	1279
2019	1622	1298
2020	1646	1317
2021	1671	1337

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: María José Campos

- **Demanda Objetiva turistas nacionales, servicio 2**

Tabla 36-4: Demanda Objetiva para el Centro de Interpretación de
Emprendimientos de Reserva de Biosfera

Año	Demanda	Demanda Objetiva (80%)
2017	1289	1031
2018	1308	1046
2019	1327	1062
2020	1347	1078
2021	1367	1094

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: María José Campos

- **Demanda Objetiva turistas nacionales, Servicio 3**

Tabla 37-4: Demanda Objetiva para la Cafetería

Año	Demanda	Demanda Objetiva (80%)
2017	1575	840
2018	1599	853
2019	1622	865
2020	1646	878
2021	1671	891

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: María José Campos

- **Demanda Objetiva turistas nacionales, Servicio 4**

Tabla 38-4: Demanda Objetiva para el Sendero Interpretativo

Año	Demanda	Demanda Objetiva (80%)
2017	859	687
2018	872	698
2019	885	708
2020	898	718
2021	911	729

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: María José Campos

b). Demanda Extranjera

- **Demanda Objetiva Extranjeros Servicio 1**

Tabla 39-4: Demanda Objetiva para la Cafetería

Año	Demanda	Demanda Objetiva (80%)
2017	822	658
2018	883	706
2019	947	758
2020	1017	814
2021	1092	873

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: María José Campos

- **Demanda Objetiva Extranjeros Servicio 2**

Tabla 40-4: Demanda Objetiva para el Sendero Interpretativo

Año	Demanda	Demanda Objetiva (80%)
2017	628	502
2018	664	539
2019	723	578
2020	776	621
2021	833	667

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: María José Campos

- **Demanda Objetiva Extranjeros Servicio 3**

Tabla 41-4: Demanda Objetiva para el Centro de Interpretación de Emprendimientos de Reserva de Biosfera

Año	Demanda	Demanda Objetiva (80%)
2017	454	364
2018	488	390
2019	524	419
2020	562	450
2021	603	483

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: María José Campos

- **Demanda Objetiva Extranjeros Servicio 4**

Tabla 42-4: Demanda Objetiva para el Mirador

Año	Demanda	Demanda Objetiva (80%)
2017	238	190
2018	256	204
2019	274	219
2020	294	235
2021	316	253

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: María José Campos

4.3.1.4. *Consumo Aparente*

a.- Demanda de los Turistas Nacionales

Tabla 43-4: Consumo Aparente de Turistas Nacionales

Año	Demanda Objetiva	Semestre	Trimestre	Mes	Día
2017	3819	1910	955	318	10
2018	3875	1938	969	323	11
2019	3933	1967	983	328	11
2020	3991	1996	998	333	11
2021	4050	2025	1013	338	11

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: María José Campos

b.- Demanda de los Turistas Extranjeros

Tabla 44-4: Consumo Aparente de Turistas Extranjeros

Año	Demanda Objetiva	Semestre	Trimestre	Mes	Día
2017	1731	866	433	144	5
2018	1858	929	465	155	5
2019	1994	997	499	166	5
2020	2141	1071	535	178	6
2021	2298	1149	575	192	6

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: María José Campos

4.3.2. Localización del Proyecto

4.3.2.1. Macro localización

Este proyecto se localiza en la república de Ecuador, Región Amazonía, Provincia de Napo, Cantón Archidona, Parroquia Cotundo.

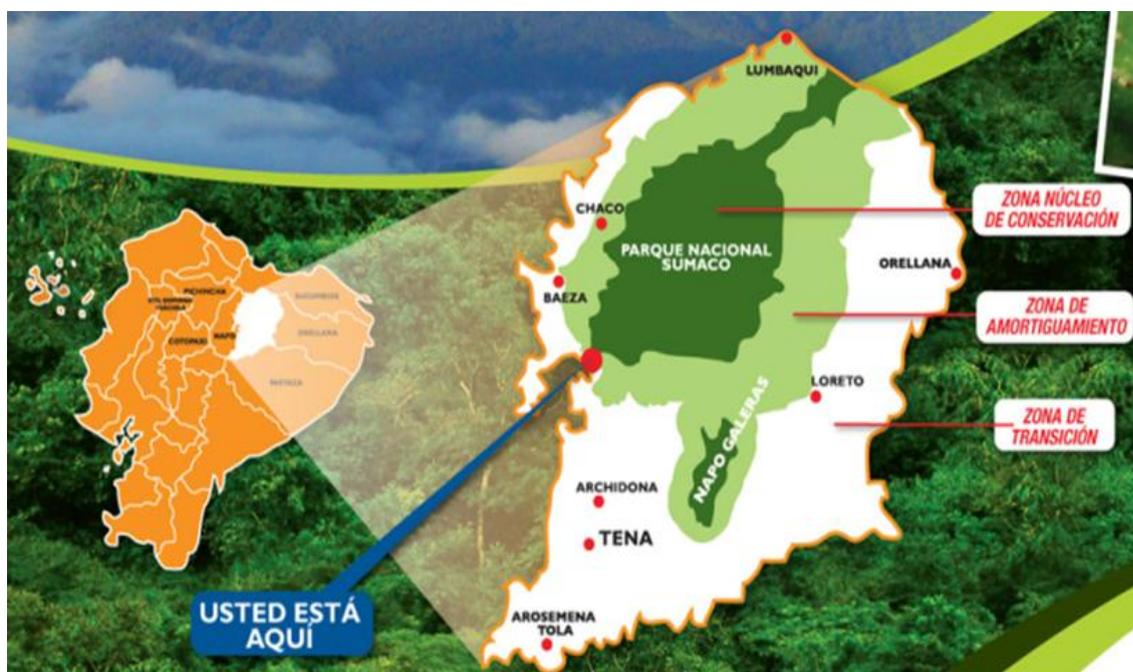


Ilustración 6-4: Mapa de la Reserva de Biosfera Sumaco

Fuente: Ministerio de Ambiente Dirección Provincial del Napo

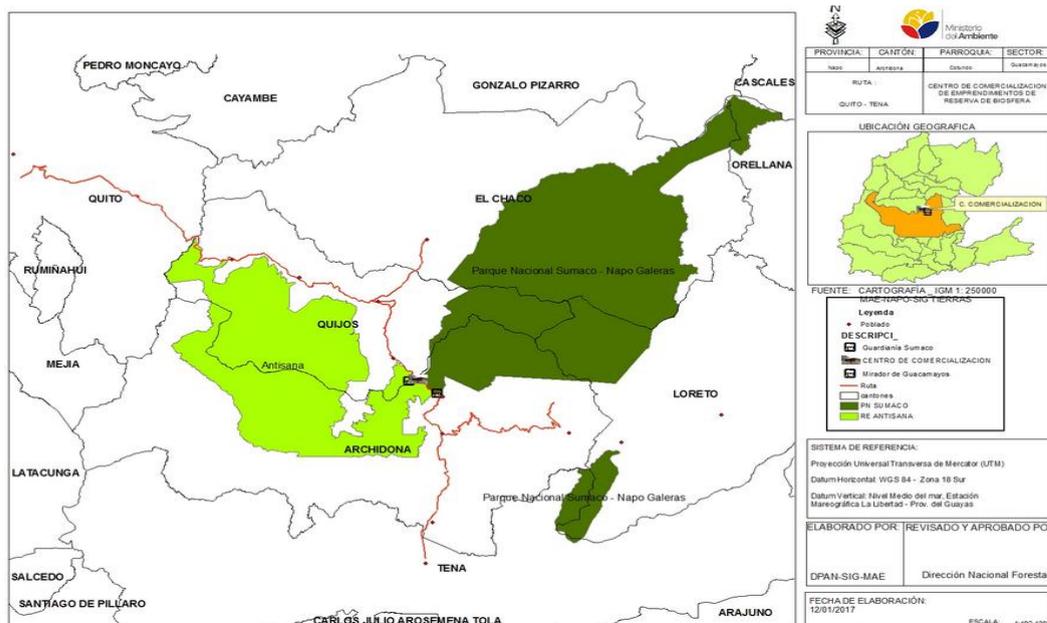


Ilustración 7-4: Mapa de localización del Centro de Comercialización

Fuente: Archivo cartográfico del Ministerio de Ambiente

4.3.2.2. Micro localización

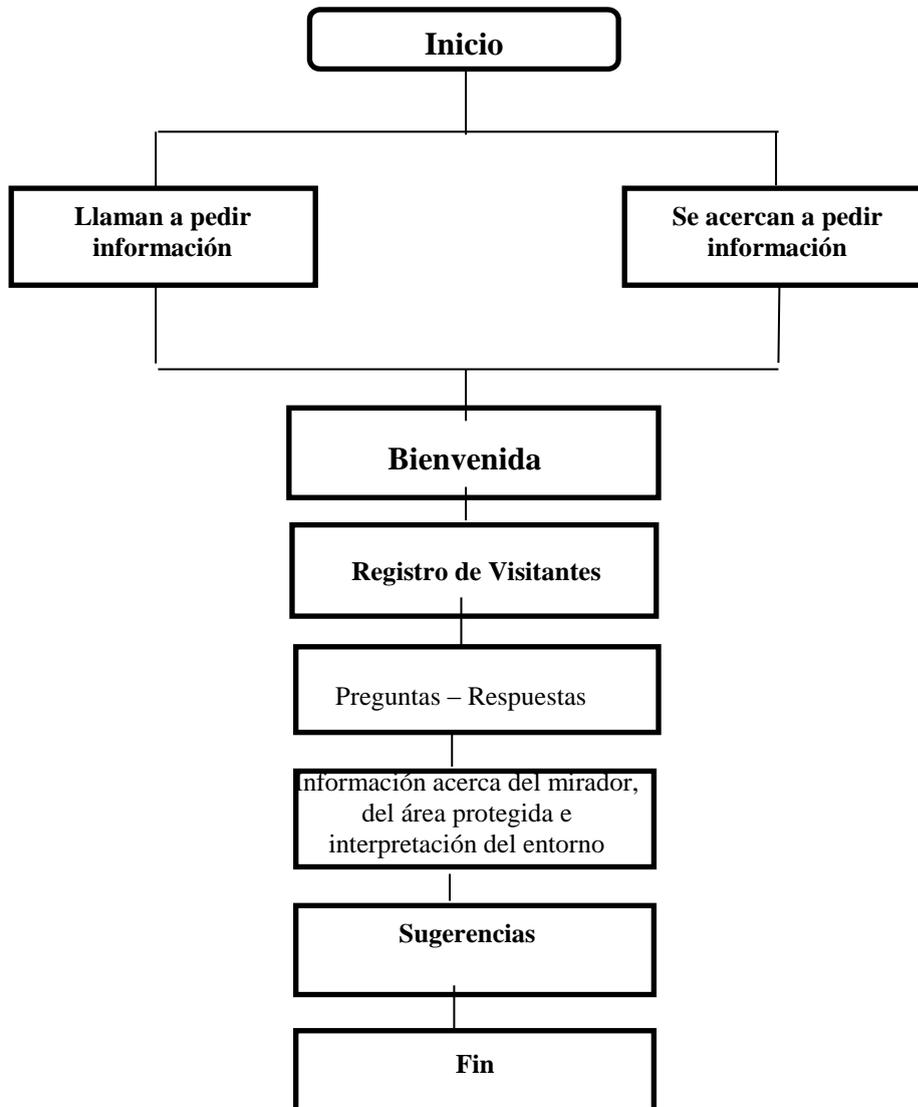
Tabla 45-4: Matriz para seleccionar la localización del Centro de Comercialización

Características del sitio	Guardianía REA	Guardianía PNSNG	Virgen de Guacamayos
Infraestructura	5	4	3
Accesibilidad	5	5	5
Transporte	5	5	5
Señalización	5	5	5
Mayor Afluencia de personas	4	5	2
Agua Potable	5	2	4
Energía Eléctrica	2	2	2
Alcantarillado	4	2	2
Zonas de parqueo	5	5	2
Seguridad	3	3	3
Paisaje	5	5	2
Espacio disponible	4	2	3
Total	52	45	38

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: María José Campos

4.3.3. Flujograma del Proceso de Servicios

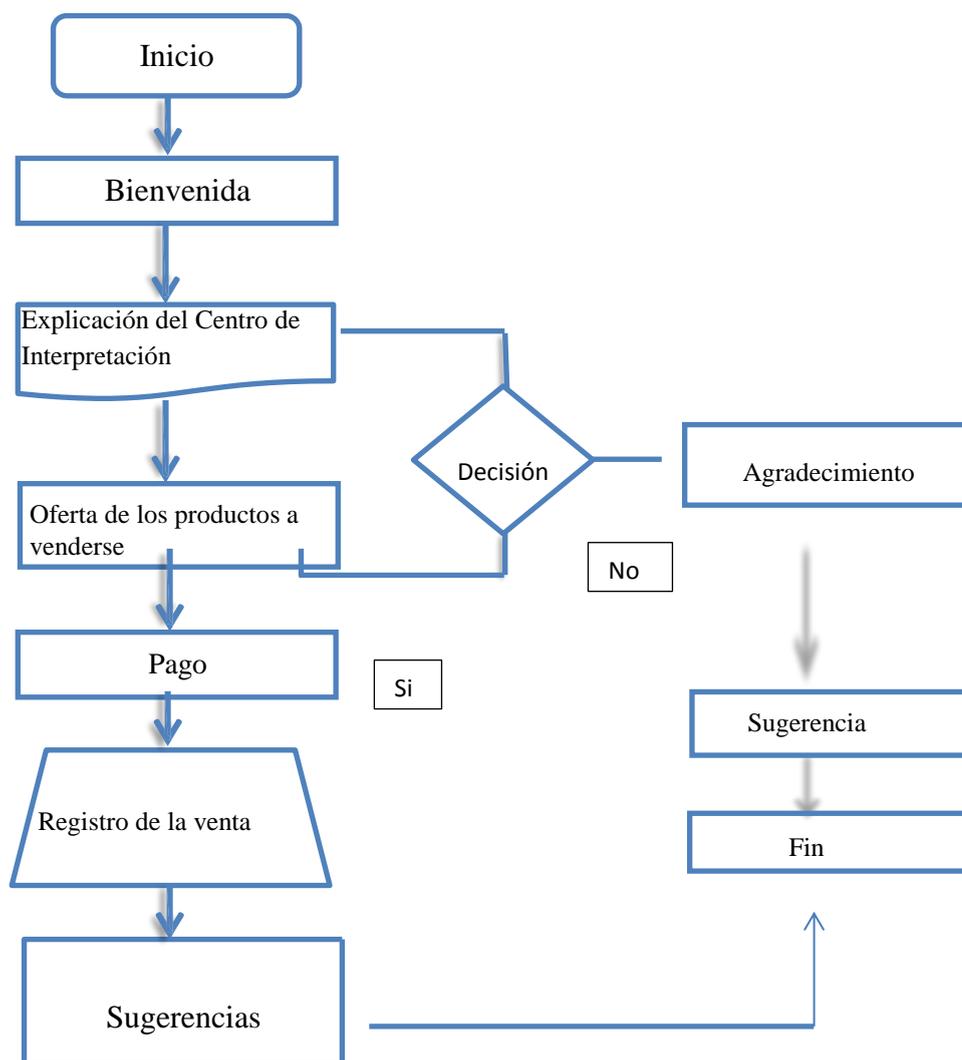
4.3.3.1. Flujo grama para el servicio de Mirador



Gráfica 22-4: Flujo grama para el servicio de Mirador

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: María José Campos

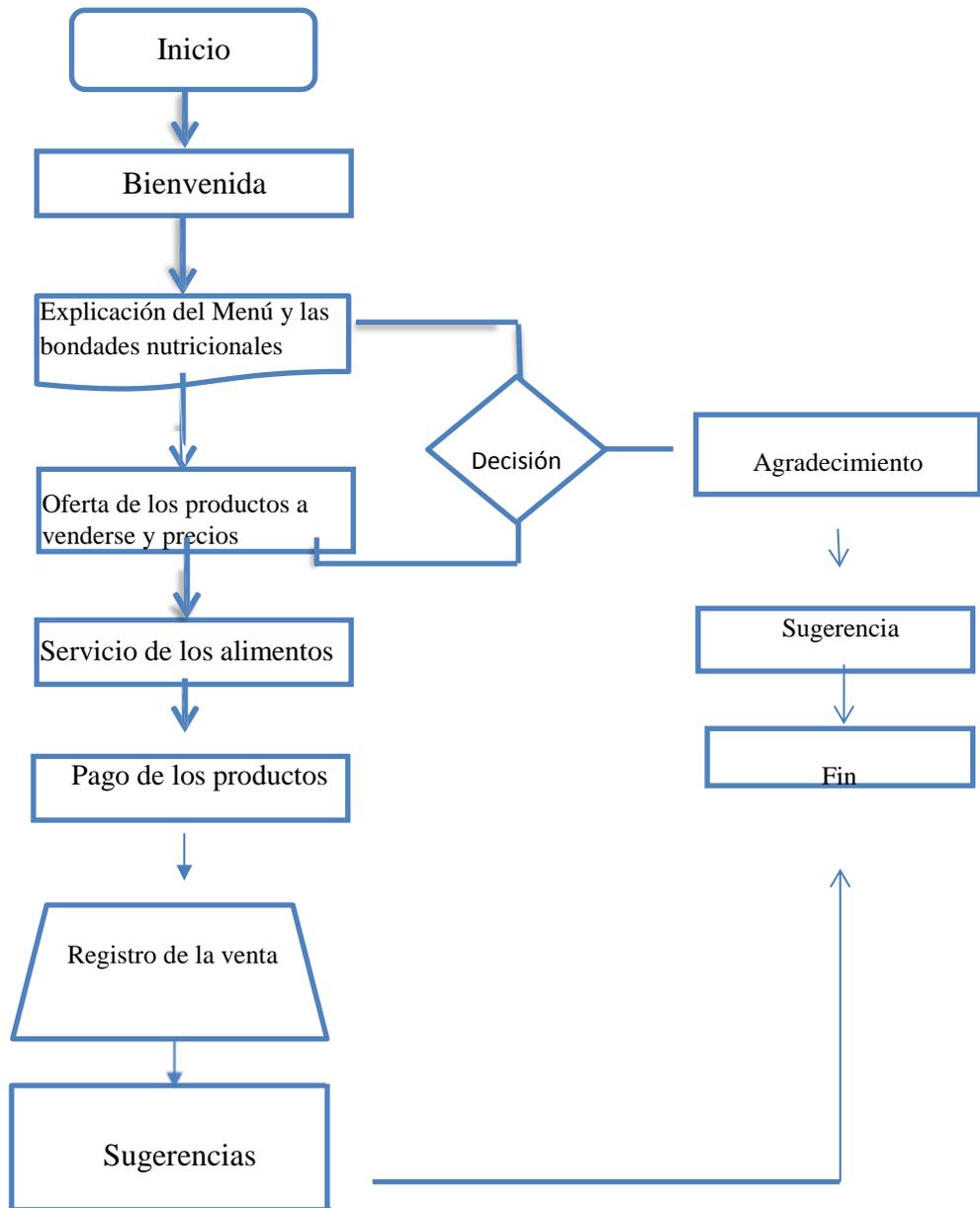
4.3.3.2. Flujo grama para el servicio del Centro de Interpretación



Gráfica 23-4: Flujo grama para el Servicio del Centro de Interpretación

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: María José Campos

4.3.3.3. Flujo grama para el servicio del Cafetería



Gráfica 24-4: Flujo grama para el servicio de cafetería

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: María José Campos

4.3.4. Esquema del Diseño de Infraestructura y Planos Arquitectónicos

4.3.4.1. Planos Arquitectónicos

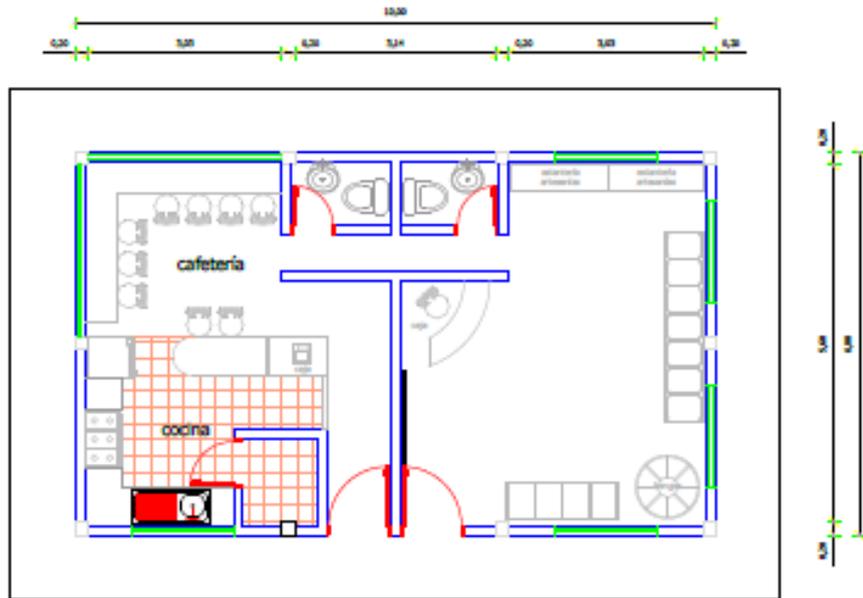


Ilustración 6-4: Planos Arquitectónicos de la cafetería y centro de interpretación

Fuente: Investigación de campo

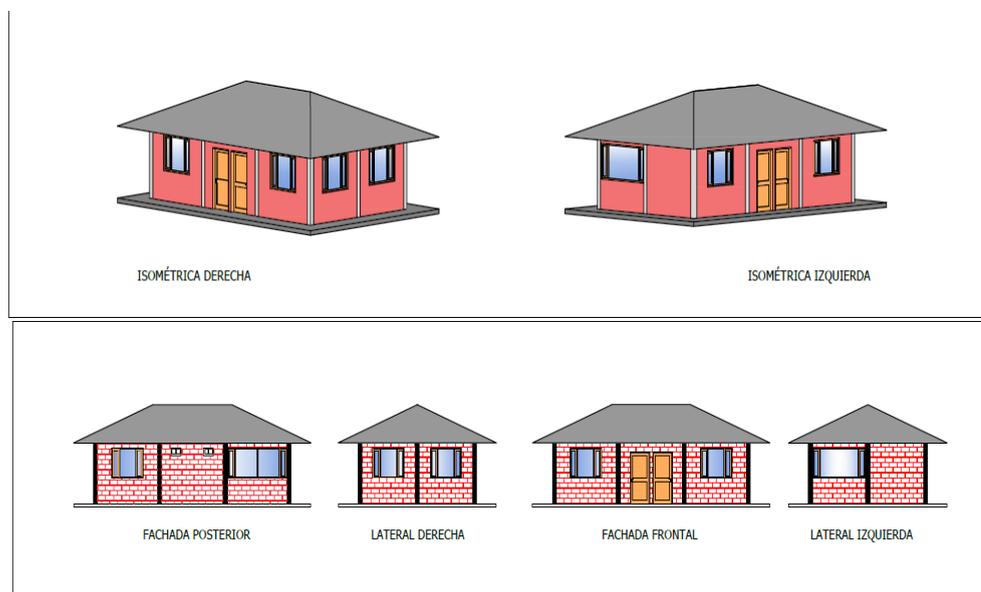


Ilustración 7-4: Fachada de las Instalaciones de Cafetería y Centro de Interpretación

Fuente: Investigación de campo



Ilustración 7-4 Fachada de la Guardianía de la Reserva Ecológica Antisana

Fuente: Investigación de campo



Ilustración 8-4: Modelo de mirador que estipula el manual de construcciones para áreas protegidas

Fuente: Investigación de campo

4.3.4.2. Diseño de los Medios Interpretativos para el Centro de Interpretación de los Emprendimientos de Reserva de Biosfera.

Todos los medios interpretativos serán elaborados en madera MDF, en cuanto al texto tendrán las siguientes características:

Tabla 46-4: Características de los medios interpretativos

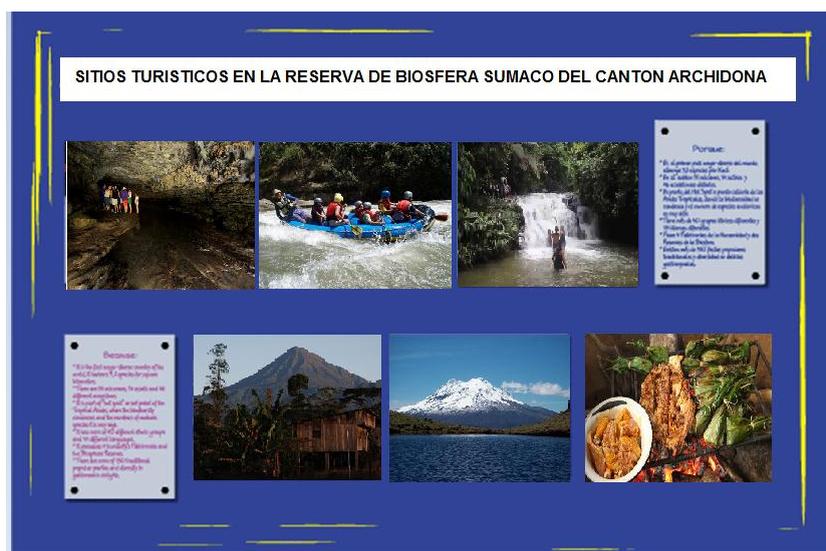
TEXTO	TAMAÑO	TIPO DE LETRA
Título	140	Auge
Subtítulo	100	Auge
Párrafo	90	JacobCTT3
Pie de Foto	30	Auge
Espacio interlineado con párrafos	150	

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: María José Campos

- **Medio Interpretativo N° 1**

Tipo: Exhibición de Pared

Tópico: Sitios Turísticos de la Reserva de Biosfera



La información que contendrá el medio intrpretativo será de los nombres de los atractivos turísticos, la localización.

Al final el guía proporcionará los contactos de las comunidades y las rutas de cómo llegar a cada sitio

Ilustración 9-4: Panel Informativo Emprendimientos Turismo Comunitario

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: María José Campos

- **Medio Interpretativo N° 2**

Tipo: Exhibición de Pared

Tópico: Que pasa si se pierde el Bosque

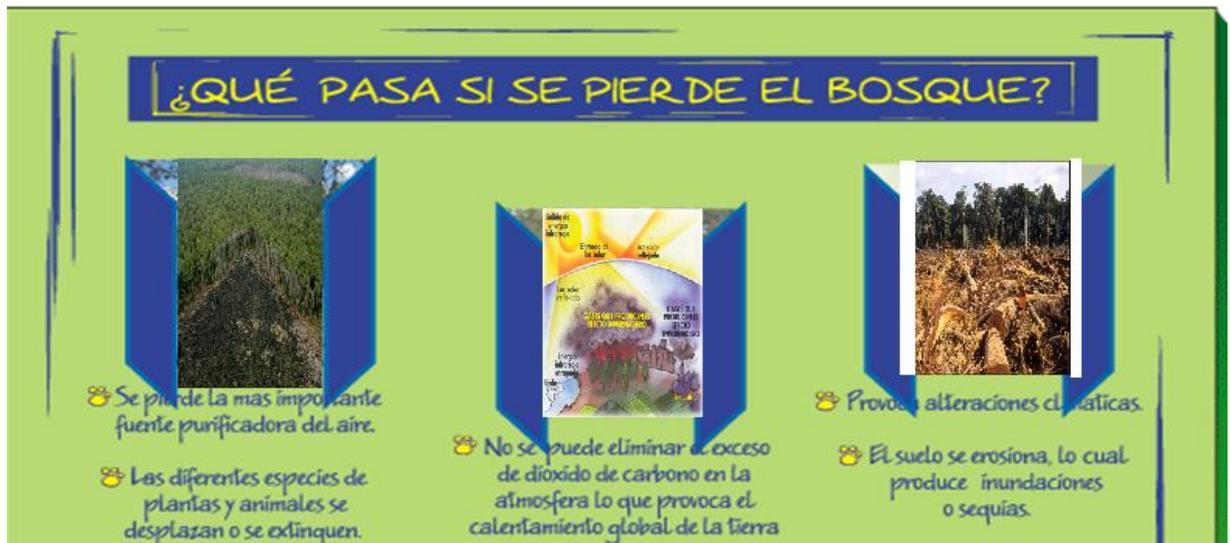


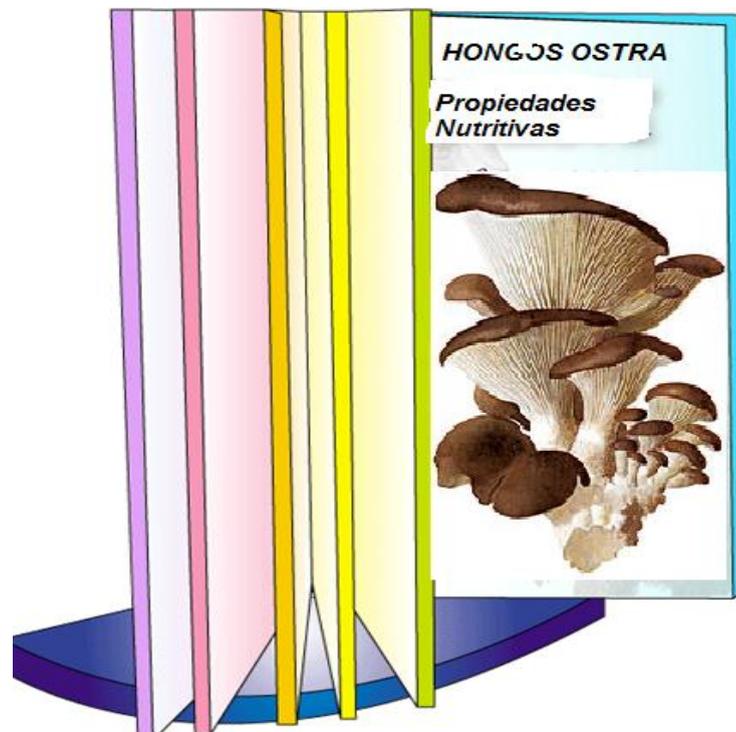
Ilustración 10-4: Panel Importancia de Conservar el Bosque

Fuente: Investigación de campo
 Elaborado por: María José Campos

- **Medio Interpretativo N° 3**

Tipo: Exhibición Interactiva

Tópico: Hongos Ostra





Con la compra y consumo de los hongos del Sumaco, además de consumir un alimento sano y rico en proteínas y vitaminas, ayudas a los productores a mejorar su calidad de vida y a disminuir los impactos ambientales negativos

Conozcamos los Hongos Ostra

El consumo de hongos ostra se remonta a más de 10.000 años, en Ecuador los indígenas de la Amazonia lo han recogido del bosque para su alimentación cotidiana.

El alto contenido de minerales y vitaminas como el complejo B, C, calcio, hierro, fósforo y potasio, así como proteínas y el bajo contenido de calorías y colesterol hacen que el consumo frecuente de hongos refuerce el sistema inmunológico y ayude a la prevención del cáncer de colon, obesidad y enfermedades cardíacas

¿Cómo Cocinas los Hongos Ostra?

Antes de Cocinarlos

Es necesario limpiarlos con agua fría, no es conveniente dejarlos en remojo ya que absorben agua diluyendo el sabor y afectan a la textura, no se debe pelar.

Cocinarlos

Poner a hervir abundante agua con una pizca de sal, una vez que hierva adicione los hongos, tape la olla y deje cocinar por 5 minutos a fuego lento, luego se escurre y se los saltea a fuego alto



HONGOS AL AJILLO



Ingredientes:

1 libra de hongos frescos
 4 dientes de ajo
 1 Cucharada de mantequilla
 1 rama de cebollín, sal, pimienta y orégano al gusto

Preparación:

Colocar aceite en el sartén junto con el ajo finamente picado sofreír por un minuto
 Adicionar el cebollín finamente picado y sofreír por dos minutos
 Agregar los hongos picados junto con la sal, pimienta y orégano al gusto, tapar y dejar cocinar por 5 minutos

Ilustración 11-4: Exhibición Itinerante Propiedades nutritivas y recetas de hongos ostra

Fuente: Investigación de campo
 Elaborado por: María José Campos

- **Medio Interpretativo N° 4**

Tipo: Exhibición Interactiva

Tópico: A que sabe el Chocolate Amazónico

CACAO FINO DE AROMA



Cacao Fino de Aroma, conocido también como Criollo o Nacional cuyo color característico es el amarillo, posee un aroma y sabor único, siendo esencial para la producción del exquisito chocolate gourmet apetecido a nivel mundial

CACAO CCN-51



El CCN-51 es un cacao clonado de origen ecuatoriano que el 22 de junio del 2005 fue declarado, mediante acuerdo ministerial, un bien de alta productividad. Castro investigó desde 1952 las diversas variedades del grano y finalmente obtuvo la del tipo 51, que es tolerante a las enfermedades, de alta productividad y calidad.



Ilustración 12-4: Exhibición Interactiva Clases de Cacao Amazónico

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: María José Campos

- **Medio Interpretativo N° 4**

Tipo: Exhibición Interactiva

Tópico: Propiedades de la Guayusa

GUAYUSA BEBIDA ENERGIZANTE

La guayusa es Una planta nativa de la selva Amazónica Ecuatoriana. Sus hojas son utilizadas en Infusiones con propiedades Estimulantes gracias a su contenido de cafeína, teobromina (estimulante presente en el chocolate) y L-teatina (ácido glutámico presente en el té verde). Generalmente la guayusa es utilizada para mejorar síntomas de fatiga y combatir el estrés.



- Potente **antioxidante**
- Rica en **vitaminas y minerales.**
- Contiene **estimulantes.,**
- **Gran energizante..**

Los guerreros amazónicos usaban la guayusa como energizante natural para activar la mente y cazar y recolectar todo lo necesario para sobrevivir



Ilustración 8-4: Exhibición Interactiva Guayusa y sus propiedades

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: María José Campos



Ilustración 94-4: Anaquel para exhibir artesanías



Ilustración 15-4: Anaqueles para exhibir orfebrería y chocolates

4.3.5. Requerimiento para el Área Productiva

4.3.5.1. Activos fijos del Área Productiva

Tabla 47-4: Activos Fijos para el área Productiva

Activo	Unidad	Cantidad	Inversión Unitaria	Inversión
Construcción Edificio			300	10500
Cafetería	m2	30	350	10500
Muebles y Enseres			250	750
Modulares de cocina	Unidad	3	250	750
Cocina incluido el gas	Unidad	0	0	0
Vajilla y Ollas	Unidad	0	0	0
Refrigeradora	Unidad	0	0	0
Total			550	11250

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: María José Campos

4.3.5.2. Inversiones diferidas

Tabla 48-4: Inversiones Diferidas para el área Productiva

Denominación	Unidad	Cantidad	Inversión Unitaria	Inversión
Capacitación al personal de cafetería	Hora	30	20	600
Total		30	20	600

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: María José Campos

4.3.5.3. Costos

a). Insumos y materiales

Tabla 49-4: Insumos y materiales área productiva

Denominación	Unidad	Cantidad	Inversión Unitaria	Costo mensual	Costo Anual
Kit de limpieza para el baño	Compras	2	30	60	720
Total			30	360	720

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: María José Campos

b). Mantenimiento

Tabla 50-4: Requerimiento de Mantenimiento

Requerimiento	Cantidad	Gasto Mensual	Gasto Total Anual
Mantenimiento de infraestructura	1	30	360
TOTAL		30	360

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: María José Campos

4.4. Estudio Ambiental

Tabla 51-4: Matriz de Impacto Ambiental del Proyecto

ACTIVIDADES DEL PROYECTO QUE CAUSAN DAÑOS	EFEECTO	MEDIDAS DE MITIGACIÓN	REQUERIMIENTO	COSTO
Suelo				
Construcción de infraestructura turística	Contaminación al utilizar materiales de construcción ajenos al entorno	Reciclar y recoger los desperdicios que sobren en la Construcción.	Recoger o reutilizar los desperdicios de la construcción	\$200 (Este costo se incluye en la construcción de la infraestructura)
Desechos sólidos de la cafetería	Contaminación del suelo	Clasificar y reutilizar los desechos : Orgánicos abonos para los jardines e inorgánicos reciclaje	Insumos para realizar abonos orgánicos y para reciclar	\$100
Agua				
Eliminación de aguas negras de baños y cocina	Contaminación y desperdicio de agua	Dosificar el uso del agua , buenas prácticas ambientales Sistema de alcantarillado que ya existe	Implementar inodoros y grifos de agua Pegar carteles de buenas prácticas ambientales	\$50 (el costo de los inodoros y grifos ya está contemplado en la construcción)
Recorridos turísticos	Alteración del ecosistema, y compactación del suelo	Estudios de capacidad de carga y diseño de senderos con señalética y recolectores de basura.	Determinar la capacidad de carga y diseño de senderos con señalética y recolectores de basura. Número máximo de visitantes al día, y trazar los senderos adecuadamente con recolectores para una clasificación correcta.	\$500
Aire				

Uso de productos químicos para limpieza y desinfección,	Contaminación con partículas químicas	Usar productos naturales	Asesoramiento ambiental	\$30 (El costo de los productos de limpieza orgánicos que se compran están incluidos en el rubro de mantenimiento)
Flora y Fauna				
Levantamiento de construcciones	Perdida de plantas propias del ecosistema, además se puede ahuyentar especies animales de la zona, y se ven obligadas a migrar	Construir en lugares con la menor proporción de vida silvestre, y usar maquinaria lo menos ruidosa posible	Estudio de vida silvestre, y maquinaria adecuada	\$320
Registro Ambiental				\$ 180
TOTAL				\$ 1380

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: María José Campos

Es importante mencionar que el proyecto al localizarse en un área protegida en la zona destinada a oficinas administrativas y de control de la Reserva Ecológica Antisana, y debido a que únicamente se está realizando una ampliación a la infraestructura ya existente, que cuenta con permisos para realizar este tipo de construcción es decir posee registro ambiental otorgada por el Ministerio de Ambiente, no se está realizando un impacto ambiental, sin embargo las ampliaciones que se realizaran en la infraestructura serán realizadas bajo las especificaciones que el manual de Patrimonio de Áreas Naturales del Estado (PANE) establece.

4.4.1. Propuesta de Plan de Manejo Ambiental.

Para una correcta mitigación y manejo ambiental de los impactos causados en la fase de construcción y ejecución del Centro de Comercialización de los Emprendimientos de Reserva de Biosfera será necesario establecer algunos programas de manejo por cada componente:

Tabla 52-4: Matriz del Plan de Manejo Ambiental

Programa de Recolección de Desechos Solidos				
Componente Ambiental	Actividad	Tiempo	Responsable	Costo
	Durante la etapa de construcción se realizará recolección y transportación de los desechos sólidos generados para ser depositados en espacios autorizados por la entidad ambiental, además los restos de tierra que se genere en la construcción será utilizada para los espacios de jardinería existentes	Durante el tiempo que dure la construcción	Municipio de Archidona bajo el control del Ministerio de Ambiente	\$200 (Este costo se incluye en la construcción de la infraestructura)
Suelo	Durante la etapa de ejecución del proyecto, en la cafetería se generaran desechos sólidos, los mismo que serán clasificados en desechos orgánicos e inorgánicos, se reutilizará del desechos orgánicos para utilizarlos como compost y los inorgánicos como plástico, papel y vidrio se reciclará para ser entregados al proyecto socio reciclador del Ministerio de Ambiente.	Durante el tiempo que dure el Centro de Comercialización de los Emprendimientos generados en Reserva de Biosfera	Entidad que resulte beneficiaria de la concesión a la cafetería, bajo el control del Ministerio de Ambiente	\$100

Programa de Buenas Prácticas Ambientales				
Componente Ambiental	Actividad	Tiempo	Responsable	Costo
Agua Aire Energía Desechos	Las buenas prácticas ambientales se aplicaran en el momento que se ejecute el centro de comercialización, se colocará letreros acerca del uso moderado del agua y de la luz y de la separación de desechos sólidos. También existirá un pequeño recolector de pilas. Se seleccionara desinfectantes de limpieza ecológicos, para no causar impacto al ambiente	Durante el tiempo que dure el Centro de Comercialización de los Emprendimientos generados en Reserva de Biosfera	Municipio de Archidona y Comunidad bajo el control del Ministerio de Ambiente	\$100 (infraestructura) \$50 El costo de los materiales de limpieza se contempla en el rubro de mantenimiento de infraestructura
	En el momento de la implementación de las baterías sanitarios se seleccionara equipos ecológicos con dosificación del agua	Municipio de Archidona	Municipio de Archidona	\$ 1200 (este rubro está incluido en el rubro de infraestructura)
Programa de Reforestación				
Componente Ambiental	Actividad	Tiempo	Responsable	Costo
Flora y Fauna	Durante la etapa de construcción se procurará utilizar maquinaria que no genere mucho ruido para que las especies de fauna no se ahuyenten En la fase de implementación se definirá espacios a reforestar con plantas nativas del sector, con el propósito de mantener la biodiversidad existente en el bosque nublado	Durante el tiempo que dure la construcción	Municipio de Archidona bajo el control del Ministerio de Ambiente	\$300 (Este costo se incluye en la construcción de la infraestructura)

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: María José Campo

4.5. Estudio Legal Administrativo

4.5.1. Tipo de Manejo Administrativo a Crearse

El manejo administrativo se ejecutará a través de un convenio en dónde existirá un coomanejo del uso de las instalaciones del ministerio de ambiente (guardianía de la Reserva Ecológica Antisana) y la administración del Centro de Comercialización de Emprendimientos de la Reserva de Biosfera Sumaco.

Además es importante mencionar que el servicio de alimentación es decir la cafetería funcionara bajo la figura de concesión

Una vez revisada la Ley con respecto al uso de infraestructura pública, y a la administración se procederá a realizar un convenio entre el Ministerio de Ambiente, de Ambiente Dirección Provincial de Napo, con el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Archidona.

4.5.1.1. Figura Legal del Convenio

El convenio es considerado como aquel contrato, convención o acuerdo que se desarrolla en función de un asunto específico destinado a crear, trasferir, modificar o extinguir una obligación.

Todo convenio supone un acuerdo de voluntades entre dos o más personas sobre cualquier cuestión pendiente de resolver, los alcances del mismo serán señalados en el convenio

4.5.1.2. Figura Legal de Concesión

Según el Diccionario Jurídico, (2016) La concesión, es un acto administrativo discrecional al través del cual la autoridad administrativa la otorga al gobernado para dos objetos:

- Para la explotación de servicios públicos.
- Para explotación de bienes del dominio público.

Acorde con lo establecido en artículo 179 del Libro III del Texto Unificado de Legislación Secundaria (TULAS) se señala que el MAE cuenta con la facultad de otorgar concesiones y celebrar contratos de comodato, arrendamiento y cualquier otra figura legal adecuada para la prestación de servicios o la utilización sustentable de recursos de las áreas naturales del Estado, con base en el respectivo plan de manejo y en función de cada categoría de manejo.

(TUSLA, 2003)

**a. Modelo de Convenio entre el Ministerio de Ambiente y el Gobierno Autónomo
Descentralizado del Cantón Archidona**

**CONVENIO MARCO DE COOPERACIÓN INTERINSTITUCIONAL ENTRE
EL MINISTERIO DEL AMBIENTE Y GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO
MUNICIPAL ARCHIDONA**

Comparecen en la celebración del presente convenio, por una parte, el **MINISTERIO DEL AMBIENTE**, legalmente representado por el Arq. Ángel Alfonso Pérez Duque, en su calidad de Director Provincial del Ministerio del Ambiente de Napo, a quien en adelante se denominará "EL MAE"; y, por otra parte, el **GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL ARCHIDONA**, legalmente representada por el Ing. Jaime Gustavo Shiguango Pisango, quien en adelante se denominará "MUNICIPIO", quienes de manera libre y voluntaria, en ejercicio de sus funciones legales y constitucionales, acuerdan suscribir el presente instrumento, de conformidad a las siguientes cláusulas:

PRIMERA.-ANTECEDENTES:

ANTECEDENTES DEL MAE

El inciso 1 del artículo 14 de la Constitución del Ecuador, reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir, Sumak Kawsay.

El numeral 7 del artículo 261, de la Constitución de la República del Ecuador establece que el Estado central tendrá las competencias exclusivas sobre las áreas naturales protegidas y los recursos naturales.

El numeral 4 del artículo 276, de la Constitución de la República del Ecuador, establece que el régimen de desarrollo tendrá los siguientes objetivos: Recuperar y conservar la naturaleza y mantener un ambiente sano y sustentable que garantice a las personas y colectividades el acceso equitativo, permanente y de calidad al agua, aire y suelo, y a los beneficios de los recursos del subsuelo y del patrimonio natural.

El artículo 400 de la Constitución de la República del Ecuador, establece que el Estado ejercerá la soberanía sobre la biodiversidad y se declara de interés público la conservación de la misma y de todos sus componentes

El artículo 404 de la Constitución de la República del Ecuador, determina que el patrimonio natural del Ecuador único e invaluable comprende, entre otras, las formaciones físicas, biológicas y geológicas cuyo valor desde el punto de vista ambiental, científico, cultural o paisajístico exige su protección, conservación, recuperación y promoción. Su gestión se sujetará a los principios y garantías consagrados en la Constitución y se llevará a cabo de acuerdo al ordenamiento territorial y una zonificación ecológica de acuerdo con la ley

El artículo 66 de la Codificación de la Ley Forestal y de Conservación de Áreas Naturales y Vida Silvestre, establece que el patrimonio de áreas naturales del Estado se halla constituido por el conjunto de áreas silvestres que se destacan por su valor protector, científico, escénico, educacional, turístico y recreacional, por su flora y fauna, o porque constituyen ecosistemas que contribuyen a mantener el equilibrio del medio ambiente. Corresponde al Ministerio del Ambiente, mediante Acuerdo, la determinación y delimitación de las áreas que forman este patrimonio, sin perjuicio de las áreas ya establecidas por leyes especiales, decretos o acuerdos ministeriales anteriores a esta Ley.

El artículo 69 de la Codificación de la Ley Forestal y de Conservación de Áreas Naturales y Vida Silvestre, establece que le corresponde al Ministerio del Ambiente, la planificación, manejo, desarrollo administración, protección y control del patrimonio de áreas naturales del Estado.

El Ministerio del Ambiente del Ecuador, fue creado el 4 de octubre de 1996 mediante Decreto Ejecutivo No. 195 publicado en el Suplemento- Registro Oficial No. 40 de 4 de Octubre de 1996, teniendo como misión ejercer en forma eficaz y eficiente la rectoría de la gestión ambiental, garantizando una relación armónica entre los ejes económicos, social y ambiental que asegure el manejo sostenible de los recursos naturales estratégicos, estableciéndose además como visión institucional, lograr que el Ecuador use sustentablemente sus recursos naturales estratégicos para alcanzar el Buen vivir.

De conformidad con el acuerdo Ministerial Nro. 025, emitido por la Ministra del Ambiente, con fecha 15 de marzo del 2012, sobre el Estatuto Orgánico de la Gestión Organizacional por procesos del Ministerio del Ambiente en su artículo 7 punto 9.2.1 establece entre las atribuciones y responsabilidades de los Directores Provinciales, las siguientes: c) Dirigir la gestión de la Dirección Provincial, como Unidad Financiera Desconcentrada; y g) Suscribir contratos y convenios, sujetándose a las disposiciones legales y reglamentarias vigentes.

Mediante acción de personal No. 0522800 de fecha 28 de marzo del 2016, la Coordinación General Administrativo Financiero – Ministerio del Ambiente, en uso de sus facultades resuelve nombrar al Arq. Ángel Alfonso Pérez Duque, como Director Provincial del Ambiente de Napo.

ANTECEDENTES DEL MUNICIPIO

Artículo 1.- La presente Ley Orgánica norma la naturaleza, finalidad, competencias, funciones, organización, recursos, patrimonio relaciones e instituciones de apoyo de las municipalidades del país así como el régimen especial de la Capital de la República, conforme lo establece la Constitución Política del Estado.

Artículo 2.- Municipio es una comunidad de personas vinculadas por relación de vecindad dentro de los límites de un territorio y con capacidad para constituir un gobierno local.

Artículo 3.- Las municipalidades son los órganos del Gobierno Local, emanadas de la voluntad popular. Como personas jurídicas de derecho público interno, tienen autonomía económica y administrativa en los asuntos de su competencia.

Son aplicables a las municipalidades las leyes y disposiciones que, de manera general y de conformidad con la Constitución regulen las actividades y funcionamiento del Sector Público Nacional.

Artículo 4.- La administración municipal se ejerce por los concejos municipales y la alcaldía que son los órganos de gobierno de la municipalidad, y por los órganos administrativos correspondientes.

Existen municipalidades en:

- a. La Capital de la República, que tiene el régimen especial que se establece en la presente Ley.
- b. Las capitales de provincia.
- c. Las capitales de distrito.
- d. Los pueblos, núcleos rurales, comunidades campesinas y nativas que determine el respectivo concejo provincial, los mismos que en la presente Ley se denominan Centros Poblados Menores.

Artículo 5.- Para que en un centro poblado menor se constituya una municipalidad, se requiere:

- a. La comprobada necesidad de servicios locales;
- b. Que su territorio no se halle comprendido dentro de los límites de la capital de la provincia o en el núcleo poblacional central de su distrito;
- c. Que cuente con más de 500 personas mayores de edad;
- d. Que posea medios económicos suficientes para organizar y sostener los servicios municipales esenciales; y,
- e. Que sea solicitado por la mayoría de los habitantes mayores de edad de la localidad.

Artículo 6.- Las municipalidades provinciales ejercen la administración municipal de su distrito y su jurisdicción se extiende al territorio de su correspondiente provincia.

Las municipalidades distritales tienen jurisdicción en el territorio de su respectivo distrito.

Las municipalidades de centros poblados menores tienen jurisdicción sobre sus respectivos territorios con arreglo a las facultades prescritas en la presente Ley.

Artículo 7.- Son fines de las municipalidades asegurar la representación política de los vecinos y promover y conducir el desarrollo socio-económico de su circunscripción.

Artículo 8.- Ningún poder público o autoridad, ajeno al gobierno local o regional en los casos que señala la Ley, puede interferir en el cumplimiento de las ordenanzas, acuerdos y resoluciones municipales, ni en la recaudación y aplicación de sus rentas, debidamente aprobadas conforme a ley; salvo los casos que en materia tributaria son regulados en forma especial por el Código Tributario, los casos de sentencia judicial, y los supuestos de intervención del Jurado Nacional de Elecciones en la elección de los concejos municipales y en la separación de sus integrantes.

La gestión de las municipalidades está sujeta a la súper vigilancia de la Contraloría General de la República.

SEGUNDA.- OBJETO:

Con los antecedentes señalados, las partes comparecientes suscriben el presente convenio de cooperación, mediante el cual se establecen mecanismos de apoyo recíproco, a través de la coordinación, interacción y cooperación en cumplimiento del Plan de Manejo; con la finalidad de mejorar las estrategias de gestión y manejo de la Reserva Ecológica Antisana, el Parque Nacional Sumaco Napo Galeras y el Municipio de Archidona, Las acciones concurrentes buscan una efectiva conservación de la biodiversidad y los RRNN, y dar facilitar espacios para la promoción y desarrollo de los emprendimientos que se han generado en la zona de amortiguamiento de las áreas protegidas.

Además se establece un acuerdo de uso, construcción y mantenimiento de las instalaciones de la Reserva Ecológica Antisana para consolidar un espacio de turismo, comercialización y educación ambiental con respecto a los emprendimientos que se han generado en las zonas de amortiguamiento de dichas áreas protegidas.

TERCERA.- ALCANCE:

El ámbito de aplicación del presente convenio comprende la Reserva Ecológica Antisana y Parque Nacional Sumaco Napo Galeras, que forman parte del Patrimonio de Áreas Naturales del Estado – PANE y sus zonas de influencia, lo cual permitirá trabajar ampliamente y en concordancia con los objetivos de preservación y actividades que promuevan el desarrollo sostenible.

Las actividades específicas entre las Partes se basen en el manejo de las Instalaciones de la Guardianía de la Reserva Ecológica Antisana localizada en el sector de Guacamayos, se detallará como parámetros mínimos de dicha planificación operativa a los compromisos y responsabilidades, el presupuesto y medios de verificación.

CUARTA.- OBLIGACIONES DE LAS PARTES:

OBLIGACIONES CONJUNTAS:

- a. Trabajar de forma coordinada para la ejecución y cumplimiento de los compromisos adquiridos en el presente Convenio Marco de Cooperación, así como de aquellos que se deriven de los convenios específicos, que de ser el caso se suscriban.
- b. Elaborar los planes específicos contemplados en el Plan de Manejo (Plan de Comunicación, Educación, entre otros) los cuales serán la base para la planificación y evaluación anual de las actividades en las áreas de conservación que se realizaran entre el MAE y MUNICIPIO.
- c. Elaborar una planificación operativa anual interinstitucional con parámetros mínimos de compromisos y responsabilidades, el presupuesto y medios de verificación, al igual que realizar una evaluación anual de las actividades propuestas en la planificación operativa anual interinstitucional.
- d. Designar el personal técnico de cada una de las instituciones para el seguimiento y evaluación de los compromisos acordados entre las Partes.
- e. Generar recursos para la gestión en las áreas de conservación; por ejemplo para mantenimiento de la infraestructura, señalética y senderos de apoyo al control y vigilancia en las áreas entre otros.
- f. Capacitar a guías naturalistas que realicen turismo en las áreas de reserva.
- g. Elaborar y presentar informes de avance y evaluación conjunta conforme se establezca en la programación anual.

OBLIGACIONES DEL MINISTERIO DEL AMBIENTE:

- a. Administrar la Reserva Ecológica Antisana, Parque Nacional Sumaco Napo Galeras y Reserva Biológica Colonso Chalupas, garantizando la conservación de las mismas implementando las actividades del Plan de Manejo y los planes sectoriales (Control y Vigilancia, Comunicación y Educación Ambiental y Manejo de la Biodiversidad tendientes a la conservación de las áreas.
- b. Definir, delimitar y regular las actividades a ser desarrolladas en la Reserva Ecológica Antisana en el marco del Plan de Manejo y otros instrumentos técnicos y legales vigentes
- c. Coordinar y apoyar actividades de capacitación en torno a turismo en áreas de protegidas guías naturalistas y educación ambiental
- d. Brindar las facilidades correspondientes para el mejoramiento de infraestructura en las áreas, de acuerdo a la normativa nacional y en concordancia con los objetivos de creación de las mismas.
- e. Capacitar a guías naturalistas que vayan a operar en las áreas protegidas.

- g. Dar acompañamiento con personal de las áreas protegidas cuando el Municipio realice actividades dentro de las mismas.
- f. Coordinar reuniones trimestrales para la evaluación del presente convenio y para planificar actividades de interés en común

OBLIGACIONES DEL MUNICIPIO:

- a. Realizar las actividades del Plan de Manejo y sus planes sectoriales inmersos, especialmente el Plan de Comunicación y Educación Ambiental, y generar propuestas de mejora a las estrategias de manejo tendientes a la conservación de las áreas protegidas.
- b. Organizar a las comunidades que han emprendido en proyectos de desarrollo sostenible para que participen en las actividades que se generen en esas instalaciones, así como estructurar una administración adecuada para que las ganancias que se generen se reparta de forma equitativa que se generará en las instalaciones de la Guardianía de la Reserva Ecológica Antisana,
- c. Implementación de infraestructura necesaria para realizar las actividades necesarias para la generación de un espacio de promoción y educación con respecto a los emprendimientos de desarrollo sostenible comunitarios
- d. Realizar el mantenimiento y limpieza de las instalaciones que utilicen para las actividades contempladas en la guardianía de Guacamayos de la Reserva Ecológica Antisana
- e. Apoyar en el cuidado y resguardo de las Instalaciones y equipos que se encuentren en la Guardianía de Guacamayos de la Reserva Antisana
- f. Asumir gastos de productos de limpieza para las instalaciones que utilicen
- g. Informar a la Dirección Provincial de Ambiente del MAE de todo ingreso del personal del Municipio a las áreas protegidas.
- h. Apoyar en el proceso de capacitación a guías naturalistas que vayan a operar en las áreas.

QUINTA.- PLAZO:

El plazo de duración del presente Convenio Marco será de dos (5) años, contados a partir de su Suscripción. El mismo podrá prorrogarse automáticamente si las partes no han manifestado su voluntad de terminarlo con treinta (30) días de anticipación a su fecha de vencimiento.

Previo al vencimiento del plazo, con al menos 60 días de anticipación, la Dirección Provincial del Ambiente de Napo evaluará el cumplimiento de objetivos y resultados alcanzados a la luz del presente Convenio, en base a los cuales podrá renovarse tácitamente o terminarse, dentro del marco de Cooperación Interinstitucional.

Este Convenio podrá ser modificado parcialmente, por las partes intervinientes en cualquier momento, mediante la suscripción del correspondiente Adendum, siempre que no implique la modificación del objeto.

SEXTA.- NO EXCLUSIVIDAD:

Para nuevas actividades que se planifiquen en el marco del presente Convenio y en ejercicio de su autoridad a nivel nacional en el campo ambiental, el MAE se reserva el derecho de analizar la pertinencia legal y técnica para brindar el aval correspondiente y/o aprobar cualquier otro convenio o acuerdo que el MUNICIPIO pueda concertar con otras organizaciones estatales, no gubernamentales u organismos internacionales.

SÉPTIMA.- INFORMACIÓN Y PROPIEDAD INTELECTUAL:

Todos los derechos de propiedad intelectual sobre la información generada, serán compartidos por el MAE y EL MUNICIPIO; y, su reproducción total o parcial no podrá hacérsela sin previa autorización de las dos instituciones.

Los respectivos nombres y logotipos de las partes no se pueden utilizar para ningún propósito, sin la previa autorización expresa escrita de sus respectivos propietarios.

OCTAVA.- EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO:

Para efectos de evaluar y dar seguimiento al presente Convenio, el Ministerio del Ambiente, designa al administrador de la Reserva Ecológica Antisana, Dr. Patricio Taco y por su parte el MUNICIPIO, designa al Ing. Santiago Cuvi.

La evaluación deberá ser realizada de forma semestral y en base a los resultados de la planificación operativa que deberá ser elaborada entre el MAE y el MUNICIPIO en el marco del presente Convenio.

La presentación de los informes se realizará en el plazo de quince (15) días antes de cada seis meses del plazo convenido y deberá contener la aprobación del MAE.

NOVENA.- FORMAS DE TERMINACIÓN:

- a) Por cumplimiento del plazo establecido en la cláusula quinta del presente instrumento.
- b) Por mutuo acuerdo de las partes.

c) Por incumplimiento del objeto establecido en el presente instrumento y de los compromisos acarreados para cada institución, notificado por escrito previamente por cualquiera de las partes.

d) Por terminación unilateral de cualquiera de las partes, para lo cual deberán notificar las razones de la terminación a la otra parte, con por lo menos treinta (30) días de anticipación y de forma escrita.

DÉCIMA.- NOTIFICACIONES Y COMUNICACIONES:

Toda notificación y comunicación relativa a la ejecución del presente Convenio, deberá hacerse por escrito y estar aprobada por los representantes de las instituciones o sus delegados, a las siguientes direcciones que para el efecto las Partes manifiestan:

MINISTERIO DEL AMBIENTE:

Dirección: Centro Sumaco, Av. Antonio Vallejo, Barrio Huamahuurco, Tena, Ecuador

Teléfono: (06) 2887-154

Email: angel.perez@ambiente.gob.ec

EL MUNICIPIO

Dirección: Av. Napo y centro Cívico, Archidona, Ecuador

Teléfono: (06) 889-468 / 159 / 221

Email: municipio_archidona@yahoo.com.

DÉCIMA PRIMERA.- RESOLUCION DE CONTROVERSIAS:

En caso de surgir controversias derivadas de la aplicación o ejecución del Presente Convenio, o respecto del cumplimiento de los compromisos establecidos, las partes procurarán resolverlas directamente y de común acuerdo. De no existir dicho acuerdo, podrán someter la controversia al proceso de mediación como un sistema alternativo de solución de conflictos reconocido constitucionalmente, para lo cual las partes estipulan acudir al Centro de Mediación de la Procuraduría General del Estado.

El proceso de mediación estará sujeto a la Ley de Arbitraje y Mediación y al Reglamento de Funcionamiento del Centro de Mediación de la Procuraduría General del Estado.

Si se llegare a firmar un acta de acuerdo total, la misma tendrá efecto de sentencia ejecutoriada y cosa juzgada y su ejecución será del mismo modo que las sentencias de última instancia, siguiendo la vía de apremio, conforme lo dispone el artículo 47 de la Ley de Arbitraje y Mediación.

En el caso de que alguna de las partes no compareciere a la audiencia de mediación a la que fuere convocada, se señalará fecha para una nueva audiencia. Si en la segunda oportunidad alguna de las partes no compareciere, el mediador expedirá la constancia de imposibilidad de mediación y la controversia se tramitará ante el Tribunal de lo Contencioso Administrativo competente.

En el caso de no existir acuerdo, las partes suscribirán la respectiva acta de imposibilidad de acuerdo, y la controversia se ventilará ante el Tribunal de lo Contencioso Administrativo competente.

En el caso de suscribirse actas de acuerdo parcial, las mismas tendrán efecto de cosa juzgada sobre los asuntos acordados; sin embargo, en el caso de que las partes no acuerden someter sus controversias al proceso de mediación o exista actas de imposibilidad de acuerdo o de acuerdos parciales, las mismas serán resueltos ante el Tribunal de lo Contencioso Administrativo competente.

DÉCIMA SEGUNDA.- DOCUMENTOS HABILITANTES:

10.1 Acción de personal, mediante el cual se nombra al Arq. Ángel Pérez Duque, como Director Provincial del Ambiente de Napo.

10.2 Copia del nombramiento del Ing. Jaime Shiguango Pisango, en su calidad de Alcalde del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Archidona.

10.3 Plan de Manejo “Reserva Ecológica Antisana”.

DÉCIMA TERCERA.-ACEPTACIÓN:

Los comparecientes en sus calidades y condiciones ya señaladas, aceptan cada una de las cláusulas constantes en este convenio, y expresamente se ratifican y para constancia de lo actuado firman en tres (3) ejemplares de igual contenido, en la ciudad de Tena a los 25 días de Abril del 2017.

Arq. Ángel Pérez Duque

Ing. Jaime Shiguango Pisango

DIRECTOR PROVINCIAL DE NAPO

ALCALDE DEL GOBIERNO AUTÓNOMO

**MINISTERIO DEL AMBIENTE
ARCHIDONA**

DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DE

b. Modelo de términos de referencia para la Concesión de la Cafetería.

ASPECTOS GENERALES

DEPENDENCIAS QUE REQUIEREN EL SERVICIO

- Cafetería en el área protegida Reserva Ecológica Antisana, que será entregado como parte de la concesión una vez que se realice la entrega formal por parte del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Archidona al MAE.

FINALIDAD PÚBLICA:

Dar en concesión el servicio turístico de cafetería en el Area Protegida Reserva Ecológica Antisana cantón Archidona, Provincia de Napo

PERFIL DEL CONCESIONARIO

El concesionario deberá ser una persona natural o jurídica, la cual deberá contar con una experiencia mínima de dos (02) años en gestión/prestación de servicios turísticos hospedaje y alimentos & bebidas bajo parámetros y estándares de calidad.

El personal que se encargará de brindar el servicio de alojamiento y alimentación en la cafetería de la Guardianía de la Reserva Ecológica Antisana estará debidamente capacitado en técnicas de servicio, atención al cliente, manipulación de alimentos, seguridad alimentaria y primeros auxilios.

El concesionario deberá dominar procedimientos y registros de Control – Manual de Buenas Prácticas de Manufactura (BPM), Buenas Prácticas Ambientales, Reglamentos de alimentos y bebidas con la Normas Sanitarias para el funcionamiento de restaurantes y servicios afines y el Reglamento sobre Vigilancia y Control Sanitario de Alimentos y Bebidas.

REQUISITOS DEL CONCESIONARIO

Para la formación del expediente respectivo, los oferentes y la comisión calificadora deberán tomar en cuenta los requisitos siguientes:

Requisitos generales para todos los oferentes:

- a. Que presenten las constancias necesarias que certifiquen la capacidad para operar la infraestructura, bienes y servicios turísticos en las áreas protegidas del PANE.
- b. Que esté constituido y opere de conformidad con las disposiciones legales vigentes.

- c. Presentar el historial de la persona natural o jurídica (antecedentes sociales, económicos), la composición del organigrama para la administración y operación de la infraestructura y de los servicios turísticos. .
- d. Cada oferente solo podrá presentar una oferta por cada proceso de concesión, se aceptará la conformación de consorcios, asociación o grupo, sus filiales o empresas que forman parte de un mismo grupo económico.

Requisitos específicos para personas naturales:

- a. Fotocopia de la cédula de ciudadanía
- b. Fotocopia del Registro Único de Contribuyente (RUC).
- c. Describir y acreditar su capacidad técnica.
- d. Describir y acreditar su capacidad económica.
- e. Estar al día en las obligaciones tributarias.
- f. Declaración jurada que indique que la persona natural o jurídica, se sujetará a las condiciones de la oferta de la concesión y que en el plazo que se le señale, contratará la fianza de garantía en el cumplimiento de sus obligaciones como concesionario.
- g. Otros que se establezcan en las bases de concesión de acuerdo a ley en la materia y el presente acuerdo.

Requisitos específicos para personas jurídicas:

- Razón o denominación social de la sociedad o empresa. En este último caso, incluir los nombres y apellidos del propietario.
- Fotocopia legalizada de la escritura de constitución con la razón correspondiente.
- Fotocopia legalizada del nombramiento del representante legal, debidamente notariada; así como el documento de identificación del mismo.
- Fotocopia del Registro Único de Contribuyente (RUC)
- Describir y acreditar su capacidad técnica.
- Describir y acreditar su capacidad económica.
- Declaración jurada que indique que la persona natural o jurídica, se sujetará a las condiciones de la oferta de la concesión y que en el plazo que se le señale, contratará la fianza de garantía en el cumplimiento de sus obligaciones como concesionario.
- Estar al día en las obligaciones tributarias.
- Otros que se establezca en las bases de concesión de acuerdo a la ley en la materia y el presente acuerdo.

OBLIGACIONES DEL CONCEDENTE (MAE)

El Concedente se compromete a:

- Velar por el cumplimiento de los modelos de gestión y sus respectivos manuales para custodia y administración de servicios turísticos en las áreas protegidas.
- Cumplir con lo estipulado en las leyes Reglamentos, normativa referente a la adjudicación de concesiones y del presente Acuerdo.
- Garantizar que los contratos de concesión cumplan con los objetivos previstos y los contemplados en la normativa vigente.
- Sancionar al concesionario cuando falte a las obligaciones establecidas en el contrato de concesión en conformidad con lo establecido en el contrato.
- Establecer y aplicar un sistema de monitoreo y evaluación de la prestación de servicios públicos, acorde con el servicio ofrecido.
- Emitir todas las regulaciones y herramientas necesarias para regular y asegurar una adecuada operación de la prestación de los servicios de infraestructura turística en el PANE.
- Revisar y modificar el contrato de concesión, de acuerdo a las demandas que establezca el área protegida.

OBLIGACIONES DEL CONCESIONARIO:

El Concesionario se compromete a:

- Gestionar, regular y renovar los permisos necesarios para la operación y funcionamiento legal ante las autoridades competentes, como requisito previo para el uso y operación de las actividades turísticas en el PANE.
- Aplicar un programa de buenas prácticas ambientales mientras se encuentre en vigencia el contrato de concesión.
- Adquirir los bienes muebles e implementos conforme la calidad y cantidad estipulada en los modelos de gestión y/o plan de negocio de ser el caso.
- Garantizar el desempeño del equipo de trabajo propuesto de acuerdo a las especificaciones técnicas y bases de concesión y aceptadas en la oferta técnica.
- Implementar una estrategia de comunicación efectiva con el Concedente.
- Elaborar e implementar una estrategia de mercadeo y promoción, la misma que debe ser aprobada por el MAE.
- Proveer una adecuada señalética de los senderos y rutas de la infraestructura turística en zonas visibles del área, de acuerdo a los lineamientos establecidos por el MAE.
- Presentar un plan de contingencia frente a riesgos naturales y/o posibles emergencias durante la presentación del servicio. Dicho plan deberá ajustarse al plan de contingencia del área protegida.

- Observar todas las disposiciones vigentes en relación con la normativa ambiental vigente relacionada con las áreas protegidas, así como la legislación en materia social, laboral, cultural y ambiental.
- Identificar, señalar y mantener los límites contractuales del servicio público otorgado.
- Mantener en perfecto estado y velar por la limpieza permanente de la infraestructura interna y externa, bienes y servicios turísticos en el PANE otorgada en concesión.
- Brindar un servicio turístico de alta calidad conforme lo estipule el contrato de concesión.
- Cumplir con las normas y reglas de visita dentro del Sistema Nacional de Áreas Protegidas.
- Realizar la inversión para el equipamiento del área conforme lo dispone los modelos de gestión observando las directrices del manual operativo para la Custodia y Administración de servicios turísticos del área.
- Asumir los gastos relacionados con cualquier impuesto derivado del derecho de la prestación de servicios otorgados en concesión.
- Presentar informes de actividades según quede establecido en el contrato de concesión y cuando le sean requeridos por el concedente.
- Facilitar las inspecciones de campo a realizarse por parte del Concedente, de la infraestructura, bienes o servicios turísticos en el PANE, con el fin de recibir retroalimentación para el mejoramiento de los servicios e implementar las mismas.
- Mantener control del ingreso de visitantes, en el lugar donde opere su concesión, así como contribuir a mantener el control y a cumplir las normas de visitantes en el área protegida donde opera.
- Respetar los derechos de otros concesionarios y personas debidamente autorizadas, así como los derechos de las comunidades y habitantes del lugar.
- Privilegiar la contratación de personal local vinculada al área protegida para la operación de los servicios.
- Privilegiar la adquisición de insumos alimenticios a las comunidades locales que se asientan dentro y en la zona de influencia del área protegida.
- Contribuir a la comercialización de productos alimenticios procesados en las comunidades locales, siempre y cuando estos productos posean registro sanitario.
- Cumplir con las disposiciones laborales establecidas en el Código de Trabajo y en la Ley del Seguro Social Obligatorio, adquiriendo respecto de sus trabajadores, la calidad de patrono, sin que la Concedente tenga responsabilidad alguna por tales cargas, ni relación con el personal que labore en la ejecución del objeto de la concesión.
- Dar aviso en forma inmediata al Ministerio del Ambiente, de todas aquellas situaciones irregulares o ilegales que se lleven a cabo dentro del área protegida.

PROHIBICIONES DEL CONCESIONARIO:

El Concesionario se compromete a:

- En ningún caso los servicios otorgados en concesión podrán ser objeto de titulación supletoria o cualquier otro medio o procedimiento tendiente a la adquisición de las mismas en propiedad.
- Destinar el área concesionada a otros fines no previstos en el contrato de concesión.
- Ceder a terceros los derechos adquiridos en el contrato de concesión.
- Realizar mejoras en la infraestructura otorgada en concesión sin previa aprobación del MAE.

La transgresión de las prohibiciones antes citadas, dará lugar a la aplicación de sanciones y las responsabilidades legales correspondientes, de acuerdo a lo determinado en el contrato.

TERMINACIÓN DEL CONTRATO DE CONCESIÓN:

Los contratos de concesión pueden terminar antes del vencimiento del plazo por las siguientes causas:

Mutuo acuerdo: las partes pueden acordar dar por terminado el contrato por convenir a los intereses del concesionario y/o del Ministerio del Ambiente.

Unilateral: las partes puede dar por terminado el contrato por así convenir a sus intereses. La parte requirente deberá notificar a la otra parte su deseo de terminación del contrato con un plazo de 30 días antes de la paralización del servicio.

Incumplimiento (Terminación): opera por incumplimiento del concesionario de las obligaciones asumidas en el contrato, lo cual debe ser debidamente comprobado, y especialmente en los casos siguientes:

- Cuando se incumpla con las disposiciones del Plan de Manejo del área protegida donde opera o con lo establecido en el Modelo de Gestión que se aprobó para la operación del servicio concesionado.
- Cuando impida a otros concesionarios, pobladores o personas autorizadas por el Ministerio del Ambiente el ejercicio de sus derechos en el área.
- Cuando viole o incumpla las disposiciones generales de la Ley Forestal y de Conservación de Áreas Naturales y Vida Silvestre, provocando graves daños a los recursos del área concesionada o a las personas y bienes del área.
- Cuando se le condene por la comisión de un delito ambiental.
- Por quiebra o insolvencia comprobada.
- Caso Fortuito y Fuerza mayor.

PRODUCTOS ESPERADOS DEL SERVICIO

CARACTERÍSTICAS

El oferente que obtenga la concesión, brindará los servicios de cafetería en la Guardianía de la Reserva Ecológica Antisana

El concesionario y su personal estarán a cargo de la limpieza y mantenimiento de las siguientes instalaciones:

Cafetería Guardianía Ecológica Antisana

- Baterías Sanitarias.
- Cocina.
- Área de Cafetería
- Cisterna para la captación de agua.
- Sistema de energía a través de paneles solares.
- Sistema de calentamiento (paneles solares) y tanque de captación del agua.
- Espacios abiertos comunales.
- Senderos.
- Zona de parqueos.
- Señalización.

El concesionario deberá exhibir la lista de precios de los productos mediante un panel informativo ubicado en un lugar visible de los servicios de alimentación de la cafetería

El concesionario deberá presentar una propuesta para el acondicionamiento de interiores (diseño de interiores) del servicio de alimentación del Bar – cafetería dentro de la Guardianía de la Reserva Ecológica Antisana, el mismo que será aprobado por el MAE.

Los precios del menú, serán fijados por el CONCESIONARIO, sin embargo serán aprobados por la Dirección Provincial del Ambiente de Napo en base a los modelos de Gestión para la Operación de los Servicios Turísticos de la Reserva Ecológica Antisana. El menú y los platos a servir deberán cubrir los requerimientos nutricionales respectivos para los casos de los servicios de alimentación.

El Concesionario deberá emitir la factura correspondiente por concepto del servicio que oferta.

El Concesionario deberá contar con un buzón de sugerencias y un libro de visitas, el mismo que será revisado periódicamente por la Administración del Área Protegida.

Queda prohibido el expendio de bebidas alcohólicas, cigarrillos o sustancias estupefacientes, entre otras.

El personal que labora en el Bar – Cafetería, deberá estar debidamente uniformado tomando en cuenta las condiciones climáticas del área protegida.

El concesionario deberá prestar los servicios en el Bar-Cafetería, los 365 días del año y el horario de atención se acordará con la Administración del Área Protegida, de acuerdo al flujo de visitantes.

PREPARACIÓN DE ALIMENTOS Y PRÁCTICAS SANITARIAS.

Al estar las infraestructuras del Bar-Cafetería, dentro de un área protegida el concesionario deberá incluir en los menús el uso de productos locales impulsando la compra a proveedores comunitarios, fomentando la inclusión en la cadena de valor.

El concesionario deberá elaborar un Plan de Manejo de desechos sólidos y un Manual de Buenas Prácticas Ambientales el mismo que será revisado y aprobado por la Administración del Área Protegida,

EQUIPOS Y UTENSILIOS

Bar- Cafetería

El Concesionario cubrirá lo siguiente:

- Mantenimiento de la Infraestructura general interna y externa: cambio de focos, pintura, chapas, ventanas, grifería, baños, paredes, pisos, otros, según los lineamientos para el mantenimiento de infraestructuras del Programa de Apoyo al SNAP del Ministerio del Ambiente.
- Cambiar accesorios sanitarios (válvulas o “sapo”) cuando estos se desgasten por el uso o se produzcan filtraciones de agua.

- Mantenimiento del mobiliario y equipos entregados por el MAE.
- Eliminar el sarro de los servicios higiénicos u otras piezas sanitarias para que siempre permanezcan limpios.
- Pulir y encerar el piso del restaurante periódicamente.
- Limpieza y mantenimiento de puertas y ventanas del bar – cafetería.
- Destapar los sifones o cajas de revisión que se hayan obstruido a causa de desperdicios arrojados por los usuarios.
- Lavar o repintar las paredes internas que se hayan manchado por el uso, cuando sea necesario.
- Cambiar las llaves de los lavamanos que se hayan desgastado por el uso de presentes filtraciones.
- Aplicar resina para piedra en las paredes externas del restaurante y la batería sanitaria una vez al año.
- Mantener los jardines que se encuentren alrededor del bar – cafetería (en un área aproximada de 200 m²).
- Limpieza y recolección de desechos en la parte externa de la cafetería.
- Reposición del menaje en caso de pérdida o daño.
- Reposición de equipos de cocina en caso de daño o pérdida.
- Mantenimiento de las baterías sanitarias de uso público.
- Mantenimiento de parqueaderos
- Mantenimiento de señalética
- Mantenimiento de las áreas verdes (jardines).
- El concesionario deberá contar con un chek list de mantenimiento que le permita realizar controles y mantenimientos periódicos.

Tipo y Cantidad requerida de utensilios y menaje

El Municipio de Archidona entregará el mobiliario

El concesionario adquirirá los equipos de cocina, menaje y vajilla adicionales para el correcto funcionamiento y servicio de calidad.

Almacenamiento y normas de sanidad:

- La bodega debe mantenerse limpia, seca y protegida contra el ingreso de insectos, roedores y animales.
- El ingreso a la bodega de almacenamiento de productos debe realizarse cumpliendo las normas de sanidad.
- Las entidades de control, podrán realizar inspección en forma periódica y sin previo aviso a la infraestructura concesiona para verificar el cumplimiento las normas sanitarias.
- El concesionario no deberá guardar en las instalaciones materiales o equipos en desuso o

inservibles que puedan contaminar los alimentos.

- El almacenamiento de los productos de aseo y químicos entre otros, deberán ser rotulados, etiquetados y contar con una hoja de registro.
- El concesionario deberá, revisar la temperatura de los equipos que se encuentran dentro de las infraestructuras para garantizar la frescura de los alimentos como parte del control sanitario.

MEDIDAS DE SEGURIDAD E INFRACCIONES

El concesionario deberá elaborar un Plan de Contingencia que incluya señalética en base a la norma técnica vigente, extintores, detector de humo, mapa de evacuación, equipo de primeros auxilios, números de emergencia, dicho plan será aprobado por el MAE y los permisos respectivos deberán ser gestionados por el concesionario ante las instituciones correspondientes.

El concesionario deberá contratar una póliza de seguros contra incendios y desastres naturales de la infraestructura objeto del contrato de concesión.

FLUJO DE TURISTAS AL ÁREA PROTEGIDA:

Durante el año 2016, ingresaron al área protegida Reserva Ecológica Antisana Sector Guacamayos 6720 visitantes, siendo los meses de mayor afluencia febrero, marzo, abril, julio, agosto y diciembre y los fines de semana.

ESPECIFICACIONES DE LAS INFRAESTRUCTURAS:

Cafetería

Altura: 2151 m.s.n.m

Temperatura promedio: 12°C

Ecosistema: Bosque Nublado

Georeferenciación: 0185552/9931364

Superficie: 243,75 m²

Planta Baja:

- Comedor
- Cocina
- Una bodega
- Un baño completo de hombre y mujer

- Un baño para personas con capacidades especiales.
- Cisternas para la captación de agua
- Sistema de energía a través de paneles solares

CONTRATACIÓN DE PERSONAL.

El concesionario deberá contratar el personal de servicio para el Bar Cafetería en base a los modelos de gestión, dando prioridad a las comunidades que se encuentran dentro y en la zona influencia del área protegida. Para lo cual se considerará:

Bar – Cafetería

- 1 Administrador
- 1 Cocinero
- 1 Ayudante de cocina
- 1 Mesero polivalente

CONTRATO Y GARANTÍAS

El tiempo de duración del contrato será de 5 años con opción a renovación por acuerdo mutuo de las partes.

Las garantías son en base al costo total de obra contractual; pudiendo modificarse o ampliarse con la liquidación económica final de la obra.

- Bar – cafetería:

Las mismas que no podrán ser menores ni exceder el 5% del monto total de las instalaciones en alusión.

4.5.2. Propuesta De Gestión Para El Centro De Comercialización

Según Estrella, A (2015), recomienda utilizar un modelo de gestión con enfoque socio comunitario, cuando se trata de promocionar recursos de las comunidades, en donde se debe considerar la articulación institucional comunitaria, la articulación entre estos sistemas y subsistemas se da en varios planos. Podemos hablar de articulaciones organizativas, políticas, financieras, comunicacionales, culturales, psicosociales etc.

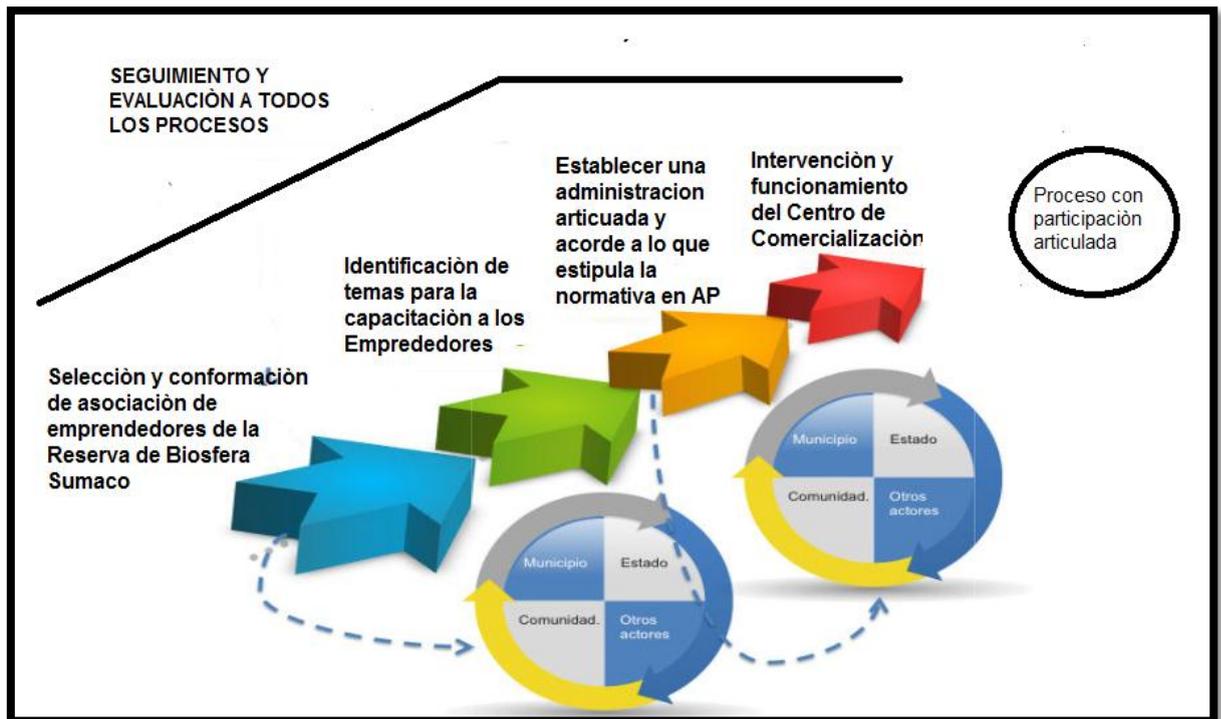


Ilustración 10-4: Esquema del Propuesta de Gestión

Fuente: Adaptación al modelo de Gestión para la promoción de recursos comunitarios

Elaborado por: María José Campos

El modelo de gestión orienta como la alianza pública - comunitaria constituida para el desarrollo y fortalecimiento a los procesos de comercialización de los emprendedores de Reserva de Biosfera Sumaco, se constituye en pro de brindar alternativas de conservación de los recursos naturales y producción sostenible.

Como primer paso consideramos que es necesario establecer y conformar una asociación con los emprendedores que han trabajado en el marco de Reserva de Biosfera en el cantón Archidona, para de esta manera estipular una normativa de participación y de identificación, acción que legitimará el trabajo y desarrollo del Centro de Comercialización de los emprendimientos de la Reserva de Biosfera.

Ya que la gestión que se requiere realizar para el desarrollo de la propuesta es articulada considero necesario establecer un plan de capacitaciones integrales para los emprendedores que darán a conocer y comercializarán sus productos en el espacio creado en la Reserva Ecológica Antisana.

Debido a que en la parte legal de la propuesta se establece crear la figura de convenio para el Centro de Comercialización y comodato para la cafetería, es importante mencionar que en esta normativa se detalla las responsabilidades y participación de cada uno de los actores vinculados al proyecto, además

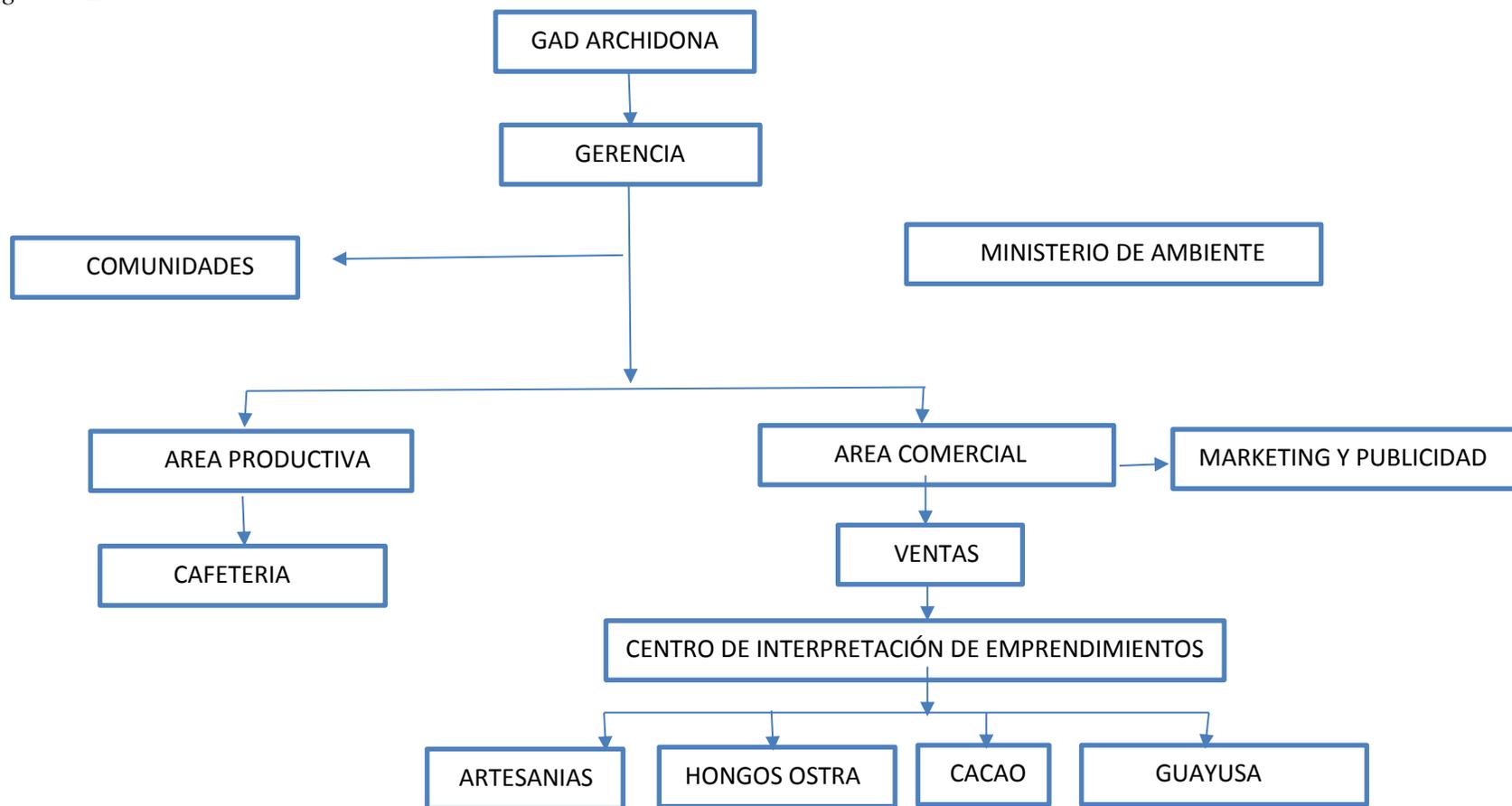
se ha establecido un diagrama funcional y estructural de la administración del Centro de Comercialización como se detalla en los gráficos 44 y 45.

Un compromiso colectivo y el seguimiento del modelo de gestión que sin duda se debe ir modificando y adaptándose a necesidades y cambios sociales, culturales y naturales que existan será importante para el funcionamiento y desarrollo de la iniciativa de crear un Centro de Comercialización de emprendimientos.

En todos estos procesos es necesario realizar un seguimiento y evaluación de tareas técnicas y administrativas que se realizaran en función de los roles establecidos en las figuras legales como es convenio, comodatos y los manuales de funciones en el cual la administración del proyecto generará un reporte trimestral de cumplimiento y será presentado a todas las instituciones involucradas

4.5.3. Estructura Orgánica

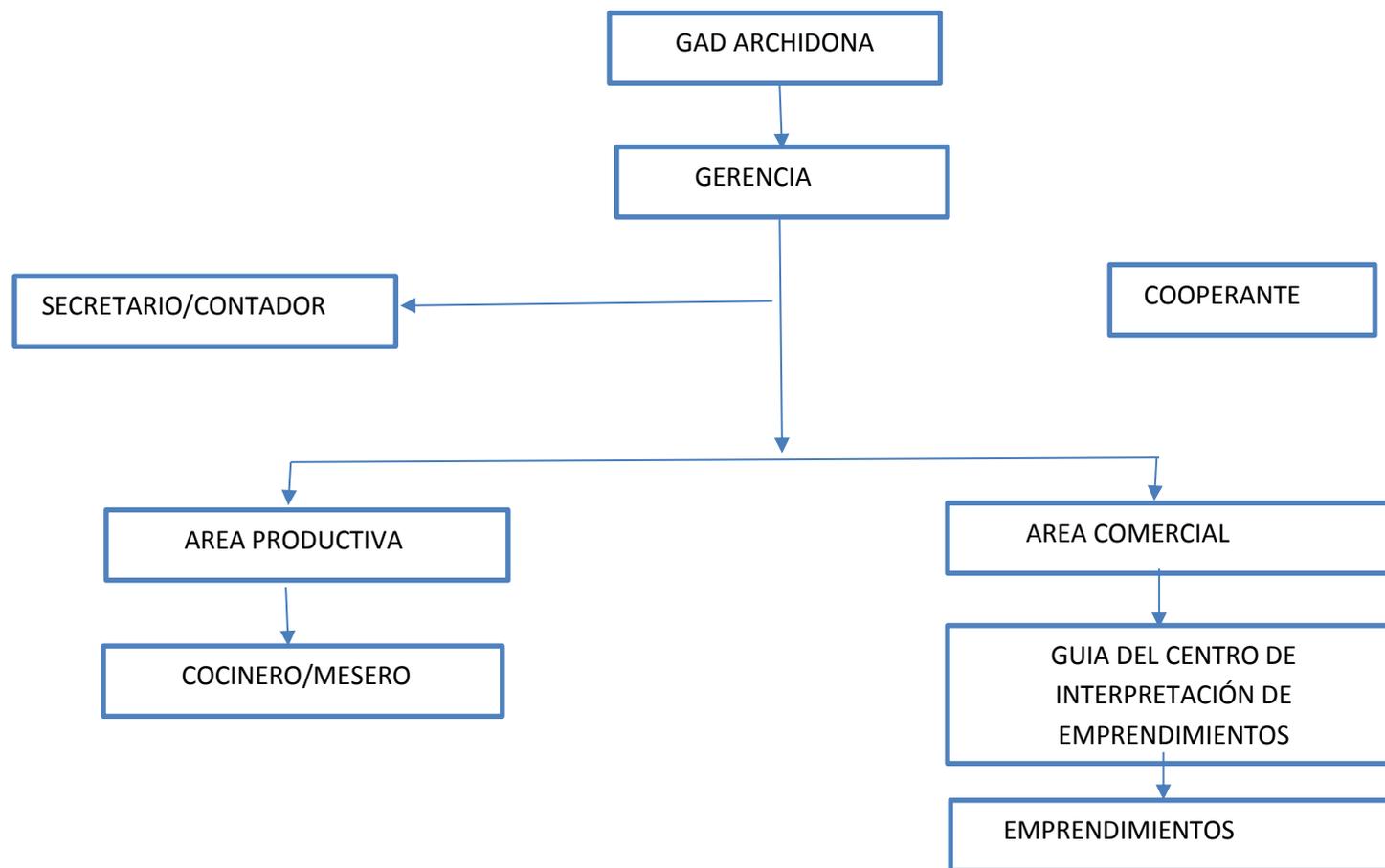
4.5.3.1. Organigrama Estructural



Gráfica 25-4: Organigrama Estructural del Centro de Comercialización de Emprendimientos de la Reserva de Biosfera Sumaco

Fuente: Investigación de campo
Elaborado: María José Campos

4.5.3.2. Organigrama Funcional



Gráfica 26-4: Organigrama Funcional del Centro de Comercialización de Emprendimientos de la Reserva de Biosfera Sumaco

Fuente: Investigación de campo
Elaborado: María José Campos

4.5.3. Manual de Cargos y Responsabilidades

a.- Gerencia

Cargo

Administrador

Naturaleza del trabajo

El gerente del Centro de Comercialización se ocupa, principalmente, de gestionar las actividades económicas, administrativas, del personal y de recursos tecnológicos, actuando empresarialmente para satisfacción del cliente, el crecimiento y la sustentabilidad del negocio.

Responsabilidades

- Representar a la organización
- Definir estrategias de desarrollo
- Administrar el negocio
- Realizar actividades de mercado y ventas
- Revisar la operación de sistemas y equipos
- Supervisar la prestación del personal
- Asegurar la satisfacción del cliente
- Liderar el equipo

Requisitos

- Ingeniero en administración turística y hotelera o Ing. en Ecoturismo
- Desarrollo y relaciones humanas.
- Conocimiento de la Ley de Área Protegidas y Turismo

b.- Contador

Cargo

Contador

Naturaleza del Cargo

Realiza el control financiero

Responsabilidades

- Manejar la base de datos contable y tributaria
- Llevar un proceso contable
- Revisa y analiza los presupuestos de las actividades turísticas.

- Maneja transacciones de dinero en efectivo y repartirlos saldos de las ventas a los emprendedores de las comunidades participantes

c).- Área Productiva

Cargo

Cocinero, Mesero

Naturaleza del trabajo

Se puntualiza que el cocinero y mesero del área de cafetería estarán sujetos a las especificaciones que la concesión estipula.

Área Comercial

Cargo

Guía

Naturaleza del trabajo

Dirigir grupos de turistas y brindar información sobre determinado atractivo natural o cultural de interés turístico.

Responsabilidades

- Recibir turista
- Realizar el registro de turistas
- Proporcionar información acerca de las áreas protegidas y de los emprendimientos
- Indica a los turistas cual debe ser su comportamiento antes, durante y después de
- Visitar el Centro de Interpretación Ambiental de los emprendimientos
- Velar por la integridad de los turistas.
- Estimular a que los visitantes conozcan acerca de los beneficios de comprar a los
- Emprendedores de la Reserva de Biosfera
- Informa de los servicios complementarios.
- Respetará al turista y sus pertenencias.

Requisitos

- Licencia de guía actualizada
- Conocimiento del idioma inglés.

4.5.4. Activos Fijos para el Área Administrativa

Tabla 53-4: Activos Fijos Área Administrativa

Activo	Unidad	Cantidad	Inversión Unitaria	Inversión
Muebles y Enseres				
Sillas	Unidad	3	15	45
Escritorio	Unidad	1	70	70
Anaqueles	Unidad	1	70	70
Equipos de Oficina				
Calculadora	Unidad	1	15	15
Total			170	200

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: María José Campos Ruiz

4.5.5. Gastos para el Área Administrativa

Tabla 54-4: Gastos para el área Administrativa

Rubro	Cantidad	Inversión Unitaria	Inversión Total	Inversión Anual
Esferos	4	0,25	1	4
Grapas	1	1,5	1,5	6
Carpetas de cartón	3	0,25	0,75	3
Archivadores	2	3	6	24
Engrapadora	1	5	5	5
Perforadora	1	5	5	5
Cinta adhesiva	1	0,8	0,8	3,2
Lápices	3	0,25	0,75	3
Borradores	2	0,2	0,4	1,6
Papel bon	2 resmas	3,8	7	21,4
Total		20,05	28,2	76,2

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: María José Campos

4.6. Análisis y Evaluación Financiera

4.6.1. Inversiones

Considerando la planificación del área comercial, productiva y administrativa las inversiones del proyecto se resumen en el siguiente cuadro.

Tabla 55-4: Inversiones

INVERSIONES		
INERSIONES	INVERSIONES A REALIZAR	TOTAL
Activos Fijos	31620	31620
construcciones y edificaciones	26000	26000
Centro de Comercialización	10500	10500
Mirador	5000	5000
Cafetería	10500	10500
Equipo de computo	700	700
Muebles y enseres	4920	4920
Área comercial	4170	4170
Área productiva	750	750
Inversiones Diferidas	2603	2603
Adecuaciones	0	0
capacitaciones	600	600
promoción y publicidad	903	903
Estudios medidas de mitigación ambiental	1380	1380
selección del personal	100	100
Capital de Trabajo	1110	1110
Mano de Obra directa	375	375
Mesero	0	0
Cocinero	0	0
Guía del Centro de Comercialización	375	375
Materiales e insumos	360,00	360
Total	35333	35333

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: María José Campos

4.6.2. *Financiamiento*

MONTO: 35,333 dólares

ENTIDAD FINANCIADORA: MUNICIPIO DE ARCHIDONA

Tabla 56-4: Inversión por Etapas

Etapas	Infraestructura	Inversión	Tiempos(años)
Primera Etapa	Construcción e implementación del Centro de Comercialización Publicidad	19,833	2017
Segunda Etapa	Implementación del Mirador	5000	2018
Tercera Etapa	Implementación de la cafetería	10,500	2018
TOTAL		35,333	2 AÑOS

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: María José Campos

4.6.3. *Depreciación de Activos Fijos*

Tabla 57-4: Depreciación de Activos Fijos

DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS					
Activo	Valor del bien	Depreciación por ley (año)	Depreciación anual	Depreciación por uso en el proyecto	Valor de salvamento
Construcciones y edificaciones	26000	20	1300	6500	19500
Equipo de computo	700	10	70	350	350
Muebles y enseres	4920	3	1640	8200	-3280
TOTAL	31620		3010	15050	16570

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: María José Campos

4.6.4. Amortización de Activos Diferidos

Tabla 58-4: Amortización de Activos Fijos

Denominación	Inversión	Amortización anual				
		2017	2018	2019	2020	2021
Adecuaciones	0	0	0	0	0	0
Estudios	1000	200	200	200	200	200
Capacitaciones	600	120	120	120	120	120
Promoción y Publicidad	903	181	181	181	181	181
Selección del personal	100	20	20	20	20	20
TOTAL	2603	521	521	521	521	521

Fuente: Investigación de campo.
Elaborado por: María José Campos

4.6.5. Costos y Gastos

Tabla 59-4: Costos y Gastos

Denominación	Año				
	2017	2018	2019	2020	2021
Costos de producción					
Insumos y Materiales	720	783,93	847,86	911,79	975,72
Mano de Obra directa	5250	5509	5768	6027	6286
Mantenimiento	360	365,3	370,6	375,9	381,2
Subtotal 1	6330	6658,23	6986,46	7314,69	7642,92
Gastos Administrativos					
Depreciaciones	3010	3042	3042	3074	3106
Subtotal 2	3010	3042	3042	3074	3106
Gastos Comerciales					
Materiales e insumos	108	109,6	111,2	111,2	112,8
Publicidad	903	916,36	929,72	943,08	1120,08
Capacitación	600	777	954	1131	1308
Subtotal 3	1611	1802,96	1994,92	2185,28	2540,88
TOTAL	10951	11503,19	12023,38	12573,97	13289,8

Fuente: Investigación de campo.
Elaborado por: María José Campos

4.6.6. Presupuesto de Ingresos

Tabla 60-4: Presupuesto Ingresos para el Municipio de Archidona

Presupuesto de Ingresos					
Actividad	2017	2018	2019	2020	2021
Mirador	145	148	152	155	159
Precio de Mercado	0	0	0	0	0
SUBTOTAL 1	0	0	0	0	0
Centro de Interpretación de Emprendimientos	140	144	148	153	158
Precio de Mercado	6	6	6	6	6
SUBTOTAL 2	837	862	889	917	946
Cafetería	150	156	162	169	176
Precio de Mercado	6	6	6	6	6
SUBTOTAL 3	899	935	974	1015	1058
TOTAL	1736	1797	1862	1932	2005

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: María José Campos

Tabla 61-4: Presupuesto de Ingresos para los Emprendedores

Presupuesto de Ingresos					
Actividad	2017	2018	2019	2020	2021
Mirador	1450	1483	1517	1552	1590
Precio de Mercado	0	0	0	0	0
SUBTOTAL 1	0	0	0	0	0
Centro de Interpretación de Emprendimientos	1395	1436	1481	1528	1577
Precio de Mercado	6	6	6	6	6
SUBTOTAL 2	8370	8616	8886	9168	9462
Cafetería	1498	1559	1623	1692	1764
Precio de Mercado	6	6	6	6	6
SUBTOTAL 3	8988	9354	9738	10152	10584
TOTAL	17358	17970	18624	19320	20046

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: María José Campos

Es importante mencionar que se evidencia dos tablas de presupuestos, la una correspondiente a los ingresos del Municipio de Archidona que es la entidad inversora y al ser éste un proyecto de desarrollo social los ingresos económicos no serán rentables como se muestra en la tabla 62, sin embargo en la tabla 63 se ha calculado los ingresos de los emprendedores que en este caso son los beneficiarios y se demuestra la rentabilidad que tendrán en los cinco años proyectados

4.6.7. Estado de Resultados

Tabla 62-4: Estado de Resultados Municipio de Archidona

Rubro	Año				
	2017	2018	2019	2020	2021
Ventas	1736	1797	1862	1932	2005
Costos de producción	6330	6658,23	6986,46	7314,69	7642,92
Utilidad Bruta	-4594,2	-4861,23	-5124,06	-5382,69	-5638,32
Gastos Administrativos	3010	3042	3042	3074	3106
Gastos Comerciales	1611	1802,96	1994,92	2185,28	2540,88
Utilidades antes de repartición de utilidades	-9215,20	-9706,19	-10160,98	-10641,97	-11285,20
Impuesto 12%	-1290,13	-1358,87	-1422,54	-1489,88	-1579,93
Repartición de Utilidades	-7925,07	-8347,32	-8738,44	-9152,09	-9705,27
Repartición de Utilidades 0%	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Utilidad Neta	-7925,07	-8347,32	-8738,44	-9152,09	-9705,27

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: María José Campos

Tabla 63-4: Estado de Resultados para los Emprendedores

Rubro	Año				
	2017	2018	2019	2020	2021
Ventas	17358	17970	18624	19320	20046
Costos de producción	6330	6658,23	6986,46	7314,69	7642,92
Utilidad Bruta	11028	11311,77	11637,54	12005,31	12403,08
Gastos Administrativos	3010	3042	3042	3074	3106
Gastos Comerciales	1611	1802,96	1994,92	2185,28	2540,88
Utilidades antes de repartición de utilidades	6407,00	6466,81	6600,62	6746,03	6756,20
Impuesto 12%	896,98	905,35	924,09	944,44	945,87
Repartición de Utilidades	5510,02	5561,46	5676,53	5801,59	5810,33
Repartición de Utilidades 0%	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Utilidad Neta	5510,02	5561,46	5676,53	5801,59	5810,33

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: María José Campos

Para demostrar el estado de resultados también se ha incluido dos tablas, la primera en donde se visualiza la utilidad neta del Municipio de Archidona que es negativa en todos los años proyectados ya que la utilidad que el municipio obtiene es intangible ligada a los social y conservación de los recursos naturales, en la segunda tabla se puede evidenciar una utilidad neta positiva, ya que los emprendedores si tendrán utilidad económico

4.6.8. Flujo de Caja

Tabla 64-4: Flujo de Caja para el Municipio

FLUJO DE CAJA					
Rubro/Año	2017	2018	2019	2020	2021
Inversiones	-35333				
Recuperación del capital de trabajo		0			360
Valor de Salvamento		0			0
Unidad Neta		-8347,32	-8738,44	-9152,09	-9705,27
Depreciaciones		3010,00	3010,00	3010,00	3010,00
Flujo de caja	-35333	-5337,32	-5728,44	-6142,09	-6335,27

TIR	#i:NUM!
VAN	-4

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: María José Campos

Tabla 65-4: Flujo de Caja para los Emprendedores

FLUJO DE CAJA					
Rubro/Año	2017	2018	2019	2020	2021
Inversiones	-35333				
Recuperación del capital de trabajo		0			360
Valor de Salvamento		0			16570
Unidad Neta		5561,46	5676,53	5801,59	5810,33
Depreciaciones		3010,00	3010,00	3010,00	3010,00
Flujo de caja	-35333	8571,46	8686,53	8811,59	25750,33

TIR	14%
VAN	5,530

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: María José Campos

Con respecto al Flujo de caja e indicadores de rentabilidad financiera se visualizan dos tablas, la primera cuadro 65 en dónde se evidencia una tasa interna de retoro negativa y un valor actual neto negativo es debido a que el Municipio de Archidona no tendrá una utilidad ni rentabilidad económica, ya que la evaluación financiera es positiva para los emprendedores que demuestran una tasa interna de retorno del 14% y un valor actual neto del 5,530.

CONCLUSIONES

1.- El “Estudio de factibilidad para la creación de un centro de comercialización consiente de emprendimientos productivos de la reserva de biosfera Sumaco, en el cantón Archidona, provincia de napo”, permite concluir que su ejecución es viable, debido al análisis de los siguientes parámetros:

2.- En el estudio de mercado se aplicó las encuestas a 360 personas entre nacionales y extranjeros que han visitado el sector de Guacamayos, lugar en donde se piensa realizar el Centro de Comercialización, de los cuales se tuvo una aceptación del 92% en turistas extranjeros y del 87% de los turistas nacionales, además se visibilizó las preferencias de los servicios que se pretenden brindar los más aceptados fueron mirador, cafetería y Centro de Interpretación de los Emprendimientos de Reserva de Biosfera, entre los productos que requieren se comercialicen son Turismo Comunitario, Artesanías, Cacao, Hongos Ostra y Guayusa.

3.- A través de la viabilidad técnica y operativa de la propuesta se pudo visibilizar el tamaño del Centro de Comercialización de acuerdo a la demanda objetiva existente por cada servicio, se seleccionó la ubicación de Centro de acuerdo a las características del sitio lo que dio como resultado que el mejor lugar para la ejecución de esta propuesta es la Guardianía de la Reserva Ecológica Antisana ubicada en el sector de Guacamayos, es importante recalcar que a pesar de que el sector no está consolidado como un sitio turístico, es un lugar estratégico por la belleza escénica natural existente en la Reserva Ecológica, se estableció los flujo gramas de procesos de los servicio que se brindará y los diseños y planos de la infraestructura existente.

4.- El estudio de impacto ambiental determina que el proyecto no generará impactos negativos de manera significativa, los impactos que se generen especialmente en la etapa de construcción de infraestructura y de operación de los servicios serán solventados con medidas de mitigación y buenas prácticas ambientales.

5.- En el estudio administrativo legal se analizó el manejo del Centro de Comercialización, dentro del Cual se propone realizara un convenio interinstitucional entre el Ministerio de Ambiente Dirección Provincial Napo y el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Archidona para la administración del Centro de Interpretación de Emprendimientos de Reserva de Biosfera y el Mirador, para el manejo de la cafetería se propone realizar una concesión priorizando la participación de comunidades locales.

6.- El estudio financiero demuestra que al ser un proyecto de inversión pública con énfasis en el desarrollo sostenible no tendrá ganancias a nivel económico para la institución inversora como es el Municipio de Archidona y el Ministerio de Ambiente , ya que la ganancia para estas instituciones se demuestra en la conservación de los recursos naturales especialmente de las áreas protegidas Parque Nacional Sumaco y Reserva Ecológica Antisana y la responsabilidad social e indirectamente en promoción turística para el catón Archidona . Sin embargo el proyecto presenta una evaluación financiera positiva para los emprendedores comunitarios que participaran en el proyecto con una tasa interna de retorno de 14% y un valor actual neto de 5,530.

RECOMENDACIONES

1.- Se recomienda realizar este proyecto de manera cooperativa a través de un trabajo Interinstitucional y comprometido con el objetivo de realizar acciones conjuntas para fortalecer el accionar institucional a favor del sector comunitario y del desarrollo sostenible, ya que es fundamental para la implementación de proyectos conjuntos que contribuyen a mejorar la calidad de vida de la población y la conservación del ambiente.

2.- Es necesario contar con una base de datos de todos los emprendedores que al momento se encuentran generando propuestas de desarrollo sostenible con fines de conservación del ambiente , para paulatinamente ir incrementando espacios dedicados a la comercialización y educación al cliente acerca del beneficio que estas iniciativas representan

3.- Se recomienda continuar con el trabajo en desarrollo sostenible que las áreas protegidas promueven en las zonas de amortiguamiento del área bajo conservación, ya que de esta manera se busca alternativas de producción amigables con el ambiente para la comunidad y no únicamente se prohíbe el uso de los recursos naturales.

BIBLIOGRAFIA

- Acosta, M.** (2012). *Estudio de Factibilidad para la Creación de un Centro de Acopio que se dedique a la Comercialización de Productos Agrícolas en la Parroquia de Imbaya, Cantón Antonio Ante, Provincia de Imbabura*. Universidad Técnica del Norte.
- Acuerdo Ministerial, 1.** (2014). *Procedimiento para el Otorgamiento de Concesiones y Suscripción de Convenios de Cooperación para el Uso, Mantenimiento y Operación de Infraestructura, Bienes o Servicios Turísticos en el Patrimonio de Áreas Naturales del Estado*. Quito.
- Agrícola, F. I.** (2013). *Conceptos Clave de Seguimiento y Evaluación de Proyectos*.
- Agricultura, F. I.** (2013). *Orientaciones Estratégicas para el fortalecimiento de la gestión asociativa*
- Anzil, F.** (2007). *Desarrollo*. <http://www.ecolink.com.ar/concepto-desarrollo>.
- Association, A. M.** (1960). *Marketing Definitions, Glossary of Marketing Terms*. Committee on Definitions of the A.M.A Chicago.
- Campos, M.** (2017). *Estudio de Factibilidad para la Creación de un Centro de Comercialización en Reserva de Biosfera*.
- Carvajal, L.** (2013). *El Método Deductivo de Investigación, Metodologías de la Investigación*.
- Cerda, L.** (2013). *La Gobernanza del Cacao y Chocolate, Mesa de Chocolate, Reserva de Biosfera Sumaco*. Tena.
- Cooperación Alemana, G.** (2005). *Recetarios de Hongos Ostra del Sumaco, Asociación Guacamayos*. Tena.
- Córdova, P.** (2011). *Formulación y Evaluación de Proyectos*. Colombia : Eco Ediciones.
- Ecuador. Ministerio del Ambiente, L. E.** (2010). *Reservas de Biosfera del Ecuador*. Quito
- Ecuador. Ministerio de Ambiente, M.** (2002). *Plan de Manejo de la Reserva de Biosfera Sumaco*. Tena.

- Erazo, P.** (2010). *Estudio de Factibilidad para la implementación de un Centro Recreacional de la Parroquia Puyo, Cantón Pastaza, Provincia de Pastaza* . Puyo- Ecuador : Escuela Superior Politecnica de Chimborazo .
- Estrella, A.** (2015). *Diseño de un Modelo de Gestión Local para la promoción de Recursos Comunitarios* .
- Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO)**-(2017). *Servicios Ecosistémicos*.
- Fernandez, e. a.** (2010). *Alcance de la Investigación*.
- Fred, A.** (2012). *Análisis Financiero* .
- Fred, W.** (2012). *Fundamentos de Administración Financiera* . La Habana .
- Freire, J.** (2010). *Conceptos Básicos de Metodologías de la Investigación* .
- Gómez, D.** (2014). *Nichos de Mercado y sus Beneficios* .
- Kotler Philip, e. a.** (2004). *Marketig de Servicios Profesionales* . Páidos Ibérica. SA.
- Londón, S. e.** (2006). *El Concepto de Desarrollo de Amartya Sen y su Vinculación con la Educación, Economía y Sociedad*.
- Malhotra, K.** (1997). *Investigación de Mercados un enfoque práctico* . Hispanoamerica .
- Marcia, M., & Díaz, P.** (2009). *Proyectos Formulación y Criterios de Evaluación* . Mexico : Alfaomega.
- McCarthy Jerome, e. a.** (1997). *Libro de Marketing*. Interamericana .
- Miño, L.** (2013). *Mesa de Turismo de la Reserva de Biosfera Sumaco* . Tena.
- Muñoz, E.** (2008). *Guia Metodológica para la Formulación y Evaluación de Proyectos de Negocios relacionados con el Turismo y el Ecoturismo* . Riobamba-Ecuador.
- Muñoz, E.** (2014). *Definición de Alternativas Ecoproductivas para el Manejo Sustentable de la Micro Cuenca del Río **Chimborazo***. Riobamba.
- Ortiz, E.** (2010). *Diseño de un Modelo de Gestión por Procesos para la Comercialización de Electrodomesticos de la Empresa PROIMPORT en el Norte de la Ciudad de Quito*. Quito- Ecuador .
- Paz y Miño, R.** (2013). *Escuela de Liderazgo Ambiental del Sumaco* . Tena.

- Piray, M.** (2015). *Evaluación del Modelo de Gestión para la Operación de Servicios Turísticos en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo, caso refugios Carrel y Whymper*. Riobamba.
- Plan Nacional del Buen Vivir, E.** (2017). *Políticas y Lineamientos , Objetivo 7*. Quito .
- Plan Nacional del Buen Vivir, P.** (2013). *Objetivos Nacionales, Objetivo 7, Garantizar los Derechos de la Naturaleza y promover la sostenibilidad ambiental territorial y global*. Quito.
- Prieto, H.** (2009). *Proyectos: Enfoque Gerencial* . Colombia : Ecoe Ediciones .
- Secundaria, T. U.** (2003). *Libro IV de la Biodiversidad y Areas Protegidas*. Quito.
- Sumaco, P. G.** (2002). *Plan de Manejo de la Reserva de Biosfera Sumaco* . Tena- Ecuador.
- Szaky, T.** (2014). *Mercadeo para Consumidores Consientes, El Empaque +Conversion* .
- Texto Unico Secundario de legislación Ambiental TULAS.** (2003). *Art. 179 del Libro III, Concesiones y Comodatos* . Quito.
- Organización de las Naciones Unidad para la Educación, Ciencia y Cultura UNESCO.** (2002). *Biosphere Reserv, Special places for people and Nature* . Paris.

Anexo B. Encuesta aplicada para el estudio de mercado en Ingles

The information you provide is confidential in order to determine the feasibility of a tourism service.

Read all the questions and indicate with an "X" the answer of your choice.

Please select one answer choice for each of the items

1. Age

15-25 26-36 37-47 48-5 68 – 80

2. In the Baez - Tina Route, would you like to have a marketing center for the projects that have been created in the Sumaco Biosphere Reserve implemented?

Si No

3. What is your interest in visiting the Biosphere Reserve Marketing Center?

- a. Tourism c. Recreation
b. Education d. Shopping

4. What Products would you like to be marketed and given information about them?

- a. Oyster mushrooms d. Guayusa
B. Cacao e. Comunnitary tourism
C. Handicrafts

5. - Would you like that in the marketing center will provide extra services, select?

- a. Cafeteria d. Lookout
b. Interpretive Path e. Environmental Interpretation Center
c. Other, specify.

6. - What is the usual payment method for these products?

- a. Credit card b. Cash

7. - Why media usually is informed for the commercialization of this type of products?

- a. TV c. Radio
b. written means d. Internet

8. - In which sector of the Baeza - Tena road would you like to create the Marketing Center for the Sumaco Biosphere Reserve Enterprises?

- a. Guacamayo´s Virgen c. Antisana Ecológica Reserve Park Ranger House
b. Sumaco Napo Galeras National Park Ranger House

Anexo C. Encuesta aplicada para las Agencias de viaje

**GUÍA DE ENCUESTA PARA DETERMINAR LA FACTIBILIDAD PARA LA
FACTIBILIDAD DE UN CENTRO DE COMERCIALIZACION**

La información que Usted proporcione es confidencial con el fin de determinar la factibilidad de un servicio turístico.

Lea detenidamente las pregunta y conteste con una x las respuestas que Usted elija, seleccione una respuesta por pregunta.

1. Nombre de la agencia

2. Dirección

3. ¿Piensa que en la Provincia de Napo debería existir un lugar en dónde se comercialicen productos que den identidad a la provincia como hongos ostra, cacao, artesanías, entre otras?

a. Si b. No

4. ¿Generalmente en su oferta turística incluye la visita a sitios en donde se comercialice productos de la zona?

a. Si b. No Porque?

5. ¿Estaría interesado en implementar en su oferta la visita a un centro de Comercialización de Emprendimientos Generados en la Reserva de Biosfera Sumaco?

a. Sí b. No

6. ¿Le gustaría que en el Centro de Comercialización se ofrezca servicios extras?

a.-Mirador b. Cafetería c. Sendero Interpretativo

A. Centro de Interpretación Ambiental

B. Otros, especifique

7.- ¿En qué sector de la vía Baeza – Tena le gustaría que se cree el Centro de Comercialización de los Emprendimientos de Reserva de Biosfera del Sumaco?

a. Virgen de Guacamayos c. Guardianía de la Reserva Ecológica Antisana

b. Guardianía del Parque Nacional Sumaco Napo Galeras

Le agradecemos por su colaboración

