

# UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL



## CARRERA DE HOTELERIA Y TURISMO

**TEMA:**

**“CREACIÓN DE LA HOSTERÍA WAYSA PANGA EN EL CANTÓN DE TENA”**

**Trabajo de Graduación previo a la obtención del Título de Ingeniera en  
Administración Hotelera y Turística**

**AUTOR:**

**Carla Patricia Carrión Andi**

**TUTOR:**

**Ing. Juan Lascano**

**Quito – Ecuador**

**Diciembre 2012**

## UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

### APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Graduación certifico:

Que el Trabajo de Graduación del tema “Creación de la Hostería Waysa Panga en el Cantón Tena” presentado por la Srta. Carla Carrión Andi, estudiante de la Carrera de Administración de Empresas, Escuela de Hotelería y Turismo, ha concluido a entera satisfacción, para ser sometido a la evaluación del Tribunal de Grado, que se designe, para su correspondiente estudio y calificación.

Quito, octubre del 2012

Atentamente,

Ing. Juan Lascano

**TUTOR**

## **UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL**

### **AUTORÍA DE TESIS**

En calidad de estudiante de la Carrera en Administración de Empresas declaro que los contenidos de este Trabajo de Graduación, requisito previo a la obtención del Grado de Ingeniera en Administración Hotelera y Turística, son absolutamente originales, auténticos y de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor.

Quito, octubre del 2012

Carla Patricia Carrión Andi

CC: 1500788250

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL**

**APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO**

Los miembros del Tribunal de Grado, aprueban la tesis de graduación de acuerdo con las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Tecnológica "ISRAEL" para títulos de pregrado.

Quito, diciembre del 2012

Para constancia firman:

**TRIBUNAL DE GRADO**

---

PRESIDENTE

---

MIEMBRO 1

---

MIEMBRO 2

## **DEDICATORIA**

El presente trabajo está dedicado, a mis queridos padres, porque gracias a ellos voy a cumplir uno de mis grandes sueños, ser una profesional; gracias porque me ayudaron a comprender que el esfuerzo tiene su recompensa.

De manera especial dedico con mucho cariño y amor a mi hijo Eitel Sebastián, la bendición más grande que pude haber recibido, porque desde el día que llegó a mi vida ha sido la luz, mi alegría y mi motivación para seguir esforzándome y luchando en todo lo que me proponga, para ti mi pequeño y para toda mi familia.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a mi Dios padre todopoderoso por guiarme en el camino hasta llegar a este momento especial, porque a pesar de tantas dificultades y pruebas que tuve que pasar me encuentro con vida y con la satisfacción de estar junto a mi familia.

Un eterno agradecimiento a mis queridos y sacrificados padres Luis Carrión Sarmiento y Norma Andi, por haberme guiado y acompañado en los momentos más difíciles de mi vida y sobre todo por darme cariño, amor e inculcarme valores importantes para ser una buena ciudadana, hija, madre ,compañera y hermana.

A mi abuelita Mami Charo, que desde el cielo me protege, sabe cuidarme y libramme de tanta maldad, gracias por tus oraciones mamita.

A mi tía Carola Tapuy, por ser mi segunda madre y ser incondicional para mí y para mi pequeño.

A mis hermanos, Fernanda, Luis, Manuel, Johana, Juan, Steven, que siempre me ayudaron en el cuidado de mi hijo mientras cumplía con mis estudios.

Profundamente agradecida a toda mi familia, tías y tíos, primos y a la persona que Dios me puso en el camino para ayudarme y saberme escuchar mi amiga “Nenita” gracias, siempre estuvieron motivándome y pendiente de mis estudios.

A una persona muy especial Etiel, que gracias al inmenso amor que nos tenemos hemos podido salir adelante y luchar entre tanta adversidad.

A mis profesores de la Universidad Tecnológica Israel, a mi Tutor Ing. Juan Lazcano, por impartirme instrucciones y experiencias vividas para llegar a ser una buena profesional y sobre todo por confiar en mis conocimientos.

Muchas gracias de todo corazón.....

## INDICE GENERAL

PORTADA.....	ii
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
AUTORÍA DE TESIS.....	iii
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO.....	iv
DEDICATORIA.....	v
AGRADECIMIENTO.....	vi
INDICE GENERAL.....	vii
RESUMEN EJECUTIVO.....	xvi
ABSTRAC.....	xvii
<b>CAPITULO I.....</b>	<b>1</b>
<b>METODOLOGIA DE INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>1</b>
Tema de investigación.....	1
Antecedentes.....	1
Planteamiento del problema.....	3
Formulación del problema.....	4
Sistematización del problema.....	5
Objetivos.....	5
Objetivo general.....	5
Objetivos específicos.....	5
Justificación de la investigación.....	6
Justificación teórica.....	6
Justificación metodológica.....	7
Justificación práctica.....	8
Marco teórico.....	9
Marco conceptual.....	20
Marco espacial.....	25

Marco temporal .....	25
Hipótesis.....	25
General .....	25
Específicas.....	26
Aspectos metodológicos .....	26
Tipo de estudio.....	26
Estructura legal .....	27
<b>CAPITULO II .....</b>	<b>39</b>
<b>INVESTIGACION DE MERCADO.....</b>	<b>39</b>
Análisis de los atractivos .....	47
Análisis del componente natural .....	47
Análisis del componente cultural .....	53
Análisis del componente gastronómico .....	55
Inventario de atractivos.....	57
Análisis del macro y micro entorno.....	65
Segmentación de mercado.....	86
<b>CAPITULO III .....</b>	<b>111</b>
<b>DIRECCIONAMIENTO ESTRATEGICO .....</b>	<b>111</b>
Misión .....	111
Visión .....	112
Valores corporativos .....	113
Marketing mix .....	114
<b>CAPITULO IV.....</b>	<b>133</b>
<b>ESTUDIO TECNICO .....</b>	<b>133</b>
Macro localización .....	133
Micro localización .....	134



Tamaño del proyecto .....	135
Recursos.....	143
Procesos.....	158
<b>CAPITULO V.....</b>	<b>183</b>
<b>ESTUDIO DE IMPACTO AMBIENTAL.....</b>	<b>183</b>
Medidas de mitigación .....	196
<b>CAPITULO VI.....</b>	<b>198</b>
<b>ESTUDIO FINANCIERO .....</b>	<b>198</b>
Análisis financiero .....	198
Análisis Económico y Financiero .....	199
Inversión Inicial.....	199
Financiamiento.....	203
Amortización .....	204
Presupuesto de Ventas.....	205
Ingresos.....	207
Proyeccion de ingresos.....	209
Gastos .....	210
Costos.....	212
Amortización .....	213
Depreciación.....	213
Proyección de Costos.....	214
Flujo de Fondos .....	215
Indicadores Financieros.....	216
TMAR.....	216
Valor Actual Neto.....	216
Tasa Interna de Retorno.....	216

Costo Beneficio.....	217
Punto de equilibrio .....	219
Análisis de Sensibilidad .....	220
<b>CAPITULO VII.....</b>	<b>223</b>
<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....</b>	<b>223</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>228</b>

## Índice de Gráficos

Gráfico No.1 Distribución de los Cantones del Napo.....	43
Gráfico No.2 Imagen Fauna- Papagayo.....	49
Gráfico No.3 Cascada- Pitag .....	49
Gráfico No.4 Imagen del Platanillo.....	50
Gráfico No.5 Imagen Shamanismo .....	50
Gráfico No.6 Cascad de Ansu.....	51
Gráfico No.07 Balneario Achi yacu .....	51
Gráfico No.08 Artesanías de Balsa Típicas de la Amazonía .....	52
Gráfico No.09 Petroglifo Sapo Rumi .....	52
Gráfico No.10 Trajes Típicos del Napo .....	55
Gráfico No.11 Fruta de la Chonta .....	57
Gráfico Nro.12 Salida de Ecuatorianos 2011-2012 .....	68
Gráfico No.13 Llegada de Extranjeros al Ecuador .....	73
Gráfico Nro. 14 Fuerzas de Porter .....	81
Gráfico Nro.15 Sexo de las personas encuestadas .....	90
Gráfico Nro.16 Rango de edades de las personas encuestadas.....	91
Gráfico Nro.17 Procedencia de las personas encuestadas .....	91
Gráfico Nro.18 Ingresos Económicos de las personas encuestadas.....	92
Gráfico Nro.19 Porcentaje de las personas que conocen la Amazonía .....	93
Gráfico Nro.20 Porcentaje de encuestados que conocen el Tena.....	93
Gráfico Nro.21 Porcentaje de encuestados que creen que existe buena Infraestructura en Tena .....	94
Gráfico Nro.22 Porcentaje de encuestados que han visitado alguna Hostería .....	95
Gráfico Nro.23 Porcentaje de encuestados que creen que es posible la creación de una Hostería .....	96
Gráfico Nro.24 Motivo de viaje de los encuestados .....	97
Gráfico Nro.25 Frecuencia de visita de los encuestados.....	98
Gráfico Nro.26 Lo que desean encontrar los encuestados en una Hostería.....	99

Gráfico Nro.27 Porcentaje de los encuestados en aprender de la Cultura Quichua ..	100
Gráfico Nro.28 Servicios adicionales que los encuestados desearían en la Hostería .....	101
Gráfico Nro.29 El tipo de comida que los encuestados gustarían .....	102
Gráfico Nro.30 El tiempo de estadía de los encuestados .....	103
Gráfico Nro.31 El costo que estuviera dispuesto a pagar los encuestados .....	104
Gráfico Nro.32 Las 4 p.....	115
Gráfico No.33 Logotipo de la Empresa .....	119
Gráfico Nro.34 Tarjeta de Presentación .....	121
Gráfico Nro.35 Tríptico cara 2.....	122
Gráfico Nro. 36 Tríptico cara1 .....	123
Gráfico Nro.37 Volante .....	124
Gráfico Nro. 38 Menú.....	125
Gráfico Nro.39 Mapa de micro localización .....	134
Gráfico Nro.40 Implantación de la Infraestructura .....	136
Gráfico Nro. 41 Fachada de las Cabañas .....	137
Gráfico No.42 Cabaña de Recepción.....	138
Gráfico No.43 Cabaña de Comedor.....	139
Gráfico No.44 Cabaña Matrimonial .....	140
Gráfico No.45 Cubierta .....	141
Gráfico No.46 Cabaña Familiar.....	142
Gráfico Nro.47 Organigrama general de la empresa.....	144
Gráfico Nro. 48 Organigrama Funcional.....	145
Gráfico Nro.49 Cadena de Valor .....	159
Gráfico No.50 Matriz de Identificación de impactos Ambientales .....	190
Gráfico Nro. 51 Punto de Equilibrio.....	219

## Índice de cuadros

Cuadro Nro.1 Check List.....	13
Cuadro Nro.2 Informe de Camarera.....	14
Cuadro Nro. 3. Reporte de Objetos Olvidados .....	15
Cuadro No.4 Pase .....	15
Cuadro Nro.5 Establecimientos Hoteleros y valores .....	30
Cuadro Nro. 6 Ficha de Atractivo Cultural- Shamanismo .....	57
Cuadro No.7 Ficha de Atractivo Cultural- Fiesta WAYUSA ÑUSTA WARMI.....	62
Cuadro Nro. 8 Llegada de Turistas al Ecuador .....	67
Cuadro No.9 Mercado Turístico Clave .....	69
Cuadro Nro. 10 Ubicación del Turismo año 2010-2011.....	70
Cuadro Nro. 11 Principales Mercados Emisores.....	71
Cuadro Nro. 12 Ingreso de extranjeros por país de procedencia .....	73
Cuadro Nro. 13 Calendario del Feriado Nacional en Ecuador.....	74
Cuadro Nro. 14 Número de establecimientos creados en el Ecuador .....	75
Cuadro Nro 15.Distribución de Cabañas Típicas .....	83
Cuadro Nro.16 Capacidad de establecimientos Hoteleros en Tena .....	105
Cuadro Nro.17 Registro de Afluencia de Turistas a Tena .....	106
Cuadro Nro. 18 Afluencia de Turistas Año 2007 .....	106
Cuadro Nro. 19 Afluencia de Turistas 2008 .....	107
Cuadro Nro. 20 Afluencias de Turistas 2009.....	107
Cuadro 21. Afluencia de Turistas 2010 .....	108
Cuadro No.22 Proyección de la Demanda .....	110
Cuadro Nro.23 Plan de Acción1 – Servicio .....	128
Cuadro No.24 Plan de Acción 2.....	129
Cuadro Nro. 25: Plan de acción 3 .....	130
Cuadro Nro.26 Plan de Acción -4.....	131

Cuadro Nro.27 Plan de Acción 5.....	132
Cuadro Nro.28 Recurso Humano.....	143
Cuadro Nro.29 Recursos para el Área administrativa .....	152
Cuadro Nro. 30 Suministros de Oficina.....	152
Cuadro Nro.31 Equipo de Alojamiento.....	153
Cuadro Nro.32 Recursos Materiales de Cocina .....	153
Cuadro No.33 Equipamiento para restaurante .....	155
Cuadro Nro. 34 Equipamiento para Bodega .....	155
Cuadro Nro. 35 Equipamiento para aseo y limpieza .....	156
Cuadro Nro.36 Recursos para la Construcción de las Cabañas .....	156
Cuadro Nro.37 Materiales de Aseo.....	157
Gráfico Nro.38 Recursos para la Construcción de las Cabañas.....	157
Cuadro Nro. 39 Mapeo de procesos .....	162
Cuadro Nro. 40 Inversión y Financiamiento .....	199
Cuadro Nro. 41 Equipos para Recepción.....	199
Cuadro Nro. 42 Equipamiento para las Habitaciones.....	200
Cuadro Nro. 43 Equipamiento para Cocina.....	200
Cuadro Nro. 44 Equipamiento para Restaurante .....	201
Cuadro Nro.45 Equipamiento para Lavandería .....	202
Cuadro Nro. 46 Equipamiento para Aseo y Limpieza.....	202
Cuadro Nro. 47 Construcciones.....	202
Cuadro Nro. 48 Financiamiento .....	203
Cuadro Nro. 49 Amortización del Préstamo .....	204
Cuadro Nro. 50 Presupuesto de Ventas .....	205
Cuadro Nro. 51 Ingreso por alimentación.....	207
Cuadro Nro. 52 Ingreso por Artesanías.....	208
Cuadro Nro. 53 Proyección de Ingresos .....	209
Cuadro Nro. 54 Proyección de gastos .....	210

Cuadro Nro. 55 Gasto de Sueldos y Salarios.....	211
Cuadro Nro. 56 Costos .....	212
Cuadro Nro. 57 Tabla de Amortización .....	213
Cuadro Nro. 58 Tabla de Depreciación.....	213
Cuadro Nro. 59 Proyección de Costos.....	214
Cuadro Nro. 60 Flujo de Fondos.....	215

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL**  
**CARRERA DE HOTELERÍA Y TURISMO**

**TEMA:** “CREACIÓN DE LA HOSTERÍA WAYSA PANGA EN EL CANTÓN TENA”

**AUTOR:** Carla Carrión Andi

**TUTOR:** Ing. Juan Lazcano Polo

**RESUMEN EJECUTIVO**

El presente estudio tiene como objetivo crear una Hostería llamada “ Waysa panga” en el Cantón Tena, para fortalecer el desarrollo turístico de la zona, brindando un servicio diferente al de la competencia, contribuyendo a la preservación de la cultura Quichua, enfatizando sus costumbres, formas de vida, vestimenta, artesanías, gastronomía del pueblo nativo de la Provincia del Napo. Para esto se ha realizado un estudio de mercado con el fin de conocer a los posibles clientes que utilizarán el servicio de hospedaje, alimentación y recreación. Según los resultados del estudio demostraron que hay aceptación ya que los turistas quieren salir del stress de la ciudad y conocer lugares atractivos, que brinden paz, tranquilidad, confort sobre todo el contacto con la naturaleza. También ha sido importante analizar los atractivos naturales y culturales de la Ciudad de Tena como son las cascadas, ríos, montañas, petroglifos y demás, con el fin de dar a conocer al turista las maravillas que posee la zona, para que pueda realizar otras actividades distintas a las comunes. Con los antecedentes mencionados, se propone crear una infraestructura típica del sector, distribuidas en cabañas familiares y matrimoniales para un total de 36 pax. El marketing se lo hará por la promoción, internet, trípticos, hojas volantes y por lo principal que es el medio de comunicación directa con las personas, amigos, familiares etc. Todo se lo realiza pensando en la conservación del medio ambiente.

**PALABRAS CLAVES:** Atractivo turístico, Marketing, Estudio Técnico, Desarrollo turístico, Conservación, Estudio de mercado.



## **ABSTRAC**

The aim of the current study is to create a hostel named “Waysa Panga” in the Canton of Tena, to strengthen the touristic development of the local area, offering something more dynamic and different to that of the competition; contributing to the preservation of the Quichua culture, emphasizing the customs, ways of life, dress, handicrafts and gastronomy of the native people of the Napo Province. In able to accomplish the goal a market study was carried out with the aim of discovering possible customers for the hostel, food and recreational activities. The results showed that a great majority of the tourists want to escape the stressful city life and discover new attractive places that offer peace of mind, tranquility, comfort and above all, contact with Mother Nature. It has also been important to analyze the natural and cultural tourist attractions that Tena has to offer, such as the waterfalls, rivers, mountains, petroglyphs, showing the tourist the marvelous wonders that the zone has to offer, thus doing something out of the ordinary. With the following information, the aim is to create a native style infrastructure with family size and couple cabins for a total of 36 guests, where people will be able to walk, hike and get to know more about the animals, flowers and medicinal plants of the amazon region. The marketing will be done on the internet; with brochures, flyers, on the radio and television as well as by word of mouth through friends and relatives. All of this is to be done with the aim of conserving and preserving the environment whilst respecting the autochthonous folklore of the zone.

**Key words:** Tourist attractions, Marketing, Technical Study, Touristic Development, Conservation, Market Study.

# **CAPITULO I**

## **METODOLOGIA DE INVESTIGACIÓN**

### **TEMA DE INVESTIGACIÓN**

Creación de la Hostería “ Waysa Panga ” en la Cantón Tena

#### **Antecedentes**

El Turismo es fuente generadora de divisas, a la vez que posibilita una rápida y permanente creación de empleo y el mejoramiento de los ingresos de la población. Además, el turismo, más que otros sectores de la economía, convoca la acción concertada del sector público y privado, para emprender en estrategias innovadoras orientadas a mejorar la competitividad del país.

El enorme potencial turístico del Ecuador resulta de su gran diversidad geográfica, biológica, climática, étnica y cultural, que lo convierte en un destino de naturaleza privilegiado en el concierto internacional. Este potencial sustentado en grandes atractivos naturales y culturales no ha sido transformado en verdaderos productos turísticos, a través de un proceso planificado, en el que intervenga el Estado, los gobiernos seccionales, el sector privado dedicado a las actividades turísticas y las propias comunidades local.

En Ecuador predomina lo natural, es fuente de grandes recursos y poseedor de una infinita biodiversidad en fauna y flora. Ecuador es dueño también de un paisaje nativo único por poseer 4 regiones, costa, sierra, oriente e insular.

Posee territorios en donde se han desarrollado emprendimientos exitosos en ecoturismo, turismo de aventura y deporte, turismo extremo, entre otros.

Pero de igual manera, Ecuador es un territorio apto para recibir nuevas propuestas de turismo comunitario, turismo gastronómico y cultural, agroturismo, turismo de bienestar y salud, etc.

La Amazonía es uno de los lugares predilectos para el turismo en la actualidad, la tendencia económica hacia estos destinos se dirige hacia una búsqueda de desarrollo sostenible, es decir la relación entre el desarrollo entre una actividad económica o de ocio y la preservación del medio ambiente.

El sector turístico en la provincia del Napo está prácticamente en sus inicios, dando la oportunidad de implementar nuevas alternativas turísticas viables, utilizando todos sus atractivos naturales como ríos, senderos guiados, cascadas, montañas, cavernas, etc., que manejados de manera sostenible podrían dar excelentes resultados.

Es fácil comprender por qué Tena adquirió gran relevancia durante el siglo XX, como punto de entrada a una vasta región de la Amazonía ecuatoriana, explotada primero por los caucheros, después por los madereros y comerciantes que utilizaban el río Napo para sus desplazamientos hacia el Perú y, finalmente, por las compañías petroleras que penetran las entrañas del Ecuador en busca del crudo.

Hoy Tena tiene una población estimada en casi 55 mil habitantes Qichuas y Mestizos distribuidos en 5.101,1 kilómetros cuadrados de superficie, dedicados a la agricultura, comercio y servicios. De igual manera, esta ciudad dispone de un aeropuerto nacional, de vías de acceso que la comunican en forma expedita y rápida con el resto de Provincias del Ecuador y con la mayoría de comunidades y poblados de las provincias del Napo.

La actividad turística en la región amazónica del Ecuador durante los últimos años, ha convertido a Tena en un centro ciudadano dinámico en la oferta de servicios y de atractivos turísticos.

La necesidad actual de modernizar la gestión empresarial turística y hotelera en el Ecuador, hace necesario que se otorguen bienes y servicios en beneficio de los clientes, es evidente que esta debe orientarse a la búsqueda de lograr la eficiencia y

eficacia con resultados óptimos en función de la misión de la empresa así como el desarrollo profesional de quienes laboran en ella.

Hoy en día es misión de todos los ecuatorianos, disfrutar primero lo nuestro, conocer nuevas alternativas y disfrutarlas, así como mantener una cultura conservadora para dar a conocer a los turistas internacionales e invitarlos a ser parte del desarrollo turístico.

### **Planteamiento del problema**

En la región Amazónica todos los años se incrementa la afluencia de turistas nacionales y extranjeros gracias a la gran biodiversidad que se destaca en la flora y fauna ya que es denominada como uno de los lugares más ricos del mundo.

El cantón Tena perteneciente a la provincia del Napo es un lugar que posee muchos atractivos naturales y culturales como son: ríos, cascadas, bosques, cuevas y grupo de comunidades que mantienen viva la tradición y formas de vida de los habitantes Quichuas y Hoaranis que están dispuestos a ofrecer la experiencia más agradable a quienes se atreven a conocer el lugar.

Tena es un destino turístico prometedor, pero lamentablemente no se ha aprovechado esta oportunidad ya que las comunidades de la zona viven en pobreza y sin las facilidades del siglo XXI puesto que carecen de los principales servicios básicos como agua potable, alcantarillado, teléfono.

La falta de apoyo y de servicios en este sector sumados a la aculturación que día a día viven las comunidades ha hecho que la gente del sector busque nuevas alternativas y en muchos casos en actividades que generan grandes impactos a la flora y fauna del sector, ya que las industrias madereras que aquí se encuentran utilizan la mano de obra de los comuneros, dándoles ciertas regalías a cambio de la deforestación de sus suelos, extrayendo maderas que han crecido y se han mantenido por años en este sector.

Con este antecedente ha sido evidente la falta de inversión en infraestructura turística por parte del sector privado, porque nunca se pensó que el verdadero recurso rentable

para el país es el turismo, claro está que con profesionales capacitados se lo podría encaminar de manera sostenible para que las futuras generaciones puedan seguir aprovechando la maravilla que se posee.

También es muy notable observar que el área hotelera se ha instalado en su mayoría en el centro urbano de la ciudad del Tena, dejando de lado la principal atracción que es ambiente acogedor de la magnífica naturaleza y haciendo que los turistas no puedan conocer las bondades que esta ofrece.

En la vía a la parroquia a la parroquia Pano, no existe infraestructura hotelera, a pesar de que en la zona existe mucha vegetación y fuentes naturales de agua que siguen intactas al igual que una gran variedad de atractivos que pueden ser aprovechados de manera positiva para el desarrollo social de las comunidades aledañas.

Si la falta de proyectos turísticos y promoción turística- cultural de la localidad por parte de las entidades públicas y privadas continúa, provocara un subdesarrollo económico y sobre todo el poco interés del turista por quedarse en la ciudad ya que la oferta hotelera no abastece y decidirán ir a las provincias cercanas o cambiar de destino turístico.

Frente a esta problemática se ha creído conveniente la necesidad de crear un establecimiento hotelero turístico, que brinde las comodidades al turista satisfaciendo las necesidades, aprovechando los recursos naturales que se posee y resaltando la identidad cultural Quichua, para contribuir al desarrollo turístico del cantón y la provincia de Napo, a su vez generar fuentes de empleo para los habitantes y mejorar el estilo de vida.

### **Formulación del problema**

¿De qué forma afecta la falta de un establecimiento hotelero y buen desempeño del mismo, en el desarrollo económico, turístico y social del Cantón Tena?

## **Sistematización del problema**

¿De qué manera se podrá establecer la oferta y demanda, para el desarrollo de la creación de la Hostería Waysa Panga, en el cantón Tena?

¿Qué recursos naturales y culturales poseen gran valor turístico para poder aprovechar en la creación de la Hostería Waysa Panga?

¿Qué estrategias se pueden aplicar para posicionar en el mercado a la Hostería?

¿Cuáles son los recursos necesarios que se necesitan para la implementación de la Hostería Waysa Panga en la ciudad del Tena?

¿Qué impactos ambientales se generará con la implementación de la Hostería Waysa Panga?

¿Cómo se financiará el capital requerido para la viabilidad del proyecto de creación de la Hostería Waysa Panga?

## **OBJETIVOS**

### **Objetivo general**

Crear una Hostería en el Cantón Tena diferente a las de la competencia, que cumpla con todas las expectativas de los turistas nacionales y extranjeros; con el propósito de rescatar la identidad cultural Quichua y fortalecer el turismo para que contribuya al mejor desarrollo del Cantón.

### **Objetivos específicos**

- Desarrollar un estudio de mercado, para conocer el perfil del cliente para presentar un producto hotelero y turístico que cumpla con las expectativas de los turistas nacionales e internacionales.
- Analizar los atractivos turísticos naturales y culturales que puedan aportar al desarrollo turístico de la Hostería.

- Elaborar un plan estratégico, que permita una adecuada comercialización de los productos y servicios, para que alcance una mejor participación en el mercado local y nacional.
- Realizar el estudio técnico del proyecto que permita adecuar con elementos y recursos propios de la zona, para así brindar el servicio y producto enfocado al estilo autóctono de la cultura quichua.
- Determinar el impacto ambiental causado por la ejecución y desarrollo del proyecto hotelero, y las posibles mitigaciones.
- Desarrollar un estudio financiero que identifique la rentabilidad económica del proyecto.

## **Justificación de la investigación**

### Justificación teórica

La investigación propuesta busca, mediante la aplicación de la teoría y conceptos básicos que es posible emprender en un negocio, desde una idea a convertirla en empresa. Su elaboración permitirá demostrar que existe una oportunidad de negocio, que se cuenta con un equipo idóneo para encararlo evaluando los riesgos del negocio, dimensionar las necesidades y disponibilidad de recursos y considerar la responsabilidad social. Los proyectos turísticos, como todo proyecto que requieren inversión social, económica y ambiental, debe contar con estudios de factibilidad social, económica-financiera y ambiental que indiquen a la comunidad las posibilidades del logro del proyecto. Antes de iniciar, es necesario evaluarlo para tomar la decisión de llevarlo a cabo o no. Para la evaluación de los proyectos de desarrollo es necesario tener una visión integral, se evalúa no solo la factibilidad financiera, sino en el impacto social, ambiental y organizacional que el proyecto puede causar en una comunidad, o viceversa, cómo las características de organización social, económica y ambiental de la comunidad pueden afectar al proyecto. Cada proyecto tiene objetivos propios y son únicos en su contexto social, ambiental y

turístico, por lo tanto, los impactos esperados son específicos para cada uno. A esto se adhiere que las condiciones organizacionales y del entorno tienen un dinamismo permanente; muchos factores son inesperados y los actores sociales no podrán tener control.

La propuesta de la creación de la hostería en la ciudad del Tena tiene como objeto rescatar la riqueza cultural del Pueblo quichua del Napo, que por años se ha difundido por ser un pueblo luchador por sus ideales, ejemplo de vida para los descendientes que existen en la actualidad, por sus conocimientos sobre la naturaleza, resaltando también los recursos naturales, la belleza de los paisajes, dando oportunidad a los turistas nacionales y extranjeros el interés por descubrir, las maravillas que ofrece el Cantón Tena, contribuyendo con la creación de la Hostería "Waysa Panga" que brinde al turista disfrutar de las bondades del Cantón Tena, y sus experiencias.

Para que se llegue a cumplir los objetivos propuestos en el presente proyecto, es un proceso en el que van a intervenir teorías y conceptos importantes que influirán directamente en el desarrollo de la misma en cuanto a la Administración Hotelera, permitirá realizar un proceso oportuno en cuanto a las actividades que se requiera, como también en las finanzas, para poder plasmar en realidad los aspectos que intervengan en la creación de la Hostería establecer estrategias que permitan en algún momento tomar decisiones y acciones oportunas que permitan viabilizar el éxito del proyecto.

#### Justificación metodológica

Para lograr el cumplimiento de los objetivos es necesario utilizar técnicas de investigación, como la encuesta, importante para poder establecer diversas inquietudes que se presentan en el desarrollo de la investigación, el mismo que permitirá obtener resultados precisos de temas que se crean convenientes para poder aplicarlos, como la demografía, aspectos culturales, aspectos sociales, costumbres, formas de vida y sobre todo el tipo de vida social que cada encuestado tiene, sumamente importante para saber el tipo de cliente a consumir el servicio ofertado.



## Justificación práctica

El presente trabajo ayudará a contribuir al desarrollo turístico del Cantón Tena y a la vez ayudará a la preservación de la Cultura Quichua, con la creación de una Hostería en la ciudad de Tena, sector Achi Yacu ya que actualmente cuenta con un gran espacio físico, rico en atractivos naturales (río Pano, Tena bosque primario y secundario, fauna silvestre) y con la manifestación cultural Quichua. A través de la creación de la Hostería “Waysa Panga” en el Cantón Tena, los turistas nacionales y extranjeros podrán conocer todos los atractivos naturales y culturales en donde el visitante podrá observar la gran variedad de flora y Fauna que posee la región Amazónica, además podrán degustar de los platos típicos como “ Maito de Tilapias” o de la famosa “ Guayusa” bebida oficial que por años ha sido denominada, como una bebida medicinal por los ancestros Quichuas, todas estas maravillas juntas y con la magia de la selva Amazónica que encanta a propios y extraños he creído necesario crear una hostería que brinde todas las comodidades necesarias que satisfagan los requerimientos de los turistas y sobre todo que cuente con un ambiente acogedor , tranquilo e inolvidable.

También hay que resaltar la importancia de trabajar aprovechando las potencialidades que se cuenta; mencionar que todos los ecuatorianos deben crecer sabiendo quiénes son y no olvidar los orígenes culturales, es por eso también que tengo la seguridad de que el proyecto será viable, porque ofrecerá otro tipo de servicio a las de la competencia a nivel local, generando fuentes de empleo que beneficien a los pobladores, mejorando su calidad de vida.

Para concluir, el sector turístico en el país lamentablemente no se ha encaminado de mejor manera, puesto que existen grandes irregularidades que impiden el desarrollo de esta actividad turística; es primordial demostrar que los jóvenes contamos con ideas nuevas y renovadoras que podemos hacer que la actividad turística cambien en el cantón y porque no hablar a nivel nacional, teniendo un manejo adecuado el cual permita conservar el ecosistema, las culturas indígenas, etc., que hacen de nuestro país un destino privilegiado y encantador.

## **Marco teórico**

### Historia de la hotelería

Es importante señalar que “Desde la prehistoria, el hombre ha tenido necesidad de desplazarse con fines comerciales y de intercambio, por lo que ha necesitado alojarse en diversos puntos geográficos, en este tiempo, se intercambiaba el hospedaje por mercancías. Siglos después, en los caminos fueron surgiendo una serie de posadas en las que el viajero podía alojarse con sus caballos y comer a cambio de dinero. Estos establecimientos se caracterizaban por las precarias condiciones sanitarias que ofrecían, ya que solían alojar a los huéspedes en los establos junto con el ganado y a la vez, se les ofrecía servicio de comidas. Pero es a raíz de la Revolución Industrial, cuando los medios de transporte experimentan una vertiginosa evolución, que las personas empiezan a desplazarse masivamente de un lugar a otro. En un principio, los viajes están destinados sólo a comerciantes y a las clases más adineradas, que empiezan a salir de vacaciones fuera de sus ciudades y exigen unos establecimientos de acorde a sus posibilidades. Y para que todo esto sea posible, es necesario el surgimiento de una serie de establecimientos donde los viajeros puedan comer y pernoctar, es el nacimiento de la hostelería propiamente dicha.

En un principio surgen hoteles y restaurantes de lujo al alcance de las clases acomodadas que cobran unas tarifas que son imposibles de pagar para los demás, pero con el surgimiento de la sociedad del bienestar, comienzan a surgir otros lugares más modestos y al alcance de todos los bolsillos. La evolución ha sido tan espectacular que actualmente casi todas las personas que viven en países desarrollados tienen acceso a viajar y alojarse en establecimientos dignos, lo que ha dado lugar a la creación de una de las industrias más poderosas del mundo: el turismo que está íntimamente relacionado con la hostelería. Hoy podemos encontrar en cualquier sitio establecimientos hosteleros de todo tipo y la competencia del mercado es tan fuerte, que ha repercutido en que las tarifas se hayan ido abaratando en beneficio de los usuarios. Se trata de un sector que da trabajo a una gran parte de la población”,[1].

## Turismo Sustentable

Es importante señalar que "El turismo sostenible atiende a las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras y al mismo tiempo protege y fomenta las oportunidades para el futuro. Se concibe como una vía hacia la gestión de todos los recursos de forma que puedan satisfacerse las necesidades económicas, sociales y estéticas, respetando al mismo tiempo la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida. Por lo tanto, el turismo sostenible debe:

- Dar un uso óptimo a los recursos ambientales que son un elemento fundamental del desarrollo turístico, manteniendo los procesos ecológicos esenciales y ayudando a conservar los recursos naturales y la diversidad biológica.
- Respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas, conservar aspectos culturales arquitectónicos y vivo y sus valores tradicionales, y contribuir al entendimiento y a la tolerancia intercultural.
- Asegurar unas actividades económicas viables a largo plazo, que reporten a todos los agentes unos beneficios socioeconómicos bien distribuidos, entre los que se cuenten oportunidades de empleo estable y de obtención de ingresos y servicios sociales para las comunidades anfitrionas, y que contribuyan a la reducción de la pobreza.
- El desarrollo sostenible del turismo exige la participación informada de todos los agentes relevantes, así como un liderazgo político firme para lograr una colaboración amplia y establecer un consenso. El logro de un turismo sostenible es un proceso continuo y requiere un seguimiento constante de los impactos, para introducir las medidas preventivas o correctivas que resulten necesarias.

## Organización Mundial de Turismo (OMT)

Según el documento de investigación nos dice que “La creciente flexibilidad exige que la gente cuente con una variedad de destrezas que se relacionan no solo con las tareas que puede desempeñar, sino también con los niveles en los cuales trabaja. El conocimiento se ha transformado en el factor más importante en la vida económica, es el ingrediente principal de lo que compramos y vendemos, la materia prima con la que trabajamos, el capital intelectual- no los recursos naturales, las máquinas, ni siquiera el capital financiero- es hoy el único activo indispensable en las empresas”, [2].

Algo primordial y esencial en la Hostería será el reclutamiento de su personal, haciendo que las personas que lo integren se enfoquen primero en los objetivos corporativos y puedan desarrollarse de manera eficaz en sus conocimientos para cumplir a cabalidad y así tener éxito.

Es importante mencionar que el “Ecuador es un país mega diverso, gracias a la situación geográfica en la que se encuentra, razón por la cual ha sido reconocido a nivel mundial, logrando así una mayor acogida para visitantes extranjeros provenientes de los diferentes países del mundo. Tomando en cuenta este particular tenemos que dentro del turismo sostenible se han identificado tres componentes que podrían ser aplicados en este proyecto los cuales describiremos a continuación:

**Económico:** El componente económico dentro de la elaboración de este plan es muy importante ya conocemos cual es el rendimiento económico obtendremos ya que será una fuente de empleo.

**Social:** Toda actividad turística supone un constante intercambio de costumbres y tradiciones de las dos partes, ya sea de parte de la comunidad como también puede ser por parte de los visitantes, puesto que durante la estadía dejamos ver la vida cotidiana que llevamos y se puede establecer un vínculo de respeto mutuo. Pero el verdadero beneficio que podemos obtener es la participación de la gente de la comunidad en las diferentes actividades que se pueden realizar como son: guías nativos, hospedaje, alimentación, elaboración y venta de artesanías, recorridos guiados por los diferentes senderos, etc.

Ambiental: Este punto es bastante interesante mencionarlo puesto que si no somos capaces de mantener el medio ambiente en su estado natural corremos el riesgo de perderlo por su vulnerabilidad. Pero es importante mencionar que dentro de la comunidad contamos con una gran variedad de flora y fauna típica del sector la cual sería uno de los principales atractivos a ser protegidos”,[3].

### Ecoturismo

Se dice que es “Viajes ambientalmente responsables a las áreas naturales, con el fin de disfrutar y apreciar la naturaleza (y cualquier elemento cultural, tanto pasado como presente), que promueva la conservación, produzca un bajo impacto de los visitantes y proporcione la activa participación socioeconómica de la población local” [3].

Hoy día, la mayor parte del turismo que se lleva a cabo en áreas naturales no constituye ecoturismo y, por consiguiente, no es sostenible. “El ecoturismo se distingue del simple turismo de naturaleza por su énfasis en la conservación, la educación, la responsabilidad del viajero y la participación activa de la comunidad”, [4].

Concretamente, el ecoturismo se caracteriza por estos rasgos:

- Comportamiento del visitante que es consciente y de bajo impacto,
- Sensibilidad y aprecio con respecto a las culturas locales y a la diversidad biológica.
- Respaldo a los esfuerzos locales de conservación.
- Beneficios sostenibles para las comunidades locales.
- Participación local en la toma de decisiones.
- Componentes educacionales para el viajero y para las comunidades locales”,[4].

### Facturación

“El proceso de facturación es el movimiento diario de la cuenta huésped, es necesario aplicarlo para consumos realizados por el huésped en las distintas áreas

hasta llegar a la cancelación de las mismas; es decir, es un movimiento que se concilia diariamente determinando el acumulado de las cuentas por cobrar a huéspedes”,[6]

Es fundamental aplicar y tener conocimientos claros del proceso y cálculos que se realizan al llenar una factura para luego no tener inconvenientes con los impuestos, retenciones etc.

### Check List de Habitaciones

Para poder cumplir con los estándares de servicio, se establece un check list para el control, con el objetivo de mantener las habitaciones en perfecto estado así como en la limpieza de las mismas, este formato será manejado por la camarera diariamente al momento de realizar la limpieza de las habitaciones. Es importante tomar en cuenta este punto porque es un control que se debería hacer en todo establecimiento Hotelero Turístico.

Cuadro Nro.1 Check List

CHECK LIST DE HABITACIONES					
CONTROL DE TAREAS	B. E	M. E	C.	N. C	OBSERVACIONES
<b>1.Verificación de Equipos.</b>					
Lámparas de techo.					
Lámparas de mesa o pared.					
Televisor.					
Teléfono.					
Mini bar.					
Cerraduras de la puerta.					
<b>2. Control de Tareas.</b>					
Sábanas limpias, sin arrugas ni cabellos.					
Edredón limpio y bien colocado.					
Polvos de los muebles.					
Polvos de equipos.					
Polvos de los marcos de las ventanas.					
Piso limpio y sin manchas.					
Inodoro limpio y desinfectado.					
Lavamanos limpio y seco.					
Tina de baño limpia sin manchas y seca.					

Fuente: Folleto de Administración Hotelera y Turística-ESPEAM  
Elaborado: Ing. Almeida Victoria

### Informe de Camarera

La camarera reporta si la habitación está limpia para ser nuevamente vendida y ocupada por el huésped. Sucia para ser limpiada inmediatamente y no ser vendida.

En bloqueo si la habitación necesita de mantenimiento o reparación de algún equipo o artículo. Ocupada para no causar molestia o incomodidad al huésped. Es esencial para brindar una buena imagen y calidad en el servicio de hospedaje

Cuadro Nro.2 Informe de Camarera


INFORME DE CAMARERA						
HORA:	FECHA	CAMARERA:				
No. Hab.	TIPO HAB.	L.	S.	O.	BL	OBSERVACIONES.
1	Casa 5 pax.					
2	Casa 4 pax					
3	Casa 4 pax					
4	Triple					
5	Triple					
6	Matrimonial					
7	Triple					
8	Triple					
9	Matrimonial					
10	Matrimonial					
11	Doble					
12	Doble Discapac.					
14	Matrimonial					
15	Triple					
16	Matrimonial					
17	Triple					
18	Suite					
CAMARERA:				CLAVES: L = Limpia S = Sucia O = Ocupada BL = Bloqueda		

Fuente: Folleto de Administración Hotelera y Turística-ESPEAM  
Elaborado: Ing. Almeida Victoria

#### Reporte de Objetos Olvidados y Encontrados

Cuando un empleado del hotel (casi siempre las camarera) encuentren algún objeto de valor deben entregarlo, para ello llenan por triplicado el formulario de objetos perdidos, el original es para el área de Lost and found, si el objeto es de mucho valor como un joya se envía a contraloría para guardarlo en la caja de seguridad la copia es para el empleado.


Cuadro Nro. 3. Reporte de Objetos Olvidados

		<b>REPORTE DE OBJETOS</b> OLVIDADOS Y ENCONTRADOS FOLIO N° _____	
ARTICULO (Descripción) _____			
ENCONTRADO POR: _____			
LUGAR: _____			
HORA: _____		EN: _____	FECHA: _____
N° Paquete		Firma de Recibido	
_____		_____	

Fuente: Folleto de Administración Hotelera y Turística-ESPEAM  
 Elaborado: Ing. Almeida Victoria

PASE: En el caso de que un Objeto Olvidado no sea reclamado en el tiempo establecido por el hotel se lo entregará al empleado que lo encontró, como incentivo de su honradez y a su buen trabajo y la otra copia se quedará en los archivos de Ama de llaves.

Cuadro No.4 Pase

		<b>P A S E</b>	
Hora _____	Fecha _____	de _____	
Señora _____	Señorita _____	Señor _____	
	Nombre del Empleado		
Descripción del Objeto: _____			
_____			
_____			
			Folio No. _____
Habitación N° _____		Firma del Huésped o persona autorizada	

Fuente: Folleto de Administración Hotelera y Turística-ESPEAM  
 Elaborado: Ing. Almeida Victoria



## Receta Estándar

“En la receta estándar se relaciona los ingredientes y cantidades requeridas para la elaboración de un determinado producto, la forma de preparación en resumen, el equipo a usarse, temperatura y tiempo de cocción, y la presentación, el trabajar con receta estándar implica unificar medidas de consumo para las porciones que se usan en la obtención de productos, esto es porciones estándar que se usan para carnes, pescados y mariscos. Una vez definidas se distribuye a los encargados de la preparación de Alimentos y Bebidas.”,[7].

## Marketing

Se dice que “Es el proceso de planificar y llevar a cabo el diseño, la fijación de precios, la promoción y distribución de ideas de bienes y servicios, para crear intercambios que satisfagan los objetivos individuales y organizacionales”,[8].

## Indicador Financiero

Menciona que es “Un indicador financiero es una relación de las cifras extractadas de los estados financieros y demás informes de la empresa con el propósito de formarse una idea como acerca del comportamiento de la empresa; se entienden como la expresión cuantitativa del comportamiento o el desempeño de toda una organización o una de sus partes, cuya magnitud al ser comparada con algún nivel de referencia, puede estar señalando una desviación sobre la cual se tomaran acciones correctivas o preventivas según el caso”,[9.]

El libro Escuela Daly de Hostelería y Turismo, dice que “La moderna tecnología ha permitido acortar notablemente mucho de los tiempos de trabajo, por lo que ha generado un mayor tiempo libre que han decidido llenar con actividades recreativas, entre estas sobresale el Turismo, que permite el movimiento de personas entre distintas regiones, países e incluso continentes, siendo así la generadora de la mayoría de puestos de trabajo a nivel mundial que permite la elevación del P.I.B (Producto Interno Bruto) de todos los países: los desarrollados tanto como los que están en vía de hacerlo”

En el Folleto de Naturaleza y Estructura de la Industria Hotelera, nos dice que “Aunque la estructura de la industria y la organización administrativa de los Hoteles pueden cambiar de cuándo y cuando así como, los métodos usados pueden variar de establecimiento a establecimiento, pero el objetivo principal sigue siendo el mismo: ofrecer una bienvenida amistosa a las necesidades de aquellos que requieran alojamiento, alimentos, bebidas y descanso”,[10].

### La Mercadotecnia

La mercadotecnia forma parte del trabajo de todos, desde la recepción hasta la junta de directores, la tarea de la mercadotecnia consiste en nunca engañar al consumidor y en poner en riesgo la imagen de la empresa. La mercadotecnia debe diseñar una combinación de producto/servicio que proporcione valor real a los clientes meta, que motive la compra y que satisfaga las genuinas necesidades de los consumidores. Es decir la mercadotecnia deberá estar presente en toda empresa ya que es una manera de negociar que se centra en el cliente, está orientada al cliente y debe difundirse en toda la organización.

“En la satisfacción de los clientes esta el éxito de cualquier empresa, lo que significa o dará resultado en productos atractivos y clientes satisfechos”,[11]. Es aquella que está orientada hacia los empleados, implica capacitación y motivación efectivas de los empleados que establecen contacto con los clientes, así como el apoyo del personal de servicio.

### Manejo de la Consistencia

Es cuando los clientes recibirán el producto esperado sin sorpresas desagradables, es importante porque hay que satisfacer la necesidad del cliente.

### Identificación del mercado meta

Un destino turístico tiene la posibilidad de identificar a sus mercados meta de dos maneras. Una consiste en recabar información sobre sus visitantes habituales.

De dónde vienen? Porque vienen? ¿Cuáles son sus características demográficas? Qué tan satisfechos están? ¿Cuánto gastan? Por medio del examen de estas y otras preguntas, los promotores turísticos pueden determinar qué visitantes necesitan atraer. El segundo enfoque consiste en investigar las atracciones de los destinos y seleccionar los segmentos que por lógica podrían interesarse en ellos.

#### Estudio Técnico

“Para elaborar el estudio técnico, hay que definir las características de la futura empresa y del producto que se pondrá en el mercado”. [12]. En el desarrollo del capítulo es indispensable conocer los diversos recursos con los que contara para la creación de la Hostería Waysa Panga, realizando según convenga la distribución de las diversas áreas. Como son, alojamiento, alimentos y bebidas, recreación y lo básico para poder emprender con el negocio. Es importante señalar que la utilización de recursos materiales será aprovechada de la naturaleza amazónica para ofrecer un ambiente acogedor y autóctono.

El estudio técnico no solamente demuestra la viabilidad técnica sino que a su vez, muestra cual es la mejor alternativa que se ajusta a los criterios que se va utilizar para aplicar el proyecto. El resultado que se obtenga de dicho estudio, permitirá determinar las necesidades de capital y mano de obra que tendrá que atenderse para la ejecución del proyecto y su operación.

#### Estudio Financiero

El análisis financiero, actúa dentro de un estudio como un sintetizador, concentrado de manera cuantitativa las principales conclusiones logradas durante el análisis del mercado y el técnico arquitectónico. En primera instancia recoge principalmente, los datos relativos a la cantidad de la demanda que cabría satisfacer mediante la inversión durante un cierto periodo, así como los precios y tarifas adecuados, en función de las posibilidades que muestre la competencia y los futuros consumidores.

## El Van y Tir

“El VAN y el TIR son dos herramientas financieras procedentes de las matemáticas financieras que nos permiten evaluar la rentabilidad de un proyecto de inversión, entendiéndose por proyecto de inversión no solo como la creación de un nuevo negocio, sino también, como inversiones que podemos hacer en un negocio en marcha, tales como el desarrollo de un nuevo producto, la adquisición de nueva maquinaria, el ingreso en un nuevo rubro de negocio, etc”,[13].

## Punto de equilibrio

“El punto de equilibrio sirve para determinar el volumen mínimo de ventas que la empresa debe realizar para no perder, ni ganar. En el punto de equilibrio de un negocio las ventas son iguales a los costos y los gastos, al aumentar el nivel de ventas se obtiene utilidad, y al bajar se produce pérdida”,[14]

Se deben clasificar los costos:

- Costos fijos: Son los que causan en forma invariable con cualquier nivel de ventas.
- Costos variables: Son los que se realizan proporcionalmente con el nivel de ventas de una empresa.

## Evaluación de impacto ambiental

Para garantizar una adecuada y fundada predicción, identificación e interpretación de los impactos ambientales de la actividad o proyecto propuesto, así como la idoneidad técnica de las medidas de control para la gestión de sus impactos ambientales y riesgos, el estudio de impacto ambiental debe ser realizado por un equipo multidisciplinario. Se describe que grado de impacto causará en los proyectos;

Los resultados de la evaluación inicial permiten:

- Orientación a la evaluación detallada.
- Permite poner correctivos al proyecto (alternativas, variantes, medidas de atenuación).
- Proyecto puede ser rechazado en esta etapa.

### **Marco conceptual**

Áreas Naturales Protegidas.- Son las zonas del territorio nacional y aquellas sobre las que la nación ejerce su soberanía y jurisdicción, en donde los ambientes originales no han sido significativamente alterados por la actividad del ser humano, y que han quedado sujetas al régimen de protección.

Atractivo Turístico.- Cualquier elemento que pueda inducir a un turista a que este visite un determinado lugar.

Demanda Turística.- Conjunto de consumidores de una determinada oferta de servicios turísticos.

Desarrollo Sostenible.- Es el desarrollo que satisface las necesidades actuales sin poner en peligro la capacidad de las futuras generaciones de satisfacer sus necesidades.

Descentralización.- Consiste en transferir competencias a los gobiernos locales y fortalecer la participación ciudadana.

Ecosistema.- Es el conjunto de sistemas naturales.

Ecoturismo.- Modalidad del turismo que se caracteriza por el interés de visitar destinos donde las bellezas naturales son el atractivo principal.

Excursión.- Viaje que se realiza fuera del lugar de residencia por un periodo menor a 24 horas.

Hábitat.- Lugar donde se desarrollan una o varias especies de fauna o flora.

Infraestructura.- Todas las facilidades que se requiere antes del desarrollo del potencial turístico de una región como por ejemplo hoteles, aeropuertos, restaurantes, etc.

Plan de Desarrollo Turístico.- Es un proceso en el cual se definen metas, estrategias, políticas y actividades o proyectos para enfocar de mejor manera la actividad turística.

Turismo.- Es una actividad que se debe al desplazamiento entre una comunidad emisora hacia una receptora, por más de veinticuatro hora o menos de 365 días y con motivos no lucrativos.

Turismo de Aventura.- Los viajes que tienen como fin el realizar actividades recreativas deportivas, asociadas a desafíos impuestos por la naturaleza.

Turismo Sostenible.- Según la OMT (Organización Mundial de Turismo), el turismo sostenible es aquel que pretende satisfacer las necesidades de los turistas así como de los destinos turísticos, protegiendo e incrementando las oportunidades de futuro.

Alojamiento: Lugar de establecimiento que provee de un espacio para pernoctar, puede ofrecer además servicios complementarios.

Atractivo turístico: Lugar, objeto o acontecimiento de interés turístico.

Demanda: Pedido o encargo de mercancías. En términos económicos es: cantidad de un bien o servicio que los sujetos económicos están dispuestos a adquirir para un precio dado.

Complejo turístico: Zona privilegiada de reconocimiento Turístico Internacional, compuesta de varias células que cubren integralmente todas las necesidades turísticas.

Cabaña: Unidad habitacional que cuenta con, por lo menos, dos áreas claramente diferenciadas (una social y otra habitacional) y con sus respectivos servicios sanitarios completos. Está generalmente aislada de los servicios generales o principales del establecimiento.

Equipo turístico: Conjunto de instalaciones, instrumentos, sistemas y aditamentos necesarios para la elaboración del producto turístico.

Estadía: Tiempo de permanencia que realiza una persona en un lugar determinado.

Excursionismo: Viaje de corta duración y generalmente con itinerario previsto, en que se recorre una parte de un país con finalidad deportiva, científica o creativa.

Excursionista: Un visitante (interno, receptor o emisor) se clasifica como turista (o visitante que pernocta), si su viaje incluye una pernoctación, o como visitante del día (o excursionista) en caso contrario.

Intensidad turística: Técnicamente se considera la relación que existe entre la capacidad turística de un país y la utilización de esa capacidad en una época dada.

Investigación turística: Conjunto de acciones que de acuerdo a una metodología llevan a averiguación, aportación y creación de nuevos conocimientos sobre el turismo.

Marketing turístico: Conjunto de técnicas relativas a la transferencia y servicios turísticos del producto al consumidor. Constituye la política y la demanda con la preparación de producto turístico para su venta con la distribución del mismo, con la satisfacción óptima de necesidades de segmentos determinados de consumidores.

No-SHOW: Expresión que designa el caso de un huésped que no llega al hotel pero se cobra el importe de la habitación, también se aplica al caso de pasajeros que teniendo reservación confirmada para un vuelo no se presenta oportunamente en el Aeropuerto.

Oferta turística: Conjunto integrado por bienes y prestaciones de diferentes tipos de empresas (Patrimonio Industria y Propaganda). En estas combinaciones de prestaciones materiales y de servicios, éstos últimos suelen cumplir la función más importante en la elaboración y distribución del producto turístico.

Planta turística: Conjunto de instrumentos útiles instalaciones o efectos necesarios para la producción y prestación de servicios turísticos comprende las empresas, la información turística, el señalamiento turístico, las escuelas de turismo, etc.

Planificación turística: Determinación anticipada de los sucesos turísticos por medio de la disposición de ideas y acciones, encaminadas a lograr en forma concatenada metas señaladas de antemano dentro de un proceso racional y coherente.

Patrimonio turístico: Conjunto de recursos naturales y obras creadas por el hombre, que estimulan el deseo de viaje y satisfacen las necesidades que de éste se originan.

Promoción turística: Conjunto de acciones destinadas al fomento de las diversas etapas del desarrollo turístico.

Servicio: Organización y personal destinados a cuidar intereses y satisfacer necesidades del público o de alguna entidad oficial o privada. Es el conjunto de acciones establecidas para incrementar la satisfacción del cliente unido a los beneficios del producto.

Souvenir: Prenda o artículo de recuerdo de un viaje.

Tarifas: Tabla o catálogo de precios, derechos o impuestos de un servicio a prestar (tarifas hoteleras, tarifas aéreas).

Temporada alta: Época del año en que el movimiento turístico alcanza la máxima proporción.

Temporada baja: Época del año en que el movimiento turístico decae a la mínima proporción.

Tour: Es un recorrido o desplazamiento en donde el punto de salida y entrada se encuentra dentro de una misma localidad.

Turismo interior: El turismo interior engloba el turismo interno y el turismo receptor, a saber, las actividades realizadas por los visitantes residentes y no residentes en el país de referencia, como parte de sus viajes turísticos internos o internacionales.

Turismo internacional: El turismo internacional incluye el turismo receptor y el turismo emisor, es decir, las actividades realizadas por los visitantes residentes fuera del país



de referencia, como parte de sus viajes turísticos internos o emisores, y las actividades realizadas por los visitantes no residentes en el país de referencia, como parte de sus viajes turísticos receptores.

Turismo interno: El turismo interno incluye las actividades realizadas por un visitante residente en el país de referencia, como parte de un viaje turístico interno o de un viaje turístico emisor.

Turismo nacional: El turismo nacional abarca el turismo interno y el turismo emisor, a saber, las actividades realizadas por los visitantes residentes dentro y fuera del país de referencia, como parte de sus viajes turísticos internos o emisores.

Turismo receptor: Engloba las actividades realizadas por un visitante no residente en el país de referencia, como parte de un viaje turístico receptor.

Turista (o visitante que pernocta) Un visitante (interno, receptor o emisor) se clasifica como turista (o visitante que pernocta), si su viaje incluye una pernoctación.

Viaje / turismo: El termino viaje designa la actividad de los viajeros. Un viajero es toda persona que se desplaza entre dos lugares geográficos distintos por cualquier motivo y duración. El visitante es un tipo de viajero y, por lo tanto, el turismo es un subconjunto de viaje.

Viaje turístico: El término viaje turístico designa todo desplazamiento de una persona a un lugar fuera de su lugar de residencia habitual, desde el momento de su salida hasta su regreso. Por lo tanto, se refiere a un viaje de ida y vuelta. Los viajes realizados por los visitantes son viajes turísticos.

Visita: Un viaje se compone de visitas a diferentes lugares. El término “visita turística” hace referencia a una estancia en un lugar visitado durante un viaje turístico.

Visitante: Un visitante es una persona que viaja a un destino principal distinto al de su entorno habitual, por una duración inferior a un año, con cualquier finalidad principal (ocio, negocios u otro motivo personal) que no sea la de ser empleado por una entidad

residente en el país o lugar visitados. Un visitante (interno, receptor o emisor) se clasifica como turista (o visitante que pernocta), si su viaje incluye una pernoctación, o como visitante del día (o excursionista) en caso contrario.

Visitante de negocios: Un visitante de negocios es un visitante para el que los negocios y motivos profesionales son el motivo principal de un viaje turístico.

Vivienda de vacaciones: Una vivienda de vacaciones (también conocida como casa u hogar de vacaciones) es una vivienda secundaria visitada por los miembros del hogar, fundamentalmente con fines de ocio, vacaciones o cualquier otra forma de esparcimiento.

Viaje: Técnicamente se refiere a la gira turística individual organizada por una agencia de viajes o por propia iniciativa.

Visa: Autorización que otorga un Estado al Nacional de otro Estado, o una apátrida, para que éste permanezca en su territorio durante un tiempo determinado.

### **Marco espacial**

La Creación de la Hostería “Waysa Panga” se llevará a cabo en la parroquia Pano, sector Achiyacu del Cantón Tena, provincia de Napo en la Región Amazónica del Ecuador.

### **Marco temporal**

El periodo en el cual se va ejecutar la investigación es desde el mes de Marzo del 2010 al mes de septiembre del 2012.

### **Hipótesis**

General

La creación de la Hostería” Waysa Panga” en el Cantón Tena, permitirá el desarrollo turístico de la zona y el fortalecimiento de la planta hotelera, brindando un servicio diferente y de calidad a los turistas.

## Específicas

- Al realizar el estudio de mercado, permitirá conocer a los potenciales clientes y la oferta y demanda existente en la zona.
- Los atractivos turísticos permitirán aprovechar de mejor manera sus potencialidades y servir para el disfrute de los turistas.
- El direccionamiento estratégico afirmará hacia dónde va la empresa mediante la aplicación de estrategias a corto y largo plazo.
- La ingeniería del proyecto, permitirá conocer los recursos que se puede utilizar, aprovechando los materiales de la zona.
- El estudio del impacto ambiental, permitirá mitigar los efectos causados por la creación de la Hostería.
- El estudio financiero, permitirá conocer la rentabilidad del proyecto Turístico Hotelero.

## Aspectos metodológicos

### TIPO DE ESTUDIO

En la investigación planteada se utilizará apoyo metodológico el mismo que servirá para tener una clara visión de lo que se quiere alcanzar y a su vez los métodos y técnicas que sirvieron de ayuda en la recolección de información.

Uno de los estudios que se utilizó es el **Exploratorio**, ya que nos permitió familiarizarnos más con el problema principal y conocer a cerca de las limitaciones que causa la falta de infraestructura Hotelera, la indagación en el campo y la observación es indispensable porque existe fuentes de información escrita que de una u otra manera contribuirá a otras investigaciones relacionadas al tema turístico.

Se realizó un estudio **descriptivo**, por las diferentes características de la población existente en el Cantón Tena, ya que goza de aceptación con el tema propuesto y describe las posibilidades para un mejor desarrollo social.

Se considera **Explicativo** ya que beneficiará a los pobladores de la zona y del Cantón Tena directamente ya que contribuirá al desarrollo turístico y a la calidad de vida, ofreciendo un producto de calidad y sostenible porque se pretende fortalecer las costumbres, formas de vida del Pueblo Quichua del Napo, captando atención por parte de los turistas nacionales y extranjeros ya que tendrán relación directa con personas y la naturaleza, disfrutando así de los atractivos naturales y culturales, como la flora y fauna de la Amazonía Ecuatoriana.

### **Estructura legal**

Para la conformación de este negocio es necesario especificar los trámites que se requieren para legalizarlo.

#### Emisión del Registro Único de Contribuyentes RUC

Por ley se establece que toda persona natural que ejerza una actividad económica en diferentes actores está obligada a registrarse, por una sola vez, en el Servicio de Renta Internas, SRI. Debe solicitarse en los 30 días hábiles después de iniciadas las actividades económicas.

- Original y copia de cedula de ciudadanía.
- Original y copia de planilla de luz, agua o teléfono del lugar de donde funcionará el negocio.
- Original y copia del certificado de votación.
- Una vez obtenido el Ruc, es necesario solicitar una imprenta autorizada para la emisión de comprobantes de ventas.
- 

#### Licencia única anual de funcionamiento

El Ministerio de Turismo transfiere esta facultad al Ilustre Municipio de Tena, cuyas autoridades concederán a los establecimientos turísticos, la licencia única anual de funcionamiento; lo que les permitirá:

- Acceder a los beneficios tributarios que contempla la ley de turismo;
- Dar publicidad a su categoría;
- Que la información o publicidad oficial se refiera a esa categoría cuando haga mención de ese empresario instalación o establecimiento;
- Que las anotaciones del libro de reclamaciones, autenticadas por un notario puedan ser usadas por el empresario, como prueba a su favor; a falta de otra; y no tener, que sujetarse a la obtención de otro tipo de licencias de funcionamiento, salvo en el caso de las licencias ambientales, que por disposición de la ley de la materia deban ser solicitadas y emitidas.

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

El Ministerio de Turismo establecerá privativamente las categorías oficiales para cada actividad vinculada al turismo. Estas categorías deberán sujetarse a las normas de uso internacional. Para este efecto, expedirá las normas técnicas y de calidad generales para cada actividad vinculada con el turismo, y las específicas de cada categoría.

Todo establecimiento turístico deberá cumplir con lo establecido en la ley de turismo vigente, su reglamento general de aplicación y el instructivo que antecede para obtener el registro correspondiente.

#### Para notificación de nuevos establecimientos

Es la inscripción del prestador de servicios turísticos, sea persona natural o jurídica, previo al inicio de actividades y por una sola vez en el Ministerio de Turismo, cumpliendo con los requisitos que establece el reglamento de la ley de turismo. En el registro se establecerá la clasificación y categoría que le corresponda.

Requisitos y formalidades que deben presentar para el registro.

- La notificación de nuevos establecimientos turísticos se da a partir de los reportes emitidos por los municipios descentralizados y las cámaras de turismo, o por oficio de parte de los supervisores.
- Los reportes emitidos por los municipios descentralizados y cámaras de turismo, deberán ser condensados en resúmenes mensuales que serán receptados por el Ministerio de Turismo dentro de los cinco primeros días de cada mes.
- Una vez receptados los reportes los supervisores procederán a verificar el funcionamiento y la oferta de servicios para determinar si procede o no su registro; y de ser el caso se entrega la solicitud de registro para que realicen el procedimiento.

Para determinar si corresponde a un establecimiento prestador de servicios turísticos

Para establecimientos turísticos en general, excepto transporte turístico y agencias de viajes:

- Copia certificada de la escritura de constitución, aumento de capital o reforma de estatutos, tratándose de personas jurídicas.
- Nombramiento del representante legal, debidamente inscrito en la oficina del registro mercantil, tratándose de personas jurídicas.
- Copia del registro único de contribuyentes (R.U.C.).
- Fotocopia de la cédula de identidad, según sea la persona natural ecuatoriana o extranjera.
- Copia de la papeleta de votación.
- Fotocopia del contrato de compra venta del establecimiento, en caso de cambio de propietario con la autorización de utilizar el nombre comercial.
- Certificado de búsqueda de nombre comercial, emitido por el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPPI), de no encontrarse registrada la razón social, (nombre comercial del establecimiento).
- Fotocopia del título de propiedad (escrituras de propiedad) o contrato de arrendamiento del local, debidamente legalizado.

- Lista de precios de los servicios ofertados, (original y copia).
- Declaración juramentada de activos fijos para cancelación del 1 por mil.

Para calcular el valor a pagar por registro y por la licencia única anual de funcionamiento.

1. Para re categorizar establecimientos

Los establecimientos turísticos registrados en esta Institución pueden variar la categoría inicialmente otorgada el momento del registro, por: solicitud del interesado o por oficio del supervisor.

La categorización para efectos de licencia de funcionamiento regirá el año siguiente.

Valor: Pagarán la cantidad que resulte de dividir el valor máximo fijado por cada tipo y categoría para 100 y multiplicado por el número total de habitaciones de cada establecimiento de alojamiento, hasta un máximo del valor fijado para cada tipo y categoría.

Cuadro Nro.5 Establecimientos Hoteleros y valores

ESTABLECIMIENTO	CATEGORIA	DESDE \$	HASTA \$
HOTEL	Lujo	13,00	1300,00
	Primera	11,30	1130,00
	Segunda	8,60	860,00
	Tercera	4,90	490,00
	Cuarta	3,30	330,00
HOTEL RESIDENCIA	Primera	9,50	950,00
	Segunda	6,80	680,00
	Tercera	4,50	450,00
	Cuarta	3,50	350,00
HOTELES APARTAMENTOS	Primera	10,00	1000,00
	Segunda	7,50	750,00
	Tercera	5,50	550,00
	Cuarta	4,00	400,00
HOSTALES	Primera	5,10	510,00
	Segunda	3,80	380,00

HOSTALES - RESIDENCIA	Tercera	3,05	305,00
HOSTERIAS - MOTEL PARADEROS	Primera	7,10	710,00
	Segunda	5,90	590,00
	Tercera	4,75	475,00

Fuente: Ministerio de Turismo Regional 2- Napo  
Elaborado por : Carla Carrión

Requisitos y formalidades que deben presentar para el registro para Establecimientos Turísticos en General, excepto transporte turístico y agencias de viajes.

1. Copia **certificada** de la Escritura de Constitución, aumento de Capital o reforma de Estatutos, tratándose de personas jurídicas.
2. Nombramiento del Representante Legal, debidamente inscrito en la Oficina del registro Mercantil, tratándose de personas jurídicas.
3. Copia del registro único de contribuyentes (R.U.C.)
4. Fotocopia de la cédula de identidad, según sea la Persona Natural Ecuatoriana o Extranjera.
5. Copia de la papeleta de votación
6. Fotocopia del Contrato de compra venta del establecimiento, **en caso de cambio de propietario con la autorización de utilizar el nombre comercial.**
7. Certificado de búsqueda de nombre comercial, emitido por el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPPI), de no encontrarse registrada la razón social, (nombre comercial del establecimiento). Av. República y Av. Diego de Almagro (EDIF.FORUM 1er. Piso)
8. Fotocopia del título de propiedad (escrituras de propiedad) o contrato de arrendamiento del local, debidamente legalizado.
9. Lista de Precios de los servicios ofertados, (original y copia)
10. Declaración Juramentada de activos fijos para cancelación del 1 por mil.



### **Requisitos para el registro en el Ministerio de Turismo de personas naturales.**

- Copia certificada de la escritura de constitución, aumento de capital reforma de estatutos, tratándose de personas jurídicas.
- Nombramiento del representante legal debidamente inscrito en el registro mercantil, tratándose de personas jurídicas.
- Copia del R.U.C.
- Copia de la cédula y papeleta de votación del propietario.
- Certificado del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (Iepi), de no encontrarse registrada la razón social (nombre comercial del establecimiento), motivo de la solicitud. Av. República y av. Diego de Almagro (edif. Forum 1er piso).
- Copia del título de propiedad o contrato de arrendamiento del local donde funcionará el establecimiento, debidamente legalizado.
- Lista de precios de los servicios ofertados.
- Pago del valor de registro \$ en la cuenta del banco del Pichincha nro: 3056328804 a nombre del fondo mixto de promoción turística.
- Autorización del propietario para usar la razón social anterior.
- Declaración del 1x1000 a los activos fijos.
- 

Estos requisitos se presentarán en una carpeta en la oficina del Ministerio de Turismo, en la ciudad de Tena, calle César Augusto Rueda, sector el balneario junto al Hotel los Yutzos.

### **Solicitud de matrícula de comercio**

Con una demanda dirigida al juez de lo civil, solicitando se faculte al interesado a ejercer ciertas actividades comerciales, productivas o de servicio, con determinadas especificaciones.

Se debe presentar por cuádruplicado la siguiente documentación:

- Demanda firmada por el comerciante y abogado patrocinador.

- Comprobante de pago de tasa respectiva en la entidad bancaria (correspondiente al 1% de la cuantía del capital).

### **Afiliación a la Cámara de Comercio de Napo.**

Una vez dada la aprobación del juez de lo civil, se inscribirá a la cámara del cantón Tena para acreditarse al gremio que le respalde, se debe presentar:

- Copia de la demanda presentada ante el juez de lo civil.
- Copia de la providencia del juez autorizando la petición.
- Copia de la cédula de ciudadanía.
- Copia del RUC.
- Llenar el formulario de afiliación.
- Cancelar el valor de afiliación (dependerá del capital declarado).

### **Certificado de seguridad emitido por el cuerpo de bomberos.**

Una vez realizada la inspección, todos aquellos negocios en los cuales se congregate un número considerable de personas, como son: centros comerciales, restaurantes, hoteles, entre otros. Deben cumplir con todos los requisitos que el Cuerpo de Bomberos exige para que se pueda brindar una correcta seguridad a los consumidores o clientes que acudan al establecimiento.

Documentos requeridos:

- Original y copia de la cedula de ciudadanía.
- Original y copia del certificado de votación.
- Original y copia del RUC.
- Original y copia de la factura de compra de extintor (el tamaño y número de extintores dependerá del local).

## **Ordenanza para la prevención y control de la afectación ambiental en el cantón Tena.**

Acción.- Es la toma de decisiones por parte de un proponente mediante la que se proponga realizar una obra, infraestructura, proyecto o actividad, de cualquier naturaleza. El término acción, para el sector público, incluye las siguientes:

- Expedir todo tipo de autorizaciones y permisos; reglamentar o formular normas, asignar o liberar fondos,
- Realizar cambios sustanciales en la política pública; aprobar proyectos a través de permisos o cualquier otra decisión reguladora, entre otras, sobre zonificación, re zonificación y uso del suelo.
- Autoridad ambiental.- Es la instancia administrativa local o nacional, legalmente constituida que lidera, coordina, evalúa, regula y determina el proceso de evaluación de impactos ambientales, licenciamiento ambiental o el estado o situación de daño ambiental producido por una obra, proyecto o actividad, dentro de los límites de su competencia.
- Control ambiental.- Es la vigilancia, inspección y aplicación de medidas, para mantener o recuperar características ambientales apropiadas para la conservación de los elementos bióticos, abióticos y sociales de un ecosistema.

### Ámbito de aplicación.

Lo dispuesto en esta ordenanza es aplicable, dentro del territorio del cantón Tena, a todas las obras, infraestructuras, industrias, proyectos o actividades de cualquier naturaleza, y en general a todas las acciones, que vaya a ejecutar o adoptar cualquier proponente y que puedan o no causar impactos ambientales o representar algún tipo de riesgo para el medio ambiente.

Asimismo, todos las obras, infraestructuras, industrias, proyectos o actividades de cualquier naturaleza en ejecución o terminados que presenten evidente daño o riesgo ambiental.

La dirección de turismo y ambiente del gobierno municipal, será la autoridad ambiental competente, a través de su director, para llevar a cabo los procedimientos en este instrumento, por lo que se requiere de la participación de las demás dependencias de la municipalidad que prestarán a dicho departamento, su apoyo inmediato cuando se lo requiere.

La dirección de turismo y ambiente del gobierno municipal de Tena podrá conceder una exención a la obligatoriedad de realizar los estudios de impactos ambientales (ESIA), en casos excepcionales y cuando existan circunstancias de emergencia que hagan imprescindible la adopción de una acción o la ejecución de una obra, infraestructura, proyecto o actividad; para evitar un peligro inminente y sustancial a la vida, a la salud humana, al ambiente o a la propiedad. La exención tendrá vigencia mientras perduren los motivos que provocaron la emergencia.

### **Vigencia de los documentos ambientales**

Los informes de exención presuntiva aprobados por la dirección de turismo y ambiente del gobierno municipal de Tena, tendrán una vigencia de dos años.

Los plazos señalados comenzarán a regir a partir de la notificación de la respectiva aprobación de la dirección de turismo y ambiente del gobierno municipal de Tena.

Una vez expirada la vigencia del documento ambiental, el proponente no podrá adoptar la acción o llevar a cabo la obra, infraestructura, proyecto o actividad, hasta que efectúe un nuevo informe y obtenga la respectiva aprobación de la dirección de turismo y ambiente del gobierno municipal de Tena, u otra acción para la cual necesita someterse a un proceso de evaluación de impacto ambiental ante la autoridad ambiental respectiva. Cualquier proponente que considere que la acción a adoptar, o que la obra, infraestructura, proyecto o actividad que va a desarrollar es una exención presuntiva según el listado de exenciones presuntivas vigente, deberá presentar un informe a la dirección de turismo y ambiente del gobierno municipal de Tena, y para su aprobación lo siguiente:

Descripción de la obra, infraestructura, proyecto o actividad:

Justificación de por qué no causará impacto ambiental significativo, utilizando los siguientes elementos:

Parámetros relacionados con la ubicación.

- Tipo de obra;
- Uso;
- Zonificación;
- Infraestructura disponible;
- Intensidad y densidad del uso; y,
- Los criterios señalados en el artículo siguiente.
- La Dirección de Turismo y Ambiente del Gobierno Municipal de Tena, examinará el informe de exención presuntiva sometido a su consideración, tomando en cuenta los siguientes criterios:
- Si la obra, proyecto o actividad está dirigida a rehabilitaciones o modificaciones menores de instalaciones existentes;
- La susceptibilidad a inundaciones, deslizamientos o derrumbes del área donde se vaya a llevar a cabo;
- Niveles de contaminación existentes en áreas donde se propone su ejecución;
- Si la obra, proyecto o actividad a realizarse se encuentra en áreas donde existen especies de flora y fauna únicas o en peligro de extinción; áreas que constituyan yacimientos minerales conocidos o potenciales; donde existan yacimientos arqueológicos o de valor histórico o cultural; donde los sistemas naturales o artificiales puedan verse ecológicamente afectados; o donde haya conocimiento general de problemas existentes de infraestructura o de sistemas de servicios;
- Si conlleva la canalización de ríos o quebradas;
- Si puede causar una contaminación significativa al aire, agua o suelo, o por ruido, vibraciones y otros;
- Si implica algún proceso, elaboración, fabricación o almacenamiento de sustancias químicas o peligrosas;
- Si puede resultar perjudicial a las áreas existentes; y,

- La existencia de circunstancias extraordinarias por las que una acción normalmente excluida pueda tener impacto ambiental significativo.

El informe de exención presuntiva será aprobado o no en un plazo no mayor a quince (15) días hábiles luego de ser presentado; la decisión será notificada al interesado.

La autoridad ambiental municipal, dará un plazo suficiente para la obtención de los documentos ambientales pertinentes. En caso de afectación ambiental evidente, se procederá a clausurar la obra, proyecto o actividad, disponiendo inmediatamente el inicio de las labores remediativas, sin perjuicio de la presentación de los permisos ambientales correspondientes, tal y como lo dispone el artículo 46 de la ley de gestión ambiental.

En caso de que las labores remediativas no se iniciaran en el plazo fijado por la autoridad ambiental municipal, el Gobierno Municipal de Tena asumirá por propia iniciativa estas labores, debiendo cargarse todos los costos ambientales al proponente o propietario de la obra, proyecto o actividad respectiva.

#### **Tasa por aprobación de la solicitud de exención presuntiva.**

Todas las obras, proyectos o actividades que sean predecibles y que no causen un impacto ambiental significativo, las mismas que en principio estarán incluidas en el listado de exenciones presuntivas emitido por el consejo, deberán estar sujetas a un informe ambiental de aprobación de la exención presuntiva.

#### **Municipio (Patente Municipal)**

Es el permiso municipal obligatorio para el funcionamiento de una actividad económico habitual (comercial o industrial).

Para su obtención se debe inscribir en el registro de la Jefatura Municipal de Rentas y cancelar el impuesto de patente anual para la inscripción y, de patente mensual para el ejercicio.

La patente anual, se debe obtener dentro de los 30 días siguientes al día final del mesen que se inician las actividades y a partir del 2 de enero de cada año.

### Requisitos

- Formulario de inscripción de patente (se lo compra en la ventanilla de venta de especies valoradas N.-14: \$0.20;
- RUC (original y copia)
- Cédula de Identidad (original y copia)
- Copia de la papeleta de votación (últimas elecciones)
- Copia de la carta del Impuesto Predial del local donde funciona el negocio (la carta puede ser de cualquier año)

### **Patente personas naturales**

En caso de inscripción para obtener la patente por primera vez:

- Presentar formulario de la declaración del RUC (001) original y copia, Ministerio de Finanzas, y Formulario de inscripción que se adquiere en Recaudaciones.
- Presentar la planilla de mejoras emitidas por el departamento de Salud Pública o Control Sanitario, para las actividades comerciales que requiera el permiso de funcionamiento.
- Copias de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación actualizada.
- Copia de carta de pago de impuesto predial.

Todos estos requisitos se deberán cumplir con todo lo que exige la ley para posteriormente no tener problemas legales con las autoridades correspondientes.

## **CAPITULO II**

### **INVESTIGACION DE MERCADO**

Ecuador busca que todas las actividades turísticas tengan un carácter de sostenibilidad, el ecoturismo constituye, la modalidad más organizada y que mayor auge ha tenido en los últimos años, con visión conservadora de la naturaleza, aportan beneficios, mitigando los impactos sociales y ambientales, impulsando y promoviendo la conservación y participación de las poblaciones del sector y de las comunidades cercanas a los lugares de interés turístico, con el objetivo de mejorar su calidad de vida.

En la hotelería como en cualquier otro negocio o industria se deben adoptar estrategias para el logro de una mayor competitividad, se deben analizar muchos elementos del mercado tales como los económicos, políticos, culturales, y medioambientales del destino donde operará el establecimiento y su interrelación. En el estudio del mercado demostraremos la significativa demanda en cuanto al servicio turístico que el presente proyecto propone, justificando la ejecución del mismo.

En este capítulo también se procederá a analizar todo lo referente al sistema turístico de la provincia de Napo, así como también el espacio potencial donde se desarrollará el proyecto. Es muy importante realizar varias actividades técnicas como por ejemplo un inventario de los atractivos turísticos, infraestructura, servicios básicos de la zona lo cual nos permitirá tener una idea clara de lo que la zona posee. Es por estos motivos que es necesario realizar el estudio de mercado, el cual es necesario y de suma importancia, debido a que



por ello se puede poner en marcha un proyecto nuevo, el cual no puede salir en acción sin antes realizar una investigación comercial y así poder conocer las necesidades del mercado y enfocar de esa manera el negocio en dichas necesidades para poder tener éxito en la creación de la Hostería “Waysa Panga”

### **Datos generales provincia del napo**

La provincia de Napo es conocida como la tierra que guarda celosamente una agreste selva, montañas y caudalosos ríos, de donde nace su nombre ya que es atravesada por su principal río el mismo que es afluente del Amazonas.

Los límites son:

Norte: con las provincias de Pichincha y Sucumbíos,

Este con la provincia de Orellana,

Oeste con las provincias de Pichincha, Cotopaxi y Tungurahua,

Sur con las provincias de Tungurahua y Pastaza.

Los territorios de la actual provincia fueron habitados desde tiempos prehistóricos por pueblos nómadas. Posteriormente se asentaron los Quijos en los períodos preincaico y prehispánico. Desde esta zona partieron los españoles Gonzalo Pizarro y Francisco de Orellana al descubrimiento del gran río Amazonas.

Tiene una superficie de 12.200 Km.2 con 96.029 habitantes, según datos proyectados para el año 2007 por el INEC. Esta provincia ofrece muchas alternativas para el ecoturismo e invita al esparcimiento, exploración científica y deportes, entre otros. Para llegar a esta provincia se admiran diferentes paisajes, desde los altos y fríos páramos andinos, hasta la selva misteriosa y exuberante de la zona oriental.

Población: La población total es de 96.029 habitantes, según datos proyectados para el año 2007 por el INEC. La población del cantón Tena es de 55.826 habitantes de los cuales el 63,8% pertenecen al área rural y 36,2% a la urbana.

Distribución cantonal: La provincia de Napo cuenta actualmente con cinco cantones que son:

- Tena
- Archidona
- El Chaco
- Quijos
- Carlos Julio Arosemena Tola

Red Vial de la ciudad de Tena convergen las carreteras que unen a la Provincia de Napo con la sierra, que son: la vía Tena - Puyo - Ambato - Quito y Tena - Baeza - Quito (170 Km.) que están en un 95% con pavimento y hormigón rígido. Existen actualmente vías pavimentadas que sirven de acceso a las diferentes parroquias como: Tena – Puerto Napo - Puerto Misahuallí que son 24 Km. de distancia y Tena - Pano – Talag que son 15 Km. La vía Tena - Ahuano que son 40 Km. de distancia actualmente se encuentra ampliada y pavimentada.

Existe comunicación terrestre entre la parroquia más alejada que es Chonta Punta, así como también hacia diferentes comunidades y centros poblados como, Muyuna, Dos Ríos, Ongota, Pununo, etc.

Misahuallí es una parroquia con un puerto fluvial de mucha importancia. Permite conectarse con las comunidades ribereñas hasta Nuevo Rocafuerte. El transporte se hace en canoas de madera con motores fuera de borda.

La situación de accesibilidad vial hasta el cantón son excelentes a comparación de años anteriores, la **Troncal Amazónica** se considera uno de los ejes viales más importante del Ecuador porque conecta a toda las provincias Amazónicas. Además

existe el moderno Aeropuerto Jumandy, que funciona desde el 2011, con rutas a Quito y Guayaquil.

## Diagnóstico turístico del cantón tena

### Historia

San Juan de los Dos Ríos de Tena fue fundada por el conquistador español Gil Ramírez Dávalos, el 15 de noviembre de 1560. Tena fue un pequeño poblado construido con casas de caña guadua y barro, habitadas en su gran mayoría por indígenas yumbos, los actuales Quichuas más unos pocos españoles encomenderos, mineros y comerciantes.

Durante tres siglos, Tena tuvo una condición discreta en población y peso administrativo, tanto dentro de la administración de la Real Audiencia de Quito, primero, como de la República del Ecuador, después, a pesar de su gran importancia estratégica que poseía, por ser un puesto de avanzada en la conquista del Oriente, ubicado en medio de las huellas que conducían a las hoyas hidrográficas de los ríos Napo, Pastaza y Marañón, todos afluentes del gran río de las Amazonas.

Esta situación de limitada importancia poblacional y administrativa de Tena, adscrita a la ciudad de Archidona, cambió en 1925 cuando la ciudad fue designada capital de la recién creada provincia Napo-Pastaza.

Es fácil comprender por qué Tena adquirió gran relevancia durante el siglo XX, como punto de entrada a una vasta región de la Amazonía ecuatoriana, explotada primero por los caucheros, después por los madereros y comerciantes que utilizaban el río Napo para sus desplazamientos hacia el Perú y, finalmente, por las compañías petroleras que penetran las entrañas del Ecuador en busca del crudo.

Hoy Tena tiene una población estimada en casi 55 mil habitantes Quichuas y mestizos distribuidos en 5.101,1 kilómetros cuadrados de superficie, dedicados a la agricultura,

comercio y servicios, fundamentalmente. De igual manera, esta ciudad dispone de un aeropuerto nacional, de vías de acceso que la comunican en forma expedita y rápida con el resto de provincias del Ecuador y con la mayoría de comunidades y poblados de las provincias del Napo.

La actividad turística en la región amazónica del Ecuador durante los últimos años, ha convertido a Tena en un centro citadino dinámico en la oferta de servicios y de atractivos turísticos. En este sentido, la ciudad dispone con hoteles, hostales, hosterías, restaurantes, bares y agencias de viajes, entre otros, que ofrecen una amplia variedad de servicios y de atractivos turísticos a precios razonables y cómodos, para atender la actual demanda de visitantes.

Las parroquias rurales que forman parte de la estructura administrativa de Tena: Ahuano, Chontapunta, Pano, Puerto Misahuallí, Puerto Napo y Talag, todas a pocos kilómetros de la ciudad, son eminentemente turísticas, porque en sus territorios disponen atractivos naturales y culturales de primer orden, representados por ríos, jardines botánicos, centros de rescates de animales o zocriaderos, fauna en libertad, flora, viveros de plantas medicinales, balnearios, prácticas de deportes acuáticos y lagunas, entre otros, ubicados muchos de ellos al interior de Parques Nacionales y Reservas Ecológicas de importancia mundial, por la gran biodiversidad que tienen.

**Gráfico No.1 Distribución de los Cantones del Napo**



Fuente: revista uchutican  
Elaborado por: Carla Carrión Andi

Superficie y localización: La extensión territorial del cantón es de 3.894 Km<sup>2</sup> aprox., en cuya superficie el cantón Tena de este a oeste asciende paulatinamente desde su límite con el Cantón Orellana, a unos 300 metros sobre el nivel del mar, hasta la cordillera oriental donde se encuentran los montes como El Quilindaña, Cerro Hermoso y la cordillera de los Llanganates.

## **Población**

Tena, según datos arrojados por el censo INEC del 2007, la población del cantón es de 55.826 habitantes de los cuales el 63,8% pertenecen al área rural y 36,2% a la urbana. Las principales actividades económicas de la población del Tena son:

- Agricultura, caza, avicultura y pesca 47%
- Explotación de minas y canteras 04.41%
- Industrias manufactureras 00.44%
- Artesanías 05.73%
- Construcción 01.32%
- Comercio por mayor y menor 22.03%
- Transporte, almacenamiento 00.11%
- Establecimientos financieros 00.88%
- Servicios Comunales, sociales, personales 05.73%
- Actividades no especificadas 12.34%

La incidencia de pobreza de consumo del sector rural del cantón Tena se encuentra en 91,9%, mientras que a nivel urbano en 72,6%; la pobreza por necesidades básicas insatisfechas a nivel rural bordea el 95,5% y en el área urbana 49,8%.

## **Descripción geográfica**

La extensión territorial del cantón Tena es de 3.894 Km<sup>2</sup> aprox. en cuya superficie de este a oeste asciende paulatinamente desde su límite con el Cantón Orellana, a unos 300 metros sobre el nivel del mar, hasta la cordillera oriental donde se encuentran los montes como el Quilindaña, Cerro Hermoso y la cordillera de los Llanganates que forma parte del Parque Nacional Llanganates con una superficie de 219.707

hectáreas, constituyen las áreas más agrestes e inexploradas de todo el sistema en el Ecuador.

La provincia tiene una gran variedad de pisos climáticos y ecosistemas que se conjugan con una extensa riqueza de flora y fauna los cuales favorecen el desarrollo de diferentes alternativas y formas de actividades turísticas para los diferentes grupos de visitantes que día a día llegan al país en busca de aventura, esparcimiento, exploración científica, deportes extremos, entre otros.

Alrededor de la ciudad de Tena existen elevaciones menores como el Pasourco, Pullurco, Chiuta, Tamburo, Itaurco, etc. La Cordillera de Galeras entra al territorio del Cantón Tena, en el sector donde nace el río Pusuno, en la línea divisoria con el Cantón Loreto.

El río Napo es la principal arteria fluvial del cantón Tena. Este río conocido en el tiempo de la conquista como río Santa Ana o río de la Canela, se forma un poco más arriba de Puerto Napo en la confluencia del Jatunyacu con el Anzu; el río Jatunyacu se forma con las aguas de los ríos Antisana, Valle vicioso, Chalupas y Verde yacu. Desembocan en el Jatunyacu los ríos Maracay, Tálag, Llocullín, Copal yacu y Guiña. Al río Anzu desembocan en Plocullín Shichuyacu, Shandia y Piatua. Por la margen izquierda desembocan en el Napo el Misahuallí, Pusuno y Suno. Por la derecha los ríos Arajuno y Rodríguez.

El río Bueno, afluente del Suno sirve de límite con el Cantón Loreto. Al río Misahuallí desemboca el Tena que pasa por el centro de la ciudad del mismo nombre donde recibe las aguas del Pano. Al Tena desembocan el Guagrayacu, el Tazuyacu, el Lopi, el Colonso, el Pashindi, el Shili, entre otros. El Pano recibe las aguas del Pumayacu y el Ishingayacu. En la cordillera Oriental y en las estribaciones de la misma encontramos lagunas como Yanacocha, Tambo Grande, Conga, Chaupirrumi, Zapala, Yanacocha de San Antonio, la Soledad.

Este conjunto de ríos, lagunas, montaña y volcanes le dan a la provincia un realce natural inigualable, puesto que los paisajes que aquí encontramos son únicos para los turistas nacionales y extranjeros que día a día visitan este rincón del país.

Las características geográficas le han dado una especial fisonomía al cantón, permitiéndole poseer una diversidad de zonas de vida que van desde el páramo en la región interandina hasta el bosque húmedo tropical.

El clima es variable dependiendo del piso altitudinal, así tenemos desde el clima frío y húmedo de los andes, templado hasta el tropical lluvioso con intensa evaporación en la zona baja.

La temperatura en su territorio va desde los 9°C a 28°C, con una precipitación media superior a los 3.500 mm.

En el territorio del cantón se encuentra parte del Parque Nacional Llanganates cuyas características son:

- Superficie: 3.894 Km<sup>2</sup>
- Población: 51.640 Hab.
- Rango altitudinal
- 1.200 - 4.571 msnm
- 3.936 - 14.993 pies

Tena es la cabecera cantonal y capital de la provincia del Napo. Aquí se concentra la administración provincial. Es una hermosa ciudad que en el centro de la población recibe las aguas del río Pano.

El Cantón Tena se llama así en honor al río que cruza la ciudad del mismo nombre. Mediante una ordenanza municipal se fijó su fecha de fundación española el 15 de Noviembre de 1560 y está ubicado al suroeste de la Provincia.

Limita:

- **Norte:** Cantones Archidona y Loreto
- **Sur:** Provincias de Tungurahua y Pastaza
- **Este:** Cantón Orellana
- **Oeste:** Provincias de Cotopaxi y Tungurahua

#### Niveles Socio económicos de la Población

El cantón Tena tiene 55.826 habitantes, de ellos el 36.2% viven en la zona urbana y el 63.8% en el área rural. El 32% de la población económicamente activa se dedica a las actividades agrícolas y pecuarias. La prestación de servicios en calidad de funcionarios, empleados públicos, de la pequeña industria y manufactura siguen en importancia.

La población del Tena tiene un gran desarrollo económico y social, ya que la gran población se dedica a las diferentes actividades del campo como son la agricultura, ganadería, pesca, caza, etc., lo cual proporciona a los habitantes los diferentes productos de consumo manteniéndose hasta la actualidad en ciertas comunidades el tan conocido trueque, dando a la economía el balance adecuado para que los grupos indígenas que no aportan con mano de obra calificada en la urbe puedan subsistir sin complicaciones, ya que ellos no tienen acceso a una preparación superior.

Se concentra en la ciudad de Tena la administración pública provincial existe buena actividad económica que repercute en la instalación de diferentes tipos de comercio como tiendas, almacenes, comedores, hoteles, cooperativas de taxis, camionetas, boticas, etc.

Otro centro económico importante es Misahuallí puesto que allí converge el turismo Nacional e Internacional.

En la zona oriental del parque se encuentra la Montaña de Habitagua, posee un ecosistemas que presentan rica biodiversidad propia de la alta Amazonía, donde se presume existen varios saladeros de loros y otras aves orientales y extranjeros pueden disfrutar de un hecho muy singular e inigualable en el mundo.

### Orografía

Entre las principales elevaciones de esta provincia se encuentran el volcán Antisana, Cerro Quilindaña, Cerro Negro, Cerro Pan de Azúcar, volcán Sumaco (en los límites provinciales con Orellana). La cordillera de los Guacamayos también destaca en la provincia, que incluye parte de los Parques Nacionales de Sumaco Galeras, Cayambe Coca, Llanganates y otros.

### **Análisis de los atractivos**

#### Análisis del componente natural

Los recursos naturales con los que cuenta el Cantón son muy variados, por un lado, tiene infinidad de espacios geográficos naturales, como elevaciones, montañas, cascadas, flora, fauna, recursos hídricos, cultura étnica, que facilitan la visita de los



turistas y muchos de ellos son utilizados para la investigación científica y para el desarrollo del turismo y ecoturismo que actualmente está en su mayor auge.

Los atractivos Naturales constituyen una parte fundamental para el desarrollo económico y social de la ciudad del Tena, ya que los turistas sienten gran atracción por su belleza escénica y por la magia que envuelve la mágica selva amazónica.

Es por eso que se debe mantener limpios los ríos, los senderos las montañas, las cascadas los bosques y todo el conjunto de atracciones porque representan parte esencial para el progreso del Turismo de la Región Amazónica.

A Tena se la conoce como la Centenaria “Ciudad de la Canela”, ubicada en el centro de la Amazonía ecuatoriana. Lugar de exuberante belleza escénica de flora, fauna y cultura que hoy en día son catalogadas las mejores en el mundo, además por encontrarse rodeada de cuatro parques nacionales de las cuales de ellas el Sumaco es considerada por la UNESCO “Reserva de Biosfera” del Mundo el 26 de octubre del 2000, siendo así la provincia de Napo una zona con alta densidad de atractivos turísticos:

- Naturales
- Bosques Protectores,
- Patrimonio Forestal
- Tierras de uso sin categoría
- Diversidad de ríos
- Poblaciones indígenas
- Centros de rescates de animales
- Viveros de plantas medicinales
- Zoocriaderos
- Experiencias Shamánicas
- Balnearios
- Cascadas
- Lagunas naturales
- Prácticas de deportes acuáticos
- Experiencias comunitarias

**Gráfico No.2 Imagen Fauna- Papagayo**



Fuente: Propia  
Elaborado por Carla Carrión

**Gráfico No.3 Cascada- Pitag**



Fuente: Propia  
Elaborado por Carla Carrión

**Gráfico No.4 Imagen del Platanillo**



Fuente: Propia  
Elaborado por Carla Carrión

**Gráfico No.5 Imagen Shamanismo**



Fuente: Revista turística Tena  
Elaborado por: Juan Andi

**Gráfico No.6 Cascad de Ansu**



Fuente: Propia  
Elaborado por Carla Carrión

**Gráfico No.07 Balneario Achi yacu**



Fuente: Propia  
Elaborado por Carla Carrión

**Gráfico No.08 Artesanías de Balsa Típicas de la Amazonía**



Fuente: Propia  
Elaborado por Carla Carrión

**Gráfico No.09 Petroglifo Sapo Rumi**



Fuente: Propia  
Elaborado por Carla Carrión

## Análisis del componente cultural

En cuanto a los atractivos culturales es necesario mencionar los importantes asentamientos de comunidades Quichuas y Huaoranis que se encuentran en el Cantón que constituyen una gran fuerza para el sector Indígena.

También son una gran atracción para el turista nacional y extranjero puesto que llama la atención su forma de vida, sus costumbres, sus tradiciones, su vestimenta y su gastronomía.

### Vestimenta de Mujeres

- Traje pacha
- Maqui cotona
- Típico de semillas

### Vestimenta de Hombres

- Cushmac
- Lisan

Idioma: Quichua

### Importancia y necesidad del idioma

- Medio de comunicación
- Como parte de la cultura
- Para enaltecer el idioma autóctono
- Para la conservación del folklore
- Para poder enseñar
- Como medio de integración
- Para la investigación
- Para conocer los valores históricos
- Para conocer las costumbres
- Importante y necesario para los maestros

Vivienda: En forma de cabañas, con materiales Típicos

Costumbres: Se dedican a la caza (guanta, monos) pesca artesanal (tilapias, cachamas, carachamas, sichis, tiras) y agricultura (yuca, plátano, morete, naranjilla) realizan bailes típicos (Shamanismo, pedida de mano) en eventos



especiales. “Danza de la Chicha” que es honor a los frutos a las cosechas que benefician a todos.

Rituales: Se lo realizara con los shamanes de la zona ( Ayahuasca).

En la Amazonía ecuatoriana existes varias tradiciones, pero sobresale la ceremonia ritual para predecir el futuro, esta ceremonia está relacionada con el consumo de una bebida llamada Ayahuasca, este ritual consiste en la ingesta de una bebida elaborada a base de una planta llamada la ayahuasca *Banisteriopsis caapi* (Spruce ex Grises) que constituye una planta sagrada para las poblaciones amazónicas, y con propiedades alucinógenas mística usada por cientos de años. El consumo de la ayahuasca es todo un ritual y debe ser realizada bajo la vigilancia estricta de una persona preparada llamada Shaman. Los efectos del consumo de esta bebida transportan a la persona a otra dimensión y logra ver sus enemigos, sus potenciales peligros y las posibles soluciones, esta interpretación es realizada y corroborada por un buen Shaman.

Leyendas: Runa Samay

Este nombre se lo atribuye a la fuerza viva de la selva, protector de la naturaleza y sobre todo al alma que protege a los recursos ante el hombre destructor, por este motivo a que los indígenas sientan mucho respeto por todo aquello que les rodea.

Artesanías: Shigras, Aretes, Ashangos, Aparinos, Huaypalas, Trajes Típicos.

Estas artesanías lo realizan las mujeres indígenas a mano con materiales típicos de la zona como son Mullos, Pita, Hashi, Plumas de los animales.

### Gráfico No.10 Trajes Típicos del Napo



Fuente: Propia  
Elaborado por Carla Carrión

Música Típica: Tapia pishcu, Huacha Huahua.

Danza: Matrimonios, Pedidas de mano, Pacta china. Es importante recordar que lo celebran manteniendo, en estas ocasiones su tradición cultural. Es decir vestidos con sus trajes típicos, música autóctona y sobre todo lo realizan hablando su propia lengua nativa que es el quichua.

Análisis del componente gastronómico

Gastronomía es el estudio de la relación entre cultura y alimento. A menudo se piensa erróneamente que el término gastronomía únicamente tiene relación con el arte de cocinar y los platillos en torno a una mesa. Sin embargo ésta es una pequeña parte del campo de estudio de dicha disciplina: no siempre se puede afirmar que un cocinero es un gastrónomo. La gastronomía estudia varios componentes culturales tomando como eje central la comida. Es decir son los platos que son realizados con productos típicos del lugar.



Mazamorra de Guanta: es la crema de plátano con carne de guanta.

Maito de Cachama: es el asado de pescado de agua dulce envuelto en una hoja de Achina.

Chicha de yuca: es la yuca machacada y fermentada que se la mezcla con agua.

Maito de chontacuros: es el asado de gusanos de la chonta envueltos en una hoja.

Jugo de hungurahua

Té de guayusa: Hervido con hojas de guayusa.

Chucula: Es el maduro cocinado y mezclado con agua.

Caldo de Gallina: Se lo cocina a leña y con yuca.

Maito de Tilapia Es el plato típico de la ciudad que consiste en el asado en hoja de plátano la tilapia negra solo con sal.

Chicha de Chonta: Es una bebida típica con chonta que fortalece y anima a las personas que la toman.

Maito de Carachamas: Es un asado en hoja de plátano con pescados de agua dulce.

Para los turistas la comida típica es exquisita y en algunos casos afrodisiaca, razón por la cual siguen manteniendo esta costumbre de cocinar con productos propios de la región ya que creen que de esta manera pueden extender el periodo de vida, libre de contaminantes y sobre todo porque son fáciles de conseguir en el entorno.

**Gráfico No.11 Fruta de la Chonta**



Fuente: Propia  
Elaborado por Carla Carrión

Algo importante es que la comida es sana ya que se cocina en leña o carbón. El objetivo es mantener su identidad hasta las futuras generaciones y así vivir bien junto a la Pacha Mama. Es importante mantener las formas de vida que por generaciones nuestros ancestros dejaron y en la actualidad puede ser aprovechado como una fuente de ingreso para los pobladores de comunidades que no pueden acceder a puestos de trabajos en Empresas privadas o Instituciones públicas y sobre todo para dar a conocer a todo el mundo la maravilla de la selva conjugado con su gente que brindaran al turista una experiencia única.

### **Inventario de atractivos**

Cuadro Nro. 6 Ficha de Atractivo Cultural- Shamanismo

<b>FICHA DE ATRACTIVOS Nro. 1</b>	
<b>Nombre:</b> SHAMANISMO EN LA COMUNIDAD DE "SECAY" 2 FICHA N 001	
<b>3. FICHAS ASOCIADAS</b>	
<b>4. Categoría:</b> Manifestación Cultural Etnografía y Shamanismo	<b>5. Tipo y Subtipo :</b>

**6.Ubicación:** Esta práctica cultural se realiza en la comunidad de Secay, que se encuentran al Suroeste de la ciudad de Tena (6.2 Km), y al este de Pto. Napo (1 Km). Se localizada en las siguientes coordenadas: 1° 2' 17'' de latitud Sur y 77° 47' 17'' de longitud Oeste y a una altitud de 449 m.s.n.m.

**7.Acceso**

**8. Desde acceso**

**11. Tiempo**

**9. Via.Tipo y Estado**

**10. Medio de**

A 1 Km. de Pto. Napo  
30 min

Vía Asfaltado- bueno

Transport Publico

A 6.2 Km. de la ciudad de Tena

**12. Descripción**

“Secay” es una Comunidad que recibe a personas de todas las regiones del Ecuador necesitadas de una curación o “limpia” para sus enfermedades. Y es que, en el cantón Tena viven varias personas que se dedican a la práctica del shamanismo. Por los senderos abigarrados de las comunidades Qichwas circulan pobladores (la mayoría indígenas) que informarán gustosos sobre la ubicación de la casa de algún hombre o mujer que sepa curar las dolencias producidas por el mal de ojo –causado por envidia o por brujería– y otros quebrantos físicos ligados a lo sobrenatural y a lo espiritual. Es muy probable que los informantes, además de guiar al afuereño, le digan que, en tal o cual casa, vive un shamán. Así llegamos hasta el domicilio de Pedro Alvarado (64 años, 43 años como Shamán), uno de los shamanes reconocidos de su comunidad y de la provincia. Quienes lo visitan serán invitados a pasar a la sala y tomar asiento, él nos muestra la piedra sagrada o medio de adquirir poder o llave de conocimiento.

Las culturas indígenas milenarias resistieron la sangrienta conquista española, la lapidación social y cultural de la colonia. Sobrevivieron la discriminación, racismo e injusticias de la República. Combatieron el engaño permanente, la falsedad de sus creencias e hipocresía de las Religiones occidentales exportadas. Siempre alerta a las políticas neoliberales y los planes de exterminio cultural y racial de los carteles y empresas internacionales. El shamanismo, no es una religión, ni una creencia religiosa, sino una manifestación o expresión filosófica, un arte de vivir y un crecimiento y despertar del espíritu. Aunque el shamanismo existió dentro de la cultura Kichwa antes de la conquista española, probablemente aumentó su importancia ante la hostilidad e incluso la guerra, a medida en que los colonizadores blancos penetraron en la región. Hoy el shamanismo tiene un doble propósito: provocar enfermedad, accidentes y la muerte o bien prevenir estas calamidades

Se dice que hacer maleficios consiste en lanzar pequeños y poderosos dardos, llamados *birutis* a la que se causa enfermedad y eventualmente la muerte, si es que no se las quita un curandero.

Un curandero *yachaj* también guarda *samai* (poder shamanico) en forma de birutis en la parte superior de sus brazos. Estos son arrojados en el cuerpo de una persona enferma para cortar la cusa de la enfermedad, como con el bisturí de un cirujano. El shamán curandero luego absorbe y extrae la malignidad. Un curandero puede aprender a brujear, pero se dice que es difícil para un *sagra* aprender a curar.

Un shamán puede curarse a si mismo entrando en trance y sobándose la región infectada o usando un tallo hueco de papaya para sacar la enfermedad chupándola.

Se dice que los *yachaj* tienen una variedad de poderes, tales como el poder de la selva, “el poder de la laguna” o “el poder del relámpago”. Por ejemplo, el *aya* o el alma de un *yachaj* puede convertirse en un puma o en una boa constrictor.

Un shamán puede también hacer que los animales ataquen a la gente. Como el caso de una persona a quien una serpiente venenosa lo mordió en la mano por equivocación porque había sido enviada a morder a su compañero. También pueden controlar en algún grado la mente de una persona.

Una persona que quiere hacer daño a otra deberá informar primero a un shamán, si ella no lo es. Éste preparara ayahuasca cortando pedazos de la mata e hirviendo la corteza de ellas en una olla junto con *yali pangal* y a veces otras mezclas. El que desea vengarse regresara esa noche y beberá el brebaje de la ayahuasca con el shamán. El mayor daño se debe a las guerras entre hechiceros.

De hecho los aprendices de shamanes siguen una modalidad semejante a otros grupos amazónicos, lo que incluye la abstención del sexo y ciertos alimentos, la ingestión de la ayahuasca casi diariamente y tragar *samai* que le da su maestro.

Sin embargo hay otras maneras de adquirir poder. Estas técnicas adicionales son símbolos tomados de la liturgia romano-católica. Este proceso involucra el hallazgo de la estatua de un santo o de un objeto que se transforme en un santo. Por ejemplo: Banku obtuvo su poder en el monte. El, a diferencia de otros, no lo aprendió de otros. El halló un santo y comió su medio dedo, luego siguió la sasina usual. Muchos encuentran santos como éste y si no está derramando sangre, uno puede convertirse en un poderoso *yachaj* si come su dedo del medio. Primero Ud. Lleva el santo a su casa fuma cantidades de tabaco y espera si el santo no sangra ¡Ud. Le come el dedo del medio de la mano derecha solamente! Si el sangra

Ud. Lo devuelve a la selva. Ud. Puede probar de nuevo más tarde.

Estos “santos” pueden en realidad ser piedras o *causaj rumi* que tiene la apariencia de santos. Otro proceso similar es que el objeto puede tener la forma de botella o también una *supai manga*, “olla del diablo”.

El shamanismo tiene sus raíces en lo que parece ser una tradición amazónica

común de embrujar y curar. Sin embargo ciertas características de adquisición de poder, peculiares a la región son obviamente de origen euro-cristiano.

**13. Actividades Turísticas/ Recreativas Actuales**

- ✓ Se puede realizar Caminatas por la Comunidad
- ✓ Observación de Aves y Flora
- ✓ Shamanismo

<b>14. Horarios Propietario</b>	<b>15. Precios</b>	<b>16.</b>
Todo los días del año comunidad	Depende del Shaman	La
<b>Persona Contacto</b>	Y lo que tenga	<b>17.</b>
Sr. Luis Andi		

**18. Tipo de Publico/ Clientes/ Visitantes**

Semana: Personas Particulares  
 Fin de Semana: Personas Particulares  
 Feriados Largos: Turistas Nacionales y Extranjeros  
 Vacaciones : Personas de la Ciudad

<b>19. Empresas que Operan</b>	<b>20. Actividad</b>
<b>21 Código</b>	
Ninguna en especial es libre Su ingreso y llega cualquier Persona.	Shamanismo

**22. Servicios**

- **Estacionamiento:** Existe organización de un lugar definido del área verde libre donde se puede proporcionar este servicio.
- **Comida:** Existen comedores en las casas familiares de la asociación quienes brindan platos típicos de la Amazonía
- **Alojamiento:** No existe alojamiento.
- **Rutas Autoguiadas:** Existe señalización para llegar al lugar.
- **Señalización para llegar:** Existe una adecuada señalización turística para llegar al

lugar.

- **Limpieza y Recogida de Basuras:** Existen basureros ecológicos que mantiene el lugar en buenas condiciones.
- **Servicios Higiénicos:** Cuenta con los servicios básicos.
- **Seguridad, Mantenimiento:** No es peligroso el sector.
- **Alquiler de material** para realizar actividades
- **Venta de souvenir, información sobre el recurso:** Se expende artesanías q son realizas por la mujeres de la asociación que utilizan los productos y semillas de los bosques que se encuentran alrededor.
- **Teléfono público:** Si existe también señal de celular movistar y porta. Solo efectivo (Dinero)

### **23. Posibles Efectos Negativos de Turismo a Tener en cuenta**

En proceso de deterioro

**CAUSA:** La monetización, por ejemplo, es una de las formas de aculturación que culturas distintas a la occidental ha subvertido la forma de vida natural y ecológicamente equilibrada de los Qichuas, de forma que ahora dependen de la ciudad, de los gobiernos locales y otras instancias gubernamentales para poder sobrevivir. Sus principales valores, actividades y costumbres como pueblo indígena constantemente son desplazados por otros que generalmente no se adaptan a la realidad ni tampoco son útiles para mejorar su situación de exclusión y marginalidad.

### **24. Fuentes Documentales e Informativas**

- ✓ **Revista de Turismo**
- ✓ **Folleto de Cámara de Turismo de Tena**
- ✓ **Internet / Turismo Comunitario**

### **25. Observaciones**

Todos los días hay servicio de transporte desde Tena hasta Misahualli (21 Km.), la frecuencia es de cada hora.

Este sitio no posee servicios turísticos. Cuenta de forma indirecta con los servicios de

alojamiento, alimentación y guianza que se puede conseguir en la ciudad de Tena o Pto. Napo.

Las Cooperativas de Transporte que cubren la Ruta Tena – Misahualli son: Jumandy y Centinela del Tena.

<b>26. Ficha realizada por</b> Carla Carrión Andi <span style="float: right;"><b>27. Fecha :</b> 2010-01-15</span>

Cuadro No.7 Ficha de Atractivo Cultural- Fiesta WAYUSA ÑUSTA WARMÍ

<b>FICHA DE ATRACTIVOS</b>			
<b>Nombre:</b> “WAYUSA ÑUSTA WARMÍ” <b>2 FICHA N</b> 002 <b>3. FICHAS ASOCIADAS</b>			
<b>4. Categoría:</b> Manifestación Cultural Acontecimiento		<b>5. Tipo y Subtipo :</b>  Programa SUB. Etnico	
<b>6.Ubicación:</b> Esta práctica cultural se realiza en la comunidad de Secay, que se encuentran al Suroeste de la ciudad de Tena (6.2 Km), y al este de Pto. Napo (1 Km). Se localizada en las siguientes coordenadas: 1° 2’ 17’’ de latitud Sur y 77° 47’ 17’’ de longitud Oeste y a una altitud de 449 m.s.n.m.			
<b>7.Acceso</b>	<b>8. Desde acceso</b>	<b>9. Via.Tipo y Estado</b>	<b>10. Medio de acceso</b>
	<b>11. Tiempo</b>		
	A 1 Km. de Pto. Napo 30 min <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> A 6.2 Km. de la ciudad de Tena	Vía Asfaltado- bueno	Transport Publico
<b>12. Descripción</b>  Este evento es una Manifestación Cultural, programada entre el 7 al 15 de Noviembre de cada año, para celebrar las fiestas de Fundación de San Juan de los Dos Ríos de Tena, como evento cultural del tipo étnico. Se dispone que las aspirantes deben ser nacidas en el Cantón Tena y pertenezcan al pueblo Kichwa. En el evento mismo se realiza 2 o más presentaciones con diferentes vestimentas típicas (Traje de Paccha y Punicotona principalmente), esto siempre acompañado de danzas y música típica Kichwa. También las jóvenes Kichwas representan (mientras bailan y danzan) las costumbres y actividades más sobresalientes que les identifican como nacionalidad, como por ejemplo: Las labores en la chacra, el nacimiento de los hijos, shamanismo, la cacería, etc.			

Es tradicional la elección de la “Wayusa Warmi”, en representación de la mujer nativa, el significado de Wayusa en Kichwa es planta aromática que se da en el sector y se produce en gran cantidad, constituyéndose en una manifestación típica. Cabe mencionar que el objetivo de la “Wayusa “Warmi” es: Resaltar y dar a conocer las fuente de cultura y tradiciones que tiene el cantón representado por el pueblo Kichwa del Cantón y la Provincia. También mostrar a los visitantes que nuestro país es pluri-étnico y pluri-cultural con acento particular en el Cantón Tena

Durante las fiestas programadas por la fundación de la ciudad se desarrollan además programas cívicos, culturales y deportivos, se realiza también la elección y coronación de la Reina del Cantón (colonos).

Otros puntos sobresalientes en las festividades novembrinas son:, los concursos regionales de: escultura, pintura, poesía, la Misa de Acción de Gracias, el Pregón de Fiestas, el Desfile Cívico .Festivo, la Feria de Comidas Típicas.

### 13. Actividades Turísticas/ Recreativas Actuales

- ✓ Se puede realizar Caminatas por la Comunidad
- ✓ Observación de Aves y Flora
- ✓ Shamanismo

<b>14. Horarios</b>	<b>15. Precios</b>	<b>16.</b>
<b>Propietario</b>		
Todo los meses de Noviembre	4.00 Dólares	GMT
<b>Contacto</b>		<b>17. Persona</b>
Carla Carrión		Sra.

<b>18. Tipo de Publico/ Clientes/ Visitantes</b>
Personas que visitan en las festividades del Sector.

<b>19. Empresas que Operan</b>	<b>20. Actividad</b>	<b>21</b>
<b>Código</b>		
Todas las empresas publicas y privadas.		

<b>22. Servicios</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ <b>Estacionamiento:</b> Existe organización de un lugar definido del área verde libre donde se puede proporcionar este servicio.</li> <li>○ <b>Comida:</b> Existen comedores en las casas familiares de la asociación quienes brindan platos</li> </ul>



típicos de la Amazonía. Existe Restaurantes.

- **Alojamiento:** No existe alojamiento.
- **Rutas Autoguiadas:** Existe señalización para llegar al lugar.
- **Señalización para llegar:** Existe una adecuada señalización turística para llegar al lugar.
- **Limpieza y Recogida de Basuras:** Existen basureros ecológicos que mantiene el lugar en buenas condiciones.
- **Servicios Higiénicos:** Cuenta con los servicios básicos.
- **Seguridad, Mantenimiento:** No es peligroso el sector.
- **Alquiler de material** para realizar actividades
- **Venta de souvenir, información sobre el recurso:** Se expende artesanías q son realiza por la mujeres de la asociación que utilizan los productos y semillas de los bosques que se encuentran alrededor.
- **Teléfono público:** Si existe también señal de celular movistar y porta.

### **23. Posibles Efectos Negativos de Turismo a Tener en cuenta**

Conservado

**CAUSA:** Muchos sectores de la sociedad Tenense y sus autoridades participan de la organización del evento, velando por que la tradición permanezca.

#### **ENTORNO**

Conservado

**CAUSA:** Este es uno de los eventos de mayor trascendencia y convocatoria entre la sociedad del cantón Tena.

### **24. Fuentes Documentales e Informativas**

- ✓ **Revista de Turismo**
- ✓ **Folleto de Cámara de Turismo de Tena**
- ✓ **Internet / Turismo Comunitario**

### **25. Observaciones**

Este sitio cuenta con los servicios de alojamiento, alimentación y guianza de la ciudad de Tena.

Cooperativa de buses urbanos: “15 de Noviembre”

## **ANÁLISIS DEL MACRO Y MICRO ENTORNO**

### **Macroentorno**

Es el análisis de los factores que afectan a todas las organizaciones generales.

### **Factor económico**

Crecimiento económico del Ecuador: La cifra del crecimiento económico y compararla brevemente con nuestro desempeño en los últimos años dentro de un marco de análisis regional. La tasa de crecimiento económico presentada por el BCE es del 6.5%, la cual es ampliamente superior al 4.5% que el Fondo Monetario Internacional (FMI) estimó para América Latina y el Caribe para el año 2011. Cabe recalcar que habrá que esperar hasta marzo para tener cifras definitivas, pero difícilmente éstas quedarán por debajo de la media regional. No cabe dudas que es una gran noticia volver a estar por encima del promedio regional, especialmente para la administración del Presidente Correa ya que, después de que en los tres años previos a su mandato el Ecuador estuvo por encima de la media regional, en sólo tres de los últimos cinco años habíamos podido superar dicha marca.

Si nos comparamos con nuestros vecinos más cercanos los resultados son muy alentadores. De estar casi un punto porcentual por debajo de Colombia en el 2010, ahora puede que los superemos por un punto. Cabe recalcar que la economía colombiana no ha desacelerado. Inclusive puede que hayamos tenido mejor crecimiento que el “mejor de la clase”: Perú. Los peruanos han gozado de niveles de crecimiento relativamente insostenibles en los últimos cuatro años (más del 8.5% en tres de esos años), pero se esperaba que desaceleraran a un nada criticable 6.2%. Si es que esa previsión se cumple entonces los habríamos superado por poco. Por último, es muy importante destacar que nuestras cifras no guardan ninguna relación con las de una decadente Venezuela.

El empleo en el sector del turismo: El turismo abarca una amplia gama de actividades, productos y servicios que se desarrollan prácticamente en todos los sectores de la

economía: agricultura, ganadería, industrias manufactureras, artesanías, comercio, hoteles y restaurantes, construcción, transporte, comunicaciones, establecimientos financieros, entre otros. Las estadísticas nacionales no ofrecen la información sobre el turismo en su conjunto, por lo que existen serias limitaciones para presentar una visión global del mercado laboral del turismo desde una perspectiva de género.

En efecto, estudios internacionales sostienen que un empleo en alojamiento genera tres empleos en el sector turístico especializado y tres empleos adicionales en los sectores que producen servicios o bienes para el consumo del turista. Además, el alojamiento y la alimentación son rubros en los que el turista destina el mayor porcentaje de su presupuesto.

Sector Hotelero y Turístico: El sector turístico y hotelero ha ido tomando fuerza en los últimos años, debido a su crecimiento anual, pero este fenómeno ha tomado el mundo entero, ya que el crecimiento de este sector se está tomando las economías es especial las de los países en vías de desarrollo ya que ellos han aprendido aprovechar las ventajas de sus atractivos tanto naturales como culturales tratando de dejar atrás su desventaja con los países desarrollados.

En el Ecuador se dice que es el futuro empresarial y poco a poco se está posicionando con rubros altos en el PIB del país. En nuestra economía es fundamental este sector ya que se convertirá en el aportador de grandes cantidades y en la actualidad está generando que los ecuatorianos tomen iniciativas para emprender negocios turísticos por ende está generando empleo y este está recogiendo su frutos en dinero lo que hace que nuestro crecimiento económico crezca además de las nuevas facilidades de comunicación y medios de transportes internacionales.

El turismo ya no es un lujo destinado a pocas personas, en las últimas décadas ha tenido un enorme desarrollo. El turismo es esencial en la utilización de tiempo libre los turistas pueden disfrutar de un ambiente libre, natural, ecológico, y pueden conocer el patrimonio cultural de la región. El turismo y la Hotelería incluyen notablemente en los ingresos y condiciones de vida de las poblaciones y desarrollo social de las regiones.

Llegada de turistas al Ecuador

Es importante analizar este tema ya que de esta manera nos podemos dar cuenta del incremento de visitas de turistas que de todo el mundo que generan divisas al país. Durante el mes de AGOSTO del 2012 llegaron al país un total de 103.368 extranjeros. Comparado con el año anterior existe un aumento de visitantes ya que en AGOSTO del 2011 ingresaron un total de 98.987 visitantes.

Cuadro Nro. 8 Llegada de Turistas al Ecuador

MES	2007	2008	2009	2010	2011	VAR% VAR% 2011/2010
<b>ENE</b>	84,070	92,378	86,544	96,109	105,541	<b>9.81</b>
<b>FEB</b>	69,534	74,174	72,742	89,924	86,424	<b>-3.89</b>
<b>MAR</b>	74,929	77,946	72,226	82,452	87,486	<b>6.11</b>
<b>ABR</b>	67,788	67,557	72,910	70,540	87,509	<b>24.06</b>
<b>MAY</b>	68,583	74,667	70,277	77,618	82,811	<b>6.69</b>
<b>JUN</b>	85,769	89,262	89,889	91,602	99,944	<b>9.11</b>
<b>JUL</b>	101,088	109,250	102,571	110,545	117,997	<b>6.74</b>
<b>AGO</b>	91,309	96,336	87,221	95,219	98,987	<b>3.96</b>
<b>SEP</b>	64,966	73,757	68,124	71,776	80,083	<b>11.57</b>
<b>OCT</b>	72,365	79,814	77,960	83,701	88,338	<b>5.54</b>
<b>NOV</b>	73,273	83,458	76,965	81,253	92,566	<b>13.92</b>
<b>DIC</b>	83,813	86,698	91,070	96,359	113,292	<b>17.57</b>
<b>TOTAL</b>	<b>937,487</b>	<b>1,005,297</b>	<b>968,499</b>	<b>1,047,098</b>	<b>1,140,978</b>	<b>8.97</b>

Elaborado por: Carla Carrión  
Fuente: Captur

Salida de Ecuatorianos.- Durante el mes de AGOSTO del 2012 salieron del país un total de 113.659 personas. Comparado con el año anterior existe una disminución en la salida de personas del Ecuador ya que en AGOSTO del 2011 salieron un total de 117.794 ecuatorianos.

**Gráfico Nro.12 Salida de Ecuatorianos al Exterior 2011-2012**



Fuente: Captur

#### Mercados Clave

Durante el mes de diciembre de 2011 se registra un total de 113.292 arribos, que comparado con los arribos del mes de diciembre de 2010, presenta un incremento del 17,57%, que en términos absolutos significa un aumento de 16.933. Situación que se explica principalmente, por la variación positiva de los arribos del mercado clave colombiano, al pasar de 21.084 en diciembre de 2010 a 30.047 en diciembre de 2011, es decir, existe un incremento del 42,51% .

Así mismo, en el mes de diciembre de 2011 se ha registrado una disminución de 1.437 arribos de peruanos al país, con relación a los arribos contabilizados en el mes de diciembre de 2010, lo que representa el (11,57%). Y al analizar el período enero - diciembre de 2011 con relación al mismo período del año 2010, existe un decrecimiento del 6%, esto es, 9.248 arribos.

El total de arribos desde los mercados clave representa un 65% del total de arribos del mes de diciembre de 2011.

Cuadro No.9 Mercado Turístico Clave

					Acumulado	Acumulado
					Ene-Dic 2010	Ene-Dic 2011
	País	Dic 2010	Dic 2011	Variación		
<b>Mercados Clave</b>	EEUU	24,304	25,611	1,307	249,081	241,590
	Colombia	21,084	30,047	8,963	203,916	265,563
	Perú	12,420	10,983	1,437	154,216	144,968
	España	5,071	5,223	152	59,030	60,664
	Alemania	2,059	2,138	79	25,011	26,662
<b>TOTAL</b>			74,002	65%		
<b>ARRIBOS DICIEMBRE</b>			<b>113,292</b>			

Fuente: Captur

Lo que significa que los países que mayor afluencia a Ecuador son: Estados Unidos, Colombia, Perú, España y Alemania, como el país posee muchas regiones viajan por diversos motivos .

Cuadro Nro. 10 Ubicación del Turismo año 2010-2011

AÑOS/TRIM	* TURISMO	PETROLEO CRUDO	BANANO Y PLATANO 2)	CAMARON	DERIVADOS PETROLEO 3)	OTROS ELAB. PROD. MAR	MANUFACT. DE METALES 4)	FLORES NATURALES	TOTAL EXPORTACIONES (Productos Primarios e Industrializados)
2010	189.1	2,111.0	594.9	159.5	130.6	157.0	128.5	182.1	4,135.4
UBICACION	3	1	2	5	7	6	8	4	
2011	214.5	2,672.3	616.3	264.0	253.1	177.1	129.8	201.1	5,159.9
UBICACION	5	1	2	3	4	7	8	6	

Fuente: Captur

(1) Cifras provisionales; su reproceso se realiza conforme a la recepción de documentos fuente de las operaciones de comercio exterior.

(2) Se basan en las cifras de la Empresa Manifiestos y Banco Central del Ecuador.

(3) Incluye exportaciones del sector privado de combustibles, lubricantes y otros derivados del petróleo.

(4) Incluye exportaciones de vehículos.

(\*) Según Balanza de Pagos del Ecuador ( Ctas Viajes y Transporte de Pasajeros)

Cuadro Nro. 11 Principales Mercados Emisores

<b>ENERO - DICIEMBRE / 2010 - 2011</b>			
<b>PRINCIPALES MERCADOS EMISORES</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>Var% 2011/2010</b>
Colombia	203,916	265,563	30.23
Estados Unidos	249,081	241,590	-3.01
Perú	154,216	144,968	-6.00
España	59,030	60,664	2.77
Argentina	31,558	38,246	21.19
Venezuela	30,653	37,456	22.19
Chile	28,478	34,854	22.39
Alemania	25,011	26,662	6.60
Canadá	23,867	24,832	4.04
Cuba	27,001	24,061	-10.89

Fuente: Inec

Se puede observar que con mayor porcentaje por mercado emisor es Colombia con el 30.23% en los dos últimos años, con estos resultados es evidente que la migración de las personas Colombianas es evidente. Tanto por problemas políticos- sociales y por la delincuencia que está atravesando el país fronterizo.

Hay que mencionar que de este porcentaje muchas personas se dedican a delinquir por lo que hoy en día Ecuador, es un país libre para la entrada de personas extranjera, significando así un problema ya que de esta manera las plazas de trabajo son beneficiadas por gente extranjera, motivando así el desempleo.



2010						
INGRESOS (a)		TOTAL DE INGRESOS DE DIVISAS (a)	EGRESOS (b)		TOTAL DE EGRESOS DE DIVISAS (b)	SALDO c = (a - b)
VIAJES	TRANSPORTE		VIAJES	TRANSPORTE		
187.9	1.2	189.1	139.5	69.5	209.0	-19.9
193.4	1.3	194.7	143.3	76.3	219.6	-24.9
<b>381.3</b>	<b>2.5</b>	<b>383.8</b>	<b>282.8</b>	<b>145.8</b>	<b>428.6</b>	<b>-44.8</b>
198.6	1.3	199.9	141.9	76.7	218.6	-18.7
201.5	1.5	203.0	143.4	71.9	215.3	-12.3
<b>781.4</b>	<b>5.2</b>	<b>786.6</b>	<b>568.1</b>	<b>294.4</b>	<b>862.5</b>	<b>-75.9</b>

2011							INGRESOS	EGRESOS
INGRESOS (a)		TOTAL DE INGRESOS DE DIVISAS (a)	EGRESOS (b)		TOTAL DE EGRESOS DE DIVISAS (b)	SALDO c = (a - b)	VAR% 2011/2010	
VIAJES	TRANSPORTE		VIAJES	TRANSPORTE				
212.9	1.6	214.5	152.9	76.5	229.4	-14.9	13.43	9.76
217.5	1.5	219.0	157.0	84.1	241.1	-22.1	12.48	9.79
<b>430.4</b>	<b>3.1</b>	<b>433.5</b>	<b>309.9</b>	<b>160.6</b>	<b>470.5</b>	<b>-37.0</b>	<b>122.7</b>	<b>9.8</b>

Ingreso de extranjeros al Ecuador.- Durante el mes de AGOSTO del 2012 ingresaron al país un total de 106.368 extranjeros. Comparado con el año anterior existe una variación de visitantes de un 7,46 % ya que en agosto de 2011 ingresaron un total de 98.987 visitantes.

**Gráfico No.13 Llegada de Extranjeros al Ecuador**



Fuente : Inec

Ingreso de extranjeros por país de procedencia.- Los visitantes que han ingresado al país, en Agosto de 2012, provienen en su mayoría de los siguientes países:

Cuadro Nro. 12 Ingreso de extranjeros por país de procedencia

Argentina	3,98
Brasil	1,39
Canadá	2,13
Colombia	27,59
Cuba	1,66
Chile	3,35
España	5,13
Estados Unidos	20,58
Gran Bretaña	1,68
México	1,45
Perú	10,48
Venezuela	2,82
Otros (incluye a 213 países)	17,76

Fuente : Captur

## CALENDARIO DE FERIADOS EN EL ECUADOR

Es importante describir ya que en estas fechas hay mayor demanda de turistas nacionales y extranjeros y se obtiene más beneficios económicos ya que aumentan los precios por los productos y servicios turísticos.

Cuadro Nro. 13 Calendario del Feriado Nacional en Ecuador

FECHA CÍVICA / RELIGIOSA	DÍA DE DESCANSO DECRETADO	FERIADO PREVISTO
<b>Año Nuevo</b> (01 de Enero)	Domingo 01 y lunes 02 de enero 2012	<b>ENERO</b> Sábado 31 (Diciembre ) Domingo 01 Lunes 02
<b>Carnaval</b>	Lunes 20 y Martes 21 de febrero	<b>FEBRERO</b> Sábado 18 Domingo 19 Lunes 20 Martes 21
<b>Viernes Santo</b>	06 de abril	<b>ABRIL</b> Viernes 06 Sábado 07 Domingo 08
<b>Día del Trabajo</b> (01 de mayo)	Martes 01 de mayo	<b>MAYO</b> Martes 01
<b>Batalla de Pichincha</b> (24 de Mayo)	Viernes 25 de mayo (Según Decreto Ejecutivo N° 1162 de 03 de mayo de 2012)	<b>MAYO</b> Viernes 25 Sábado 26 Domingo 27
<b>Primer Grito de Independencia</b> (10 de Agosto)	Viernes 10 de Agosto	<b>AGOSTO</b> Viernes 10 Sábado 11 Domingo 12
<b>Independencia de Guayaquil</b> (09 de Octubre)	Viernes 12 de Octubre (Según Decreto Ejecutivo No. 1162 de 03 de mayo de 2012)	<b>OCTUBRE</b> Viernes 12 Sábado 13 Domingo 14
<b>Día de Difuntos e Independencia de Cuenca</b> (02 y 03 de Noviembre)	Viernes 02 y sábado 03 de noviembre	<b>NOVIEMBRE</b> Viernes 02 Sábado 03 Domingo 04
<b>Navidad</b> (25 de Diciembre)	Sábado 22, domingo 23, lunes 24 y martes 25 de diciembre (Según Decreto Ejecutivo N° 1162 de 03 de mayo de 2012)	<b>DICIEMBRE</b> Sábado 22 Domingo 23 Lunes 24 Martes 25

## Situación del Turismo en el Ecuador y en la Región Amazónica

El desarrollo del turismo en el Ecuador ha seguido un proceso gradual, un tanto lento pero sostenido de generación de productos y consolidación de destinos, en función de cambiantes tendencias del mercado, que en el sector privado ha logrado adoptar con relativo éxito.

En los últimos años Ecuador se ha posicionado primordialmente con un destino turístico de naturaleza y cultura con una imagen internacional fuerte prevalecida proyectada por la variedad y espectacularidad de los recursos Amazónicos.

Cuadro Nro. 14 Número de establecimientos creados en el Ecuador

<u>AÑOS</u>	<u>MANUFACTURA Y MINERÍA</u>	<u>COMERCIO INTERNO</u>	<u>HOTELES, RESTAURANTES Y SERVICIOS</u>
2001	1,560	1,025	748
2002	1,541	1,009	817
2003	1,536	1,032	911
2004	1,565	1,147	1,005
2005	1,538	1,168	1,007
2006	1,536	1,156	1,021
2007	1,584	1,178	1,000
2008	1,530	1,190	979
2009	1,556	1,225	1,033

Fuente: Encuesta anual de manufactura y minería, Comercio Interno, Hoteles, restaurantes y servicios. Elaborado por: Dirección de Estudios Analíticos Estadísticos – DESAE

Todos estos aspectos influyen directamente para que la económica del país aumente ya que generan diversas fuentes de empleo a nivel nacional, por concepto de guianza turística, hospedaje, alimentación, centros de diversión, museos y demás factores que influyen al realizar la actividad turística. El producto turístico genera muchos ingresos, pero también de acuerdo a la economía del país se aumenta o disminuye el precio para los turistas nacionales y extranjero.

## Factor político

Se ha incrementado sustancialmente el presupuesto del Ministerio de Turismo, pasando de 9 millones de dólares en **el 2006 a 23 millones en el 2009**, respaldando esta acción con proyectos importantes que beneficien a los actores involucrados en el sector, como por ejemplo la devolución del IVA a la prestación de servicios turísticos consumidos por visitantes extranjeros, el nuevo Plan de Marketing Turístico Nacional e Internacional 2010-2014; la próxima declaratoria del "Turismo como Política de Estado", que representa el amplio compromiso del Gobierno de la Revolución Ciudadana para convertir al turismo en principal fuente de ingreso de divisas, inclusión social y consecuente mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes, son entre otras las acciones que destaca la Ministra.

Paralelamente, y cumpliendo con la Carta Constitucional, esta Cartera de Estado impulsa un turismo sostenible basado con una gestión socialmente responsable, ambientalmente limpia y económicamente rentable y competitiva respetando cuatro principios fundamentales: Los Derechos de la Naturaleza, el Derecho al Ocio y al Esparcimiento, el Sumak Kawsay o Buen Vivir y el Desarrollo Económico Inclusivo.

El Estado ha estado en manos de una enorme burocracia se ha vuelto ineficiente y estático. Las empresas públicas han sido manejadas demagógicamente por administradores sin capacitación, y se han convertido en centros de corrupción y en botín político por el gobernante de turno.

El Estado ecuatoriano, se encuentra en crisis, la tendencia mundial muestra que una de las vías válidas para la resolución de la crisis del Estado pasa por la descentralización y por el fortalecimiento de los gobiernos locales.

Asuntos como la seguridad nacional, el conflicto colombiano y sus efectos, como el desplazamiento de cada vez mayores grupos de refugiados hacia el Ecuador, así como las incursiones de fuerzas colombianas en territorio nacional, exigen una política exterior coherente para el bienestar y la confraternidad con los demás países hermanos para el desarrollo del país.

La deficiencia en la administración de justicia, la legislación penal obsoleta y el deficiente régimen carcelario.

Factor socio cultural

Es importante conocer las variables que influyen en la sociedad que de alguna manera intervienen en el desarrollo del país.

Globalización: La globalización debe entenderse como un medio para mejorar la colaboración económica y el entendimiento internacional, pero no al precio de diluir la rica diversidad cultural de nuestro mundo. En este sentido, el turismo puede y debe desempeñar un papel clave.

El turismo comparte la responsabilidad social de promover los aspectos positivos de la globalización y, por ello, debe dirigir estas redes mundiales hacia un desarrollo equilibrado y sostenible.

En los últimos 5 años estos han sido los lemas para el Día Mundial del Turismo:

- **2004** Deporte y turismo: dos fuerzas vivas al servicio de la comprensión mutua, la cultura y el desarrollo de las sociedades
- **2005** Viajes y transporte: del mundo imaginario de Julio Verne a la realidad del siglo
- **2006** El turismo es riqueza
- **2007** El turismo abre puertas a las mujeres
- **2008** El Turismo afronta el reto del cambio Climático

Desempleo: El desempleo como fenómeno social, es también una variable que depende de estructuras sociales, las mismas que revelan procesos de exclusión social a ciertas poblaciones y acentúan la transmisión internacional de la pobreza.

La discriminación laboral afecta la probabilidad de una persona de estar ocupada y se manifiesta principalmente en el país en las formas de discriminación por género, dada sobre todo por la división natural del trabajo al interior del hogar, pero también por el tipo de empleo y el nivel de salarios; la discriminación laboral por etnia que afecta especialmente a la población indígena y afro descendiente; y, la discriminación por edad que aflige a la población más joven.

Como consecuencia, estas estructuras sociales de exclusión y discriminación representan barreras reales que determinan que las poblaciones afectadas carezcan de oportunidades para encontrar un trabajo digno (incluso si cuentan con un mismo nivel de educación y experiencia), y se vean avocadas a engrosar las filas de la subocupación, y perciban bajos ingresos.

El desempleo afecta más a las mujeres que a los hombres : Persiste una característica común en el transcurso de los últimos quince años en el país: las mujeres son más afectadas por el desempleo que los hombres. En el 2005, la tasa de desempleo urbano de las mujeres fue casi el doble (10,8%) que aquella de los hombres (5,8%).

Aunque el Gobierno de la Revolución ciudadana en el año 2011, promovió al Día Internacional del Afrodescendiente ya que se celebró a nivel mundial, lo importante es que también realizó programas y campañas para fortalecer a este grupo étnico del país.

Hoy en día dan más importancia a la inclusión social de los discapacitados, afro ecuatoriano, grupos étnicos en los diversos Ministerios y entidades públicas del país.

Migración: La pobreza y la falta de empleo durante la última década han lanzado a dos millones de ecuatorianos a vivir fuera de su país. Esa es una de las principales conclusiones de la publicación por la Organización Internacional para las Migraciones (OIM) sobre el perfil migratorio de Ecuador.

Entre 2000 y 2008 más de un millón de ecuatorianos migraron a Europa, principalmente a España e Italia. Según cifras del gobierno español, el número de migrantes de Ecuador pasó de 3.972 en 1998 a 390.297 en 2003, lo que supone un aumento de un 1.000 por ciento en cinco años.

Inseguridad: El factor socioeconómico, la pobreza, el desempleo, la subocupación y la insatisfacción de las necesidades básicas, agudiza este problema. El medio social indudablemente ha generado la incertidumbre hacia el futuro; esta incertidumbre ha creado en nuestros niños y jóvenes una problemática que se traduce en resentimiento.

De allí el surgimiento de pandillas juveniles, delincuentes inmaduros que tratan de sobresalir de los demás incurriendo en el delito.

## Infraestructura de vivienda y servicios básicos

Índice de Crecimiento de Desarrollo en vivienda 54,42 %. Índice de Crecimiento de Desarrollo en infraestructura 56,07 %. Por la capital de la provincia cuenta con una mejor calidad de vivienda con dotación de servicios básicos más amplio que el resto de las parroquias. Las viviendas son de concreto en alto porcentaje se utiliza como materiales de construcción cemento, bloque, madera, techo de asbesto, zinc.

La ciudad en el sector del centro está adoquinada, cuenta con un puente peatonal, puente vehicular de doble vía, un malecón escénico que marca la diferencia con otras ciudades de la provincia. Con relación a infraestructura de servicios las viviendas están dotadas de luz eléctrica, agua potable, teléfono, alcantarillado sanitario 70% y fluvial un 30%, la ciudad cuenta con una planta de manejo de desechos.

Religión : Es un factor importante que influye de manera directa en el desarrollo del Turismo, los habitantes de las provincias se dedican a realizar peregrinaciones o Turismo Religioso, las personas son muy devotas y capaces de trasladarse a diversos lugares de interés.

## Factor tecnológico

La aplicación de las tecnologías en el sector turístico ha tenido una evolución, en escaso tiempo el Internet se ha hecho imprescindible en cualquier empresa, con independencia de su tamaño y tal ha sido su influencia, que la mayor parte de los hogares hoy en día lo utiliza constantemente.

Ese desarrollo tecnológico – Internet, comunicaciones, móviles, banda ancha y satélites está produciendo cambios significativos en la estructura económica y social, para el sector turístico es muy importante su utilización ya que de esta manera se puede ofertar y comercializar el producto turístico en todas partes del mundo.

A pesar que el turismo aparece desde que el hombre apareció, siempre ha estado sujeto al avance técnico, como a la tecnología que los tiempos modernos le imponen, en nuestros días el turismo está al alcance de toda clase social y económica.

El área Hotelera en todo el mundo se ha desarrollado por:



- Amadeus
- Sistema de Gestión de Reservas

Conjuntamente realizan un trabajo unido en agencias de viajes, aerolíneas, hoteles y demás establecimientos que promueven el Turismo.

#### Factor ético

La pérdida de los valores éticos que genera la moralidad, provoca situaciones de pérdida de las normas legales.

Se ha creado una sociedad permisiva, sin normas morales; una verdadera cultura de la moralidad en donde se ha hecho desaparecer hasta la ley natural y la conciencia conceptos como urbanidad, honestidad, modestia y remordimiento de conciencia.

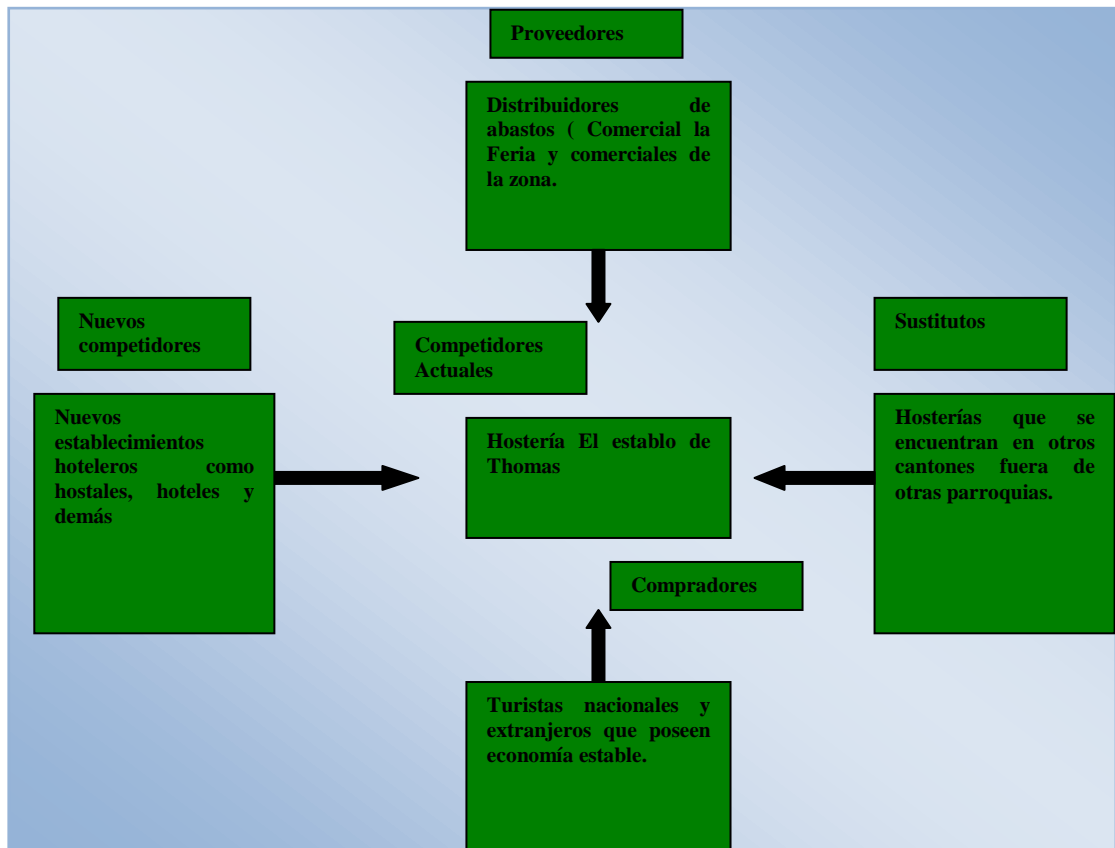
#### Microentorno

El análisis de microentorno se ha basado en las 5 Fuerzas de Porter.

El modelo de las cinco fuerzas de Porter, ha sido uno de los métodos más conocidos y utilizados por los encargados de realizar un análisis estratégico de la industria. Pero la utilización de este modelo ha ido en descenso por los factores de la convergencia de las industrias y la internet, esta última a tenido un impacto muy grande debido a que las empresas han tenido que reinventarse para estar a la par con la competencia.

Para éste tipo de modelo tradicional, la defensa consistía en construir barreras de entrada alrededor de una fortaleza que tuviera la corporación y que le permitiera, mediante la protección que le daba ésta ventaja competitiva, obtener utilidades que luego podía utilizar en investigación y desarrollo, para financiar una guerra de precios o para invertir en otros negocios.

**Gráfico Nro. 14 Fuerzas de Porter**



Fuente: Principales agentes del micro entorno  
Responsable: Carla Carrión

- Amenaza de entrada de nuevos competidores

El mercado o el segmento que visita la ciudad del Tena prefiere hospedarse en un lugar que ofrezca tranquilidad, paz, ambiente acogedor y sobre todo el contacto con la naturaleza, en la actualidad existe en la ciudad mayor concentración de Hoteles, pensiones, hostales, residenciales, las Hosterías o Cabañas turísticas existen en la parte de Muyuna como el “ Establo de Thomás” en la parte de la Vía al Pano no existe infraestructura Hotelera. Es importante mencionar que la mayoría de infraestructura turística se ha ubicado por toda la rivera del río Napo y más no en la parte del Bosque de la parroquia Pano.

- La rivalidad de entre competidores

En la Ciudad de Tena no existe una competencia directa en cuanto a hosterías, por eso es importante fortalecer al producto y servicio turístico, brindando un producto de calidad trabajando conjuntamente con los pobladores de la comunidad y dando a conocer los atractivos naturales que se encuentran en el sector de la hostería, para que puedan disfrutar con la naturaleza.

- Poder de negociación de los proveedores

El poder de negociación de los proveedores consiste en mantener un precio de los insumos del mayor proveedor para fijar un precio razonable para cuando se brinde el servicio o producto turístico se obtengan ganancias significativas.

En el caso de proveedores se trabajara con materiales de Aseo con “ Saltex” y en lo referente a los productos de primera necesidad se trabajará con “Comercial “La feria” para la compra de artículos de primera necesidad, y en cuanto a los producto cárnicos se trabajará con los que provean la comunidad, para esto es importante mantener una buena relación con los proveedores.

- Poder de negociación de los compradores

Al mercado o segmento se debe tomar en cuenta, que ambas partes deben ganar sus intereses, el administrador con su producto y el cliente satisfaciendo sus necesidades. Es necesario captar la fidelidad del cliente ofreciendo un buen servicio, calidad del producto, captando su interés mediante descuentos, ofreciendo paquetes; es decir haciéndole sentir importante para que no acuda a la competencia. La amabilidad y la imagen que se transmita será vital para fortalecer alianzas entre la empresa-clientes.

- Amenaza de ingreso de productos sustitutos

En la actualidad no existe apreciación de implantar proyectos turísticos en el sector de la parroquia Pano, sector Achi Yacu. El trabajo que se plantea

realizar se lo va hacer de acuerdo a las necesidades de los turistas, una labor con sacrificio y dedicación para entregar un buen servicio, utilizando los recursos naturales y culturales y a su vez rescatando el valor cultural del pueblo quichua, incentivando a las personas a conocer las costumbres, tradiciones y formas de vida y no solo dedicados a la obtención de obtener mayores utilidades.

Marketing mix

**Producto:** Hostería “ Waysa Panga “ ofrecerá los siguientes productos:

- Alojamiento: La Hostería contara con 7 cabañas turísticas, las mismas que están realizadas a lo típico del sector de la Amazonía. El objetivo por las cuales la construcción se pretende realizar de esa manera es para darle un estilo tradicional donde los turistas podrán relajarse y disfrutar la estadía en un ambiente acogedor y cómodo. Podrán observar la mágica naturaleza y escuchar los sonidos de las aves por las mañanas. Estarán distribuidas de la siguiente manera:

Cuadro Nro 15.Distribución de Cabañas Típicas

<b>Nro.</b>	<b>Tipo</b>	<b>Pax</b>
3	Matrimoniales	12
4	Familiares	24
	<b>Total</b>	36

- Las Cabañas Matrimoniales contarán con una sala de estar, vista panorámica al río Achy Yacu, con un cama acogedora y muy cómoda y con un guardarropa, baño privado, ducha y agua caliente.
- Las Cabañas Familiares contarán con cuatro camas, para que las familias o grupos de amigos se hospeden y disfruten de la Hostería, podrán descansar y conversar en la sala de estar, contarán con dos

baños distribuidos en las dos habitaciones, tendrán guardarropa y veladores.

- Parqueadero: Cerca de las instalaciones se encuentra ubicado en un lugar muy seguro para que el turista se sienta tranquilo.

Área de Recreación: Cuenta con un área verde para poder realizar actividades familiares. Juegos para los niños y cancha para fútbol o vóley.

Restaurante: Se podrá brindar comida nacional, comida típica y vegetariana dependiendo lo que el turista necesite. El ambiente que se mantendrá es el típico de la Amazonía.

Piscina: También se podrá ofrecer una piscina, si el turista quiere nadar en la noche y refrescarse podría hacerlo, contará con área para los mayores, niños ya que en ocasiones puede que el río este crecido o sucio por las lluvias y el turista necesita disfrutar del agua y más aún en el ambiente cálido que es por lo general.

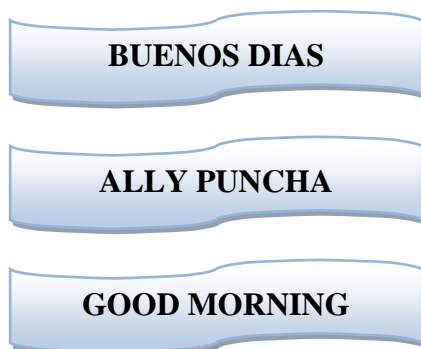
Paseo por la comunidad: Los turistas podrán observar la forma de vida de los quichuas, sus tradiciones costumbres, formas de vida, artesanía, bailes típicos, Shamanismo y conocer más sobre el pueblo. También se realizará demostraciones de la preparación de la comida típica y sus beneficios.

Senderos guiados: Aquí se podrá observar a las plantas medicinales que existe y que por años los ancestros quichuas han podido aliviar sus dolencias, con el objetivo de que los turistas conozcan también los secretos de la naturaleza. A l igual que podrán observar la flora y fauna existente de la Amazonía, también tienen la oportunidad de ir al río Achi Yacu y disfrutar de sus aguas cristalinas.

Cabaña Administrativa: Es importe mencionar que se contará a la entrada del establecimiento con una cabaña exclusiva para él área de recepción y el área destinada para demostrar las diferentes artesanías, materiales típicos de la caza, pesca, alimentación, artesanía, vestimenta y cuadros emotivos para realzar la

importancia de la Cultura Quichua. También contará con un lugar para que el personal de la Hostería imparta conocimientos del idioma quichua, frases básicas para que el turista aprenda algo de la experiencia vivida en Hostería “Waysa Panga”

Es importante mencionar que en todas las áreas de la Hostería se colocarán las palabras en idioma Español, Inglés y Quichua.



**Precio:** Los precios por hospedaje van desde los \$ 20,00 dólares incluido el desayuno y tenemos descuentos especiales para grupos y para escuelas, colegios y universidades. Las tarifas están establecidas como precio de introducción, por lo que pueden cambiar según sea la economía del país.

**Plaza:** Las instalaciones se encuentran ubicadas en la Ciudad del Tena, Provincia del Napo, en la vía a la Parroquia Pano. A solo 20 minutos del centro urbano.

**Promoción:** Se dará a conocer por medio de trípticos, volantes y por medio de la página web, detallando toda la información y servicios que ofrece la hostería.

Se entregara volantes e información en la ciudad de quito en el sector de la Mariscal, ya que es muy transitada por los turistas internacionales.

En los colegios de las provincias cercanas como Pichincha, Tungurahua, Macas se dará a conocer los servicios.

Algo importante es que la promoción de familiares amigos o de la popular promoción de boca a boca ya que de esta manera se recomienda a personas más allegadas a que visiten el lugar.

## SEGMENTACIÓN DE MERCADO

La segmentación de mercados es un proceso de división del mercado en subgrupos de compradores homogéneos con el fin de llevar a cabo una estrategia comercial diferenciada para cada uno de ellos que permita satisfacer de forma más efectiva sus necesidades, intereses y preferencias y se permita al mismo tiempo alcanzar los objetivos comerciales de la empresa.

Para eso se ha tomado como referencia a los encuestados, como personas nacionales y extranjeras, la encuesta se la realizó en el sector de la Mariscal, Av. Amazonas, en Instituciones públicas y privadas.

Tamaño de la muestra

Se realiza el cálculo de la fórmula que permitirá establecer el número de encuestas que se realizará para establecer el nicho de mercado.

En donde el Universo es la población que visitó el Cantón Tena que corresponde a **52970 turistas** que representan a la población económicamente activa, desatancándose en diferentes actividades.

Fórmula que a continuación se detalla:

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot Q \cdot N}{S^2 (n-1) + Z^2 \cdot p \cdot Q}$$

Simbología

n = Tamaño de la Muestra

p= Probabilidad ocurrente 5%

N = Universo o población ( Tena)

Q= Probabilidad fracaso 0.25

s2 = Margen de error 0.5 %

$$n = \frac{(1.96)^2(0.5)(0.25)(52970)}{(0.5)^2(52970)+(1.96)^2(0.25)}$$

$$n = \frac{25436,194}{13243,4604}$$

TOTAL = 192 Encuestas


El tamaño de la muestra para la población meta con un margen de error del 5% y un nivel de confianza del 95% nos ha dado como resultado 192 encuestas.

Una de las posibilidades que nos brinda la estimación por intervalos de confianza es fijar a priori la precisión que deseamos en la estimación. La precisión está relacionada de manera inversa con el radio del intervalo. A mayor radio del intervalo menor precisión en la estimación.

La precisión deseada puede obtenerse a través del control del tamaño de la muestra empleada para la construcción del intervalo. Generalmente el investigador fijará el nivel de confianza con el que desea trabajar y la precisión deseada para la estimación.



## Diseño de la encuesta

 <p>UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL</p>	<b>PROYECTO HOTELERO “HOSTERIA EN EL CANTON TENA”</b>
Soy alumna del 9no Nivel de Hotelería y Turismo de la Universidad Tecnológica Israel, estamos realizando esta encuesta para poder obtener datos para saber la factibilidad de la creación de una Hostería en la Ciudad del Tena	

#...Fecha.....Hora.....Nombre.....

### DATOS PERSONALES. MARQUE CON UNA “X”

Seleccione su género      M ( )      F ( )

El rango de edad en la que se encuentra es:

Menor de 20 años ( )    21 a 30 años ( )    31 a 40 años ( )  
41 a 50 años ( )    Mayor de 50 años ( )

Lugar de Origen?

De qué Región del País?

América ( )    Asia ( )    Costa ( )    Sierra ( )  
Europa ( )    África ( )    Amazonía ( )    Regió ( )

El rango de ingresos mensuales que recibe usted:

Menos de \$250 ( )    Entre \$250 y \$500 ( )  
Entre \$500 y \$1000 ( )    Más de \$1000 ( )

- ¿Conoce Ud. la Amazonía Ecuatoriana?  
SI ( )    NO ( )
- ¿Conoce Ud. la Ciudad del Tena en la provincia del Napo?  
SI ( )    NO ( )
- Cree usted que la Ciudad del Tena cuenta con una Infraestructura Hotelera, adecuada para la acogida de turistas?  
SI ( )    NO ( )
- Ha visitado usted alguna Hostería en la ciudad del Tena?  
SI ( )    NO ( )
- ¿Le gustaría que en los alrededores de la Ciudad del Tena se construya una hostería?  
SI ( )    NO ( )
- El motivo por el cual usted visitaría el Tena es?  
Placer ( )    Vacaciones ( )

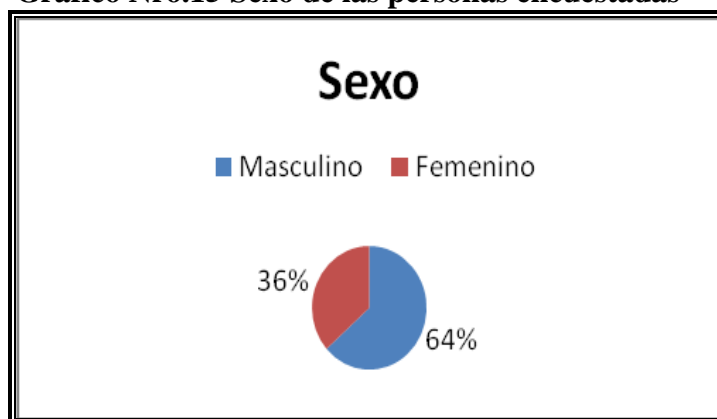
- Negocio  Otros.....
7. Con que frecuencia le gustaría visitar la ciudad del Tena?
- A la semana..... .....
- Al mes..... .....
- Al año..... .....
8. Que le gustaría encontrar en una Hostería?
- Tranquilidad  Comodidad
- Confort
- Naturaleza
9. ¿Le gustaría a Ud. que en la hostería se informe a cerca de la cultura Quichua es decir costumbres, tradiciones y más?
- SI  NO
10. ¿Qué servicios adicionales le gustaría que incluya nuestra hostería?
- Restaurante  Sala de eventos
- Piscina  Guianza
- Spa  Discoteca
- Transporte  Otros.....
11. ¿Qué tipo de comida quisiera que se ofrezca en el Restaurante?
- Nacional  Vegetariana
- Internacional  Gourmet
- Típica de la Amazonía.  Otros.....
12. ¿Cuantos días se hospeda habitualmente?
- Una noche  Dos noches
- Tres noches  Más de tres
13. ¿Hasta qué monto usted estaría dispuesto a cancelar por una noche de alojamiento?
- Menos de 20  \$ 20-30
- \$ 30-50  Más de \$ 50

Agradecemos a Ud. (es) por la atención prestada a dicha encuesta

## Tabulación de la encuesta

Luego de realiza la Encuesta en la zona de la Mariscal y otros lugares de la Ciudad de Quito se pudo llegar a obtener los siguientes resultados que se demuestran gráficamente.

**Gráfico Nro.15 Sexo de las personas encuestadas**

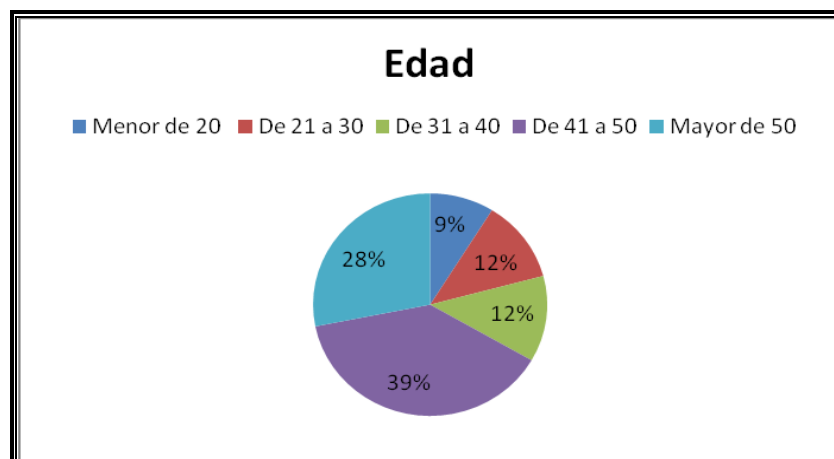


Fuente: Investigación Directa

Elaborado por : Carla Carrión Andi

Análisis: Según datos obtenidos el 64% de los encuestados son de sexo Masculino y el 36% de sexo femenino, los mismos que sirven para ser los posibles clientes potenciales.

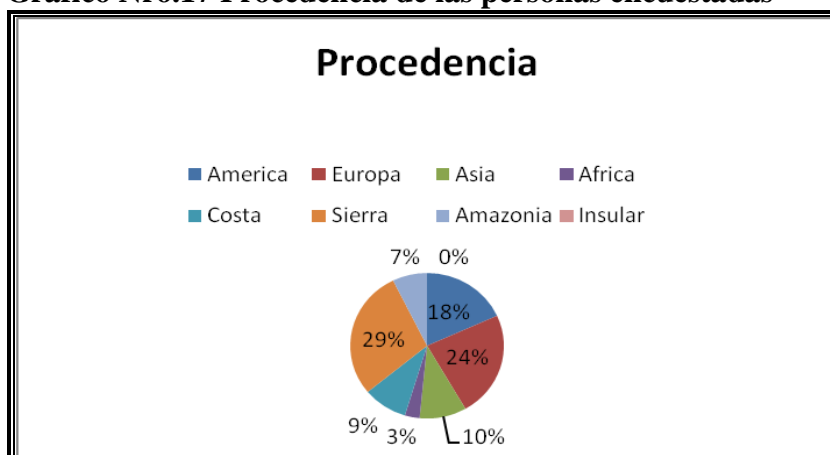
**Gráfico Nro.16 Rango de edades de las personas encuestadas**



Fuente: Investigación Directa  
Elaborado por : Carla Carrión Andi

ANALISIS: Según la encuesta el 39% de los encuestados varían en una edad promedio de 45 a 50 años de edad, son personas adultas que poseen criterio propio para realizar cualquier tipo de actividad turística sin ningún tipo de dificultad y sobre todo poseen sus propios ingresos económicos.

**Gráfico Nro.17 Procedencia de las personas encuestadas**

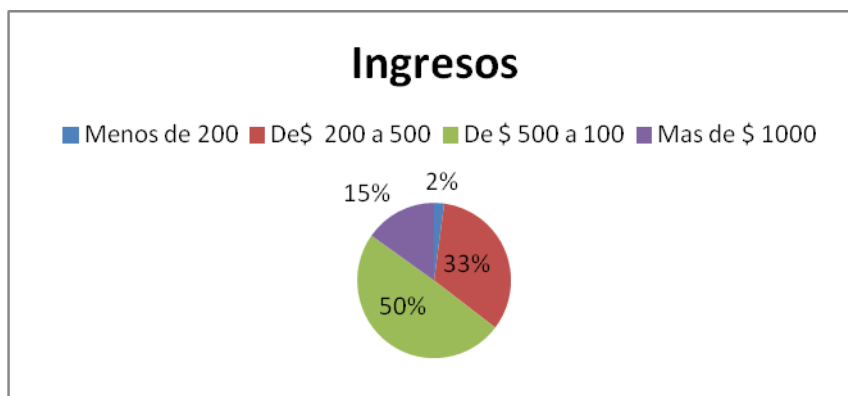


Fuente: Investigación Directa  
Elaborado por: Carla Carrión Andi

ANALISIS: Según la encuesta el 24% son extranjeros de Europa, seguidos de los americanos con el 18% y en cuanto a los Turistas nacionales, de la región Sierra con un 29% estos datos nos ayudarán a conocer el perfil de los clientes.

También se puede llegar a la conclusión que hay acogida en el mercado Internacional y nacional ya que los encuestados se interesan en el proyecto hotelero turístico.

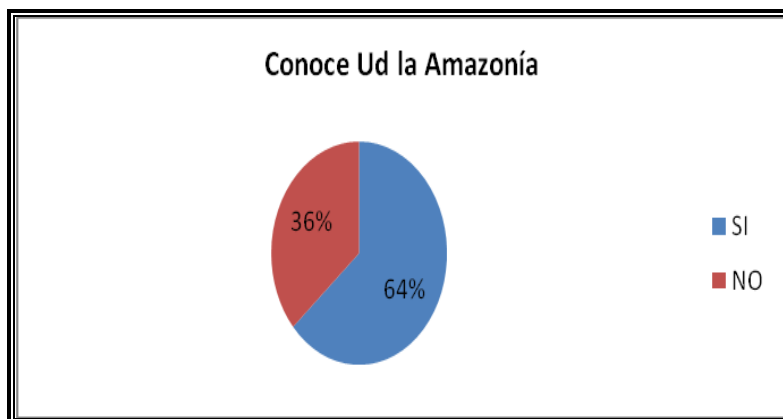
**Gráfico Nro.18 Ingresos Económicos de las personas encuestadas**



Fuente: Investigación Directa  
Elaborado por: Carla Carrión Andi

ANALISIS: De acuerdo con el Gráfico se puede observar que el 50% de las personas disponen de un sueldo mayor al básico hasta \$ 1000 y el 33% gozan de un sueldo mayor al básico ecuatoriano y el 15 % tiene ingresos más de mil dólares ya que el mayor número de encuestas se las hizo a personas extranjeras.

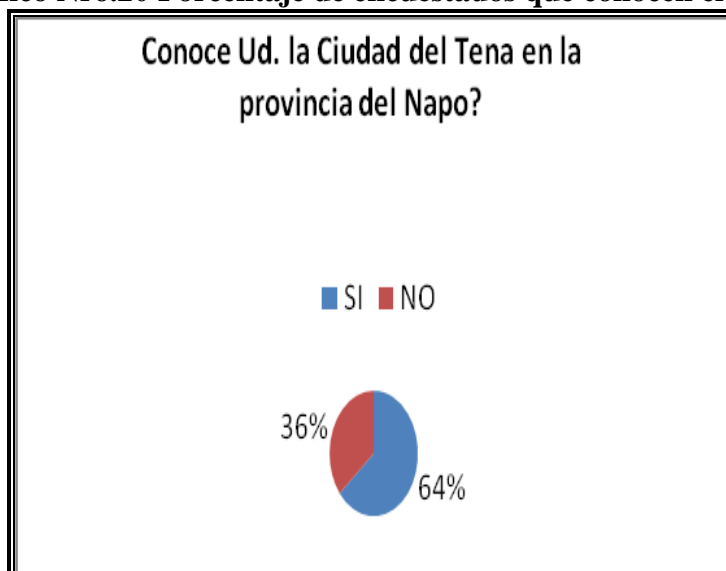
**Gráfico Nro.19 Porcentaje de las personas que conocen la Amazonía**



Fuente: Investigación Directa  
Elaborado por: Carla Carrión Andi

ANALISIS: Mediante la encuesta se puede notar que un 64% de los encuestados conocen de una u otra manera la Amazonía y sus encantos y el 36% desconoce.

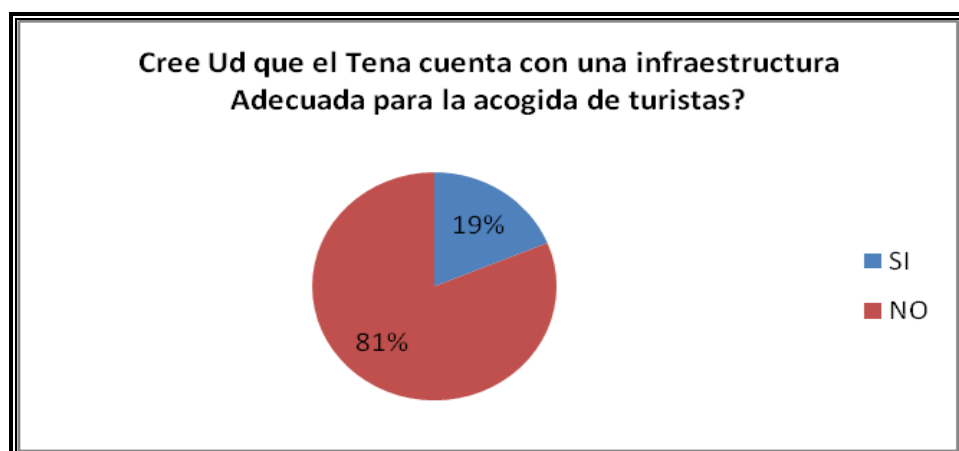
**Gráfico Nro.20 Porcentaje de encuestados que conocen el Tena**



Fuente: Investigación Directa  
Elaborado por: Carla Carrión Andi

ANALISIS: El 64% de personas si conocen la ciudad del Tena y un 36% no; se concluye ya que la ciudad es una ciudad considerada como de paso ya que para trasladarse tanto de norte a sur de la Amazonía necesariamente se debe cruzar la ciudad.

**Gráfico Nro.21 Porcentaje de encuestados que creen que existe buena Infraestructura en Tena**



Fuente: Investigación Directa  
Elaborado por: Carla Carrión Andi

ANALISIS: Según datos el 81% de las personas que tienen conocimiento o han visitado la ciudad del Tena aceptan que la planta hotelera que existe no abastece la demanda de turistas, que cada vez es más numerosa.

**Gráfico Nro.22 Porcentaje de encuestados que han visitado alguna Hostería**



Fuente: Investigación Directa  
Elaborado por : Carla Carrión Andi

ANALISIS: El 65% de los encuestados no ha visitado ninguna Hostería en el Tena y el 35% si lo ha hecho, es muy poca la aceptación de la misma ya que en la ciudad del Tena no existe muchas hosterías.



**Gráfico Nro.23 Porcentaje de encuestados que creen que es posible la creación de una Hostería**

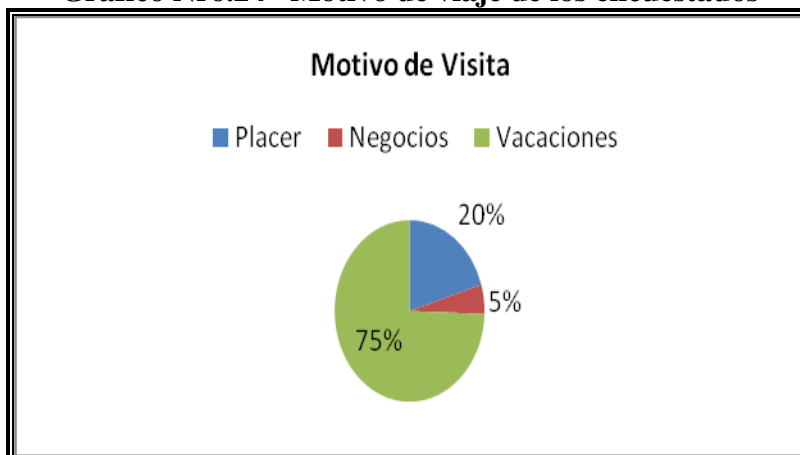


Fuente: Investigación Directa  
Elaborado por: Carla Carrión Andi

**ANALISIS:**

EL 72% de los clientes encuestados creen que si es necesario construir una Hostería y el 28 % no está de acuerdo ya que no a todas las personas les gusta hospedarse en hostería ya que el interés es otro al de la naturaleza. El conocimiento de este resultado para saber la aceptación de la creación del siguiente proyecto.

**Gráfico Nro.24 Motivo de viaje de los encuestados**

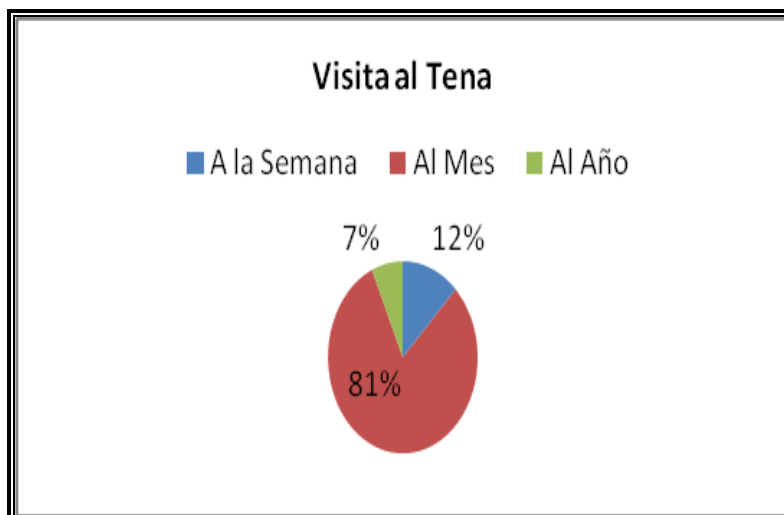


Fuente: Investigación Directa  
Elaborado por: Carla Carrión Andi

**ANALISIS:**

El 75 % de las personas desean visitar el Tena por distraerse y conocer nuevas experiencias salen de su lugar habitual por turismo y solo el 5 % se dirige por negocios por lo que se llega a la conclusión que Tena puede ofrecer muchas variedades de distracción.

**Gráfico Nro.25 Frecuencia de visita de los encuestados**

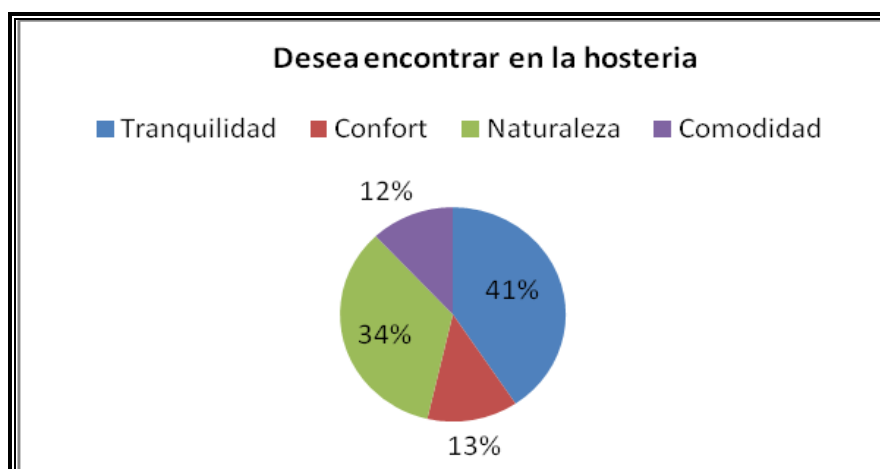


Fuente: Investigación Directa  
Elaborado por: Carla Carrión Andi

**ANALISIS:**

El 81% quisieran visitar la ciudad del tena cada mes y el 7% desearían volver a visitar cada semana ya que tienen diferentes formas de ver al Tena como sitio de gran atracción turística.

**Gráfico Nro.26 Lo que desean encontrar los encuestados en una Hostería**

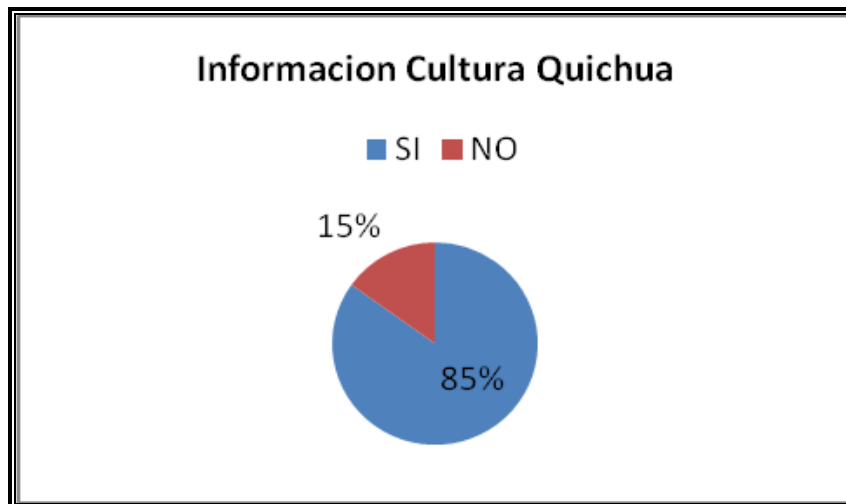


Fuente: Investigación Directa  
Elaborado por: Carla Carrión Andi

**ANALISIS:**

El 41% de las posibles clientes busca en una hostería un ambiente tranquilo para despejar la mente, el 34 % quiere tener más contacto con la naturaleza el 12% prefiere la comodidad y el 13 % desearía que la hostería o fresca un ambiente de confort.

**Gráfico Nro.27 Porcentaje de los encuestados en aprender de la Cultura Quichua**

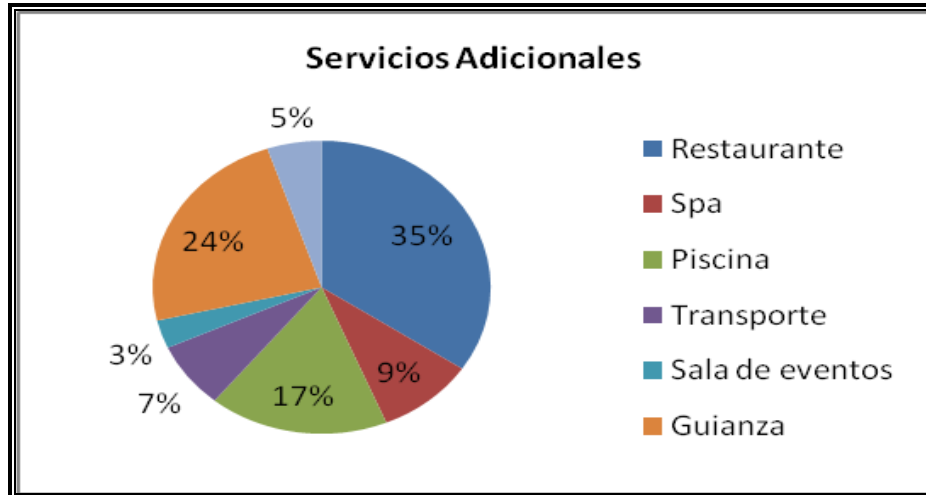


Fuente: Investigación Directa  
Elaborado por: Carla Carrión Andi

**ANALISIS:**

Según el análisis se demuestra que el 85% de los encuestados desearían conocer de información detallada sobre la cultura quichua y solo un 15% no están de acuerdo con lo planteado.

**Gráfico Nro.28 Servicios adicionales que los encuestados desearían en la Hostería**

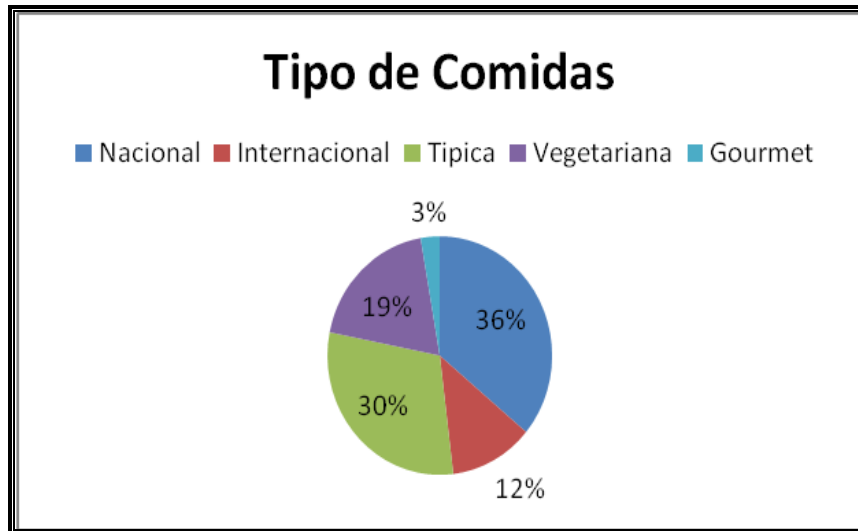


Fuente: Investigación Directa  
Elaborado por: Carla Carrión Andi

**ANALISIS:**

El 35% de los encuestados desearía que se establezca, el servicio de restaurante, el 24% gustaría de guianza ; el 17 % requieren de el servicio de piscina ; el 9 % de Spa, el 7% de transporte y el 3% de requieren de una sala de eventos.

**Gráfico Nro.29 El tipo de comida que los encuestados gustarían**

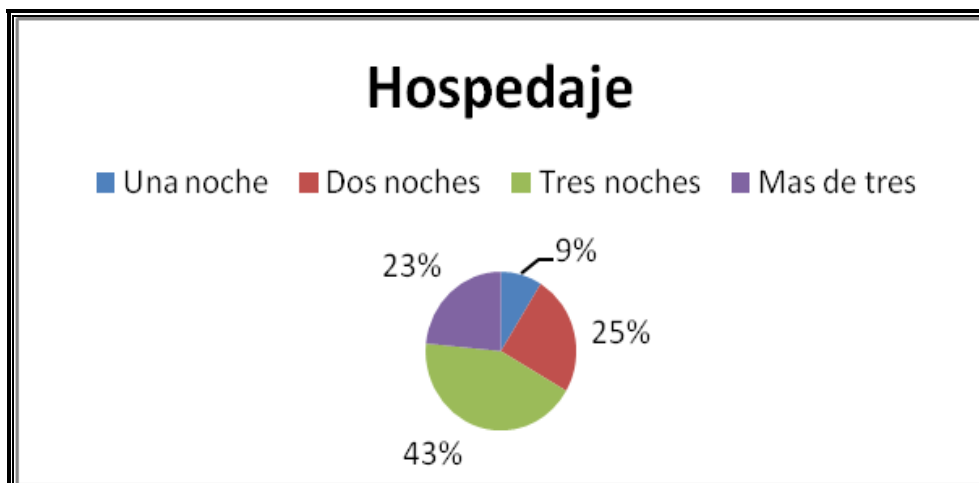


Fuente: Investigación Directa  
Elaborado por: Carla Carrión Andi

**ANALISIS:**

Los datos obtenidos representan que el 36% de los encuestados desearían degustar de platos nacionales; el 30 % de comida típica de la Amazonía; el 19% de comida vegetariana; el 12% de comida internacional y un escaso 3% de comida gourmet.

**Gráfico Nro.30 El tiempo de estadía de los encuestados**



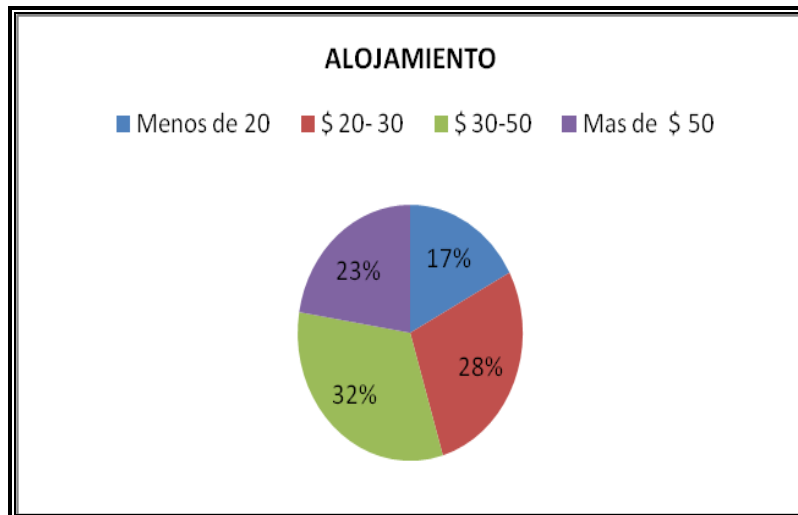
Fuente: Investigación Directa  
Elaborado por: Carla Carrión Andi

**ANALISIS:**

El 43% de las personas suelen hospedarse por tres noches en algún establecimiento hotelero; el 25% se hospedan por dos noches; el 23% por más de tres noches y un 9% solo por una noche lo que representa que nuestros posibles clientes si realizan viajes.



**Gráfico Nro.31 El costo que estuviera dispuesto a pagar los encuestados**



Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Carla Carrión Andi

#### ANALISIS:

El 32% de los encuestados estaría dispuesto a pagar de \$ 30 a \$50 por hospedaje en la Hostería; el 28% estarían dispuestos a pagar por los servicios ofrecidos de \$ 20 a \$ 30; el 23% pueden pagar más de \$ 50 y un 17 % menos de \$20 lo que representa que los posibles clientes si están en condiciones para adquirir los servicios prestados en la Hostería.

## Análisis de la oferta y demanda

El Mercado Turístico es donde confluyen la oferta de productos y servicios turísticos y la demanda que está interesada y motivada en consumir esos productos y servicios turísticos.

### Oferta

La Oferta Turística se basa en unos recursos (potenciales que posee un núcleo turístico para atraer y motivar a los turistas) e infraestructuras (elementos fijos que componen el mercado para atender las necesidades de los turistas) para atraer y prestar los correspondientes servicios a los turistas. Estos productos y servicios turísticos deben competir en el mercado frente a otros para conseguir una sólida demanda.

Cuadro Nro.16 Capacidad de establecimientos Hoteleros en Tena

Número de Turistas que abastece los establecimientos Hoteleros en Tena	47470
--	-------

Fuente: Dirección de Turismo Tena

## Demanda

La Demanda Turística es el conjunto de turistas que están motivados por una serie de productos y servicios turísticos para cubrir sus necesidades de descanso, recreo, esparcimiento, negocios etc.

### Demanda histórica

Según datos obtenidos en la Dirección de Turismo del Municipio de Tena se puede observar un gran incremento en la afluencia de turistas en los últimos 4 años.

Cuadro Nro.17 Registro de Afluencia de Turistas a Tena

AÑO 2006	T. Nacional	37710	T. Extranjero	3270
TOTAL 40980				

Cuadro Nro. 18 Afluencia de Turistas Año 2007

MESES	TURISTAS NACIONALES	TURISTAS EXTRANJEROS	TOTAL
ENERO	2003	295	2298
FEBRERO	3870	357	4227
MARZO	3076	561	3637
ABRIL	2321	158	2479
MAYO	2670	395	3065
JUNIO	2645	594	3239
JULIO	2285	554	2839
AGOSTO	3149	569	3718
SEPTIEMBRE	2694	341	3035
OCTUBRE	2703	264	2967
NOVIEMBRE	3498	277	3775
DICIEMBRE	6800	294	7094
TOTAL	37.714	4.659	42.441

Fuente: Dirección de Turismo del Tena

Cuadro Nro. 19 Afluencia de Turistas 2008

MESES	TURISTAS NACIONALES	TURISTAS EXTRANJEROS	TOTAL
ENERO	2110	333	2443
FEBRERO	3961	371	4332
MARZO	3079	518	3597
ABRIL	2312	159	2471
MAYO	2669	462	3131
JUNIO	2856	547	3403
JULIO	4337	529	4866
AGOSTO	5414	637	6051
SEPTIEMBRE	3531	464	3995
OCTUBRE	2702	914	3616
NOVIEMBRE	3864	432	4296
DICIEMBRE	2991	446	3437
TOTAL	39.826	5.812	45.638

Fuente: Dirección de Turismo – Tena

Cuadro Nro. 20 Afluencias de Turistas 2009

MESES	TURISTAS NACIONALES	TURISTAS EXTRANJEROS	TOTAL
ENERO	3828	512	4540
FEBRERO	3211	423	5334
MARZO	3365	443	3961
ABRIL	3504	354	5958
MAYO	3785	282	5067
JUNIO	4198	316	4614
JULIO	4779	540	5319

AGOSTO	4650	674	5524
SEPTIEMBRE	3861	319	5180
OCTUBRE	3808	305	4213
NOVIEMBRE	5324	424	5748
DICIEMBRE	3808	257	4065
<b>TOTAL</b>	<b>48.121</b>	<b>4.849</b>	<b>52970</b>

Fuente: Dirección de Turismo – Tena

Demanda Actual

La demanda actual del Cantón Tena según datos oficiales de la Cámara de Turismo establece que el año 2009 visitó alrededor de 52970 Turistas entre nacionales y extranjeros.

Cuadro 21. Afluencia de Turistas 2010

<b>MESES</b>	<b>TURISTAS NACIONALES</b>	<b>TURISTAS EXTRANJEROS</b>	<b>TOTAL</b>
<b>ENERO</b>	3939	465	4404
<b>FEBRERO</b>	7061	582	7643
<b>MARZO</b>	4872	434	5306
<b>ABRIL</b>	7048	474	7522
<b>MAYO</b>	5785	528	6313
<b>JUNIO</b>	4507	472	4979
<b>JULIO</b>	6130	1048	7178
<b>AGOSTO</b>	7207	943	8150
<b>SEPTIEMBRE</b>	4763	356	5119
<b>OCTUBRE</b>	6628	690	7318

<b>NOVIEMBRE</b>	6820	827	7647
<b>DICIEMBRE</b>	6912	1032	7944
<b>TOTAL</b>	71.672	7.851	79.523

Fuente: Dirección de Turismo Tena

#### Demanda Futura

Mediante la cual se establece la demanda futura del presente proyecto a continuación:

$$\text{DEMANDA FUTURA} = \frac{\text{AÑO 2009} - \text{AÑO 2008}}{\text{AÑO 2009}}$$

$$\text{DEMANDA FUTURA} = \frac{52.970 - 45.638}{52.970}$$

$$\text{DEMANDA FUTURA} = \frac{7.332}{52.970}$$

$$\text{DEMANDA FUTURA} = 0.13$$

$$\text{DEMANDA FUTURA} = 13\%$$

#### Proyección de la demanda

Para la proyección de la demanda se toma como referencia los datos Históricos de la afluencia de los turistas a la ciudad del Tena, se proyecta con un crecimiento del 13% es así como establecemos la demanda futura para cinco años.

Cuadro No.22 Proyección de la Demanda

<b>AÑOS</b>	<b>PROYECCION 13 %</b>
2010	79.523
2011	89.853
2012	101.533
2013	114.732
2014	129.647

#### Demanda insatisfecha

Es una comparación entre la oferta y la demanda con la finalidad de conocer los turistas insatisfechos.

Según los datos obtenidos tenemos que:

Demanda Insatisfecha: Oferta – Demanda

Demanda Insatisfecha: 47470- 79523

Demanda Insatisfecha: 32053

Según la relación oferta – demanda nos da como resultado que existen 32052 personas o turistas que representan nuestro mercado insatisfecho, para lo cual tomará como referencia para poder captar el número que ocupe diariamente en sus plazas, para tratar de cubrir con la oferta de sus productos y servicios turísticos en la Hostería "Waysa Panga".

## CAPITULO III

### DIRECCIONAMIENTO ESTRATEGICO

#### MISIÓN

Concepto: Indica la manera como una institución pretende lograr y consolidar las razones de su existencia, siendo el primer paso que la alta dirección debe dar si desea dar un proceso de diferenciación.

#### **¿Quiénes somos?**

Una Hostería

#### **¿A que nos dedicamos?**

Ofrecer un servicio hotelero - turístico

#### **¿En qué nos diferenciamos?**

Servicio personalizado, ambiente acogedor y tranquilo, promoviendo y fortaleciendo la riqueza cultural Quichua.

#### **¿Para qué y porque lo hacemos?**

Brindar un servicio hotelero diferente para crear conciencia conservadora de los pueblos autóctonos y a través de esto contribuir al desarrollo turístico y económico del Cantón Tena.

#### **¿Para quiénes lo hacemos?**

Par los turistas nacionales y extranjeros}

#### **¿Cómo lo hacemos?**

Mediante un servicio personalizado y de calidad.

#### **¿Qué valores respetamos?**

Respeto, responsabilidad, honestidad, seguridad, confiabilidad, seriedad y superación, trabajo en equipo.



***“La Hostería Waysa Panga ofrece a los turistas nacionales y extranjeros un servicio hotelero - turístico personalizado en un ambiente acogedor y tranquilo, promoviendo y fortaleciendo la riqueza Cultural Quichua, para crear conciencia conservadora de los pueblos autóctonos y de esta forma contribuir al desarrollo turístico y económico del Cantón Tena”***

## VISIÓN

### **¿Qué y cómo queremos ser dentro de cinco años?**

Ser la mejor opción en cuanto a Hospedaje y recreación, que brinde servicio de primera calidad, enfocada a la riqueza cultural del Pueblo Quichua, para satisfacer las necesidades y requerimientos de los turistas y visitantes

### **¿En qué nos queremos convertir?**

En una empresa diferente en el servicio hotelero- turístico, de ideas nuevas que fortalezcan a la identidad Cultural del Cantón, generando un aporte valioso al desarrollo local.

### **¿Para quienes trabajamos?**

Para los turistas nacionales y extranjeros y público local.

### **¿En que nos diferenciamos?**

Profesionalismo, servicio de calidad y fortalecimiento y preservación de la riqueza cultural Quichua, para que las futuras generaciones aprecien el gran valor cultural que mantiene viva la Selva Amazónica.

### **¿Qué valores respetamos?**

Respeto, responsabilidad, honestidad, seguridad, confiabilidad, seriedad y superación, trabajo en equipo.

## VISION PROPUESTA

***“Dentro de 5 años, ser la mejor opción de hospedaje y recreación en el Cantón Tena, diferente en el servicio hotelero- turístico, gracias a ideas nuevas, profesionalismo, servicio de calidad y fortalecimiento de la preservación de la riqueza cultural Quichua, para que las futuras generaciones aprecien el gran valor cultural que mantiene viva la Selva Amazónica”***

## VALORES CORPORATIVOS

Los valores de la empresa son los pilares más importantes de cualquier organización. Con ellos en realidad se define a sí misma, porque los valores de una organización son los valores de sus miembros, y especialmente los de sus dirigentes.

**Responsabilidad:** Cumplir con responsabilidad las actividades y tareas encomendadas para que el turista pueda sentirse a gusto del servicio ofrecido por la hostería.

**Lealtad:** Cumplir las responsabilidades individuales de cada una de las personas que conforman la empresa para fortalecer la imagen de la Hostería.

**Honestidad:** Actuar bajo criterio de la verdad, decente en todo los actos que se vayan a realizar en el área cultural y turística para que los huéspedes y turistas sientan que el servicio es de calidad junto a las personas que conforman la Hostería.

**Respeto:** Comprender y valorar la libertad de pensamiento y los derechos de cada persona, sin importar raza, color de piel o etnia ya que el Ecuador es Pluricultural, Multiétnico y sobre todo respeto por la Naturaleza.

**Eficiencia:** Se entregará un servicio de calidad a los turistas, siendo el resultado del trabajo en equipo de todos los miembros que aportan con el conocimiento y con las ganas de brindar un servicio excelente en base a la planificación de la Hostería.

**Compromiso:** Demostrar vocación y compromiso ante las actividades a realizarse ejerciendo el liderazgo necesario para dar cumplimiento a los objetivos de la Hostería, respetando el medio ambiente, eje primordial de la Amazonía Ecuatoriana y rescatando el valor cultural del pueblo Quichua.

**Competitividad:** Ser competitivo aplicando la cultura de calidad en el servicio, que permita responder efectivamente frente a las exigencias del mercado Hotelero Turístico de la ciudad del Tena.

Solidaridad: Cooperación permanente y continua entre los jefes y con el personal que trabaja en la parte operativa de la Hostería y sobre todo en las relaciones interpersonales con clientes y turistas.

Seguridad: Ofrecer al turista un ambiente tranquilo y confortable en donde pueda sentirse seguro de realizar las actividades planificadas en la Hostería y sus alrededores.

Seriedad: Demostrar rigor, responsabilidad y buena fe en todos los actos que se realicen en la Hostería.

Superación: Demostrar a todos los turistas y clientes las ganas de superación para llegar a ser una de las mejores Hosterías de la ciudad del Tena.

## MARKETING MIX

Se denomina a las herramientas o variables de las que dispone la empresa para cumplir con los objetivos del mercado meta.

El marketing es una función de la gestión hotelera, es la encargada de satisfacer adecuadamente las necesidades de los clientes. Mediante productos, en cantidad suficiente, calidad óptima, oportunidad precisa, servicios eficientes, garantía y con precios razonables.

**Gráfico Nro.32 Las 4 p**



Fuente: Marketing mix [www.mercadotecniaturistica.com](http://www.mercadotecniaturistica.com)  
Elaborado por: Carla Carrión Andi

**Producto:** Es todo aquello (tangible o intangible) que se ofrece a un mercado para su adquisición, uso o consumo y que puede satisfacer una necesidad o un deseo.

Según el análisis de las encuestas realizadas, los requerimientos que los turistas y posibles consumidores de nuestros servicios se contará con lo principal, ofreciendo así :

- CABAÑAS: El servicio de hospedaje será completo, ofreciendo así baño privado en cada una, brindando un servicio confortable para el turista.
- Restaurante: Brindar desayunos, platos a la carta, comida típica y bebidas.
- Áreas de recreación : Contará con piscina, área verde, juegos infantiles.
- Guianza: A los diferentes lugares aledaños del Cantón.
- Visita a Comunidad Quichua : Demostrar las costumbre y tradiciones del pueblo autóctono de la Amazonía. ( Diferente a la Competencia)
- Enseñanza de frases básicas del Kichwa: Para que el turista diferencie el servicio que se brinda.

Una vez que se logre el posicionamiento deseado, se ampliará las opciones para los clientes de la Hostería "Guaysa Panga" cubriendo a si las necesidades y expectativas futuras de los clientes.

Se podrá ofrecer nuevos servicios, como lo es un SPA, mismos que tendrán la atención personalizada de los profesionales de la Hostería.

### ESTRATEGIAS:

Se ofrece un servicio hotelero, por lo que se debe buscar la diferenciación de la competencia, basándonos en la Atención del cliente, que a continuación se detalla:

Contar con un personal altamente calificado en las diferentes áreas de la Hostería.

- Brindar capacitaciones constantes sobre temas del servicio al cliente y nuevas tendencias del mercado.
- Mantener un excelente ambiente laboral.
- Implementar programas de motivación constante.

### OBJETIVO

Ofrecer un servicio diferenciado, brindando la mayor calidad en el área de alojamiento, con la finalidad de dar a conocer ideas innovadoras que rescatan el valor cultural en los clientes.

**Precio:** Se ha establecido mediante la:

**Estrategia de Paridad de precios:** Es decir precios similares al de la industria Hotelera del Cantón Tena. Se considera iniciar con un precio de \$ 20.00 Dólares incluido impuestos.

**Descuentos y bonificaciones :** Se establece para lograr una penetración en el mercado, ya que son estrategias de motivación para el uso de los servicios y productos de la Hostería, siendo en épocas de de :

- Inauguración

- Fiestas de la Provincia del Napo ( 12 de Febrero)
- Fiestas del Tena ( 15 de Noviembre)
- Navidad
- Carnaval
- Semana Santa
- Difuntos.
- Vacaciones ( Sierra- Costa)
- Corporaciones

Es importante aclarar que los mismos se ofrecerán hasta conseguir una fidelidad en los clientes, es decir el posicionamiento, gracias a la calidad de los servicios brindando satisfacción.

#### OBJETIVO:

Captar un mayor número de clientela de la Hostería para incrementar un 6 % de ingresos anual en las ventas de los servicios y productos hoteleros turísticos.

#### Plaza:

Permite que el producto llegue al lugar adecuado, en el momento adecuado y en las condiciones adecuadas.

Los canales de distribución de los servicios se realizaran de la siguiente manera:

Canal 1: Venta Directa. Será publicada la información sobre la Hostería en un portal web, para mayor comodidad del cliente, se podrá acceder a servicios, precios, reservaciones, ubicación, preguntas, videos etc.

Canal 2: Venta a través de Minoristas. Mediante la publicación de los servicios de la Hostería, en las oficinas de actividades turísticas.

Canal 3: Venta directa. Información mediante volantes y trípticos en sectores estratégicos de las diferentes ciudades y puntos del país, en oficinas turísticas. La mejor apropiada es la de boca a boca, con la información proporcionada por

personas que visiten el lugar, informando a personas conocidas, amigos, familiares, vecinos la hospitalidad y la belleza amazónica.

### **Estrategias**

- Realizar alianzas estratégicas con las agencias de viajes de la provincia del Napo y de las principales ciudades, para dar a conocer sobre el lugar, atractivos y sus servicios.

### **Promoción:**

En lo que refiere a la promoción de la Hostería se formará de la siguiente manera:

- Ofrecer descuentos en las tarifas, cuando se extiendan los días de hospedaje.
- Ofrecer cupones, premios para los clientes, con el fin de estimular la visita y el consumo en la Hostería, tanto a los consumidores y la ciudadanía del cantón y provincia, se lo realizará por medio de:
  - .- Concursos en las emisoras
  - .- Por el internet, redes sociales
  - .- Instituciones públicas
  - .- Universidades del Ecuador
  - .- Eventos de belleza.
- En temporadas altas se ofrecerán paquetes promocionales, con eventos artísticos y culturales.

El posicionamiento es crear la imagen de un producto o servicio proyectado en relación con los productos de la competencia.

### **ESTRATEGIAS**

**De imagen:** Esta considerada el diseño del nombre de la Hostería y su slogan.

**De Logotipo:**

Creado según la imagen de la Hosteria “Guaysa Panga”, en base al confort, la comodidad, su atractivo llamativo que le guste a los turistas.

**Gráfico No.33 Logotipo de la Empresa**



Fuente: Propia  
Elaborado por: Carla Carrión Andi

**SIGNIFICADO:** Término Quichua que significa “HOJA de WAYUSA” la importancia es que esta hoja ha sido desde tiempos de nuestros antepasados muy importante para los pobladores.

La Wayusa es una de esas plantas que nos cuidan y nos enseñan, la tomamos en la madrugada, desde las 3 de la mañana, un Quichua no puede esperar dormido la venida del Sol, la llegada del nuevo día. Los Quichuas velamos con la Wayusa la madrugada, es el momento de nuestro primer encuentro en familia y en comunidad. Despertamos, encendemos el fuego, cosechamos la hoja, la cocinamos y nos sentamos a su alrededor. Lo que nos enseña la Wayusa es sobre los sueños, cuando estamos tomándola todos contamos nuestros sueños porque para los Quichuas los sueños son grandes enseñanzas de los ancestros, por eso es que hay que



compartirlos en familia, por eso es que hay que aprender de ellos en comunidad, ellos nos preparan para el nuevo día.

A veces soñamos con animales poderosos de la selva, otras veces con cascadas o lagunas sagradas, otras veces nos advierten de algún peligro que podemos encontrar. Cada animal, cada planta, cada cascada tiene un significado, el sueño es revelador e instructivo, y así con la Wayusa empieza el diario vivir, con fortaleza y vigor

Importancia: El nombre se escogió ya que es una planta vital para el desarrollo de los nativos quichuas porque tiene muchos beneficios para el cuerpo humano y porque en el área destinada para la creación de la Hostería, existe una gran número de esta planta medicinal, por eso creí conveniente llamarla de esa forma y más aún en termino Quichua.

**Del Slogan:** Ayudará al posicionamiento en la mente del consumidor, turistas nacionales y extranjeros.

*Ven y disfruta del confort cerca de la  
Naturaleza Amazonica ...*

Se ha escogido este slogan, ya que la AMAZONIA es naturaleza y cultura, mucha diversión, novedades por conocer y descubrir la magia que posee, con sus atractivos naturales, ríos, cascadas, paisajes, montañas volcanes, plantas, personas amables y hospitalarias es un conjunto que se encuentra dispuesto a brindar un servicio de excelencia y de calidad.

La importancia se encuentra que los turistas nacionales y extranjeros buscan hoy en día lugares sanos y libres de la bulla de las ciudades, del stress diario, porque la naturaleza es vida, es salud.

**De publicidad:** Es crear un impacto directo sobre el cliente para que consuma el producto o servicio, realizando publicidad en:

### Gráfico Nro.34 Tarjeta de Presentación



Fuente: Propia  
Elaborado por: Carla Carrión Andi

Es importante este tipo de publicidad ya que de esta forma captaremos un mayor número de clientes o ya seremos una opción de hospedaje.

Se entregará a persona en instituciones públicas y privadas en la ciudad de Quito al igual que en Tena, obtiene información necesaria para los turistas nacionales y extranjeros.

## Gráfico Nro.35 Tríptico cara 2

### SERVICIOS

Hostería "Waysa Panga" les ofrece un ambiente acogedor, cómodo con la tranquilidad de la naturaleza en:

- **Cabañas Matrimoniales:** Para el disfrute de dos personas.



- **Cabañas Familiares:** Para grupos especiales de hasta 6 personas.



- **Restaurante:** Platos típicos de la Amazonía



- **Recreación:** Piscina para adultos y niños.



- **Senderos:** Observación de la diversidad de plantas medicinales que ofrece la Amazonía.



- **Paseos por la selva:** Puede observar la flora y fauna que existe en la zona.



- **Visita a la Comunidad Quichua:** Aquí podrá admirar el baile típico, sus costumbres y forma de vida.





Gráfico Nro. 36 Tríptico cara1

**INFORMACIÓN GENERAL:**

Tena es la capital de la Canela, ubicada en la provincia del Napo, de clima agradable cálido- tropical.

Posee atractivos naturales y culturales como son; rios, cascadas, animales, vegetación exuberante y comunidades Quichuas que muy gustosos le enseñaran de todas sus costumbre y tradiciones.



**UBICACIÓN**

Provincia del Napo, capital del Tena a 20 minutos de la ciudad en la via Tena – Pano.

Telefonos: 062886-874 / 093926741  
(A 5 horas de la ciudad de quito)

[www.hosteriawaysapanga.com.ec](http://www.hosteriawaysapanga.com.ec)



*Ven y disfruta del confort cerca de la  
Naturaleza Amazonica ...*



Gráfico Nro.37 Volante

- *Cabañas Matrimoniales*
- *Cabañas Familiares*
- *Restaurante*
- *Recreación*
- *Senderos*
- *Paseos por la selva*
- *Visita a la Comunidad Quichua*



*Ven y disfruta del confort cerca de la Naturaleza Amazonica ...*



[www.hosteriawaysapanga.com.ec](http://www.hosteriawaysapanga.com.ec)

Elaborado por: Carla Carrión Andi



Gráfico Nro. 38 Menú

**Hosteria  
Waysa  
Panga**

*Ven y disfruta del confort cerca de la  
Naturaleza Amazónica...*

# MENU

Desayunos .....	2,50
Almuerzos .....	3.50
Cena.....	6.00
<b>ENTRADAS</b>	
Ceviche de palmito.....	3,00
Ceviche de pollo.....	2,50
Ensalada amazónica.....	2,80
<b>PLATOS FUERTES</b>	
Tilapia en maito.....	4,80
Tilapia al vapor.....	4,50
Tilapia frita.....	4,80
Maito de chontacuros.....	3,00
Caldo de gallina criolla.....	3,50
Maito de pollo.....	2,50
<b>BEBIDAS</b>	
Jugo de araza.....	1,50
Jugo de chonta.....	1,50
Jarra de limonada.....	2,00
Jugo de piña.....	1,25
Jugo de tomate de árbol.....	1,30
Jugo de melón.....	1,30
Colas .....	1,00
Agua sin gas.....	0.60
Cerveza.....	1,50
<b>POSTRES</b>	
Ensalada de frutas con helado...	2,50
Helado de sabores.....	1,35

Elaborado por: Carla Carrión Andi

## **MARKETING DIRECTO:**

Es importante estar siempre en el consumidor, mediante el merchandising como son: calendarios, esferos, llaveros. Etc.

### **.- OBJETIVOS**

.- Captar un 70 % de los clientes de la Hostería, e incentivar a que consuman los productos y servicios adicionales que ofrece.

.- Desarrollar campañas de promoción cada 3 meses, a nivel local y nacional, fomentando el crecimiento en ventas.

.-Realizar materiales publicitarios, novedosos y llamativos para ser distribuidos en los puntos estratégicos.

.- Evaluar el proceso de publicidad, para mejorar y alcanzar los objetivos deseados.

### **Objetivos corporativos**

Los objetivos corporativos son los resultados globales que una organización espera alcanzar en el desarrollo y operacionalización concreta de su misión y visión, para alcanzarlos se requiere la contribución de todas las áreas de la organización y, por tanto su participación en ello.

1.- Convertirse en la principal opción de alojamiento, de características únicas en el fortalecimiento de la preservación del pueblo autóctono Quichua, brindando un servicio de calidad y atención personalizada.

2.-Asegurar la permanencia y lealtad de la clientela en la Hostería.

3.-Contar con un buen recurso humano en todas las áreas de la Hostería.

4.-Realizar campañas internas sobre la conservación del medio ambiente.

5.-Desarrollar campañas de promoción de la Hostería a nivel local y nacional para el crecimiento del mercado.

## Estrategias

1. Realizar encuestas a los clientes, para determinar si los servicios y productos son de su agrado y saber si se cumple con las necesidades requeridas.
2. Realizar una base de datos de los clientes que utilizan la Hostería, para establecer a los clientes frecuentes y brindarles descuentos o consumos especiales en el Restaurante y en fechas especiales.
3. Capacitar al personal y crear un ambiente laboral propio basado en la responsabilidad y el trabajo en equipo.
4. Implementar informativos de normas básicas para la conservación de la naturaleza de la Hostería y de la Amazonia.
5. Diseñar y crear material publicitario de la hostería, donde se dé a conocer al público en general, los servicios, instalaciones, servicios, atractivos naturales y culturales, en los auspicios de diferentes eventos culturales y públicos.

## Planes de acción

En la Hotelería y administración son muy importantes los planes de acción porque intervienen todo el personal de la misma. Prioriza las iniciativas más importantes para cumplir con ciertos objetivos y metas. De esta manera, un plan de acción se constituye como una especie de guía que brinda un marco o una estructura a la hora de llevar a cabo un proyecto. Dentro de una empresa, un plan de acción puede involucrar a distintos departamentos y áreas. El plan establece quiénes serán los responsables que se encargarán de su cumplimiento en tiempo y forma. A continuación se detalla los planes de acción que se van a utilizar en Hostería “Waysa panga”



Cuadro Nro.23 Plan de Acción1 – Servicio

<b>Objetivo</b>	Convertirse en la principal opción de alojamiento, de características únicas en el fortalecimiento de la preservación del pueblo autóctono Quichua, brindando un servicio de calidad y atención personalizada.							
<b>Estrategia</b>	Realizar encuestas a los clientes, para determinar si los servicios y productos son de su agrado y saber si se cumple con las necesidades requeridas.							
<b>Actividades</b>	<b>Responsable y Tarea</b>	<b>Tiempo</b>	<b>Recurso</b>				<b>Resultado</b>	<b>Indicador</b>
			<b>H</b>	<b>M</b>	<b>T</b>	<b>F</b>		
Ofrecer una bebida típica como gesto de bienvenida	Recepcionista	365	x	x			Captar clientela y curiosidad del producto	Número de clientes que visiten
Informar sobre las costumbres y formas de vida de los quichuas	Administrador	365	x	x	x		Captar atención, interés y motivar la visita	Clientes que se hospeden por día
Realzar la decoración con materiales típicos	Administrador	Cada año	x	x		x	Ambiente autóctono	Nivel de satisfacción de los clientes
Implementar un stand con los instrumentos típicos y vestimenta quichua.	Gerente / Administrador recepcionista	Cada año	x	x		x	Informar sobre el valor cultura Quichua	Recursos utilizados para que observen, materiales.
Indicar frases importantes en quichua	Gerente / Administrador recepcionista	365	x	x	x		Experiencia educativa única,	Aceptación y satisfacción de los clientes

Cuadro No.24 Plan de Acción 2

Actividades	Responsable y Tarea	Tiempo	Recurso				Resultado	Indicador
			H	M	T	F		
<b>Objetivo</b>	Asegurar la permanencia y lealtad de la clientela en la Hostería							
<b>Estrategia</b>	Realizar una base de datos de los clientes que utilizan la Hostería, para establecer a los clientes frecuentes y brindarles descuentos o consumos especiales en el Restaurante y en fechas especiales.							
Brindar toda información sobre la hostería	Administrador/ Recepcionista / Personal	365 Días	x		X		Satisfacer las necesidades del huésped.	Nivel de satisfacción
Informar sobre los atractivos naturales y culturales cercanos a la hostería.	Administrador	365 Días	x	x	x		Promoción del sector, atractivos naturales y culturales, servicio	Visita a lugares turísticos
Registrar a todos los clientes con información relevante.	Recepcionista	365 Días	x		x		Base de datos para observar al cliente frecuente	Listado de clientes
Realizar descuentos en eventos importantes.	Administrador recepcionista	Cada año		x		x	Fidelizar al cliente.	Incremento en la visita a la hostería.

Elaborado por: Carla Carrión

Cuadro Nro. 25: Plan de acción 3

Objetivo	Contar con un buen recurso humano en todas las áreas de la Hostería							
Estrategia	Capacitar al personal y crear un ambiente laboral propio basado en la responsabilidad y el trabajo en equipo.							
Actividades	Responsable y Tarea	Tiempo	Recurso				Resultado	Indicador
			H	M	T	F		
Realizar encuestas sobre el servicio recibido.	Administrador/ Recepcionista / Personal	Cada mes	x		X		Personal calificado	Grado de satisfacción del cliente
Capacitar en temas importantes	Administrador	Cada 3 meses	x	x	x		Mejorar el R.R.H.H	Mejor atención al cliente. Demostrar servicio de calidad.
Supervisar las actividades realizadas en las áreas.	Administrador	Cada mes	x	x			Desempeño excelente de funciones	Optimización de tiempo en las tareas.
Fijar sueldos, observando su nivel de preparación y servicio. Y pagar a tiempo.	Administrador y Contador	Cada año				x	Satisfacción y seguridad del personal	Trabajo en equipo. Satisfacción del personal.
Afiliación a casas comerciales	Administrador recepcionista	Cada año	x				Iniciativa a ser recíproco con la Hostería.	Mejor rendimiento y confianza.

Elaborado por: Carla Carrión

Cuadro Nro.26 Plan de Acción -4

<b>Objetivo</b>	.Realizar campañas internas sobre la conservación del medio ambiente							
<b>Estrategia</b>	Implementar informativos de normas básicas para la conservación de la naturaleza de la Hostería y de la Amazonia.							
<b>Actividades</b>	<b>Responsable y Tarea</b>	<b>Tiempo</b>	<b>Recurso</b>				<b>Resultado</b>	<b>Indicador</b>
			<b>H</b>	<b>M</b>	<b>T</b>	<b>F</b>		
Informar sobre la importancia de la conservación.	Administrador/	365 días	x		X		Conservación de los recursos turísticos naturales.	Nivel de conocimiento de la conservación.
Socializar a los grupos de turistas las principales causas en la naturaleza y el medio ambiente por la contaminación.	Administrador	3645 días	x		x		Informar la importancia de las especies y su destrucción en el ambiente	Conocer lo relevante a la contaminación y sus incidencias.
Indicar la flora y fauna que está en peligro de extinción.	Administrador	Cada mes	x	x			Determinar los efectos de la destrucción de ecosistemas	Número de especies conservadas y en peligro.
Educar a los clientes para proteger el medio ambiente.	Administrador y Contador	Permanente	x		x		Aumentar el cuidado de la Amazonía.	Importancia de la naturaleza.

Elaborado por: Carla Carrión

Cuadro Nro.27 Plan de Acción 5

<b>Objetivo</b>	Desarrollar campañas de promoción de la Hostería a nivel local y nacional para el crecimiento del mercado.							
<b>Estrategia</b>	Diseñar y crear material publicitario de la hostería, donde se dé a conocer al público en general, los servicios, instalaciones, servicios, atractivos naturales y culturales, en los auspicios de diferentes eventos culturales y públicos.							
<b>Actividades</b>	<b>Responsable y Tarea</b>	<b>Tiempo</b>	<b>Recurso</b>				<b>Resultado</b>	<b>Indicador</b>
			<b>H</b>	<b>M</b>	<b>T</b>	<b>F</b>		
Creación del material publicitario.	Administrador/	Cada que lo requiera cada 5 años	x	x		x	Tener identidad propia y captar información e interés en los clientes.	Mayor incremento en ventas
Entregar material en agencias de viajes, ferias, locales estratégicos, instituciones y exposiciones.	Administrador	Cada 3 meses		x	x		Posicionamiento y entregar la imagen corporativa de la Hostería.	Promoción a nivel local, nacional e internacional.
Brindar promociones a Instituciones públicas, privadas, colegios, universidades.	Administrador	En periodo de vacaciones, feriados	x	x			Captar una mayor clientela-	Nuevo mercado.

## **CAPITULO IV**

### **ESTUDIO TECNICO**

Con la información proporcionada por el estudio de mercado y las variables que existen en torno al proyecto se procederá a desarrollar el planteamiento técnico, buscando definir las características del hotel y de los productos y servicios que se ofertan.

Aquí se determinará el nivel máximo de operatividad del hotel, la capacidad instalada que se dispondrá para atender la demanda de los huéspedes. A continuación se va detallar los recursos que se van a utilizar en lo referente al humano, material, tecnológico y económico, en cuanto al terreno hay que mencionar que es propio de herencia familiar, que por años ha sido mantenido para que no pierda el valor cultural y natural que actualmente posee.

#### **MACRO LOCALIZACIÓN**

El proyecto de la creación de la Hostería “Waysa Panga” va estar estratégicamente ubicado en la provincia de Napo; misma que es la heredera del territorio de El Dorado, del País de la Canela y la cultura de los quijos. Posee una configuración geográfica única; se desprende de los páramos andinos, desciende entre rápidos y cascadas hasta el misterio húmedo y exuberante de la selva dando cabida a varias zonas de vida que encierran una intensa variedad de especies de animales y plantas.

La presencia de cientos de cavernas y rocas con incrustaciones de conchas marinas confirman que la amazonia fue un mar interior hace aproximadamente 600 millones de años. Las misteriosas grafías que se conservan en grandes rocas en las riberas de los principales afluentes del alto Napo atesoran mensajes legados por culturas milenarias

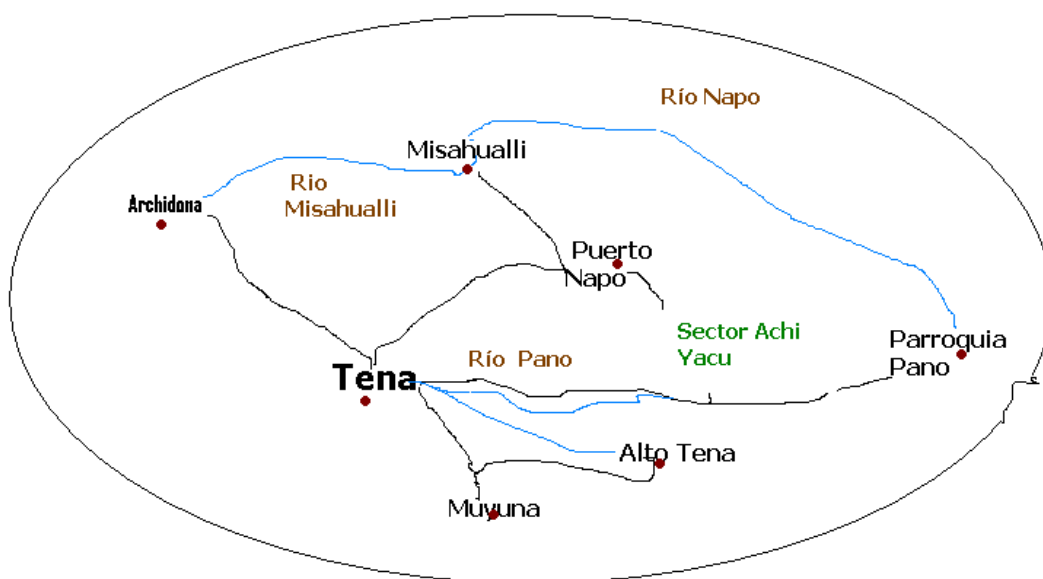
que aún no han sido descifrados. Recorrer esta provincia es un acontecimiento inolvidable. Los sitios naturales y las manifestaciones culturales que encierra la convierten en uno de los mejores destinos turísticos del mundo.

En toda el área de la provincia distribuida en los 5 cantones, se puede realizar un sinnúmero de actividades de entretenimiento, como el rafting, Kayak, paseo en canoa motor por el grande río Napo, observación de las especies naturales, Flora y Fauna y sobre todo una diversidad étnica como son los Quichuas y Huoranis.

#### MICRO LOCALIZACIÓN

La Hostería Waysa Panga estará ubicado en la parroquia Pano, sector Achi Yacu en el Cantón de Tena, provincia del Napo.

**Gráfico Nro.39 Mapa de micro localización**



Fuente: Propia  
Elaborado por : Carla Carrión Andi

## Tamaño del proyecto

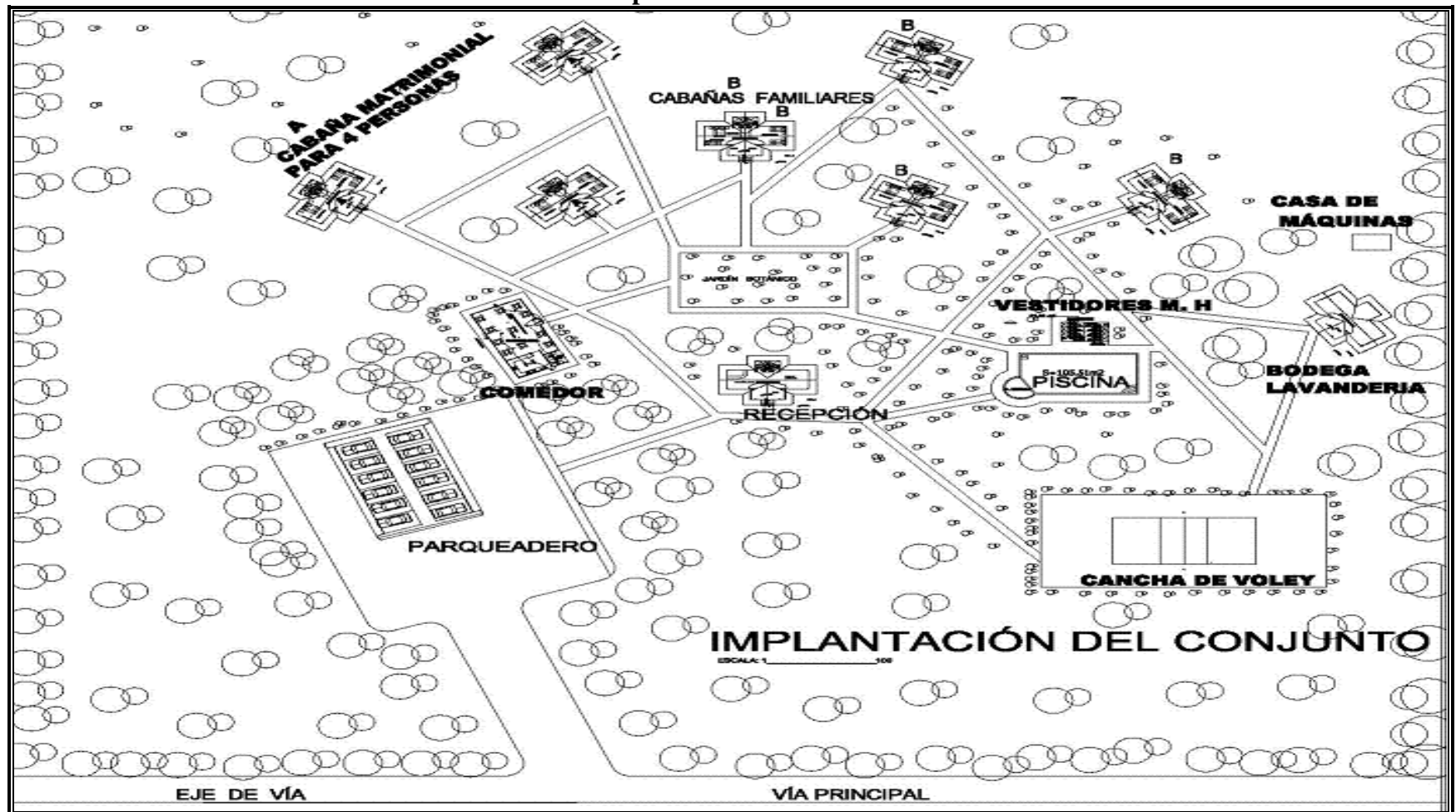
Según las proyecciones y en base al área del terreno se ha determinado la distribución de la siguiente manera.

- 7 Cabañas de Hospedaje ( 52,61) m2
- Parqueadero (300)m2
- Comedor (95,89)m2
- Jardín Botánico (224)m2
- Piscina ( 105,51)m2
- Cancha de Vóley (162)m2
- Recepción ( 52,61) m2
- Bodega ( 52,61)m2
- Vestidores (21.60)m2
- Senderos (748)m2

**TOTAL DEL AREA = 5 Hectárea**

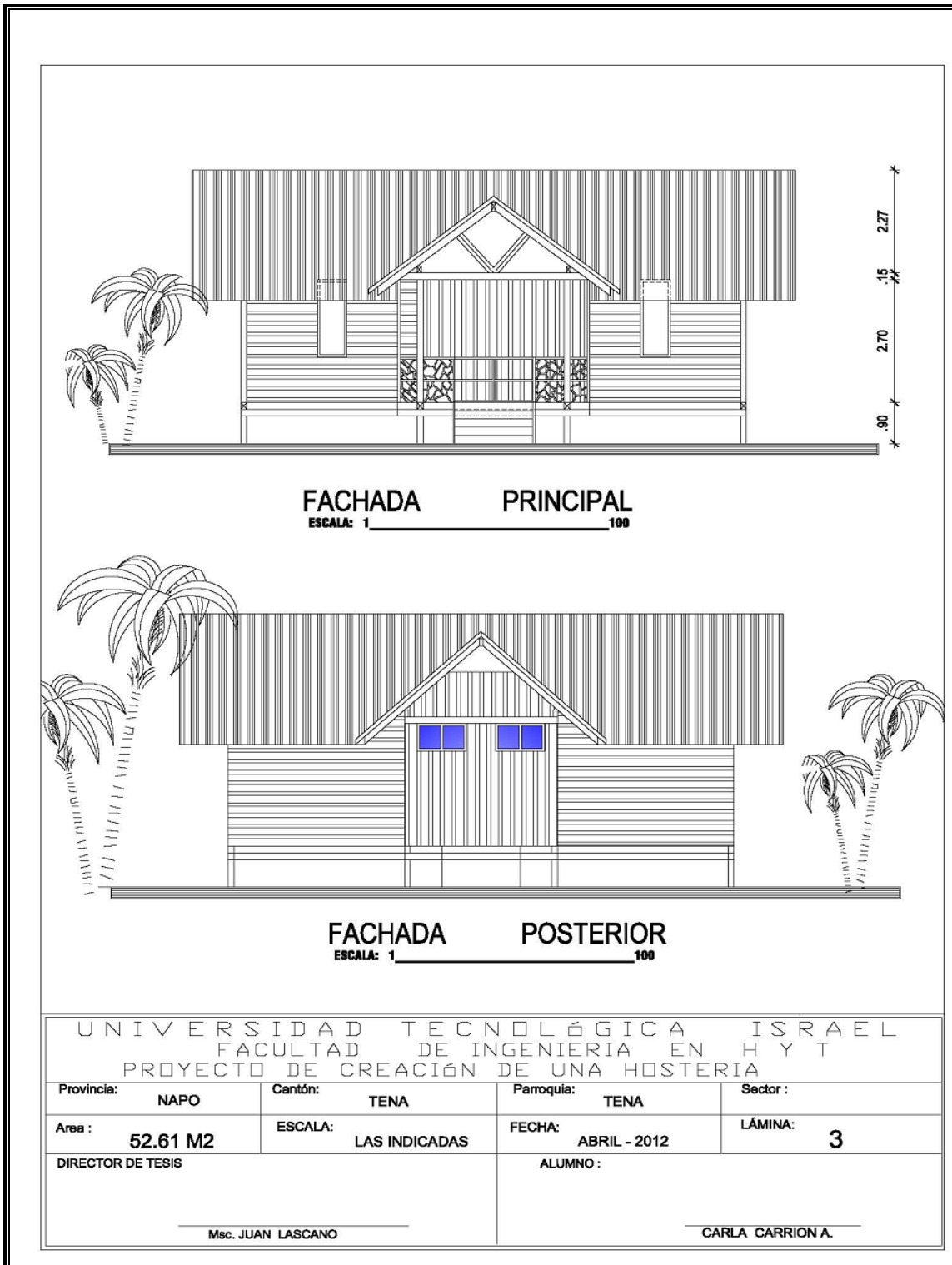


Gráfico Nro.40 Implantación de la Infraestructura



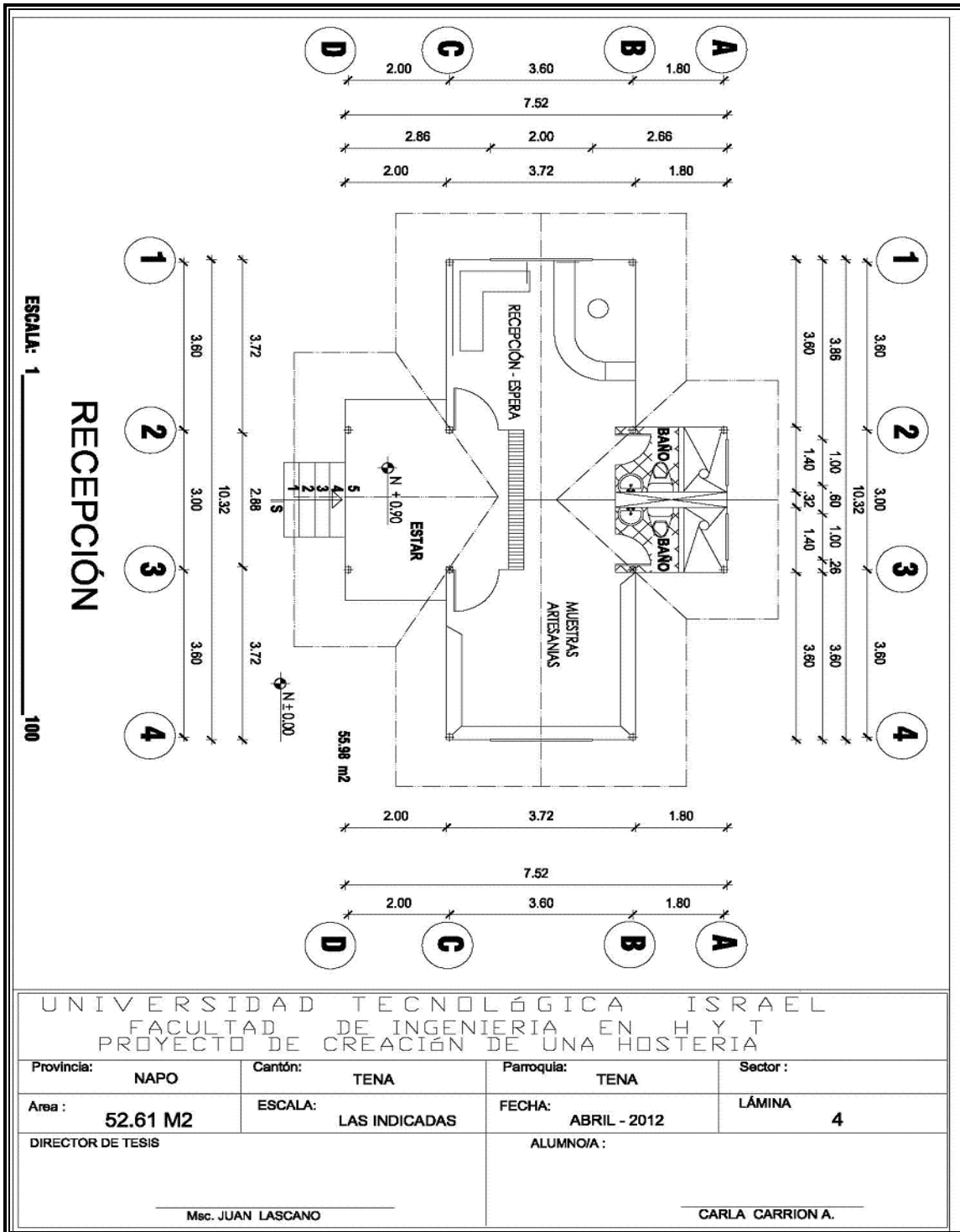
Fuente: Propia  
Elaborado por: Carla Carrión Andi

**Gráfico Nro. 41 Fachada de las Cabañas**



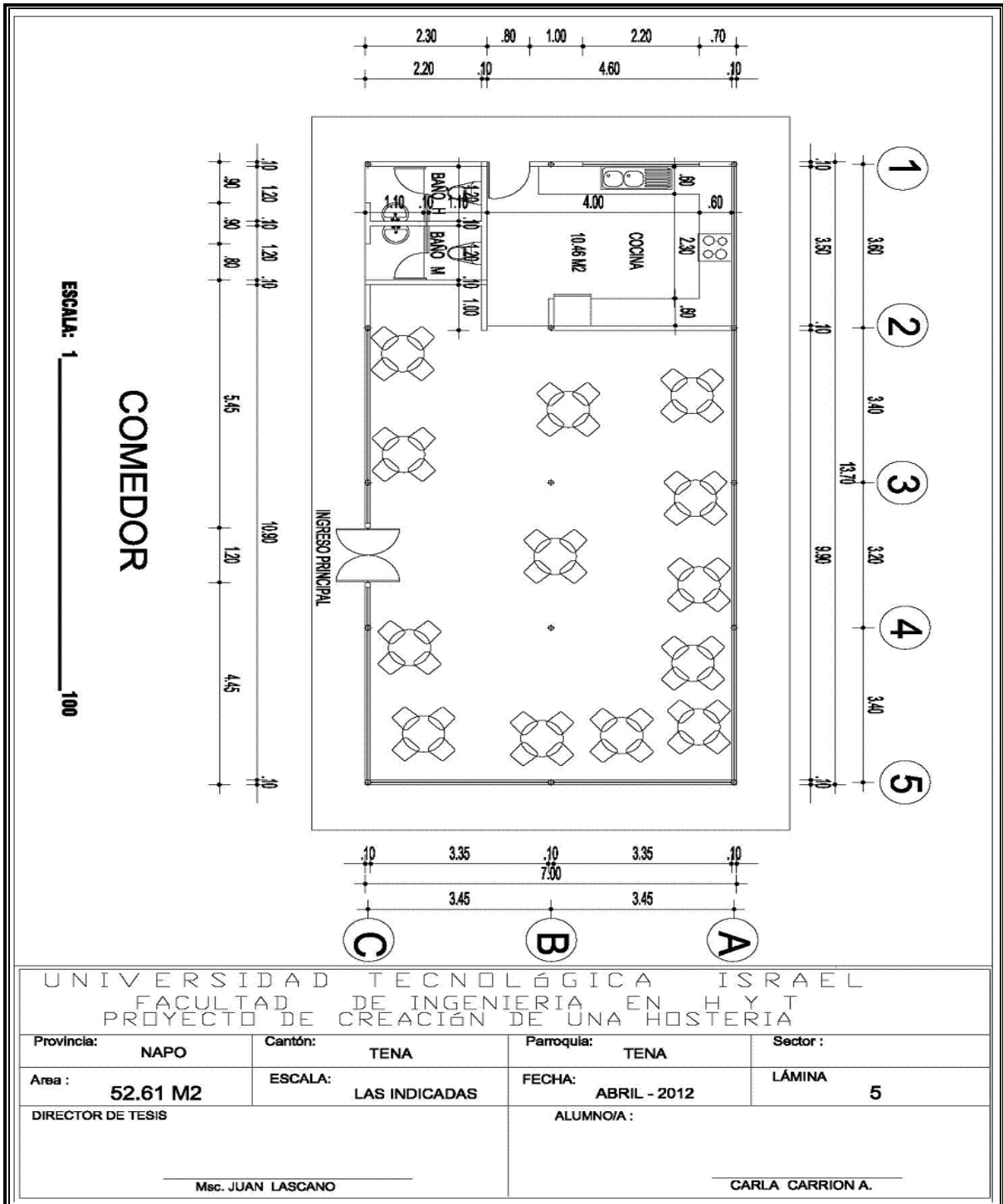
Fuente: Propia  
 Elaborado por: Carla Carrión Andi

Gráfico No.42 Cabaña de Recepción



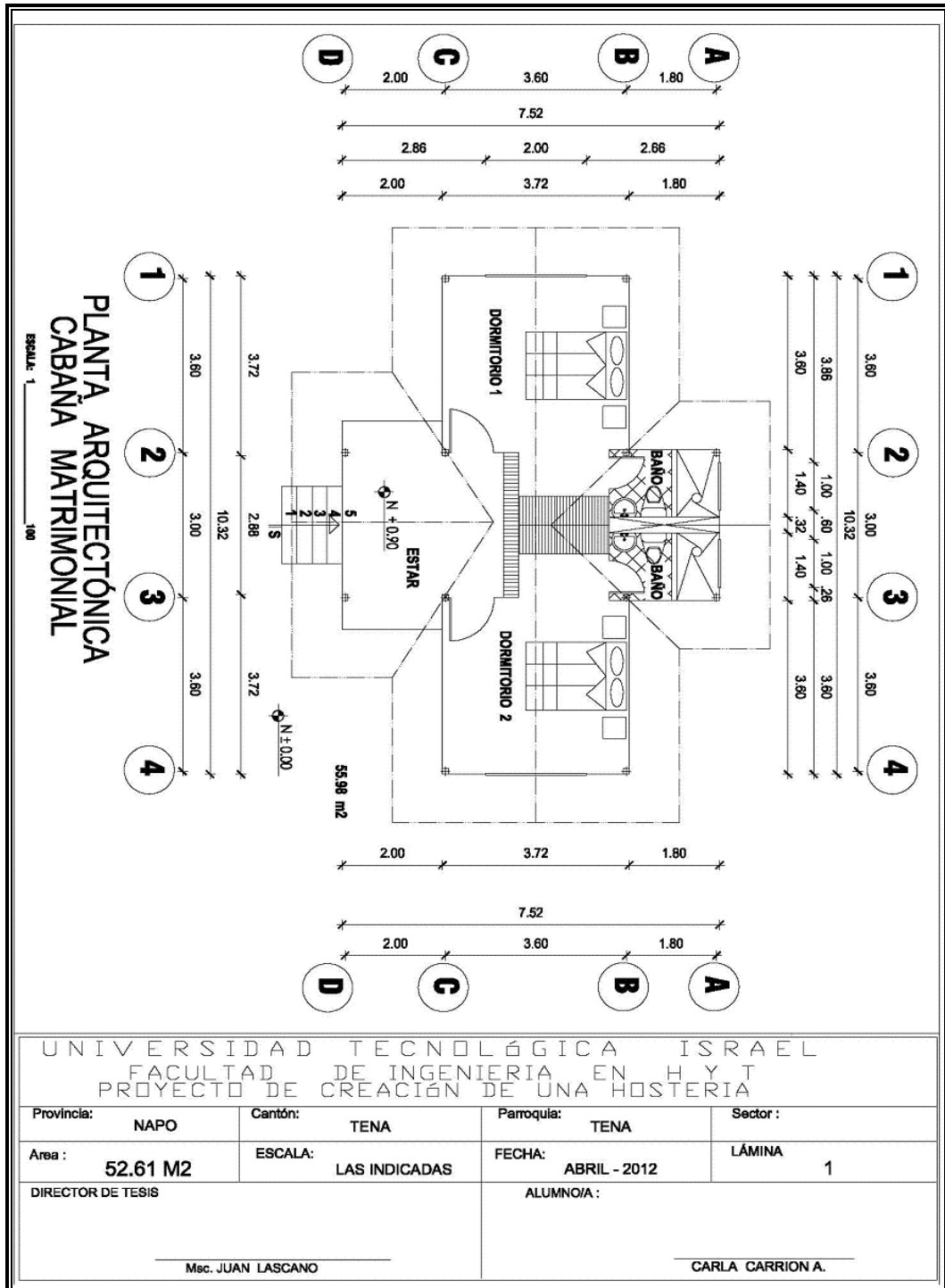
Elaborado por: Carla Carrión Andi  
Fuente: Propia

Gráfico No.43 Cabaña de Comedor



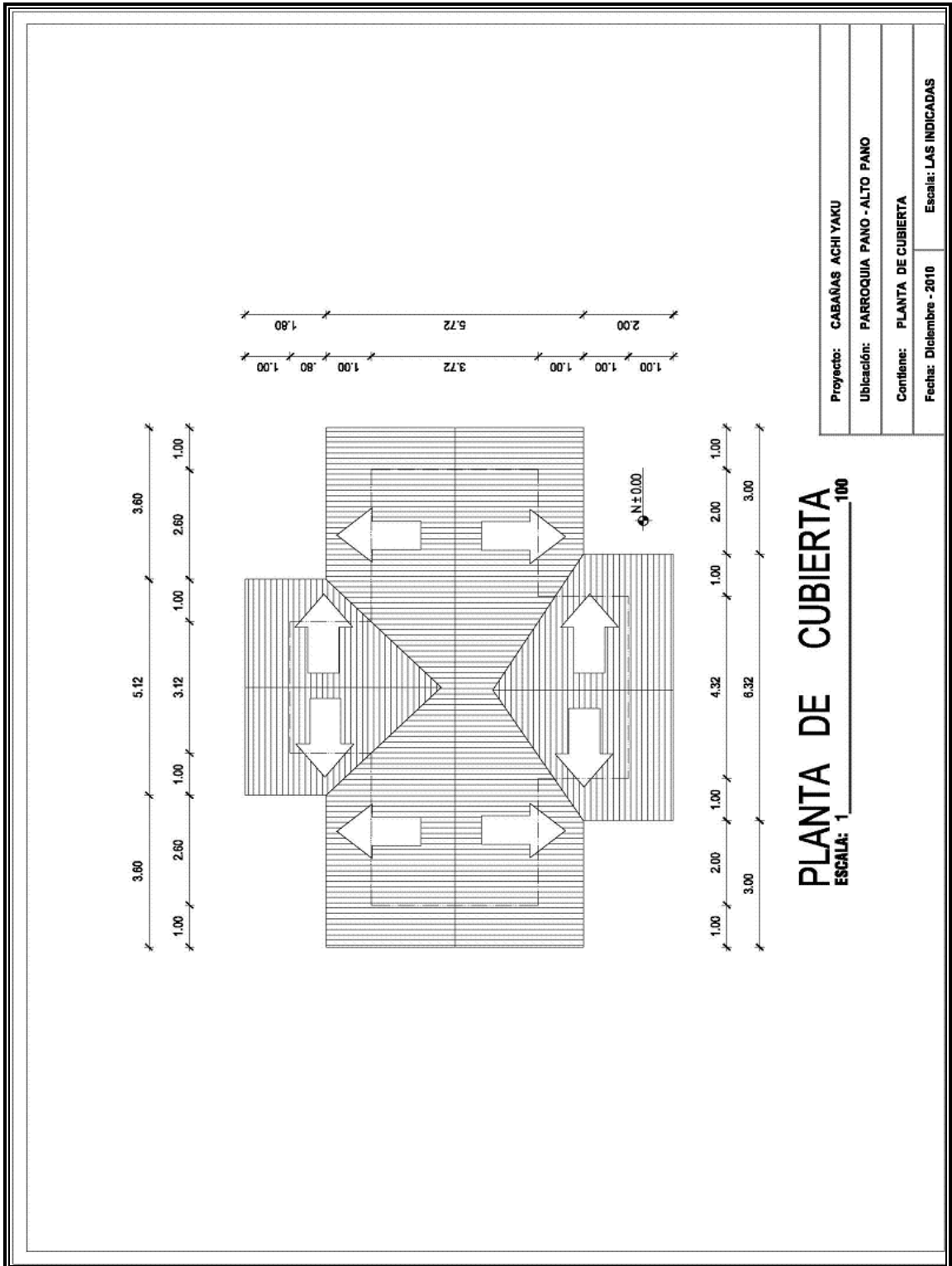
Elaborado por: Carla Carrión Andi  
Fuente: Propia

Gráfico No.44 Cabaña Matrimonial



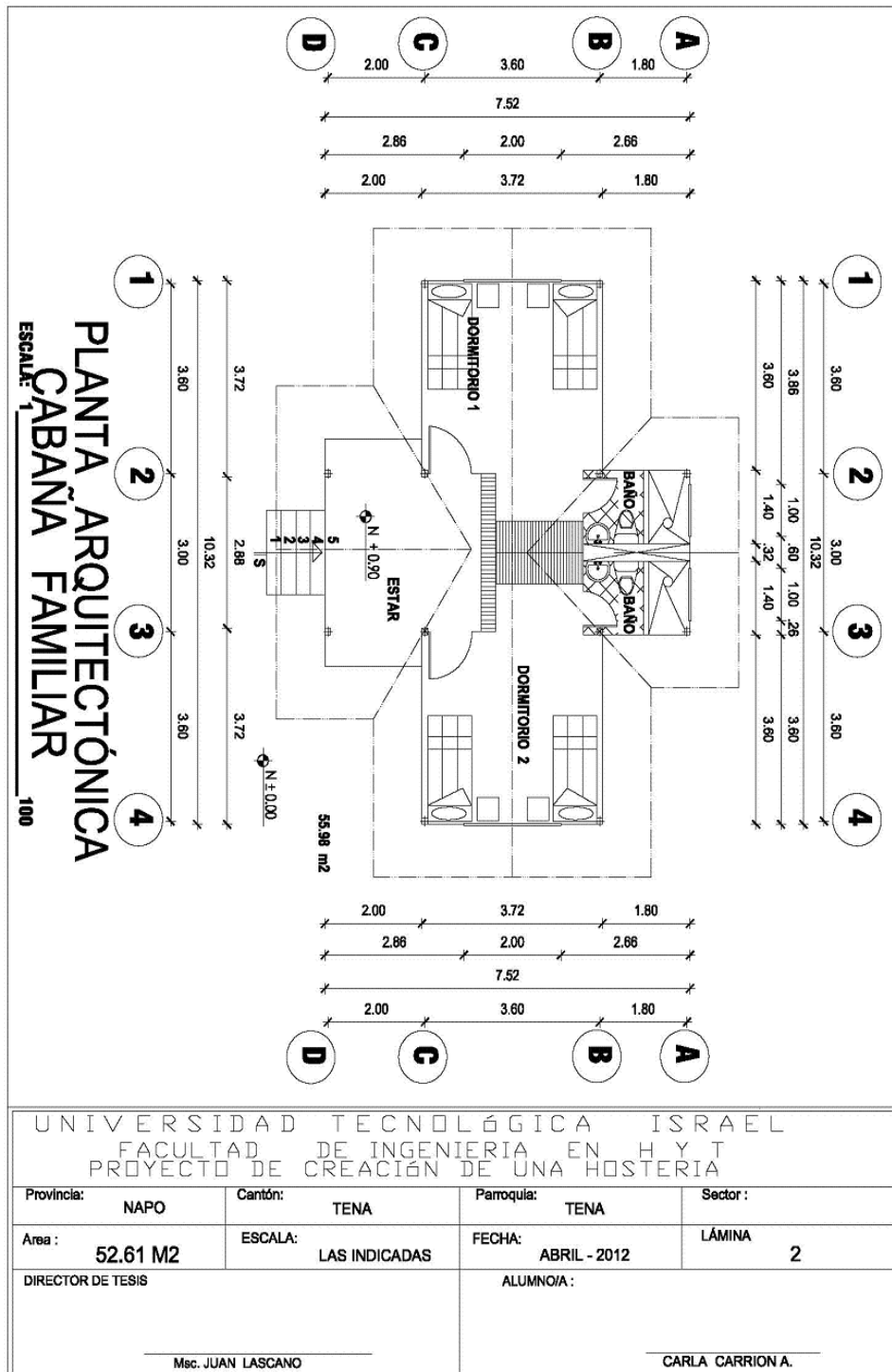
Elaborado por: Carla Carrión Andi  
Fuente: Propia

Gráfico No.45 Cubierta



Elaborado por: Carla Carrión Andi  
 Fuente: Propia

Gráfico No.46 Cabaña Familiar



Elaborado por: Carla Carrión Andi  
Fuente: Propia

## Recursos

Recurso humano: Se contará con personal calificado, capaz de brindar un buen servicio al cliente, con conocimientos sobre la atención, turismo, administración, gastronomía y hotelería.

También se va trabajar con personas de la comunidad Quichua de “Achi Yacu” ya que debemos priorizar la mano de obra del sector.

Cuadro Nro.28 Recurso Humano

<b>CONCEPTO</b>	<b>Número</b>
Administrador	1
Recepcionista día	1
Recepcionista noche	1
Cocinero	1
Auxiliar de Cocina 1	1
Mesero	1
Camarero	1
Guardián	1
Contador 1/2 tiempo	1

Elaborado por: Carla Carrión Andi  
Fuente: Propia



Gráfico Nro.47 Organigrama general de la empresa

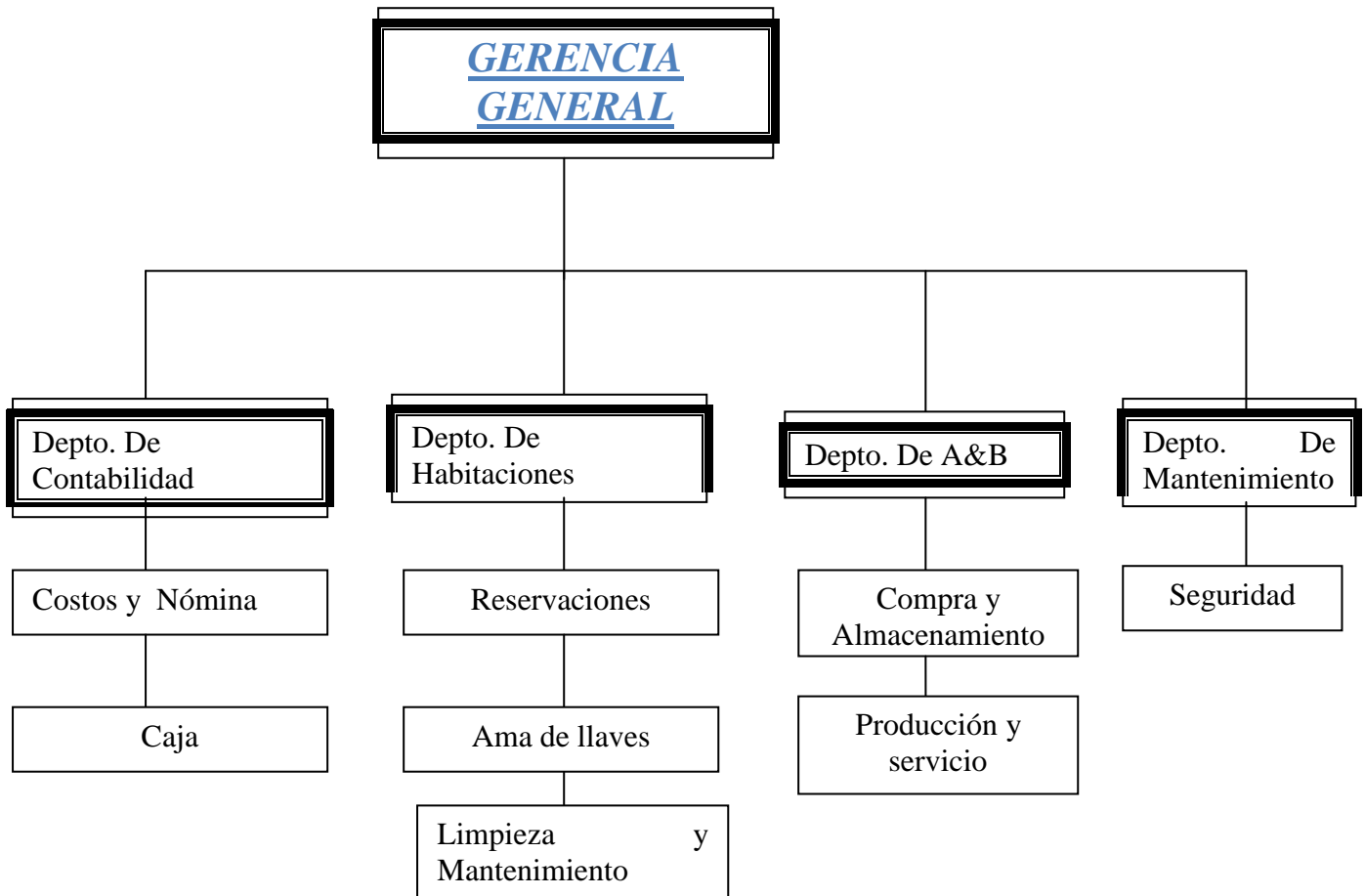
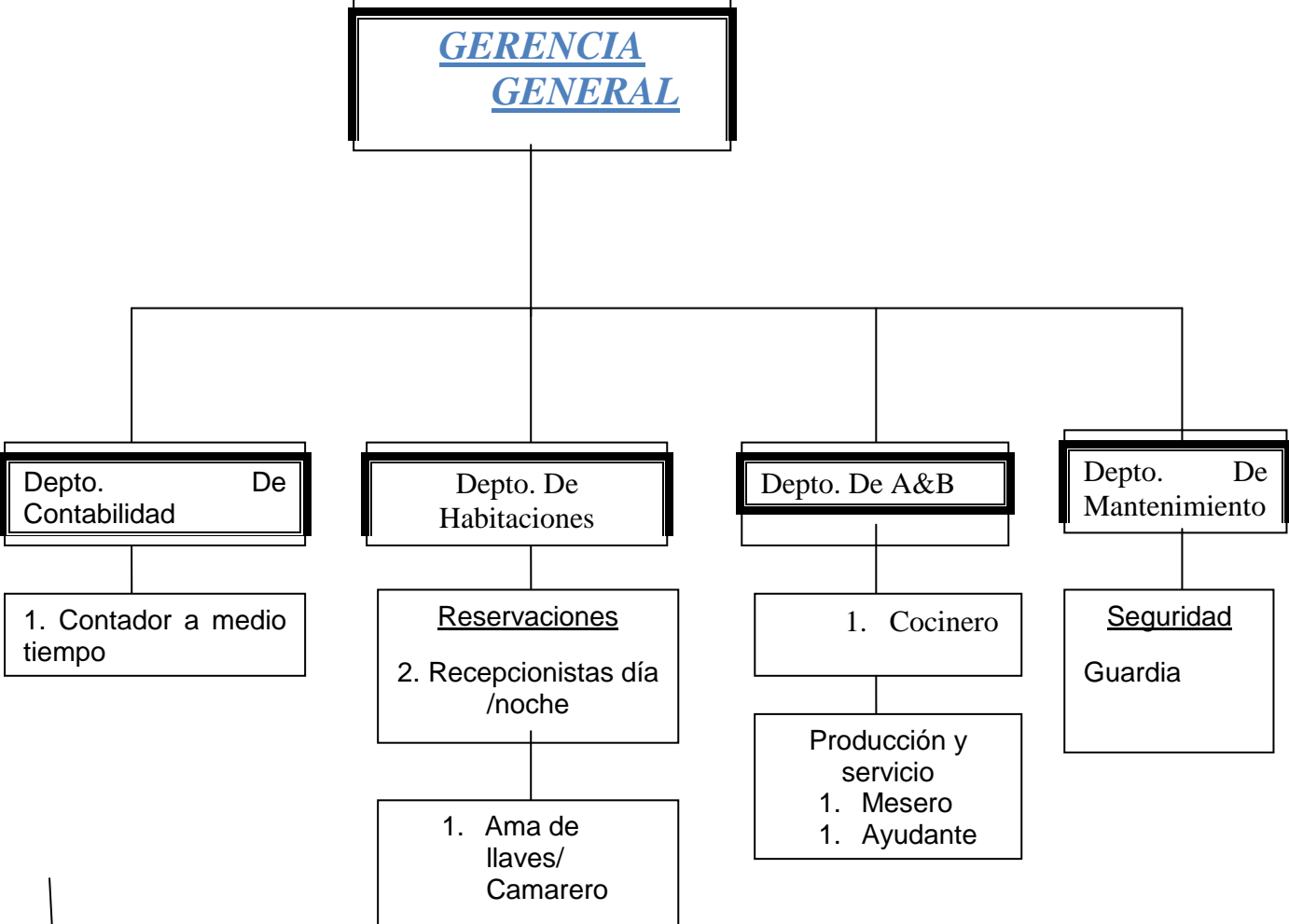


Gráfico Nro. 48 Organigrama Funcional



## PUESTOS Y FUNCIONES

**La Gerencia General:** Tiene como propósito, organizar, dirigir y coordinar el funcionamiento y desarrollo del BANMAT, de acuerdo a la política institucional establecida por el Directorio y su Presidencia.

**Dep. Producción.** Es en el departamento de producción donde se solicita y controla el material del que se va a trabajar, se determina la secuencia de las operaciones, las inspecciones y los métodos, se piden las herramientas, se asignan tiempos, se programa, se distribuye y se lleva el control del trabajo y se logra la satisfacción del cliente. La instrucción en este campo revela cómo se realiza la producción, como se lleva a cabo, como se ejecuta y cuánto tiempo toma hacerla.

**Dep. Alojamiento.** El objetivo de este departamento es la renta de habitaciones noche a noche, ya que nuestro producto espacio-tiempo, es lo que venderemos. Nuestra mercancía no es algo que pueda almacenarse, puesto que está sujeta a pérdida si no se renta hoy. Para un hotel, un cuarto que no se rente será dinero que nunca se recupere. Por esta razón, el hotel está obligado a rentar el mayor número de habitaciones, procurando que sean rentadas primero aquéllas cuyo precio sea mayor. Las personas que laboren en este departamento, deben estar conscientes de lo delicado de su labor y tomar en cuenta que es aquí donde se inicia el ciclo que bien podríamos llamarle de hospitalidad. Ya que es el primer contacto que tiene el cliente con nuestro hotel, y éste puede ser en forma personal, por carta, vía fax o telefónica, etc. También puede ser usado algún intermediario, como agencia de viajes, asesoría de grupos y convenciones, oficinas gubernamentales, líneas aéreas.

**Dep. de Contabilidad:** Al igual que en cualquier otra empresa se encarga de todo lo relacionado con el aspecto financiero y contable del hotel: llevar libros oficiales y auxiliares, pagar oportunamente los impuestos.

Dep. de Mantenimiento: Se responsabiliza de la conservación del edificio, del buen estado y funcionamiento de todo el equipo e instalaciones y suministro de energía.

Dep. de alimentos y bebidas : Es un departamento que da uno de los mayores ingresos al hotel de manera complementaria, a la vez con habitaciones, las conferencias y reuniones en los salones destinados a este efecto son uno de los principales responsables de la alta ocupación en esta área de servicio. El Departamento de Alimentos & Bebidas de un hotel es el área desde la cual se coordina, a diario, las operaciones del restaurante, la cocina, el departamento de banquetes, las barras, el servicio a habitaciones (room service) y utilería o steward. También es un sector que emplea a una importante dotación numérica de personal.

### **Funciones del Personal**

Gerente General:

- Proponer al Directorio y dirigir la aplicación de planes, presupuestos, organización, estrategias y objetivos empresariales.
- Evaluar el logro de objetivos y el desempeño de las Gerencias y Oficinas a su cargo. Dirigir las acciones de mejora y rediseño de procesos del negocio, la calidad del servicio y de la productividad empresarial.
- Supervisar los procesos de colocación y recuperación de los préstamos del BANMAT. Supervisar la administración de los recursos humanos, financieros, materiales y de servicios concernientes a la gestión institucional.
- Dirigir y coordinar las relaciones de cooperación internacional e interinstitucional. Dirigir la implementación de las disposiciones del Directorio y la Junta General de Accionistas.
- Disponer la implementación de las medidas correctivas resultantes de las Auditorías realizadas.
- Delegar las atribuciones necesarias para la mejor marcha de la institución. Desempeñar otras funciones fijadas por el Estatuto Social y el Directorio.

## Recepcionista:

- Es la «cara» de los establecimientos de hotelería a ojos de los clientes, ante los que realiza funciones administrativas y comerciales.
- Debe ser consciente del estado de ocupación del establecimiento para poder comercializar con diligencia las plazas con las que cuenta.  
Atender a los clientes durante su estancia, informándoles de los servicios del hotel, así como de lugares, transportes o eventos cuando se lo reclamen, y también tramitar sus quejas y solucionar los problemas que puedan tener en su estancia.
- Entre las labores más administrativas está el control diario de las reservas, así como la facturación de los servicios consumidos por los clientes (productos de minibar, llamadas telefónicas...).  
Encargado de transmitirles la correspondencia o mensajes que les hagan llegar y de realizar el servicio de despertador a aquéllos que lo solicitan.
- Debe, asimismo, coger las llamadas del exterior y tramitar, si es necesario, las internas.
- También tiene encomendada la venta del llamado «pequeño material», productos de merchandising del establecimiento o la ciudad o bien productos específicos como zapatillas o gorros de baño en balnearios.  
El recepcionista está a las órdenes directas del jefe de recepción, que se encarga de la coordinación de ese espacio.

## Mesero

- Conoce el uso correcto de la terminología usada en alimentos y bebidas, conoce el uso del material y equipo de su departamento, limpia mesas, estaciones de servicio, ceniceros, candeleros, menús, lámparas de mesas, charolas.
- Es responsable del correcto montaje de las mesas.
- Cambia blancos sucios por limpios. Conoce el correcto manejo de la loza y la cristalería para evitar roturas.

- Es responsable de tener surtidas las estaciones de servicio con todo lo necesario: Sal, azúcar, salsas, cubiertos, etc.
- Presentarse al cliente con amabilidad y cortesía. Conocer perfectamente los platillos del menú, así como el tiempo de elaboración y los ingredientes con que están preparados.
- Sugerir al cliente aperitivos, cócteles y bebidas después de la cena. Sugerir alguna ensalada o algunas de las especialidades de la casa.
- Conocer y aplicar el sistema para escribir las órdenes (comanda).
- Tratar de aprender los nombres de los clientes, así como sus preferencias. Presentarse al cliente la lista de vinos.
- Asistir al cliente en la selección del vino.
- Conocer las temperaturas usuales para servir el vino.
- Conocer la forma de abrir y servir los diferentes vinos

#### Cocinero

- Realizar de manera cualificada, autónoma y responsable, la preparación, aderezo y presentación de platos utilizando las técnicas más idóneas.
- Colaborar en los pedidos y conservación de materias primas y productos de uso en la cocina.
- Preparar, cocinar y presentar los productos de uso culinario. Colaborar en el montaje, servicio y desmontaje de buffets.
- Revisar y controlar el material de uso en la cocina, comunicando cualquier incidencia al respecto.
- Colaborar en la planificación de menús y cartas.
- Colaborar en la gestión de costes e inventarios, así como en las compras.
- Controlar y cuidar de la conservación y aprovechamiento de los productos puestos a su disposición.

## Ama de llaves

- Se encarga de la limpieza del hotel, habitaciones, pasillos, oficinas, áreas comunes, etc.
- Entrenamiento de personal.- cada empleado del hotel debe ser entrenado para relacionarse con sus compañeros, relacionarse con otros departamentos del hotel y con los clientes.
- Suministros y equipos.- pedidos, almacenaje, control, re-ordenar, ama de llaves junto con el contralor puede tener un patrón de la vida útil de los equipos .
- Trabajo de Oficina.- son todos los reportes que se deben llevar. El más voluminoso es el de horario para llevar un buen record del pago dada la gran cantidad de empleados. Se encarga también de limpieza y mantenimiento.

## Guardia de seguridad

La seguridad interna incluye la seguridad desde el ingreso hasta el interior de los dormitorios, para ellos cada hotel requiere diferentes distribuciones o disposiciones de plantas. Según el proyecto original y que se consideran locaciones y medidas de seguridad pertinentes con el fin de afirmar la seguridad de todas las áreas internas de las instalaciones así para la seguridad interna es importante el punto de partida, ósea, las construcción del hotel en función de los puntos vulnerables, como ventanas grandes, puertas estrechas bordes disimula etc.

- Cuando los vigilantes sean destinados a conserjerías y similares, tendrán la obligación de recibir las llamadas de teléfono y tomar nota de las mismas.
- Evitar la presencia de perros y otro tipo de animales ajenos al campus. Vigilar especialmente el bosque ilustrado y cuidado de aves acuáticas existentes en el estanque.

### Ayudante de cocina

- Participar con alguna autonomía y responsabilidad en las elaboraciones de cocina bajo supervisión.
- Realizar las preparaciones básicas, así como cualquier otra relacionada con las elaboraciones culinarias que le sean encomendadas.
- Preparar platos para los que haya recibido oportuno adiestramiento.
- En las empresas donde las tareas inherentes a este departamento sean asumidas por el empresario, persona física, realizar las funciones del servicio de recepción bajo la supervisión y directrices emanadas directamente por el mismo o persona en quien éste delegue.
- Realizar las tareas derivadas del perfil de la ocupación.

### RECURSO TECNOLÓGICO

Se va utilizar el internet, para promocionar a los productos de la Hostería, servirá también para la comunicación de los clientes ya que podrán acceder a la computadora que se encuentre en el área del lobby de la hostería.

### RECURSOS MATERIALES

Se va utilizar al máximo recursos rústicos porque la idea del negocio es ofrecer un ambiente agradable y típico para que puedan disfrutar de la naturaleza y optimizar los recursos.



Cuadro Nro.29 Recursos para el Área administrativa

DETALLE	CANTIDAD AD	V/ unitario	V. Total
Teléfono inalámbrico	1	120	120
Teléfono fax	1	200	200
Impresora Lexmar	1	291	291
Sillas de oficina de madera	6	31,5	189
Sillas de espera de madera Grande	3	45	135
Recepción de Oficina de madera	1	150	150
Modulares para archivo de madera	6	53	318
Mesa de juntas de madera	1	250	250
Impresora	2	130	260
Escritorio ejecutivo de madera	2	80	160
Divisiones /Modulares de oficina	2	200	400
Impresora	1	200	200
Computadoras portátiles	3	695	2085
Infocus	1	600,00	600,00
Repisas de madera ( artesanías )	4	80,00	320,00
Archivador Vertical	2	190	380
		<b>SUBTOTAL</b>	<b>6058</b>

Elaborado por: Carla Carrión Andi  
Fuente: Propia

Cuadro Nro. 30 Suministros de Oficina

SUMINISTROS DE OFICINA			
Concepto	Cantidad	V. unitario	V. Total
Resmas de papel bond	6	5,00	30,00
Carpetas Folder	10	0,35	3,50
Cartetas de Cartón	30	0,20	6,00
Caja de esferos	3	3,00	9,00
Caja de lápiz	2	200,00	400,00
Caja de marcadores de colores permanente	3	7,00	21,00
Caja de marcadores de colores tiza liquida	3	7,50	22,50
Papel periódico (Láminas Grandes )	20	0,20	4,00
Papel Bond (Láminas Grandes)	20	0,22	4,40

Tinta de Impresoras a color	3	75,00	225,00
Pizarra Mediana	1	120,00	120,00
		TOTAL	815,40

Elaborado por: Carla Carrión Andi  
Fuente: Propia

Cuadro Nro.31 Equipo de Alojamiento

DETALLE	CANTIDAD	V. unitario	V. Total
Camas de 3 plazas	6	155,00	930,00
Camas de 2 plazas	8	120,00	960,00
Camas de 1 1/2 plaza Litera	4	103,00	412,00
Closet	14	80,00	1.120,00
Colchón de 3 plazas	6	240,00	1.440,00
Colchón de 2 plazas	8	195,00	1.560,00
Colchón de plaza 1/2	8	148,00	1.184,00
Almohadas	30	15,00	450,00
Veladores	28	30,00	840,00
Sillones típicos	14	15,00	210,00
Blancos camas 3 Plazas	12	32,00	384,00

Elaborado por: Carla Carrión Andi  
Fuente: Propia

Cuadro Nro.32 Recursos Materiales de Cocina

DETALLE	CANTIDADA	V.unitario	V. Total
Cocina industrial 6 quemadores	1	80,00	280,00
Microondas GRANDE	1	50,00	350,00
Refrigeradora	1	1.200,00	1.200,00
Licuadaora	2	125,00	250,00

Sanducheras	3	20,00	60,00
Batidoras	1	66,00	66,00
Cilindros de gas industrial	3	40,00	120,00
Sartén de aluminio	3	20,00	60,00
Cernidor de malla	3	2,20	6,60
Cucharon Med. 40.6	2	7,00	14,00
Olla de presión	2	52,60	105,20
Tamalera mediana	1	55,00	55,00
Estantería 152,7x 61	2	350,00	700,00
Platos cevicheros	40	1,50	60,00
Cucharones	5	2,60	13,00
Cacerola	5	16,90	84,50
Plato principal fuerte	50	3,50	175,10
Plato sopero	50	3,70	185,00
Plato postre	50	3,00	150,00
Plato de taza	30	1,90	57,00
Taza de café	30	2,60	78,00
Mantequillero	50	1,80	90,00
Plato de pan	30	2,60	78,00
Ollas de Aluminio	6	35,00	210,00
Sartén estilo oriental	1	55,00	55,00
Espátula	4	5,00	20,00
Rallador	1	6,00	6,00
Tabla de picar	2	5,00	10,00
Bandejas	3	26,00	78,00
Jarras de plástico	20	2,00	40,00
Jarras de Vidrio Grande	10	10,00	100,00
Mesas de trabajo	1	200,00	200,00
Juego de ollas	1	120,00	120,00
Vasos de Vidrio grandes	50	1,00	50,00
Vasos de vidrio pequeños	50	0,75	37,50
Copas de Vidrio	50	1,10	55,00
		<b>SUBTOTAL</b>	<b>5.218,90</b>

Elaborado por: Carla Carrión Andi  
Fuente: Propia

Cuadro No.33 Equipamiento para restaurante

DETALLE	CANTIDAD	V. unitario	V. Total
Mesas (4)	13	50,00	650,00
Sillas	50	10,00	500,00
Televisor Grande	1	800,00	800,00
Caja registradora	1	400,00	400,00
Refrigerador	1	1.200,00	1.200,00
Mesas de bebes	3	25,00	75,00
Mantelería	13	11,00	143,00
		SUBTOTAL	3.768,00

Elaborado por: Carla Carrión Andi  
Fuente: Propia

Cuadro Nro. 34 Equipamiento para Bodega

DETALLE	CANTIDADA	V. unitario	V. Total
Estantería madera	2	15,00	30,00
Lavadora	1	800,00	800,00
Reservorio de Agua de 500 litros	2	500,00	1.000,00
		SUBTOTAL	1.830,00

Elaborado por: Carla Carrión Andi  
Fuente: Propia

Cuadro Nro. 35 Equipamiento para aseo y limpieza

DETALLE	CANTIDAD	V. unitario	V. Total
Basureros grandes	5	8,00	40,00
Desinfectante	5	15,00	75,00
Fundas de basuras	10	1,30	13,00
Escobas	5	2,00	10,00
Trapeadores	10	1,80	18,00
Guantes	10	2,00	20,00
Papel higiénico Grandes	15	5,00	75,00
Recogedores grandes	6	1,98	11,88
		<b>SUBTOTAL</b>	<b>262,88</b>

Elaborado por: Carla Carrión Andi

Fuente: Propia

Cuadro Nro.36 Recursos para la Construcción de las Cabañas

ITEM	DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	P.UNITARIO	P.TOTAL
1	Cabañas Familiares	u	4,00	6.500,00	26.000,00
2	Cabañas matrimoniales	U	3,00	6.500,00	19.500,00
3	Comedor	U	1,00	7.396,00	7.396,00
4	Vestidores	U	1,00	4.000,00	4.000,00
5	Piscina	U	1,00	23.725,75	23.725,75
6	Parqueadero	Global	1,00	500,00	500,00
7	Jardín Botánico	Global	1,00	1.500,00	1.500,00
8	Cancha de Vóley	Global	1,00	380,00	380,00
9	Senderos	Global	1,00	1.200,00	1.200,00
10	Lavandería y Bodega	U	1,00	6.500,00	6.500,00
11	Recepción	U	1,00	6.500,00	6.500,00
12	Tanque elevado	Global	1,00	500,00	500,00
13	Pozo Séptico	Global	1,00	380,00	380,00
14	Casa de máquinas	Global	1,00	2.500,00	2.500,00
					<b>100.581,75</b>

Elaborado por: Carla Carrión Andi

Fuente: Propia

Cuadro Nro.37 Materiales de Aseo

Productos de limpieza	Cantidad	P. Unitario	Subtotal
Cloro	12	12,00	144,00
Desinfectante	48	15,00	720,00
Insecticida	6	15,00	90,00
Jabón de lavar ropa	120	0,40	48,00
Jabón de lavar vajilla	6	10,00	60,00
Detergente	24	20,00	480,00
<b>Total limpieza:....</b>			<b>1.542,00</b>

Elaborado por: Carla Carrión Andi  
Fuente: Propia

#### RECURSO FINANCIERO

Una vez realizado el análisis del proyecto, es importante determinar el tipo de financiamiento a usarse para el mismo, se ha tomado en cuenta el capital propio y el financiamiento bancario.

El capital propio serán los aporte efectuados por la socia que integra la empresa ya sea en bienes muebles y monetarios.

Gráfico Nro.38 Recursos para la Construcción de las Cabañas

FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO	MONTO	PORCENTAJE
PRESTAMO DE LARGO PLAZO CFN	128.898,00	81%
INVERSIÓN PROPIETARIO	30.000,00	19%
<b>TOTAL FINANCIAMIENTO</b>	<b>158.898,00</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Carla Carrión Andi  
Fuente: Propia

Para el financiamiento de las inversiones se ha considerado realizar un préstamo de largo plazo en la Corporación Financiera Nacional, por un monto de ciento veinte y ocho mil ochocientos noventa y ocho dólares de los estados unidos, a una tasa de interés efectiva anual de 9,37%, a un plazo de pago de 10 años, éste préstamo corresponde al 81% de la inversión.

La inversión que se realiza con recursos propios asciende a un monto de treinta mil dólares de los Estados Unidos de América, correspondientes al 19% de la inversión total.

### Procesos

Los procesos de negocios estarán conformados por todos los departamentos según las funciones específicas que cumplan cada uno de ellos para así ayudar a la facilitación del trabajo en equipo; de la misma manera actuarán como facilitadores y formadores de sus colaboradores sin perder la responsabilidad de que cada departamento consiga los objetivos que les corresponda en función de la visión y la estrategia(s) de la empresa.

Los procesos a desarrollar están enfocados a las áreas de producción y servicio considerando el negocio gira en torno al servicio de hospedaje Hotelero Turístico ya que el propósito de diseñar los procesos en la empresa es trazar un agregado de actividades, colocadas a mejorar el producto/servicio.

Para hablar de procesos hoteleros, sería conveniente definir lo que es un proceso. Así que para comenzar a desarrollar el contenido de proceso como un conjunto de actividades, interconectadas, encaminadas a la consecución de un objetivo.

Por lo tanto definimos a un proceso hotelero como "un conjunto de actividades, interconectadas, encaminadas a la consecución de un objetivo en forma de servicio que, lejos de ofrecer al cliente un beneficio cuantificable, éste se medirá en términos de sensaciones culminadas en un concepto de bienestar total. Y todo esto en un lapso de tiempo relativamente mínimo que abarca desde la elección de nuestro hotel,

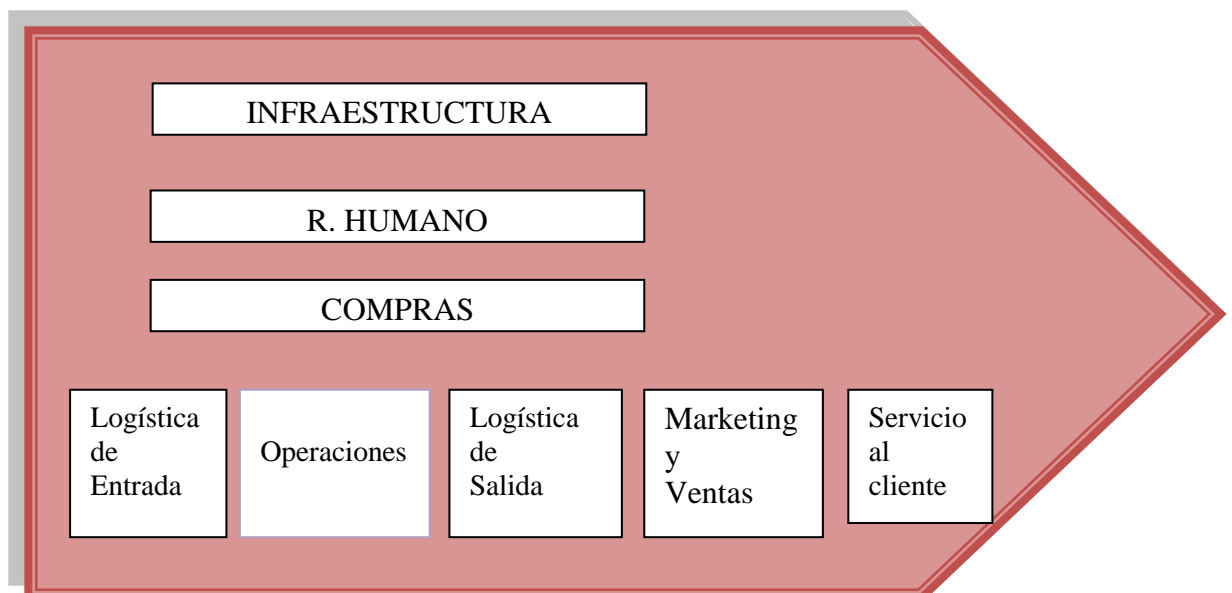
pasando por la prestación del servicio y extendiéndose a un periodo lo suficientemente lejano a la propia estancia del cliente en nuestro establecimiento".

La cadena de valor

El turismo como toda actividad económica posee una cadena de valor, la cual comprende todas las actividades interrelacionadas con el sector, las cuales le ayudan a otorgar un valor agregado. Sabiendo que el sector turístico se encuentra siempre en crecimiento constante, es correcto afirmar que su cadena de valor es igual de extensa, amplia y que al igual que se va desarrollando al paso de las nuevas innovaciones en los ámbitos como: tecnologías, climas, atractivos culturales, atractivos históricos, destinos, turistas, transportes, culturales, gustos, tendencias entre otros ámbitos que pueden llegar a aumentar o a reducir el valor agregado, la importancia del sector y por lo tanto su cadena de valor.

Es importante tomar en cuenta que la cadena de valor es el formato de la empresa cualquiera que esta sea, para la determinación de los costos e identificar métodos para la práctica de las estrategias planteadas.

**Gráfico Nro.49 Cadena de Valor**



Elaborado por: Carla Carrión Andi  
Fuente: Propia



Específicamente la cadena de valor representa el punto de partida para la planificación de procesos dentro de la empresa para los cuales hay que mencionar las actividades primarias y de apoyo.

**Primarias:** Parte tangible del producto, física

**De apoyo:** Es un complemento para las actividades primarias.

**Logística de Entrada:** Estas actividades corresponden al almacenamiento de insumos, materiales, inventarios, proceso de pedidos. Destacamos que para todas estas tareas nos basaremos en una plataforma informática ya que entendemos que es lo más eficiente en los procesos internos y aparte porque permite ver y utilizar información resumida al instante muy importante sobre aspectos de gestión.

- Chek in
- Calificación de Proveedores
- Abastecimiento de Materia Prima
- Compras

**Logística de Salida:**

.- Chek aut

**Operaciones:** En esta área se realizan las actividades principales, en donde se convierte los insumos en productos terminados.

- .- Servicio a las habitaciones
- .- Arreglo de las cabañas
- .- Enseñanza del Idioma Quichua
- .- Guianza de Turismo Científico

**Ventas:** Son las actividades que se desarrollan para proveer medios a través de los clientes, en esta área es necesario comercializar y promocionar los productos para así lograr participación en el mercado y lograr que las utilidades percibidas sean acordes a lo planificado.

.- Publicidad

### **Servicio al cliente**







El servicio es parte clave en el desenvolvimiento de la empresa debido a que esta dado de una manera correcta tomando en cuenta las necesidades y requerimientos de los clientes, el éxito estará garantizado, dando valor tanto a los productos y servicios, como a los clientes, para esto es conveniente contar con una mano de obra eficiente y eficaz y constantemente capacitada.

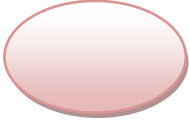




.- Atención de Quejas del cliente.

Cuadro Nro. 39 Mapeo de procesos

<b>Proceso: Logística de Entrada</b>	<b>Proceso: Producción</b>	<b>Proceso: Logística de Salida</b>	<b>Proceso: Marketing</b>	<b>Proceso: Servicio al cliente</b>
<p><b>Subprocesos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Calificación de proveedores</li> <li>• Abastecimiento de materia prima</li> <li>• Compras</li> </ul>	<p><b>Subprocesos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>.-Servicio a las habitaciones</li> <li>.-Arreglo de las cabañas</li> <li>.-Enseñanza del Idioma Quichua</li> <li>.-Guianza de Turismo Científico</li> </ul>	<p><b>Subprocesos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Chek out</li> <li>• Planificación de menús</li> <li>• Preparación de platos</li> </ul>	<p><b>Subprocesos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Publicidad</li> </ul>	<p><b>Subprocesos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Atención de Quejas</li> </ul>







**SIMBOLOGIA PARA LA ELABORACION DE DIAGRAMAS DE FLUJO (NORMA ANSI)**

<b>SIMBOLOGIA</b>	<b>REPRESENTA</b>
	<p>Inicio: indica el principio del flujo, puede ser acción o lugar, además se usa para indicar una unidad administrativa o persona que recibe o proporciona información.</p>
	<p>Actividad: describe las funciones que desempeñan las personas involucradas en el procedimiento.</p>
	<p>Documento: representa un documento en general que entre, se utilice, se genere o salga del procedimiento.</p>
	<p>Decisión o alternativa: indica un punto dentro del flujo en donde se debe tomar una decisión entre dos o más alternativas.</p>
	<p>Archivo: indica que se guarda un documento en forma temporal o permanente.</p>
	<p>Conector de página: representa una conexión o enlace con la otra hoja diferente, en la que continua el diagrama de flujo.</p>

	<p>Conector: representa una conexión o enlace de una parte del diagrama de flujo con otra parte lejana del mismo.</p>
	<p>Fin: indica el término del flujo en la que puede ser acción o lugar.</p>
	<p>Movimiento: indica cuales son las tareas que se pueden dar dentro de un proceso</p>
	<p>Preparación: en este proceso se indican que hay una acción de preparar un producto o servicio</p>
	<p>Espera: indica que hay que estimar un tiempo necesario para la espera de un producto o servicio.</p>

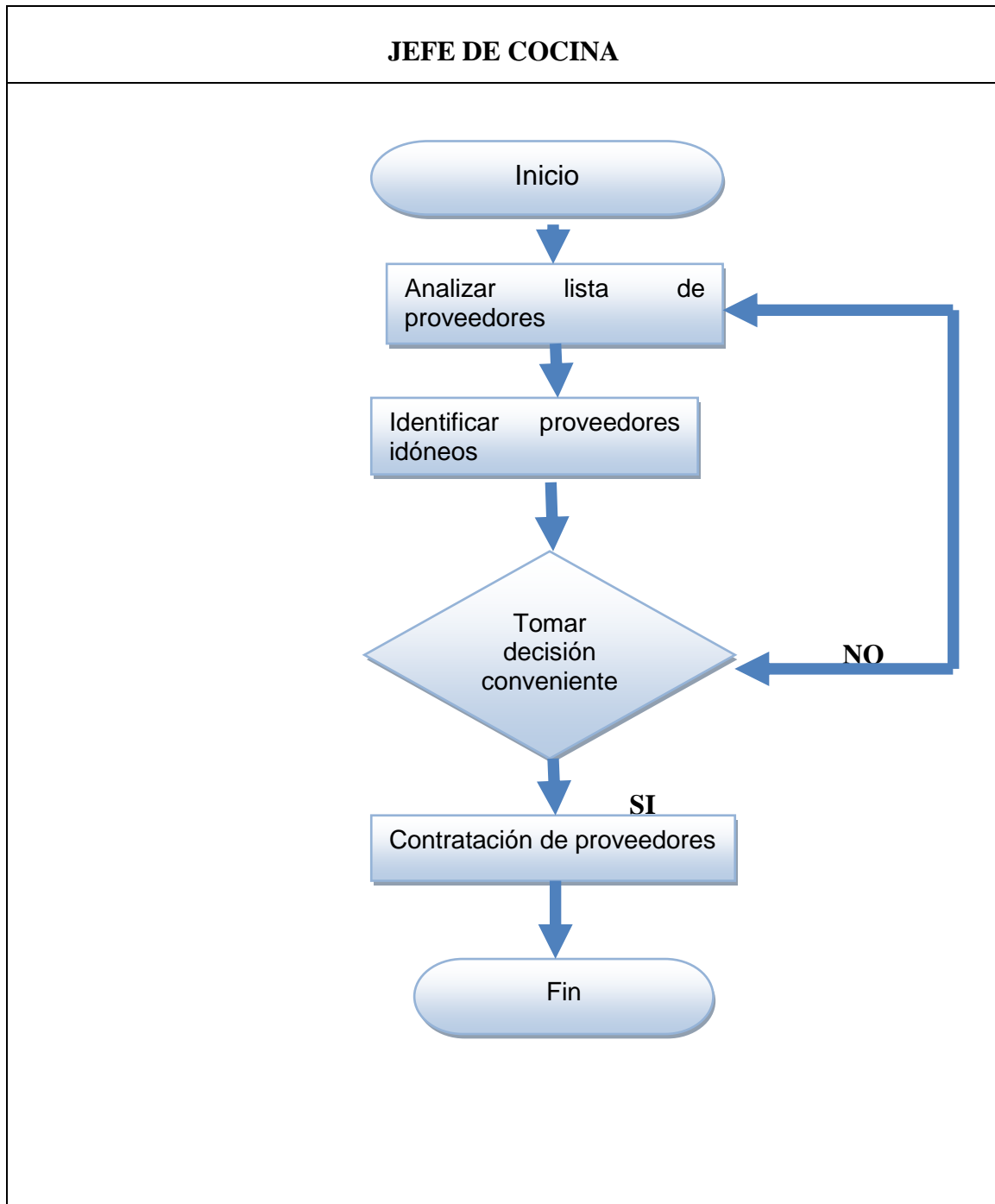
**FUENTE: Gestión de Procesos - Principios de la Gestión por procesos  
Ing. Johnson Folleco**







**Gráfico Nro. 41 Matriz de procesos y Flujo gramas**

MACROPROCESO		PROCESO: Aproveccionamiento					COD.
ACTIVIDAD/TAREA	SIMBOLOGÍA						RESPONSABLE
							
	OPERACIÓN	DECISIÓN	ARCHIVO	INSPECCIÓN	ESPERA	DOCUMENTO	
Analizar lista de proveedores	✓					✓	Jefe de cocina
Identificar proveedores idóneos		✓					Jefe de cocina
Tomar decisión conveniente		✓					Jefe de cocina
Contratación de proveedores	✓						Jefe de cocina

Proceso: Aprovisionamiento

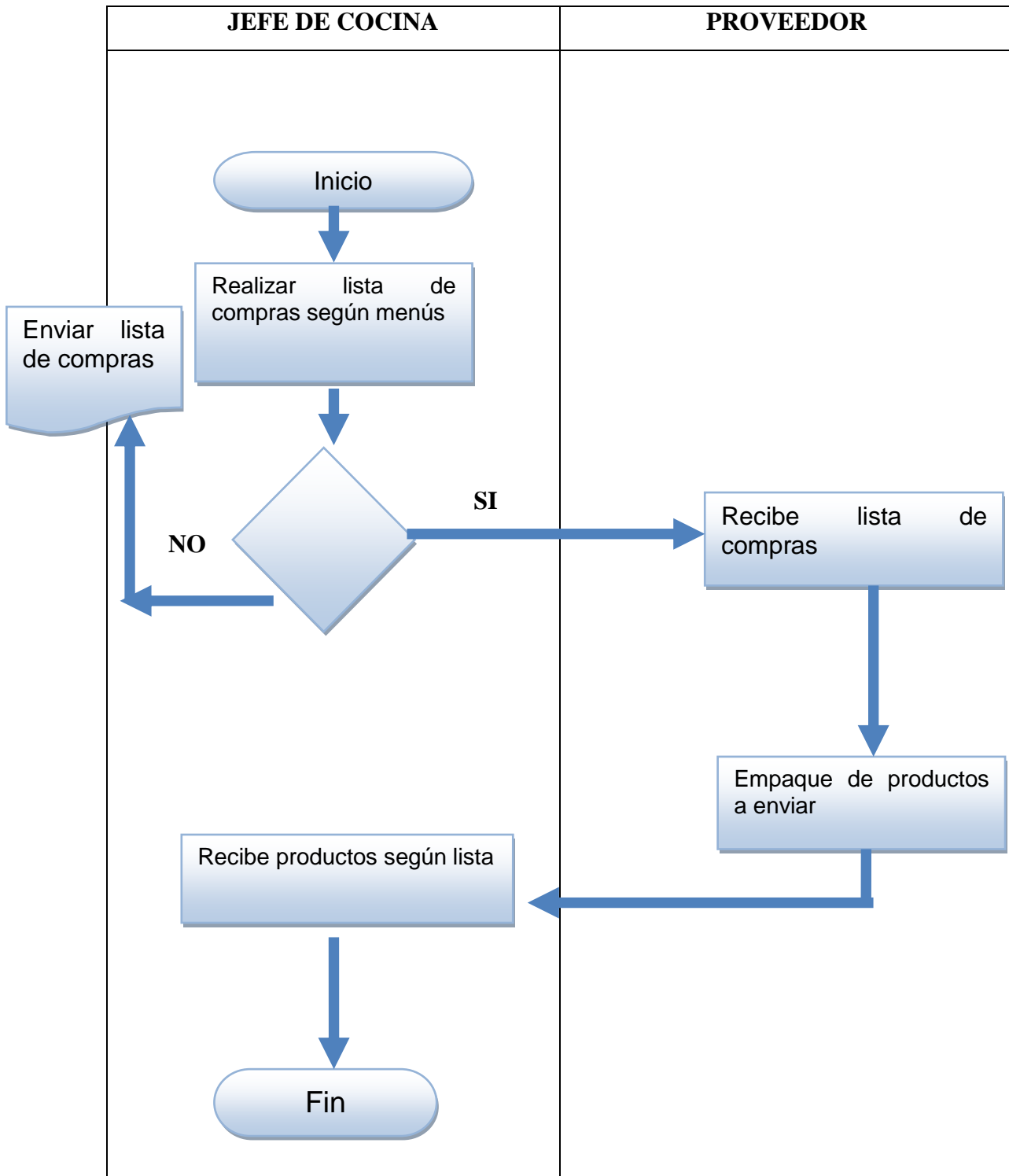
Subproceso: Calificación proveedores









MACROPROCESO		PROCESO: Aprovevisionamiento					COD.
ACTIVIDAD/TAREA	SIMBOLOGÍA						RESPONSABLE
							
	OPERACIÓN	DECISIÓN	ARCHIVO	INSPECCIÓN	ESPERA	DOCUMENTO	
Realizar lista de compras según menús	✓						Jefe de cocina
Enviar lista de compras	✓					✓	Jefe de cocina
Recibir lista de compras	✓					✓	Proveedor
Empaque de productos a recibir	✓						Proveedor



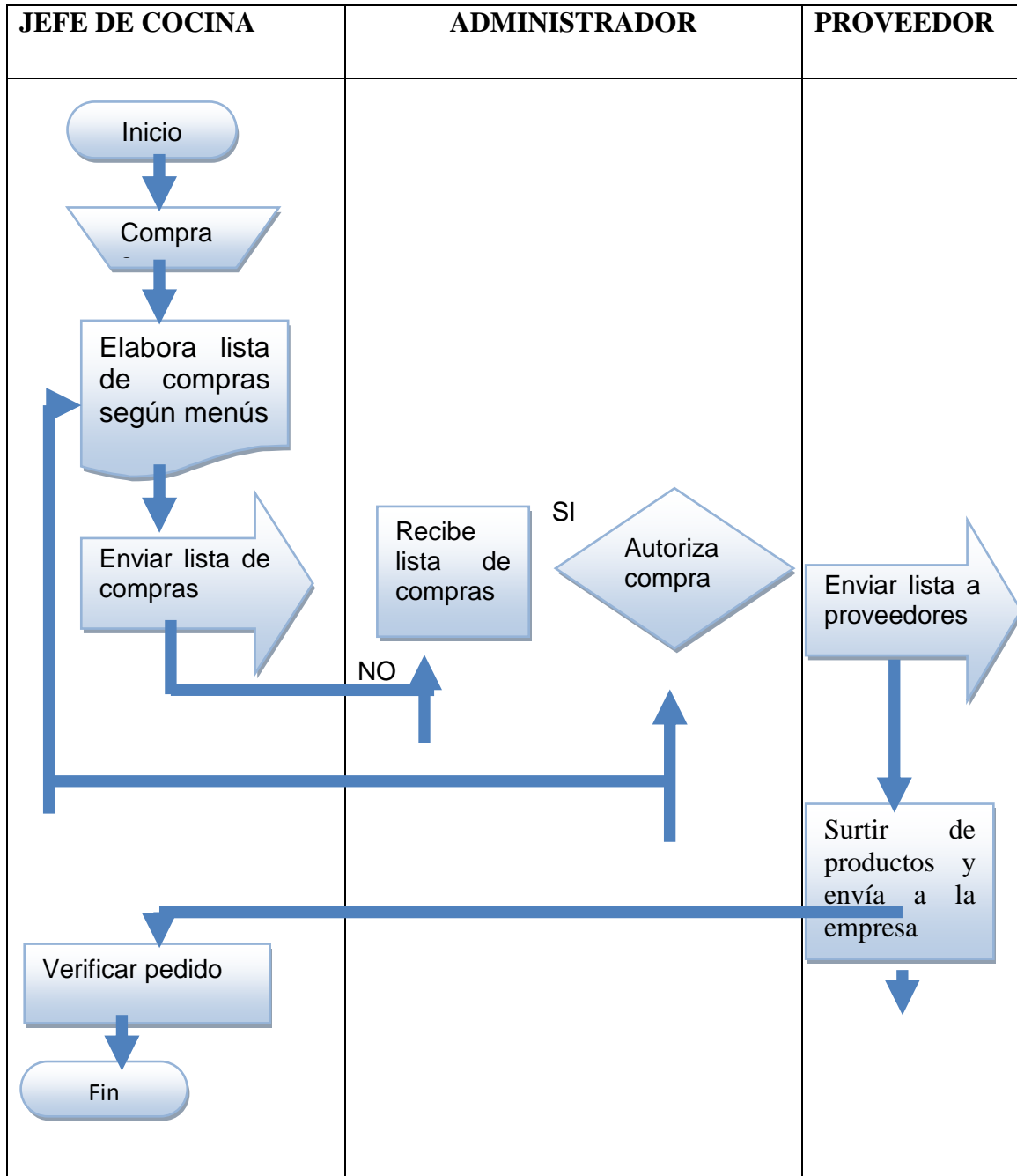
Proceso: Aprovisionamiento  
Subproceso: Abastecimiento de materia prima





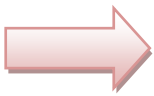



MACROPROCESO		PROCESO: Aprovisionamiento					COD.
ACTIVIDAD/TAREA	SIMBOLOGÍA						RESPONSABLE
							
	OPERACIÓN	OPERACIÓN MANUAL	ARCHIVO	DECISIÓN	ESPERA	DOCUMENTO	
Compras	✓						Jefe de cocina
Elaboración lista de compras según menú				✓		✓	Jefe de cocina
Enviar lista de compras						✓	Jefe de cocina
Recibe lista de compras						✓	Administrador
Autorizar compras		✓		✓			Administrador
Envía lista a proveedor						✓	Proveedor
Surte de productos y enviar a la empresa	✓						Proveedor
Verificar pedido	✓					✓	Jefe de cocina

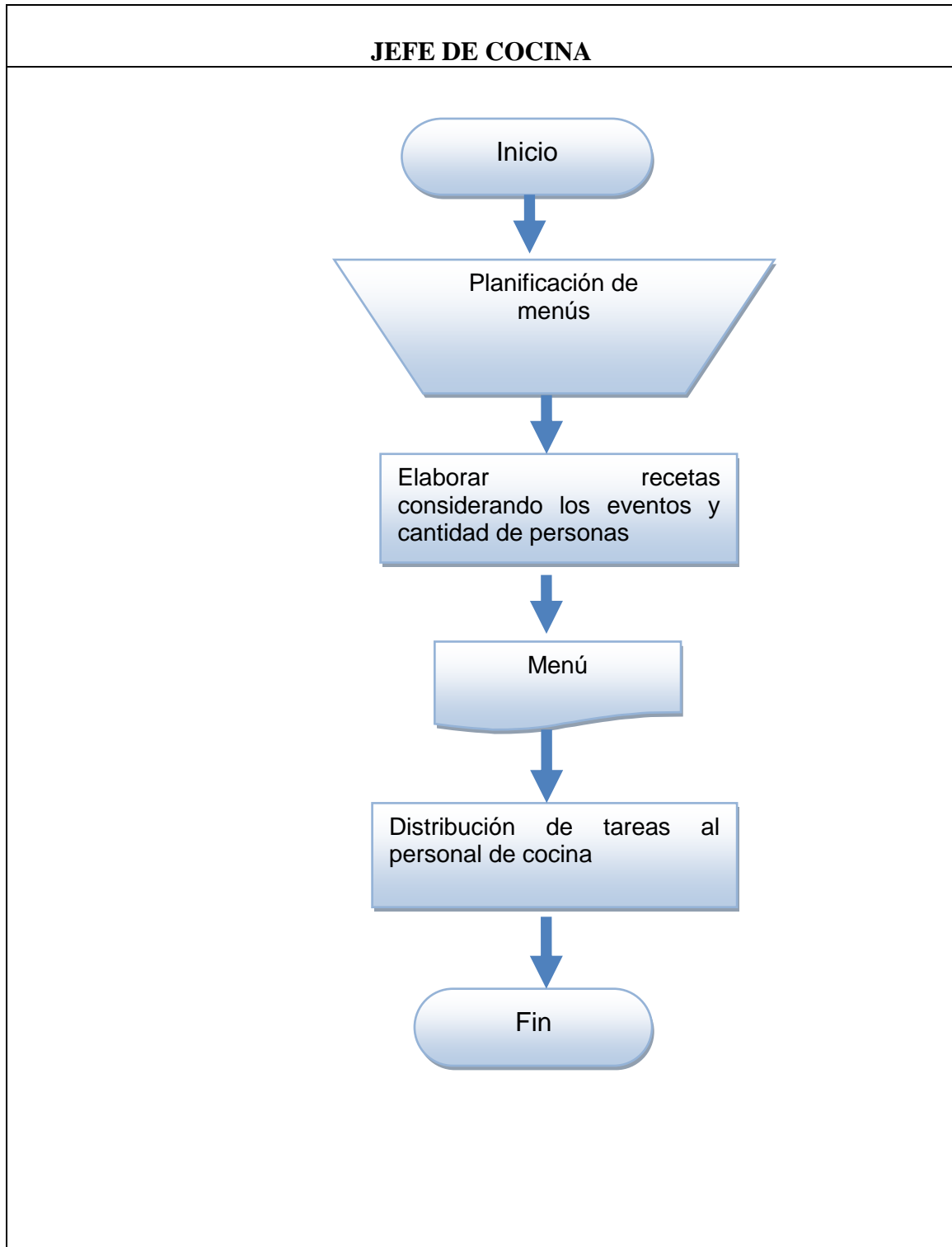
Proceso: Aprovisionamiento


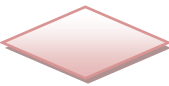

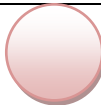


Subproceso: Compras



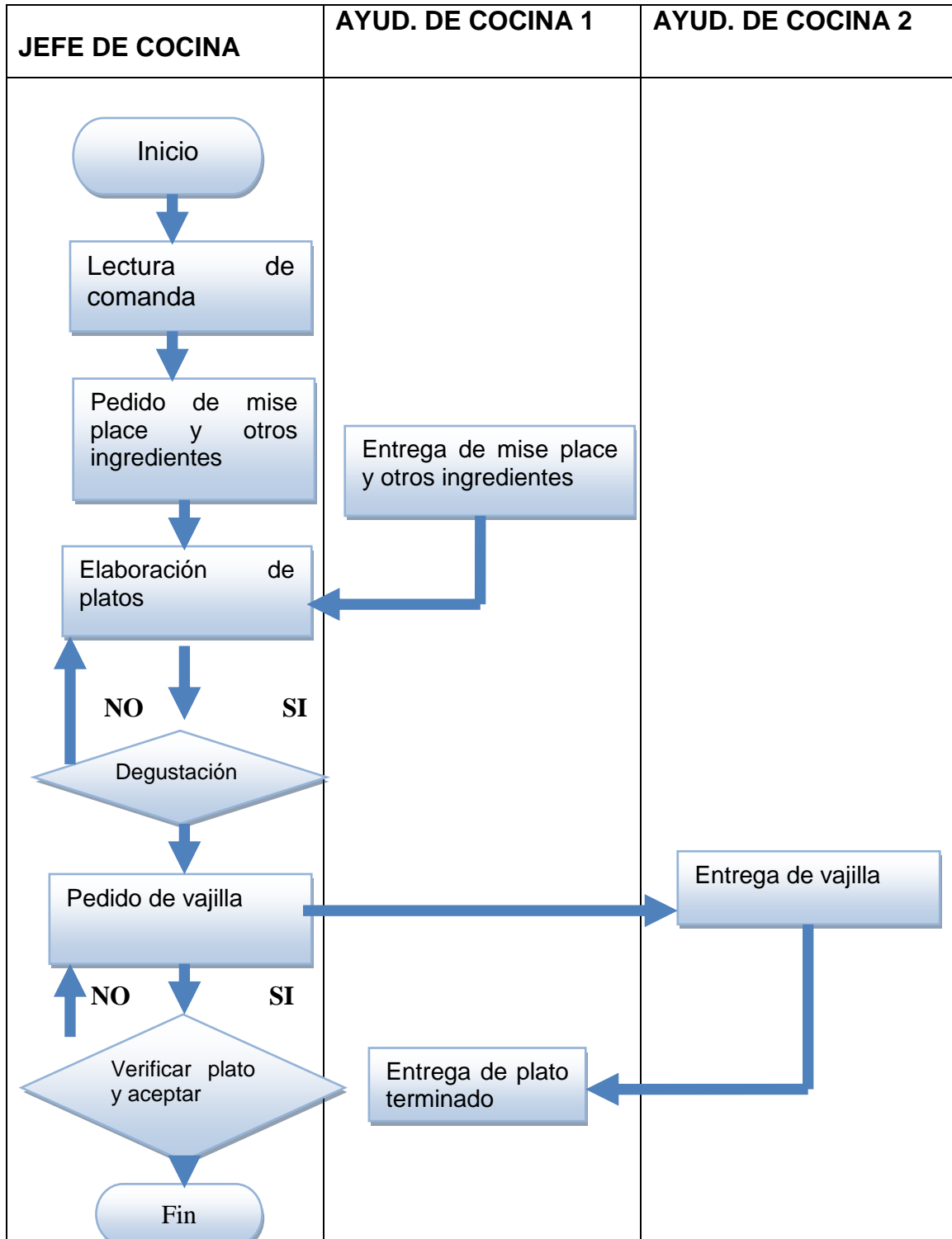
MACROPROCESO		PROCESO: Producción					COD.
ACTIVIDAD/TAREA	SIMBOLOGÍA						RESPONSABLE
							
	OPERACIÓN	OPERACIÓN MANUAL	ARCHIVO	INSPECCIÓN	MOVIMIENTO	DOCUMENTO	
Planificación de menús		✓					Jefe de cocina
Elaborar recetas considerando los eventos y cantidad de invitados	✓					✓	Jefe de cocina
Menú	✓					✓	Jefe de cocina
Distribución de tareas al personal de cocina					✓		Jefe de cocina







Proceso: Producción  
Subproceso: Planificación del Menú



MACROPROCESO		PROCESO: Producción					COD.
ACTIVIDAD/TAREA	SIMBOLOGÍA						RESPONSABLE
							
	OPERACIÓN	DECISIÓN	OPERACIÓN MANUAL	INSPECCIÓN	DOCUMENTO	MOVIMIENTO	
Preparación de plato	✓		✓				Jefe de cocina
Lectura de comanda			✓		✓		Jefe de cocina
Pedido de mise place y otros ingredientes	✓		✓		✓		Jefe de cocina
Entrega de mise place y otros ingredientes	✓		✓				Ayudante de cocina
Elaboración de plato	✓						Jefe de cocina
Degustación	✓	✓		✓			Jefe de cocina
Pedido de vajilla					✓		Jefe de cocina
Entrega vajilla	✓						Ayudante de cocina
Entrega plato terminado	✓						Ayudante de cocina
Verificar plato y aceptar	✓	✓		✓			Jefe de cocina

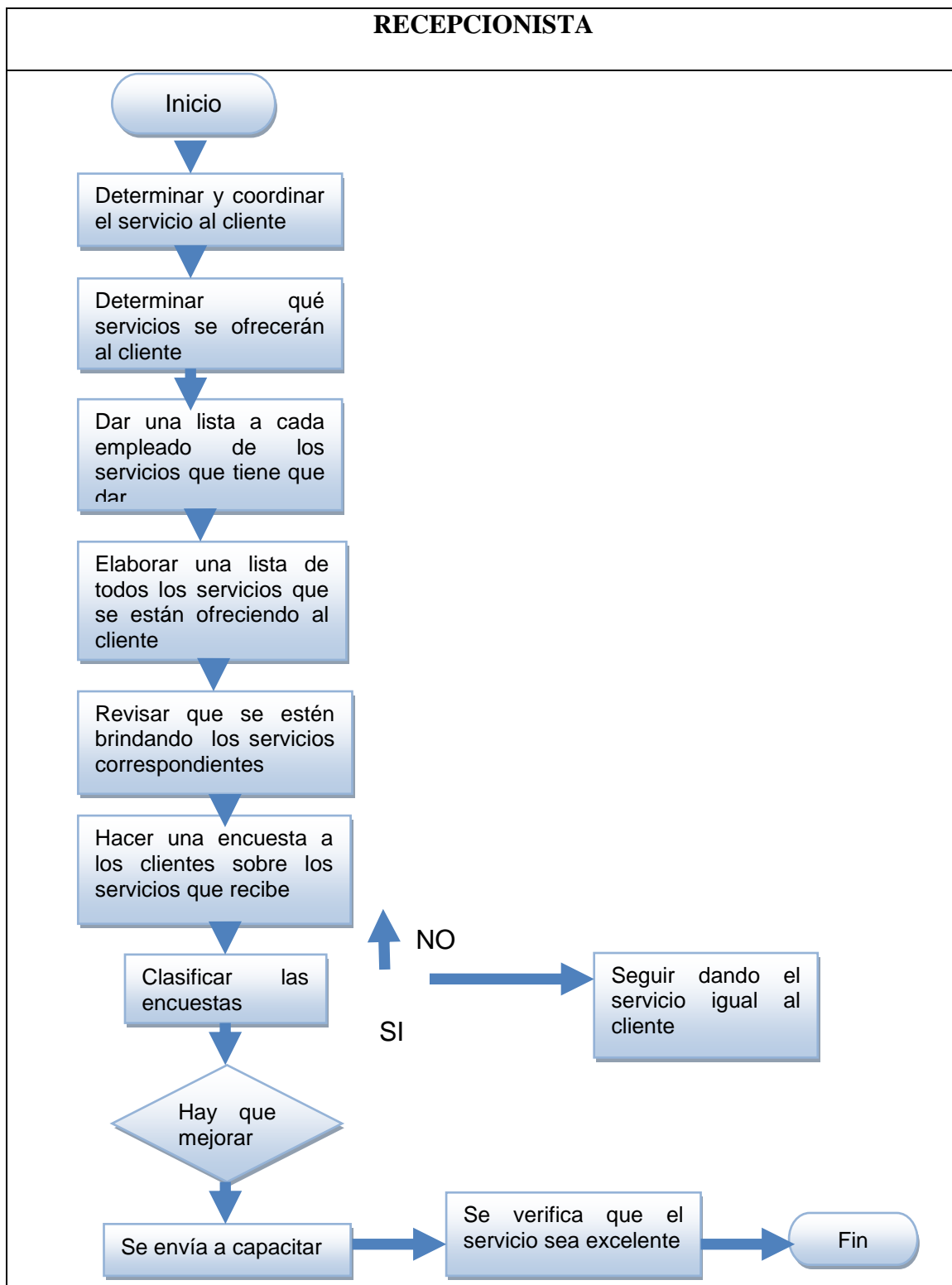
Proceso: Producción  
 Subproceso: Preparación del plato









MACROPROCESO		PROCESO: Servicio al cliente					COD.
ACTIVIDAD/REA	SIMBOLOGÍA						RESPONSABLE
							
	OPERACIÓN	OPERACIÓN MANUAL	DECISION	INSPECCIÓN	MOVIMIENTO	DOCUMENTO	
Determinar y coordinar el servicio al cliente	✓						Recepcionista
Determinar qué servicio se ofrecerá al cliente	✓						Recepcionista
Elaborar una lista de todos los servicios que se están ofreciendo al cliente	✓					✓	Recepcionista
Dar una lista a cada empleado de los servicios que tiene que brindar	✓						Recepcionista
Revisar que se estén brindando los servicios correspondientes	✓			✓			Recepcionista
Hacer una encuesta a los clientes sobre los servicios que está recibiendo	✓				✓	✓	Recepcionista
Clasificar las encuestas	✓					✓	Recepcionista
Hay que mejorar el servicio			✓				Recepcionista
Se envía a capacitar	✓						Recepcionista
Verifica que el servicio excelente	✓		175				Recepcionista



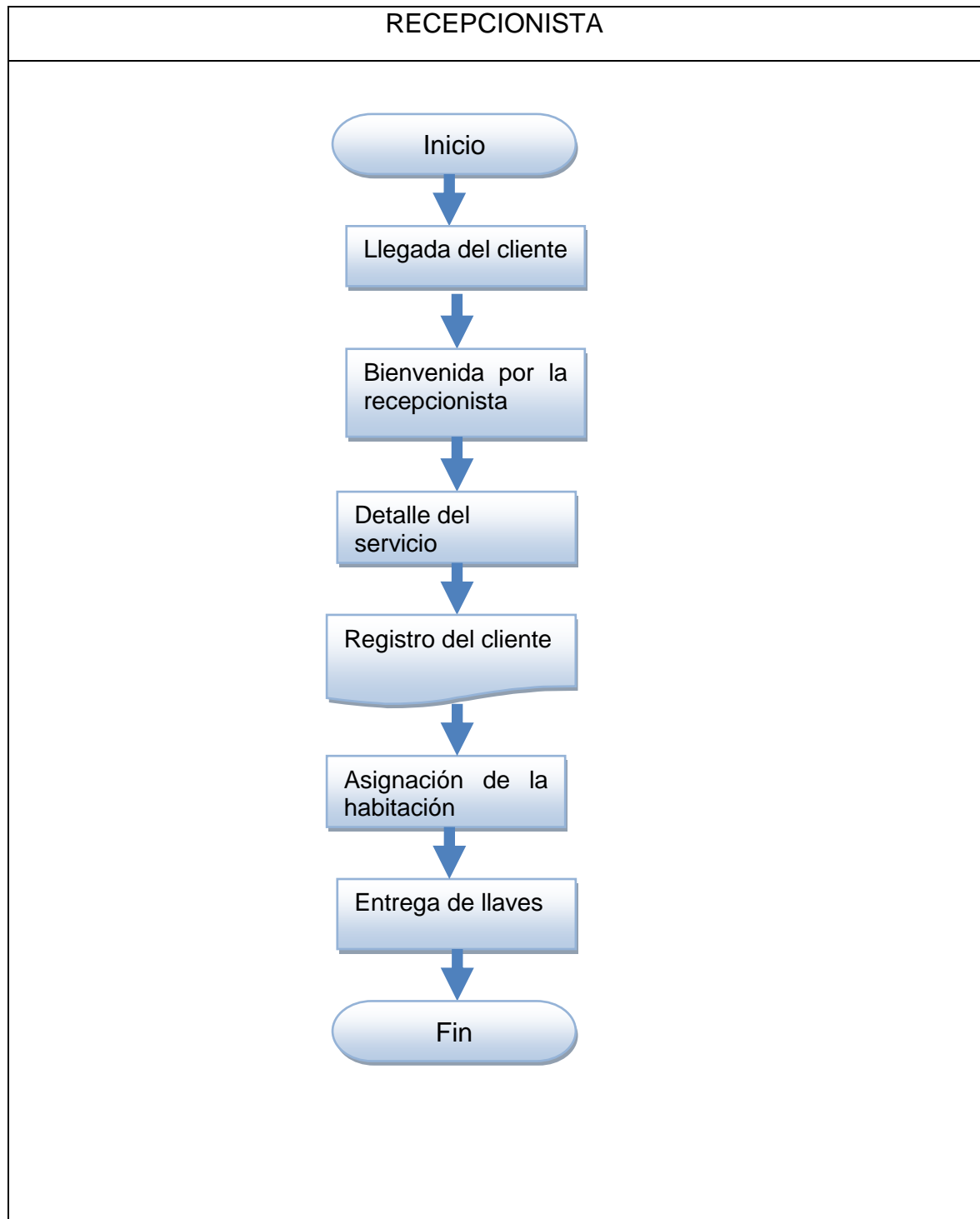
Proceso: Servicio al cliente  
Subproceso: Seguimiento continuo









MACROPROCESO		PROCESO: Chek in					COD.
ACTIVIDAD/REA	SIMBOLOGÍA						RESPONSABLE
							
	OPERACIÓN	OPERACIÓN MANUAL	DESICION	INSPECCIÓN	MOVIMIENTO	DOCUMENTO	
Llegada del cliente	✓						Recepcionista
Bienvenida por la recepcionista	✓						Recepcionista
Detalle del servicio	✓						Recepcionista
Registro del cliente						✓	Recepcionista
Cliente hace su reserva	✓						Recepcionista
Asignación de la habitación	✓				✓	✓	Recepcionista
Entrega de las llaves	✓						Recepcionista

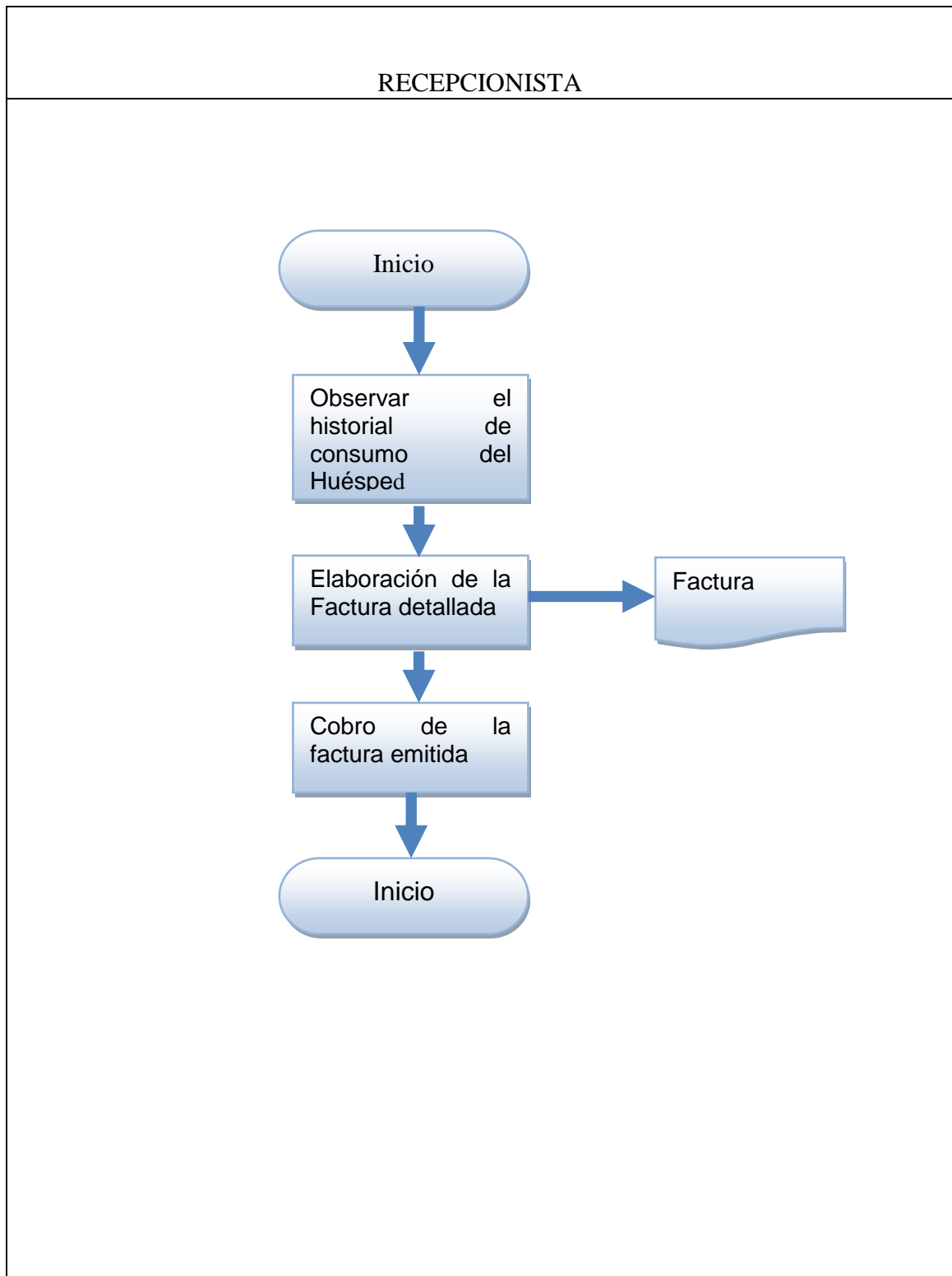
Proceso: Logística de Salida







Subproceso: Chek in

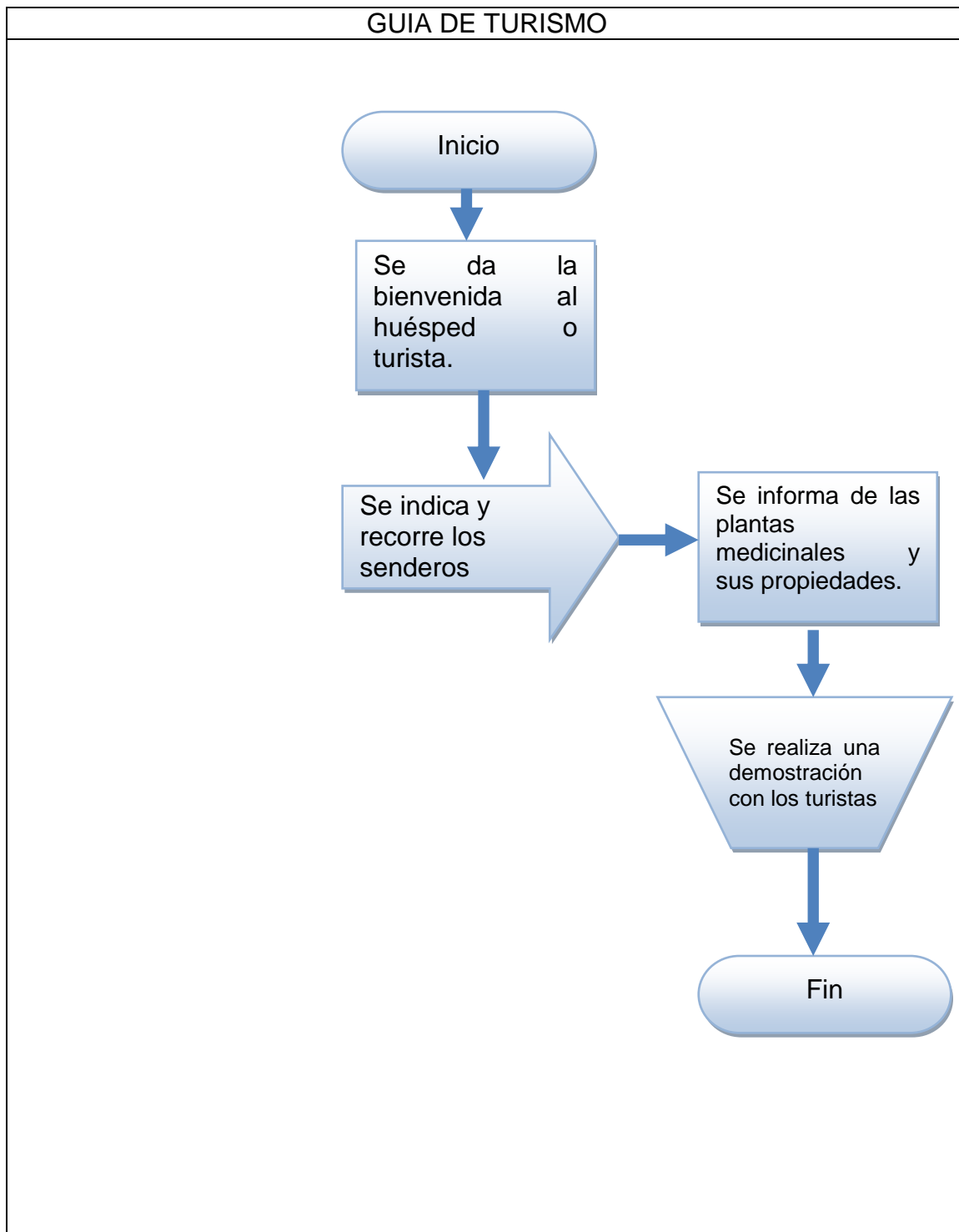


MACROPROCESO		PROCESO: Chek out					COD.
ACTIVIDAD/REA	SIMBOLOGÍA						RESPONSABLE
							
	OPERACIÓN	OPERACIÓN MANUAL	DESICION	INSPECCIÓN	MOVIMIENTO	DOCUMENTO	
Observar el historial de consumo del Huésped	✓						Recepcionista
Realizar la factura detallada	✓					✓	Recepcionista
Cobro de la factura emitida	✓						Recepcionista

Proceso: Logística de Salida  
Subproceso: Chek out



MACROPROCESO		PROCESO: Guianza de Turismo Científico					COD.
ACTIVIDAD/REA	SIMBOLOGÍA						RESPONSABLE
							
	OPERACIÓN	OPERACIÓN MANUAL	DESICION	INSPECCIÓN	MOVIMIENTO	DOCUMENTO	
Se da la bienvenida al huésped o turista.	✓						Guía
Se indica y recorre los senderos					✓		Guía
Se informa de las plantas medicinales y sus propiedades	✓						Guía
Se realiza una demostración con los turistas		✓					Guía



## CAPITULO V

### ESTUDIO DE IMPACTO AMBIENTAL

Identificación del Proyecto

Modelo de ficha ambiental para Identificación Del Proyecto

<b>Nombre del Proyecto:</b>	<b>CREACION DE LA HOSTERIA "WAYSAS YACU"</b>	<b>Código:</b>
		<b>Fecha: 2012-05-07</b>

<b>Localización del Proyecto:</b>	Provincia:	NAPO
	Cantón:	TENA
	Parroquia:	PANO
	Comunidad:	URCU

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

<b>Tipo del Proyecto:</b>	<input type="checkbox"/>	Abastecimiento de agua	
	<input type="checkbox"/>	Agricultura y ganadería	
	<input type="checkbox"/>	Amparo y bienestar social	
	<input type="checkbox"/>	Protección áreas naturales	
	<input type="checkbox"/>	Educación	
	<input type="checkbox"/>	Electrificación	
	<input type="checkbox"/>	Hidrocarburos	
	<input type="checkbox"/>	Industria y comercio	
	<input type="checkbox"/>	Minería	
	<input type="checkbox"/>	Pesca	
	<input type="checkbox"/>	Salud	
	<input type="checkbox"/>	Saneamiento ambiental	
	<input checked="" type="checkbox"/>	Turismo	
	<input type="checkbox"/>	Vialidad y transporte	
	<input type="checkbox"/>	Otros: (especificar)	

<b>Descripción resumida del proyecto:</b>	
Creación de un establecimiento Hotelero en la ciudad del Tena, con el fin de incentivar la preservación de las costumbres y tradiciones de la Cultura Quichua, fomentando el turismo del cantón y brindando hospedaje, guianza por senderos, visita a comunidades y muchas	



experiencias únicas .		
<b>Nivel de los estudios</b>	<input type="checkbox"/>	Idea o prefactibilidad
<b>Técnicos del proyecto:</b>	<input checked="" type="checkbox"/>	Factibilidad
	<input type="checkbox"/>	Definitivo
<b>Categoría del Proyecto</b>	<input type="checkbox"/>	Construcción
	<input type="checkbox"/>	Rehabilitación
	<input type="checkbox"/>	Ampliación o mejoramiento
	<input type="checkbox"/>	Mantenimiento
	<input type="checkbox"/>	Equipamiento
	<input type="checkbox"/>	Capacitación
	<input type="checkbox"/>	Apoyo
	<input type="checkbox"/>	Otro (especificar):

<b>Datos del Promotor/Auspiciente</b>					
Nombre o Razón Social:		HOSTERIA " WAYSA YAKU"			
Representante legal:		Carla Carrión Andi			
Dirección:	Av. Pano				
Barrio/Sector	Las Malvinas	Ciudad:	Tena	Provincia:	Napo
Teléfono	062886874	Fax		E-mail	carla_carrion86@hotmail.com

Características del Área de Influencia  
Caracterización del Medio Físico  
Localización

<b>Región geográfica:</b>	<input type="checkbox"/>	Costa	
	<input type="checkbox"/>	Sierra	
	<input type="checkbox"/>	Oriente	✓
	<input type="checkbox"/>	Insular	
<b>Coordenadas:</b>	<input type="checkbox"/>	Geográficas	
	<input type="checkbox"/>	UTM	
Superficie del área de influencia directa:			
		Inicio	Longitud
		Fin	Longitud
			Latitud
			Latitud
<b>Altitud:</b>	<input type="checkbox"/>	A nivel del mar	
	<input checked="" type="checkbox"/>	Entre 0 y 500 msnm	
	<input type="checkbox"/>	Entre 501 y 2.300 msnm	
	<input type="checkbox"/>	Entre 2.301 y 3.000 msnm	
	<input type="checkbox"/>	Entre 3.001 y 4.000 msnm	
	<input type="checkbox"/>	Más de 4000 msnm	

Clima

<b>Temperatura</b>	<input type="checkbox"/>	Cálido-seco	Cálido-seco (0-500 msnm)
	<input checked="" type="checkbox"/>	Cálido-húmedo	Cálido-húmedo (0-500 msnm)
	<input type="checkbox"/>	Subtropical	Subtropical (500-2.300 msnm)
	<input type="checkbox"/>	Templado	Templado (2.300-3.000 msnm)
	<input type="checkbox"/>	Frío	Frío (3.000-4.500 msnm)

<input type="checkbox"/>	Glacial	Menor a 0 °C en altitud (>4.500 msnm)
--------------------------	---------	---------------------------------------

Geología, geomorfología y suelos

<b>Ocupación actual del</b>	<input type="checkbox"/>	Asentamientos humanos	
<b>Área de influencia:</b>	<input type="checkbox"/>	Áreas agrícolas o ganaderas	
	<input type="checkbox"/>	Áreas ecológicas protegidas	
	<input checked="" type="checkbox"/>	Bosques naturales o artificiales	
	<input checked="" type="checkbox"/>	Fuentes hidrológicas y cauces naturales	
	<input type="checkbox"/>	Manglares	
	<input type="checkbox"/>	Zonas arqueológicas	
	<input type="checkbox"/>	Zonas con riqueza hidrocarburífera	
	<input type="checkbox"/>	Zonas con riquezas minerales	
	<input checked="" type="checkbox"/>	Zonas de potencial turístico	
	<input type="checkbox"/>	Zonas de valor histórico, cultural o religioso	
<input type="checkbox"/>	Zonas escénicas únicas		
<input type="checkbox"/>	Zonas inestables con riesgo sísmico		
<input type="checkbox"/>	Zonas reservadas por seguridad nacional		
<input type="checkbox"/>	Otra: (especificar)		
<b>Pendiente del suelo</b>	<input type="checkbox"/>	Llano	El terreno es plano. Las pendientes son menores que el 30%.
	<input checked="" type="checkbox"/>	Ondulado	El terreno es ondulado. Las pendientes son suaves (entre 30% y 100 %).
	<input type="checkbox"/>	Montañoso	El terreno es quebrado. Las pendientes son mayores al 100 %.
<b>Tipo de suelo</b>	<input type="checkbox"/>	Arcilloso	
	<input checked="" type="checkbox"/>	Arenoso	
	<input type="checkbox"/>	Semi-duro	
	<input type="checkbox"/>	Rocoso	
	<input type="checkbox"/>	Saturado	
<b>Calidad del suelo</b>	<input checked="" type="checkbox"/>	Fértil	
	<input type="checkbox"/>	Semi-fértil	
	<input type="checkbox"/>	Erosionado	
	<input type="checkbox"/>	Otro (especifique)	
<b>Permeabilidad del suelo</b>	<input checked="" type="checkbox"/>	Altas	El agua se infiltra fácilmente en el suelo. Los charcos de lluvia desaparecen rápidamente.
	<input type="checkbox"/>	Medias	El agua tiene ciertos problemas para infiltrarse en el suelo. Los charcos permanecen algunas horas después de que ha llovido.
	<input type="checkbox"/>	Bajas	El agua queda detenida en charcos por espacio de días. Aparecen aguas estancadas.
<b>Condiciones de drenaje</b>	<input checked="" type="checkbox"/>	Muy buenas	No existen estancamientos de agua, aún en época de lluvias
	<input type="checkbox"/>	Buenas	Existen estancamientos de agua que se forman durante las lluvias, pero que desaparecen a las pocas horas de cesar las precipitaciones
	<input type="checkbox"/>	Malas	Las condiciones son malas. Existen estancamientos de agua, aún en épocas cuando no llueve

Hidrología

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

Aire

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

Caracterización del Medio Biótico

**Ecosistema**

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

Flora

<b>Tipo de cobertura</b>	<input checked="" type="checkbox"/>	Bosques	
<b>Vegetal:</b>	<input type="checkbox"/>	Arbustos	
	<input type="checkbox"/>	Pastos	
	<input type="checkbox"/>	Cultivos	
	<input type="checkbox"/>	Matorrales	
	<input type="checkbox"/>	Sin vegetación	
<b>Importancia de la</b>	<input checked="" type="checkbox"/>	Común del sector	

<b>Cobertura vegetal:</b>	<input type="checkbox"/>	Rara o endémica	
	<input type="checkbox"/>	En peligro de extinción	
	<input type="checkbox"/>	Protegida	
	<input type="checkbox"/>	Intervenida	
<b>Usos de la vegetación:</b>	<input checked="" type="checkbox"/>	Alimenticio	
	<input checked="" type="checkbox"/>	Comercial	
	<input checked="" type="checkbox"/>	Medicinal	
	<input checked="" type="checkbox"/>	Ornamental	
	<input checked="" type="checkbox"/>	Construcción	
	<input type="checkbox"/>	Fuente de semilla	
	<input type="checkbox"/>	Mitológico	
	<input type="checkbox"/>	Otro (especifique):	

#### Fauna silvestre

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

#### Caracterización del Medio Socio-Cultural

#### Demografía

<b>Nivel de consolidación</b>	<input type="checkbox"/>	Urbana	
<b>Del área de influencia:</b>	<input checked="" type="checkbox"/>	Periférica	
	<input type="checkbox"/>	Rural	
<b>Tamaño de la población</b>	<input type="checkbox"/>	Entre 0 y 1.000 habitantes	
	<input type="checkbox"/>	Entre 1.001 y 10.000 habitantes	
	<input type="checkbox"/>	Entre 10.001 y 100.000 habitantes	
	<input type="checkbox"/>	Más de 100.00 habitantes	
<b>Características étnicas de la Población</b>	<input checked="" type="checkbox"/>	Mestizos	
	<input checked="" type="checkbox"/>	Indígena	
	<input type="checkbox"/>	Negros	
	<input type="checkbox"/>	Otro (especificar):	

#### Infraestructura social

<b>Abastecimiento de agua</b>	<input checked="" type="checkbox"/>	Agua potable	
	<input type="checkbox"/>	Conex. domiciliaria	
	<input type="checkbox"/>	Agua de lluvia	
	<input type="checkbox"/>	Grifo público	
	<input type="checkbox"/>	Servicio permanente	
	<input type="checkbox"/>	Racionado	
	<input type="checkbox"/>	Tanquero	
	<input type="checkbox"/>	Acarreo manual	

	<input type="checkbox"/>	Ninguno	
<b>Evacuación de aguas</b>	<input checked="" type="checkbox"/>	Alcantari. sanitario	
<b>Servidas</b>	<input type="checkbox"/>	Alcantari. Pluvial	
	<input checked="" type="checkbox"/>	Fosas sépticas	
	<input type="checkbox"/>	Letrinas	
	<input checked="" type="checkbox"/>	Ninguno	
<b>Evacuación de aguas</b>	<input type="checkbox"/>	Alcantari. Pluvial	
<b>Lluvias</b>	<input type="checkbox"/>	Drenaje superficial	
	<input type="checkbox"/>	Ninguno	
<b>Desechos sólidos</b>	<input checked="" type="checkbox"/>	Barrido y recolección	
	<input type="checkbox"/>	Botadero a cielo abierto	
	<input type="checkbox"/>	Relleno sanitario	
	<input type="checkbox"/>	Otro (especificar):	
<b>Electrificación</b>	<input checked="" type="checkbox"/>	Red energía eléctrica	
	<input type="checkbox"/>	Plantas eléctricas	
	<input type="checkbox"/>	Ninguno	
<b>Transporte público</b>	<input checked="" type="checkbox"/>	Servicio Urbano	
	<input type="checkbox"/>	Servicio intercantonal	
	<input type="checkbox"/>	Rancheras	
	<input type="checkbox"/>	Canoa	
	<input type="checkbox"/>	Otro (especifique):	
<b>Vialidad y accesos</b>	<input type="checkbox"/>	Vías principales	
	<input checked="" type="checkbox"/>	Vías secundarias	
	<input type="checkbox"/>	Caminos vecinales	
	<input type="checkbox"/>	Vías urbanas	
	<input type="checkbox"/>	Otro (especifique):	
<b>Telefonía</b>	<input type="checkbox"/>	Red domiciliaria	
	<input checked="" type="checkbox"/>	Cabina pública	
	<input type="checkbox"/>	Ninguno	

#### Actividades socio-económicas

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

#### Organización social

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

#### Aspectos culturales

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

Medio Perceptual

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

Riesgos Naturales e inducidos

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

### Gráfico No.50 Matriz de Identificación de impactos Ambientales

MATRIZ DE IDENTIFICACIÓN DE IMPACTOS AMBIENTALES PRODUCIDOS POR EL PROYECTO PARA LA CREACION DE UNA HOSTERIA " WAYSA YAKU" EN EL CANTON TENA

Actividades del proyecto			Planificación				Construcción			Operación			Total
Componentes ambientales			Rec. Sitio	Diseño Arq.	Presupuesto	Aprobación	Transporte	Desbroce	Ejec. Obra	Ingreso Visitantes	Uso Instalación	Mantenimiento	
Físico	Suelo	Compactación	0	0	0	0	x	x	x	x	0	x	5
		Desechos sólidos y líquidos	x	0	0	0	x	x	x	x	x	x	7
		Erosión	0	0	0	0	x	x	x	x	0	0	4
	Agua	Desechos sólidos y líquidos	0	0	0	0	x	x	x	x	x	x	6
		Sedimentación y turbidez	0	0	0	0	0	0	0	0	0	x	1
		Eutroficación	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Aire	Ruido	x	0	0	0	x	x	x	x	x	x	7
Biótico	Flora	Pérdida de la biodiversidad	0	0	0	0	0	x	x	x	0	0	3
		Pérdida cobertura vegetal	0	0	0	0	x	x	x	x	0	0	4
		Introducción especies exóticas	0	0	0	0	0	0	0	x	x	0	2
		Interrupción procesos reproductivos	0	0	0	0	x	x	x	x	x	x	6
	Fauna	Introducción de especies exóticas	0	0	0	0	0	0	0	x	0	0	1
		Interrupción procesos reproductivos	0	0	0	0	x	x	x	x	0	x	5
		Cambio de patrones de conducta	0	0	0	0	0	x	x	x	x	x	6
		Disminución tamaño de la población	0	0	0	0	x	x	x	x	0	0	4
	Ecosistemas	Migración de especies	0	0	0	0	x	x	x	x	x	x	6
		Alteración de habitats	0	0	0	0	x	x	x	x	0	0	6
Socio Económico Cultural	Población Local	Alteración de paisajes	0	0	0	0	x	x	x	x	x	x	4
		Degradación Social	0	0	0	0	0	0	0	x	0	0	1
		Impactos en los valores culturales y comunitarios	0	0	0	0	0	0	x	x	0	0	2
		Pérdida de prácticas tradicionales y estilos de vidas	0	0	0	0	0	0	x	0	0	0	1
		Generación de nuevos ingresos alternativos	0	0	0	0	x	x	x	x	x	x	6
Provisión de fuentes de empleo	0	0	0	0	x	x	x	x	x	x	6		
Total			2	0	0	0	15	16	18	20	10	12	93

Total Posibles Interacciones: 230

Total Interacciones:

93

**MATRIZ PARA EVALUACIÓN DE IMPACTOS AMBIENTALES EN PROYECTO HOSTERIA WUAYSA PANGA**

Actividad	Subactividad	Impacto	Extensión			Distribución		Ocurrencia		Temporalidad			Reversibilidad		Signo		Magnitud			Calificación Total
			Local	Regional	Nacional	Directa	Indirecta	Inmediato	Mediato	Semanas	Meses	Años	Reversible	Irreversible	Negativo	Positivo	Baja	Media	Alta	
			1	3	5	0.5	1	1	2	0.5	1	2	1	2	-1	1	1	3	5	
<b>1. Planificación</b>	1.1 Reconocimiento del Sitio	suelo	Contaminación Desechos sólidos y líquidos		1	0,5	1	0,5		1	-1	1		-2						
		agua	Contaminación Desechos sólidos y líquidos		1	0,5	1	0,5		1	-1	1		-2						
		aire	Ruido		1	0,5	1	0,5		1	-1	1		-2						
subtotal													-2							
<b>2. Construcción</b>	2.1 Transporte	suelo	Compactación		1	0,5	1	0,5		1	-1	1		-2						
			Contaminación Desechos sólidos y líquidos		1	0,5	1	0,5		2	-1	1		-4						
			Erosión		1	0,5	2	1		2	-1	1		-7						
		agua	Contaminación Desechos sólidos y líquidos		1	0,5	2	1		1	-1	1		-4						
			Sedimentación y turbidez		1	0,5	1	0,5		1	-1	1		-2						
		aire	Ruido		1	0,5	1	1		1	-1	1		-3						
			flora	Pérdida de cobertura vegetal		1	0,5	0,5	2		2	-1	1		-6					
		Interrupción de procesos reproductivos		1	0,5	1	0,5		1	-1	1		-2							
		fauna	Interrupción de procesos reproductivos		1	0,5	2	1		2	-1	1		-7						
			Disminución tamaño de la población		1	0,5	2	1		2	-1	1		-7						
			Cambio de patrones de conducta		1	0,5	2	1		2	-1	1		-7						
			Migración de especies		1	0,5	1	1		2	-1	1		-5						
			Alteración de habitats		1	0,5	1	0,5		2	-1	1		-4						
		ecosistemas	Alteración de paisajes		1	0,5	1	0,5		2	-1	1		-4						
			población local	Generación de nuevos ingresos alternativos		1	0,5	1	1		1	1	1		2,5					
Provisión de fuentes de empleo		1		1	1	1		1	1	1		3								



Actividad	Subactividad	Impacto	Extensión			Distribución		Ocurrencia		Temporalidad			Reversibilidad		Signo		Magnitud			Calificación Total
			Local	Regional	Nacional	Directa	Indirecta	Inmediato	Mediato	Semanas	Meses	Años	Reversible	Irreversible	Negativo	Positivo	Baja	Media	Alta	
			1	3	5	0,5	1	1	2	0,5	1	2	1	2	-1	1	1	3	5	
	2.2 Desbroce	suelo	Compactación	1			0,5		1				2		-1		1		-5	
			Contaminación Desechos sólidos y líquidos	1			0,5		1		1			2		-1		1		-5
			Erosión	1			0,5		1		1			2		-1		1		-5
		agua	Contaminación Desechos sólidos y líquidos	1			0,5		1		1			2		-1		1		-5
			Sedimentación y turbidez	1			0,5		1		1			1		-1		1		-3
			Eutroficación	1			0,5		1		1			2		-1		3		-9
		aire	Ruido	1			0,5		1		1			1		-1		1		-3
		flora	Pérdida de la biodiversidad	1			0,5		1		2			1		-1		1		-4
			Pérdida de cobertura vegetal	1			0,5		1		2			2		-1		1		-7
			Interrupción de procesos reproductivos	1			0,5		1		2			1		-1		1		-4
		fauna	Interrupción de procesos reproductivos	1			0,5		2		1			1		-1		3		-6
			Cambio de patrones de conducta	1			0,5		1		1			2		-1		3		-9
			Disminución del tamaño de la población	1			0,5		1		2			2		-1		3		-15
			Migración de especies	1			0,5		1		2			2		-1		3		-15
		ecosistemas	Alteración de habitats	1			0,5		2		1			2		-1		3		-11
	Alteración de paisajes		1			0,5		1		1			2		-1		3		-9	
	población local	Generación de nuevos ingresos alternativos	1			0,5		1		1			1		1		5		6,5	
		Provisión de fuentes de empleo	1			1		1		1			1		1		5		7	
	2.3 Ejecución de la Obra	suelo	Compactación	1			0,5		1		1			2		-1		3		-9
			Contaminación Desechos sólidos y líquidos	1			0,5		2		1			2		-1		1		-7
			Erosión	1			0,5		2		1			2		-1		1		-7
		agua	Contaminación Desechos sólidos y líquidos	1			0,5		2		1			2		-1		1		-7
			Sedimentación y turbidez	1			0,5		1		1			1		-1		1		-3
Eutroficación			1			0,5		2		1			2		-1		1		-7	

Subactividad	Impacto		Extensión			Distribución		Ocurrencia		Temporalidad			Reversibilidad		Signo		Magnitud			Calificación Total
			Local	Regional	Nacional	Directa	Indirecta	Inmediato	Mediato	Semanas	Meses	Años	Reversible	Irreversible	Negativo	Positivo	Baja	Media	Alta	
	Aire	Ruido	1			0,5	1			1			1			-1		3		-5
	Flora	Pérdida de la biodiversidad	1			0,5	2			1			2			-1		1		-7
		Pérdida de cobertura vegetal	1			0,5	1			1			1			-1		1		-3
		Interrupción de procesos reproductivos	1			0,5	1			1			2			-1		3		-9
	Fauna	Interrupción de procesos reproductivos	1			0,5	1			1			2			-1		3		-9
		Cambio de patrones de conducta	1			0,5	2			1			1			-1		3		-6
		Disminución del tamaño de la población	1			0,5	2			2			2			-1		3		-17
		Migración de especies	1			0,5	2			1			1			-1		3		-6
	Ecosistemas	Alteración de habitats	1			0,5	1			1			2			-1		3		-9
		Alteración de paisajes	1			0,5	1			1			2			-1		3		-9
	Población Local	Impacto en valores culturales y comunitarios	1			0,5	2			1			1			-1		1		-4
		Pérdida prácticas tradicionales y estilos de vida	1			1	2			1			1			-1		1		-4
		Generación de nuevos ingresos alternativos	1			0,5	2			2			1			1		1		4,5
		Provisión de fuentes de empleo	1			0,5	2			1			1			1		3		5,5
Subtotal																			-5,0	
3.1 Ingreso de visitantes	Suelo	Compactación	1			0,5	1			1			2			-1		3		-9
		Desechos sólidos y líquidos	1			0,5	1			1			1			-1		3		-5
		Erosión	1			0,5	1			1			2			-1		1		-5
	Agua	Desechos sólidos y líquidos	1			0,5	1			1			1			-1		3		-5
		Sedimentación y turbidez	1			0,5	1			1			1			-1		3		-5
		Eutroficación	1			0,5	1			1			1			-1		3		-5
	Aire	Ruido	1			0,5	1			1			1			-1		3		-5

Actividad	Subactividad	Impacto	Extensión			Distribución		Ocurrencia		Temporalidad			Reversibilidad		Signo		Magnitud			Calificación Total
			Local	Regional	Nacional	Directa	Indirecta	Inmediato	Mediato	Semanas	Meses	Años	Reversible	Irreversible	Negativo	Positivo	Baja	Media	Alta	
		flora	Pérdida de la biodiversidad			1	0,5	2	2	2	2	2	-1	1	-9					
			Pérdida de cobertura vegetal			1	0,5	2	2	1	-1	1	-5							
			Introducción especies exóticas			1	0,5	2	1	1	-1	1	-4							
			Interrupción de procesos reproductivos			1	0,5	2	2	1	-1	1	-5							
		fauna	Introducción de especies exóticas			1	0,5	1	1	1	-1	1	-3							
			Interrupción de procesos reproductivos			1	0,5	1	2	2	-1	1	-7							
			Cambio de patrones de conducta			1	0,5	1	2	1	-1	1	-4							
			Disminución del tamaño de la población			1	0,5	2	2	2	-1	1	-9							
			Migración de especies			1	0,5	1	2	2	-1	1	-7							
		ecosistemas	Alteración de habitats			1	0,5	1	2	2	-1	1	-7							
			Alteración de paisajes			1	0,5	1	2	2	-1	1	-7							
		población local	Degradación Social			1	0,5	2	2	2	-1	1	-9							
			Impactos en los valores culturales y comunitarios			1	0,5	2	2	1	-1	1	-5							
	Generación de nuevos ingresos alternativos			1	1	2	2	1	1	1	5									
	Provisión de fuentes de empleo			1	1	1	2	1	1	1	4									
	3.2 Uso de las instalaciones	suelo	Contaminación desechos sólidos y líquidos			1	0,5	1	1	1	-1	1	-3							
			Contaminación desechos sólidos y líquidos			1	0,5	1	1	1	-1	3	-5							
		agua	Eutroficación			1	0,5	1	1	1	-1	1	-3							
			Ruido			1	0,5	1	1	1	-1	1	-3							
		Flora	Introducción especies exóticas			1	0,5	1	2	2	-1	1	-7							
Interrupción procesos reproductivos			1	0,5	2	1	2	-1	1	-7										

Actividad	Subactividad	Impacto	Extensión			Distribución		Ocurrencia		Temporalidad			Reversibilidad		Signo		Magnitud			Calificación Total	
			Local	Regional	Nacional	Directa	Indirecta	Inmediato	Mediato	Semanas	Meses	Años	Reversible	Irreversible	Negativo	Positivo	Baja	Media	Alta		
		Fauna																			
			Cambio de patrones de conducta	1			0,5	1			2		2		-1		1			-7	
			Migración de especies	1			0,5	2			1		2		-1		1			-7	
		Ecosistemas																			
			Alteración de habitats	1			0,5	2			1		2		-1		1			-7	
	3.3 Mantenimiento	Población Local																			
				Generación de nuevos ingresos alternativos	1			1	2			2		1		1		3			9
				Provisión de fuentes de empleo	1			1	2			2		1		1		3			9
			suelo																		
				Compactación	1			0,5	1			0,5		1		-1		1			-2
				Contaminación desechos sólidos y líquidos	1			0,5	1			0,5		1		-1		1			-2
				Erosión	1			0,5	1			0,5		1		-1		1			-2
			agua																		
				Contaminación desechos sólidos y líquidos	1			0,5	1			0,5		1		-1		1			-2
				Sedimentación y turbidez	1			0,5	1			0,5		1		-1		1			-2
			Aire																		
				Ruido	1			0,5	1			0,5		1		-1		1			-2
			Flora																		
				Interrupción procesos reproductivos	1			0,5	1			0,5		1		-1		1			-2
			Fauna																		
			Interrupción procesos reproductivos	1			0,5	1			0,5		1		-1		1			-2	
			Cambio de patrones de conducta	1			0,5	1			0,5		1		-1		1			-2	
			Migración de especies	1			0,5	2			0,5		2		-1		1			-6	
		Ecosistemas																			
			Alteración de habitats	1			0,5	2			1		2		-1		1			-7	
		Población Local																			
			Generación de nuevos ingresos alternativos	1			1	2			0,5		1		1		1			3,5	
			Provisión de fuentes de empleo	1			1	2			0,5		1		1		1			3,5	
	Subtotal																				
<b>TOTAL</b>	<b>9,6 (MODERADO)</b>																				

Fuente: Msc. Angel Onofa Guayasamin

Para la creación de la Hostería Waysa Panga, se ha tomado en cuenta la matriz Suma en donde se puede resumir que hay impacto negativo en cuanto al suelo ya que como se va realizar una construcción se necesita de terreno y sobre todo como se lo va realizar en la Amazonía se ve afectada la parte de la flora y fauna en un mínimo porcentaje, mientras que va existir mayor impacto positivo en generación de nuevas fuentes de empleo para la población local.

El resultado final de la evaluación según la matriz, es de 9.6 Moderado, considerado así ya que no va ser en gran medida la afectación al medio ambiente.

## MEDIDAS DE MITIGACIÓN

### Suelo:

- Se va evitar talar en forma masiva los árboles o bosques, para no afectar a los ecosistemas existentes.
- Se va realizar un estudio de capacidad de carga para los senderos, con la finalidad de dar cumplimientos con las normas de control y de mantenimiento del suelo.
- Los desechos sólidos y líquidos que sean necesarios en la construcción de la Hostería, serán trasladados a los basureros correspondientes.
- Se implementará basureros para desechos orgánicos e inorgánicos, para cuidar el medio ambiente.

### AGUA

- Se va evitar contaminar los ríos o quebradas con material que se utilice en la construcción.
- Enseñar a los visitantes a no contaminar los ríos y fuentes de agua ya que son atractivos fundamentales para la Hostería.
- Se implementará basureros ecológicos a orillas del río, para evitar contaminación de desechos.

### AIRE

- Evitar quemar residuos en los senderos y a orillas del río.
- Existirá un área exclusiva para los Fumadores.
- En el área de la cocina se implementará un extractor de olores para evitar el olor de la comida en las instalaciones.

## FLORA

- Cuidar las plantas que se encuentren en los senderos y alrededores.
- Realizar reforestación en áreas que se necesite.
- Informar a los turistas sobre la importancia de las especies.

## FAUNA

- No capturar los animales de la zona.
- Realizar un inventario de las especies que se encuentren en los alrededores de la hostería y que se encuentren en peligro de extinción.
- Ayudar a la conservación de las especies.

## **CAPITULO VI**

### **ESTUDIO FINANCIERO**

#### **Análisis financiero**

El estudio financiero está integrado por elementos informativo cuantitativo que permiten decidir y observar la viabilidad de un plan de negocios, en ellos se integra el comportamiento de la operaciones necesarias para que un empresa marche y visualizando a su vez el crecimiento de la misma en el tiempo. De ahí la importancia que al iniciar cualquiera idea de proyecto o negocio contemple las variables que intervienen en el desarrollo e implementación, consideran el costo efectivo que con lleva el operar el proyecto en términos financieros que implica el costo de capital de trabajo, adquisiciones de activo fijo y gastos pre operativo hasta obtener los indicadores financieros.

Es decir determinar la tasa de rentabilidad financiera que ha de generar el proyecto, a partir del cálculo e igualación de los ingresos con los egresos, a valores actualizados. Por tal motivo vamos a demostrar la situación económica del Proyecto “Creación de una Hostería en la ciudad del Tena” para conocer su factibilidad.

## ANÁLISIS ECONÓMICO Y FINANCIERO

Cuadro Nro. 40 Inversión y Financiamiento

<b>Hostería Waysa Panga</b>		
<b>INVERSIONES DEL PROYECTO</b>	<b>PERIODO PREOPERACIONAL</b>	<b>%</b>
<b>VALORES EN DOLARES</b>		
<b>ACTIVOS FIJOS</b>		
<b>CONSTRUCCIONES:</b>	<b>VALOR DE LA INVERSIÓN</b>	<b>%</b>
TERRENO	30.000,00	17,43%
CABAÑAS	100.581,75	58,43%
EQUIPAMIENTO	28.315,78	16,45%
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>	<b>158.897,53</b>	<b>92,30%</b>
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>		
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD	3.000,00	1,74%
DISEÑOS ARQUITECTÓNICOS, ESTRUCTURALES	500,00	0,29%
REGISTRO DE FUNCIONAMIENTO (MINTUR)	120,00	0,07%
PUBLICIDAD	1.000,00	0,58%
<b>TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS</b>	<b>4.620,00</b>	<b>2,68%</b>
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>		
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>8.635,80</b>	<b>5,02%</b>
<b>TOTAL INVERSIONES</b>	<b>172.153,33</b>	<b>100,00</b>

Elaborado por: Carla Carrión Andi

Fuente: Propia

## INVERSIÓN INICIAL

Cuadro Nro. 41 Equipos para Recepción

DETALLE	CANTID AD	V/ unitario	V. Total
Teléfono inalámbrico	1	120	120
Teléfono fax	1	200	200
Impresora Lexmar	1	291	291
Sillas de oficina de madera	6	31,5	189
Sillas de espera de madera Grande	3	45	135
Recepción de Oficina de madera	1	150	150
Modulares para archivo de madera	6	53	318
Mesa de juntas de madera	1	250	250
Impresora	2	130	260



Escritorio ejecutivo de madera	2	80	160
Divisiones /Modulares de oficina	2	200	400
Impresora	1	200	200
Computadoras portátiles	3	695	2085
Infocus	1	600,00	600,00
Repisas de madera ( artesanías )	4	80,00	320,00
Archivador Vertical	2	190	380
		<b>SUBTOTAL</b>	<b>6058</b>

Elaborado por: Carla Carrión Andi  
Fuente: Propia

#### Cuadro Nro. 42 Equipamiento para las Habitaciones

DETALLE	CANTIDAD	V. unitario	V. Total
Camas de 3 plazas	6	155,00	930,00
Camas de 2 plazas	8	120,00	960,00
Camas de 1 1/2 plaza Litera	4	103,00	412,00
Closet	14	80,00	1.120,00
Colchón de 3 plazas	6	240,00	1.440,00
Colchón de 2 plazas	8	195,00	1.560,00
Colchón de plaza 1/2	8	148,00	1.184,00
Almohadas	30	15,00	450,00
Veladores	28	30,00	840,00
Sillones típicos	14	15,00	210,00
Blancos camas 3 Plazas	12	32,00	384,00
Blancos camas 1/2 plaza	8	20,00	160,00
Blancos cama 2 plazas	8	26,00	208,00
Juego de toallas	40	33,00	1.320,00
		<b>SUBTOTAL</b>	<b>11.178,00</b>

Elaborado por: Carla Carrión Andi  
Fuente: Propia

#### Cuadro Nro. 43 Equipamiento para Cocina

DETALLE	CANTIDADA	V. unitario	V. Total
Cocina industrial 6 quemadores	1	80,00	280,00
Microondas GRANDE	1	50,00	350,00
Refrigeradora	1	1.200,00	1.200,00
Licuadaora	2	125,00	250,00
Sanducheras	3	20,00	60,00
Batidoras	1	66,00	66,00
Cilindros de gas industrial	3	40,00	120,00

Sartén de aluminio	3	20,00	60,00
Cernidor de malla	3	2,20	6,60
Cucharon Med. 40.6	2	7,00	14,00
Olla de presión	2	52,60	105,20
Tamalera mediana	1	55,00	55,00
Estantería 152,7x 61	2	350,00	700,00
Platos cevicheros	40	1,50	60,00
Cucharones	5	2,60	13,00
Cacerola	5	16,90	84,50
Plato principal fuerte	50	3,50	175,10
Plato sopero	50	3,70	185,00
Plato postre	50	3,00	150,00
Plato de taza	30	1,90	57,00
Taza de café	30	2,60	78,00
Mantequillero	50	1,80	90,00
Plato de pan	30	2,60	78,00
Ollas de Aluminio	6	35,00	210,00
Sartén estilo oriental	1	55,00	55,00
Espátula	4	5,00	20,00
Rallador	1	6,00	6,00
Tabla de picar	2	5,00	10,00
Bandejas	3	26,00	78,00
Jarras de plástico	20	2,00	40,00
Jarras de Vidrio Grande	10	10,00	100,00
Mesas de trabajo	1	200,00	200,00
Juego de ollas	1	120,00	120,00
Vasos de Vidrio grandes	50	1,00	50,00
Vasos de vidrio pequeños	50	0,75	37,50
Copas de Vidrio	50	1,10	55,00
		SUBTOTAL	5.218,90

Elaborado por: Carla Carrión Andi  
Fuente: Propia

Cuadro Nro. 44 Equipamiento para Restaurante

DETALLE	CANTIDAD	V. unitario	V. Total
Mesas (4)	13	50,00	650,00
Sillas	50	10,00	500,00
Televisor Grande	1	800,00	800,00
Caja registradora	1	400,00	400,00
Refrigerador	1	1.200,00	1.200,00
Mesas de bebes	3	25,00	75,00
Mantelería	13	11,00	143,00
		SUBTOTAL	3.768,00

Elaborado por: Carla Carrión Andi  
Fuente: Propia

Cuadro Nro.45 Equipamiento para Lavandería

DETALLE	CANTIDAD	V. unitario	V. Total
Estantería madera	2	15,00	30,00
Lavadora	1	800,00	800,00
Reservorio de Agua de 500 litros	2	500,00	1.000,00
		<b>SUBTOTAL</b>	<b>1.830,00</b>

Elaborado por: Carla Carrión Andi

Fuente: Propia

Cuadro Nro. 46 Equipamiento para Aseo y Limpieza

DETALLE	CANTIDAD	V. unitario	V. Total
Basureros grandes	5	8,00	40,00
Desinfectante	5	15,00	75,00
Fundas de basuras	10	1,30	13,00
Escobas	5	2,00	10,00
Trapeadores	10	1,80	18,00
Guantes	10	2,00	20,00
Papel higiénico Grandes	15	5,00	75,00
Recogedores grandes	6	1,98	11,88
		<b>SUBTOTAL</b>	<b>262,88</b>

Elaborado por: Carla Carrión Andi

Fuente: Propia

Cuadro Nro. 47 Construcciones

ITEM	DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	P.UNITARIO	P.TOTAL
1	Cabañas Familiares	u	4,00	6.500,00	26.000,00
2	Cabañas matrimoniales	U	3,00	6.500,00	19.500,00
3	Comedor	U	1,00	7.396,00	7.396,00
4	Vestidores	U	1,00	4.000,00	4.000,00
5	Piscina	U	1,00	23.725,75	23.725,75
6	Parqueadero	Global	1,00	500,00	500,00
7	Jardín Botánico	Global	1,00	1.500,00	1.500,00
8	Cancha de Vóley	Global	1,00	380,00	380,00
9	Senderos	Global	1,00	1.200,00	1.200,00
10	Lavandería y Bodega	U	1,00	6.500,00	6.500,00
11	Recepción	U	1,00	6.500,00	6.500,00
12	Tanque elevado	Global	1,00	500,00	500,00
13	Pozo Séptico	Global	1,00	380,00	380,00
14	Casa de máquinas	Global	1,00	2.500,00	2.500,00
					<b>100.581,75</b>

Elaborado por: Carla Carrión Andi

Fuente: Propia

## FINANCIAMIENTO.

Cuadro Nro. 48 Financiamiento

<b>FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO</b>	<b>MONTO</b>	<b>PORCENTAJE</b>
PRESTAMO DE LARGO PLAZO CFN	128.898,00	81%
INVERSIÓN PROPIETARIO	30.000,00	19%
<b>TOTAL FINANCIAMIENTO</b>	<b>158.898,00</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Carla Carrión Andi

Fuente: Propia

Para el financiamiento de las inversiones se ha considerado realizar un préstamo de largo plazo en la Corporación Financiera Nacional, por un monto de ciento veinte y ocho mil ochocientos noventa y ocho dólares de los estados unidos, a una tasa de interés efectiva anual de 9,37%, a un plazo de pago de 10 años, éste préstamo corresponde al 81% de la inversión.

La inversión que se realiza con recursos propios asciende a un monto de treinta mil dólares de los Estados Unidos de América, correspondientes al 19% de la inversión total.

## AMORTIZACIÓN

Cuadro Nro. 49 Amortización del Préstamo

AÑO	CUOTA	CAPITAL	INTERÉS	AMORTIZADO	PENDIENTE	PAGADO	INTERESES
					128.897,53		
1	-20.413,11	-8.335,41	-12.077,70	-8.335,41	120.562,12	-20.413,11	-12.077,70
2	-20.413,11	-9.116,44	-11.296,67	-17.451,85	111.445,68	-40.826,22	-23.374,37
3	-20.413,11	-9.970,65	-10.442,46	-27.422,50	101.475,03	-61.239,33	-33.816,83
4	-20.413,11	-10.904,90	-9.508,21	-38.327,40	90.570,13	-81.652,44	-43.325,04
5	-20.413,11	-11.926,69	-8.486,42	-50.254,09	78.643,44	-102.065,55	-51.811,46
6	-20.413,11	-13.044,22	-7.368,89	-63.298,31	65.599,22	-122.478,66	-59.180,35
7	-20.413,11	-14.266,46	-6.146,65	-77.564,78	51.332,75	-142.891,77	-65.327,00
8	-20.413,11	-15.603,23	-4.809,88	-93.168,01	35.729,52	-163.304,88	-70.136,88
9	-20.413,11	-17.065,25	-3.347,86	-110.233,26	18.664,27	-183.717,99	-73.484,73
10	-20.413,11	-18.664,27	-1.748,84	-128.897,53	0,00	-204.131,10	-75.233,57

Elaborado por: Carla Carrión Andi  
Fuente: Propia

El cálculo de la amortización de la deuda se ha realizado tomando en cuenta los siguientes datos:

Monto: \$ 128.897,53

Plazo: 10 años

Interés efectivo: 9, 37%

## PRESUPUESTO DE VENTAS

Cuadro Nro. 50 Presupuesto de Ventas

<b>INGRESOS ALOJAMIENTO</b>			
<b>Mes</b>	<b>Familiares</b>	<b>Matrimoniales</b>	<b>Total</b>
Enero	2.628,00	2.409,00	5.037,00
Febrero	3.679,20	3.372,60	7.051,80
Marzo	1.576,80	1.445,40	3.022,20
Abril	3.679,20	3.372,60	7.051,80
Mayo	1.576,80	1.445,40	3.022,20
Junio	3.153,60	2.890,80	6.044,40
Julio	1.576,80	1.445,40	3.022,20
Agosto	3.679,20	3.372,60	7.051,80
Septiembre	3.679,20	3.372,60	7.051,80
Octubre	1.576,80	1.445,40	3.022,20
Noviembre	1.576,80	1.445,40	3.022,20
Diciembre	3.679,20	3.372,60	7.051,80
	32.061,60	29.389,80	61.451,40

Elaborado por: Carla Carrión Andi

Fuente: Propia

Se ha calculado estos ingresos, considerando el costo de las habitaciones familiares en \$. 48 dólares y las habitaciones matrimoniales en \$. 22 dólares.

El ingreso por concepto de las cabañas familiares es tomando en cuenta el 54,75 del mes de Enero ( 60%) como porcentaje de ocupación del total del 100% por el valor de la cabaña familiar de \$48.00, obteniendo el valor de 2.628,00 como ingreso de alojamiento.

Par el mes de Febrero se ha tomado en cuenta el porcentaje de ocupación del 70% por el Número de Pax mensual 1095 dando y a este el precio de las habitaciones matrimoniales familiares, ya que según nuestro calendario nacional es Carnaval y todos los turistas sales de sus lugares habituales .

De igual manera el procedimiento es el mismo para los siguientes meses, solo varía los porcentajes de ocupación que se detalla a continuación:

Mes de Marzo: es el 30% porque termina el Carnaval y no hay fechas importantes.

Mes de Abril: es el 70% ya que es feriado de Semana Santa y se realizan una variedad de procesiones a nivel del país, es un Turismo Religioso.

Mes de Mayo: es el 30% porque no hay feriados extensos, solo el Día de la Madre por lo que las personas viajan solo por un día.

Mes de Junio: es el 30% ya que en algunos lugares de Sierra y Amazonía no terminan clases en una fecha específica.

Mes de Julio: es el 60% porque empiezan a desplazarse los turistas por motivos de feriado de vacaciones escolares.

Mes de Agosto: es el 70 % porque es el último mes de vacaciones previo al nuevo inicio de clases en la región Sierra- Amazonía.

Mes de Septiembre: es el 70%.

Mes de Octubre: es el 30% baja la afluencia de turistas a nivel nacional porque no hay feriados largos.

Mes de Noviembre: es el 30% se mantiene no hay mucha afluencia.

Mes de Diciembre: es el 70% ya que hay el feriado de navidad y fin de año.

En el ingreso por el concepto de Cabañas Matrimoniales nos refleja un valor de 2.409,00 y de \$32.061,60 en Cabañas Matrimoniales, como parte del gran total de ingresos de \$ **61.451,40**.

## INGRESOS

Cuadro Nro. 51 Ingreso por alimentación

<b>INGRESO POR ALIMENTACIÓN</b>					
<b>Mes</b>	<b>Desayunos</b>	<b>Almuerzo</b>	<b>Cena</b>	<b>Bebidas</b>	<b>Total</b>
Enero	1.368,75	1.916,25	3.285,00	2.737,50	9.307,50
Febrero	1.916,25	2.682,75	4.599,00	3.832,50	13.030,50
Marzo	821,25	1.149,75	1.971,00	1.642,50	5.584,50
Abril	1.916,25	2.682,75	4.599,00	3.832,50	13.030,50
Mayo	821,25	1.149,75	1.971,00	1.642,50	5.584,50
Junio	1.642,50	2.299,50	3.942,00	3.285,00	11.169,00
Julio	821,25	1.149,75	1.971,00	1.642,50	5.584,50
Agosto	1.916,25	2.682,75	4.599,00	3.832,50	13.030,50
Septiembre	1.916,25	2.682,75	4.599,00	3.832,50	13.030,50
Octubre	821,25	1.149,75	1.971,00	1.642,50	5.584,50
Noviembre	821,25	1.149,75	1.971,00	1.642,50	5.584,50
Diciembre	1.916,25	2.682,75	4.599,00	3.832,50	13.030,50
					113.551,50

Elaborado por: Carla Carrión Andi  
Fuente: Propia

De acuerdo con el menú que va ofrecer la Hostería Waysa Panga, se establece los desayunos a \$ 2,50 dólares, los almuerzos a \$ 3,50 dólares, cenas especiales a \$ 6.00 dólares y por concepto de bebidas un valor promedio de \$ 6,00 dólares.

Se realizó mediante el porcentaje de plazas ocupadas mensualmente por el valor de los desayunos, almuerzos, meriendas y bebidas; generando un total de \$ 113.551,50 Dólares.

También es importante mencionar que como las Cabañas tendrán un lugar específico para la promoción de la Cultura Quichua, se venderá artesanías de la zona dando un promedio de \$ 6.00 Dólares por artesanía de igual manera tomando en cuenta la afluencia de turistas a la Hostería.



## INGRESO POR ARTESANÍAS

Cuadro Nro. 52 Ingreso por Artesanías

<b>Mes</b>	<b>Artesanías</b>
Enero	821,25
Febrero	1.149,75
Marzo	492,75
Abril	1.149,75
Mayo	492,75
Junio	985,50
Julio	492,75
Agosto	1.149,75
Septiembre	1.149,75
Octubre	492,75
Noviembre	492,75
Diciembre	1.149,75
<b>Total:</b>	<b>10.019,25</b>

Elaborado por: Carla Carrión Andi  
Fuente: Propia

Como se utilizan los materiales de la zona se van a realizar conjuntamente con la comunidad artesanías como shigras, collares, tazas, bateas, y demás artículos para la comercialización y sobre todo incentivando al turista que regrese y se lleve un recuerdo.

## PROYECCION DE INGRESOS

Cuadro Nro. 53 Proyección de Ingresos

PROYECCIÓN DE LOS INGRESOS												
Mes	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10	Año 11	Año 12
<b>Enero</b>	15.165,75	16.075,70	17.040,24	18.062,65	19.146,41	20.295,19	21.512,91	22.803,68	24.171,90	25.622,22	27.159,55	28.789,12
<b>Febrero</b>	21.232,05	22.505,97	23.856,33	25.287,71	26.804,97	28.413,27	30.118,07	31.925,15	33.840,66	35.871,10	38.023,37	40.304,77
<b>Marzo</b>	9.099,45	9.645,42	10.224,14	10.837,59	11.487,85	12.177,12	12.907,74	13.682,21	14.503,14	15.373,33	16.295,73	17.273,47
<b>Abril</b>	21.232,05	22.505,97	23.856,33	25.287,71	26.804,97	28.413,27	30.118,07	31.925,15	33.840,66	35.871,10	38.023,37	40.304,77
<b>Mayo</b>	9.099,45	9.645,42	10.224,14	10.837,59	11.487,85	12.177,12	12.907,74	13.682,21	14.503,14	15.373,33	16.295,73	17.273,47
<b>Junio</b>	18.198,90	19.290,83	20.448,28	21.675,18	22.975,69	24.354,23	25.815,49	27.364,42	29.006,28	30.746,66	32.591,46	34.546,95
<b>Julio</b>	9.099,45	9.645,42	10.224,14	10.837,59	11.487,85	12.177,12	12.907,74	13.682,21	14.503,14	15.373,33	16.295,73	17.273,47
<b>Agosto</b>	21.232,05	22.505,97	23.856,33	25.287,71	26.804,97	28.413,27	30.118,07	31.925,15	33.840,66	35.871,10	38.023,37	40.304,77
<b>Septiembre</b>	21.232,05	22.505,97	23.856,33	25.287,71	26.804,97	28.413,27	30.118,07	31.925,15	33.840,66	35.871,10	38.023,37	40.304,77
<b>Octubre</b>	9.099,45	9.645,42	10.224,14	10.837,59	11.487,85	12.177,12	12.907,74	13.682,21	14.503,14	15.373,33	16.295,73	17.273,47
<b>Noviembre</b>	9.099,45	9.645,42	10.224,14	10.837,59	11.487,85	12.177,12	12.907,74	13.682,21	14.503,14	15.373,33	16.295,73	17.273,47
<b>Diciembre</b>	21.232,05	22.505,97	23.856,33	25.287,71	26.804,97	28.413,27	30.118,07	31.925,15	33.840,66	35.871,10	38.023,37	40.304,77

Elaborado por: Carla Carrión Andi

Fuente: Propia

Se ha calculado una proyección de ingresos tomado como base el crecimiento de la inflación, que de acuerdo al comportamiento de la economía, se proyecta para el próximo año en un 6% de inflación anual, según datos obtenidos en el Banco Central de Ecuador, por conceptos de Alojamiento, Alimentos, Bebidas, Artesanías.

## GASTOS

En lo que se refiere a este tema, mencionaremos los gastos que van a incurrir en el proyecto

Gastos Administrativos: Son todos aquellos gastos relacionados con el personal administrativo y de gerencia del proyecto; es decir, el salario que cada uno va recibir, con los beneficios de ley que corresponde. Se ha calculado lo que es el Fondo de reserva

Para que el negocio empiece sus operaciones necesita de los servicios básicos como el agua, luz y teléfono; siendo \$ 6.480,00 Dólares el gasto anual.

### Gastos Administrativos

Cuadro Nro. 54 Proyección de gastos

<b>Concepto</b>	<b>Costo mensual</b>	<b>Costo anual</b>
Servicios básicos	540,00	6.480,00
Sueldos	3.995,61	47.947,32
Suministros de oficina	57,95	695,40
Gastos variables hotel	347,89	4.174,69
Gastos variables restaurante	3.339,75	40.077,00
Limpieza	128,50	1.542,00
Impuestos	56,10	673,20
Publicidad	150,00	1.800,00
Gastos financieros	20,00	240,00
<b>TOTAL:</b>	<b>8.635,80</b>	<b>103.629,60</b>

<b>Servicios básicos</b>	<b>Cantidad</b>	<b>P. Unitario</b>	<b>Subtotal</b>
Agua	12	40,00	480,00
Energía Eléctrica	12	300,00	3.600,00
Teléfono	12	200,00	2.400,00
<b>Total servicios básicos:....</b>			<b>6.480,00</b>

Cuadro Nro. 55 Gasto de Sueldos y Salarios

CONCEPTO	MENSUAL	SEGURO	F. RESERVA	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	ANUAL
Administrador	500,00	540,00	499,80	500,00	292,29	7.832,09
Recepcionista día	300,00	324,00	299,88	300,00	292,29	4.816,17
Recepcionista nch	335,00	361,80	334,87	335,00	292,29	5.343,96
Cocinero	350,00	378,00	349,86	350,00	292,29	5.570,15
Auxiliar de Cocina	300,00	324,00	299,88	300,00	292,29	4.816,17
Mesero	300,00	324,00	299,88	300,00	292,29	4.816,17
Camarero	300,00	324,00	299,88	300,00	292,29	4.816,17
Guardián	350,00	378,00	349,86	350,00	292,29	5.570,15
Contador 1/2 tiempo	300,00	324,00		150,00	292,29	4.366,29
<b>TOTAL</b>						<b>47.947,32</b>

SUMINISTROS DE OFICINA			
Concepto	Cantidad	V. unitario	V. Total
Resmas de papel bond	6	5,00	30,00
Carpetas Folder	10	0,35	3,50
Cartetas de Cartón	30	0,20	6,00
Caja de esferos	3	3,00	9,00
Caja de lápiz	2	200,00	400,00
Caja de marcadores de colores permanente	3	7,00	21,00
Caja de marcadores de colores tiza liquida	3	7,50	22,50
Papel periódico (Láminas Grandes )	20	0,20	4,00
Papel Bond (Láminas Grandes)	20	0,22	4,40
Tinta de Impresoras a color	3	75,00	225,00
Pizarra Mediana	1	120,00	120,00
		TOTAL	815,40

Gastos Variables	Cantidad	P. Unitario	Subtotal
Shampoo	6.680	0,30	2.003,85
Jabón de tocador	6.680	0,15	1.001,93

Papel higiénico	3.340	0,35	1.168,91
<b>Total costos variables:....</b>			<b>4.174,69</b>

Productos de limpieza	Cantidad	P. Unitario	Subtotal
Cloro	12	12,00	144,00
Desinfectante	48	15,00	720,00
Insecticida	6	15,00	90,00
Jabón de lavar ropa	120	0,40	48,00
Jabón de lavar vajilla	6	10,00	60,00
Detergente	24	20,00	480,00
<b>Total limpieza:....</b>			<b>1.542,00</b>

Impuestos	Cantidad	P. Unitario	Subtotal
Activos fijos	1	400,00	400,00
Licencia anual de funcionamiento	1	48,00	48,00
Bomberos	1	50,00	50,00
Permiso de MSP	1	175,20	175,20
<b>Total Impuestos:....</b>			<b>673,20</b>

## COSTOS

Cuadro Nro. 56 Costos

<b>COSTOS PROMEDIOS DE MATERIA PRIMA PARA ELABORACION DE ALIMENTOS</b>				
Mes	Desayunos	Almuerzo	Cena	Total
Enero	547,50	1.095,00	1.642,50	3.285,00
Febrero	766,50	1.533,00	2.299,50	4.599,00
Marzo	328,50	657,00	985,50	1.971,00
Abril	766,50	1.533,00	2.299,50	4.599,00
Mayo	328,50	657,00	985,50	1.971,00
Junio	657,00	1.314,00	1.971,00	3.942,00
Julio	328,50	657,00	985,50	1.971,00
Agosto	766,50	1.533,00	2.299,50	4.599,00
Septiembre	766,50	1.533,00	2.299,50	4.599,00

Octubre	328,50	657,00	985,50	1.971,00
Noviembre	328,50	657,00	985,50	1.971,00
Diciembre	766,50	1.533,00	2.299,50	4.599,00

Se ha tomado en cuenta los costos promedio de la variedad a ofrecer en los platos en Desayunos de \$ 1.00 Dólares, en los Almuerzos de \$ 2.00 Dólares, y en las Cenas de \$ 3.00 Dólares multiplicado por el número de plazas a ocupar en la Hostería.

## AMORTIZACIÓN

Cuadro Nro. 57 Tabla de Amortización

<b>Amortización</b>			
Rubro	Valor	Años	Dep. Anual
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD	3.000,00	5	600,00
DISEÑOS ARQUITECTÓNICOS, ESTRUCTURALES	500,00	5	100,00
REGISTRO DE FUNCIONAMIENTO (MINTUR)	258,00	5	51,60
PUBLICIDAD	1.000,00	5	200,00

## DEPRECIACIÓN

Cuadro Nro. 58 Tabla de Depreciación

<b>Depreciaciones</b>			
Rubro	Valor	Años	Dep. Anual
Activo Fijo	100.581,75	25	4.023,27
Equipamiento	10.076,00	10	1.007,60
Muebles	20.215,00	10	2.021,50
Lencería	2.072,00	4	518,00

## PROYECCIÓN DE COSTOS

Cuadro Nro. 59 Proyección de Costos

PROYECCIÓN DE LOS COSTOS												
Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10	Año 11	Año 12
Total Costos de operación	103.629,60	109.847,38	116.438,22	123.424,52	130.829,99	138.679,79	147.000,57	155.820,61	165.169,84	175.080,03	185.584,84	196.719,93
Costos Fijos	49.315,92	52.274,87	55.411,36	58.736,05	62.260,21	65.995,82	69.955,57	74.152,90	78.602,08	83.318,20	88.317,29	93.616,33
Costos Variables	54.313,69	57.572,51	61.026,86	64.688,47	68.569,78	72.683,97	77.045,00	81.667,70	86.567,77	91.761,83	97.267,54	103.103,59

## FLUJO DE FONDOS

Cuadro Nro. 60 Flujo de Fondos

Rubros	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
<b>Ingresos Totales</b>		185.022,15	196.123,48	207.890,89	220.364,34	233.586,20	247.601,37	262.457,46	278.204,90	294.897,20	312.591,03	331.346,49	351.227,28
<b>Ingresos Alojamiento</b>		61.451,40	65.138,48	69.046,79	73.189,60	77.580,98	82.235,84	87.169,99	92.400,18	97.944,20	103.820,85	110.050,10	116.653,10
<b>Ingresos Alimentos y Bebidas</b>		113.551,50	120.364,59	127.586,47	135.241,65	143.356,15	151.957,52	161.074,97	170.739,47	180.983,84	191.842,87	203.353,44	215.554,65
<b>Ingresos Artesanías</b>		10.019,25	10.620,41	11.257,63	11.933,09	12.649,07	13.408,02	14.212,50	15.065,25	15.969,16	16.927,31	17.942,95	19.019,53
<b>Costos de operación</b>		-103.629,60	-109.847,38	-116.438,22	-123.424,52	-130.829,99	-138.679,79	-147.000,57	-155.820,61	-165.169,84	-175.080,03	-185.584,84	-196.719,93
<b>Costos Fijos</b>		-49.315,92	-52.274,87	-55.411,36	-58.736,05	-62.260,21	-65.995,82	-69.955,57	-74.152,90	-78.602,08	-83.318,20	-88.317,29	-93.616,33
<b>Costos Variables</b>		-54.313,69	-57.572,51	-61.026,86	-64.688,47	-68.569,78	-72.683,97	-77.045,00	-81.667,70	-86.567,77	-91.761,83	-97.267,54	-103.103,59
<b>Depreciacion y amort. total</b>		-8.003,97	-8.003,97	-8.003,97	-8.003,97	-8.003,97	-7.052,37	-7.052,37	-7.052,37	-7.052,37	-7.052,37	-4.023,27	-4.023,27
<b>Depreciación Cabañas</b>		-4.023,27	-4.023,27	-4.023,27	-4.023,27	-4.023,27	-4.023,27	-4.023,27	-4.023,27	-4.023,27	-4.023,27	-4.023,27	-4.023,27
<b>Depreciación Equipo</b>		-1.007,60	-1.007,60	-1.007,60	-1.007,60	-1.007,60	-1.007,60	-1.007,60	-1.007,60	-1.007,60	-1.007,60		
<b>Depreciación Muebles</b>		-2.021,50	-2.021,50	-2.021,50	-2.021,50	-2.021,50	-2.021,50	-2.021,50	-2.021,50	-2.021,50	-2.021,50		
<b>Amortización de activos diferidos</b>		-951,60	-951,60	-951,60	-951,60	-951,60							
<b>Pago de interés</b>		-12.077,70	-11.296,67	-10.442,46	-9.508,21	-8.486,42	-7.368,89	-6.146,65	-4.809,88	-3.347,86	-1.748,84		
<b>Utilidad antes de part. e imp.</b>		61.310,88	66.975,46	73.006,24	79.427,65	86.265,82	94.500,33	102.257,87	110.522,05	119.327,13	128.709,78	141.738,38	150.484,08
<b>Participacion trab.</b>		-9.196,63	-10.046,32	-10.950,94	-11.914,15	-12.939,87	-14.175,05	-15.338,68	-16.578,31	-17.899,07	-19.306,47	-21.260,76	-22.572,61
<b>Utilidad antes de imp.</b>		52.114,25	56.929,14	62.055,30	67.513,50	73.325,95	80.325,28	86.919,19	93.943,74	101.428,06	109.403,32	120.477,63	127.911,47
<b>Impuesto a la Renta</b>		-13.028,56	-14.232,28	-15.513,82	-16.878,37	-18.331,49	-20.081,32	-21.729,80	-23.485,93	-25.357,01	-27.350,83	-30.119,41	-31.977,87
<b>Utilidad Neta</b>		39.085,68	42.696,85	46.541,47	50.635,12	54.994,46	60.243,96	65.189,39	70.457,80	76.071,04	82.052,49	90.358,22	95.933,60
<b>Depreciacion total</b>		8.003,97	8.003,97	8.003,97	8.003,97	8.003,97	7.052,37	7.052,37	7.052,37	7.052,37	7.052,37	4.023,27	4.023,27
<b>Inversion</b>	158.897,53												
<b>Capital de trabajo</b>		-8.635,80	-8.635,80	-8.635,80	-8.635,80	-8.635,80	-8.635,80	-8.635,80	-8.635,80	-8.635,80	-8.635,80	-8.635,80	
<b>Recuperacion del cap. Trabajo</b>													8.635,80
<b>Credito recibido</b>	128.897,53												
<b>Pago de capital</b>		-8.335,41	-9.116,44	-9.970,65	-10.904,90	-11.926,69	-13.044,22	-14.266,46	-15.603,23	-17.065,25	-18.664,27		
<b>Flujo de fondos neto</b>	<b>-30.000,00</b>	<b>30.118,44</b>	<b>32.948,58</b>	<b>35.938,99</b>	<b>39.098,39</b>	<b>42.435,94</b>	<b>45.616,31</b>	<b>49.339,50</b>	<b>53.271,14</b>	<b>57.422,36</b>	<b>61.804,79</b>	<b>85.745,69</b>	<b>99.956,87</b>



## INDICADORES FINANCIEROS

Los supuestos utilizados para el cálculo de los indicadores financieros son:

TMAR (Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento)

Definición.- La Tasa Mínima Aceptable de Retorno, es un límite inferior para la aceptación de la inversión establecida por las organizaciones o las personas. Esta tasa, puede ser llamada también como tasa de descuento, porque ambas permiten llevar a valor actual flujos futuros de efectivo.

TMAR (Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento): 14,62%, calculada de la sumatoria de la Tasa Activa Referencial y la Tasa de Inflación Anual

Tasa Activa Referencial	9,53%
Tasa de Inflación	5%
TMAR	14,62%

Fuente: Bco. Central del Ecuador

12 años como horizonte del proyecto y los flujos anuales.

## VALOR ACTUAL NETO

El cálculo del VAN es de \$ 135.943,95 permite conocer a una tasa mínima aceptable de rendimiento, lo cual demuestra la factibilidad del proyecto, la fórmula aplicada en el cálculo es:

$$VAN = -I_0 + \sum_{i=1}^n \frac{FNE_n}{(1 + TMAR)^n}$$

## TASA INTERNA DE RETORNO

El método de cálculo se denomina prueba y error, más se fundamenta en el cálculo del VAN a varias tasas, hasta encontrar dos tasas que produzcan un VAN positivo y un VAN negativo lo más cercanos a cero, con esa información y la siguiente expresión se calcula la TIR.

$$TIR = tm + (Tm - tm) \left( \frac{VAN^+}{VAN^+ - VAN^-} \right)$$

Ya que la calculada para este proyecto es de TIR 109,45% es mayor a la tasa mínima aceptable de rendimiento se concluye que el proyecto es factible para su aplicación.

#### COSTO BENEFICIO

Para obtener la relación beneficio – Costo, se ha actualizado el flujo de fondos neto, como se demuestra a continuación:

<b>AÑO</b>	<b>Flujo de Fondos Neto</b>	<b>Flujo de Fondos Neto Actualizado</b>
<b>1</b>	26.276,78	30.118,44
<b>2</b>	22.925,12	63.067,03
<b>3</b>	20.000,98	99.006,02
<b>4</b>	17.449,82	138.104,41
<b>5</b>	15.224,06	180.540,36
<b>6</b>	13.282,20	226.156,67
<b>7</b>	11.588,03	275.496,16
<b>8</b>	10.109,96	328.767,30
<b>9</b>	8.820,41	386.189,66
<b>10</b>	7.695,35	447.994,45
<b>11</b>	6.713,79	533.740,14
<b>12</b>	5.857,44	633.697,01
<b>TOTAL</b>	165.943,95	

La inversión inicial total del proyecto es: \$. 158.897,53

Para obtener la relación beneficio costo para el proyecto, se ha calculado en base a la siguiente fórmula:

$$\text{Beneficio Costo} = \frac{\text{Flujo de Fondos neto Actualizado}}{\text{Inversión Inicial}}$$

$$\text{Beneficio Costo} = \frac{165.943,95}{158.897,53}$$

$$\text{Beneficio Costo} = 1,04$$

En base a los resultados se puede determinar que los beneficios superan costos de la inversión inicial, por lo cual el proyecto se puede ejecutar.

#### 5.6.4. Punto de Equilibrio

Para calcular el punto de equilibrio de ventas se aplicó la siguiente fórmula:

$$\text{Costos} \times \left\{ \frac{1}{1 - \frac{\text{Costos Variables}}{\text{Ingresos Totales}}} \right\}$$

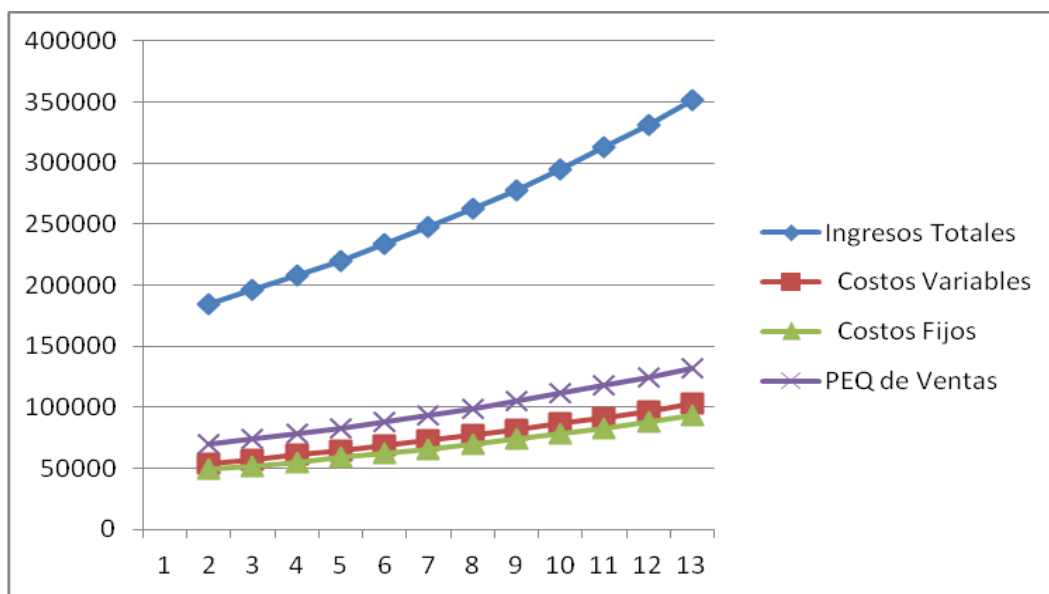
El resultado se muestra a continuación:

<b>Año</b>	<b>Ingresos Totales</b>	<b>Costos Variables</b>	<b>Costos Fijos</b>	<b>PEQ de Ventas</b>
<b>1</b>	185.022,15	54.313,69	49.315,92	69.808,31
<b>2</b>	196.123,48	57.572,51	52.274,87	73.996,81
<b>3</b>	207.890,89	61.026,86	55.411,36	78.436,62
<b>4</b>	220.364,34	64.688,47	58.736,05	83.142,81
<b>5</b>	233.586,20	68.569,78	62.260,21	88.131,38
<b>6</b>	247.601,37	72.683,97	65.995,82	93.419,27

<b>7</b>	262.457,46	77.045,00	69.955,57	99.024,42
<b>8</b>	278.204,90	81.667,70	74.152,90	104.965,89
<b>9</b>	294.897,20	86.567,77	78.602,08	111.263,84
<b>10</b>	312.591,03	91.761,83	83.318,20	117.939,67
<b>11</b>	331.346,49	97.267,54	88.317,29	125.016,05
<b>12</b>	351.227,28	103.103,59	93.616,33	132.517,01

## PUNTO DE EQUILIBRIO

**Gráfico Nro. 51 Punto de Equilibrio**



Elaborado por: Carla Carrión Andi  
Fuente: Propia

## ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

Definición.- Se denomina análisis de sensibilidad al procedimiento por medio del cual se puede determinar cuánto afecta o qué tan sensible es la Tasa Interna de Retorno ante cambios en determinadas variables del proyecto.

Para el presente proyecto y con el objeto de realizar un análisis de sensibilidad, se ha tomado como supuestos una posible reducción de los ingresos en un rango del 5%, y un aumento de los costos variables también en un 5%, con el objeto de observar el comportamiento de la Tasa Interna de Retorno, el Valor Actual Neto y la Relación Beneficio - Costo, obteniendo el siguiente Flujo de Fondos:

## Flujo de Fondos del Proyecto con Análisis de Sensibilidad

Rubros	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Ingresos Totales		175.771,04	186.317,31	197.496,34	209.346,12	221.906,89	235.221,30	249.334,58	264.294,66	280.152,34	296.961,48	314.779,17	333.665,92
Ingresos Alojamiento		58.378,83	61.881,56	65.594,45	69.530,12	73.701,93	78.124,04	82.811,49	87.780,18	93.046,99	98.629,80	104.547,59	110.820,45
Ingresos Alimentos y Bebidas		107.873,93	114.346,36	121.207,14	128.479,57	136.188,34	144.359,65	153.021,22	162.202,50	171.934,65	182.250,73	193.185,77	204.776,92
Ingresos Artesanias		9.518,29	10.089,38	10.694,75	11.336,43	12.016,62	12.737,62	13.501,87	14.311,99	15.170,70	16.080,95	17.045,80	18.068,55
Costos de operación		-106.345,29	-112.726,01	-119.489,57	-126.658,94	-134.258,48	-142.313,98	-150.852,82	-159.903,99	-169.498,23	-179.668,13	-190.448,21	-201.875,11
Costos Fijos		-49.315,92	-52.274,87	-55.411,36	-58.736,05	-62.260,21	-65.995,82	-69.955,57	-74.152,90	-78.602,08	-83.318,20	-88.317,29	-93.616,33
Costos Variables		-57.029,37	-60.451,13	-64.078,20	-67.922,89	-71.998,27	-76.318,16	-80.897,25	-85.751,09	-90.896,15	-96.349,92	-102.130,92	-108.258,77
Depreciacion y amort. total		-8.003,97	-8.003,97	-8.003,97	-8.003,97	-8.003,97	-7.052,37	-7.052,37	-7.052,37	-7.052,37	-7.052,37	-4.023,27	-4.023,27
Depreciación Cabañas		-4.023,27	-4.023,27	-4.023,27	-4.023,27	-4.023,27	-4.023,27	-4.023,27	-4.023,27	-4.023,27	-4.023,27	-4.023,27	-4.023,27
Depreciación Equipo		-1.007,60	-1.007,60	-1.007,60	-1.007,60	-1.007,60	-1.007,60	-1.007,60	-1.007,60	-1.007,60	-1.007,60		
Depreciación Muebles		-2.021,50	-2.021,50	-2.021,50	-2.021,50	-2.021,50	-2.021,50	-2.021,50	-2.021,50	-2.021,50	-2.021,50		
Amortización de activos diferidos		-951,60	-951,60	-951,60	-951,60	-951,60							
Pago de interés		-12.077,70	-11.296,67	-10.442,46	-9.508,21	-8.486,42	-7.368,89	-6.146,65	-4.809,88	-3.347,86	-1.748,84		
Utilidad antes de part. e imp.		49.344,09	54.290,66	59.560,35	65.175,00	71.158,02	78.486,06	85.282,74	92.528,42	100.253,88	108.492,14	120.307,68	127.767,54
Participacion trab.		-7.401,61	-8.143,60	-8.934,05	-9.776,25	-10.673,70	-11.772,91	-12.792,41	-13.879,26	-15.038,08	-16.273,82	-18.046,15	-19.165,13
Utilidad antes de imp.		41.942,47	46.147,06	50.626,30	55.398,75	60.484,32	66.713,15	72.490,33	78.649,15	85.215,80	92.218,32	102.261,53	108.602,41
Impuesto a la Renta		-10.485,62	-11.536,77	-12.656,57	-13.849,69	-15.121,08	-16.678,29	-18.122,58	-19.662,29	-21.303,95	-23.054,58	-25.565,38	-27.150,60
Utilidad Neta		31.456,85	34.610,30	37.969,72	41.549,07	45.363,24	50.034,86	54.367,75	58.986,87	63.911,85	69.163,74	76.696,15	81.451,81
Depreciacion total		8.003,97	8.003,97	8.003,97	8.003,97	8.003,97	7.052,37	7.052,37	7.052,37	7.052,37	7.052,37	4.023,27	4.023,27
Inversion	158.897,53												
Capital de trabajo		-8.635,80	-8.635,80	-8.635,80	-8.635,80	-8.635,80	-8.635,80	-8.635,80	-8.635,80	-8.635,80	-8.635,80	-8.635,80	-8.635,80
Recuperacion del cap. Trabajo													8.635,80
Credito recibido	128.897,53												
Pago de capital		-8.335,41	-9.116,44	-9.970,65	-10.904,90	-11.926,69	-13.044,22	-14.266,46	-15.603,23	-17.065,25	-18.664,27		
<b>Flujo de fondos neto</b>	<b>-30.000,00</b>	<b>22.489,61</b>	<b>24.862,03</b>	<b>27.367,24</b>	<b>30.012,33</b>	<b>32.804,72</b>	<b>35.407,21</b>	<b>38.517,85</b>	<b>41.800,20</b>	<b>45.263,16</b>	<b>48.916,04</b>	<b>72.083,62</b>	<b>85.475,08</b>

Con los resultados del Análisis de Sensibilidad, el Proyecto arroja los siguientes Indicadores financieros:

<b>Indicadores Financieros</b>	<b>Resultado</b>	<b>Conclusión</b>
VAN	\$ 93.911,29	Es viable bajo los supuestos de cálculo
TIR	84,86%	
B/C	0,78	

Conclusion:

La Creación de una Hostería en la ciudad del Tena es factible, ya que sí se recupera la inversión realizada por el inversionista, aún si los ingresos disminuyeran en un 5% de lo previsto y los costos variables se incrementaran en un 5% de lo previsto.

## CAPITULO VII

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

- El Ecuador es un país multiétnico y pluricultural, lo que lo convierte en una joya para los visitantes, atraídos por la diversidad de gente y de costumbres, su flora y fauna; encaminando al turismo sin lugar a dudas, a un eje fundamental para la reactivación económica.

El cantón Tena posee todas las potencialidades turísticas que otras provincias anhelaran, en lo que se refiere a infraestructura turística hotelera tiene una capacidad de abastecer a cierto grupo de la demanda total que llega anualmente a la ciudad. Existen establecimientos de todo tipo, que brindan servicios cada uno con sus características específicas, es por esta razón que la Hostería “Waysa panga” generará expectativas nuevas e innovadoras en cuanto al servicio de hospedaje en el Cantón Tena se refiere, ya que posee una aceptación del 72% de las personas capaces de sentir nuevas experiencias.

- La diferenciación es la estrategia clave e importante para ingresar y posicionarse como una empresa hotelera en el sector si se tiene por objetivo dar un servicio y producto excelente en calidad. La Hostería “ Waysa panga” irá más allá de lo común de cualquier empresa ya que el interés específico será dar un beneficio con amor y dedicación; con la idea de que las culturas ancestrales prevalecen de una u otra manera y han sido parte fundamental en la historia de nuestros antepasados y formación por tanto es merecedora a seguir fortaleciendo la identidad cultural.
- La infraestructura de la Hostería constituye parte fundamental para ser atractivo para los turistas, aún más si se atribuye la naturaleza y la belleza de su paisaje, comodidad, su tranquilidad y el ruido mismo de la fauna de la Amazonía, ya que estudios y estadísticas proporcionadas por la Dirección de Turismo del Cantón Tena, establece que los turistas potenciales clientes, desean salir del stress de las grandes ciudades y disfrutar de los atractivos naturales.



- La relación con las comunidades y pueblos Quichuas que se encuentran en la zona, permite tener más aceptación con los turistas extranjeros, ya que su principal atracción es conocer más a fondo las costumbres y tradiciones de estas poblaciones ya que valoran más la identidad cultural.
- En base a los resultados se puede determinar que los beneficios superan costos de la inversión inicial (1,04) por lo cual se concluye que el proyecto se puede ejecutar y si es factible, ya que el financiamiento se la realiza con la Corporación Nacional Financiera porque el Turismo es uno de los proyectos especiales priorizados por el Gobierno Nacional y la CFN, ya que necesariamente deben ser proyectos productivos innovadores de inversión turística que sean económicamente rentables, socialmente incluyentes y ambientalmente responsables, es una alternativa muy buenas para la creación.
- Es necesario el estudio de impacto ambiental ya sea este de calificación moderada según los rangos establecidos en la matriz utilizada (Suma) que se pretende aplicar, ya que es imprescindible crear conciencia ambientalista con todas las personas. La base es el cuidado del medio ambiente por medio del reciclaje, mismo que aportaran todos los que integran la empresa y turistas.

## **RECOMENDACIONES**

El proyecto va influir en el desarrollo del turismo local, nacional e internacional y por razones que merecen mucha importancia, damos a conocer las siguientes recomendaciones:

- Ayudar a mantener limpios y con la accesibilidad adecuada a los atractivos naturales que se encuentren en la zona de la Hostería, para que los turistas no tengan ningún inconveniente en conocer y promocionar en cualquier parte del mundo.
- Difundir la importancia del rescate a la identidad cultural Quichua con el fin de que no se pierdan los valores y conocimientos adquiridos por generaciones ya que es un valor cultural importante que ahora más que en otros tiempos está siendo desplazada.

- Mantener los basureros en las áreas de interés para los turistas, para que no se contaminen las fuentes de los ríos, y así poder cumplir con los objetivos propuestos.
- Trabajar bajo un sistema ético y con responsabilidades hacia los clientes, empleados y a la sociedad, respetando su propio pensamiento, para poder lograr el posicionamiento ante la competencia.
- Contar con un buen recurso humano cumpliendo con los procedimientos administrativos y operativos, capaz de trabajar en equipo, para poder cumplir con las expectativas de los turistas.
- El Cantón Tena, posee una maravilla en recursos turísticos, se recomienda a las entidades públicas asignar recursos para la promoción turística y también capacitaciones a las personas que ofrecen algún servicio turístico en temas claves, como lo es la “ Atención al cliente”
- Proporcionar el servicio hotelero-turístico con mucha dedicación y responsabilidad, para así crear un valor agregado en cuanto al servicio ya que un cliente satisfecho siempre regresa al lugar donde lo atienden muy bien.
- A las autoridades de las entidades públicas se recomienda que en los atractivos de mayor afluencia de turistas, se construyan una buena infraestructura básica para que los que visitan se lleven una excelente opinión.

## REFERENCIAS

- [1] <http://www.monografias.com/trabajos62/historia-hoteleria/historia-hoteleria.shtml>, recuperado el 28 de Octubre del 2010 <http://www.monografias.com/trabajos62/historia-hoteleria/historia-hoteleria.shtml>
- [2] KOURDI Jeremy. Estrategias claves para tomar decisiones en los negocios. Buenos Aires, edición 1ra. Pág. 15
- [3] [www.turismo.gov/aprende-ecuador](http://www.turismo.gov/aprende-ecuador)
- [4] [www.monografias.com/turismo%2Fsostenible/](http://www.monografias.com/turismo%2Fsostenible/) recuperado el 25 de abril del 2011
- [5] Ministerio de Turismo. (s.f.). Recuperado el 25 de Junio de 2010, de [http://www.turismo.gob.ec/index.php?option=com\\_content&view=article&id=27&Itemid=33](http://www.turismo.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=27&Itemid=33)
- [6] Espinosa, P., & Suarez, M. F. (1996). Procesos operativos en las reas productivas de los hoteles de lujo en la ciudad de quito. tesis, Quito, Pichincha, Ecuador .UTE
- [7] Barona, W. (Abril de 1998). Sistema para la obtención de costos de los servicios y departamentos en los hoteles de primera categoría en la ciudad de quito. Tesis. Quito, Pichincha, Ecuador: UTE.
- [8] Libro Fundamentos de Marketing Turístico de Miguel Ángel Acerenza
- [9] Mi tecnológico. (s.f.). Recuperado el 19 de Octubre de 2010, de Principales Indicadores Financieros <http://www.mitecnologico.com/Main/PrincipalesIndicadoresFinancieros>
- [10] Folleto de Naturaleza y Estructura de la Industria Hotelera
- [11] (Libro Mercadotecnia para la hospitalidad y turismo Cap.I pag.82)
- [12] CN Crece Negocios.com. (31 de Diciembre de 2008). Recuperado el 28 de Octubre de 2010, de El VAN y el TIR: <http://www.crecenegocios.com/el-van-y-el-tir/>
- [13] Martínez Rueda, H. (s.f.). Scribd. Recuperado el 28 de Octubre de 2010, de <http://www.scribd.com/doc/3572625/Indicadores-Financieros>  
Guía Metodológica para la Evaluación del Impacto Ambiental” de Fernández Conesa, V.  
LEVIN. RUBIN. Estadísticas para la administración. México. Prentice-Hall (1996)  
SERNA, Humberto. Gerencia Estratégica. Segunda edición 2005

## Fuentes electrónicas

[www.bettmanagement.com](http://www.bettmanagement.com)

[www.turismo.gob.ec/](http://www.turismo.gob.ec/)

[www.uchutican.com.ec](http://www.uchutican.com.ec)

[www.napo.gob.ec/](http://www.napo.gob.ec/)

[www.tena.gob.ec/](http://www.tena.gob.ec/)

[www.captur.travel/](http://www.captur.travel/)

[www.hotelesecuador.com.ec/](http://www.hotelesecuador.com.ec/)

<http://www.scribd.com/doc/3572625/Indicadores-Financieros>

<http://www.optur.org/estadisticas-turismo.html>

[www.google.com](http://www.google.com)

[www.turismo.gob.ec](http://www.turismo.gob.ec)

<http://turismodesdelared.wikispaces.com/Procesos+hoteleros>. Recuperado el 5 de Octubre del 2012

# ANEXOS

Informe del Lector

PREGRADO

QUITO, OCTUBRE 03 DEL 2012

<b>AUTOR</b>	Carla Patricia Carrión Andi
<b>TEMA</b>	CREACIÓN DE LA HOSTERÍA "WAYSÁ PANGA EN EL CANTÓN TENA"
<b>TUTOR</b>	Ing. Juan Lascano Polo
<b>LECTOR</b>	Dra. Lida Sandoval Guerrero
<b>PROGRAMA</b>	

<b>TEMA / COMENTARIO</b>	FORMATO DEL DOCUMENTO
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Favor acogerse al formato que establece la Universidad para presentación de trabajos finales.</li> <li>• (márgenes, interlineado, etc)</li> <li>• REVISAR ORTOGRAFÍA DE TODO EL DOCUMENTO (ej. P.173)</li> </ul>
<b>TEMA / COMENTARIO</b>	INDICE DE GRÁFICOS
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Favor cambiar el encabezado de los cuadros, debe diferenciar entre cuadros y gráficos en todo el documento</li> <li>• Hacer dos índices (uno de cuadros y otro de gráficos)</li> </ul>
<b>TEMA / COMENTARIO</b>	DIAGRAMACIÓN DE PROCESO
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mejorar la diagramación de procesos, hacerlo en presentación tubular es decir con los cargos de responsabilidad y los tiempos,, los que usted coloca son muy básicos, debe mejorarlos.</li> </ul>
<b>TEMA / COMENTARIO</b>	CAPÍTULO FINANCIERO
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Definir la TEMAR</li> <li>• Definir el ÍNDICE DE DESABILIDAD</li> </ul>

<b>OBSERVADORES</b>	
<b>PERSONAS DE CONTACTO</b>	
<b>NOTAS ESPECIALES</b>	

<b>NOTA FINAL</b>	9/10
-------------------	------

\_\_\_\_\_  
Lector

## Informe del Lector

PREGRADO

QUITO 24 DE OCTUBRE-2012

AUTOR	CARLA PATRICIA CARRION ANDI
TEMA	CREACION DE LA HOSTERIA WAYSA PANGA EN EL CANTON TENA
TUTOR	ING. JUAN LASCANO MBA.
LECTOR	ING. FREDDY ALVAREZ MBA.
PROGRAMA	
TEMA / COMENTARIO	GRAFICOS
	<ul style="list-style-type: none"> <li>En los gráficos se debe colocar la fuente y la elaboración</li> <li>Pág. 27 se debe mejorar la presentación de la tabla no se entiende</li> </ul>
TEMA / COMENTARIO	TAMAÑO DE LA MUESTRA
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pág. 80 se debe explicar como se elaboraron los cálculos y cuales fueron la consideraciones para el análisis</li> </ul>
TEMA / COMENTARIO	PLANES DE ACCION
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pág. 118, se debe explicar como se van a medir los indicadores</li> </ul>
TEMA / COMENTARIO	PROCESOS Y ANALISIS FINANCIERO
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pág. 146, Explicar bajo que norma se utilizó la diagramación de procesos</li> <li>Pág. 147, no esta definido el conector NO</li> <li>Pág. 156, no esta definido el conector NO</li> <li>Pág. 186, cambiar los años</li> </ul>
TEMA / COMENTARIO	REDACCION
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Revisar la ortografía</li> <li>La bibliografía debe estar de acuerdo a normas APA, monografias.com no es fuente de consulta en una investigación.</li> </ul>
OBSERVADORES	
PERSONAS DE CONTACTO	
NOTAS ESPECIALES	

NOTA FINAL 9



Lector

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL**  
**AUTORIZACIÓN DE EMPASTADO**

Quito noviembre 30, 2012

Señorita  
CARLA CARRION ANDI  
**ESTUDIANTE DE LA CARRERA DE HOTELERÍA Y TURISMO**  
**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL**

Presente.-

De mi consideración:

Una vez revisadas las modificaciones de los informes emitidos, autorizamos a la estudiante, CARLA CARRION ANDI alumna de la CARRERA DE HOTELERÍA Y TURISMO, proceda con la impresión y presentación del empastado para el tema de tesis "CREACION DE LA HOSTERIA WAYSA PANGA EN EL CANTON TENA", para que siga con el proceso de graduación y defensa respectiva.

Cordialmente,

**Ing. Juan Lascano**

**TUTOR**

**Dra. Lida Sandoval**

**LECTOR**

**Ing. Fredy Alvarez**

**LECTOR**

*CC. Secretaría Académica  
Archivo Unidad de Pregrado*