



ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO**

CARRERA: INGENIERÍA COMERCIAL

**“PROYECTO DE CREACIÓN DE UNA HOSTERÍA
ECOLÓGICA EN LA PROVINCIA DE NAPO, CANTÓN EL
CHACO, PARROQUIA GONZALO DÍAZ DE PINEDA”**

AUTORA: SONIA DEL CARMEN CAIZALUISA MORALES

Tesis presentada como requisito previo a la obtención del grado de:

INGENIERA COMERCIAL

AÑO 2010

ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO

INGENIERÍA COMERCIAL

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

SONIA DEL CARMEN CAIZALUISA MORALES

DECLARO QUE:

El proyecto de grado titulado **Proyecto de creación de una hostería ecológica en la provincia de Napo, cantón El Chaco, parroquia Gonzalo Díaz de Pineda**, ha sido desarrollado con base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros, conforme las citas bibliográficas que constan en las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía.

Consecuentemente este trabajo es de mi autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del proyecto de grado en mención.

Sangolquí, Julio del 2010.

.....

Sonia del Carmen Caizaluisa Morales

ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO

INGENIERÍA COMERCIAL

CERTIFICADO

ING. VÍCTOR CUENCA

ING.GEOVANNI HERRERA

CERTIFICAN

Que el trabajo titulado **Proyecto de creación de una hostería ecológica en la Provincia de Napo, cantón El Chaco, parroquia Gonzalo Díaz de Pineda**, realizado por Sonia del Carmen Caizaluisa Morales, ha sido guiado y revisado periódicamente y cumple normas estatutarias establecidas por la ESPE, en el Reglamento de Estudiantes de la Escuela Politécnica del Ejército.

Debido a la veracidad de información, calidad de trabajo y confiabilidad de resultados que garantiza su aplicación se recomienda su publicación.

El mencionado trabajo consta de un documento empastado y un disco compacto el cual contiene los archivos en formato portátil de Acrobat (pdf). Autorizan a Sonia del Carmen Caizaluisa Morales que lo entregue al ING. GUIDO CRESPO, en su calidad de Director de la Carrera.

Sangolquí, Julio del 2010

ING. VÍCTOR CUENCA

ING.GEOVANNI HERRERA

DIRECTOR

CODIRECTOR

ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO

INGENIERÍA COMERCIAL

AUTORIZACIÓN

Yo, Sonia del Carmen Caizaluisa Morales

Autorizo a la Escuela Politécnica del Ejército la publicación, en la biblioteca virtual de la Institución del trabajo **“Proyecto de creación de una hostería ecológica en la provincia de Napo, cantón El Chaco, parroquia Gonzalo Díaz de Pineda”** cuyo contenido, ideas y criterio son de mi exclusiva responsabilidad y autoría.

Sangolquí, Julio del 2010

.....
Sonia del Carmen Caizaluisa Morales

DEDICATORIA

A Dios, por guiar mi camino y darme una oportunidad en este mundo, a mis padres que han sido mi guía y apoyo durante estos años, a mi hija que ha sido la motivación más grande para seguir adelante y, a mis hermanos por creer en mí y, brindarme una mano y una palabra de aliento cuando lo necesité.

AGRADECIMIENTO

A mis padres, Juan y Zoila, por apoyarme, guiarme e inculcarme valores y principios éticos que me han servido para ser la persona que soy y dar un paso más en mi vida que es culminar mi carrera.

A mi hija Carolina por su paciencia, amor y comprensión durante todo este tiempo y que me han motivado en seguir adelante sin dejarme vencer por los obstáculos que se han presentado.

A mis hermanos que siempre estuvieron para un consejo, y ayuda, cuando lo necesite.

A mis amigos y amigas que siempre me acompañaron en las buenas y malas, siempre estarán en mi corazón.

A mi institución, a mis profesores, a mi director y codirector de tesis, por compartir sus conocimientos, experiencias como valiosos aportes en mí formación personal y profesional, que me permitieron desarrollar el presente proyecto.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

ÍNDICE

CONTENIDO	PÁGINA
Resumen	1
CAPITULO I	
GENERALIDADES	
1.1. Introducción	7
1.2. Ecoturismo	9
1.2.1. Políticas públicas	9
1.2.2. Dimensiones e impactos	10
1.3. Reglamento General de Actividades Turísticas	11
CAPITULO II	
ESTUDIO DE MERCADO	
2.1. Objetivos del Estudio de Mercado	14
2.2. Estructura del Mercado	15
2.2.1. Definición del Mercado Relevante	15
2.2.2. Estructura del Mercado del Alojamiento	15
2.3. Demanda Actual	18
2.3.1. Metodología de la Investigación	18
2.3.2. Identificación y Características del Servicio Turístico	45
2.3.3. Clasificación por su uso	46
2.3.4. Clasificación por su efecto	47

2.3.5	Factores que afectan la demanda	47
2.3.5.1.	Tamaño y Crecimiento de la población	47
2.3.5.2.	Hábitos de consumo	48
2.4.	Segmentación del Mercado	49
2.4.1.	Comportamiento Histórico de la Demanda	58
2.4.2.	Demanda Actual del Servicio	58
2.4.5.	Proyección de la Demanda	59
2.5.	Análisis de la Oferta	60
2.5.1.	Clasificación de la Oferta	60
2.5.2.	Factores que afectan a la Oferta	60
2.5.2.1.	Tamaño del Mercado	60
2.5.2.2.	Capacidad de Inversión de los Empresarios	61
2.5.3.	Comportamiento Histórico de la Oferta	61
2.5.4.	Oferta Actual	62
2.5.5.	Proyección de la Oferta	62
2.6.	Determinación de la Demanda Insatisfecha	63
2.7.	Análisis de Precios	64
2.8.	Canales de Distribución	64
2.9.	Comercialización	65
2.9.1.	Estrategia de Precios	65
2.9.2.	Estrategia de Promoción	66
2.9.3.	Estrategia del Servicio	67
2.9.4.	Estrategia de Plaza	68
2.9.5.	Estrategia de Presentación	69

CAPITULO III

ESTUDIO TÉCNICO

3.1.	Tamaño del Proyecto	71
3.1.1.	Localización de la hostería ecológica	71
3.1.2.	Factores determinantes del tamaño	73
3.1.2.1.	Mercado	73
3.1.2.2.	Disponibilidad de Recursos Financieros	73
3.1.2.3.	Disponibilidad de Mano de Obra	73
3.1.2.4.	Disponibilidad de Insumos	74
3.1.2.5.	Disponibilidad de tecnología	75
3.1.2.6.	Economías de Escala	75
3.1.2.7.	Capacidad de Producción	75
3.1.3.	Optimización del Tamaño del Proyecto	76
3.2.	Localización del Proyecto	77
3.2.1.	Macro localización	77
3.2.2.	Micro localización	82
3.2.2.1.	Factores locacionales	82
3.2.2.2.	Matriz Locacional	83
3.3.	Distribución de la hostería	84
3.3.1.	Instalaciones	84
3.4.	Ingeniería del Proyecto	85
3.4.1.	El proceso de producción	85
3.4.1.1.	Diagrama de Flujo	86
3.4.1.2.	Requerimiento de Infraestructura	96

3.4.1.3.	Requerimiento de Maquinaria y Equipo	97
3.4.1.4.	Requerimiento de Insumos y Materiales	99
3.4.1.5.	Requerimiento de Personal Operativo y Mano de Obra	100
3.4.1.6.	Estimación de la Inversión	101
3.4.2.	Calendario de Ejecución del Proyecto	102
3.4.3.	Aspectos Ambientales	102
3.4.3.1.	Identificación y descripción de los impactos ambientales potenciales	102
3.4.3.2.	Medidas de Mitigación	103

CAPITULO IV

LA EMPRESA Y SU ORGANIZACIÓN

4.1.	La empresa	104
4.1.1.	Nombre o Razón Social	104
4.1.2.	Titularidad de la Propiedad de la Organización	104
4.1.3.	Tipo de Empresa	105
4.1.3.1.	Requisitos Legales para la constitución de la empresa en sociedad anónima	106
4.1.3.2.	Trámites para entrar en funcionamiento	106
4.2.	Base filosófica de la empresa	112
4.2.1.	Visión	112
4.2.2.	Misión	113
4.2.3.	Estrategia empresarial	113
4.2.4.	Objetivos estratégicos	114
4.2.5.	Principios y Valores	115

4.3.	La organización	116
4.3.1.	Organigrama estructural	116
4.3.2.	Descripción de las Funciones	117

CAPITULO V

PRESUPUESTOS

5.1.1.	Presupuestos de Operación	125
5.1.1.1.	Presupuesto de Ingresos	125
5.1.1.2.	Presupuesto de Egresos	130
5.1.1.3.	Estructura de Financiamiento	130
5.2.1.	Presupuestos de Inversión	130
5.2.1.1.	Activos Fijos	130
5.2.1.2.	Activos Intangibles	133
5.2.1.3.	Capital de Trabajo	133
5.2.1.4.	Resumen de Inversiones	134
5.3.1.	Cronograma de Inversiones	134
5.3.2.	Estructura del Financiamiento	136
5.3.3.	Punto de Equilibrio	138
5.4.	Estados Financieros Proforma	139
5.4.1.	Estado de Resultados	139
5.4.2.	Estado de Origen y Aplicación de Fondos	141
5.5.	Flujo de Fondo	141
5.5.1.	Del Proyecto	141
5.5.2.	Del Inversionista	144
5.6.	Evaluación Financiera	147

5.6.1.	Determinación de las tasas de Descuento	147
5.6.1.1.	Del Proyecto	147
5.6.1.2.	De los Inversionistas	147
5.6.2.	Criterios de Evaluación	148
5.6.2.1.	Valor Actual Neto	148
5.6.2.2.	Tasa Interna de Retorno	152
5.6.2.3.	Período de Recuperación de la Inversión	154
5.6.2.4.	Relación Beneficio Costo	156
5.6.3.	Análisis de Sensibilidad	158

CAPITULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1.	Conclusiones	160
6.2.	Recomendaciones	163

ANEXOS		164
---------------	--	-----

BIBLIOGRAFÍA		222
---------------------	--	-----

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Definición de la Población Universo	18
Tabla 2	Lugar de procedencia*Realiza paseos a la prov. Napo	22
Tabla 3	Edad*Realiza paseos a la provincia de Napo	23
Tabla 4	El encuestado trabaja en	24
Tabla 5	Educación del encuestado	25

Tabla 6	Motivos por los que viaja	26
Tabla 7	Seleccione el lugar con mayor importancia (Enumere del 1 al 5; 1 el más importante y 5 menos importante)	27
Tabla 8	Servicios requeridos por los turistas en relación con su educación	28
Tabla 9	Servicios requeridos por los turistas en relación con su educación	28
Tabla 10	Servicios requeridos por los turistas en relación con su educación	28
Tabla 11	Servicios requeridos por los turistas en relación con su educación	28
Tabla 12	Servicios requeridos por los turistas en relación con su educación	28
Tabla 13	Servicios requeridos por los turistas en relación con su educación	28
Tabla 14	Servicios requeridos por los turistas en relación con su educación	28
Tabla 15	Servicios requeridos por los turistas en relación con su educación	28
Tabla 16	Servicios requeridos por los turistas en relación con su educación	29
Tabla 17	Servicios requeridos por los turistas en relación con su educación	29
Tabla 18	Servicios requeridos por los turistas en relación con su educación	29
Tabla 19	Servicios requeridos por los turistas en relación con su educación	29
Tabla 20	Servicios requeridos por los turistas en relación con su educación	29

	educación	
Tabla 21	Servicios requeridos por los turistas en relación con su educación	29
Tabla 22	Servicios requeridos por los turistas en relación con su educación	30
Tabla 23	Servicios requeridos por los turistas en relación con su educación	30
Tabla 24	Servicios requeridos por los turistas en relación con su educación	30
Tabla 25	Servicios requeridos por los turistas en relación con su educación	30
Tabla 26	Servicios requeridos por los turistas en relación con su educación	30
Tabla 27	Servicios requeridos por los turistas en relación con su educación	30
Tabla 28	Servicios requeridos por los turistas en relación con su educación	30
Tabla 29	Servicios requeridos por los turistas en relación con su educación	30
Tabla 30	Servicios requeridos por los turistas en relación con su educación	31
Tabla 31	Servicios requeridos por los turistas en relación con su educación	31
Tabla 32	Ingresos familiares	32
Tabla 33	Forma de pago	33
Tabla 34	Medios para planificar un viaje	35
Tabla 35	Medios de comunicación para conocer destinos	36

	turísticos	
Tabla 36	Categorización de beneficios	37
Tabla 37	Meses en los que prefiere viajar	41
Tabla 38	¿Qué región para los turistas extranjeros es de su preferencia para realizar sus viajes de vacaciones?	42
Tabla 39	Motivos por los que viaja* ¿Los turistas extranjeros para planificar un viaje buscan?* ¿El turista extranjero para realizar el pago de un viaje utiliza?	43
Tabla 40	¿Usted ha visitado la parroquia Gonzalo Díaz de Pineda, ubicada en el cantón El Chaco?*¿De existir una hostería ecológica en la parroquia la agencia u operadora incorporaría entre sus paquetes turísticos los servicios que prestaría la hostería?	44
Tabla 41	Medios de comunicación que utilizan los turistas para conocer nuevos destinos turísticos	45
Tabla 42	Procedencia del Turista que realiza paseos a la provincia de Napo	50
Tabla 43	Demanda actual del servicio de alojamiento	59
Tabla 44	Proyección Demanda	59
Tabla 45	Comportamiento histórico de la oferta	61
Tabla 46	Proyección de la oferta	63
Tabla 47	Demanda insatisfecha	63
Tabla 48	Medios de comunicación preferidos	66
Tabla 49	Demanda insatisfecha de la provincia de Napo	72
Tabla 50	Matriz locacional (Método de implantación óptima por puntos)	83

Tabla 51	Tiempos destinados a las Actividades del Paquete 2 días 1 noche	89
Tabla 52	Diagrama de Flujo de Proceso (3 días 2 noches)	91
Tabla 53	Tiempos destinados a las Actividades del Paquete 3 días 2 noches	92
Tabla 54	Diagrama de Flujo de Proceso (4 días 3 noches)	94
Tabla 55	Tiempos destinados a las Actividades del Paquete 4 días 3 noches	95
Tabla 56	Requerimiento de infraestructura	96
Tabla 57	Requerimiento de maquinaria	97
Tabla 58	Requerimiento de equipo área de alojamiento	97
Tabla 59	Requerimiento de equipo de área de restaurante	98
Tabla 60	Requerimiento de insumos y materiales	99
Tabla 61	Requerimiento de personal y mano de obra	100
Tabla 62	Estimación de la inversión	101
Tabla 63	Estructura de capital de proyecto	101
Tabla 64	Calendario de ejecución del Proyecto	102
Tabla 65	Precio del paquete (2 días y 1 noche)	125
Tabla 66	Precio del Paquete (3 días 2 noches)	125
Tabla 67	Precio del paquete (4 días 3 noches)	126
Tabla 68	Presupuesto de ingresos por paquetes vendidos	126
Tabla 69	Costo proyectado de alimentación	127
Tabla 70	Costo unitario paquete 2 días 1 noche	127
Tabla 71	Costo unitario paquete 3 días 2 noches	127
Tabla 72	Costo unitario paquete 4 días 3 noches	128

Tabla 73	Gastos administrativos	128
Tabla 74	Costos fijos	129
Tabla 75	Sueldos de personal	129
Tabla 76	Presupuesto de egresos	130
Tabla 77	Estructura de financiamiento del proyecto	130
Tabla 78	Activos fijos totales	131
Tabla 79	Depreciación de activos fijos	132
Tabla 80	Activos fijos intangibles	133
Tabla 81	Cuadro de inversiones	134
Tabla 82	Cronograma de inversiones	135
Tabla 83	Préstamo de la Corporación Financiera Nacional	136
Tabla 84	Tabla de amortización del préstamo	137
Tabla 85	Punto de equilibrio	138
Tabla 86	Punto de equilibrio	138
Tabla 87	Punto de equilibrio	139
Tabla 88	Punto de equilibrio	139
Tabla 89	Estado de resultados del proyecto	140
Tabla 90	Estado de resultados del inversionista	140
Tabla 91	Estado de origen y aplicación de fondos	141
Tabla 92	Flujo de fondos del proyecto escenario moderado (Método indirecto)	142
Tabla 93	Flujo de fondos del proyecto escenario pesimista (Método indirecto)	143
Tabla 94	Flujo de fondos del proyecto escenario optimista (Método indirecto)	143

Tabla 95	Flujo de fondos del inversionista escenario moderado (Método indirecto)	144
Tabla 96	Flujo de fondos del inversionista escenario pesimista (Método indirecto)	145
Tabla 97	Flujo de fondos del inversionista escenario optimista (Método indirecto)	146
Tabla 98	Costo promedio ponderado de capital	148
Tabla 99	Valor actual neto del proyecto (Escenario moderado)	149
Tabla 100	Valor Actual Neto del Proyecto (Escenario Pesimista)	149
Tabla 101	Valor actual neto del proyecto (Escenario optimista)	150
Tabla 102	Valor actual neto del inversionista (Escenario optimista)	150
Tabla 103	Valor actual neto del inversionista (Escenario pesimista)	151
Tabla 104	Valor actual neto del inversionista (Escenario moderado)	151
Tabla 105	Tasa interna de retorno del proyecto (Escenario moderado)	152
Tabla 106	Tasa interna de retorno del inversionista (Escenario moderado)	152
Tabla 107	Tasa interna de retorno del proyecto (Escenario optimista)	153
Tabla 108	Tasa interna de retorno del inversionista (Escenario optimista)	153
Tabla 109	Tasa interna de retorno del proyecto (Escenario pesimista)	153
Tabla 110	Tasa interna de retorno del inversionista (Escenario moderado)	154

	pesimista)	
Tabla 111	Período de recuperación del proyecto	155
Tabla 112	Período de recuperación del inversionista	155
Tabla 113	Valor presente de ingresos y egresos del proyecto (Escenario moderado)	156
Tabla 114	Valor presente de ingresos y egresos del inversionista (Escenario moderado)	156
Tabla 115	Valor presente de ingresos y egresos del proyecto (Escenario pesimista)	157
Tabla 116	Valor presente de ingresos y egresos del inversionista (Escenario pesimista)	157
Tabla 117	Valor presente de ingresos y egresos del proyecto (Escenario optimista)	158
Tabla 118	Valor presente de ingresos y egresos del inversionista (Escenario optimista)	158
Tabla 119	Análisis de sensibilidad del proyecto	159
Tabla 120	Análisis de sensibilidad del inversionista	159

INDICE DE TABLAS DE ANEXOS

Tabla B1	Pregunta 1: Sexo	168
Tabla B2	Pregunta 2: Edad	168
Tabla B3	Pregunta 3: Estado Civil	169
Tabla B4	Pregunta 4: Procedencia	170
Tabla B5	Pregunta 5: Ocupación	170
Tabla B6	Pregunta 6: Educación	171

Tabla B7	Pregunta 7: Trabaja en	171
Tabla B8	Pregunta 8: Ingresos Familiares	172
Tabla B9	Pregunta 9: ¿Realiza paseos a la provincia del Napo?	173
Tabla B10	Falta de presupuesto	174
Tabla B11	Disponibilidad de tiempo	174
Tabla B12	No le gusta	174
Tabla B13	Respuesta positiva	174
Tabla B14	Pregunta 10: ¿Cuándo viaja lo hace?	175
Tabla B15	Pregunta 11: ¿Qué región es de su preferencia para realizar sus viajes de vacaciones?	176
Tabla B16	Tena	177
Tabla B17	Misahuallí	177
Tabla B18	El Chaco	177
Tabla B19	Quijos	177
Tabla B20	Puyo	177
Tabla B21	Cercanía	178
Tabla B22	Infraestructura hotelera	178
Tabla B23	Costos	178
Tabla B24	Atractivo turístico	178
Tabla B25	Costumbre	178
Tabla B26	Agroturismo	179
Tabla B27	Alojamiento	179
Tabla B28	Baño privado	179

Tabla B29	Birdwatching	179
Tabla B30	Cafetería restaurante	179
Tabla B31	Convivencia con comunidades	179
Tabla B32	Charlas ecológicas	179
Tabla B33	Deportes extremos	179
Tabla B34	Energía solar	180
Tabla B35	Expedición a la selva	180
Tabla B36	Infraestructura típica de la zona	180
Tabla B37	Limpieza	180
Tabla B38	Museos naturales	180
Tabla B39	Parqueadero	180
Tabla B40	Piscina	180
Tabla B41	Precio económico	180
Tabla B42	Proyectos de conversión	181
Tabla B43	Rutas ecológicas servicio a la habitación	181
Tabla B44	Servicio a la habitación	181
Tabla B45	Servicio de internet	181
Tabla B46	Servicio de lavandería y planchado	181
Tabla B47	Spa	181
Tabla B48	Televisión	181
Tabla B49	Terapias de relajación	181
Tabla B50	Tranquilidad	182
Tabla B51	Pregunta 15: ¿Usted para planificar un viaje busca?	183
Tabla B52	Pregunta 16: ¿Para realizar el pago de un viaje usted	183

	utiliza?	
Tabla B53	Pregunta 16: ¿Para realizar el pago de un viaje usted utiliza?	184
Tabla B54	Pregunta 18: ¿Ha visitado la parroquia Gonzalo Díaz de Pineda, ubicada en el cantón El Chaco?	185
Tabla B55	Pregunta 19: Si respondió afirmativamente, ¿considera que este lugar presenta las condiciones favorables para desarrollar la actividad turística?	186
Tabla B56	Correo electrónico	187
Tabla B57	Página web	187
Tabla B58	Periódicos	187
Tabla B59	Revistas especializadas	187
Tabla B60	Tv	187
Tabla B61	Amigos	187
Tabla B62	Agencias de viajes	187
Tabla B63	Radio	187
Tabla B64	Agentes de ventas	187
Tabla C1	Edad *¿realiza paseos a la provincia del Napo?	189
Tabla C2	Edad *¿ingreso familiar?	190
Tabla C3	¿A visitado la provincia de Gonzalo Díaz de Pineda ubicada en el cantón el Chaco?*	191
Tabla C4	¿A visitado la provincia de Gonzalo Díaz de Pineda ubicada en el cantón el Chaco? * ¿Si respondió afirmativa mente considera usted que este lugar presenta condiciones favorables para desarrollar la actividad turística?	192

Tabla E1	Lista de agencia de viajes	198
Tabla E2	Selección de las Agencias de Viaje a ser entrevistadas	200
Tabla E3	Pregunta 1: ¿Qué nacionalidad tienen en su mayoría los turistas que se alojan en hosterías ecológicas?	201
Tabla E4	Pregunta 2: ¿Los turistas que buscan este tipo de viajes que edad promedio tienen?	201
Tabla E5	¿Nivel de educación de los turistas que visitan estos lugares?	202
Tabla E6	Pregunta 4: ¿Cuándo viajan los turistas lo hacen?	203
Tabla E7	Pregunta 5: ¿Qué tiempo de permanencia realizan en sus viajes los turistas?	203
Tabla E8	Pregunta 6: ¿Con qué frecuencia viajan?	204
Tabla E9	Pregunta 7: ¿Meses en los que prefieren viajar?	205
Tabla E10	Pregunta 8: ¿Qué región para los turistas extranjeros es de preferencia para realizar sus viajes de vacaciones?	205
Tabla E11	Tena	206
Tabla E12	Misahuallí	206
Tabla E13	El Chaco	207
Tabla E14	Quijos	207
Tabla E15	Puyo	207
Tabla E16	Cercanía	207
Tabla E17	Infraestructura hotelera	207

Tabla E18	Costos	208
Tabla E19	Atractivo turístico	208
Tabla E20	Costumbres	208
Tabla E21	Agroturismo	208
Tabla E22	Alojamiento	208
Tabla E23	Baño privado	209
Tabla E24	Birdwatching	209
Tabla E25	Cafetería restaurante	209
Tabla E26	Convivencia con comunidades	209
Tabla E27	Charlas ecológicas	209
Tabla E28	Deportes extremos	209
Tabla E29	Energía solar	209
Tabla E30	Expedición a la selva	209
Tabla E31	Infraestructura típica de la zona	209
Tabla E32	Limpieza	209
Tabla E33	Museos naturales	210
Tabla E34	Parqueadero	210
Tabla E35	Piscina	210
Tabla E36	Precio económico	210
Tabla E37	Proyectos de conversión	210
Tabla E38	Rutas ecológicas servicio a la habitación	210
Tabla E39	Servicio a la habitación	210
Tabla E40	Servicio de internet	210
Tabla E41	Servicio de lavandería y planchado	211

Tabla E42	Spa	211
Tabla E43	Televisión	211
Tabla E44	Terapias de relajación	211
Tabla E45	Tranquilidad	211
Tabla E46	Pregunta 12: ¿Los turistas extranjeros para planificar un viaje dentro del Ecuador buscan?	212
Tabla E47	Pregunta 13: ¿El turista extranjero para realizar el pago de un viaje utiliza?	212
Tabla E48	¿Motivos por lo que viajan?	213
Tabla E49	¿Ha visitado la provincia de Gonzalo Díaz de Pineda ubicada en el cantón el Chaco?	214
Tabla E50	¿De existir la hostería ecológica en la provincia de Gonzalo Díaz de Pineda ubicada en el cantón El Chaco. La agencia u operadora de viajes podría incorporar entre sus paquetes turísticos los servicios que prestaría en el sector antes mencionado?	214
Tabla E51	Pregunta 18: ¿Qué medios de comunicación prefiere para conocer sobre los servicios que prestaría la hostería ecológica?	215
Tabla I1	Costos de desayuno	219
Tabla I2	Costos de almuerzo	219
Tabla I3	Costos de merienda o cena	219
Tabla J1	Determinación del precio del paquete 2 días 1 noche	220
Tabla J2	Determinación del precio del paquete 3 días 2 noches	220

Tabla J3	Determinación del precio del paquete 4 días 3 noches	220
Tabla K1	Amortización de Intangibles	221

INDICE DE GRÁFICOS

Grafico 1	Estructura del mercado de alojamiento en la parroquia Gonzalo Díaz de Pineda	16
Grafico 2	Agencias de viaje	17
Gráfico 3	Agencias de viaje	17
Gráfico 4	Definición del mercado relevante	21
Gráfico 5	Realiza paseos a la provincia de Napo*Procedencia	22
Gráfico 6	Realiza paseos a la provincia de Napo*Edad	23
Gráfico 7	El encuestado trabaja en	24
Gráfico 8	Educación del encuestado	25
Gráfico 9	¿Motivos por los viaja	26
Gráfico 10	Ingresos familiares de los encuestados	32
Gráfico 11	¿Para realizar el pago de un viaje utiliza	33
Gráfico 12	Alojamiento en la parroquia de El Chaco	34
Gráfico 13	Medios para planificar un viaje turístico	35
Gráfico 14	Medios de comunicación utilizados para conocer destinos turísticos	36
Gráfico 15	Valoración de servicios hoteleros encuesta Quito	37
Gráfico 16	Nacionalidad de los turistas extranjeros	39
Gráfico 17	Edad promedio del turista extranjero	39
Gráfico 18	Nivel de educación del turista extranjero	40

Gráfico 19	¿Cuándo viajan los turistas extranjeros lo hacen?	40
Gráfico 20	Tiempo de permanencia del turista extranjero	41
Gráfico 21	Procedencia*¿Realiza paseos a la provincia de Napo?	50
Gráfico 22	Segmentación para turistas provenientes de la ciudad de Quito	52
Gráfico 23	Segmentación para turistas provenientes de la ciudad de Sangolquí	53
Gráfico 24	Segmentación para turistas provenientes de Europa	54
Gráfico 25	Segmentación para turistas provenientes de EE.UU	55
Gráfico 26	Canal de distribución del Servicio	65
Gráfico 27	Medios de comunicación preferidos	66
Gráfico 28	Estrategia de plaza	69
Gráfico 29	Presentación el slogan de la hostería	70
Gráfico 30	Cobertura del parque nacional Sumaco Napo Galeras	71
Gráfico 31	Deportes extremos	72
Gráfico 32	Capacidad de producción de la hostería para el año 2015	76
Gráfico 33	Mapa de cantones ubicados en la provincia de Napo	78
Gráfico 34	Fotografías de flora y fauna de la zona	79
Gráfico 35	Termas de Oyacachi	80
Gráfico 36	Petroglifos de Linares	80
Gráfico 37	Cuevas del Tayo	81
Gráfico 38	Cascadas de la zona	82

Gráfico 39	Mapa de ubicación de la hostería ecológica	84
Gráfico 40	Diagrama de flujo	86
Gráfico 41	Logotipo y slogan de la hostería	104
Gráfico 42	Organigrama estructural	116
Gráfico 43	Organigrama estructura	117

ÍNDICE GRÁFICO DE ANEXOS

Gráfico	Sexo	168
B1		
Gráfico	Edad	169
B2		
Gráfico	Estado civil	169
B3		
Gráfico	Educación	171
B4		
Gráfico	Trabaja	172
B5		
Gráfico	Ingresos Familiares	172
B6		
Gráfico	¿Realiza paseos a la provincia de Napo?	173
B7		
Gráfico	Si respondió afirmativamente, ¿Con qué frecuencia lo hace? (Marque una opción)	175
B8		
Gráfico	¿Cuándo viaja lo hace?	175
B9		
Gráfico	¿Qué región es de su preferencia para realizar sus	176

B10	viajes de vacaciones?	
Gráfico	¿Usted para planificar un viaje busca?	183
B11		
Gráfico	¿Para realizar el pago de un viaje usted utiliza?	184
B12		
Gráfico	¿Motivos por los que viaja?	185
B13		
Gráfico	¿Ha visitado la parroquia Gonzalo Díaz de Pineda,	185
B14	ubicada en el cantón El Chaco?	
Gráfico	Si respondió afirmativamente. ¿Considera usted qué	186
B15	este lugar presenta condiciones favorables para la	
	actividad turística?	
Gráfico	Edad*Realiza paseos a la provincia de Napo	189
C1		
Gráfico	Ingresos familiares * Edad	190
C2		
Gráfico	Educación*¿Ha visitado la parroquia Gonzalo Díaz	191
C3	de Pineda, ubicada cantón El Chaco?	
Gráfico	¿Ha visitado la parroquia Gonzalo Díaz de Pineda,	192
C4	ubicada cantón El Chaco?*Si respondió	
	afirmativamente. ¿Considera usted qué este lugar	
	presenta condiciones favorables para la actividad	
	turística?	
Gráfico E1	¿Qué nacionalidad tienen en su mayoría los turistas	201
	que se alojan en hosterías ecológicas?	
Gráfico E2	Los turistas que buscan este tipo de viajes que edad	202
	promedio tienen	
Gráfico E3	Nivel de educación de los turistas que visitan estos	202

	lugares	
Gráfico E4	¿Cuándo viajan los turistas lo hacen?	203
Gráfico E5	¿Qué tiempo de permanencia realizan en sus viajes los turistas?	204
Gráfico E6	¿Con qué frecuencia viajan?	204
Gráfico E7	Meses en los que prefiere viajar	205
Gráfico E8	¿Qué región para los turistas extranjeros es de su preferencia para realizar sus viajes de vacaciones?	206
Gráfico E9	¿Los turistas extranjeros para planificar un viaje dentro del Ecuador buscan?	212
Gráfico E10	¿El turista extranjero para realizar el pago de un viaje utiliza?	213
Gráfico E11	Motivos por los que viajan	213
Gráfico E12	¿Usted ha visitado la parroquia Gonzalo Díaz de Pineda, ubicada en el cantón El Chaco?	214
Gráfico E13	De existir la hostería ecológica en la parroquia Gonzalo Díaz de Pineda, cantón El Chaco, la agencia u operadora podría incorporar entre sus paquetes turísticos los servicios que prestaría en el sector antes mencionado.	215
Gráfico F1	Planos de instalaciones	216
Gráfico G1	Cabaña tipo para 3 personas	217
Gráfico H1	Planos de restaurante (capacidad 60 personas)	218

RESUMEN

En el capítulo uno, se encuentra el contexto geográfico del proyecto, e incidencias políticas dentro de las cuales se desarrolla el ecoturismo en el Ecuador, se toma en cuenta las dimensiones e impactos que puede generar el proyecto dentro de la parroquia donde se va a desarrollar.

Estos escenarios presentados ayudan a planificar estrategias, que benefician el posicionamiento de la hostería ecológica en el mercado turístico nacional, los diferentes reglamentos turísticos presentados en el capítulo, dan a conocer los diversos beneficios a los que la hostería puede acogerse si los cumple a cabalidad, beneficiándose tributariamente y a través de las promociones nacionales e internacionales que ofrece el Ministerio de Turismo a través del Plan de desarrollo turístico Plandetur 2020.

En el capítulo dos, se encuentra el estudio de mercado realizado en la ciudad de Quito, identificando hábitos de consumo, gustos, preferencias y características de los potenciales clientes de la hostería, también se ha identificado segmentos de mercado para las ciudades de: Quito, Sangolquí, y turistas extranjeros que vienen de Estados Unidos y Europa.

El turista nacional que gusta del turismo ecológico y aventura tiene edades comprendidas entre 20 y 59 años de edad, entre sus características principales tenemos que son familias jóvenes con uno o dos hijos y tienen ingresos familiares medios altos y altos, mientras que la edad para el turista extranjero se encuentra entre 25 y 60 años de edad, estos viajan solos o con amigos, su estancia en viajes de aventura y expedición es de 3 y más de 4 días, identificadas estas características se determinan las estrategias de precio, promoción, servicio, plaza y presentación a implementarse por parte de la hostería ecológica en sus inicios para darse a conocer en el mercado turístico nacional.

SUMMARY

Chapter 1 refers to the project's geographical context and political issues where ecotourism is developed in Ecuador. Environment extent and Impact to be generated is considered in the district where it is being planned. These presented scenarios help to plan strategies that benefit the marketing outlook of the ecological lodge in the local and regional tourism market. Different policies showed in this chapter will present varied benefits to be acquired if the lodge accomplishes these objectives. Among these compensations we can mention taxation benefits and international/local promotion offered by the ministry of tourism through the Tourism Development Plan (Plandetur) 2020.

Chapter 2 explains the market study carried out in Quito identifying consumption behaviors, selection process, fondness preferences and characteristics of all potential tourists to our lodge. It has also been identified several market niches for cities such as: Quito, Sangolqui and other travelers from Europe and the United States. Local travelers between 30 and 59 years old are fond of ecological tourism and adventure. Young families with one or two children with high and medium household income are ideal customers also including 25 to 60 years old foreigners who travel in groups or on their own for about 3 or 4 days. Once these characteristics are identified price is to be determined including advertising, market, type of services to be implemented in the lodge in the first stage of promoting the lodge in the local market.

En el capítulo tres se desarrolla el estudio técnico del proyecto de creación de la hostería ecológica, identificando el tamaño de mercado, macro-localización, micro-localización en base a parámetros establecidos como: mano de obra disponible, vías de comunicación, disponibilidad de terrenos, proveedores, servicios básicos, atractivos turísticos ecológicos, cercanía al mercado y factores ambientales. El capítulo también desarrolla el proceso del servicio a través de un diagrama de flujo que dispondrá de responsables, descripción del proceso y recursos asignados.

Dentro del estudio técnico se detallan los costos en infraestructura, maquinaria y equipo, insumos y materiales, y mano de obra; también se identifican los impactos ambientales que podría generar la puesta en marcha del proyecto y las medidas de mitigación que la hostería deberá implementar, para evitar la contaminación del medio circundante.

El capítulo cuatro contiene todo lo relacionado con la empresa y su organización, es decir, aspectos legales como trámites para formar parte de gremios turísticos, registro mercantil y requisitos para su constitución como sociedad anónima, obtención de licencias y certificaciones, obtención del RUC, emisión de patentes, para operar legalmente en el mercado turístico nacional. Además se construyó la visión 2015 donde se destaca el respeto y cuidado por la naturaleza con el apoyo del trabajo constante de los diferentes actores y la misión que busca "prestar servicios turísticos ecológicos, apegado a los principios del turismo sustentable dentro de la zona, y calidad total en el servicio", consiguientemente los principios elegidos son: respeto al medio ambiente, trabajo en equipo, capacitación permanente y calidad, y valores escogidos son: honestidad, transparencia, confianza que regirán el ambiente de trabajo de la hostería, además la hostería contará con una estructura funcional vertical de acuerdo al organigrama estructural presentado, igualmente se realizó una descripción de funciones de los diferentes cargos creados dentro la hostería y los perfiles requeridos para formar parte del grupo de trabajo.

Chapter 3 develops the project's technical study for the establishment of the ecological lodge identifying market size and macro and detailed location based on human resource availability, roads accessibility, land offering, providers, infrastructure services, near ecological attractions, distance to the market niche and environmental features. This chapter also details the service process through a flow diagram featuring performers, responsibilities, processes and assigned resources.

Infrastructure, equipment, expenses, workforce and environmental impact to be generated is also detailed in the study considering all lessening actions to avoid contamination.

Chapter four refers to all legal company and organizational paperwork to be obtained as a part of tourism associations and memberships. Merchant registration and requirements to establish an anonymous association, licenses and other certifications, Company's tax ID and local patent emission to legally operate in the country. The project's vision for year 2015 also includes respect for nature and the environment always searching for all support from participants and the project's mission searches to bring ecological touristic services supporting sustainable tourism in the area and total quality assurance. Therefore all ideals chosen are respect for nature, teamwork, constant training and quality assurance. Values chosen are honesty, integrity and truthfulness and they will rule our work in the lodge. The lodge will include a vertical working structure according to the organigram showed. This embraces the different positions created in the lodge and required profiles to be a member of the working team.

El capítulo cinco desarrolla el estudio financiero del proyecto de la hostería ecológica, para el presupuesto de ingresos se toma en cuenta la venta de los diferentes paquetes turísticos, el paquete 1 (2 días 1 noche) representa el 34%, el paquete 2 (3 días 2 noches) el 33% y el paquete 3 (4 días 3 noches) el 33% del ingreso total de ventas realizadas, mientras que el presupuesto de egresos se compone de: costos fijos, costos variables y gastos administrativos, la inversión inicial del proyecto es de aproximadamente \$ 490.821,68 dólares, la estructura de financiamiento se compone de un capital accionario de \$ 146766,72 (terreno \$110.000 dólares y capital en efectivo de \$ 36.766,72 dólares) y los \$ 344.054, 96 dólares serán parte de un préstamo realizado a la Corporación Financiera Nacional.

En este capítulo los estados financieros proforma se proyectaron para el inversionista como para el proyecto, los estados de flujo de fondos se presentaron en tres escenarios: moderado, pesimista y optimista, de igual manera se procedió con el cálculo del valor actual neto, tasa interna de retorno, relación beneficio costo, también se realizó un análisis de sensibilidad donde se tomó en cuenta una disminución del 5% en el precio de cada paquete y un aumento del 5% en los costos variables.

En el capítulo seis se desarrolló las conclusiones correspondientes al proyecto destacándose las diversas estadísticas como resultado de la investigación de mercados, factores preponderantes por los cuáles sería visitada la hostería, y en este mismo capítulo se realizó las diferentes conclusiones llegándose a determinar que la hostería en funcionamiento debe desarrollar un plan de Marketing para dar a conocer los servicios, beneficios, características, para crear una fidelización por parte del cliente hacia la hostería, y tomar acciones correctivas para que las instalaciones de la hostería ecológica no sean improductivas se deben crear nuevos paquetes turísticos y precios diferenciales en temporadas bajas. Otra recomendación destacada en el capítulo es optar por certificaciones tanto nacionales como internacionales para la hostería con el fin de destacar el servicio.

Chapter five develops a financial study of the ecological lodge to project budget and incomes taking into account different services to be offered: Package 1 (2 days/1 night) represents 34% of all projected sales. Package 2 (3 days/2 nights) represents 33% of all projected sales as well as package 3 (4 days/3 nights). The projected expenses are composed of fixed and variable spending and administrative cost. Initial investment borders USD 490.821,68 with a financial structure composed of a shared capital of USD 146.766,72. (including land valued in USD 110.000 and cash capital of USD 36.766,72) and USD 344.054, 96 will be available as a loan conceived by Corporación Financiera Nacional.

In this chapter it is also included projected financial records for the investor of the project. Cash Flow status was projected in three scenarios: moderated, pessimist and optimist. Net Gross value was also projected just like other standards such as TIR, VAN and benefit-cost relationship. A sensibility analysis was also accomplished with a 5% discount in each package and a 5% raise in all variable expenses.

Chapter six was developed including all conclusive statements about the project with diverse statistics as a result of the market research done for the project. These factors are preponderant causing more visits to the lodge. This chapter also includes conclusions to determine an effective marketing plan to show services and other benefits to create fidelity to the lodge. Corrective actions are to be taken into account for all unproductive infrastructures in order to create new packages on low seasons with preferred prices. The chapter also mentions a recommendation for local and international certifications outstanding the lodge's services.

CAPITULO I

GENERALIDADES

1.1 Introducción

La parroquia Gonzalo Díaz de Pineda, se encuentra ubicada en el cantón El Chaco, Provincia de Napo, en la cual se sitúa el proyecto, cuenta con diferentes recursos naturales que incluye el nuevo concepto de turismo ecológico, en el cual se privilegia la sustentabilidad, la preservación y la apreciación del medio (tanto natural como cultural) que acoge a los viajeros, y mira el bienestar de las poblaciones locales, recabando los antecedentes el cantón era considerado un sitio de descanso para los cazadores, buscadores de oro y pescadores que venían de otras poblaciones aledañas.

El cantón El Chaco está ubicado en la provincia de Napo, al nororiente de la República del Ecuador, a 125 Km de la Capital Quito. El Chaco es uno de los cinco cantones que conforman la provincia de Napo y está localizada en la parte noroeste de la región amazónica. Limita al norte con la provincia de Sucumbíos y Pichincha, al sur con el cantón Quijos y la provincia de Orellana, al este con la provincia de Pichincha y al oeste con la provincia de Orellana, tiene una extensión de 352.850 Ha de los cuales las cabeceras urbanas y rurales ocupan 121.871 Ha, las áreas naturales y de reserva de bosque del estado abarcan 230.979 Ha, lo que significa que el 65.5 % de área del cantón es reserva ecológica. El cantón El Chaco está dividido en seis parroquias: una urbana, que es la cabecera cantonal y lleva su mismo nombre y cinco (5) rurales: Gonzalo Díaz de Pineda, Linares, Oyacachi, Santa Rosa, y Sardinas.

La población del cantón El Chaco, al igual que el de la provincia de Napo, está conformada por indígenas y colonos, que se diferencian por el idioma y sus características socioeconómicas, tiene una población aproximada de 3686 habitantes en la parte urbana y 2745 habitantes en el área rural, para un total de 6431 habitantes, mientras que en la parroquia Gonzalo Díaz de Pineda, donde se desarrollará el proyecto la población es de 385 habitantes, su población se compone de 235 hombres 148 mujeres, con una tasa de crecimiento variable entre 1.8 % y 2.5 % anual en todo el cantón.

Según datos del Gobierno Municipal el 65% de la población tiene empleo y el 18% son trabajadores informales. (INEC: 2001:5)

Las actividades económicas de mayor relevancia son: agricultura, ganadería, forestación, avicultura, turismo, petrolera, industrial de lácteos, aserraderos, carpinterías y artesanías a menor escala, piscicultura y comercio; su temperatura oscila entre los 6° la mínima, la media es de 27.8° y la promedio 16.5°, debemos destacar que el cantón cuenta con los respectivos servicios básicos y vías de acceso. La ubicación es de gran privilegio, porque es muy cercano al Parque Nacional Sumaco-Napo-Galeras, que es parte de la gran biósfera del mundo, este parque se encuentra dentro del plan de manejo de parques nacionales PLANDETUR 2020, que persigue dentro de sus objetivos generales consolidar al turismo sostenible como uno de los ejes dinamizadores de la economía ecuatoriana, que busca mejorar la calidad de vida de su población y la satisfacción de la demanda turística, aprovechando sus ventajas competitivas y elementos de unicidad del país.

El Ecuador está emprendiendo recientemente en el turismo ecológico en diferentes áreas naturales y un ejemplo de ello es el Parque Nacional Sumaco-Napo-Galeras ubicado al este de la provincia de Napo cercano al cantón El Chaco, es el parque menos visitado por los turistas tanto nacionales como extranjeros; y esto representa una ventaja, porque al no existir oferta de hosterías ecológicas en esta zona podemos crear una necesidad en los futuros clientes y podemos recurrir a los pobladores para ser guías activos, por los conocimientos adquiridos al ser pobladores de los alrededores; mientras que al oeste de El Chaco encontramos la Reserva ecológica Cayambe-Coca que es una de las más visitadas por los turistas dentro de la provincia y cercano al área del proyecto por lo tanto es una ventaja estar en medio de estas reservas, pues presentan diversas formas de fauna y flora.

El sector turístico en el Ecuador ha tenido una repercusión en el ingreso por divisas a la economía del país, en cantidades importantes pero no muy significativas, por carencia de una infraestructura turística y hotelera que pueda fomentar y a su vez incrementar el número de visitantes.

El Ecuador cuenta con potenciales áreas turísticas al poseer cuatro regiones naturales de gran atractivo y que dan una gran ventaja frente a otros países, es importante generar conciencia sobre este tipo de proyectos, ya que engloban factores muy importantes como: generación de empleo, generación de divisas y sostenibilidad de los pueblos aledaños al sector, para crear una concientización para la conservación del esta área natural con el fin de contar con un plan de manejo turístico de largo plazo para beneficio de todos los involucrados en este proyecto.

1.2 Ecoturismo

1.2.1 Políticas públicas

En la actualidad el turismo es considerado como la mayor industria de servicios del mundo. Según los especialistas el ecoturismo es el sector turístico que más rápido está creciendo y en los años noventa hubo un gran interés sobre el potencial del mercado verde para una gran variedad de bienes y servicios. Las entidades y los expertos presentan un crecimiento entre el 10% y 15% en el mundo entero. (Boletín Informativo del Organismo Internacional de Turismo: 2010)

Los gobiernos utilizan algunas herramientas para reducir los impactos ambientales traídos por el turismo y el ecoturismo entre los que se destacan: legislaciones, reglamentaciones, control, coordinación de políticas y programas, infraestructura, incentivos, planeamiento para los emprendimientos.

El programa de certificación se llama (PRONEC) Programa Nacional de Ecoturismo, su inicio fue en 1999 sobre la base de un convenio con la (UICN) Unión de Conservación de la Naturaleza de Áreas Protegidas con un trabajo coordinado del Ministerio de Turismo del Ecuador. La norma técnica está amparada en el Reglamento de Ecoturismo y Sostenibilidad, desarrollada sobre la base del Código de Ética de ASEC (Asociación Ecuatoriana de Ecoturismo), la Norma consta de tres partes: guía de aplicación, manual de evaluación, tabla de evaluación y sistema de puntaje y se divide en tres ámbitos:

calidad ambiental, calidad sociocultural y calidad en servicios, esta certificación para la hostería es una ventaja y ayuda a su posicionamiento en el mercado al cual se dirige.

1.2.2. Dimensiones e impactos

“El ecoturismo se define como un tipo de viaje especializado e incorpora diversas actividades como: observación de aves, estudios científicos, safaris fotográficos, trekking, paseos a canoa, caminatas en la selva y hasta programas de conservación”. (Ceballos-Lascuráin: 1996).

El ecoturismo es uno de los cinco negocios claves, diseñado para ser atractivo a consumidores que tienen intereses ambientalistas, el sector debe animar el uso de energía eficiente y renovable, a la agricultura sustentable y la silvicultura, a reciclar y recuperar la administración de recursos renovables y a la bioquímica verde.

Los impactos que puede generar el ecoturismo se da a través del incremento de las rentas en tres sectores: a) el país de destino a través de las divisas que los turistas dejan en él en su llegada, b) la población local mediante su participación en el sector turístico, o bien en otros sectores implicados; c) el espacio natural, a través del dinero que los turistas que pagan por el acceso, de acuerdo al Banco Mundial, el 55% del producto bruto monetario obtenido por el turismo en los países subdesarrollados vuelve a los países de origen de nuevo, otro inconveniente son las fluctuaciones y la estacionalidad (baja temporada), aspecto que afecta al turismo de manera general, principalmente, en los países con cambios climáticos como el de Perú, Ecuador, Bolivia.

Al analizar tanto las ventajas como las desventajas que se presentan para el ecoturismo se identifican escenarios posibles que pueden presentarse en el proyecto, así mismo dichos escenarios permiten diseñar las estrategias necesarias para mantenerse en el posible escenario.

1.3 Reglamento General de Actividades Turísticas

Ecoturismo

Para obtener un mayor enfoque sobre ecoturismo se ha tomado en cuenta el siguiente artículo:

Art. 156.- Ecoturismo: El ecoturismo de modalidad turística ejercida por personas naturales, jurídicas o comunidades legalmente reconocidas, previamente calificadas para tal efecto, a través de una serie determinada de actividades turísticas, en áreas naturales, que correspondan o no al Sistema Nacional de Áreas Protegidas, con el objeto de conocer la cultura de las comunidades locales afincadas en ellas y la historia natural del ambiente que las rodea. Dichas actividades se ejercerán con las precauciones necesarias para no alterar la integridad de los ecosistemas ni la cultural local y deberán generar oportunidades económicas que permiten la conservación de dichas áreas y el desarrollo de las comunidades locales, a través de un compromiso compartido entre las comunidades, las personas naturales o jurídicas privadas involucradas, los visitantes y el Estado.

Una vez analizado el Art.156 del Reglamento General de Actividades Turísticas, este ayuda a tener un enfoque más claro sobre el ecoturismo en el país y cuáles son los factores a tomar en cuenta para desarrollar el proyecto y éste sea ejecutado dentro de los estatutos legales.

Dentro del Reglamento de Actividades Turísticas encontramos el art. 169 que dice lo siguiente:

Procedimiento para obtener la categoría especial

Art. 169: Procedimiento para obtener la categoría especial.- Las empresas dedicadas a ejercer actividades vinculadas con el ecoturismo, de manera voluntaria podrán acceder a la categoría especial de “Empresa de Ecoturismo”.

Quienes deseen obtener dicha categoría, solicitarán la certificación de sostenibilidad al momento de obtener su registro o actualizarlo, en el caso de establecimientos nuevos o existentes respectivamente.

La certificación de sostenibilidad es un mecanismo de evaluación de empresas turísticas en el territorio nacional, diseñada como un marco que asegure que las actividades de turismo sostenible cumplan normas ambientales, sociales y económicas respecto al manejo de los recursos naturales y culturales y de los respectivos impactos. Dentro del Reglamento de referencia se procede a tomar en cuenta el Art. 169, el cual ayuda a buscar una diferenciación dentro del mercado al cual se dirige el proyecto, porque son pocas las hosterías a nivel ecuatoriano que buscan una certificación de sostenibilidad la cual asegure el cumplimiento de las actividades de la hostería ecológica, y por lo tanto, el proyecto buscará esta certificación para demostrar que cumple con el reglamento establecido y por ende concuerda con los objetivos de Plandetur 2020 que bajo estos nuevos preceptos busca dinamizar el sector turístico para los próximos años.

Otro artículo que debemos tomar en cuenta para nuestro estudio es el art. 172 de la referida Reglamentación que dice lo siguiente:

Art.172: Beneficios: Las empresas de ecoturismo certificadas, se sujetarán al siguiente régimen de beneficios:

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

Este artículo es muy importante dentro del estudio, puesto que, al contar la hostería ecológica con una certificación obtendría beneficios muy importantes dentro del ámbito tributario que son: según el Art. 17 la Exoneración de derechos e impuestos; el Art.18 Devolución de derechos arancelarios, el Art. 19 Reconocimientos de Gastos en el exterior y el Art. 20 Comisiones por la promoción del turismo receptivo, se puede acoger a estos artículos previos a la presentación de los requisitos establecidos en el Capítulo VII del Ley de Turismo . El escenario del proyecto de estudio, actualmente presenta diferentes leyes que se enfocan en apoyar las nuevas infraestructuras o reinversiones que se estén por crear o creadas dentro del área turística, beneficiando con el establecimiento de programas y financiamiento de proyectos tanto a nivel privado como comunitario, fortaleciendo de esta manera a los diferentes actores que se proyectan dentro del área turística.

Cabe recalcar que se debe apegar a la Ley Forestal y de Conservación de Áreas Naturales y Vida Silvestre del Ministerio de Ambiente.

Una vez cumplido con los requisitos la hostería forma parte de Plandetur 2020, el mismo que brinda oportunidades de promoción y financiamiento a través de las diferentes entidades públicas como: la Corporación Financiera Nacional (CFN), Banco Nacional de Fomento (BNF), la sinergia creada dentro de este plan con el proyecto en estudio fomenta el turismo en la parroquia Gonzalo Díaz de Pineda, creando nuevas fuentes de trabajo, sostenibilidad del medio ambiente, integración de productos y servicios locales en la cadena de valor del turismo ofrecidos en esta zona consolidándola en un futuro como un nuevo destino turístico dentro del país.

CAPITULO II

ESTUDIO DE MERCADO

2.1. OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO

OJETIVO GENERAL

- Definir el potencial y características del mercado para una hostería ecológica en la parroquia Gonzalo Díaz de Pineda, cantón El Chaco, Provincia de Napo, para dinamizar el sector turístico en la zona generando plazas de trabajo y generar un justo rendimiento para los inversionistas.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Determinar cuáles son las necesidades del comprador que la hostería espera satisfacer y cómo diseñar y dirigir la oferta a fin de satisfacer estas necesidades.
- Determinar las características de los potenciales clientes de la hostería ecológica.
- Definir los hábitos de consumo, gustos y preferencias que el mercado exige a la hora comprar un paquete turístico ecológico, para orientar la toma de decisiones hacia el cumplimiento de su expectativa.
- Determinar el precio que estarían dispuestos a pagar nuestros clientes potenciales por los diferentes paquetes turísticos.
- Identificar el proceso de decisión de compra para la demanda de servicios turísticos de una hostería ecológica en el cantón el Chaco, provincia de Napo.

2.2. Estructura del Mercado

2.2.1. Definición del mercado relevante

“El mercado relevante es el conjunto de productos y/o servicios (dentro de la estructura total del mercado del producto, que la gerencia considera estratégicamente importante.”

(Gultinan 2002:96)

El concepto descrito anteriormente ayuda a definir el mercado relevante, donde primero se establecerá la estructura y los límites dentro del mercado en estudio.

2.2.2 Estructura del mercado del servicio de alojamiento

De acuerdo al REGLAMENTO GENERAL DE ACTIVIDADES TURÍSTICAS, promulgado a través de Decreto Ejecutivo No. 3400. RO/ 726 de 17 de Diciembre del 2002, según su Art. 3.- Los alojamientos se clasifican en los siguientes grupos:

Grupo 1.- Alojamientos Hoteleros.

Subgrupo 1.1. Hoteles.

1.1.1. Hotel (de 5 a 1 estrellas doradas).

1.1.2. Hotel Residencia (de 4 a 1 estrellas doradas).

1.1.3. Hotel Apartamento (de 4 a 1 estrellas doradas).

Subgrupo 1.2. Hostales y Pensiones.

1.2.1. Hostales (de 3 a 1 estrellas plateadas).

1.2.2. Hostales Residencias (de 3 a 1 estrellas plateadas).

1.2.3. Pensiones (de 3 a 1 estrellas plateadas).

Subgrupo 1.3. Hosterías, Moteles, Refugios y Cabañas.

1.3.1. Hosterías (de 3 a 1 estrellas plateadas).

1.3.2. Moteles (de 3 a 1 estrellas plateadas).

1.3.3. Refugios (de 3 a 1 estrellas plateadas).

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

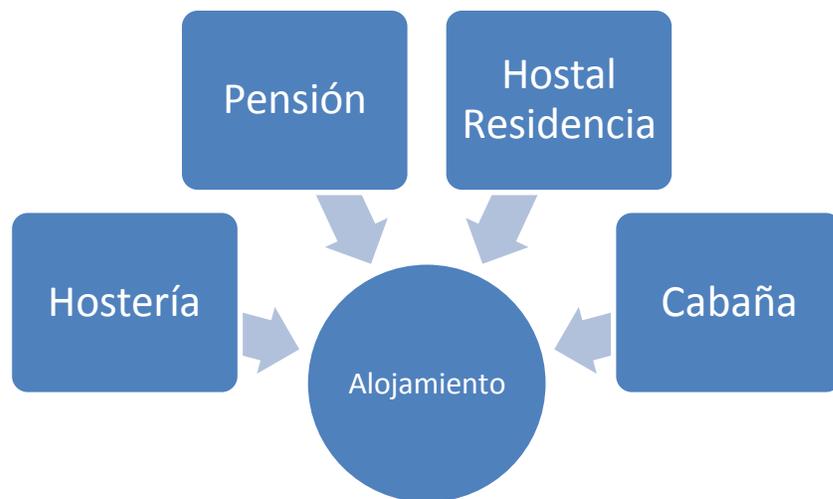
Grupo 2.- Alojamientos Extrahoteleros.

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

Subgrupo 2.2. Campamentos (de 3 a 1 estrellas plateadas).

Subgrupo 2.3. Apartamentos (de 3 a 1 estrellas plateadas).

Gráfico N° 1 Estructura del mercado de alojamiento en la parroquia Gonzalo Díaz de Pineda



Fuente: Reglamento General de Actividades Turísticas
Elaborado por: Sonia Caizaluisa Morales

De acuerdo al REGLAMENTO GENERAL DE ACTIVIDADES TURÍSTICAS, promulgado a través de Decreto Ejecutivo No. 3400. RO/ 726 de 17 de Diciembre del 2002, según su Art. 79.- Las agencias de viajes, en razón del ámbito y extensión de sus actividades, se clasifican:

- Mayoristas;
- Internacionales; y,

- Operadoras.

La estructura del mercado de las agencias de viajes es el siguiente:

Gráfico N° 2: Agencias de viajes

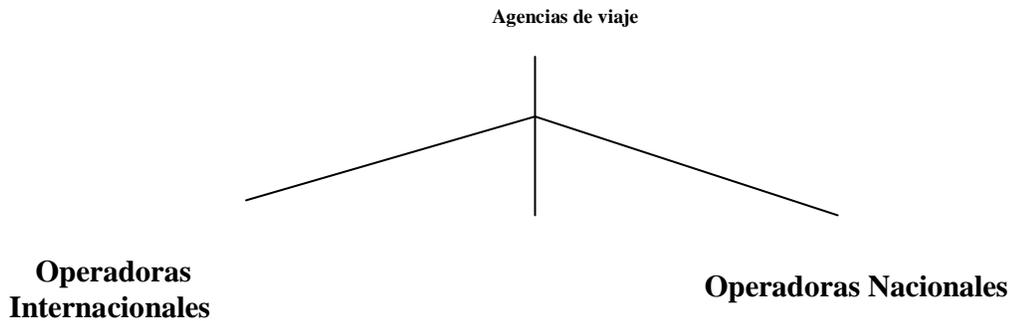


Fuente: Reglamento General de Actividades Turísticas

Elaborado por: Sonia Caizaluisa Morales

Estructura del mercado de agencias de viajes de la ciudad de Quito

Gráfico N° 3: Agencias de viajes



Fuente: CAPTUR 2010

Elaborado por: Sonia Caizaluisa Morales

De acuerdo al Art. 82 del REGLAMENTO DE ACTIVIDADES TURÍSTICAS .- Son agencias de viajes operadoras las que elaboran, organizan, operan y venden, ya sea directamente al usuario o a través de los otros dos tipos de agencias de viajes, toda clase de servicios y paquetes turísticos dentro del territorio nacional, para ser vendidos al interior o fuera del país.

De acuerdo al Art. 81 del REGLAMENTO DE ACTIVIDADES TURÍSTICAS.- Son agencias de viaje internacionales las que comercializan el producto de las agencias

mayoristas, vendiéndolo directamente al usuario; o bien proyectan, elaboran organizan o venden toda clase de servicios y paquetes turísticos, directamente al usuario o comercializan, tanto local como internacional el producto de las agencias operadoras. Estas agencias no pueden ofrecer ni vender productos que se desarrollen en el exterior a otras agencias de viaje dentro del territorio nacional.

2.3. Demanda Actual

2.3.1 Metodología de la investigación

La investigación de mercado es una parte muy importante en la elaboración de un proyecto, a través de esta herramienta se pretende demostrar la existencia de un número suficiente de consumidores que bajo ciertas condiciones de precio y calidad estaría dispuestos a demandar el servicio de la hostería ecológica para justificar la operación del proyecto.

Para lograr este objetivo cada paso debe ser analizado cuidadosamente para evitar errores en la investigación de campo, con la finalidad de que los resultados sean lo más cercano posible a la realidad; esto garantiza la confiabilidad de los resultados y por lo tanto pueden ser utilizados como instrumento para la toma de decisiones.

A continuación se detalla el proceso de la investigación de mercado:

Tabla N° 1: Definición de la población universo

MERCADO	TAMAÑO
POBLACIÓN TOTAL DE LA CIUDAD DE QUITO	2.397.698
POBLACIÓN FEMENINA EN EDAD COMPRENDIDA DE 18 A 65 AÑOS	507942
POBLACIÓN MASCULINA EN EDAD COMPRENDIDA DE 18 A 65 AÑOS	566787
POBLACIÓN TOTAL HOMBRES Y MUJERES EN EDAD COMPRENDIDA DE 18 A 65 AÑOS	1'074.729

Fuente: Proyección INEC 2010 en base al CENSO 2001

Elaborado por: Sonia Caizaluisa Morales

Determinación del tamaño de la muestra

El universo establecido para la investigación de mercado demuestra una población de 1'074.729 personas, por consiguiente utilizamos la siguiente fórmula:

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

$$n = \frac{1,87^2 * 0,5 * 0,5 * 1'074.729}{0,06^2 * (1'074.729 - 1) + 1,87^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = 242.$$

Utilizando un nivel de confianza del 94% se determinó que el tamaño de la muestra apropiada es de 242 observaciones.

Elaboración de la encuesta

Con la finalidad de cumplir con todos los objetivos establecidos para la investigación de mercado, se diseñó un cuestionario de 20 preguntas elaboradas cuidadosamente para que no exista malas interpretaciones y no ayude en la obtención de datos necesarios para la investigación el formato de la encuesta se presenta en el Anexo 1.

Aplicación de la encuesta

La encuesta fue aplicada en la ciudad de Quito en los siguientes sectores:

- Norte de la ciudad (Parque de la Carolina- Terminal norte del ecovía)
- Terminal del Trolebús (Villaflora)
- San Rafael (Triángulo)
- Centro de la ciudad (Terminal Marín Ecovía)

Tres personas colaboraron en este proceso, elaborando realizando 61 encuestas en los sectores antes mencionados, en la recolección de la información, se escogió un sistema de muestreo sistemático, escogiendo a cada dos personas que pasaban los diferentes puntos de referencia que encajen con el perfil de la segmentación de mercado.

Validación de la información obtenida

Una vez recopilada la información, se procedió a validar, es decir, que las encuestas estén llenadas correctamente, revisándolas, para ordenar toda la información para la codificación.

Procesamiento de la información

La información fue procesada en el programa de análisis estadístico SPSS 13.0, el resumen de la información se encuentra, en el Anexo B.

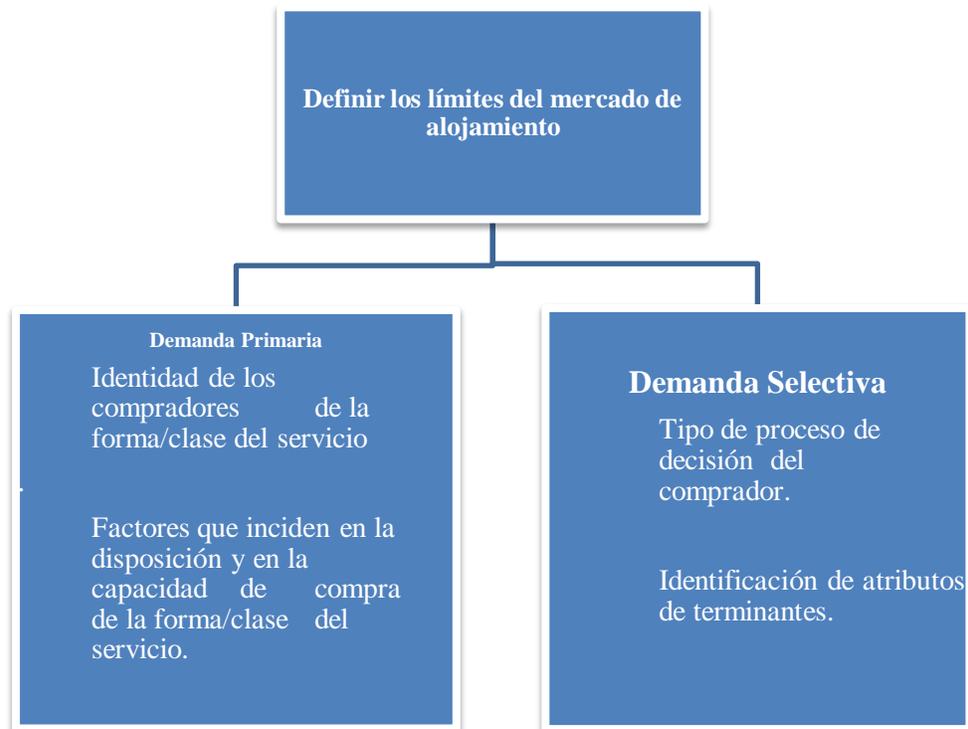
Análisis de resultados

En esta fase final de la investigación de variables, se realiza un análisis de frecuencias de las variables investigadas las que se presentan en el Anexo B, por lo tanto, para obtener mayor información se realiza un cruce de variables para analizar posibles relaciones, este análisis se encuentra en el Anexo C.

Definición de límites de mercado relevante

Una vez definido los límites del mercado relevante procederemos con la investigación de mercado, la misma que contendrá los puntos expuestos en el siguiente gráfico:

Gráfico N° 4: Definición del mercado relevante



Fuente: GULTINAN, Joseph. "Gerencia de Marketing". Pág. 58
Elaborado por: Sonia Caizaluisa Morales

Demanda primaria

La demanda primaria es la demanda por la forma o clase de servicio que se ha definido como mercado relevante.

Esta demanda primaria identificará las oportunidades de crecimiento para el diseño o clase de servicio, para ello Gultinan propone establecer una serie de preguntas de diagnóstico acerca del proceso de compra las mismas que se dividen en dos categorías:

Preguntas de identificación del comprador.- Que permitan determinar:

- Características de usuarios del servicio de alojamiento.- Ubicación, demografía, estilos de vida, Psicográfica.
- El centro de compras.- Qué influye en la adquisición del servicio.

Características de los usuarios del servicio de alojamiento.

Los encuestados tienen las siguientes características:

Tabla N° 2: Lugar de procedencia * Realiza paseos a la provincia de Napo

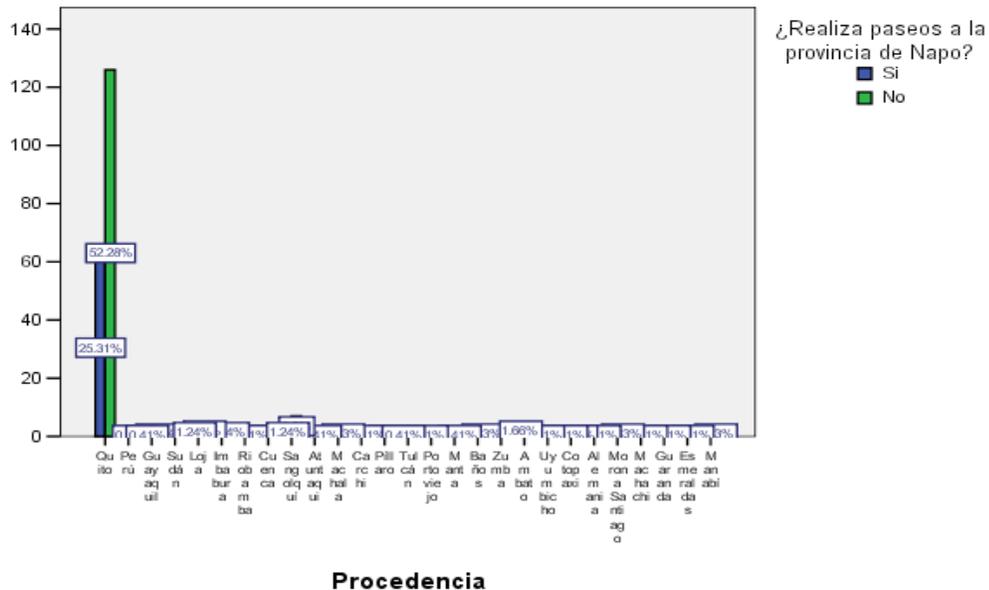
Procedencia * ¿Realiza paseos a la provincia de Napo?
Crosstabulation

Count		¿Realiza paseos a la provincia de Napo?		Total
		Si	No	
Procedencia	Quito	61	126	187
	Perú	0	1	1
	Guayaquil	1	2	3
	Sudán	0	1	1
	Loja	3	4	7
	Imbabura	0	3	3
	Riobamba	0	1	1
	Cuenca	0	1	1
	Sangolquí	3	7	10
	Atuntaqui	0	1	1
	Machala	0	2	2
	Carchi	0	1	1
	Píllaro	0	1	1
	Tulcán	1	0	1
	Portoviejo	1	0	1
	Manta	0	1	1
	Baños	0	2	2
	Zumba	0	1	1
	Ambato	4	0	4
	Uyumbicho	1	1	2
	Cotopaxi	1	1	2
	Alemania	0	1	1
	Morona Santiago	0	2	2
	Machachi	0	1	1
	Guaranda	0	1	1
	Esmeraldas	0	1	1
	Manabí	0	2	2
Total		76	165	241

Fuente: Investigación de Mercados- Quito

Elaborado por: Sonia Caizaluisa Morales

Gráfico N° 5: Realiza paseos a la provincia de Napo * Procedencia



Fuente: Investigación de Mercados- Quito

Elaborado por: Sonia Caizaluisa Morales

Entre las principales características de los 242 encuestados en la ciudad de Quito se ha realizado un cruce de variables entre el lugar de procedencia y si realizan paseos a la provincia de Napo, y se obtiene que el 25,31% de las personas que visitan esta provincia pertenecen a la ciudad de Quito, en menor escala sigue las personas de procedencia de la ciudad de Sangolqui 2,9%, y por último con 1,66% de siguen las ciudades de Ambato y Loja.

Tabla N° 3: Edad*¿Realiza paseos a la provincia de Napo?

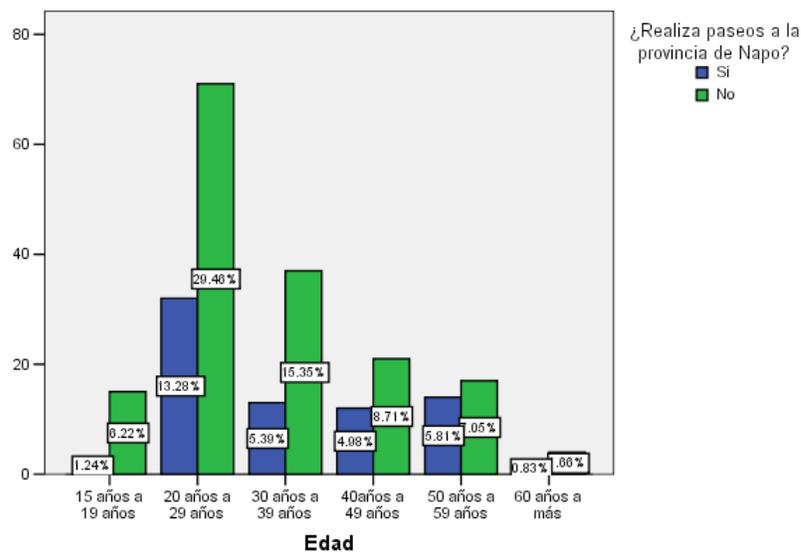
Edad * ¿Realiza paseos a la provincia de Napo? Crosstabulation

Count		¿Realiza paseos a la provincia de Napo?		Total
		Si	No	
Edad	15 años a 19 años	3	15	18
	20 años a 29 años	32	71	103
	30 años a 39 años	13	37	50
	40 años a 49 años	12	21	33
	50 años a 59 años	14	17	31
	60 años a más	2	4	6
Total		76	165	241

Fuente: Investigación de Mercados- Quito

Elaborado por: Sonia Caizaluisa Morales

Gráfico N° 6: Realiza paseos a la provincia de Napo * Edad



Fuente: Investigación de Mercados- Quito

Elaborado por: Sonia Caizaluisa Morales

Las edades de los turistas que visitan la ciudad de Napo se encuentra entre los 20 a 29 años con un porcentaje del 13,28% y luego se encuentran en porcentajes menores los demás rangos de edad, consecuentemente existe una tendencia de crecimiento la misma que se verá reflejada en los siguientes años con estudios posteriores a la realización del proyecto.

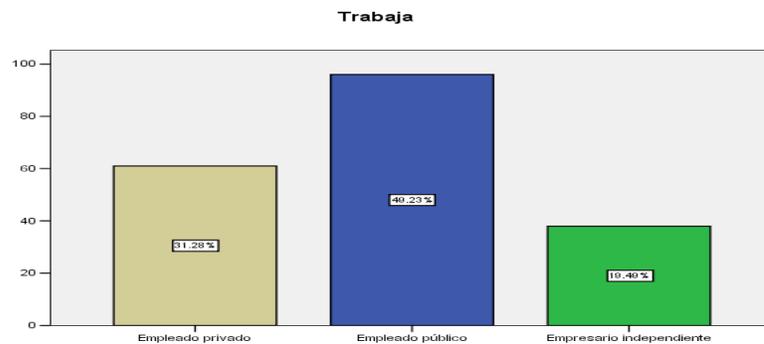
Tabla N° 4: El encuestado trabaja en:

		Trabaja			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Empleado privado	61	25,2	31,3	31,3
	Empleado público	96	39,7	49,2	80,5
	Empresario independiente	38	15,7	19,5	100,0
	Total	195	80,6	100,0	
Missing	System	47	19,4		
Total		242	100,0		

Fuente: Investigación de Mercados- Quito

Elaborado por: Sonia Caizaluisa Morales

Gráfico N° 7: El encuestado trabaja en



Fuente: Investigación de Mercados- Quito

Elaborado por: Sonia Caizaluisa Morales

De 242 encuestados existe una disgregación porcentual significativa, dado por el incremento de personal en instituciones del estado, representan el 49,23%, mientras que la disminución de empresas privadas debido a los cambios que actualmente vive el país ha dado resultado la disminución de fuentes de empleo y reducción de la creación de nuevas empresas, consecuentemente el 31,28% representa a empleados privados y el porcentaje de empresarios independientes es de 19,49%.

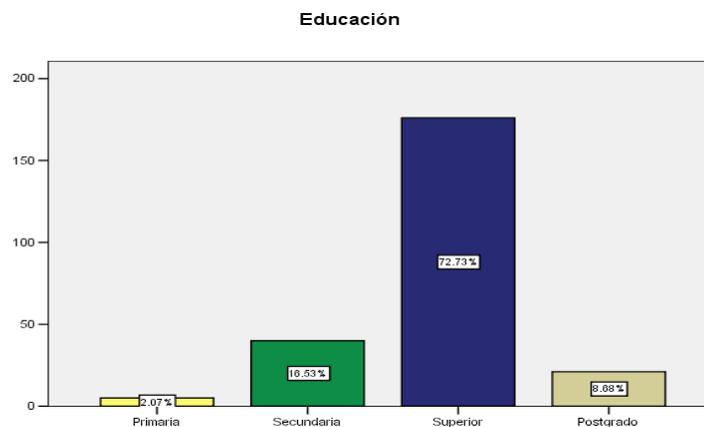
Tabla N°5: Educación del encuestado

Educación

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Primaria	5	2,1	2,1	2,1
Secundaria	40	16,5	16,5	18,6
Superior	176	72,7	72,7	91,3
Postgrado	21	8,7	8,7	100,0
Total	242	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de Mercados- Quito
 Elaborado por: Sonia Caizaluisa Morales

Gráfico N° 8: Educación del encuestado



Fuente: Investigación de Mercados- Quito
 Elaborado por: Sonia Caizaluisa Morales

El nivel de educación de los 242 encuestados en su mayoría es de nivel superior 72,73%, con una presencia menor el nivel secundario 16,53%, le sigue en baja proporción el nivel posgrado 8,68% este estudio demuestra que, con el pasar del tiempo las personas mejoran su nivel de educación con respecto a los ingresos percibidos o son personas que son parte de la población que cuenta con negocios o empresas propias y en un futuro la población que tenga una profesión incrementará su nivel de conocimientos.

Tabla N° 6: ¿Motivos por los que trabaja?

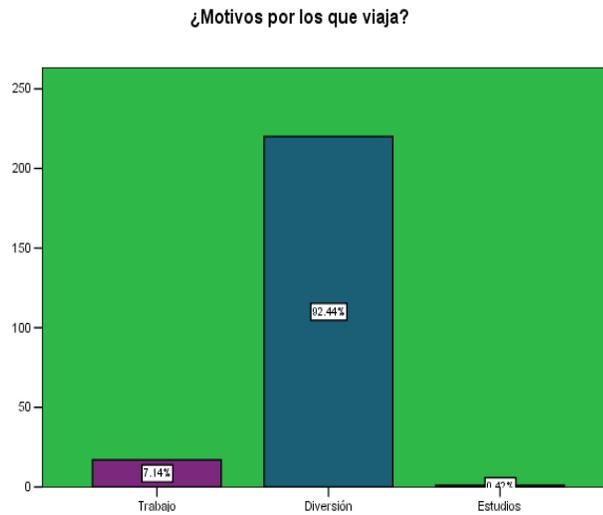
¿Motivos por los que viaja?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Trabajo	17	7,0	7,1	7,1
	Diversión	220	90,9	92,4	99,8
	Estudios	1	,4	,4	100,0
	Total	238	98,3	100,0	
Missing	System	4	1,7		
Total		242	100,0		

Fuente: Investigación de Mercados- Quito

Elaborado por: Sonia Caizaluisa Morales

Gráfico N° 9: ¿Motivos por los que viaja?



Fuente: Investigación de Mercados- Quito

Elaborado por: Sonia Caizaluisa Morales

Se puede decir que del total de encuestados el 92,44% viaja por diversión, en la Ley de Turismo Plandetur 2020, considera a varios lugares como fuente de turismo para el desarrollo económico nacional, bajo ciertos parámetros el Gobierno debe implementar el apoyo necesario a este sector con el fin de ejecutar sus planes en el corto y largo plazo mejorando las vías de acceso y comunicación.

Gustos y Preferencias en relación a la zona

Tabla N° 7: Indique ¿Seleccione el lugar con mayor importancia? (Enumere del 1 al 5, en orden de importancia; 1 el más importante y 5 el menos importante)

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
El Chaco * Cercanía	179	74,0%	63	26,0%	242	100,0%
El Chaco * Infraestructura hotelera	179	74,0%	63	26,0%	242	100,0%
El Chaco * Costos	179	74,0%	63	26,0%	242	100,0%
El Chaco * Atractivos turísticos	188	77,7%	54	22,3%	242	100,0%
El Chaco * Costumbre	179	74,0%	63	26,0%	242	100,0%

Fuente: Investigación de Mercados- Quito

Elaborado por: Sonia Caizaluisa Morales

Los encuestados que han visitado la población de El Chaco prefieren el lugar por sus atractivos turísticos cuenta con el 77,7% de aceptación mientras que sus preferencias por cercanía, infraestructura hotelera, costos, y costumbre comparten el mismo porcentaje y su tendencia es creciente dado que el lugar presenta las condiciones para desarrollar el turismo ecológico que el proyecto propone.

Preguntas sobre disposición y capacidad de compra: Que permitan determinar:

- **Disposición de compra:** Relación con valores del usuario, servicios que requieren, ubicación y características del alojamiento.
- **Capacidad de compra:** Influencia del ingreso en el proceso de adquisición del servicio y sistema de pago.

Disposición de Compra

Servicios requeridos por los turistas en relación con su educación

Tabla N° 8: Educación

Count		Agroturismo				Total
		Muy importante	Algo importante	Poco importante	No lo necesito	
Educación	Primaria	2	2	0	1	5
	Secundaria	21	10	3	1	35
	Superior	77	58	19	11	165
	Postgrado	5	7	4	2	18
Total		105	77	26	15	223

Tabla N° 9: Educación* Alojamiento

Count		Alojamiento			Total
		Muy importante	Algo importante	Poco importante	
Educación	Primaria	3	1	1	5
	Secundaria	31	4	0	35
	Superior	147	25	2	174
	Postgrado	18	2	0	20
Total		199	32	3	234

Tabla N° 10: Educación*Baño privado

Educación * Baño privado Crosstabulation

Count

		Baño privado			Total
		Muy importante	Algo importante	Poco importante	
Educación	Primaria	5	0	0	5
	Secundaria	29	4	1	34
	Superior	142	28	2	172
	Postgrado	17	3	0	20
Total		193	35	3	231

Tabla N° 11: Educación*Birdwatching

Educación * Birdwatching Crosstabulation

Count

		Birdwatching				Total
		Muy importante	Algo importante	Poco importante	No lo necesito	
Educación	Primaria	2	1	1	0	4
	Secundaria	18	7	3	1	27
	Superior	83	81	25	5	154
	Postgrado	8	8	2	0	18
Total		87	77	31	6	201

Tabla N° 12: Educación*Cafetería

Educación * Cafetería Restaurante Crosstabulation

Count

		Cafetería Restaurante				Total
		Muy importante	Algo importante	Poco importante	No lo necesito	
Educación	Primaria	4	1	0	0	5
	Secundaria	25	6	2	1	34
	Superior	117	43	12	1	173
	Postgrado	18	4	0	0	20
Total		162	54	14	2	232

Tabla N° 13: Educación*Convivencia

Educación * Convivencia con comunidades Crosstabulation

Count

		Convivencia con comunidades				Total
		Muy importante	Algo importante	Poco importante	No lo necesito	
Educación	Primaria	1	3	1	0	5
	Secundaria	18	7	7	3	33
	Superior	69	63	29	9	170
	Postgrado	8	9	2	1	20
Total		94	82	39	13	228

Tabla N° 14: Educación*Charlas

Educación * Charlas ecológicas Crosstabulation

Count

		Charlas ecológicas				Total
		Muy importante	Algo importante	Poco importante	No lo necesito	
Educación	Primaria	2	3	0	0	5
	Secundaria	21	9	1	3	34
	Superior	91	53	23	5	172
	Postgrado	8	6	6	0	20
Total		122	71	30	8	231

Tabla N° 15: Educación*Deportes

Educación * Deportes extremos Crosstabulation

Count

		Deportes extremos				Total
		Muy importante	Algo importante	Poco importante	No lo necesito	
Educación	Primaria	2	2	1	0	5
	Secundaria	15	6	7	6	34
	Superior	88	53	25	6	170
	Postgrado	10	3	4	2	19
Total		113	64	37	14	228

Tabla N° 16: Educación*Energía solar

Educación * Energía solar Crosstabulation

Count

		Energía solar				Total
		Muy importante	Algo importante	Poco importante	No lo necesito	
Educación	Primaria	2	2	1	0	5
	Secundaria	15	11	3	1	30
	Superior	88	58	20	5	167
	Postgrado	9	8	0	2	19
Total		112	77	24	8	221

Tabla N° 17: Educación*Expediciones

Educación * Expediciones a la selva Crosstabulation

Count

		Expediciones a la selva				Total
		Muy importante	Algo importante	Poco importante	No lo necesito	
Educación	Primaria	3	2	0	0	5
	Secundaria	22	6	3	2	33
	Superior	112	48	13	0	171
	Postgrado	13	6	0	0	19
Total		150	60	16	2	228

Tabla N° 18: Educación*Infraestruc.

Educación * Infraestructura típica de la zona Crosstabulation

Count

		Infraestructura típica de la zona				Total
		Muy importante	Algo importante	Poco importante	No lo necesito	
Educación	Primaria	3	2	0	0	5
	Secundaria	24	8	1	0	33
	Superior	108	50	9	2	169
	Postgrado	12	7	0	0	19
Total		147	67	10	2	226

Tabla N° 19: Educación*Limpieza

Educación * Limpieza Crosstabulation

Count

		Limpieza				Total
		Muy importante	Algo importante	Poco importante	No lo necesito	
Educación	Primaria	4	1	0	0	5
	Secundaria	35	0	0	0	35
	Superior	180	9	2	1	172
	Postgrado	18	1	1	0	20
Total		217	11	3	1	232

Tabla N° 20: Educación*Museos

Educación * Museos naturales Crosstabulation

Count

		Museos naturales				Total
		Muy importante	Algo importante	Poco importante	No lo necesito	
Educación	Primaria	3	2	0	0	5
	Secundaria	25	8	1	1	35
	Superior	94	57	19	1	171
	Postgrado	11	8	0	0	19
Total		133	75	20	2	230

Tabla N° 21: Educación*Parqueadero

Educación * Parqueadero Crosstabulation

Count

		Parqueadero				Total
		Muy importante	Algo importante	Poco importante	No lo necesito	
Educación	Primaria	3	1	0	1	5
	Secundaria	28	2	5	1	34
	Superior	108	37	18	9	170
	Postgrado	10	8	4	0	20
Total		145	48	27	11	229

Tabla N° 22: Educación*Piscina

Educación * Piscina Crosstabulation

Count

		Piscina				Total
		Muy importante	Algo importante	Poco importante	No lo necesito	
Educación	Primaria	4	1	0	0	5
	Secundaria	24	5	4	1	34
	Superior	104	39	23	5	171
	Postgrado	9	9	2	0	20
Total		141	54	29	6	230

Tabla N° 23: Educación*Precio econ.

Educación * Precio económico Crosstabulation

Count

		Precio económico				Total
		Muy importante	Algo importante	Poco importante	No lo necesito	
Educación	Primaria	3	2	0	0	5
	Secundaria	20	11	3	0	34
	Superior	110	47	13	1	171
	Postgrado	9	10	0	0	19
Total		142	70	16	1	229

Tabla N° 24: Educación*Proyectos **Tabla N° 25: Educación*Rutas**

Educación * Proyectos de conservación Crosstabulation

Count		Proyectos de conservación			Total
		Muy importante	Algo importante	Poco importante	
Educación	Primaria	3	2	0	5
	Secundaria	25	7	1	33
	Superior	119	40	10	169
	Postgrado	10	6	3	19
Total		157	55	14	226

Educación * Rutas ecológicas servicio a la habitación Crosstabulation

Count		Rutas ecológicas servicio a la habitación			Total
		Muy importante	Algo importante	Poco importante	
Educación	Primaria	3	0	0	5
	Secundaria	28	6	0	32
	Superior	122	45	3	170
	Postgrado	7	9	1	17
Total		158	62	4	224

Tabla N° 26: Educación*Servicio hab.

Educación * Servicio a la habitación Crosstabulation

Count		Servicio a la habitación				Total
		Muy importante	Algo importante	Poco importante	No lo necesito	
Educación	Primaria	3	1	0	1	5
	Secundaria	14	7	8	5	34
	Superior	81	49	31	10	171
	Postgrado	7	4	7	1	19
Total		105	61	46	17	229

Tabla N° 27: Educación*Serv. intern

Educación * Servicio de internet Crosstabulation

Count		Servicio de internet				Total
		Muy importante	Algo importante	Poco importante	No lo necesito	
Educación	Primaria	3	1	0	1	5
	Secundaria	14	9	6	4	33
	Superior	71	51	36	13	171
	Postgrado	4	6	6	2	18
Total		92	67	48	20	227

Tabla N° 28: Educación*Servicio

Educación * Servicio de lavandería y planchado Crosstabulation

Count		Servicio de lavandería y planchado				Total
		Muy importante	Algo importante	Poco importante	No lo necesito	
Educación	Primaria	3	0	1	1	5
	Secundaria	15	3	7	7	32
	Superior	51	44	51	24	170
	Postgrado	4	6	8	2	20
Total		73	53	67	34	227

Tabla N° 29: Educación*Spa

Educación * Spa Crosstabulation

Count		Spa				Total
		Muy importante	Algo importante	Poco importante	No lo necesito	
Educación	Primaria	3	2	0	0	5
	Secundaria	16	5	7	4	32
	Superior	50	62	33	23	168
	Postgrado	6	7	6	1	20
Total		75	76	46	28	225

Tabla N° 30: Educación*Televisión

Educación * Televisión Crosstabulation

Count		Televisión				Total
		Muy importante	Algo importante	Poco importante	No lo necesito	
Educación	Primaria	3	1	1	0	5
	Secundaria	16	6	6	3	31
	Superior	67	43	36	21	167
	Postgrado	5	5	7	1	18
Total		91	55	50	25	221

Tabla N° 31: Educación*Tranquilidad

Educación * Tranquilidad Crosstabulation

Count		Tranquilidad			Total
		Muy importante	Algo importante	Poco importante	
Educación	Primaria	5	0	0	5
	Secundaria	35	0	0	35
	Superior	144	26	1	171
	Postgrado	16	4	0	20
Total		200	30	1	231

Fuente: Investigación de Mercados- Quito

Elaborado por: Sonia Caizaluisa Morales

Gustos y Preferencias

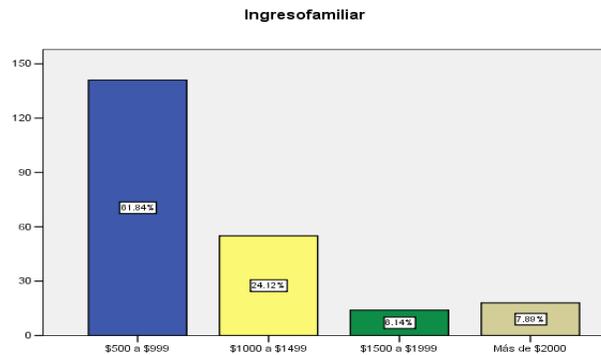
La investigación de mercado definió algunas características que pueden enmarcarse dentro de los gustos y preferencias de los potenciales clientes para la hostería ecológica dentro de los cuales encontramos: el alojamiento es un factor preponderante por el nivel de aceptación con el 28,3%, contar con un restaurante dentro de la hostería es muy importante su aceptación es del 32,33%, la existencia de deportes extremos y expediciones cuentan con el 28%, también que la infraestructura sea típica cuenta con el 27,9%, la limpieza es otra de las características que se encuentran dentro de las preferencias por parte de la población su aceptación es del 39,7%, a esto debemos sumar la existencia de un parqueadero con el 28,4%, de una piscina con el 27,39%, los proyectos de conservación del ambiente y rutas ecológicas son muy importantes en la actualidad debido a los cambios climáticos motivo por el cual su aceptación del 27% y sobre todo las personas buscan tranquilidad en sus viajes su nivel de aceptación es del 36,4% estas características son las más sobresalientes dentro del estudio de mercado, porque, se destacan dentro del parámetro de medición muy importante.

Estos datos contribuyen al establecimiento de prioridades en lo referente a la toma de decisiones, por lo tanto, se concluye que la hostería debe tener una infraestructura típica de la zona donde se desarrollen proyectos de conservación del ambiente, y que a su vez exista un restaurante donde las personas puedan alimentarse, también actividades que recreen a las personas que llegan hasta la hostería y sobre todo que exista tranquilidad para el visitante y de esta manera contribuir con las expectativas de los clientes potenciales.

Tabla N° 32: Ingresos Familiares del encuestado

		Ingresofamiliar			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	\$500 a \$999	141	58,3	61,8	61,8
	\$1000 a \$1499	55	22,7	24,1	86,0
	\$1500 a \$1999	14	5,8	6,1	92,1
	Más de \$2000	18	7,4	7,9	100,0
	Total	228	94,2	100,0	
Missing	System	14	5,8		
Total		242	100,0		

Gráfico N° 10: Ingreso familiar del encuestado



Fuente: Investigación de Mercados- Quito

Elaborado por: Sonia Caizaluisa Morales

El ingreso de los 242 turistas encuestados se encuentra en el rango de \$500 a \$999 61,84% dado que en su mayoría pertenecen al sector público, en segundo lugar se encuentra el rango de \$1000 a \$1499 con 24,12% representando a los profesionales independientes y en bajo porcentaje encontramos al rango de \$1500 a \$1999 y más de \$2000 que son las personas que perciben estos ingresos dado que son empresarios independientes u ocupan altos cargos tanto en empresas públicas como privadas, el crecimiento en estos dos últimos rangos es menor debido a las políticas gubernamentales aplicadas e insuficiente de apoyo al sector privado en cuanto a inversiones.

Tabla N° 33: Forma de pago

¿Para realizar el pago de un viaje usted utiliza?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Dinero efectivo	188	76,9	77,8	77,8
	Tarjeta de crédito	52	21,5	21,8	99,6
	Cheque	1	,4	,4	100,0
	Total	239	98,8	100,0	
Missing	System	3	1,2		
Total		242	100,0		

Fuente: Investigación de Mercados- Quito

Elaborado por: Sonia Caizaluisa Morales

Gráfico N° 11: ¿Para realizar el pago de un viaje usted utiliza?



Fuente: Investigación de Mercados- Quito

Elaborado por: Sonia Caizaluisa Morales

El estudio realizado demostró que el 77,82% utilizan dinero en efectivo para el pago de sus viajes; mientras que el 21,76% utiliza tarjeta de crédito para pagar sus consumos por viajes, en la actualidad el uso de las tarjetas facilita el crecimiento del sector turístico, por lo tanto, la hostería para facilitar el consumo debe diversificar sus formas de pago.

Análisis de la demanda primaria

Las personas que visitan la provincia de Napo proceden en su mayoría de la ciudad de Quito y en menor proporción de las ciudades de Ambato y Loja datos que muestra el gráfico N° 5, la edad de los turistas se encuentra en el rango de los 20 a 50 años trabajan en el sector público, privado y en menor porcentaje son empresarios independientes, con un nivel de educación superior, los mismos que realizan sus viajes por diversión, por lo general, realizan sus viajes con la familia anualmente, lo que más les atrae de esta región son sus atractivos turísticos.

Codificada la información se determina que los encuestados tienen un nivel de ingresos familiares de \$500 a \$1499, consiguientemente podemos decir que estas personas pertenecen a una clase media y media alta y dentro de sus preferencias podemos, decir

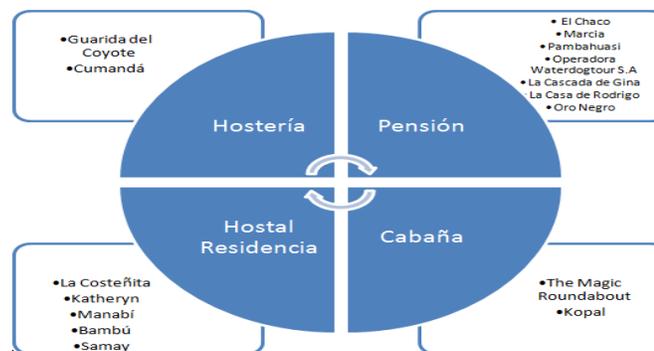
que, gustan de hosterías que cuenten con alojamiento típico de la zona con los servicios básicos incluidos, donde exista actividades de distracción y cuidado del medio ambiente.

Demanda Selectiva

“Mientras que la demanda primaria es la demanda de una forma o clase de producto, la demanda selectiva es la que se dirige a una marca o sustituto específico dentro del mercado relevante” (GUILTINAN JOSEPH, Página 65, 1998).

Los turistas para elegir el alojamiento deben buscar las diferentes alternativas que existen en El Chaco determinando así el hospedaje de su preferencia (hosterías, pensiones, hostel residencia, cabaña), por lo tanto, esta demanda es clasificada como primaria, la misma que sitúa los ingresos familiares del turista y disposición de compra, a continuación se grafica las diferentes alternativas de alojamiento en la parroquia El Chaco:

Gráfico N° 12: Alojamiento en la parroquia El Chaco



Fuente: GUILTINAN JOSEPH, “Gerencia de Marketing”, Sexta Edición, 1998, Colombia, Página 65
 Elaborado por: Sonia Caizaluisa Morales

La parroquia El Chaco, dispone de hosterías, hostales residencias y cabañas que, entran en el mismo grupo de competidores por sus servicios similares, por lo tanto, para pronosticar la demanda selectiva en la investigación de mercados se debe realizar preguntas sobre:

Procesos de decisión.- Cómo el usuario se informa de la oferta hotelera, cuáles son sus fuentes de información, qué características esenciales buscan en el servicio.

Atributos determinantes.- Cuáles son los beneficios que el usuario espera del servicio de alojamiento, cuáles son las características de alojamiento que le proporcionan esos beneficios, cuál es la prioridad de esos atributos.

Proceso de decisión

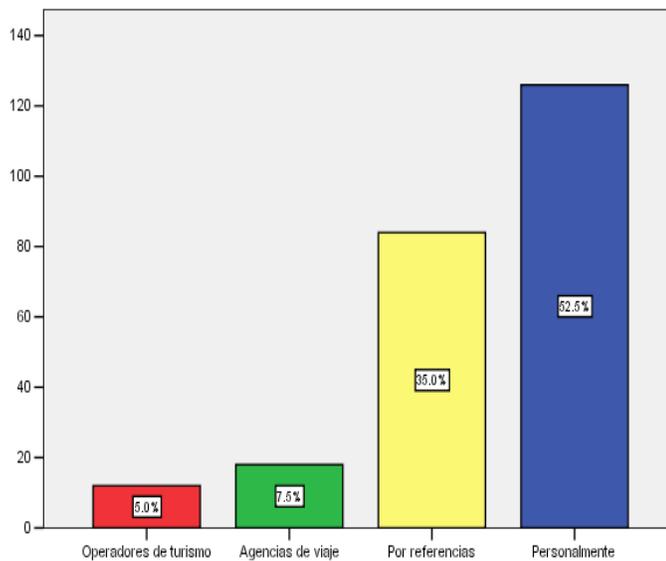
Fuentes de información

Tabla N° 34: Medios para planificar un viaje turístico

¿Usted para planificar un viaje busca?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Operadores de turismo	12	5,0	5,0	5,0
	Agencias de viaje	18	7,4	7,5	12,5
	Por referencias	84	34,7	35,0	47,5
	Personalmente	128	52,1	52,5	100,0
	Total	240	99,2	100,0	
Missing	System	2	,8		
Total		242	100,0		

Gráfico N° 13: Medios para planificar un viaje turístico



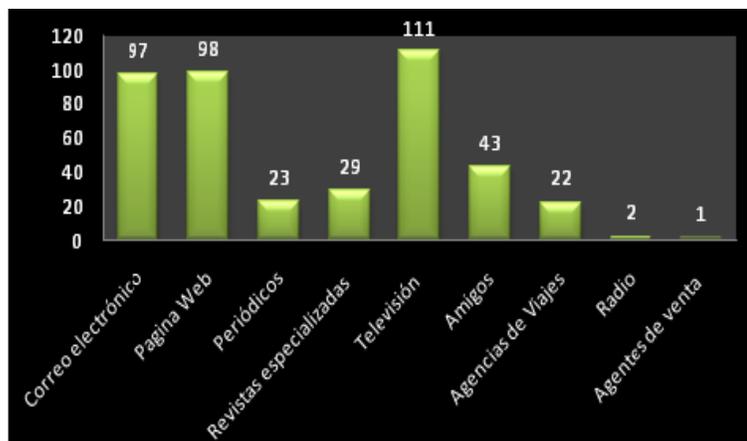
Fuente: Investigación de Mercados- Quito

Elaborado por: Sonia Caizaluisa Morales

Tabla N° 35: Medios de comunicación utilizados para conocer destinos turísticos

<i>Medios</i>	<i>Frecuencia</i>
Correo electrónico	97
Página Web	98
Periódicos	23
Revistas especializadas	29
Televisión	111
Amigos	43
Agencias de Viajes	22
Radio	2
Agentes de venta	1

Gráfico N° 14: Medios de comunicación utilizados para conocer destinos turísticos



Fuente: Investigación de Mercados- Quito

Elaborado por: Sonia Caizaluisa Morales

La fuente de información que se utiliza para realizar viajes turísticos es personalmente y por referencias 86,8% (amigos, familiares, búsqueda por internet, etc.) sin olvidar aquellas como: la televisión y prensa escrita 13,2% que también forman parte de la cadena de comunicación sobre nuevos productos y servicios que se ofertan en el mercado.

Atributos determinantes

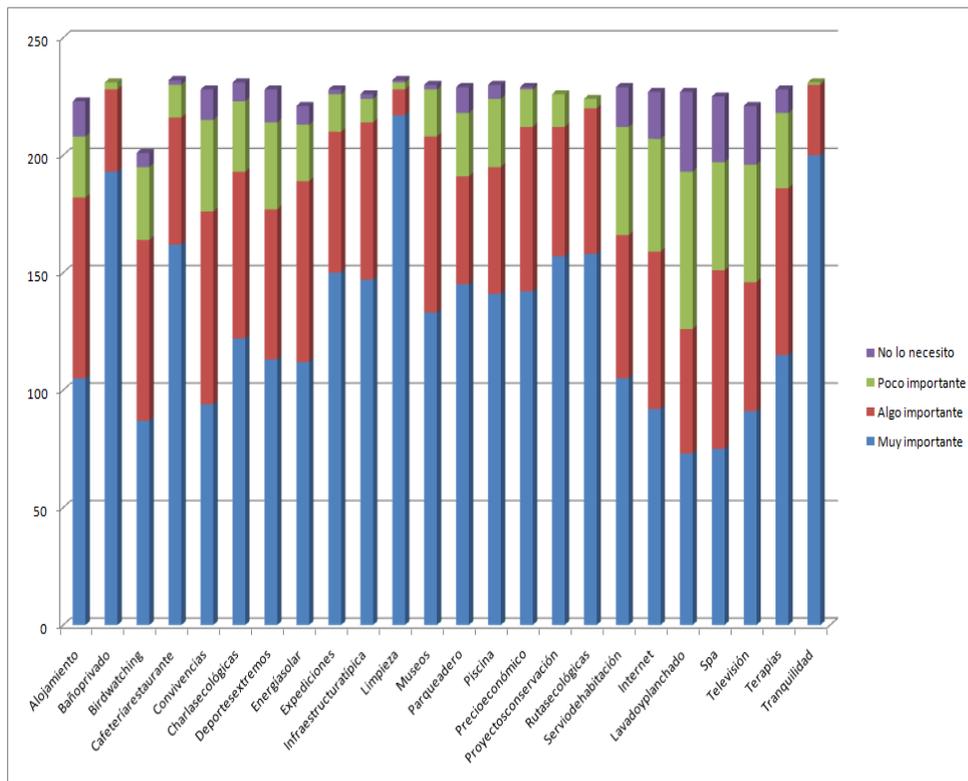
Tabla N° 36: Categorización de beneficios

	Muy importante	Algo importante	Poco importante
Alojamiento	105	77	26
Bañoprivado	193	35	3
Birdwatching	87	77	31
Cafeteríarestaurante	162	54	14
Convivencias	94	82	39
Charlasecológicas	122	71	30
Deportesextremos	113	64	37
Energíasolar	112	77	24
Expediciones	150	60	16
Infraestructuratípica	147	67	10
Limpieza	217	11	3
Museos	133	75	20
Parqueadero	145	46	27
Piscina	141	54	29
Precioeconómico	142	70	16
Proyectosconservación	157	55	14
Rutasecológicas	158	62	4
Serviodehabitación	105	61	46
Internet	92	67	48
Lavadoyplanchado	73	53	67
Spa	75	76	46
Televisión	91	55	50
Terapias	115	71	32
Tranquilidad	200	30	1

Fuente: Investigación de Mercados- Quito

Elaborado por: Sonia Caizaluisa Morales

Gráfico N° 15: Valoración de servicios hoteleros encuesta Quito



Fuente: Investigación de Mercados- Quito

Elaborado por: Sonia Caizaluisa Morales

Análisis de la demanda selectiva

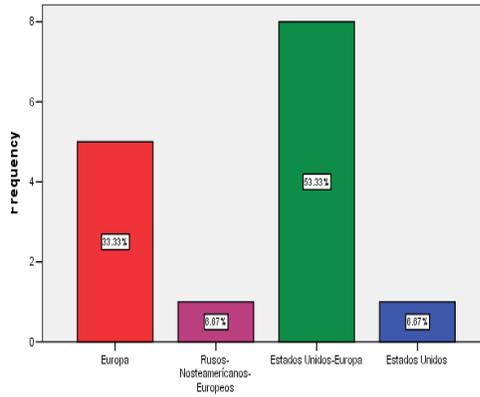
En El Chaco existe como parte del alojamiento pensiones, hostales, hostales residencias y cabañas, en el gráfico N° 12 se observa que, en su mayoría existen pensiones y hostales residencias, de acuerdo a las características de la demanda primaria existe preferencia por las pensiones (7) y hostales residencias (5) un motivo por el cual éstas han crecido en números es por sus precios y ubicación, también el número de pensiones y hostales residencias son de mayor aceptación dado que el número es mayor (12) en el mercado del alojamiento, mientras que, las cabañas y hosterías (4) localizadas en el estudio se encuentran en poblaciones aledañas como Quijos y El Chaco, son pocas las instalaciones en la parte norte de la provincia de Napo, estos resultados pueden ser originados por una escasez de infraestructuras por la alta inversión que estas representan a nivel económico. En cuanto a la información sobre lugares turísticos las personas buscan referencias (34,7%) entre su amigos, conocidos o familiares y en su mayoría investigan personalmente (52,1%), por medio del internet (40,3%), la televisión (45,9%) y en menor grado en prensa escrita (10,7%).

La hostería ecológica debe brindar las siguientes características para que pueda diferenciarse en el sector entre las más importantes el alojamiento típico de la zona (75%), baño privado (83,5%), sus instalaciones se encuentren limpias (93,5%), disponga de piscina (61,3%), cuente con parqueadero (63,3%), terapias de relajación (50,4%) servicio de restaurante (69,8%), actividades recreativas (49,4%) y posea proyectos de conservación del medio ambiente (60,3%), y la tranquilidad (82,6%) es una de las características más importantes que se pueda brindar a los turistas durante su estadía.

Para complementar la investigación se ha realizado 15 entrevistas a agencias de viajes internacionales, que han sido seleccionadas de forma randómica de un grupo de 50 agencias u operadoras de viajes internacionales; la codificación y cruce de variables se presenta a continuación:

Gráfico N°16: Nacionalidad de los turistas extranjeros

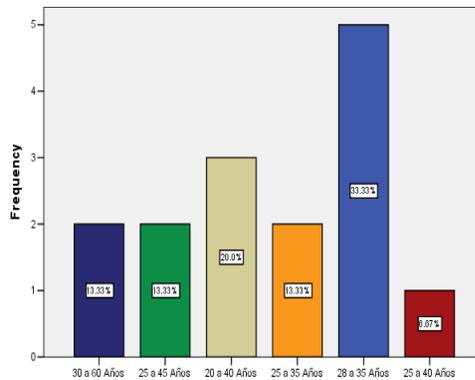
¿Qué nacionalidad tienen en su mayoría los turistas que se alojan en hosterías ecológicas



Fuente: Investigación de Mercados- Quito
 Elaborado por: Sonia Caizaluisa Morales

Gráfico N° 17: Edad promedio del turista extranjero

¿Los turistas que buscan este tipo de viajes que edad promedio tienen?



Fuente: Investigación de Mercados- Quito
 Elaborado por: Sonia Caizaluisa Morales

De acuerdo a los gráficos presentados la nacionalidad de los turistas extranjeros es de Estados Unidos y Europa 96,7% y el restante 3,3% pertenecen a nacionalidades como rusos; la edad promedio de los turistas se encuentra entre los 25 a 35 años 46,7%; en otro rango se ubican entre los 20 a 40 años 26,7% y en menor porcentaje encontramos las edades de 25 a 45 años 13,3% y 30 a 60 años 13,3%.

Gráfico N° 18: Nivel de educación del turista extranjero

¿Nivel de educación de los turistas que visitan estos lugares?

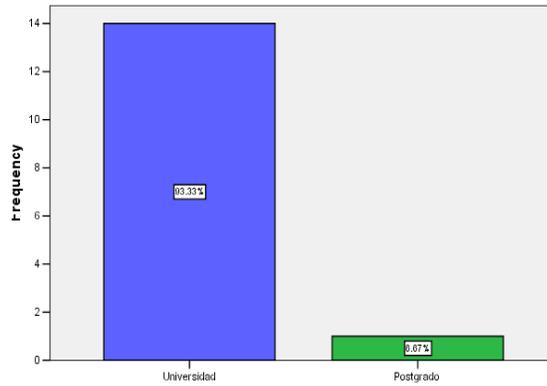
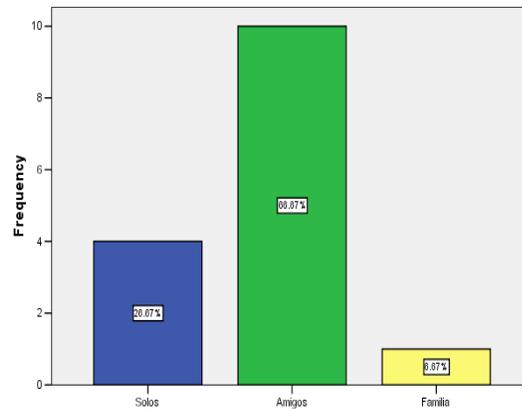


Gráfico N° 19: ¿Cuándo viajan los turistas extranjeros lo hacen?

¿Cuándo viajan los turistas lo hacen?



Fuente: Investigación de Mercados- Quito

Elaborado por: Sonia Caizaluisa Morales

En cuanto al nivel de educación de los turistas extranjeros es superior o universitario 93,3%; son personas con niveles de educación altos que inciden en la aceptación del servicio, los mismos que para realizar sus viajes lo hacen acompañados en su mayoría de amigos 66,7%, mientras que el 26,7% lo realiza solo y el 6,6% lo realiza con la familia.

Tabla N° 37: Meses en los que prefiere viajar

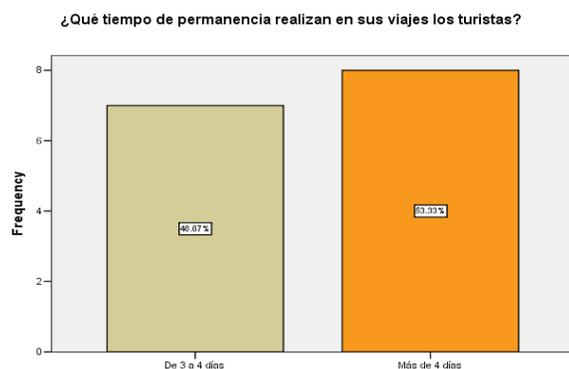
¿Meses en los que prefiere viajar'

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Julio-Agosto-Diciembre	8	40,0	40,0	40,0
Abril-Marzo	2	13,3	13,3	53,3
Junio-Julio	2	13,3	13,3	66,7
Junio-Julio-Agosto	2	13,3	13,3	80,0
Julio- Agosto-Septiembre	1	6,7	6,7	86,7
Todo el año	2	13,3	13,3	100,0
Total	15	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de Mercados- Quito

Elaborado por: Sonia Caizaluisa Morales

Gráfico N° 20: Tiempo de permanencia del turista extranjero



Fuente: Investigación de Mercados- Quito

Elaborado por: Sonia Caizaluisa Morales

Se aprecia tanto en la tabla N° 37 y gráfico N°20 los meses en los que prefieren viajar al país los turistas extranjeros son: junio-julio-agosto, septiembre y diciembre 73,4%, en cuanto al criterio de marzo-abril 13,3% y por último la opción de todo el año 13,3%, esto puede ser resultado de que en los meses con mayor porcentaje son los meses de vacaciones tanto en Estados Unidos como en Europa y su tiempo de permanencia es de más de 4 días 53,3% y de 3 a 4 días 46,7%.

Tabla N° 38: ¿Qué región para los turistas extranjeros es de su preferencia para realizar sus vacaciones?

¿Qué región para los turistas extranjeros es de su preferencia para realizar sus viajes de vacaciones?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sierra	3	20,0	20,0	20,0
Oriente	8	53,3	53,3	73,3
Galápagos	4	26,7	26,7	100,0
Total	15	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de Mercados- Quito

Elaborado por: Sonia Caizaluisa Morales

De acuerdo a los entrevistados los turistas extranjeros colocan a la región oriental como lugar primordial de visita 53,3%, mientras que en segundo lugar más visitado del país es la región insular 26,7% y en tercer lugar se halla la región Sierra 20%, esto es dado por la incursión de la región oriental hacia el turismo ecológico, ventaja que existe en la actualidad en el Ecuador.

En cuanto a la pregunta 9 el lugar con mayor interés para los extranjeros es Misahuallí 66,7%, le sigue la ciudad de Tena 53,3%; en tercer lugar Puyo 53,3%, en el penúltimo lugar se encuentra El Chaco 66,7% y en último está la ciudad de Quijos, con respecto a la pregunta 10 se considera que se escogió a Misahuallí como el lugar más importante por sus atractivos turísticos 73,3%, costos 60%, costumbre 53,3%, cercanía 33,3%, infraestructura hotelera 26,7%, todas estas características son importantes para el desarrollo turístico de este lugar.

Pregunta 11: las respuestas dadas en la entrevistas a las agencias de viajes internacionales dan las siguientes características con las que debería contar la hostería ecológica entre las que se destacan como muy importantes alojamiento 80%, baño privado 86,7%, charlas ecológicas 80%, energía solar 80%, limpieza 100%, proyectos de conservación 80%, rutas ecológicas 100% y la tranquilidad 100%, también se debe considerar dentro de estas características a las expediciones a la selva 93,3%, deportes extremos 73,3%, convivencia con comunidades 60%, cafetería-restaurante 53,3%, un avistamiento para aves (Birdwatching) 46,7% e infraestructura típica de la zona 46,7%; y dentro de la

consideración de algo importante están museos naturales 60%, agroturismo 50% y terapias de relajación 40%.

Tabla N° 39: Motivos por los que viaja* ¿Los turistas extranjeros para planificar un viaje buscan?*El turista extranjero para realizar el pago de un viaje utiliza?

¿Motivos por los que viajan?			¿El turista extranjero para realizar el pago de un viaje utiliza?		Total
			Dinero en efectivo	Tarjeta de crédito	
Diversión ¿Los turistas extranjeros para planificar un viaje dentro del Ecuador buscan?	Operadores de turismo	Count	2	1	3
		% of Total	13,3%	6,7%	20,0%
	Agencias de viaje	Count	0	5	5
		% of Total	,0%	33,3%	33,3%
	Por referencias	Count	1	2	3
		% of Total	6,7%	13,3%	20,0%
	Personalmente	Count	3	1	4
		% of Total	20,0%	6,7%	26,7%
Total		Count	6	9	15
		% of Total	40,0%	60,0%	100,0%

Fuente: Investigación de Mercados- Quito

Elaborado por: Sonia Caizaluisa Morales

De acuerdo con las entrevistas realizadas se puede observar que los turistas extranjeros viajan por diversión 100%, y que para planificar sus viajes buscan agencias y operadores de turismo 53, 3%; personalmente 26,7%, y por referencias 20%, de los cuales el 40% utiliza dinero en efectivo y el 60% utiliza tarjeta de crédito para pagos por consumo realizados en sus viajes.

Tabla N° 40: ¿Usted ha visitado la parroquia Gonzalo Díaz de Pineda, ubicada en el cantón El Chaco?*¿De existir una hostería ecológica en la parroquia la agencia u operadora incorporaría entre sus paquetes turísticos los servicios que prestaría la hostería?

¿Usted ha visitado la parroquia Gonzalo Díaz de Pineda, ubicada en el cantón El Chaco? * De existir la hostería ecológica en la parroquia Gonzalo Díaz de Pineda cantón El Chaco, la agencia u operadora de viajes podría incorporar entre sus paquetes turísticos los servicios que prestaría en el sector antes mencionado?
Crosstabulation

			De existir la hostería ecológica en la parroquia Gonzalo Díaz de Pineda cantón El Chaco, la agencia u operadora de viajes podría incorporar entre sus paquetes turísticos los servicios que prestaría en el sector antes mencionado?		Total
	No	Count	SI	No	
¿Usted ha visitado la parroquia Gonzalo Díaz de Pineda, ubicada en el cantón El Chaco?		% of Total	93,3%	6,7%	100,0%
Total	Count	% of Total	14	1	15
			93,3%	6,7%	100,0%

Fuente: Investigación de Mercados- Quito

Elaborado por: Sonia Caizaluisa Morales

De acuerdo a la tabla N° 40 se aprecia que las personas que representan a las agencias entrevistadas no conocen la parroquia Gonzalo Díaz de Pineda ubicado en el cantón El

Chaco 100%, pero estarían dispuestos a incorporar dentro de sus paquetes turísticos los servicios que ofrecería la hostería ecológica 93,3%, por lo tanto la hostería ecológica tendría una gran aceptación, por su cercanía a la provincia de Pichincha y en especial a la ciudad de Quito.

Tabla N° 41: Medios de comunicación que utilizan los turistas para conocer nuevos destinos turísticos.

		Statistics						
		Correoele ctrónico	Páginaweb	Periódicos	Revistas especializadas	T.v	Amigos	Agencias de viaje
N	Valid	7	15	0	8	0	0	0
	Missing	8	0	15	7	15	15	15

Fuente: Investigación de Mercados- Quito

Elaborado por: Sonia Caizaluisa Morales

En las entrevistas realizadas los medios de comunicación más destacados para conocer sobre los servicios que prestaría la hostería ecológica son página web 100%, revistas especializadas 53,3% y por último el correo electrónico 46,7%. Es muy importante tomar en consideración estos medios de comunicación, porque son los medios masivos donde en la actualidad se puede llegar hacia un gran número de clientes potenciales debido a su rapidez y captación.

2.3.2 Identificación Y Características Del Servicio Turístico.

La hostería ecológica constituye un servicio turístico dentro del turismo sostenible, y que marca la diferencia en la sustentabilidad, preservación, apreciación del medio, donde se busca el bienestar de las poblaciones locales dentro de los siguientes principios:

1. Minimizar los impactos negativos, para el ambiente y para la comunidad, que genera la actividad.
2. Construir respeto, conciencia ambiental y cultural.
3. Proporcionar experiencias positivas tanto para los visitantes como para los anfitriones.
4. Proporcionar beneficios financieros directos para la conservación.

5. Proporcionar beneficios financieros y fortalecer la participación en la toma de decisiones de la comunidad local.
6. Crear sensibilidad hacia el clima político, ambiental y social de los países anfitriones.
7. Apoyar los derechos humanos universales y las leyes laborales.

Los servicios se enfocan principalmente a paquetes turísticos por días los cuales se detallan a continuación:

1. 2 días 1 noche
2. 3 días 2 noches
3. 4 días 3 noches

Los mismos que contarán con los servicios de:

- ✓ Hospedaje en cabañas típicas o bungalós:
 - Cómodas para el turista con televisión o sin ella y que guarden armonía con el medio.
- ✓ Alimentación:
 - Un desayuno americano, un almuerzo y una cena (menú ecuatoriano o cocina fusión).
- ✓ Actividades recreativas:
 - Tour guiados
 - Rafting
 - Cayoling
 - Agroturismo
 - Paseos
 - Artesanía
 - Tour no guiados
 - Pesca deportiva
 - Visita al mirador

- Agroturismo
- ✓ Transporte para traslado de los turistas hacia la hostería ecológica.
 - Terrestres (contratados y propio)
 - Aéreos (contratados)

2.3.3. Clasificación por su uso

La hostería ecológica pretende satisfacer la demanda que gusta del turismo ecológico, actividades extremas, expediciones a la selva, entre otras actividades que generan conciencia sobre el cuidado y la conservación, este servicio se enfoca a turistas extranjeros y nacionales, masculinos y femeninos en edad comprendida de 18 a 65 años de edad, por lo tanto se considera como un bien de consumo final, y su orientación es al público en general.

2.3.4 Clasificación por su efecto

Los servicios de la hostería ecológica en la provincia de Napo, cantón El Chaco, parroquia Gonzalo Díaz de Pineda se lo puede catalogar según su efecto en el mercado como innovador, debido a que no existe en este sector similares establecimientos que brinden los servicios que proporcionaría la hostería.

2.3.5 Factores que afectan a la demanda

Existen factores que determinan el incremento, el decremento, y tendencias que tendrá la demanda, por lo tanto, el análisis de dichos factores se vuelve imprescindible en el desarrollo de un proyecto debido a que a través de ellos se determinarán los escenarios futuros con los que el servicio deberá enfrentarse.

2.3.5.1. Tamaño y crecimiento de la población

Según el último Censo Poblacional realizado en el año 2001 por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), el crecimiento poblacional para la ciudad de Quito se estima en un 2,2% y en la actualidad cuenta con 2'215.820 habitantes de los cuales 1'640.478 pertenecen a la población urbana, 7.603 pertenecen a la población dispersa urbana y 567.740 pertenecen al sector suburbano (Distrito Metropolitano de Quito 2010). La edad de la población en estudio se concentra entre los 18 hasta los 65 años de edad de género masculino y femenino dándonos como resultado 1'074.729 habitantes que cumplen con estas características, esta población representa el 48.5% de la población total de Quito. En cuanto a los turistas internacionales que ingresan al país se encuentra en un promedio anual de 919.443 turistas para el año 2009 (Migración, 2009) y según estadísticas del Organismo Internacional de Turismo el ecoturismo tendría un crecimiento entre el 1% y 3% para este año.

El crecimiento de la población si constituye un factor influyente en la demanda de los servicios de la hostería ecológica, debido a que las instalaciones del proyecto pueden atender a un número limitado de clientes. La investigación de mercado reflejó que a pesar de haber un gran número de interesados para la utilización de los diferentes servicios de la hostería ecológica se debe establecer un cronograma en el alojamiento para evitar un mal servicio.

2.3.5.2 Hábitos de consumo

La investigación de mercado realizada en la ciudad de Quito en lo referente a los hábitos de consumo de la población en estudio tanto hombres y mujeres en edad comprendida de 18 a 65 años que realizan viajes nos proporcionan los siguientes datos: que la región más visitada en las vacaciones es la región Costa, esto puede ser el resultado de buenas infraestructuras hoteleras, atractivos turísticos y condiciones climatológicas que benefician esta actividad colocando a esta región en el primer lugar de preferencia con el 12% de aceptación, la segunda región más visitada es la Sierra ecuatoriana debido a la

cercanía que existe entre las diferentes ciudades y costos que existen en ellas y también debe ser por la existencia de numerosos alojamientos hoteleros en las ciudades principales cuenta con el 4% de las visitas, el tercer lugar ocupa la región Oriental puesto que en los últimos años el sector turístico se ha desarrollado poco a poco pese a los inconvenientes viales que algunas carreteras tienen, entre las ciudades más visitadas en la provincia de Napo, Misahuallí es la más visitada por sus atractivos turísticos tiene una aceptación del 31,53% e infraestructura turística y sus costos son las características entre las que más destacan entre los encuestados, la segunda ciudad más visitada es Tena con un 27,% de igual manera por sus atractivos turísticos cuenta con el 13%, la infraestructura hotelera cuenta con el 13% y los costos 16% y por último la ciudad de Puyo es muy visitada por su cercanía a la ciudad de Baños, siendo un puente para los turistas; entre las características más relevantes se encuentra sus atractivos turísticos con el 23,62%, y cercanía 10,4% estas son las ciudades que han desarrollado la actividad turística en las provincias de Napo y Pastaza que son las que más se destacan en la región oriental.

Mientras que, para las entrevistas realizadas a las agencias de viajes internacionales la edad de los turistas extranjeros se encuentra entre 20 a 45 años de edad 86,7%, con nivel de educación superior 93,3% que realizan sus vacaciones en los meses de junio, julio, agosto, septiembre y diciembre 73,4% y su estadía es más de 4 días 53,3%: las regiones de preferencia son Oriente 53,3%, Galápagos 26,7% y Sierra 20%; y se escogió a Misahuallí como el lugar más importante por sus atractivos turísticos 73,3%, costos 60%, costumbre 53,3%, cercanía 33,3%, infraestructura hotelera 26,7%, todas estas características son importantes para el desarrollo turístico de este lugar.

Mercado Objetivo y Ventaja Competitiva

Para la segmentación de mercados de la hostería ecológica se utilizará variables de consumo como: geográficas, demográficas y conductuales, con el fin de crear los perfiles de segmento para la selección de mercado meta al cuál se va a dirigir la empresa y el estrategias que se encontrarán sustentadas en los principios del marketing.

2.4. Segmentación del mercado

La segmentación de mercado es un proceso que consiste en dividir el mercado total de un bien o servicio en varios grupos más pequeños e internamente homogéneos. La esencia de la segmentación es conocer realmente a los consumidores y satisfacer sus necesidades con el apoyo del marketing mix.

Características

- Variable Geográfica: esta variable en el proyecto ayuda a establecer una segmentación a nivel macro, porque identifica al principal mercado de turistas tanto nacionales como extranjeros que visitan nuestro país y que acceden principalmente por la ciudad de Quito y como referencia las personas que viven en la ciudad de Sangolqui por su cercanía visitan la región oriental. (KOTLER, 2006)
- Segmentación Demográfica: esta variable ayuda a identificar las diferencias marcadas en los patrones de consumo turístico relacionados con: la edad, el género, ocupación, ingreso, grado de escolaridad, etc. (KOTLER, 2006)

Las estadísticas presentadas en la tabla N°2, gráfico N° 5 correspondiente a la investigación de mercados en la que se identifica 5,31% de los encuestados pertenecen a la principalmente a la ciudad de Quito, y con proyección tenemos la ciudad de Sangolqui con el 1,24%, en cuanto a las entrevistas el cuadro N° 16 presenta la nacionalidad de los turistas extranjeros es de Estados Unidos 67% y Europa 93,8%.

Tabla N° 42: Procedencia del Turista que realiza paseos a la provincia de Napo

Procedencia * ¿Realiza paseos a la provincia de Napo? Crosstabulation

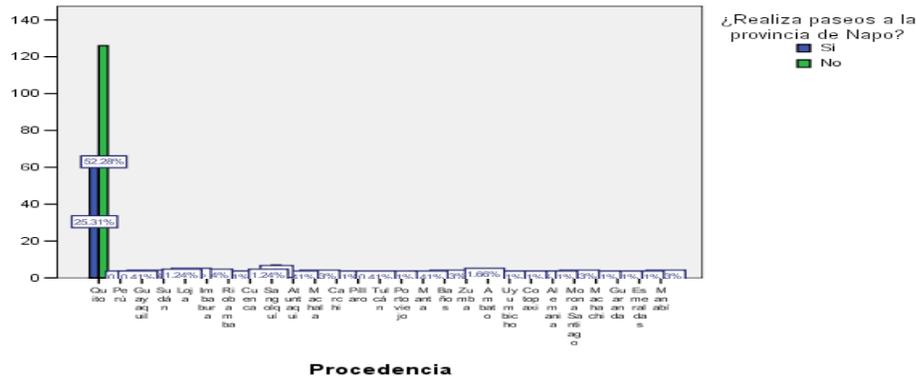
Procedencia		Count	¿Realiza paseos a la provincia de Napo?		Total
			Si	No	
Quito	Count	61	126	187	
	% of Total	25.3%	52.3%	77.6%	
Perú	Count	0	1	1	
	% of Total	.0%	.4%	.4%	
Guayaquil	Count	1	2	3	
	% of Total	.4%	.8%	1.2%	
Sudán	Count	0	1	1	
	% of Total	.0%	.4%	.4%	
Loja	Count	3	4	7	
	% of Total	1.2%	1.7%	2.9%	
Imbabura	Count	0	3	3	
	% of Total	.0%	1.2%	1.2%	
Riobamba	Count	0	1	1	
	% of Total	.0%	.4%	.4%	
Cuenca	Count	0	1	1	
	% of Total	.0%	.4%	.4%	
Sangolquí	Count	3	7	10	
	% of Total	1.2%	2.9%	4.1%	
Atuntaqui	Count	0	1	1	
	% of Total	.0%	.4%	.4%	
Machala	Count	0	2	2	
	% of Total	.0%	.8%	.8%	
Carchi	Count	0	1	1	
	% of Total	.0%	.4%	.4%	
Píllaro	Count	0	1	1	
	% of Total	.0%	.4%	.4%	
Tulcán	Count	1	0	1	
	% of Total	.4%	.0%	.4%	
Portoviejo	Count	1	0	1	
	% of Total	.4%	.0%	.4%	
Manta	Count	0	1	1	
	% of Total	.0%	.4%	.4%	
Baños	Count	0	2	2	
	% of Total	.0%	.8%	.8%	
Zumbra	Count	0	1	1	
	% of Total	.0%	.4%	.4%	
Ambato	Count	4	0	4	
	% of Total	1.7%	.0%	1.7%	
Uyumbicho	Count	1	1	2	
	% of Total	.4%	.4%	.8%	
Cotacachi	Count	1	1	2	
	% of Total	.4%	.4%	.8%	
Alemania	Count	0	1	1	
	% of Total	.0%	.4%	.4%	
Morona Santiago	Count	0	2	2	
	% of Total	.0%	.8%	.8%	
Machachi	Count	0	1	1	
	% of Total	.0%	.4%	.4%	
Guaranda	Count	0	1	1	
	% of Total	.0%	.4%	.4%	
Esmeraldas	Count	0	1	1	
	% of Total	.0%	.4%	.4%	
Manabí	Count	0	2	2	
	% of Total	.0%	.8%	.8%	
Total	Count	76	165	241	
	% of Total	31.5%	68.5%	100.0%	

Fuente: Investigación de Mercados- Quito

Elaborado por: Sonia Caizaluisa Morales

Gráfico N° 21

Procedencia * ¿Realiza paseos a la provincia de Napo?



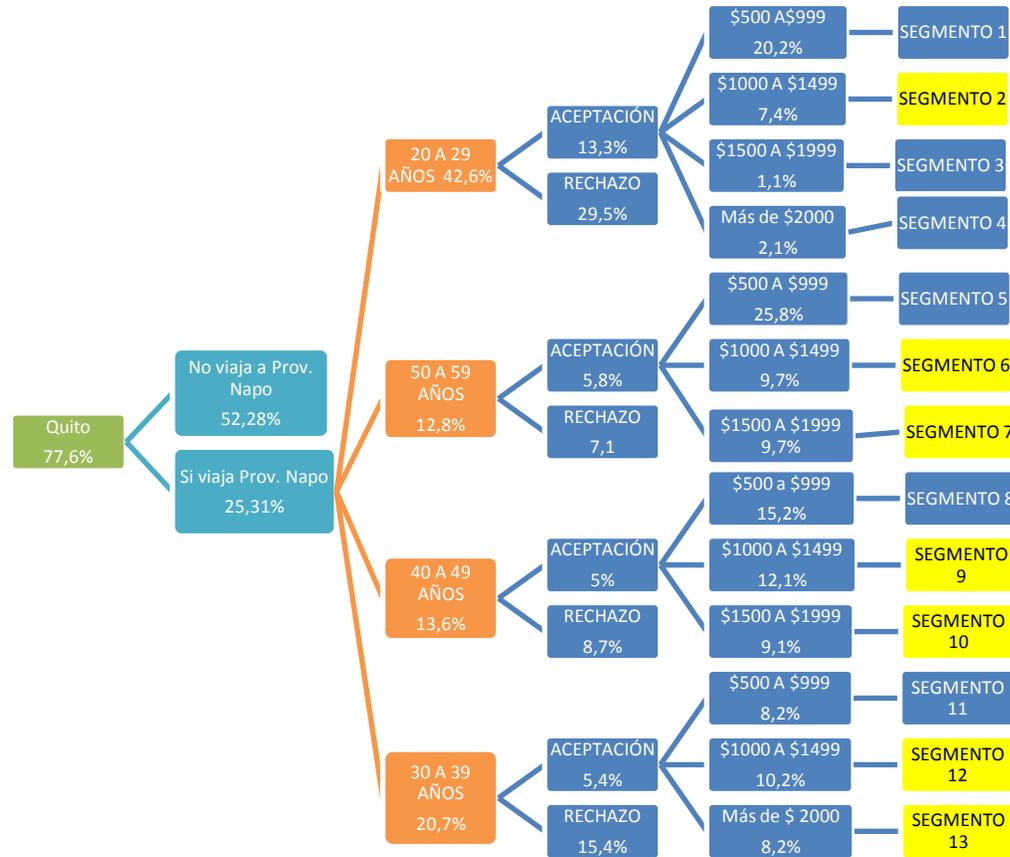
Fuente: Investigación de Mercados- Quito

Elaborado por: Sonia Caizaluisa Morales

La segmentación se realizará bajo los criterios geográficos y demográficos de la siguiente manera:

Gráfico N° 22

Segmentación para turistas provenientes de la ciudad de Quito

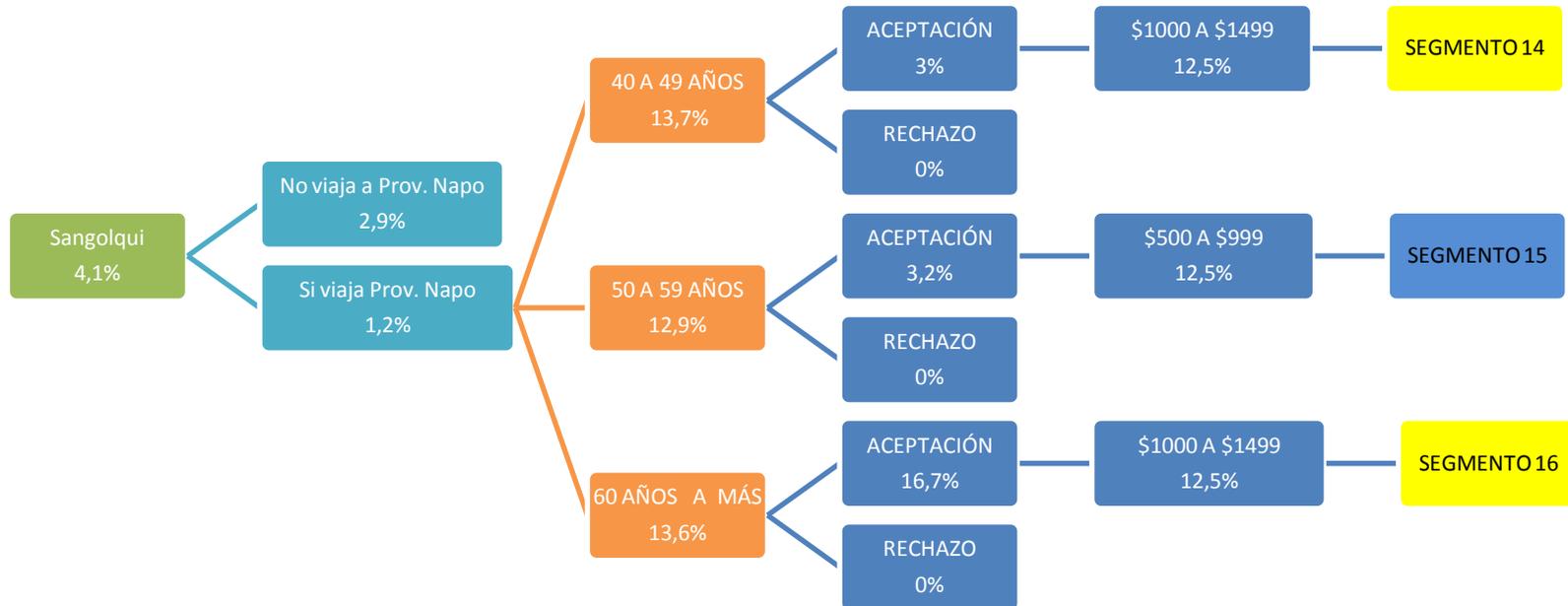


Fuente: Investigación de Mercados- Quito

Elaborado por: Sonia Caizaluisa Morales

Gráfico N° 23

Segmentación para turistas provenientes de la ciudad de Sangolquí

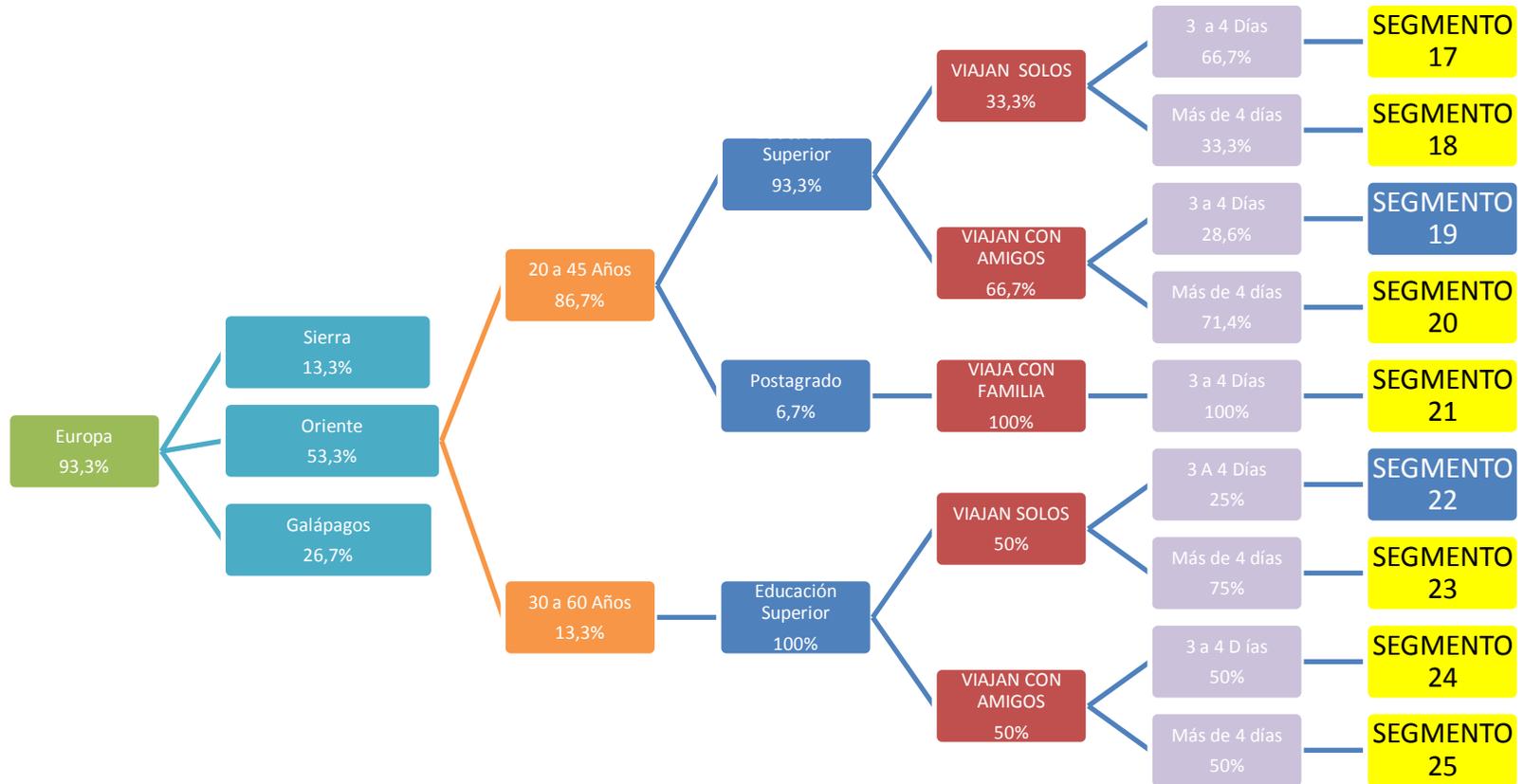


Fuente: Investigación de Mercados- Quito

Elaborado por: Sonia Caizaluisa Morales

Gráfico N° 24

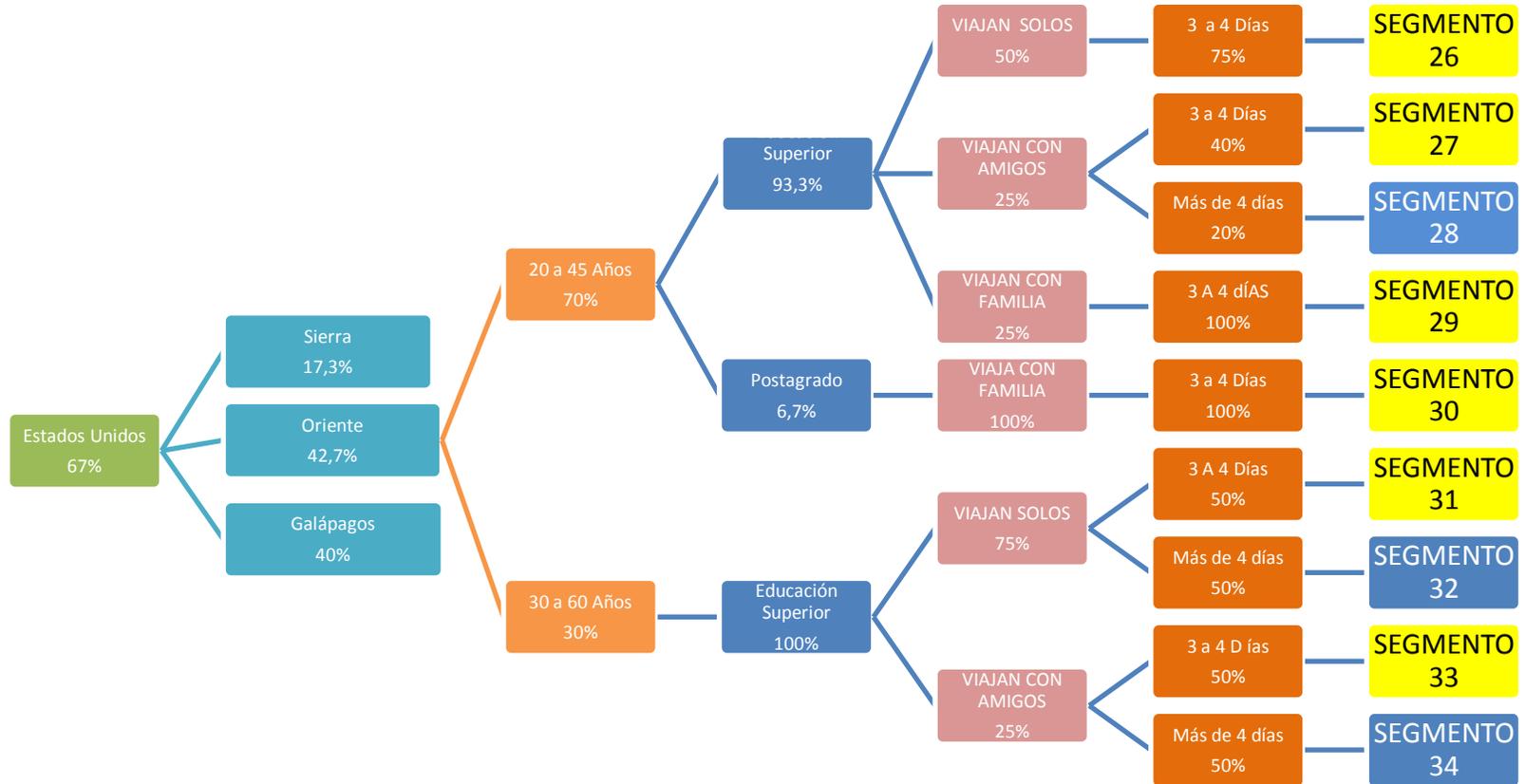
Segmentación para turistas provenientes de Europa



Fuente: Investigación de Mercados- Quito
 Elaborado por: Sonia Caizaluisa Morales

Gráfico N° 25

Segmentación para turistas provenientes de Estados Unidos



Fuente: Investigación de Mercados- Quito

Elaborado por: Sonia Caizaluisa Morales

De acuerdo a la codificación de las encuestas se ha determinado 34 segmentos de mercados, 13 para la ciudad de Quito, 3 para la ciudad de Sangolqui, 9 para los turistas provenientes de Europa y 9 segmentos para Estados Unidos, que se describen a continuación:

Una vez identificados los diferentes grupos de segmentación para la ciudad de Quito y Sangolqui, estos han sido diseñados bajo las siguientes características de homogeneidad: lugar de procedencia del encuestado, de estos quiénes gustan viajar a la provincia de Napo, luego se escogió la edad para conocer los diferentes grupos a los que gustan viajar a esta provincia, el nivel de ingresos para dividir al mercado en diferentes grupos y ubicar cuál de estos es el más rentable, y por consiguiente se determina el nivel de educación el cuál determina el nivel de conocimiento sobre las nuevas tendencias en el turismo, y de acuerdo a estas características se concluye la segmentación de la siguiente manera.

Para la ciudad de Quito:

- Personas que viajan a la provincia de Napo con edades comprendidas entre 20 a 29 años con nivel de educación superior culminada o terminada y que tengan ingresos familiares entre \$1000 y \$1499, por las características dadas se puede decir que estas personas pertenecen a clase media alta.
- Personas con edades comprendidas entre 30 a 39 años, son familias jóvenes e hijos pequeños, de educación superior y que sus ingresos se encuentran entre \$1000 a \$1499 y Más de \$2000, por lo tanto estas personas pertenecen a la clase media y media alta.
- Personas con edades comprendidas entre 40 a 49 años con familia y con hijos adolescentes, son personas con educación superior y en su mayoría profesionales con ingresos de \$1000 a \$1499 y \$1500 a 1999, estas personas pertenecen a la clase social media y media alta.
- Personas con hijos adultos independientes que se encuentran en edades comprendidas entre 50 a 59 años, profesionales, con ingresos entre \$1000 a

\$1499 y \$1500 a \$1999 estas personas pertenecen a la clase social media y media alta.

Para la ciudad de Sangolqui:

- Personas con edades comprendidas entre 40 a 49 años con familia y con hijos adolescentes, son personas con educación superior, y en su mayoría profesionales, con ingresos entre \$1000 a \$1499, por las características son de clase social media alta.
- Personas con edades 60 años y más son personas en su mayoría jubiladas o cerca de jubilarse sin hijos dependientes y que tienen ingresos entre \$1000 y \$1499 que pertenecen a la clase social media alta.

En cuanto a la segmentación presentada tanto para Europa como para América se la realizó bajo las siguientes características homogéneas dentro del grupo de encuestados: procedencia del turista que viaja especialmente a la provincia de Napo, región a la que prefiere viajar mediante esta ubicamos a los turistas que tienen como prioridad conocer los atractivos de la provincia, la edad promedio de los turistas ayuda a identificar los grupos que gustan viajar a la provincia, la educación permite identificar el nivel de conocimiento sobre turismo que poseen, permanencia en sus viajes, este parámetro identifica la composición de los paquetes turísticos que se puede ofrecer y por último con quién realizan sus viajes esto identifica los grupos de composición, ya sea esta familiar, con amigos o en solitario y se procedió de la siguiente forma:

Para Europa:

- Personas que de preferencia viajan a la provincia de Napo por lo menos una vez al año, con educación superior o postgrado, con edades comprendidas de 20 a 40 años, que viajen solos, con amigos o familia, y que tienen una estadía en sus viajes turísticos entre 3 y más de 4 días.

- Personas que de preferencia viajen a la provincia de Napo por lo menos una vez al año con educación superior, con edades comprendidas de 30 a 60 años, con amigos, solos o familia y que tienen una estadía en sus viajes turísticos entre 3 y más de 4 días.

Para Estados Unidos:

- Personas que de preferencia viajen a la provincia de Napo por lo menos una vez al año con educación superior y postgrado, que viajen solos, acompañados, o familia, y que tienen una estadía en sus viajes turísticos entre 3 y más de 4 días.
- Personas que de preferencia viajen a la provincia de Napo por lo menos una vez al año, con educación superior, con edades comprendidas de 30 a 60 años, con amigos, solos o familia y que tienen una estadía en sus viajes turísticos en 3 y más de 4 días.

Esta segmentación ha sido creada bajo los criterios de atributos: necesidades o beneficios finales deseados, comportamiento de compra, estilos de vida y características.

2.4.1. Comportamiento histórico de la demanda

En la parroquia Gonzalo Díaz de Pineda no existe información sobre la existencia de hosterías ecológicas, por lo tanto no existe antecedentes históricos sobre la demanda que pueda tener este tipo de servicios.

2.4.2 Demanda actual del servicio

La demanda actual está dada por el ingreso de turistas a los principales parques nacionales que se encuentran en la provincia de Napo los cuáles se muestran en la siguiente tabla:

Tabla N° 43: Demanda actual del servicio de alojamiento

Parques dentro de la Provincia de Napo	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Parque Nacional Llanganates	16	3	12	492	520	393	627
Parque Nacional Sumaco	0	0	0	0	82	0	0
Reserva Ecológica Antisana	0	891	1366	1115	828	928	958
Reserva Ecológica Cayambe	2737	2577	3086	4810	5698	9066	16637
Total	2753	3471	4464	6417	7128	10387	18221

Fuente: Dirección de Áreas Naturales- Ministerio de Turismo
Elaborado por: Sonia Caizaluisa Morales

De acuerdo a la tabla N° 43 se puede apreciar que la demanda turística en los diferentes parques que se encuentran en la Provincia de Napo se ha ido incrementando con el paso de los años en un 6%, este incremento puede ser resultado de la incursión en el turismo ecológico que en los últimos años se ha ido desarrollando en esta región del Ecuador.

2.4.5 Proyección de la Demanda

La proyección de la demanda se la va a realizar para los próximos 5 años con información estadística de la tabla N° 43 el crecimiento de turistas se encuentra entre el 5% y 6 %, porcentajes con los cuales se va a trabajar; el tiempo de vida útil del activo más importante, en nuestro caso la infraestructura en sí constituye la base referencial cuya vida útil alcanza los 15 años. Sin embargo existen algunos activos que tienen un tiempo de menor de vida útil, los cuáles necesitarán de una reinversión en el largo plazo.

Tabla N° 44: Proyección Demanda

Parques dentro de la Provincia de Napo	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Parque Nacional Llanganates	999	1592	2538	4047	6451	10285
Parque Nacional Sumaco	93	105	118	134	151	170
Reserva Ecológica Antisana	988	1020	1052	1086	1120	1156
Reserva Ecológica Cayambe -Coca	23041	36732	58558	93353	148824	237255
Total	25121	39449	62267	98619	156546	248866

Fuente: Ministerio de Turismo
Elaborado por: Sonia Caizaluisa Morales

2.5. Análisis de la oferta

2.5.1. Clasificación de la oferta

La hostería ecológica ubicada en la parroquia Gonzalo Díaz de Pineda, cantón El Chaco, provincia de Napo es un servicio nuevo en este lugar, porque existe una carencia en el cuidado del medio ambiente por parte del servicio de alojamiento actual y el servicio se diferenciará, porque existirán proyectos de conservación del ambiente, reciclado de residuos, senderos ecológicos, interactividad con la población, con el fin de adecuarse con los principios de ecoturismo, por lo cual en este mercado la oferta es de competencia monopolística.

2.5.2. Factores que afectan a la oferta

2.5.2.1. Tamaño del mercado

En la parroquia Gonzalo Díaz de Pineda ni en sus alrededores en la actualidad no existen hosterías que presten este tipo de servicio con las características que se pretende ofrecer. Lo que si existe son cabañas (2) en Quijos, hosterías (2) Quijos y en El Chaco, (6) pensiones en Quijos y El Chaco, hostales residencias (5) Quijos y El Chaco, los cuales ofrecen alojamiento, comida, entretenimiento pero sin cuidar el medio ambiente y principalmente existe poca integración de los pobladores en actividades para incentivar el turismo en la zona.

Una carencia de información turística, proyectos de infraestructura e interactividad de la población ha hecho que este sector de la provincia de Napo no tenga el mismo desarrollo turístico como Tena, Misahuallí o Puerto Napo. Consecuentemente la capacidad instalada es de 6306 plazas en la provincia de Napo cubre el 35% de la demanda en feriados, vacaciones y fines de semana, en la actualidad la tendencia hacia el ecoturismo es una prioridad para los nuevos turistas y como en el caso del turista extranjero, el ayudar a programas de conservación del medio ambiente en otros países (Ecuador) contribuye a una disminución en la declaración de los impuestos en sus países de origen especialmente

a los que pertenecen a la Unión Europea (Guzmán, Vicente, & García, 2006), dicha prioridad incentiva a la creación de la hostería ecológica en esta zona de la provincia de Napo.

2.5.2.2. Capacidad de inversión de los empresarios

La hostería ecológica bajo las características que se va a establecer representa una gran inversión se estima que se requerirá aproximadamente \$ 490.821,68 dólares para poner en marcha el proyecto, esta representa una barrera de ingreso a la que se enfrentan los futuros inversionistas en el mercado de hosterías ecológicas.

2.5.3. Comportamiento histórico de la oferta

El servicio de alojamiento en la provincia de Napo se encuentra mayoritariamente en la ciudad de Tena(47), Misahuallí (16), Cotundo (1),Archidona (8), Ahuano(11), Chonta Punta(2), Pano(5), Puerto Napo (2), Papallacta (8), Cosanga (1), Borja (4) y en menor porcentaje encontramos El Chaco (8) y Quijos (8), debido a que la capacidad instalada no se encuentra en la parroquia Gonzalo Díaz de Pineda lugar donde se desarrollará el proyecto se va a detallar a continuación el número de establecimientos, habitaciones, y plazas en la provincia:

Tabla N° 45: Comportamiento histórico de la oferta

	2007			2008			2009		
	N°	HABITACIONES	PLAZAS	N°	HABITACIONES	PLAZAS	N°	HABITACIONES	PLAZAS
HOTEL	1	47	114	1	47	114	2	94	188
HOTEL RESIDENCIA	2	141	298	2	141	298	2	141	298
HOSTAL	15	279	662	18	293	759	19	309	800
HOSTAL RESIDENCIA	17	263	603	21	303	764	17	263	603
HOSTERÍA	8	100	255	10	122	323	11	137	411
MOTEL	2	12	24	2	12	24	2	12	24
PENSIÓN	21	229	494	25	254	574	22	240	542
CABAÑA	39	461	1137	42	467	1167	39	461	1137
CIUDAD VACACIONAL	1	21	42	1	21	42	1	21	42

Fuente: Ministerio de Turismo

Elaborado por: Sonia Caizaluisa Morales

La tabla presentada muestra el comportamiento de los tres últimos años en el servicio de alojamiento en la provincia de Napo y se aprecia que los hostales, hostales residencias, pensiones y cabañas son las que mayoritariamente se han ido incrementando y ofrecen el mayor número de plazas para los turistas su crecimiento se encuentra alrededor del 5% anual.

2.5.4. Oferta actual

Según los datos obtenidos de la Dirección de Áreas Naturales del Ministerio del Ambiente del Ecuador año 2009 la afluencia de visitantes a los diferentes parques nacionales y ecológicos ubicados en la provincia de Napo asciende a 18221 turistas anualmente y en el área de influencia del proyecto son 17595 turistas, es decir, que cerca del 96% de los visitantes que ingresan anualmente a la provincia se encuentran cerca del área de influencia, son 1466 visitantes por mes de los cuales estos se ubican en dicha área para un promedio de 97 visitantes en los diferentes servicios de alojamiento bajo estas condiciones se presenta la oferta actual de este tipo de servicio.

2.5.5 Proyección de la oferta

La capacidad de la hostería ecológica para ser alquilada es limitada y para incrementar las ventas se necesitará un cronograma de visitas con el fin de satisfacer la demanda y mejorar la calidad del servicio, se presume que la proyección de la oferta será cambiante, es decir, que esta crecerá de acuerdo con las necesidades de los turistas a continuación se presenta la proyección de la oferta turística en la provincia de acuerdo al número de plazas existentes y para ello se va a utilizar el método gráfico aplicando regresión lineal para los próximos 5 años. La fórmula utilizada es:

$$a = \frac{\sum X^2 \sum Y - \sum X \sum XY}{n \sum X^2 - (\sum X)^2} \quad b = \frac{n \sum XY - \sum X \sum Y}{n \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

Tabla N° 46: Proyección de la oferta

AÑO	2010	2011	2012	2013	2014	2015
NUMERO DE PLAZAS OFRECIDAS PROV. NAPO	9783	15176	23542	36521	56655	87888

Fuente: Dirección de Áreas Naturales- Ministerio de Turismo

Elaborado por: Sonia Caizaluisa Morales

2.6. Determinación de la demanda insatisfecha

Para la determinación de la demanda insatisfecha se va a realizar una comparación de la capacidad instalada en la provincia al año 2009 cubre 35% del ingreso de turistas a la provincia y que se hospedan en los diferentes alojamientos. Una vez que la oferta y demanda han sido determinadas, es necesario conocer la demanda insatisfecha que no ha sido cubierta en el mercado y que puede ser cubierta en parte por la hostería ecológica, se calcula haciendo la diferencia entre la oferta proyectada y la demanda proyectada, en el siguiente cuadro se resume la demanda insatisfecha para los próximos 5 años.

Tabla N° 47: Demanda insatisfecha

	AÑOS	OFERTA PROYECTADA	DEMANDA PROYE CTADA	DEMANDA INSATISFECHA	DEMANDA A CUBRIRSE
1	2011	15176	39449	-24273	1214
2	2012	23542	62267	-38725	1936
3	2013	36521	98619	-62098	3105
4	2014	56655	156546	-99891	4995
5	2015	87888	248866	-160978	8049

Fuente: Dirección de Áreas Naturales- Ministerio de Turismo

Elaborado por: Sonia Caizaluisa Morales

En esta tabla se observa la demanda insatisfecha para los próximos 5 años es alta, la hostería ecológica cubriría el 5% anual del alojamiento en la parroquia Gonzalo Díaz de Pineda, porque en un inicio este porcentaje podría crecer en los siguientes años de acuerdo al servicio y calidad entregado a los clientes.

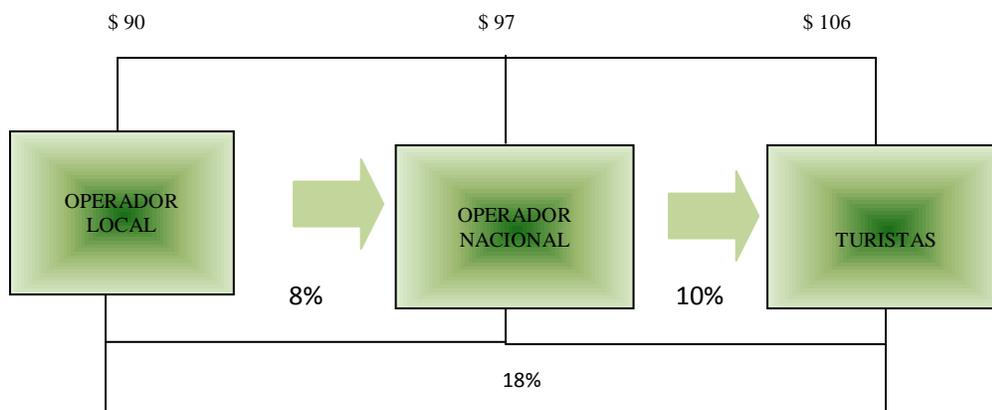
2.7. Análisis de precios

La hostería ecológica busca obtener una diferenciación en el mercado en base a proyectos de conservación del medio ambiente, actividades recreativas y alojamiento que permita disfrutar del paisaje que brinda el lugar donde se desarrollará el proyecto en la actualidad los precios en el mercado oscilan entre los \$75 y \$145 dólares diarios fines de semana en temporadas altas, y \$55 y \$85 dólares diarios temporadas normales todo esto depende de las actividades y estadías que comprende un paquete, se debe realizar un análisis de precio minucioso pues las instalaciones que se pretenden realizar necesitan de una inversión, de acuerdo a estas referencias el precio se encuentra entre el rango de \$75 a \$100 por día, estos precios pueden ajustarse de acuerdo a servicios extras.

2.8. Canales de distribución

En cuanto al canal de distribución en nuestro estudio es un factor muy importante, ya que, de este depende del número de intermediarios que se encuentren hasta llegar al usuario final del servicio, en este caso se escogió el canal: operador local – operador nacional - turista, es decir, que se va a realizar alianzas estratégicas con las agencias operadoras y la hostería ecológica va a contar con una oficina de ventas propias, y además el servicio podrá ser adquirido por operadores nacionales con el fin de llegar directamente a los turistas.

Gráfico N° 26: Canal de distribución del servicio



Elaborado por: Sonia Caizaluisa Morales

De acuerdo al gráfico N° 26 el canal de distribución, muestra el margen de precio bruto del servicio que en el mercado sería del 10% por paquete vendido por los diferentes operadores nacionales con los cuales se mantendrán acuerdos los mismos que podrán ser renovados cada año.

2.9. Comercialización

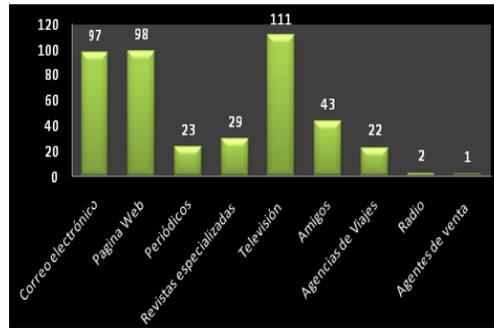
2.9.1. Estrategia de precios

El precio es una variable de gran importancia para el servicio que se pretenden comercializar, el precio de los paquetes turísticos podrá determinarse en función de la oferta y demanda y considerando como referencia al costo de los diferentes servicios que componen dichos paquetes. La estrategia basada en la oferta y demanda del servicio debe ser monitoreada de manera frecuente.

La estrategia a utilizarse será precio de prestigio, es decir, un precio alto que sea determinado por la calidad en los servicio, y se dirige principalmente a personas con capacidad económica para adquirir y su diferenciación se percibirá en el cuidado y respeto a la naturaleza con el compromiso de seguirla manteniendo en el largo plazo.

2.9.2. Estrategia de promoción

Gráfico N° 27: Medios de comunicación preferidos



Fuente: Investigación de Mercados-Quito

Elaborado por: Sonia Caizaluisa Morales

Tabla N° 48: Medios de comunicación preferidos

Statistics

	Correo electrónico	Página web	Periódicos	Revistas especializadas	T.v	Amigos	Agencias de viaje
N Valid	7	15	0	8	0	0	0
Missing	8	0	15	7	15	15	15

Fuente: Investigación de Mercados-Quito

Elaborado por: Sonia Caizaluisa Morales

Los resultados de las encuestas y entrevistas realizadas en la investigación de mercado dio como resultados que los medios de comunicación preferidos por la mayoría de encuestados son la página web 70%, correo electrónico 45%, la televisión 73% y revistas especializadas (turismo extranjero) 53,3%; en el caso de la página web y correo electrónico, se debe crear sitio web propio para dar a conocer sobre la actividad, ubicación, paquetes, precios ofrecidos, proyectos de conservación certificaciones obtenidas y otros.

Una vez visitada la página, se puede crear una base de datos para enviar información sobre paquetes, actividades o proyectos.

En cuanto a la televisión se ha visto la necesidad de crear spots publicitarios en los canales de televisión de mayor acogida como: Teleamazonas, Ecuavisa u otros sobre la hostería en la fase de introducción hacia el mercado nacional.

Otras estrategia utilizarse es promocionarse a través de revistas especializadas en turismo ecológico como es el caso de National Geographic o revistas electrónicas las cuales son traducidas a diferentes idiomas y llegan a muchos países en el mundo estas fotos pueden ser a color y desplegables para crear mayor impacto en el público.

Dentro de los puntos de referencia también se debe tomar en cuenta la participación en ferias de turismo a nivel nacional e internacional con el fin de dar a conocer la existencia de la hostería en los diferentes estratos de turismo.

También dentro de las estrategias a utilizarse se otorgará un 5% de descuento a grupos de turistas de más de 20 personas con el fin de que las instalaciones sean ocupadas el mayor tiempo posible.

Por último dentro de las opciones es que al acogerse como hostería ecológica certificada se tiene derecho a publicidad gubernamental, por medio Fondo Mixto de Promoción Turística Plandetur 2020 del Ministerio de Turismo.

2.9.3. Estrategia del servicio

La hostería se diferencia del resto de alojamientos por el cuidado con el medio ambiente y el manejo de proyectos de conservación del mismo, con ayuda de la población que se encuentra en los alrededores con el fin de crear una sinergia de conocimientos sobre el área de influencia y potenciar el área turística de la zona.

Dentro del servicio se va a contratar guías especializados, para que a su vez puedan capacitar a las personas que brinden el servicio con el fin de contar con toda la información que se requiera para que la atención al cliente sea completa.

El empoderamiento va a ser otro de los elementos importantes con el fin de solucionar problemas que se puedan presentar en la cadena del servicio, y contar con facilidades de pago para estimular la demanda del servicio.

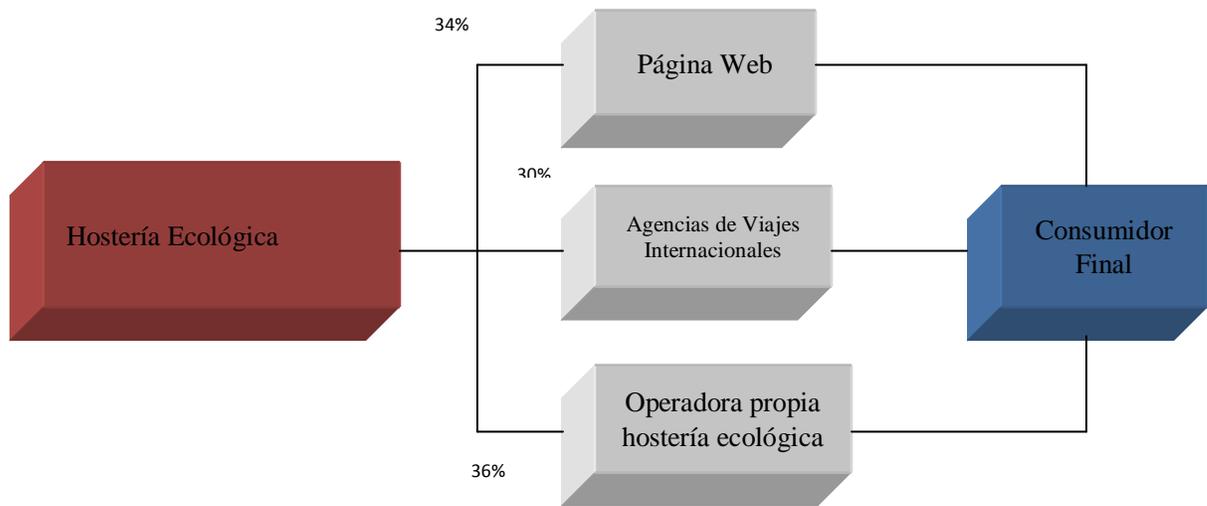
El servicio que se ofrecerá se enfoca en paquetes turísticos los cuáles tienen una tarifa básica y por servicios complementarios el precio puede incrementarse, a través de esto se busca una diversificación dentro del servicio que se ofrece, todo esto con la finalidad de que el turista tenga diferentes opciones y cuente con las comodidades necesarias para disfrutar de un descanso tranquilo.

Otra estrategia a utilizar es alianzas estratégicas con empresas públicas y privadas para que visiten las instalaciones.

2.9.4. Estrategia de plaza

La estrategia de plaza dentro del servicio se lo realiza de forma productor- operador nacional – turista o consumidor final, por medio de una oficina propia, y para captar mayor demanda en el mercado se utilizará a operadores nacionales quienes son los que comercializan este tipo de paquetes y tienen mayor llegada tanto en turismo extranjero como en el turismo nacional, y con el apoyo del sitio web se pretende tener mayor cobertura, porque de acuerdo a las encuestas y entrevistas realizadas en la investigación de campo en la mayoría de casos para conocer sobre sitios turísticos y adquisición de paquetes se tiene preferencia por los sitios web, por lo tanto, la cadena de distribución se define de la siguiente manera:

Gráfico N° 28: Estrategia de plaza



Elaborado por: Sonia Caizaluisa Morales

2.9.5. Estrategia de presentación

Para la estrategia de presentación de la hostería ecológica se ha escogido un logotipo con la representación de una ave típica de la zona como es el gallito de peña, y además se incluyen los símbolos de algunas características del servicio como es un larga vistas que representa la existencia para observatorio de aves, luego se tiene un plato típico de la zona que es la trucha en hoja esto representa la existencia de un restaurante, otro elemento es kayak conducido por una persona, el mismo que informa sobre la existencia de un río en la hostería para realizar este deporte, y por último se halla una carpa que representa el alojamiento como otro servicio más que prestará la hostería consiguientemente dentro del logotipo se han manejado los colores representativos de flora y fauna existentes en el lugar de incidencia del proyecto.

El nombre que se ha escogido para la hostería es “TAYUWA” esta palabra tiene origen en el dialecto shuar el mismo que quiere decir “EXPLORADORES”, se eligió este nombre por encontrarse en la zona oriental, el nombre es fácil identificación, recordación y asociación con la zona y la naturaleza a la cual representan.

Slogan: En cuanto al slogan, la composición se la realizó de acuerdo a una lluvia de ideas, las mismas que fueron analizadas y seleccionadas bajo la perspectiva que se presenta en el proyecto y se acordó por el siguiente slogan “VERDE AVENTURA”, dentro de la cual se encierra lo ecológico, y las diferentes características de los servicios que ofrece la hostería y la vivencia que se puede experimentar al visitar el lugar

Gráfico N° 29: Presentación del Slogan de la Hostería



Elaborado por: Sonia Caizaluisa Morales

Con la colaboración de: Tecnólogo Juan Carlos Andrade

CAPITULO III

ESTUDIO TÉCNICO

3.1. Tamaño del proyecto

3.1.1. Localización de la hostería ecológica

La hostería se encuentra en la parroquia Gonzalo Díaz de Pineda, sector río Negro, cantón El Chaco, Provincia de Napo, ubicado a 2 horas y media de la ciudad de Quito, limita al norte con la provincia de Sucumbíos y Pichincha, al sur con el cantón Quijos y la provincia de Orellana, al este con la provincia de Pichincha y al oeste con la provincia de Orellana, el área de influencia se encuentra dentro de la cobertura del Parque Nacional Sumaco-Napo-Galeras, la parroquia cuenta con 102.516,22 hectáreas del parque, y representa el 52,50% del área natural (Ecuador, 2007) el parque se encuentra ubicado al este de la parroquia, la reserva cuenta con 25 zonas de vida del mundo va desde el bosque muy húmedo tropical 600 metros sobre el nivel del mar, hasta el páramo pluvial sub-andino en la cima del volcán Sumaco a una altura de 3732 metros, cuenta con especies endémicas y únicas a nivel mundial, la parroquia también se encuentra dentro de la reserva ecológica Cayambe-Coca esta se ubica al oeste y el bosque protector La Cascada, haciendo del cantón y la parroquia un gran corredor ecológico rico en biodiversidad esta característica es el valor agregado que se necesita para el desarrollo turístico de la zona.

Gráfico N° 30: Cobertura del Parque Nacional Sumaco Napo Galeras



Fuente: (Ecuador, 2007)

La parroquia Gonzalo Díaz de Pineda anteriormente fue conocida como el Bombón, la mayoría de familias se dedican a la agricultura de naranjilla, yuca, tomate remolacha, hierbas aromáticas, también a actividades ganaderas y de piscicultura especialmente en trucha, la parroquia cuenta con servicios de agua potable, luz, red telefónica, alcantarillado, además cuenta con un centro de salud, guardería, casa comunal y Junta parroquial, su temperatura oscila entre los 19° en el mes de noviembre y 17.2° C en los meses de julio y agosto. Los ríos que atraviesan la parroquia son: Bombón Chico, Negro, Blanco, Moradillas y Quijos, en este último se puede realizar deportes como: rafting, kayak, en el puente Las Balsas.

Gráfico N° 31: Deportes extremos



Fuente: Archivo del Municipio de El Chaco

En cuanto al tamaño del proyecto este “constituye una parte fundamental del estudio, porque genera una incidencia directa sobre el monto de la inversión y costos del mismo, por lo tanto, sobre la estimación de la rentabilidad que podría generar su implementación” (NASSIR, 2004).

En el caso de la hostería ecológica vamos a considerar la demanda insatisfecha por el precio para los próximos 5 años:

Tabla N° 49: Demanda insatisfecha de la provincia de Napo

Año	Demanda Insatisfecha en la Provincia de Napo	Precio
2011	24273	\$ 2.427.300,00
2012	38725	\$ 3.872.500,00
2013	62098	\$ 6.209.800,00
2014	99891	\$ 9.989.100,00
2015	160978	\$ 16.097.800,00

Elaborado por: Sonia Caizaluisa Morales

3.1.2. Factores determinantes del tamaño

3.1.2.1. Mercado

El mercado constituye uno de los factores más importantes para el tamaño del proyecto y tiene que ver con el mercado meta al cual se dirige y qué porcentaje está dispuesto a cubrir dentro del mismo, en este caso vamos a cubrir el 5% de la demanda insatisfecha proyectada en el cuadro N° 39. La construcción de las cabañas se la va a realizar en dos fases debido a la inversión que implica, y se trabajaría bajo los siguientes supuestos en un inicio se van a construir 10 cabañas las mismas que van a ser para 2 personas, y 3 personas, por lo tanto, estaría en capacidad de atender diariamente a 25 personas, 750 personas mensuales, 9000 personas anuales.

3.1.2.2. Disponibilidad de recursos financieros

Los recursos financieros son necesarios para llevar a cabo el proyecto de la hostería ecológica, estos comprenden la construcción de las cabañas, piscina, restaurante, senderos ecológicos, peceras, canchas deportivas, áreas recreativas todo ello tiene un costo de \$ 490.821,68; para ello se recurrirá al financiamiento tanto interno como externo, de tal forma que la inversión pueda ser cubierta, el presente proyecto será financiado de la siguiente manera:

- El 30% con recursos propios
- El 70% es financiado con inversionistas particulares o préstamo en una entidad pública como: Corporación Financiera Nacional, Banco Nacional de Fomento, u otros.

3.1.2.3. Disponibilidad de mano de obra

En cuanto a la disponibilidad de la mano de obra se ha visto la necesidad de implementar personal especializado con conocimientos en turismo y administración, puesto que el

servicio se debe diferenciar de los demás establecimientos que se encuentran en el área de influencia, también deben establecerse parámetros donde se dé prioridad al empoderamiento de los diferentes empleados para que se involucren con el servicio que se está ofreciendo en el mercado y de acuerdo con estos parámetros se requiere del siguientes personal:

- 1 Administrador
- 1 recepcionista
- 1 camarero/a
- 1 cocinero/a
- 1 ayudante de cocina
- 1 persona para el mantenimiento
- 2 guardia
- 1 chofer guía
- 1 Lavandera/planchadora
- 1 Guía turístico
- 1 mesero

3.1.2.4. Disponibilidad de insumos

En cuando al abastecimiento de insumos para los diferentes platos ofrecidos por el restaurante, estos provendrán de las granjas que se encuentran en la parroquia Gonzalo Díaz de Pineda, para ser proveedores deberán contar con productos orgánicos certificados, consecuentemente, esta característica es para cumplir con uno de los requisitos principales del ecoturismo, que es el desarrollo sustentable para los pobladores que se encuentran en la zona de influencia del proyecto.

3.1.2.5. Disponibilidad de tecnología

La hostería ecológica dentro de aparatos tecnológicos contará con sensores contra incendios, para evitar desgracias en lo relacionado con el uso de electrificación, y una antena de internet para ofrecer el servicio dentro del área social, esto es todo con relación a tecnología que será implementada en la hostería, en cuanto al servicio de internet este va a ser contratado con proveedores mayoristas y los sensores podrán ser comprados en Quito y de acuerdo con la garantía que puedan otorgarnos.

3.1.2.6. Economías de escala

En cuanto a las economías de escala se va a realizar una concentración de actividades para que estas funcionen adecuadamente con el fin de brindar un servicio de calidad entre las cuales se destaca las siguientes:

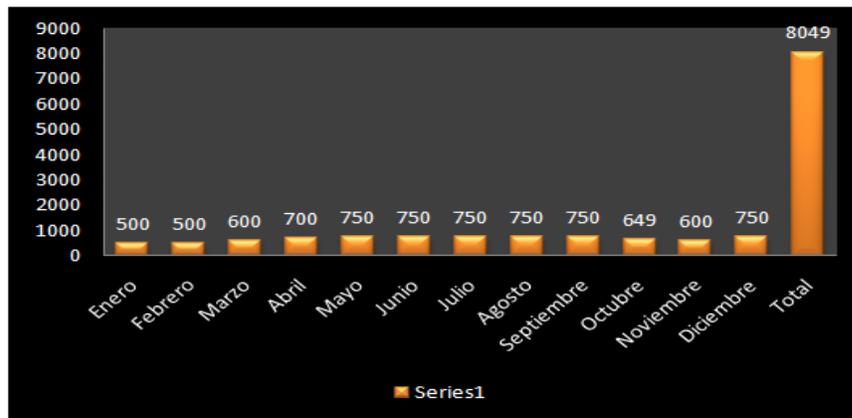
- Dar preferencia en la atención a grupo mayoritarios de visitantes.
- Aprovechar las temporadas vacacionales ofreciendo descuentos a grupos.
- Ofertar el servicio para la realización de reuniones y convenciones a nivel público y/o privado.

3.1.2.7. Capacidad de producción

En cuanto a la capacidad de la hostería ecológica su construcción se la realizará en dos fases, en la primera se construirán 10 cabañas para 2 y 3 personas las cuales atenderán a 25 personas diariamente por 30 días serán 750 turistas al mes, por lo tanto se tendrá la visita de 9000 turistas al año es decir al 100% de la capacidad; de los cuáles se muestra en el gráfico N°32 el ingreso mensual de los visitantes varía de acuerdo a la investigación de campo realizada los meses preferidos por los turistas son Mayo, Junio, Julio, Agosto, Septiembre y Diciembre motivados por las vacaciones escolares y de los diferentes

profesionales, mientras que para los meses de Enero a Abril y Octubre a Noviembre se registra una disminución turística del 33% motivada por factores de trabajo u otros y se ha llegado a determinar en 8049 turistas anuales para el año 2015.

Gráfico N° 32: Capacidad de producción de la hostería para el año 2015



Fuente: Investigación de Mercado- Quito

Elaborado por: Sonia Caizaluisa Morales

3.1.3. Optimización del tamaño del proyecto

La determinación del tamaño del proyecto en el caso de la hostería ecológica es diferente, ya que, en este caso se entrega un servicio en el cual se considera los siguientes factores:

- Disponibilidad de las cabañas para un determinado número de personas (3 personas), en un determinado momento la misma cabaña puede servir para (4 personas) ingresando una cama más sin afectar a la calidad del servicio.
- Disponibilidad del restaurante en cuanto a la optimización en su estructura esta se proyecta para 60 personas, pero podrían ingresar 70 personas una vez colocadas 2 mesas más 5 personas y de igual manera sin afectar la calidad del servicio.

3.2. Localización del proyecto

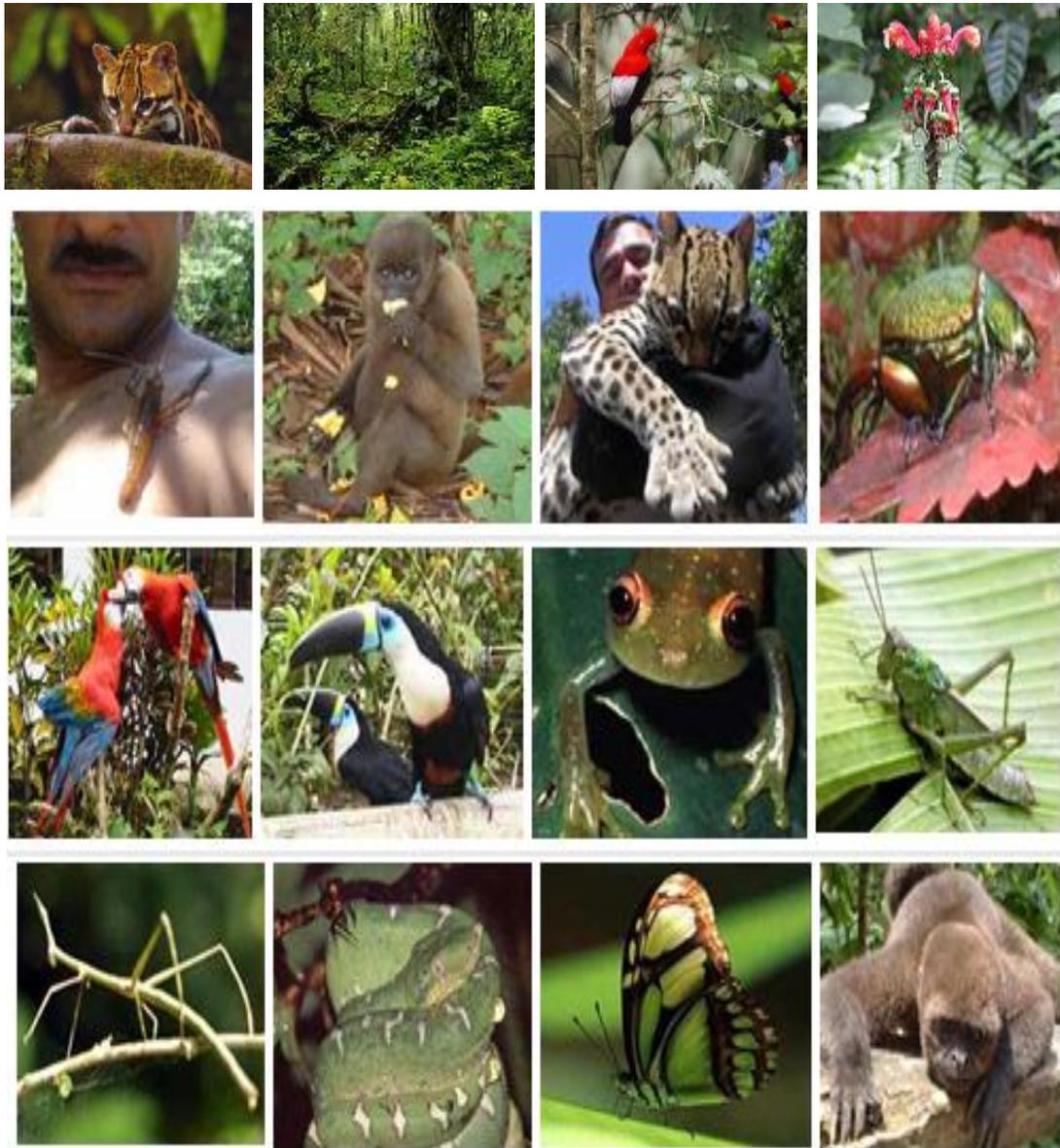
3.2.1. Macro-localización

La macro-localización tiene que ver con la ubicación geográfica donde se instalará el proyecto, tomando en cuenta los potenciales turísticos que ofrece la zona, por lo tanto se plantea de la siguiente forma:

País: Ecuador
Provincia: Napo
Cantón: El Chaco
Parroquia: Gonzalo Díaz de Pineda
Sitio: Sector Río Negro s/n

La parroquia Gonzalo Díaz de Pineda cuenta con 17 localidades, el proyecto se desarrollará en el sector del Río Negro, según el VI Censo de Población año 2001 vivían en la parroquia 385 personas, la parroquia es la más grande del el cantón El Chaco, el cantón cuenta con una superficie de 1.928 km², se encuentra ubicado al norte de la provincia de Napo, cuenta con los servicios de agua potable, luz, cableado telefónico, alcantarillado, con un centro de salud, guardería, casa comunal y Junta parroquial; la parroquia cuenta con 102.516,22 hectáreas del Parque Nacional Sumaco-Napo-Galeras, representa el 52,50% del área natural (Ecuador, 2007), y se han identificado 192 especies de mamíferos, 36 de reptiles, 31 de anfibios, 654 de aves, 470 especies de peces en el río Napo; también se encuentra ubicada dentro de la reserva ecológica Cayambe-Coca la misma que se ubica al oeste se han identificado 900 especies de aves (se cree que hay el doble), 110 anfibios, 140 reptiles y más de 200 mamíferos y el bosque protector La Cascada haciendo del cantón y la parroquia un gran corredor ecológico, la parroquia limita al norte con la provincia de Sucumbíos y Pichincha, al sur con el cantón Quijos y la provincia de Orellana, al este con la provincia de Pichincha y al oeste con la provincia de Orellana.

Gráfico N° 34: Fotografías de flora y fauna de la zona



Fuente: Ministerio de Turismo-Cámara de Turismo de Napo

A más de ello ofrece centros turísticos con aguas termales con temperaturas de 20° y 45° C como es el caso de las termas de Oyacachi y Papallacta.

Gráfico N° 35: Termas de Oyacachi



Fuente: Archivo del Municipio de El Chaco

La formación de petroglifos en el sector de Linares es otro de los atractivos que ofrece la zona.

Gráfico N° 36: Petroglifos de Linares



Fuente: www.rareplanet.flickr.com- Archivo Municipal del cantón El Chaco

La gruta de los “Tayos” ubicada a 20 km del El Chaco a 1 km del caserío de las Palmas en la parroquia Santa Rosa, es una cueva de 50 metros de profundidad y 30 metros de altura en sus grietas habitan aves del mismo nombre.

Gráfico N° 37: Cuevas del Tayo



Fuente: www.bibliotecacapleyades.net- Archivo Municipal del cantón El Chaco

También está la cascada de San Rafael que es considerada la más alta del país, con aproximadamente 150 metros de caída, esta se encuentra con el límite del cantón Gonzalo Pizarro provincia de Sucumbíos, a 1 hora y 30 minutos de la población del cantón El Chaco y también tenemos la cascada del río Malo tiene una altura aproximada de 50 metros de altura que de igual manera se encuentra a 1 hora y 30 minutos de viaje desde El Chaco en estos dos accidentes geográficos se puede observar Bosques primarios, acantilados rocosos, agua blanca, rocas de colores, mariposas, aves (gallito de peña en especial), entre las que se destacan.

Gráfico N° 38: Cascadas de la zona



Cascada de San Rafael



Cascada del Río Malo

Fuente: Ministerio de Turismo- Archivo Municipal del El Chaco

3.2.2. Micro-localización

3.2.2.1. Factores locacionales

Entre los factores locacionales más importantes encontramos:

Mano de obra disponible: la mano de obra es un elemento muy importante tanto para su correcta administración como para el costo al final del servicio.

Vías de comunicación: son las vías de acceso con las que cuenta la zona para llegar hasta la hostería.

Disponibilidad de terrenos: contar con un terreno propio para implantar la infraestructura.

Proveedores: abasto suficiente en cantidad y calidad de materia prima.

Servicios básicos: la existencia de agua potable, luz, teléfono, alcantarillado.

Atractivos turísticos ecológicos: zonas turísticas que no han sido alteradas por el hombre en su totalidad.

Cercanía al mercado: factor preponderante para la llegada de turistas hacia la ubicación de la hostería ecológica.

Factores ambientales: adaptación del proyecto al ambiente y a la comunidad.

3.2.2.2. Matriz locacional

Tabla N° 50: Matriz locacional (Método de implantación óptima por puntos)

Factor relevante	Gonzalo Díaz de Pineda			Mindo		
	Peso asignado	Calificación	Total	Peso Asignado	Calificación	Total
Mano de Obra disponible	0,10	7,0	0,70	0,10	7,0	0,70
Vías de comunicación	0,10	7,0	0,70	0,10	7,0	0,77
Proveedores	0,10	8,0	0,80	0,10	7,0	0,77
Servicios básicos	0,10	6,0	0,60	0,10	6,0	0,60
Atractivos turísticos ecológicos	0,18	9,0	1,62	0,16	7,0	1,12
Cercanía del mercado	0,17	8,0	1,36	0,15	6,0	0,9
Factores ambientales	0,10	5,0	0,50	0,10	4,0	0,40
Terreno disponible	0,15	9,0	1,35	0,19	0	0,0
Suma	1,00	50	7,63	1,00	44	5,26

Elaborado por: Sonia Caizaluisa Morales

Sustentación

De acuerdo a esta matriz locacional se ha escogido a la parroquia Gonzalo Díaz de Pineda y Mindo para realizar una comparación de factores relevantes para el turismo ecológico, la parroquia posee mayor diversidad turística ecológica mientras que Mindo tiene su turismo ecológico pero con menos lugares turísticos, por lo tanto, el mercado se enfoca principalmente a los turistas nacionales y extranjeros que provienen principalmente de la ciudad de Quito y que entran por su aeropuerto internacional y buscan descanso, aventura y tranquilidad con paisajes inigualables, también se debe destacar el tiempo aproximado de viaje hasta llegar a las instalaciones es de 2 hora y media mucho más rápido que ir hacia otros destinos turísticos similares.

Dentro de factores ambientales podemos identificar los desechos que producirá la hostería ecológica, para no afectar al medio ambiente la hostería realizará un reciclado de basura separando los desechos orgánicos e inorgánicos, los desechos orgánicos serán utilizados como abono y los inorgánicos serán clasificados y entregados al recolector municipal, en cuanto al desecho de aguas residuales estas serán recicladas mediante un

sistema de tecnologías suaves de depuración o biológico como es el caso de depuración con lagunas naturales, el cual es un proceso llevado a cabo por microorganismos, debido a que sus costes de mantenimiento son bajos y energéticos con buena integración en el entorno y fácil manejo.

3.3. Distribución de la hostería

3.3.1. Instalaciones

El terreno donde se va a construir el proyecto tiene una extensión de 49 hectáreas, aproximadamente 490000 m², y en su mayoría es selva virgen, las instalaciones se construirán en aproximadamente 80000m² del área plana de la zona, de acuerdo al estudio de insumos y materiales estos son de fácil adquisición, ya que, en la infraestructura se utilizarán materiales propios de la zona y hormigón armado para pisos, canchas y piscina.

Los planos de las instalaciones de se encuentran en el anexo N° F.

Gráfico N° 39: Mapa de ubicación de la hostería ecológica



Fuente: Google Earth 2010

3.4. Ingeniería del proyecto

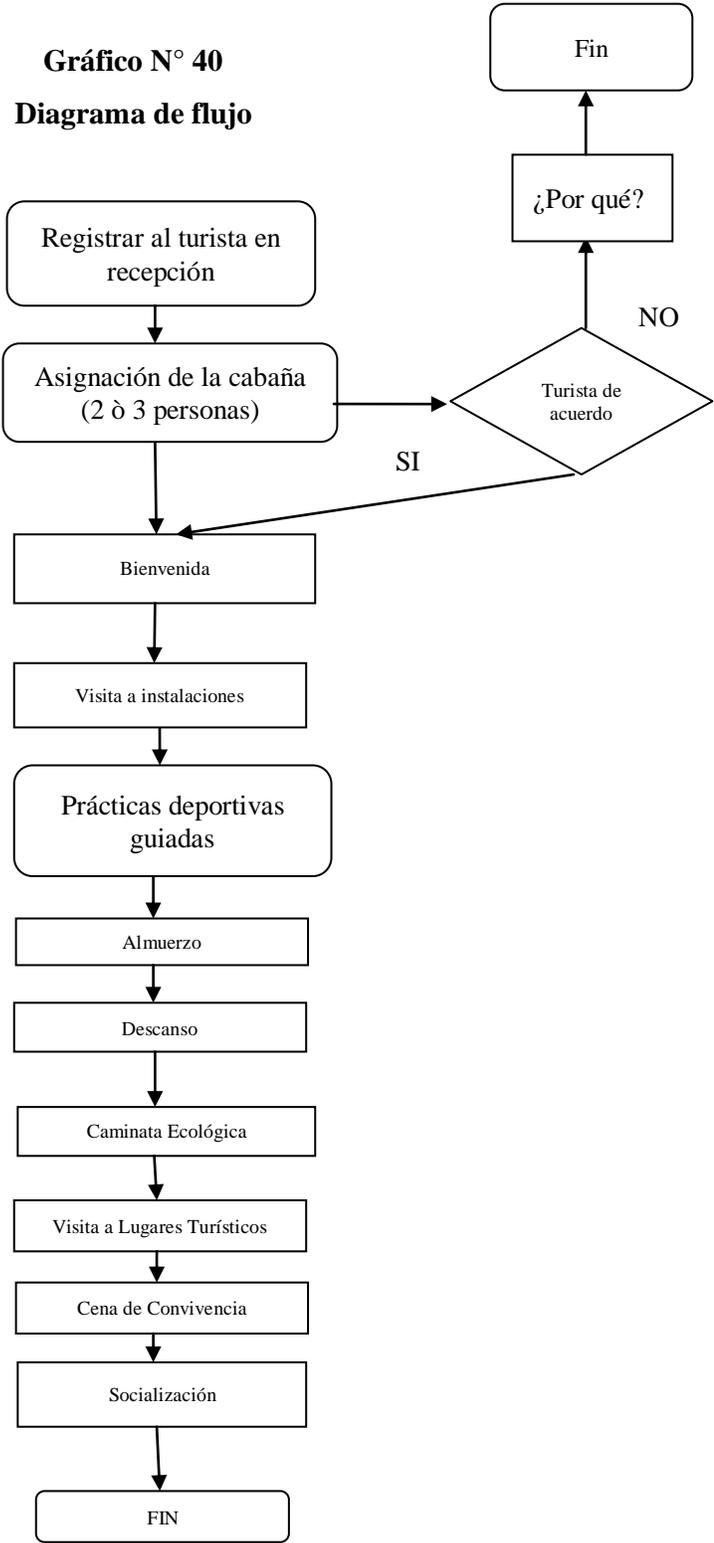
“El objetivo general del estudio de ingeniería del proyecto es resolver todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta. Desde la descripción del proceso, adquisición de equipo y maquinaria, se determina la distribución óptima de la planta, hasta definir la estructura de organización y jurídica que habrá de tener la planta productiva”. (BACA, 2001)

3.4.1. El proceso de producción

Para el proceso de producción se ha realizado un análisis del proceso a comercialización, el mismo que se genera con la necesidad de los servicios turísticos en base a un estudio de mercado para establecer la demanda insatisfecha y determinar si el proyecto es viable.

3.4.1.1. Diagrama de flujo

Gráfico N° 40
Diagrama de flujo



Elaborado por: Sonia Caizaluisa Morales

Diagrama de Flujo de Proceso

Empresa: Hostería Ecológica “Tayuwa” S.A.

#	Responsable	Descripción del Proceso	Recursos					
								
1	Recepcionista	Llegada de turistas desde Quito hacia la hostería ubicada en la Parroquia Gonzalo Díaz de Pineda, y registro de sus datos.	x					Humanos y vehículo
2	Recepcionista	Asignación de la cabaña	x					Humanos y Eq. de Oficina
3	Cocinero/a	Desayuno de turistas	x					Humanos, Alimentos y Eq. De Cocina
4	Guía turístico	Información de visitas a instalaciones y dentro de la zona	x					Humanos
5	Guía Turístico	Prácticas deportivas	x					Humanos
6	Cocinero/a	Almuerzo para los turistas	x					Humanos, Alimentos y Eq. De Cocina
7	Recepcionista	Descanso	x					Muebles y Enseres
8	Guía turístico	Llevar a los turistas a los lugares establecidos dentro del paquete contratado	x					Humanos y vehículo
9	Cocinero/a	Cena para los turistas	x					Humanos, Alimentos y Eq. De Cocina

Programa del Servicio

Tipo de Servicio: 2 días 1 noche

Grupo meta: 40 a 59 años

Objetivo del Servicio: brindar un servicio turístico especializado de acuerdo a la edad, facilidad y visitas hacia destinos cercanos

Descripción del Servicio: Servicio turístico personalizado para grupos de personas dentro del área de influencia del proyecto y se conforma de las siguientes actividades:

Alojamiento: servicio diseñado con tarifas especiales de acuerdo a la edad y número de días.

Prácticas Deportivas: Dentro de este se realizan actividades como: pesca deportiva, juegos ancestrales en el caso de niños, rafting, cayoling en el río Quijos.

Caminatas: actividad realizada dentro de la hostería.

Servicio de Alimentación: diseñada de acuerdo a los requerimientos del grupo.

Visita a lugares turísticos de la provincia: en esta actividad se ubica algunas zonas de visita dentro del cantón y en poblaciones de la provincia de Napo visita a la cascada de San Rafael, a Petroglifos en la parroquia Linares, ruinas templo indígena en la parroquia Santa Rosa.

Desarrollo de Actividades (2 días 1 noche)

Ver el gráfico N° 40.

Tabla N° 51: Tiempos destinados a las Actividades del Paquete 2 días 1 noche

#	Actividades					Total de Tiempo en actividades
1	Caminata ecológica (5 horas)	300´				300´
2	Visita a lugares turísticos (5 horas)	300´				300´

Elaborado por: Sonia Caizaluisa Morales

Programa del Servicio

Tipo de Servicio: 3 días 2 noches

Grupo meta: 20 a 39 años

Objetivo del Servicio: brindar un servicio turístico especializado de acuerdo a la edad, facilidad y visitas hacia destinos turísticos conjuntamente con nuevas actividades para entregar mayor relajación y tranquilidad para el turista.

Descripción del Servicio: Servicio turístico personalizado para grupos de personas dentro del área de influencia del proyecto y se conforma de las siguientes actividades:

Alojamiento: servicio diseñado con tarifas especiales de acuerdo a la edad y número de días.

Servicio de Internet: este servicio se dará los primeros 10 minutos gratis y luego de ese tiempo se cobrará el servicio.

Sala de video: en esta sala de video se proyectarán documentales y películas.

Prácticas Deportivas: Dentro de este se realizan actividades como: pesca deportiva, juegos ancestrales en el caso de niños, rafting, cayoling.

Caminatas: actividad realizada dentro de la hostería y dentro de la zona.

Servicio de Alimentación: diseñada de acuerdo a los requerimientos del grupo. **Visita a lugares turísticos de la provincia:** en esta actividad se ubica la visita a: la cascada de San Rafael, petroglifos en la parroquia de Linares, Cueva de los Tayos, ruinas de templo indígena en la parroquia Santa Rosa, termas de Oyacachi.

Desarrollo de Actividades (2 días 1 noche)

Ver el gráfico N° 40.

Tabla N° 52: Diagrama de Flujo de Proceso (3 días 2 noches) Empresa: Hostería Ecológica “Tayuwa” S.A

#	Responsable <small>Elaborado por: Sonia Caizaluisa Morales</small>	Descripción del Proceso	Recursos				
							
1	Recepcionista	Llegada de turistas desde Quito hacia la hostería ubicada en la Parroquia Gonzalo Díaz de Pineda, y registro de sus datos.	X				Humanos y vehículo
2	Recepcionista	Asignación de la cabaña	X				Humanos y Eq. de Oficina
3	Cocinero/a	Desayuno de turistas	X				Humanos, Alimentos y Eq. De Cocina
4	Guía turístico	Información de visitas a instalaciones y dentro de la zona	X				Humanos
5	Guía Turístico	Prácticas deportivas	X				Humanos
6	Cocinero/a	Almuerzo para los turistas	X				Humanos, Alimentos y Eq. De Cocina
7	Recepcionista	Descanso	X				Muebles y Enseres
8	Guía turístico	Llevar a los turistas a los lugares establecidos dentro del paquete contratado	X				Humanos y vehículo
9	Cocinero/a	Cena para los turistas	X				Humanos, Alimentos y Eq. De Cocina

Tabla N° 53: Tiempos destinados a las Actividades del Paquete 3 días 2 noches

#	Actividades					Total de Tiempo en actividades
1	Caminata ecológica (5 horas)	300´				300´
2	Visita a lugares turísticos (5 horas)	300´				300´

Elaborado por: Sonia Caizaluisa Morales

Programa del Servicio

Tipo de Servicio: 4 días 3 noches

Grupo meta: 20 a 59 años

Objetivo del Servicio: brindar un servicio turístico especializado de acuerdo a la edad, grupos de amigos, grupos familiares o grupos institucionales, que busquen distracciones por algunos días y visitas hacia destinos turísticos conjuntamente con nuevas actividades para entregar relajación y tranquilidad para el turista.

Descripción del Servicio: Servicio turístico personalizado para grupos de personas dentro del área de influencia del proyecto y se conforma de las siguientes actividades:

Alojamiento: servicio diseñado con tarifas especiales de acuerdo a la edad y número de días.

Servicio de Internet: este servicio se dará los primeros 10 minutos gratis y luego de ese tiempo se cobrará el servicio.

Sala de video: en esta sala de video se proyectarán documentales y películas.

Prácticas Deportivas: Dentro de este se realizan actividades como: pesca deportiva, juegos ancestrales en el caso de niños, rafting, cayoling.

Caminatas: actividad realizada dentro de la hostería.

Servicio de Alimentación: diseñada de acuerdo a los requerimientos del grupo. **Visita a lugares turísticos de la provincia:** en esta actividad se ubica algunas zonas de visita la cascada de San Rafael, petroglifos en la parroquia de Linares, Cueva de los Tayos, ruinas de templo indígena en la parroquia Santa Rosa, termas de Oyacachi, ascensión al volcán Reventador.

Desarrollo de Actividades (4 días 3 noches)

Ver el gráfico N° 40.

Tabla N° 54: Diagrama de flujo de proceso (4 días 3 noches)

#	Responsable	Descripción del Proceso	Recursos				
			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
1	Recepcionista	Llegada de turistas desde Quito hacia la hostería ubicada en la Parroquia Gonzalo Díaz de Pineda, y registro de sus datos.	X				Humanos y vehículo
2	Recepcionista	Asignación de la cabaña	X				Humanos y Eq. de Oficina
3	Cocinero/a	Desayuno de turistas	X				Humanos, Alimentos y Eq. De Cocina
4	Guía turístico	Información de visitas a instalaciones y dentro de la zona	X				Humanos
5	Guía Turístico	Prácticas deportivas	X				Humanos
6	Cocinero/a	Almuerzo para los turistas	X				Humanos, Alimentos y Eq. De Cocina
7	Recepcionista	Descanso	X				Muebles y Enseres
8	Guía turístico	Llevar a los turistas a los lugares establecidos dentro del paquete contratado	X				Humanos y vehículo
9	Cocinero/a	Cena para los turistas	X				Humanos, Alimentos y Eq. De Cocina

Elaborado por: Sonia Caizaluisa Morales

Tabla N° 55

Tiempos destinados a las Actividades del Paquete 4 días 3 noches

#	Actividades					Total de Tiempo en actividades
1	Caminata ecológica (5 horas)	300´				300´
2	Visita a lugares turísticos (5 horas)	300´				300´

Elaborado por: Sonia Caizaluisa Morales

3.4.1.2. Requerimiento de infraestructura

Tabla N° 56: Requerimiento de infraestructura

Cantidad	Detalle	Costo Unitario(\$)	Costo Total(\$)
1	Cabaña restaurante	27919	27919
1	Cabaña conserje	14400	14400
1	Cabaña administración	14400	14400
5	Cabañas de hospedaje para 2 personas (baño máster)	9750	48750
5	Cabañas de hospedaje 3 personas (con baño máster)	14429	72145
1	Piscina de 300m ² con toboganes	22000	22000
1	Área deportiva	7500	7500
1	Parqueadero	4000	4000
1	Senderos ecológicos 2km	5000	10000
4	Peceras 72 m ²	150	600
2	Peceras 90m ²	170	340
2	Construcción de piscinas para reciclaje de aguas residuales	2000	4000
	<i>Total</i>		<u>\$ 226054</u>

Elaborado por: Sonia Caizaluisa Morales

3.4.1.3. Requerimiento de maquinaria y equipo

Tabla N° 57: Requerimiento de maquinaria

Cantidad	Detalle	Costo unitario(\$)	Costo Total (\$)
1	Equipo de filtración de recirculación piscina	2500	2500
1	Equipo de limpieza de piscina	300	300
2	Licadoras Oster	97,62	195,24
1	Aspiradora Rainbow	1800	1800
1	Desmalezadora	480	480
<u>Total</u>			<u>\$ 5.275,24</u>

Elaborado por: Sonia Caizaluisa Morales

Tabla N° 58: Requerimiento de equipo área de alojamiento

Cantidad	Detalle	Costo unitario(\$)	Costo Total (\$)
5	Televisores plasma de 21"	315	1575
1	Televisor plasma de 40"	1400	1400
5	Computadores	549	2745
5	DVD	80	400
1	Proyector + pantalla 80"	700	700
1	Teléfono fax	130	130
1	Impresora multifuncional	150	150
1	Intercomunicador alcance 20 km	100	100
1	Red interna de comunicación	10000	10000
1	Equipo de cámaras de seguridad	900	900
1	Lavadora 30 lbs.	400	400
2	Planchas	50	100
20	Lámparas de velador	30	600
6	Extintidores de 10 lbs.	22	132
<u>Total</u>			<u>\$19.332</u>

Elaborado por: Sonia Caizaluisa Morales

Tabla N° 59: Requerimiento de equipo de área de restaurante

Cantidad	Detalle	Costo Unitario(\$)	Costo Total(\$)
1	Cocina industrial	450	450
1	Refrigerador grande	700	700
1	Refrigerador mediano	450	450
1	Vitrina frigorífica	750	750
1	Congelador	450	450
1	Esterilizador de cubiertos	90	90
1	Horno a gas	300	300
1	Horno microondas	100	100
1	Sanduchera	80	80
1	Extractor de Jugos	150	150
1	Brasero y plancha	180	180
	<u>Total</u>		<u>\$ 3.700</u>

Elaborado por: Sonia Caizaluisa Morales

3.4.1.4. Requerimiento de insumos y materiales

Tabla N° 60: Requerimiento de insumos y materiales

Cantidad	Detalle	Costo Unitario(\$)	Costo Total(\$)
20	Camas 1 ½ plazas + veladores	190	3800
10	Camas de 2 plazas + veladores	226	2260
3	Camas literas 1 1/2	200	600
15	Basureros medianos cabañas	4	60
10	Basureros grandes para reciclar	13,20	132
3	Juegos de muebles	600	1800
12	Mesas madera 5 personas	50	600
60	Sillas madera	30	1800
10	Colchones 2 plazas	100	1000
20	Colchones 1 ½ plazas	90	1800
30	Almohadas de plumón	2,5	75
20	Juegos de sábanas de 2 plazas	20	400
40	Juegos de sábanas de 1 ½ plaza	17,10	684
10	Cubre camas 2 plazas	28	280
20	Cubre camas de 1 ½ plaza	24	480
10	Cobijas 2 plazas	10	100
20	Cobijas de 1 ½ plaza	7	140
20	Alfombras	5,50	110
20	Toallas grandes de baño	10	200
20	Toallas pequeñas de baño	4,25	85
7	Vajillas de 10 personas	45	315
5	Cubiertos (docenas)	30,13	150,65
70	Vasos de cristal	2	140
70	Copas de cristal	2	140
3	Juegos de Ollas para restaurante	50	150
	<i>Total</i>		<u>\$ 17301,65</u>

Elaborado por: Sonia Caizaluisa Morales

3.4.1.5. Requerimiento de personal operativo y mano de obra

Tabla N° 61: Requerimiento de personal y mano de obra

Cantidad	Personal Requerido	Sueldo Mensual (\$)	Sueldo Anual (\$)
1	Administrador bilingüe	\$ 800	\$ 9600
1	Médico Bilingüe	\$ 700	\$ 8400
1	Contador	\$ 500	\$ 6000
1	Recepcionista bilingüe	\$ 600	\$ 7200
1	Camarero/a	\$ 300	\$ 3600
1	Chef	\$ 600	\$ 7200
1	Ayudante de cocina	\$ 350	\$ 4200
2	Guardias	\$ 600	\$ 7200
1	Persona mantenimiento	\$ 300	\$ 3600
1	Lavandera- Planchadora	\$ 300	\$ 3600
1	Chofer guía	\$ 350	\$ 4200
1	Guía turístico	\$ 600	\$ 7200
1	Mesero/a bilingüe	\$ 400	\$ 4800
	<i>Total</i>	<i>\$ 6.400</i>	<i>\$ 76.000</i>

Elaborado por: Sonia Caizaluisa Morales

3.4.1.6. Estimación de la inversión

Tabla N° 62: Estimación de la inversión

	Capital Propio	Capital Financiado	Total de la Inversión
ACTIVOS FIJOS			
Infraestructura	\$ 24.865,94	\$ 201.188,06	\$ 226.054,00
Maquinaria y Equipos	\$ 2.638,05	\$ 21.344,19	\$ 23.982,24
Equipo de Computación	\$ 409,75	\$ 3.315,25	\$ 3.725,00
Materiales	\$ 2.472,98	\$ 20.008,67	\$ 22.481,65
Vehículo	\$ 5.500,00	\$ 44.500,00	\$ 50.000,00
Subtotal	\$ 35.886,72	\$ 290.356,17	\$ 326.242,89
ACTIVOS DIFERIDOS			
Diseño Arquitectónico	\$ 77,00	\$ 623,00	\$ 700,00
Diseño de Instalaciones	\$ 55,00	\$ 445,00	\$ 500,00
Gastos de Constitución	\$ 88,00	\$ 712,00	\$ 800,00
Puesta en Marcha	\$ 110,00	\$ 890,00	\$ 1.000,00
Gastos de Estudios del Proy	\$ 220,00	\$ 1.780,00	\$ 2.000,00
Publicidad Preliminar	\$ 330,00	\$ 2.670,00	\$ 3.000,00
Subtotal	\$ 880,00	\$ 7.120,00	\$ 8.000,00
CAPITAL DE TRABAJO			
Capital de Trabajo		\$ 46.578,79	\$ 46.578,79
Total	\$ 36.766,72	\$ 344.054,96	\$ 380.821,68

Elaborado por: Sonia Caizaluisa Morales

La estructura de financiamiento se presenta de la siguiente manera:

Tabla N° 63: Estructura de capital del proyecto

Estructura de capital de proyecto				
Fuente	Monto	%	Terreno	Efectivo
Capital accionario	36766,72	30	110000	146766,72
Crédito	344054,96	70		344054,96
Total	380821,68	100	110000	490821,68

Elaborado por: Sonia Caizaluisa Morales

3.4.2. Calendario de ejecución del proyecto

Tabla N° 64: Ejecución del proyecto

Ni	Nombre de tarea	Duración	Comienzo	Fin	Predecesoras	Nombres de los recursos
1	Estudios preliminares	15 días	mar 01/06/10	lun 21/06/10		Recursos humanos y económicos
2	Diseño arquitectónico	10 días	mar 22/06/10	lun 05/07/10	1	Recurso humano
3	Diseño estructural	10 días	mar 06/07/10	lun 19/07/10	2	Recurso humano y económico
4	Aprobación y permisos	45 días	mar 20/07/10	lun 20/09/10	3	Recurso humano
5	Instalación de obra	30 días	mar 21/09/10	lun 01/11/10	4	Recurso humano y económico
6	Cimentación de obra	60 días	mar 02/11/10	lun 24/01/11	5	Recurso humano y materiales de construcción
7	Estructura de la obra	60 días	mar 25/01/11	lun 18/04/11	6	Recurso humano y materiales de construcción
8	Pisos	30 días	mar 19/04/11	lun 30/05/11	7	Recurso humano y materiales de construcción
9	Instalaciones eléctricas y sanitari	45 días	mar 31/05/11	lun 01/08/11	8	Recurso humano y materiales de construcción
10	Acabados	45 días	mar 02/08/11	lun 03/10/11	9	Recurso humano y materiales de construcción
11	Áreas exteriores	35 días	lun 03/10/11	vie 18/11/11		Recurso humano y materiales de construcción
12	Compra de equipos	15 días	lun 03/01/11	vie 21/01/11		Recurso humano ,económicos
13	Compra de muebles y enseres	15 días	lun 03/01/11	vie 21/01/11		Recurso humano ,económicos
14	Decoración	7 días	mar 01/03/11	mié 09/03/11		Recurso humano ,económicos
15	Capacitación al personal	15 días	lun 03/10/11	vie 21/10/11		Recurso humano
16	Pruebas de operación	16 días	lun 21/11/11	lun 12/12/11	11	Recurso humano ,equipos,muebles y enseres y económicos
17	Operación de la hostería ecológica	1 día	lun 02/01/12	lun 02/01/12		Recurso humano ,equipos,muebles y enseres y económicos

Elaborado por: Sonia Caizaluisa Morales

3.4.3. Aspectos Ambientales

3.4.3.1. Identificación y descripción de los impactos ambientales potenciales

Dentro de los aspectos ambientales se identifica ciertas características con las cuáles se debe cumplir y ser tomadas en cuenta para el desarrollo del proyecto a pesar que la hostería el único impacto que generará el ruido consecuencia normal de las actividades, se debe recalcar que el municipio del El Chaco realizará sus inspecciones a través de:

- Verificador Fiscal Municipal una vez que la hostería entre en funcionamiento.
- Garantizar nuestro compromiso con la Ley de Medio Ambiente cumpliendo con sus artículos.

3.4.3.2 Medidas de mitigación

- En cuanto a las aguas residuales que se genere estas serán recicladas en piscinas con el fin de que microorganismos purifique las mismas.
- Reciclaje de basura dentro de la hostería clasificándola en orgánica la misma que nos servirá de abono para los jardines y plantas; e inorgánica la cual será entregada al municipio.

CAPITULO IV

LA EMPRESA Y SU ORGANIZACIÓN

4.1. La empresa

4.1.1. Nombre o Razón Social

La hostería ecológica funcionará con el nombre de “TAYUWA”, que también será su nombre comercial, este nombre no existe actualmente en el mercado nacional y se identifica con el giro del negocio de la empresa.

Gráfico N° 41: Logotipo y Slogan de la Hostería



4.1.2 Titularidad de la propiedad de la organización

De acuerdo a la Ley de Compañías, Código de Comercio y Código Civil del Ecuador la HOSTERÍA ECOLÓGICA “TAYUWA” S.A. será constituída bajo la denominación de sociedad anónima la misma que es reconocida en el Art. 2 de la Ley de Compañías, porque en un futuro, se quiere emitir acciones en las diferentes Bolsas de Valores

existentes en el Ecuador, para que el proyecto de conservación del medio ambiente perdure en el largo plazo. En el caso de la hostería ecológica se cuenta con las inversiones mínimas requeridos dentro de la Legislación Mercantil del Ecuador y contará con el capital necesario para la conformación de la sociedad.

Ventajas de una sociedad anónima

- No intervención de parentescos del fundador o promotor
- Se pueden transmitir las acciones mediante su venta
- El dinero que los accionistas arriesgan al invertir en una sociedad anónima se limita al valor de su inversión.
- Cada socio participa directamente en los dividendos.
- Facilita la obtención de crédito.
- Los acreedores tienen derecho sobre los activos de la compañía, no sobre los bienes de los accionistas.

Desventajas de una sociedad anónima

- La transmisión patrimonial a título universal de por lo menos un sujeto de derecho.
- La extinción de por lo menos un sujeto de derecho.
- La continuidad de la calidad de titular de participaciones (calidad de socio) de los sujetos de derecho intervinientes.

4.1.3. Tipo de Empresa

La hostería ecológica pertenece al sector privado, contará con personería jurídica y ofrece sus servicios turísticos con cuyos ingresos desea satisfacer las necesidades básicas de sus visitantes y justo rendimiento para sus inversionistas.

4.1.3.1. Requisitos Legales para la constitución de la empresa en sociedad anónima

- **Art. 146 de la Ley De Compañías:** La compañía se constituirá mediante escritura pública que, previo mandato de la Superintendencia de Compañías, será inscrita en el Registro Mercantil, la compañía se tendrá como existente y con personería jurídica desde el momento de dicha inscripción. Todo pacto que se mantenga reservado será nulo.
- **Art.155 de la Ley de Compañías:** la escritura pública que contenga el convenio de promoción y el estatuto que ha de regir a la compañía que ha de constituirse, serán aprobados por la Superintendencia de compañías, inscrito y publicado en la forma determinada en los Arts. 151 y 152 de la referida Ley.
- **Proceso de constitución y registro**
 - ✓ **Aprobación y constitución**
 - ✓ **Publicación del Extracto**

En ciertos casos se debe cumplir con requisitos adicionales en el caso de inversiones de extranjeros residentes que necesitan la calificación de inversión nacional otorgada por el Ministerio de Industrias.

Este procedimiento contempla los aumentos o disminuciones de capital y otros actos posteriores como transformación, fusión o escisión, inactividad, disolución, reactivación, liquidación o cancelación de la sociedad.

4.1.3.2 Trámites para entrar en funcionamiento

- **Registro Mercantil**

Constituciones, aumentos de capital, reforma de estatutos, fusiones, escisiones, reactivaciones, cambios de domicilio de cualquier cantón al cantón quito, disoluciones y liquidaciones voluntarias, permiso para operar en el Ecuador o domiciliación:

- Tres escrituras o protocolizaciones (mínimo) primera, segunda y tercera copias.
- Tres resoluciones (mínimo) aprobando las escrituras o protocolizaciones, sean éstas de la Superintendencia de Bancos o de Compañías.
- Certificado de afiliación a una de las cámaras del cantón Napo, según su objeto social (Debe constar el aumento de capital si trata de aquello. Si se trata de disolución o liquidación se debe presentar el certificado de desafiliación respectivo).
- Publicación del extracto (periódico).
- Razones Notariales que indiquen que los Notarios han tomado nota de las resoluciones aprobatorias al margen de las matrices de las escrituras respectivas.
- Copias de la cédula de ciudadanía y el certificado de votación del compareciente(s) (VIGENTE)
- Certificado de inscripción en el Registro de la Dirección Financiera Tributaria del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito (Para Constituciones).
- Certificado de cumplimiento tributario otorgado por la Dirección Financiera Tributaria del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito (Para actos Societarios).

NOTA: Deben constar las inscripciones anteriores en los Registros donde la Resolución así lo ordene en los casos previstos por la Ley. En caso de Disoluciones y Liquidaciones por Resolución omitir el punto (1.).

- **SRI: obtención del RUC**

- **Requisitos:**

- Original y copia certificada de la escritura pública de constitución o domiciliación inscrita en el Registro Mercantil.
 - Original y copia certificada del nombramiento del representante legal notariado y con reconocimiento de firmas.

- Original y copia del Estado de Cuenta Bancario y otros pagos, debe constar a nombre de la sociedad, representante legal, accionista o socio y corresponder a uno de los tres últimos meses anteriores a la fecha de inscripción.
 - Original y copia del comprobante del pago del impuesto predial. Debe constar a nombre de la sociedad, representante legal o accionistas y corresponder al del año en que se realiza la inscripción.
 - Original y copia de la escritura de propiedad o compra venta del inmueble, debidamente inscrito en el registro de la propiedad.
- **Registrar a la empresa en el Ministerio de Turismo**
- Requisitos:**
- 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.
 - Copia del Registro único de Contribuyentes (R.U.C)
 - Fotocopia de la cédula de identidad del representante legal
 - Copia de la última papeleta de votación del representante legal.
 - Certificado de búsqueda de nombre comercial, emitido por el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (I.E.P.I), de no encontrarse registrada la razón social (nombre comercial del establecimiento).
 - Fotocopias de escritura de propiedad, pago predial, arrendamiento del local debidamente legalizado.
 - Lista de precios de los servicios ofertados, (original y copia)
 - Declaración de los activos fijos para la declaración del 1 por mil. (formulario del Ministerio de Turismo)
 - Inventario valorado de maquinaria, muebles, enseres y equipos. (firmado bajo la responsabilidad del propietario o representante legal, sobre los valores declarados).

- **Certificación del IEPI**

- Se deberá efectuar una búsqueda fonética, misma que se realiza mediante el formulario de búsquedas disponible en la página web del IEPI junto con el pago de la respectiva tasa por el servicio (costo de USD 16). La búsqueda tiene como finalidad determinar si existe un signo registrado que tenga un porcentaje de similitud o que sea idéntico respecto del signo que se pretende registrar, para de esta manera evitar que el signo a registrarse sea negado por anterioridad.

Requisitos:

- Comprobante original de pago de la tasa por registro de marcas (USD 54,00)
- Cédula de Ciudadanía para personas naturales y nombramiento del representante legal para personas jurídicas nacionales.
- En caso de personas naturales o jurídicas extranjeras, un poder para realizar el trámite.
- Seis (6) etiquetas a color de 5 por 5 en papel adhesivo, si la marca tuviera un diseño o logo.
- Documento de Prioridad, si se hubiese solicitado un registro previo en otro país.
- Una vez ingresados los documentos, el IEPI los revisará para verificar si están completos.
- De existir observaciones, las mismas deberán ser subsanadas, para que luego de esto se publique en la gaceta del IEPI un extracto de la solicitud.
- Efectuada la publicación en la Gaceta, cualquier tercero que pudiera considerarse perjudicado con el eventual registro podrá presentar por escrito el trámite de oposición debidamente fundamentado. El IEPI a través de la Dirección de Propiedad Industrial determinará administrativamente a quién le corresponderá el derecho titular, es decir aceptará la oposición o la rechazará, de rechazarse la oposición y no presentarse recursos para rever el mismo se continuará con el trámite de registro de la solicitud.
- La autoridad verifica la registrabilidad de la marca, efectuando un examen de fondo sobre la solicitud de registro.

- El Director Nacional de Propiedad Intelectual expide una resolución aprobando o negando el registro de la marca. Este proceso puede prolongarse mediante apelaciones o recursos en caso de que las partes discreparan con la autoridad.
- Si la solicitud de registro es aprobada se le notifica al titular que deberá de cancelar una tasa (USD 28) para la emisión del título. El titular deberá de renovar su marca cada 10 años.

- **Registrar en la cámara de turismo de la zona**

Requisitos:

- Presentar el Registro Único de Contribuyentes (R.U.C)
- Copia de la cédula y papeleta de votación del representante
- Dos fotos tamaño carnet del representante
- Certificado de registro otorgado por el Ministerio de Turismo
- Copia de la Escritura o contrato de arrendamiento del local
- Pagar la cuota de ingreso fijada.

- **Licencias y certificaciones ambientales**

Requisitos para la obtención de la patente anual de operación turística

- Legislación Ambiental Secundaria, Libro III del Régimen Forestal, Título XIV de las Áreas Naturales y de la Flora y Fauna Silvestres, Capítulo I, de las Áreas Naturales, Arts. 173; 179; 180; 181; 182; 183; 184; 185; 191 y 194.

A. Inscripción en el registro forestal

- Solicitud dirigida al Director Nacional de Biodiversidad y Áreas Protegidas, adjuntando los siguientes requisitos: (dos copias)
- Nombre del peticionario;
- Especificaciones y certificado de matrícula del vehículo o nave que será destinado al servicio turístico y recreacional;

- Referencias bancarias actualizadas que demuestren solvencia económica y, antecedentes que garanticen su responsabilidad;
- Licencia Única Anual de Funcionamiento, otorgada por el Ministerio de Turismo y/o Municipio respectivo;
- Escritura de constitución de la compañía y certificado de cumplimiento de obligaciones otorgado por la Superintendencia de Compañías;
- Nombramiento del representante legal o el correspondiente poder en caso de ser mandatario;

B. Emisión de la patente

- Programa de actividades (descripción del tour) para cada área de operación; Nómina de Guías Naturalistas y copia de licencias; y,
- Pago de los valores correspondientes, posterior al Registro Forestal
- Papeleta de Votación del Representante Legal
- (En la solicitud inicial debe requerirse la Inscripción de la Empresa en el Registro Forestal y el otorgamiento de la Patente Anual de Operación Turística, para las áreas requeridas).

• Certificado del Cuerpo de Bomberos

- Comprar un formulario, llenarlo y entregar a los bomberos.
- Conducir a los inspectores al local comercial para la verificación.

• Certificado del Ministerio de Salud (permiso sanitario)

- El formulario de Inspección
 - a. Una solicitud dirigida al Director Provincial de Salud a la que pertenece el domicilio del establecimiento, en la que debe constar
 - b. Nombre del Propietario o Representante Legal (de ser el caso)

- c. Nombre o razón social o denominación del establecimiento
- d. Número del RUC y cedula de ciudadanía del propietario o representante legal
- e. Actividad o actividades que se realizan en el establecimiento.
- f. Ubicación del establecimiento (cantón, parroquia, calle principal e intersección)

- Copia del Registro Único de Contribuyentes (RUC)
- Copia de la Cédula de Ciudadanía o Identidad o Pasaporte del propietario o representante legal
- Documentos que acrediten la personería jurídica (Nombramiento, si corresponde)
- Copia del permiso otorgado por el Cuerpo de Bomberos
- Copia de los carnets de salud del personal que labora en el establecimiento (solo aquellos que realizan la “preparación, manipulación y comercialización” según el Art.3 del mencionado Reglamento)
- Permiso del Funcionamiento del año anterior

4.2. Base filosófica de la empresa

4.2.1. Visión

“La visión es la forma en cómo debería ser y actuar la empresa en el futuro, basada en valores y convicciones de sus integrantes” (SALAZAR, 2007). La visión es el cuándo, el qué, el cómo, con quién, para qué, porqué, el dónde, es decir, que representa lo que se quiere alcanzar en un tiempo determinado que la ayuda de estrategias que servirán como guía hacia donde se quiere llegar y la base son las competencias que las personas tengan para apoyar en este proceso.

De acuerdo a estos elementos la visión de la hostería ecológica en la parroquia Gonzalo Díaz De Pineda se proyecta de la siguiente manera:

VISIÓN 2015

“Ser la mejor hostería ecológica del mercado nacional de Turismo, Acogiéndose por el respeto y cuidado de la naturaleza, apoyado en el Trabajo constante de los diferentes actores”.

4.2.2. Misión

“La misión es el propósito de la organización: lo que se desea lograr en el entorno más amplio. Actúa como una mano invisible que guía al personal de la organización” (SALAZAR, 2007), de acuerdo a esta definición la misión se presenta de la siguiente manera:

MISIÓN

“Prestar servicios turísticos ecológicos, apegado a los principios del Turismo sustentable dentro de la zona de influencia, y calidad total en el servicio”

4.2.3 Estrategia empresarial

La estrategia corporativa que adoptará la hostería ecológica es la estrategia de desarrollo en diferenciación, para lograr una fidelización del cliente en el largo plazo, la misma que tiene por objetivo brindar características distintivas importantes para el consumidor y que sean diferenciadoras de la competencia en el campo del turismo sustentable con ayuda del mix de marketing, recursos humanos capacitados, e instalaciones de alojamiento que brinden calidad y tranquilidad para el turista.

4.2.4. Objetivos estratégicos

- Introducir a la hostería ecológica dentro del mercado de servicio de alojamiento a través de un mix de marketing.
- Realizar un control adecuado a las actividades que se van a desarrollarse dentro del paquete ofrecido al turista, por medio del programa Project en el cual se tomará en cuenta los tiempo asignados en cada actividad.
- Brindar un servicio de calidad con la ayuda de capacitaciones al personal, para que este responda adecuadamente en situaciones difíciles que se puedan presentar dentro del desarrollo normal de las actividades con el fin de obtener un servicio que satisfaga al cliente.
- Evaluar y mejorar la atención al cliente a través de encuestas de satisfacción una vez concluido el servicio para mejorar la relación y fidelidad del cliente con la hostería.
- Incentivar el liderazgo y trabajo en equipo a través de la capacitación constante y creatividad personal, para lograr un compromiso con la organización y procurar el crecimiento de la misma.
- Apoyar a los diferentes proveedores con capacitaciones sobre cultivo orgánico, manipulación de alimentos para mejorar la calidad del producto y servicio que brindan, y llegue en excelentes condiciones y a tiempo para la elaboración de los diferentes platos que ofrezcamos en los paquetes turísticos.
- Buscar cooperación externa para el fomento de líneas de crédito para que los pobladores de la zona de impacto del proyecto mejoren su calidad de vida.
- Construir una cultura organizacional a través de una planificación estratégica que permita difundir los principios y valores, visión, misión para que los diferentes empleados se identifiquen y en equipo se logre un desarrollo organizacional.
- Aportar al desarrollo socio-económico de la zona en la cual se ejecuta el proyecto, a través del cumplimiento de las normas, leyes y reglamentos

establecidos para lograr una imagen y consolidar a la hostería en el mercado turístico del país.

4.2.5. Principios y valores

Principios

“Elementos éticos aplicados que guían las decisiones de la empresa, y definen el liderazgo de la misma” (SALAZAR, 2007)

- Respeto al medio ambiente en este caso es prioridad para no contaminar el medio circundante de la hostería.
- Trabajo en equipo es un factor importante, ya que, en la prestación de servicios la ejecución de las labores del personal pueden generar un compromiso con la calidad que ofrece la hostería en los diferentes paquetes.
- Capacitación permanente al personal, para incentivar la comunicación y la confianza.
- Calidad en los servicios ofrecidos.

Valores

“Descriptorios morales que muestran la responsabilidad ética y sociales el desarrollo de las labores del negocio”.

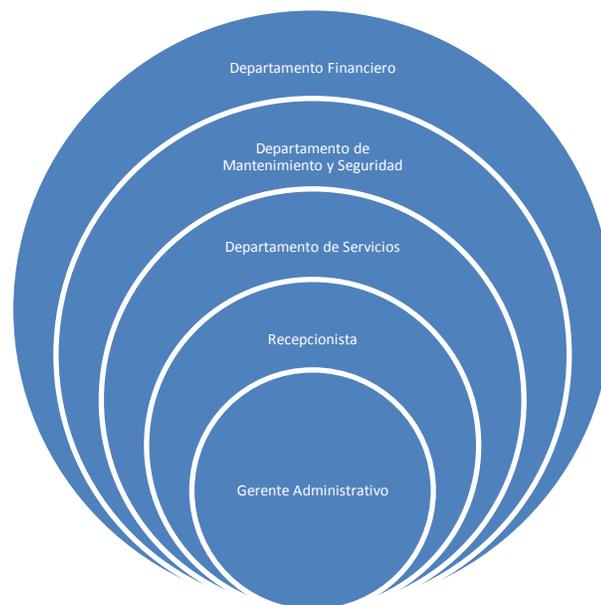
- **Honestidad:** en todas las acciones procurando salvaguardar los intereses de los socios y clientes.
- **Transparencia:** realizando las actividades, convenio de manera lícita.
- **Confianza:** entre cada uno de los empleados de la hostería para que se genere un clima adecuado de trabajo.

4.3. La organización

4.3.1. Organigrama estructural

La hostería ecológica contará con una estructura funcional vertical, en la que se pone énfasis a la autoridad ejercida y la responsabilidad que cada unidad organizativa posee, se ejerce un fuerte liderazgo que es necesario en una organización que se encuentra en la etapa de introducción al mercado.

Gráfico N° 42: Organigrama Estructural



Elaborado por: Sonia Caizaluisa Morales

Gráfico N° 43: Organigrama Estructural



Elaborado por: Sonia Caizaluisa Morales

4.3.2. Descripción de las Funciones

Administrador/a

Actuará en un principio como gerente de la hostería dentro de las funciones a realizar tenemos:

- Representar legalmente a la empresa
- Aprobar planes, programas y determinar las mejores alternativas de inversión.
- Crear un buen ambiente de trabajo basado en la comunicación, colaboración, respeto y responsabilidad.
- Fomentar el trabajo en equipo
- Mantener informado a los inversionistas sobre la situación de la empresa
- Determinar y medir el cumplimiento de los objetivos propuestos
- Realizar la planificación, organización, dirección y control de cada área
- Garantizar y administrar los recursos de la mejor manera para asegurar la actividad de cada área.
- Investigar el mercado, previniendo la evolución del mismo anticipando medidas necesarias para adaptarse a las nuevas condiciones y tendencias.

- Solventar algún problema que se presente en el desarrollo de las diferentes actividades.

Perfil profesional requerido

Género: Masculino - Femenino

Edad: 25 a 35 años

Instrucción: Superior

Profesión: Administrador de Empresas o Ingeniero/a Comercial

Experiencia: Mínimo 1 año en puestos similares.

Requisitos: Responsable, capaz de trabajar en equipo y bajo presión, que le guste la naturaleza, conocimientos del idioma inglés.

Recepcionista bilingüe

Esta persona cumplirá con las siguientes funciones:

- Recibir y brindar apoyo a los clientes que visiten la hostería o tengan dudas, este apoyo será brindado personalmente, vía telefónica o mail.
- Clasificar, registrar y distribuir la documentación de la administración.
- Atender y realizar llamadas telefónicas, llevar la agenda diaria de la administración, coordinando reuniones y citas.
- Redacción de documentos varios de acuerdo a la instrucción de la administración.

Perfil profesional requerido

Género: Masculino - Femenino

Edad: 20 a 35 años

Instrucción: Media

Experiencia: Mínimo 1 año en puestos similares.

Requisitos: Responsable y puntual, capaz de trabajar en equipo y bajo presión, dominar el idioma inglés u otro idioma.

Contador/a

Las funciones girarán entorno de:

- Llevar la contabilidad de forma mensual de la hostería.

- Presentar los informes contables a la administración.
- Realizar todas las actividades financieras de la hostería al día.
- Efectuar los pagos con respecto a sueldos, impuestos, pagos a servicios básicos, entre otros.

Perfil profesional requerido

Género: Masculino - Femenino

Edad: 22 a 35 años

Instrucción: Superior o Media

Profesión: C.P.A

Experiencia: Mínimo 2 años

Requisitos: Responsable, capaz de trabajar en equipo y bajo presión, tenga sólidos conocimientos de contabilidad, pago de impuestos, pagos de adquisición de materiales e insumos.

Guía turístico

Dentro de sus funciones están:

- Acompañar a los turistas dentro de los viajes programados.
- Solventar inconvenientes que se presenten en las diversas actividades que comprenden los paquetes, es parte de una recepción asistida a los turistas.
- Tener conocimientos amplios sobre cultura general de la zona para un servicio de calidad.
- Conducción, animación e información para los turistas nacionales como extranjeros.
- Dominio del idioma en el que va a guiar.
- Tolerancia y cordialidad en el trato.
- Tener un curso sobre primeros auxilios.

Perfil profesional requerido

Género: Masculino - Femenino

Edad: 25 años en adelante

Instrucción: Superior

Profesión: Guía eco turístico

Experiencia: Mínimo 1 año en puestos similares.

Requisitos: Responsable, capaz de trabajar en equipo y bajo presión, conocimientos de dos o tres idiomas, facilidad de palabra, saber manejar grupos, liderazgo

Camarero/a de cuartos

Sus funciones serán las siguientes:

- Será el encargado de asignar a cada turista a la cabaña respectiva y proveer todo lo necesario para que el turista se sienta cómodo.
- Realizará el acomodo básico de la habitación y baño.
- Deberá realizar la limpieza general de la cabaña ocupada.
- También deberá ser tolerante y cordial en el trato con el turista.

Perfil profesional requerido

Género: Masculino - Femenino

Edad: 20 a 35 años

Instrucción: Bachiller

Experiencia: Mínimo 1 año en puestos similares.

Requisitos: manejo de químicos para la limpieza de habitaciones, operación de máquinas de limpieza, predisposición al trabajo en equipo, actitud de servicio, gentil, carismática/o, proactivo/a y trabajo bajo presión.

Cocinera/o

Sus funciones serán:

- Elaborar los platos ofrecidos dentro de los diferentes paquetes turísticos.
- Planificar el menú para el personal que labora en la hostería.
- Efectuar el inventario de productos en existencia para los menús.
- Controlar la calidad y utilización de los productos.

- Será el responsable del área de cocina.

Perfil profesional requerido

Género: Masculino - Femenino

Edad: 25 a 35 años

Profesión: Chef- titulo en Gastronomía

Experiencia: Mínimo 1 año en puestos similares.

Requisitos: Conocimientos de platos a la carta, manejo de personal y bodega, control de calidad y costos, responsable, buena organización con su trabajo.

Ayudante de cocina

Sus funciones serán:

- Ayudar en la elaboración de platos ofrecidos.
- Realizar el mantenimiento y limpieza del Restaurante.
- Vigilar la manipulación de los alimentos utilizados.
- Tener conocimientos sobre cocina

Perfil profesional requerido

Género: Masculino - Femenino

Edad: 25 años en adelante

Experiencia: Mínimo 1 año en puestos similares.

Requisitos: Controlar el stock de la materia prima, recibe y controla la calidad de productos despachados, desinfección de equipos y utensilios en el área, responsable, capaz de trabajar en equipo y bajo presión.

Persona de Mantenimiento

Sus funciones serán:

- Programar el mantenimiento de las diferentes instalaciones de la hostería.
- Desarrollar en buena forma las actividades que le han sido asignadas.
- Será el responsable de los materiales que estén en su poder para el desarrollo de las actividades.

- Informar de las necesidades que tuviesen o fueren urgentes para el buen desempeño del trabajo.

Perfil profesional requerido

Género: Masculino

Edad: 20 años en adelante

Instrucción: Bachiller

Experiencia: Mínimo 1 año en puestos similares.

Requisitos: asegurar los trabajos de mantenimiento, adoptar prácticas de mantenimiento preventivas, planificar, dirigir y controlar la preparación de las órdenes de trabajo de su área de responsabilidad, trabajo en equipo.

Guardias

Sus funciones serán:

- Capaz de vigilar las instalaciones durante 12 horas con turnos rotativos.
- Ser responsable con la actividad relacionada.
- Capaz de trabajar bajo presión.
- Trabajar en equipo para solventar problemas que se puedan presentar en su área de trabajo.

Perfil profesional requerido

Género: Masculino - Femenino

Edad: 20 a 40 años

Instrucción: Bachiller

Experiencia: Mínimo 1 año en puestos similares.

Requisitos: Responsable, capaz de trabajar en equipo y bajo presión, liderazgo y comunicativo.

Lavandera-Planchadora

Sus funciones serán:

- Tener limpias y planchadas las sábanas, cubrecamas de las diferentes cabañas.

- Ser responsable con sus funciones dentro de la hostería.
- Ser amable con el turista.
- Realizar una programación para el mantenimiento.
- Informar de las necesidades y problemas que tuviese para desarrollo de sus actividades.
- Capaz de trabajar en equipo.

Perfil profesional requerido

Género: Masculino - Femenino

Edad: 25 en adelante

Instrucción: Bachiller

Experiencia: Mínimo 1 año en puestos similares.

Requisitos: Responsable, capaz de trabajar en equipo y bajo presión, conocimientos de hotelería y turismo, lavado de toallas, sábanas y manteles.

Chofer-guía

Sus funciones serán:

- Conocer la zona para realizar las visitas a los diferentes lugares turísticos.
- Tener conocimientos básicos de mecánica en caso de inconvenientes presentados en trayectoria de visitas.
- Ser amable con los turistas.
- Capaz de trabajar en equipo para solventar problemas en el desarrollo de sus actividades.
- Contar con la licencia respectiva para el manejo de vehículos.
- Realizar un mantenimiento constante del vehículo.
- Informar de las necesidades que tuviere.

Perfil profesional requerido

Género: Masculino

Edad: 25 a 35 años

Profesión: Chofer profesional

Experiencia: Mínimo 3 años

Requisitos: Contar con licencia profesional actualizada, responsable, capaz de trabajar en equipo y bajo presión, conozca pueblos y direcciones turísticas en la provincia de Napo y cumpla con su trabajo.

Mesero/a bilingüe

- Encargado de servir las mesas en el restaurante
- Limpieza de las mesas del restaurante.
- Recoger los platos que han sido ocupados de las diferentes mesas.
- Recoger los pedidos de las mesas

Perfil profesional requerido

Género: Masculino - Femenino

Edad: 20 años en adelante

Instrucción: Bachiller

Experiencia: Mínimo 2 años en el servicio de restaurante

Requisitos: conocimiento del idioma inglés, compromiso para trabajar en equipo, conocimientos de hotelería y turismo.

CAPITULO V

ESTUDIO FINANCIERO

5.1. Presupuestos

5.1.1. Presupuesto de operación

5.1.1.1. Presupuesto de ingresos

Los ingresos proyectados por la hostería ecológica son producto de la venta de los paquetes turísticos contratados sean estos para 2 días 1 noche; 3 días 2 noches; 4 días 3 noches por persona y se detallan a continuación:

Tabla N° 65: Precio del paquete (2 días y 1 noche)

Actividad	Precio
Alojamiento	\$ 60
Prácticas deportivas	\$ 25
Caminatas	\$ 15
Alimentación	\$ 40
Visita a lugares turísticos	\$ 40
Total	\$ 180

(Costo por persona adulta sin impuestos)

Elaborado por: Sonia Caizaluisa Morales

Tabla N° 66: Precio del Paquete (3 días 2 noches)

Actividad	Precio
Alojamiento	\$ 60
Servicio de internet	\$ 6
Sala de video	\$ 7
Prácticas deportivas	\$ 27
Caminatas	\$ 15
Alimentación	\$ 60
Visita a lugares turísticos	\$ 45
Total	\$ 220

(Costo por persona adulta sin impuestos)

Elaborado por: Sonia Caizaluisa Morales

Tabla N° 67: Precio del paquete (4 días 3 noches)

Actividad	Precio
Alojamiento	\$ 80
Servicio de internet	\$ 10
Sala de video	\$ 10
Prácticas deportivas	\$ 35
Caminatas	\$ 20
Alimentación	\$ 70
Visita a lugares turísticos	\$ 50
Total	\$ 275

(Costo por persona adulta sin impuestos)

Elaborado por: Sonia Caizaluisa Morales

**Tabla N° 68: Presupuesto de ingresos por paquetes vendidos
(Dólares)**

Ingreso Principal						
Años	# Paquetes Vendidos	# Visitantes	Paquete 1	Paquete 2	Paquete 3	Total
2011	1214	1214	\$ 74.296,80	\$ 88.136,40	\$ 110.170,50	\$ 272.603,70
2012	1936	1936	\$ 118.483,20	\$ 140.553,60	\$ 175.692,00	\$ 434.728,80
2013	3105	3105	\$ 190.026,00	\$ 225.423,00	\$ 281.778,75	\$ 697.227,75
2014	4995	4995	\$ 305.694,00	\$ 362.637,00	\$ 453.296,25	\$ 1.121.627,25
2015	8049	8049	\$ 492.598,80	\$ 584.357,40	\$ 730.446,75	\$ 1.807.402,95

Elaborado por: Sonia Caizaluisa Morales

5.1.1.2. Presupuesto de egresos

El costo variable unitario de alimentación en cada uno de los paquetes turísticos se detalla a continuación:

Tabla N°69: Costo proyectado de alimentación

		ALIMENTACIÓN			
AÑO	# VISITANTES	paquete 1	paquete 2	paquete 3	TOTAL
2011	1214	\$ 9.666,84	\$ 14.073,78	18765,04	\$ 42.505,66
2012	1936	\$ 15.415,98	\$ 22.443,85	29925,14	\$ 67.784,97
2013	3105	\$ 24.724,49	\$ 35.995,95	47994,61	\$ 108.715,05
2014	4995	\$ 39.774,19	\$ 57.906,54	77208,71	\$ 174.889,44
2015	8049	\$ 64.092,58	\$ 93.311,25	124415,00	\$ 281.818,83

Elaborado por: Sonia Caizaluisa Morales

Por otro lado los costos en los que incurriría la hosteria en cada paquete son por concepto de manteria prima, mano de obra, mantenimiento, gastos administrativos y depreciación de las instalaciones y se detallan a continuación:

Tabla N° 70: Costo unitario paquete 2 días 1 noche

Paquete 2 días 1 noche						
Años	Materia Prima	M.O.D	CIF	Depreciación	Total	Total Anual
2011	\$ 23,42	\$ 92,39	\$ 11,96	\$ 36,23	\$ 164,00	\$ 67.732,00
2012	\$ 23,42	\$ 92,39	\$ 11,96	\$ 36,23	\$ 164,00	\$ 107.912,00
2013	\$ 23,42	\$ 92,39	\$ 11,96	\$ 36,23	\$ 164,00	\$ 173.020,00
2014	\$ 23,42	\$ 92,39	\$ 11,96	\$ 36,23	\$ 164,00	\$ 278.636,00
2015	\$ 23,42	\$ 92,39	\$ 11,96	\$ 36,23	\$ 164,00	\$ 448.868,00

Elaborado por: Sonia Caizaluisa Morales

Tabla N° 71: Costo unitario paquete 3 días 2 noches

Paquete 3 días 2 noche						
Años	Materia Prima	M.O.D	CIF	Depreciación	Total	Total Anual
2011	\$ 35,13	\$ 89,67	\$ 11,60	\$ 35,16	\$ 171,56	\$ 68.624,00
2012	\$ 35,13	\$ 89,67	\$ 11,60	\$ 35,16	\$ 171,56	\$ 109.626,84
2013	\$ 35,13	\$ 89,67	\$ 11,60	\$ 35,16	\$ 171,56	\$ 175.849,00
2014	\$ 35,13	\$ 89,67	\$ 11,60	\$ 35,16	\$ 171,56	\$ 282.730,88
2015	\$ 35,13	\$ 89,67	\$ 11,60	\$ 35,16	\$ 171,56	\$ 455.663,36

Elaborado por: Sonia Caizaluisa Morales

Tabla N° 72: Costo unitario paquete 4 días 3 noches

Paquete 4 días 3 noche						
Años	Materia Prima	M.O.D	CIF	Depreciación	Total	Total Anual
2011	\$ 46,84	\$ 89,67	\$ 11,60	\$ 35,16	\$ 183,27	\$ 73.491,27
2012	\$ 46,84	\$ 89,67	\$ 11,60	\$ 35,16	\$ 183,27	\$ 117.109,53
2013	\$ 46,84	\$ 89,67	\$ 11,60	\$ 35,16	\$ 183,27	\$ 187.851,75
2014	\$ 46,84	\$ 89,67	\$ 11,60	\$ 35,16	\$ 183,27	\$ 302.028,96
2015	\$ 46,84	\$ 89,67	\$ 11,60	\$ 35,16	\$ 183,27	\$ 486.765,12

Elaborado por: Sonia Caizaluisa Morales

Con estos antecedentes los costos anuales proyectados se presentan a continuación:

Tabla N° 73: Gastos administrativos

Detalle	Unidad de Medida	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total Anual
Equipo de Oficina				
Calculadoras	unidades	2	\$ 20,00	\$ 40,00
Grapadoras	unidades	2	\$ 7,00	\$ 14,00
Perforadora	unidades	2	\$ 7,00	\$ 14,00
Papel Bond	resma	10	\$ 4,00	\$ 40,00
Esferos	caja	6	\$ 6,00	\$ 36,00
Lápices	caja	1	\$ 5,00	\$ 5,00
Borradores	caja	1	\$ 5,00	\$ 5,00
Carpetas	unidades	50	\$ 0,25	\$ 12,50
Sumadora	unidades	1	\$ 70,00	\$ 70,00
Servicios Básicos				
Agua potable	m ³	500	\$ 0,50	\$ 250,00
Luz eléctrica	kw/h	913	\$ 0,14	\$ 130,77
Servicio telefónico	minutos	150	\$ 0,14	\$ 21,00
Servicio de Internet	kbps	1200	\$ 160,00	\$ 160,00
Publicidad				
Anuncios en revistas especializadas	unidades	11	\$ 150,00	\$ 1.650,00
Página web	unidades	1	\$ 250,00	\$ 250,00
Tarjetas de presentación	ciento	4	\$ 25,00	\$ 100,00
Brochures	ciento	5	\$ 200	\$ 1.000,00
Total				\$ 3.798,27

Elaborado por: Sonia Caizaluisa Morales

Tabla N° 74: Costos fijos

Concepto	Unidad de Medida	Cantidad	Costo Unitario	Costo fijo anual
Focos ahorradores 220v	unidades	120	\$ 1,60	\$ 192,00
Gas	tanque	50	\$ 5,00	\$ 250,00
Diesel	galones	5000	\$ 1,02	\$ 5.100,00
Escobas	unidades	20	\$ 5,00	\$ 100,00
Trapeadores	unidades	20	\$ 2,00	\$ 40,00
Guantes	unidades	60	\$ 1,00	\$ 60,00
Detergente 10 kgr.	unidades	30	\$ 15,00	\$ 450,00
Fundas de basura	docenas	60	\$ 0,70	\$ 42,00
Desinfectante	galones	36	\$ 10,00	\$ 360,00
Lavavajillas	unidades	36	\$ 2,40	\$ 86,40
Cloro	galones	36	\$ 6,00	\$ 216,00
Papel higienico	rollos x 12	120	\$ 5,50	\$ 660,00
Esponjas	unidades	120	\$ 0,50	\$ 60,00
Palas de basura	unidades	24	\$ 3,00	\$ 72,00
Baldes	unidades	20	\$ 2,00	\$ 40,00
Servilletas	unidades	100	\$ 1,00	\$ 100,00
Películas (CD)	unidades	30	\$ 20,00	\$ 600,00
Jabón de Tocador	unidades	960	\$ 0,25	\$ 240,00
Shampoo	unidades	960	\$ 0,20	\$ 192,00
Total				\$ 8.860,40

Elaborado por: Sonia Caizaluisa Morales

Tabla N° 75: Sueldos de personal

Puesto	Remuneración mensual	Aporte personal	Aporte patronal	Décimo tercero	Décimo cuarto	Vacaciones	Fondos de Reserva	Costo Unitario Mensual	Impuesto a la Renta	Costo Unitario Total Mensual	Costo Unitario Anual
Administrador bilingüe	\$ 800,00	\$ 74,80	\$ 97,20	\$ 66,67	\$ 20,00	\$ 33,33	\$ 66,67	\$ 1.009,07	\$ 16,49	\$ 992,58	\$ 11.910,92
Médico Bilingüe	\$ 700,00	\$ 65,45	\$ 85,05	\$ 58,33	\$ 20,00	\$ 29,17	\$ 58,33	\$ 885,43	\$ -	\$ 885,43	\$ 10.625,20
Contador	\$ 500,00	\$ 46,75	\$ 60,75	\$ 41,67	\$ 20,00	\$ 20,83	\$ 41,67	\$ 638,17	\$ -	\$ 638,17	\$ 7.658,00
Recepcionista bilingüe	\$ 600,00	\$ 56,10	\$ 72,90	\$ 50,00	\$ 20,00	\$ 25,00	\$ 50,00	\$ 761,80	\$ 0,96	\$ 760,84	\$ 9.130,08
Camarero/a	\$ 300,00	\$ 28,05	\$ 36,45	\$ 25,00	\$ 20,00	\$ 12,50	\$ 25,00	\$ 390,90	\$ -	\$ 390,90	\$ 4.690,80
Chef	\$ 600,00	\$ 56,10	\$ 72,90	\$ 50,00	\$ 20,00	\$ 25,00	\$ 50,00	\$ 761,80	\$ 0,96	\$ 760,84	\$ 9.130,08
Ayudante de cocina	\$ 350,00	\$ 32,73	\$ 42,53	\$ 29,17	\$ 20,00	\$ 14,58	\$ 29,17	\$ 452,72	\$ -	\$ 452,72	\$ 5.432,60
Guardias	\$ 600,00	\$ 56,10	\$ 72,90	\$ 50,00	\$ 20,00	\$ 25,00	\$ 50,00	\$ 761,80	\$ 0,96	\$ 760,84	\$ 9.130,08
Persona mantenimiento	\$ 300,00	\$ 28,05	\$ 36,45	\$ 25,00	\$ 20,00	\$ 12,50	\$ 25,00	\$ 390,90	\$ -	\$ 390,90	\$ 4.690,80
Lavandera- Planchadora	\$ 300,00	\$ 28,05	\$ 36,45	\$ 25,00	\$ 20,00	\$ 12,50	\$ 25,00	\$ 390,90	\$ -	\$ 390,90	\$ 4.690,80
Chofer guía	\$ 350,00	\$ 32,73	\$ 42,53	\$ 29,17	\$ 20,00	\$ 14,58	\$ 29,17	\$ 452,72	\$ -	\$ 452,72	\$ 5.432,60
Guía turístico	\$ 600,00	\$ 56,10	\$ 72,90	\$ 50,00	\$ 20,00	\$ 25,00	\$ 50,00	\$ 761,80	\$ 0,96	\$ 760,84	\$ 9.130,08
Mesero/a bilingüe	\$ 400,00	\$ 37,40	\$ 48,60	\$ 33,33	\$ 20,00	\$ 16,67	\$ 33,33	\$ 514,53	\$ -	\$ 514,53	\$ 6.174,40
Total	\$ 6.400,00	\$ 598,40	\$ 777,60	\$ 533,33	\$ 260,00	\$ 266,67	\$ 533,33	\$ 8.172,53	\$ 20,33	\$ 8.152,20	\$ 97.826,44

Elaborado por: Sonia Caizaluisa Morales

Con estos antecedentes el presupuesto de egresos se presenta a continuación:

Tabla N° 76 Presupuesto de egresos

Años	Costos Fijos	Costos		Gastos Administrativos	Total de Egresos
		Variables			
2011	\$ 8.860,40	\$ 42.505,66	\$ 101.624,71	\$ 152.990,77	
2012	\$ 8.860,40	\$ 67.784,97	\$ 101.624,71	\$ 178.270,08	
2013	\$ 8.860,40	\$ 108.715,05	\$ 101.624,71	\$ 219.200,16	
2014	\$ 8.860,40	\$ 174.889,44	\$ 101.624,71	\$ 285.374,55	
2015	\$ 8.860,40	\$ 281.818,83	\$ 101.624,71	\$ 392.303,94	

Elaborado por: Sonia Caizaluisa Morales

5.1.1.3. Estructura de financiamiento

El proyecto será financiado el 30% con recursos propios y el 70% será financiado a través de un préstamo productivo de la Corporación Financiera Nacional y se presenta de la siguiente manera:

Tabla N° 77: Estructura de financiamiento

Estructura de capital de proyecto

Fuente	Monto	%	Terreno	Efectivo
Capital accionario	36766,72	30	110000	146766,72
Crédito	344054,96	70		344054,96
Total	380821,68	100	110000	490821,68

5.2.1. Presupuestos de inversión

5.2.1.1. Activos fijos

A continuación se presenta el cuadro de activos fijos necesarios para el proyecto:

Tabla N° 78 Activos fijos totales

DETALLE	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Costo Total
Activos Fijos				
Construcción cabaña restaurante	m ²	200	139,60	27919,00
Construcción cabaña conserje	m ²	40	360,00	14400,00
Construcción cabañas administración	m ²	40	360,00	14400,00
Construcción cabañas hospedaje 2	m ²	150	325,00	48750,00
Construcción cabañas hospedaje 3	m ²	200	360,73	72145,00
Piscina con toboganes	m ²	300	73,33	22000,00
Área deportiva	m ²	2000	3,75	7500,00
Parqueadero	m ²	1000	4,00	4000,00
Senderos ecológicos 2 km.	m ²	20000	0,50	10000,00
Peceras 72 m ²	m ²	288	2,08	600,00
Peceras 90 m ²	m ²	180	1,89	340,00
Construcción de piscinas para aguas	m ²	1000	4,00	4000,00
Terreno	m ²	490000	0,22	110000,00
Vehículo	unidad	1	50000,00	50000,00
Maquinaria y Equipo				
Equipo de filtración de recirculación piscina	unidad	1	2500,00	2500,00
Equipo de limpieza de piscina	unidad	1	300,00	300,00
Licuadoras Oster	unidad	2	97,62	195,24
Aspiradora Rainbow	unidad	1	1800,00	1800,00
Desmalezadora	unidad	1	480,00	480,00
Televisores plasma de 21"	unidad	5	315,00	1575,00
Televisor plasma de 40"	unidad	1	1400,00	1400,00
DVD	unidad	5	80,00	400,00
Intercomunicador alcance 20 Km.	unidad	1	100,00	100,00
Red interna de comunicación	unidad	1	10000,00	10000,00
Equipo de cámaras de seguridad	unidad	1	900,00	900,00
Lavadora 30 lbs.	unidad	1	400,00	400,00
Planchas	unidad	2	50,00	100,00
Extintores de 10 lbs.	unidad	6	22,00	132,00
Cocina industrial	unidad	1	450,00	450,00
Refrigerador grande	unidad	1	700,00	700,00
Refrigerador mediano	unidad	1	450,00	450,00
Vitrina frigorífica	unidad	1	750,00	750,00
Congelador	unidad	1	450,00	450,00
Esterilizador de cubiertos	unidad	1	90,00	90,00
Horno a gas	unidad	1	300,00	300,00
Horno microondas	unidad	1	100,00	100,00
Sanduchera	unidad	1	80,00	80,00
Extractor de jugos	unidad	1	150,00	150,00
Brasero y plancha	unidad	1	180,00	180,00
Insumos y Materiales				
Camas de 1½ plaza + veladores	unidad	20	190	3800,00
Camas de 2 plazas + veladores	unidad	10	226	2260,00
Camas literas de 1½ plaza	unidad	3	200	600,00
Basureros medianos para cabañas	unidad	15	4	60,00
Basureros grandes para reciclar	unidad	10	13,2	132,00
Juegos de muebles	unidad	3	600	1800,00
Mesas de madera 5 personas	unidad	12	50	600,00
Sillas de madera	unidad	60	30	1800,00
Colchones 2 plazas	unidad	100	10	1000,00
Colchones 1 ½ plazas	unidad	90	20	1800,00
Almoadas de plumón	unidad	30	2,5	75,00
Juegos de sábanas de 2 plazas	unidad	20	20	400,00
Juegos de sábanas de 1 ½ plazas	unidad	40	17,1	684,00
Cubrecamas 2 plazas	unidad	10	28	280,00
Cubrecamas 1 ½ plazas	unidad	20	24	480,00
Cobijas 2 plazas	unidad	10	10	100,00
Cobijas 1 ½ plazas	unidad	20	7	140,00
Alfombras	unidad	20	5,5	110,00
Toallas grandes de baño	unidad	20	10	200,00
Toallas pequeñas de baño	unidad	20	4,25	85,00
Vajillas de 10 personas	unidad	7	45	315,00
Cubiertos	docenas	5	30,13	150,65
Vasos de cristal	unidad	70	2	140,00
Copas de cristal	unidad	70	2	140,00
Juegos de Ollas para Restaurante	unidad	3	50	150,00
Escritorios	unidad	4	150	600,00
Sillas giratorias para oficina	unidad	4	120	480,00
Archivadores	unidad	2	250	500,00
Equipo Médico	unidad	1	3000	3000,00
Lámparas de velador	unidad	20	30	600,00
Equipos de Computación				
Computadores	unidad	5	549	2745,00
Impresora multifuncional	unidad	1	150	150,00
Teléfono fax	unidad	1	130	130,00
Proyector + pantalla de 80"	unidad	1	700,00	700,00
TOTAL				436242,89

Elaborado por: Sonia Caizaluisa Morales

La depreciación de activos fijos se realizará por el método de línea recta en función de los años de vida útil de cada uno de ellos.

Tabla N° 79: Depreciación de activos fijos

Cantidad	Activos Fijos	Costo Unitario	Costo Total	Vida útil	% Depreciación	Valor Residual	Año 1 (2011)	Año 2 (2012)	Año 3 (2013)	Año 4 (2014)	Año 5 (2015)
Activos											
1	Cabaña restaurante	27919	27919	15 años	10%	2791,9	2512,71	2512,71	2512,71	2512,71	2512,71
1	Cabaña conserje	14400	14400	15 años	10%	1440	1296	1296	1296	1296	1296
1	Cabañas administración	14400	14400	15 años	10%	1440	1296	1296	1296	1296	1296
5	Cabañas hospedaje 2 personas	9750	48750	15 años	10%	4875	4387,5	4387,5	4387,5	4387,5	4387,5
5	Cabañas hospedaje 3 personas	14429	72145	15 años	10%	7214,5	6493,05	6493,05	6493,05	6493,05	6493,05
1	Piscina con toboganes	22000	22000	15 años	10%	2200	1980	1980	1980	1980	1980
1	Área deportiva	7500	7500	15 años	10%	750	675	675	675	675	675
1	Parqueadero	4000	4000	15 años	10%	400	360	360	360	360	360
2 km ²	Senderos ecológicos	5000* km ²	10000	10 años	10%	1000	900	900	900	900	900
4	Peceras 72 m ²	150	600	10 años	10%	60	54	54	54	54	54
2	Peceras 90 m ²	170	340	10 años	10%	34	30,6	30,6	30,6	30,6	30,6
2	Construcción de piscinas para aguas residuales	2000	4000	10 años	10%	400	360	360	360	360	360
1	Terreno	110000	110000	15 años	5%	5500	5225	5225	5225	5225	5225
1	Vehículo	50000	50000	5 años	20%	10000	8000	8000	8000	8000	8000
Maquinaria y Equipo											
1	Equipo de filtración de recirculación piscina	2500	2500	5 años	10%	250	225	225	225	225	225
1	Equipo de limpieza de piscina	300	300	7 años	10%	30	27	27	27	27	27
2	Licadoras Oster	97,62	195,24	7 años	10%	19,5	17,57	17,57	17,57	17,57	17,57
1	Aspiradora Rainbow	1800	1800	5 años	10%	180	162	162	162	162	162
1	Desmalezadora	480	480	5 años	10%	48	43,2	43,2	43,2	43,2	43,2
5	Televisores plasma de 21"	315	1575	5 años	10%	157,5	141,75	141,75	141,75	141,75	141,75
1	Televisor plasma de 40"	1400	1400	5 años	10%	140	126	126	126	126	126
5	DVD	80	400	5 años	10%	40	36	36	36	36	36
1	Intercomunicador alcance 20 Km.	100	100	5 años	10%	10	9	9	9	9	9
1	Red interna de comunicación	10000	10000	5 años	10%	1000	900	900	900	900	900
1	Equipo de cámaras de seguridad	900	900	5 años	10%	90	81	81	81	81	81
1	Lavadora 30 lbs.	400	400	5 años	10%	40	36	36	36	36	36
2	Planchas	50	100	5 años	10%	10	9	9	9	9	9
6	Extinguidores de 10 lbs.	22	132	10 años	10%	13,2	11,88	11,88	11,88	11,88	11,88
1	Cocina industrial	450	450	5 años	10%	45	40,5	40,5	40,5	40,5	40,5
1	Refrigerador grande	700	700	7 años	10%	70	63	63	63	63	63
1	Refrigerador mediano	450	450	7 años	10%	45	40,5	40,5	40,5	40,5	40,5
1	Vitrina frigorífica	750	750	7 años	10%	75	67,5	67,5	67,5	67,5	67,5
1	Congelador	450	450	7 años	10%	45	40,5	40,5	40,5	40,5	40,5
1	Estenizador de cubiertos	90	90	5 años	10%	9	8,1	8,1	8,1	8,1	8,1
1	Horno a gas	300	300	7 años	10%	30	27	27	27	27	27
1	Horno microondas	100	100	5 años	10%	10	9	9	9	9	9
1	Sanduchera	80	80	5 años	10%	8	7,2	7,2	7,2	7,2	7,2
1	Extractor de jugos	150	150	5 años	10%	15	13,5	13,5	13,5	13,5	13,5
1	Brasero y plancha	180	180	7 años	10%	18	16,2	16,2	16,2	16,2	16,2
Insumos y Materiales											
20	Camas de 1½ plaza + veladores	190	3800	7 años	10%	380	342	342	342	342	342
10	Camas de 2 plazas + veladores	226	2260	7 años	10%	226	203,4	203,4	203,4	203,4	203,4
3	Camas literas de 1½ plaza	200	600	7 años	10%	60	54	54	54	54	54
15	Basureros medianos para cabañas	4	60	5 años	10%	6	5,4	5,4	5,4	5,4	5,4
10	Basureros grandes para reciclar	13,2	132	5 años	10%	13,2	11,88	11,88	11,88	11,88	11,88
3	Juegos de muebles	600	1800	6 años	10%	180	162	162	162	162	162
12	Mesas de madera 5 personas	50	600	7 años	10%	60	54	54	54	54	54
60	Sillas de madera	30	1800	7 años	10%	180	162	162	162	162	162
10	Colchones 2 plazas	100	1000	5 años	10%	100	90	90	90	90	90
20	Colchones 1½ plazas	90	1800	5 años	10%	180	162	162	162	162	162
30	Almoadas de plumón	2,5	75	2 años	10%	7,5	6,75	6,75	6,75	6,75	6,75
20	Juegos de sábanas de 2 plazas	20	400	2 años	10%	40	36	36	36	36	36
40	Juegos de sábanas de 1½ plazas	17,1	684	2 años	10%	68,4	61,56	61,56	61,56	61,56	61,56
10	Cubrecamas 2 plazas	28	280	2 años	10%	28	25,2	25,2	25,2	25,2	25,2
20	Cubrecamas 1½ plazas	24	480	2 años	10%	48	43,2	43,2	43,2	43,2	43,2
10	Cobijas 2 plazas	10	100	3 años	10%	10	9	9	9	9	9
20	Cobijas 1½ plazas	7	140	3 años	10%	14	12,6	12,6	12,6	12,6	12,6
20	Alfombras	5,5	110	3 años	10%	11	9,9	9,9	9,9	9,9	9,9
20	Toallas grandes de baño	10	200	3 años	10%	20	18	18	18	18	18
20	Toallas pequeñas de baño	4,25	85	3 años	10%	8,5	7,65	7,65	7,65	7,65	7,65
7	Vajillas de 10 personas	45	315	3 años	10%	31,5	28,35	28,35	28,35	28,35	28,35
5	Cubiertos	30,13	150,65	2 años	10%	15,1	13,56	13,56	13,56	13,56	13,56
70	Vasos de cristal	2	140	2 años	10%	14	12,6	12,6	12,6	12,6	12,6
70	Copas de cristal	2	140	2 años	10%	14	12,6	12,6	12,6	12,6	12,6
3	Juegos de Ollas para Restaurante	50	150	4 años	10%	15	13,5	13,5	13,5	13,5	13,5
20	Lámparas de velador	30	600	3 años	10%	60	54	54	54	54	54
4	Escritorios	150	600	5 años	10%	60	54	54	54	54	54
4	Sillas giratorias para oficina	120	480	5 años	10%	48	43,2	43,2	43,2	43,2	43,2
2	Archivadores	250	500	5 años	10%	50	45	45	45	45	45
1	Equipo médico	3000	3000	7 años	10%	300	270	270	270	270	270
Equipos de Computación											
5	Computadores	549	2745	4 años	33%	905,85	606,92	606,92	606,92	606,92	606,92
1	Impresora multifuncional	150	150	3 años	33%	49,5	33,17	33,17	33,17	33,17	33,17
1	Telefono fax	130	130	3 años	33%	42,9	28,74	28,74	28,74	28,74	28,74
1	Proyector + pantalla de 80"	700	700	4 años	33%	231	154,77	154,77	154,77	154,77	154,77
							38368,5	38368,5	38368,5	38368,5	38368,5

Elaborado por: Sonia Caizaluisa Morales

5.2.1.2. Activos intangibles

La inversión en activos intangibles se muestra a continuación:

Tabla N° 80: Activos fijos intangibles

Detalle	Costo Total
Diseño Arquitectónico	700
Diseño de Instalaciones	500
Gastos de Constitución	800
Puesta en Marcha	1000
Gastos de Estudios del Proyecto	2000
Publicidad Preliminar	3000
<u>Total</u>	<u>8000</u>

Elaborado por: Sonia Caizaluisa Morales

5.2.1.3. Capital de trabajo

La inversión en el capital de trabajo constituye el conjunto de recursos necesarios, en la forma de activos corrientes, para la operación anual del proyecto durante un ciclo productivo.

El cálculo del capital de trabajo se lo realizará con el método de período de desfase, dentro del cuál se determina el total valor de los costos de operación en que va a incurrir la empresa desde el momento en que inicia su operación hasta el momento que realiza la primera venta (NASSIR, 2004, pág. 236), el capital de trabajo se lo calcula así:

$$\text{Capital de Trabajo} = \frac{\text{Costo Anual}}{365} * \text{Período de desfase}$$

$$\text{Capital de Trabajo} = \frac{\text{Costos Fijos} + \text{Costos Variables} + \text{G. Administrativos}}{365} * \text{Período de Desfase}$$

$$\text{Capital de Trabajo} = \frac{8860,40 + 69557,40 + 110485,11}{365} * 90$$

$$\text{Capital de Trabajo} = \$ 46578,79$$

No se sabe con certeza que tiempo despues de iniciadas las operaciones de la hostería ecológica se va a realizar la primera venta, motivo por el cuál se ha estimado un período de desface prudente de 90 días.

De este modo se presume que el capital de trabajo requerido será \$ 46578,79 centavos cifra que cubriría los 90 días hasta que sea conocida en el mercado.

5.2.1.4. Resumen de inversiones

El valor total para la inversión para la creación de la hostería ecológica en la Parroquia Gonzalo Díaz de Pineda es \$ 490.821,68.

Tabla N° 81: Cuadro de inversiones

Inversión Inicial	
Activo Fijo	\$ 436.242,89
Activo Intangible	\$ 8.000,00
Capital de Trabajo	\$ 46.578,79
Total	\$ 490.821,68

Elaborado por: Sonia Caizaluisa Morales

5.3.1. Cronograma de inversiones

Las inversiones que deben realizarse son en maquinaria, muebles y enseres, equipo y equipo de computación los mismos que serán motivo de inversiones en los años posteriores y se determinan en la siguiente tabla:

Tabla N° 82: Cronograma de inversiones

DETALLE	Unidad	Cantidad	precio Unitario	Inversión 2010	2011	2012	2013	2014	2015
Activos Fijos									
Construcción cabaña	m ²	200	139,60	27919,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Construcción cabaña	m ²	40	360,00	14400,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Construcción cabañas	m ²	40	360,00	14400,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Construcción cabañas	m ²	150	325,00	48750,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Construcción cabañas	m ²	200	360,73	72145,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Piscina con toboganes	m ²	300	73,33	22000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Área deportiva	m ²	2000	3,75	7500,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Parqueadero	m ²	1000	4,00	4000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Senderos ecológicos 2	m ²	20000	0,50	10000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Peceras 72 m ²	m ²	288	2,08	600,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Peceras 90 m ²	m ²	180	1,89	340,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Construcción de piscinas	m ²	1000	4,00	4000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Terreno	m ²	490000	0,22	110000,00	0,00	0,00	0,00	0,22	0,00
Vehículo	unidad	1	50000,00	50000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Maquinaria y Equipo									
Equipo de filtración de recirculación piscina	unidad	1	2500,00	2500,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Equipo de limpieza de piscina	unidad	1	300,00	300,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Licudadoras Oster	unidad	2	97,62	195,24	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Aspiradora Rainbow	unidad	1	1800,00	1800,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Desmalezadora	unidad	1	480,00	480,00	0,00	0,00	0,00	0,00	480,00
Televisores plasma de	unidad	5	315,00	1575,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Televisor plasma de 40"	unidad	1	1400,00	1400,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
DVD	unidad	5	80,00	400,00	0,00	0,00	0,00	0,00	400,00
Intercomunicador alcance	unidad	1	100,00	100,00	0,00	0,00	0,00	0,00	100,00
Red interna de	unidad	1	10000,00	10000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Equipo de cámaras de seguridad	unidad	1	900,00	900,00	0,00	0,00	0,00	0,00	900,00
Lavadora 30 lbs.	unidad	1	400,00	400,00	0,00	0,00	0,00	0,00	400,00
Planchas	unidad	2	50,00	100,00	0,00	0,00	0,00	0,00	100,00
Extintores de 10 lbs.	unidad	6	22,00	132,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Cocina industrial	unidad	1	450,00	450,00	0,00	0,00	0,00	0,00	450,00
Refrigerador grande	unidad	1	700,00	700,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Refrigerador mediano	unidad	1	450,00	450,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Vitrina frigorífica	unidad	1	750,00	750,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Congelador	unidad	1	450,00	450,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Esterilizador de cubiertos	unidad	1	90,00	90,00	0,00	0,00	0,00	0,00	90,00
Horno a gas	unidad	1	300,00	300,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Horno microondas	unidad	1	100,00	100,00	0,00	0,00	0,00	0,00	100,00
Sanduchera	unidad	1	80,00	80,00	0,00	0,00	0,00	0,00	80,00
Extractor de jugos	unidad	1	150,00	150,00	0,00	0,00	0,00	0,00	150,00
Brasero y plancha	unidad	1	180,00	180,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Insumos y Materiales									
Camas de 1½ plaza +	unidad	20	190	3800,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Camas de 2 plazas +	unidad	10	226	2260,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Camas literas de 1½	unidad	3	200	600,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Basureros medianos para	unidad	15	4	60,00	0,00	0,00	0,00	0,00	60,00
Basureros grandes para	unidad	10	13,2	132,00	0,00	0,00	0,00	0,00	132,00
Juegos de muebles	unidad	3	600	1800,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Mesas de madera 5	unidad	12	50	600,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Sillas de madera	unidad	60	30	1800,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Colchones 2 plazas	unidad	100	10	1000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1000,00
Colchones 1 ½ plazas	unidad	90	20	1800,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1800,00
Almoadas de plumón	unidad	30	2,5	75,00	0,00	75,00	0,00	75,00	0,00
Juegos de sábanas de 2	unidad	20	20	400,00	0,00	400,00	0,00	400,00	0,00
Juegos de sábanas de 1	unidad	40	17,1	684,00	0,00	684,00	0,00	684,00	0,00
Cubrecamas 2 plazas	unidad	10	28	280,00	0,00	280,00	0,00	280,00	0,00
Cubrecamas 1 ½ plazas	unidad	20	24	480,00	0,00	480,00	0,00	480,00	0,00
Cobijas 2 plazas	unidad	10	10	100,00	0,00	0,00	100,00	0,00	0,00
Cobijas 1 ½ plazas	unidad	20	7	140,00	0,00	0,00	140,00	0,00	0,00
Alfombras	unidad	20	5,5	110,00	0,00	0,00	110,00	0,00	0,00
Toallas grandes de baño	unidad	20	10	200,00	0,00	0,00	200,00	0,00	0,00
Toallas pequeñas de	unidad	20	4,25	85,00	0,00	0,00	85,00	0,00	0,00
Vajillas de 10 personas	unidad	7	45	315,00	0,00	0,00	315,00	0,00	0,00
Cubiertos	docenas	5	30,13	150,65	0,00	150,65	0,00	150,65	0,00
Vasos de cristal	unidad	70	2	140,00	0,00	140,00	0,00	140,00	0,00
Copas de cristal	unidad	70	2	140,00	0,00	140,00	0,00	140,00	0,00
Juegos de Ollas para	unidad	3	50	150,00	0,00	0,00	0,00	150,00	0,00
Lámparas de velador	unidad	20	30	600,00	0,00	0,00	600,00	0,00	0,00
Escritorios	unidad	4	150	600,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Sillas giratorias para oficina	unidad	4	120	480,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Archivadores	unidad	2	250	500,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Equipo médico	unidad	1	3000	3000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Equipos de									
Computadores	unidad	5	549	2745,00	0,00	0,00	0,00	2745,00	0,00
Impresora multifuncional	unidad	1	150	150,00	0,00	0,00	150,00	0,00	0,00
Teléfono fax	unidad	1	130	130,00	0,00	0,00	130,00	0,00	0,00
Proyector + pantalla de	unidad	1	700,00	700,00	0,00	0,00	0,00	700,00	0,00
TOTAL				436242,89	0,00	2349,65	1830,00	5944,65	6242,00

Elaborado por: Sonia Caizaluisa Morales

5.3.2. Estructura del financiamiento

El proyecto será financiado el 30% con capital propio, dentro del cual se toma en cuenta el valor del terreno de \$ 110.000 y un aporte de capital de \$ 36766,72 centavos obteniendo un total de \$ 146766,72 centavos y el restante 70% (**\$ 344054,96**) se financiará con un crédito de Segundo Piso Multisectorial Productivo a la Corporación Financiera Nacional a 10 años plazo con pagos trimestrales y una tasa del 10% anual, en la actualidad esta entidad realiza préstamos con bajas tasas de interés en relación a entidades financieras privadas nacionales y como el crédito fomenta la producción, tanto de empleo como de ingresos por impuestos fiscales es un proyecto viable dentro del accionar de la entidad pública.

La tabla de amortización del crédito se presenta a continuación:

Tabla N° 83: Préstamo de la Corporación Financiera Nacional

C	344054,96
i	10,00%
Pago	Trimestral

Tabla N° 84: Tabla de amortización del préstamo

Año	Mes	Dividendo	Capital	Intereses	Saldo Deuda
2011	Enero	10751,72	8601,374	2150,34	335453,59
2011	Abril	10697,96	8601,374	2096,58	326852,21
2011	Julio	10644,20	8601,374	2042,83	318250,84
2011	Octubre	10590,44	8601,374	1989,07	309649,46
2012	Enero	10536,68	8601,374	1935,31	307714,15
2012	Abril	10524,59	8601,374	1923,21	305790,94
2012	Julio	10512,57	8601,374	1911,19	303879,75
2012	Octubre	10500,62	8601,374	1899,25	295278,37
2013	Enero	10446,86	8601,374	1845,49	286677,00
2013	Abril	10393,11	8601,374	1791,73	278075,63
2013	Julio	10339,35	8601,374	1737,97	269474,25
2013	Octubre	10285,59	8601,374	1684,21	260872,88
2014	Enero	10231,83	8601,374	1630,46	252271,50
2014	Abril	10178,07	8601,374	1576,70	243670,13
2014	Julio	10124,31	8601,374	1522,94	235068,76
2014	Octubre	10070,55	8601,374	1469,18	226467,38
2015	Enero	10016,80	8601,374	1415,42	217866,01
2015	Abril	9963,04	8601,374	1361,66	209264,63
2015	Julio	9909,28	8601,374	1307,90	200663,26
2015	Octubre	9855,52	8601,374	1254,15	192061,89
2016	Enero	9801,76	8601,374	1200,39	183460,51
2016	Abril	9748,00	8601,374	1146,63	174859,14
2016	Julio	9694,24	8601,374	1092,87	166257,76
2016	Octubre	9640,49	8601,374	1039,11	157656,39
2017	Enero	9586,73	8601,374	985,35	149055,02
2017	Abril	9532,97	8601,374	931,59	140453,64
2017	Julio	9479,21	8601,374	877,84	131852,27
2017	Octubre	9425,45	8601,374	824,08	123250,89
2018	Enero	9371,69	8601,374	770,32	114649,52
2018	Abril	9317,93	8601,374	716,56	106048,15
2018	Julio	9264,17	8601,374	662,80	97446,77
2018	Octubre	9210,42	8601,374	609,04	88845,40
2019	Enero	9156,66	8601,374	555,28	80244,02
2019	Abril	9102,90	8601,374	501,53	71642,65
2019	Julio	9049,14	8601,374	447,77	63041,28
2019	Octubre	8995,38	8601,374	394,01	54439,90
2020	Enero	8941,62	8601,374	340,25	45838,53
2020	Abril	8887,86	8601,374	286,49	37237,15
2020	Julio	8834,11	8601,374	232,73	28635,78
2020	Octubre	8780,35	8601,374	178,97	20034,41
		392394,16	344054,96	48339,20	

Elaborado por: Sonia Caizaluisa Morales

5.3.3. Punto de equilibrio

El punto de equilibrio se define como aquel punto en el cual la empresa no pierde ni gana, es decir, donde los ingresos percibidos son iguales a los egresos realizados, para su cálculo se utilizará la siguiente fórmula:

$$\text{Punto de Equilibrio (Ventas)} = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{1 - \frac{\text{Costo Variable Total}}{\text{Ventas Totales}}}$$

Por lo tanto el punto de equilibrio del presente proyecto para sus diferentes años de vida se refleja a continuación:

Tabla N° 85: Punto de equilibrio

Paquete 2 días 1 noche

Año	Costo Fijo	Gastos		Ventas Totales	Punto de Equilibrio	PE/ Ingresos
		Administrativos	Costo Variable			
2011	\$ 3.012,54	\$ 34.552,40	\$ 14.451,92	\$ 74.296,80	\$ 46.636,48	62,77%
2012	\$ 3.012,54	\$ 34.552,40	\$ 23.046,89	\$ 118.483,20	\$ 46.636,48	39,36%
2013	\$ 3.012,54	\$ 34.552,40	\$ 36.963,12	\$ 190.026,00	\$ 46.636,48	24,54%
2014	\$ 3.012,54	\$ 34.552,40	\$ 59.462,41	\$ 305.694,00	\$ 46.636,49	15,26%
2015	\$ 3.012,54	\$ 34.552,40	\$ 95.818,40	\$ 492.598,80	\$ 46.636,49	9,47%

Elaborado por: Sonia Caizaluisa Morales

Tabla N° 86: Punto de equilibrio

Paquete 3 días 2 noches

Año	Costo Fijo	Gastos		Ventas Totales	Punto de Equilibrio	PE/ Ingresos
		Administrativos	Costo Variable			
2011	\$ 2.923,93	\$ 33.536,15	\$ 14.026,87	\$ 88.136,40	\$ 43.360,96	49,20%
2012	\$ 2.923,93	\$ 33.536,15	\$ 22.369,04	\$ 140.553,60	\$ 43.360,96	30,85%
2013	\$ 2.923,93	\$ 33.536,15	\$ 35.875,97	\$ 225.423,00	\$ 43.360,96	19,24%
2014	\$ 2.923,93	\$ 33.536,15	\$ 57.713,52	\$ 362.637,00	\$ 43.360,96	11,96%
2015	\$ 2.923,93	\$ 33.536,15	\$ 93.000,21	\$ 584.357,40	\$ 43.360,96	7,42%

Elaborado por: Sonia Caizaluisa Morales

Tabla N° 87 Punto de equilibrio

Paquete 4 días 3 noches

Año	Costo Fijo	Gastos		Ventas Totales	Punto de Equilibrio	PE/ Ingresos
		Administrativos	Costo Variable			
2011	\$ 2.923,93	\$ 33.536,15	\$ 14.026,87	\$ 265.346,83	\$ 38.495,03	14,51%
2012	\$ 2.923,93	\$ 33.536,15	\$ 22.369,04	\$ 265.346,83	\$ 39.816,68	15,01%
2013	\$ 2.923,93	\$ 33.536,15	\$ 35.875,97	\$ 265.346,83	\$ 42.160,33	15,89%
2014	\$ 2.923,93	\$ 33.536,15	\$ 57.713,52	\$ 265.346,83	\$ 46.594,49	17,56%
2015	\$ 2.923,93	\$ 33.536,15	\$ 93.000,21	\$ 265.346,83	\$ 56.134,37	21,16%

Elaborado por: Sonia Caizaluisa Morales

En el primer año de operaciones la empresa para no perder ni ganar, deberá alcanzar unas ventas totales de \$ 123344,31 dólares para el primer año, mientras que para el segundo y demás años se registra un incremento en el número de clientes reflejado en los ingresos y motivados por una mejor posición en el mercado.

Tabla N° 88: Punto de equilibrio total

Año	Costo Fijo	Gastos		Ventas Totales	Punto de Equilibrio	PE/ Ingresos
		Administrativos	Costo Variable			
2011	\$ 8.860,40	\$ 101.624,71	\$ 28.420,17	\$ 272.603,70	\$ 123.344,31	45,25%
2012	\$ 8.860,40	\$ 101.624,71	\$ 45.352,83	\$ 434.728,80	\$ 123.353,94	28,37%
2013	\$ 8.860,40	\$ 101.624,71	\$ 72.719,10	\$ 697.227,75	\$ 123.350,23	17,69%
2014	\$ 8.860,40	\$ 101.624,71	\$ 81.876,32	\$ 1.121.627,25	\$ 119.185,38	10,63%
2015	\$ 8.860,40	\$ 101.624,71	\$ 94.253,79	\$ 1.807.402,95	\$ 116.563,76	6,45%

Elaborado por: Sonia Caizaluisa Morales

Las cifras del proyecto no representan una amenaza para el proyecto, pues se encuentra muy alejada de la capacidad que la hostería tendrá para generar ingresos, que es de \$ 2170800 dólares anuales si se lo explota en un 100%. Además el punto de equilibrio se encuentra por debajo de los ingresos proyectados, lo cual demuestra un margen de rentabilidad.

5.4. Estados Financieros Proforma

5.4.1. Estado de Resultados

El Estado de resultados constituye un informe a través del cual se determina si la empresa registró utilidades o pérdidas durante un período determinado a continuación se presenta

el Estado de Pérdidas y Ganancias del proyecto para los próximos cinco años queda estructurado de la siguiente manera:

Tabla N° 89: Estado de resultados del proyecto

	2011	2012	2013	2014	2015
(+)Ingresos	\$ 272.603,70	\$ 434.728,80	\$ 697.227,75	\$ 1.121.627,25	\$ 1.807.402,95
(-)Costos Variables	\$ 42.505,66	\$ 67.784,97	\$ 108.715,05	\$ 174.889,44	\$ 281.818,83
(-) Costos Fijos	\$ 8.860,40	\$ 8.860,40	\$ 8.860,40	\$ 8.860,40	\$ 8.860,40
(-) Gastos de Administración y Ventas	\$ 101.624,71	\$ 101.624,71	\$ 101.624,71	\$ 101.624,71	\$ 101.624,71
(-)Depreciación	\$ 38.358,50	\$ 38.358,50	\$ 38.358,50	\$ 38.358,50	\$ 38.358,50
(-) Amortización Intangibles	\$ 1.600,00	\$ 1.600,00	\$ 1.600,00	\$ 1.600,00	\$ 1.600,00
Utilidad Bruta	\$ 79.654,43	\$ 216.500,22	\$ 438.069,09	\$ 796.294,20	\$ 1.375.140,51
(15%) Participación Trabajadores	\$ 11.948,16	\$ 32.475,03	\$ 65.710,36	\$ 119.444,13	\$ 206.271,08
(=) Utilidad antes de Impuestos	\$ 67.706,26	\$ 184.025,18	\$ 372.358,72	\$ 676.850,07	\$ 1.168.869,43
(25%) Impuesto Renta	\$ 16.926,57	\$ 46.006,30	\$ 93.089,68	\$ 169.212,52	\$ 292.217,36
Utilidad Neta	\$ 50.779,70	\$ 138.018,89	\$ 279.269,04	\$ 507.637,56	\$ 876.652,07

Elaborado por: Sonia Caizaluisa Morales

Tabla N° 90: Estado de resultados del inversionista

	2011	2012	2013	2014	2015
(+)Ingresos	\$ 272.603,70	\$ 434.728,80	\$ 697.227,75	\$ 1.121.627,25	\$ 1.807.402,95
(-)Costos Variables	\$ 42.505,66	\$ 67.784,97	\$ 108.715,05	\$ 174.889,44	\$ 281.818,83
(-) Costos Fijos	\$ 8.860,40	\$ 8.860,40	\$ 8.860,40	\$ 8.860,40	\$ 8.860,40
(-) Gastos de Administración y Ventas	\$ 101.624,71	\$ 101.624,71	\$ 101.624,71	\$ 101.624,71	\$ 101.624,71
(-)Depreciación	\$ 38.358,50	\$ 38.358,50	\$ 38.358,50	\$ 38.358,50	\$ 38.358,50
(-) Amortización Intangibles	\$ 1.600,00	\$ 1.600,00	\$ 1.600,00	\$ 1.600,00	\$ 1.600,00
(-) Interés del Préstamo	\$ 8.278,82	\$ 7.668,96	\$ 7.059,41	\$ 5.339,13	\$ 4.479,00
Utilidad Bruta	\$ 71.375,61	\$ 208.831,25	\$ 431.009,68	\$ 790.955,07	\$ 1.370.661,51
(15%) Participación Trabajadores	\$ 10.706,34	\$ 31.324,69	\$ 64.651,45	\$ 118.643,26	\$ 205.599,23
Utilidad antes de Impuestos	\$ 60.669,27	\$ 177.506,56	\$ 366.358,23	\$ 672.311,81	\$ 1.165.062,29
(25%) Impuesto Renta	\$ 15.167,32	\$ 44.376,64	\$ 91.589,56	\$ 168.077,95	\$ 291.265,57
Utilidad Neta	\$ 45.501,95	\$ 133.129,92	\$ 274.768,67	\$ 504.233,86	\$ 873.796,71

Elaborado por: Sonia Caizaluisa Morales

5.4.2. Estado de origen y aplicación de fondos

El estado de origen y aplicación de Fondos tiene la finalidad de establecer cómo se financiará el proyecto y en qué se utilizará este dinero en su ejecución. La siguiente tabla muestra la fuente de financiamiento y su aplicación:

Tabla N° 91: Estado de origen y aplicación de fondos

Inversiones	Fuentes		Total
	Recursos Propios	Crédito	
Infraestructura	\$ 24.865,94	\$ 201.188,06	\$ 226.054,00
Maquinaria y Equipo	\$ 2.638,05	\$ 21.344,19	\$ 23.982,24
Equipo de Computación	\$ 409,75	\$ 3.315,25	\$ 3.725,00
Materiales	\$ 2.472,98	\$ 20.008,67	\$ 22.481,65
Vehículo	\$ 5.500,00	\$ 44.500,00	\$ 50.000,00
Terreno	\$ 110.000,00	\$ -	\$ 110.000,00
Activos Diferidos	\$ 880,00	\$ 7.120,00	\$ 8.000,00
Capital de Trabajo		\$ 46.578,79	\$ 46.578,79
Total Fuentes y Usos	\$ 146.766,7	\$ 344.055,0	\$ 490.821,68

Elaborado por: Sonia Caizaluisa Morales

5.5. Flujo de Fondos

5.5.1. Del Proyecto

El flujo de fondos del proyecto permite un análisis detallado de la rentabilidad de la inversión considerando las entradas y salidas de dinero que el proyecto alcanzará durante su vida útil el mismo que será presentado en tres escenarios: moderado, pesimista y optimista. El cuadro se presenta a continuación:

Tabla N° 92: Flujo de fondos del proyecto escenario moderado (Método indirecto)

	2010	2011	2012	2013	2014	2015
(+)Ingresos		\$ 272.603,70	\$ 434.728,80	\$ 697.227,75	\$ 1.121.627,25	\$ 1.807.402,95
(-)Costos Variables		\$ 42.505,66	\$ 67.784,97	\$ 108.715,05	\$ 174.889,44	\$ 281.818,83
(-) Costos Fijos		\$ 8.860,40	\$ 8.860,40	\$ 8.860,40	\$ 8.860,40	\$ 8.860,40
(-) Gastos de Administración y Ventas		\$ 101.624,71	\$ 101.624,71	\$ 101.624,71	\$ 101.624,71	\$ 101.624,71
(-)Depreciación		\$ 38.358,50	\$ 38.358,50	\$ 38.358,50	\$ 38.358,50	\$ 38.358,50
(-) Amortización Intangibles		\$ 1.600,00	\$ 1.600,00	\$ 1.600,00	\$ 1.600,00	\$ 1.600,00
Utilidad Bruta		\$ 79.654,43	\$ 216.500,22	\$ 438.069,09	\$ 796.294,20	\$ 1.375.140,51
(15%) Participación Trabajadores		\$ 11.948,16	\$ 32.475,03	\$ 65.710,36	\$ 119.444,13	\$ 206.271,08
Utilidad antes de Impuestos		\$ 67.706,26	\$ 184.025,18	\$ 372.358,72	\$ 676.850,07	\$ 1.168.869,43
(25%) Impuesto Renta		\$ 16.926,57	\$ 46.006,30	\$ 93.089,68	\$ 169.212,52	\$ 292.217,36
Utilidad Neta		\$ 50.779,70	\$ 138.018,89	\$ 279.269,04	\$ 507.637,56	\$ 876.652,07
(+)Depreciación		\$ 38.358,50	\$ 38.358,50	\$ 38.358,50	\$ 38.358,50	\$ 38.358,50
(+)Amortización de Intangibles	\$ 8.000,00	\$ 1.600,00	\$ 1.600,00	\$ 1.600,00	\$ 1.600,00	\$ 1.600,00
(-) Inversión Inicial	\$ 436.242,89	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-)Reinversión		\$ -	\$ 2.349,65	\$ 1.830,00	\$ 5.944,65	\$ 6.242,00
(-) Inversión de Capital de Trabajo	\$ 46.578,79	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(+) Recuperación del Capital		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 46.578,79
Flujo de Actividad de Operación	\$ 490.821,68	\$ 90.738,20	\$ 175.627,74	\$ 317.397,54	\$ 541.651,41	\$ 956.947,36

Elaborado por: Sonia Caizaluisa Morales

Tabla N° 93: Flujo de fondos del proyecto escenario pesimista (Método indirecto)

	2010	2011	2012	2013	2014	2015
(+)Ingresos		\$ 109.010	\$ 173.914	\$ 278.882	\$ 448.610	\$ 722.952
(-)Costos Variables		\$ 16.997	\$ 27.117	\$ 69.949	\$ 180.435	\$ 112.726
(-) Costos Fijos		\$ 8.860,40	\$ 8.860,40	\$ 8.860,40	\$ 8.860,40	\$ 8.860,40
(-) Gastos de Administración y Ventas		\$ 101.624,71	\$ 101.624,71	\$ 101.624,71	\$ 101.624,71	\$ 101.624,71
(-)Depreciación		\$ 38.358,50	\$ 38.358,50	\$ 38.358,50	\$ 38.358,50	\$ 38.358,50
(-) Amortización Intangibles		\$ 1.600,00	\$ 1.600,00	\$ 1.600,00	\$ 1.600,00	\$ 1.600,00
Utilidad Bruta		\$ (58.430,93)	\$ (3.647,13)	\$ 58.489,04	\$ 117.732,29	\$ 459.782,46
(15%) Participación Trabajadores		\$ -	\$ -	\$ 8.773,36	\$ 17.659,84	\$ 68.967,37
Utilidad antes de Impuestos		\$ (58.430,93)	\$ (3.647,13)	\$ 49.715,68	\$ 100.072,45	\$ 390.815,09
(25%) Impuesto Renta		\$ -	\$ -	\$ 12.428,92	\$ 25.018,11	\$ 97.703,77
Utilidad Neta		\$ (58.430,93)	\$ (3.647,13)	\$ 37.286,76	\$ 75.054,33	\$ 293.111,32
(-)Depreciación		\$ 38.358,50	\$ 38.358,50	\$ 38.358,50	\$ 38.358,50	\$ 38.358,50
(-)Amortización de Intangibles	\$ 8.000,00	\$ 1.600,00	\$ 1.600,00	\$ 1.600,00	\$ 1.600,00	\$ 1.600,00
(-) Inversión Inicial	\$ 436.242,89	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-)Reinversión		\$ -	\$ 2.349,65	\$ 1.830,00	\$ 5.944,65	\$ 6.242,00
(-) Inversión de Capital de Trabajo	\$ 46.678,79	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(+) Recuperación del Capital		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 46.578,79
Flujo de Actividad de Operación	\$ 490.821,68	\$ (18.472,43)	\$ 33.961,72	\$ 75.415,26	\$ 109.068,18	\$ 373.406,61

Elaborado por: Sonia Caizaluisa Morales

Tabla N° 94: Flujo de fondos del proyecto escenario optimista (Método indirecto)

	2010	2011	2012	2013	2014	2015
(+)Ingresos		\$ 545.050,22	\$ 869.569,88	\$ 1.394.410,59	\$ 2.018.747,16	\$ 2.024.266,15
(-)Costos Variables		\$ 84.986,81	\$ 135.587,46	\$ 217.423,11	\$ 314.772,62	\$ 315.633,17
(-) Costos Fijos		\$ 8.860,40	\$ 8.860,40	\$ 8.860,40	\$ 8.860,40	\$ 8.860,40
(-) Gastos de Administración y Ventas		\$ 101.624,71	\$ 101.624,71	\$ 101.624,71	\$ 101.624,71	\$ 101.624,71
(-)Depreciación		\$ 38.358,50	\$ 38.358,50	\$ 38.358,50	\$ 38.358,50	\$ 38.358,50
(-) Amortización Intangibles		\$ 1.600,00	\$ 1.600,00	\$ 1.600,00	\$ 1.600,00	\$ 1.600,00
Utilidad Bruta		\$ 309.619,79	\$ 583.538,81	\$ 1.026.543,87	\$ 1.553.530,93	\$ 1.558.189,37
(15%) Participación Trabajadores		\$ 46.442,97	\$ 87.530,82	\$ 153.981,58	\$ 233.029,64	\$ 233.728,41
Utilidad antes de Impuestos		\$ 263.176,82	\$ 496.007,99	\$ 872.562,29	\$ 1.320.501,29	\$ 1.324.460,97
(25%) Impuesto Renta		\$ 65.794,21	\$ 124.002,00	\$ 218.140,57	\$ 330.125,32	\$ 331.115,24
Utilidad Neta		\$ 197.382,62	\$ 372.005,99	\$ 654.421,72	\$ 990.375,97	\$ 993.345,73
(-)Depreciación		\$ 38.358,50	\$ 38.358,50	\$ 38.358,50	\$ 38.358,50	\$ 38.358,50
(-)Amortización de Intangibles	\$ 8.000,00	\$ 1.600,00	\$ 1.600,00	\$ 1.600,00	\$ 1.600,00	\$ 1.600,00
(-) Inversión Inicial	\$ 436.242,89	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-)Reinversión		\$ -	\$ 2.349,65	\$ 1.830,00	\$ 5.944,65	\$ 6.242,00
(-) Inversión de Capital de Trabajo	\$ 46.678,79	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(+) Recuperación del Capital		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 46.578,79
Flujo de Actividad de Operación	\$ 490.821,68	\$ 237.341,12	\$ 409.614,84	\$ 692.550,22	\$ 1.024.389,82	\$ 1.073.641,02

Elaborado por: Sonia Caizaluisa Morales

5.5.2. Del inversionista

El flujo de fondos del Inversionista permite medir el impacto que alcanzará el apalancamiento de la deuda sobre la rentabilidad de la inversión el mismo que también se presenta dentro de los mismos escenarios presentados anteriormente: moderado, optimista y pesimista. La tabla de muestra a continuación:

Tabla N° 95: Flujo de fondos del inversionista escenario moderado (Método indirecto)

	2010	2011	2012	2013	2014	2015
(+) Ingresos		\$ 272.603,70	\$ 484.728,80	\$ 697.227,75	\$ 1.121.627,25	\$ 1.807.402,95
(-) Costos Variables		\$ 42.505,66	\$ 67.784,97	\$ 108.715,05	\$ 174.889,44	\$ 281.818,88
(-) Costos Fijos		\$ 8.860,40	\$ 8.860,40	\$ 8.860,40	\$ 8.860,40	\$ 8.860,40
(-) Gastos de Administración y Ventas		\$ 101.624,71	\$ 101.624,71	\$ 101.624,71	\$ 101.624,71	\$ 101.624,71
(-) Depreciación		\$ 38.358,50	\$ 38.358,50	\$ 38.358,50	\$ 38.358,50	\$ 38.358,50
(-) Amortización Intangibles		\$ 1.600,00	\$ 1.600,00	\$ 1.600,00	\$ 1.600,00	\$ 1.600,00
(-) Interés del Préstamo		\$ 8.278,82	\$ 7.668,96	\$ 7.059,41	\$ 5.339,13	\$ 4.479,00
Utilidad Bruta		\$ 71.375,61	\$ 208.831,25	\$ 431.009,68	\$ 790.955,07	\$ 1.370.661,51
(15%) Participación Trabajadores		\$ 10.706,34	\$ 31.324,69	\$ 64.631,45	\$ 118.643,26	\$ 205.599,25
Utilidad antes de Impuestos		\$ 60.669,27	\$ 177.506,56	\$ 366.358,23	\$ 672.311,81	\$ 1.165.062,29
(25%) Impuesto Renta		\$ 15.167,32	\$ 44.376,64	\$ 91.589,56	\$ 168.077,95	\$ 291.265,57
Utilidad Neta		\$ 45.501,95	\$ 133.129,92	\$ 274.768,67	\$ 504.233,86	\$ 873.796,71
(-) Amortización de la Deuda (Préstamo)	\$ 344.054,96	\$ 34.405,496	\$ 34.405,496	\$ 34.405,496	\$ 34.405,496	\$ 34.405,496
(+) Depreciación		\$ 38.358,50	\$ 38.358,50	\$ 38.358,50	\$ 38.358,50	\$ 38.358,50
(+) Amortización de Intangibles	\$ 8.000,00	\$ 1.600,00	\$ 1.600,00	\$ 1.600,00	\$ 1.600,00	\$ 1.600,00
(-) Inversión Inicial	\$ 436.242,89	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-) Reinversión		\$ -	\$ 2.349,82	\$ 1.830,00	\$ 5.844,82	\$ 6.242,00
(-) Inversión de Capital de Trabajo	\$ 46.578,79	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(+) Recuperación del Capital		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 46.578,79
Flujo de Actividad de Operación	\$ 146.766,72	\$ 51.054,95	\$ 136.333,28	\$ 278.491,67	\$ 503.842,21	\$ 919.686,51

Elaborado por: Sonia Caizaluisa Morales

Tabla N° 96: Flujo de fondos del inversionista escenario pesimista (Método indirecto)

	2010	2011	2012	2013	2014	2015
(+)Ingresos		\$ 109.010	\$ 173.914	\$ 278.882	\$ 448.610	\$ 722.952
(-)Costos Variables		\$ 16.997	\$ 27.117	\$ 69.949	\$ 180.435	\$ 112.726
(-) Costos Fijos		\$ 8.860,40	\$ 8.860,40	\$ 8.860,40	\$ 8.860,40	\$ 8.860,40
(-) Gastos de Administración y Ventas		\$ 101.624,71	\$ 101.624,71	\$ 101.624,71	\$ 101.624,71	\$ 101.624,71
(-)Depreciación		\$ 38.358,50	\$ 38.358,50	\$ 38.358,50	\$ 38.358,50	\$ 38.358,50
(-) Amortización Intangibles		\$ 1.600,00	\$ 1.600,00	\$ 1.600,00	\$ 1.600,00	\$ 1.600,00
(-) Interés del Préstamo		\$ 8.278,82	\$ 7.668,96	\$ 7.059,41	\$ 5.339,13	\$ 4.479,00
Utilidad Bruta		\$ (66.709,75)	\$ (11.316,09)	\$ 51.429,63	\$ 112.393,16	\$ 455.303,46
(15%) Participación Trabajadores		\$ -	\$ -	\$ 7.714,44	\$ 16.858,97	\$ 68.295,52
Utilidad antes de Impuestos		\$ -	\$ -	\$ 43.715,18	\$ 95.534,18	\$ 387.007,94
(25%) Impuesto Renta		\$ -	\$ -	\$ 10.928,80	\$ 23.883,55	\$ 96.751,99
Utilidad Neta		\$ (66.709,75)	\$ (11.316,09)	\$ 32.786,39	\$ 71.650,64	\$ 290.255,96
(-)Amortización de la Deuda (Préstamo)	\$ 344.054,96	\$ 34.405,496	\$ 34.405,496	\$ 34.405,496	\$ 34.405,496	\$ 34.405,496
(+)Depreciación		\$ 38.358,50	\$ 38.358,50	\$ 38.358,50	\$ 38.358,50	\$ 38.358,50
(-)Amortización de Intangibles	\$ 8.000,00	\$ 1.600,00	\$ 1.600,00	\$ 1.600,00	\$ 1.600,00	\$ 1.600,00
(-) Inversión Inicial	\$ 436.242,89	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-)Reinversión		\$ -	\$ 2.349,65	\$ 1.830,00	\$ 5.944,65	\$ 6.242,00
(-) Inversión de Capital de Trabajo	\$ 46.578,79	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(+) Recuperación del Capital		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 46.578,79
Flujo de Actividad de Operación	\$ 146.766,72	\$ (61.156,75)	\$ (8.112,74)	\$ 36.509,39	\$ 71.258,99	\$ 336.145,75

Elaborado por: Sonia Caizaluisa Morales

Tabla N° 97: Flujo de fondos del inversionista escenario optimista (Método indirecto)

	2010	2011	2012	2013	2014	2015
(+) Ingresos		\$ 545.030,22	\$ 869.569,88	\$ 1.394.410,59	\$ 2.018.747,16	\$ 2.024.266,15
(-) Costos Variables		\$ 84.984,81	\$ 135.587,46	\$ 217.423,11	\$ 314.772,62	\$ 315.633,17
(-) Costos Fijos		\$ 8.860,40	\$ 8.860,40	\$ 8.860,40	\$ 8.860,40	\$ 8.860,40
(-) Gastos de Administración y Ventas		\$ 101.624,71	\$ 101.624,71	\$ 101.624,71	\$ 101.624,71	\$ 101.624,71
(-) Depreciación		\$ 38.358,50	\$ 38.358,50	\$ 38.358,50	\$ 38.358,50	\$ 38.358,50
(-) Amortización Intangibles		\$ 1.600,00	\$ 1.600,00	\$ 1.600,00	\$ 1.600,00	\$ 1.600,00
(-) Interés del Préstamo		\$ 8.278,82	\$ 7.668,96	\$ 7.059,41	\$ 5.339,13	\$ 4.479,00
Utilidad Bruta		\$ 301.340,97	\$ 575.869,85	\$ 1.018.484,47	\$ 1.548.191,80	\$ 1.553.710,38
(15%) Participación Trabajadores		\$ 45.201,15	\$ 86.380,48	\$ 152.922,67	\$ 232.228,77	\$ 233.056,56
Utilidad antes de Impuestos		\$ 256.139,82	\$ 489.489,37	\$ 866.561,80	\$ 1.315.963,03	\$ 1.320.653,82
(25%) Impuesto Renta		\$ 64.034,96	\$ 122.372,34	\$ 216.640,45	\$ 328.990,76	\$ 330.163,46
Utilidad Neta		\$ 192.104,87	\$ 367.117,03	\$ 649.921,35	\$ 986.972,27	\$ 990.490,37
(-) Amortización de la Deuda (Préstamo)	\$ 34.054,96	\$ 34.405,496	\$ 34.405,496	\$ 34.405,496	\$ 34.405,496	\$ 34.405,496
(+) Depreciación (+) Amortización de Intangibles	\$ 8.000,00	\$ 1.600,00	\$ 1.600,00	\$ 1.600,00	\$ 1.600,00	\$ 1.600,00
(-) Inversión Inicial	\$ 436.242,89	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-) Reinversión	\$ -	\$ -	\$ 2.348,65	\$ 1.830,00	\$ 5.944,65	\$ 6.242,00
(-) Inversión de Capital de Trabajo (+) Recuperación del Capital	\$ 46.578,79	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Flujo de Actividad de Operación	\$ 146.766,72	\$ 197.657,87	\$ 370.320,38	\$ 653.844,35	\$ 986.530,63	\$ 1.036.380,16

Elaborado por: Sonia Caizaluisa Morales

Los diferentes flujos presentados en diferentes escenarios pueden ser el resultado de:

Escenario moderado: Permite mostrar un ingreso normal de visitantes los cuáles visitan la hostería ecológica motivados por la cercanía, precio y calidad en el servicio.

Escenario optimista: En este escenario debemos destacar que el ingreso de visitantes fue al 100% de la capacidad instalada motivado: por precio, alianzas con empresas privadas y públicas, plan de Marketing efectivo, mejoramiento constante en los paquetes ofrecidos.

Escenario Pesimista: En el caso de la hostería ecológica al no cumplir con los diferentes componentes del paquete, puede motivar la disminución de la demanda del servicio y esto incide directamente en el ingreso percibido por la hostería.

5.6. Evaluación Financiera

Una vez que se cuenta con la información detallada de los costos e inversión necesaria para poner en marcha el proyecto, es vital realizar una evaluación financiera, que permita tomar decisiones oportunas sobre los resultados que se desean obtener.

5.6.1. Determinación de las tasas de descuento

La tasa de descuento sirve para descontar los flujos futuros al valor actual neto de los mismos y representa la rentabilidad que se exige a la inversión por renunciar a usar de otra manera los recursos en otros proyectos con características similares.

5.6.1.1. Del Proyecto

La tasa de descuento del proyecto o costo de oportunidad es dejar de ganar por no haber invertido en otro proyecto alternativo que brinde iguales o similares ganancias. Para efectos del proyecto se utilizará una tasa de descuento del 10,87%, que es la rentabilidad que se obtiene por invertir en Bonos del Estado, y se agregado un 5% de tasa de riesgo.

5.6.1.2. De los inversionistas

El costo ponderado de capital o tasa de descuento del inversionista se refiere a la mínima ganancia que el inversionista espera obtener por arriesgar su capital en el presente proyecto y se refiere a un “promedio de los costos relativos a cada una de las fuentes de financiamiento que la empresa utiliza los que ponderan de acuerdo a la proporción de los costos dentro de la estructura de capital definida”. (NASSIR, 2004)

La determinación de la tasa de descuento se detalla de la siguiente manera:

Tabla N° 98: Costo promedio ponderado de capital

Detalle	Aportación	Tasa
Recursos Propios	30%	15,87%
Crédito	70%	10%

Elaborado por: Sonia Caizaluisa Morales

$$CPC = (\% \text{ Recursos Propios} * \text{Costo de Oportunidad}) + ((\% \text{ Crédito} * \text{tasa de interés} * 1 - 0,3625))$$

$$CPC = (0,30 * 0,1587) + ((0,7 * 0,1) * (1 - 0,3625))$$

$$CPC = 9,22\%$$

La tasa de descuento es del 9,22 % la misma que representa el rendimiento mínimo que se deberá obtener en el proyecto para cubrir la ganancia que el inversionista requiere y cumplir con el interés establecido por el crédito solicitado (\$ 344.054,96).

5.6.2. Criterios de Evaluación

5.6.2.1. Valor Actual Neto

“El valor actual neto plantea que el proyecto debe aceptarse si su valor es igual o superior a cero, donde el VAN, es la diferencia entre todos sus ingresos y egresos expresados en moneda actual” (NASSIR, 2004), por lo tanto es un valor que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros.

Para el cálculo del Valor Actual Neto del proyecto se utilizó la siguiente forma de cálculo:

$$Van_{(0,1587)} = -Inv.Inicial + \sum_{n=1}^t \frac{Flujos \text{ netos de fondos}}{(1 + i)^n}$$

Tabla N° 99: Valor actual neto del proyecto (Escenario moderado)

Años	Flujos Netos de Caja	VAN
0	\$ (490.821,68)	\$ (490.821,68)
1	\$ 90.738,20	\$ 78.310,35
2	\$ 175.627,74	\$ 130.813,06
3	\$ 317.397,54	\$ 204.028,36
4	\$ 541.651,41	\$ 300.494,03
5	\$ 956.947,36	\$ 458.176,71

VAN	\$ 681.000,83
------------	----------------------

Elaborado por: Sonia Caizaluisa Morales

El Van del proyecto es de \$ 681.000,83 dólares considerando un costo de oportunidad del 15,87%. Este resultado indica que el proyecto es rentable y se lo puede poner en marcha, en relación al escenario moderado.

Tabla N° 100: Valor Actual Neto del Proyecto (Escenario Pesimista)

Años	Flujos Netos de Caja	VAN
0	\$ (490.821,68)	\$ (490.821,68)
1	\$ -18472,43	\$ (15.942,37)
2	\$ 33.961,72	\$ 25.295,76
3	\$ 75.415,26	\$ 48.478,17
4	\$ 109.068,18	\$ 60.508,18
5	\$ 373.406,61	\$ 178.783,31

VAN	\$ (193.698,65)
------------	------------------------

Elaborado por: Sonia Caizaluisa Morales

En cuando al Van del proyecto en escenario pesimista tenemos \$193.698,65 con un costo de oportunidad 15,87% el proyecto no es viable, pues no permite cubrir la deuda.

Tabla N° 101: Valor actual neto del proyecto (Escenario optimista)

Años	Flujos Netos de Caja	VAN
0	\$ (490.821,68)	\$ (490.821,68)
1	\$ 237.341,12	\$ 204.833,97
2	\$ 409.614,84	\$ 305.094,00
3	\$ 692.550,22	\$ 445.182,67
4	\$ 1.024.389,82	\$ 568.304,67
5	\$ 1.073.641,02	\$ 514.048,46
VAN		\$ 1.546.642,09

Elaborado por: Sonia Caizaluisa Morales

En cuanto al último escenario optimista del proyecto se observa que el Van es positivo en \$ 1'546.642,09 con el costo de oportunidad del 15,87%, el proyecto sigue siendo viable.

Tabla N° 102: Valor actual neto del inversionista (Escenario optimista)

Años	Flujos Netos de Caja	VAN
0	\$ (146.766,72)	\$ (146.766,72)
1	\$ 197.657,87	\$ 180.972,23
2	\$ 370.320,38	\$ 310.436,85
3	\$ 653.644,35	\$ 501.689,48
4	\$ 986.580,63	\$ 693.304,30
5	\$ 1.036.380,16	\$ 666.819,40
VAN		\$ 2.206.455,55

Elaborado por: Sonia Caizaluisa Morales

En cuanto al valor actual neto del inversionista escenario optimista con una tasa de descuento del 9,22% este representa viable el proyecto obteniendo un Van de \$ 2'206.455,55 dólares.

Tabla N° 103: Valor actual neto del inversionista (Escenario pesimista)

Años	Flujos Netos de Caja	VAN
0	\$ (146.766,72)	\$ (146.766,72)
1	-61156,7	\$ (55.994,09)
2	-8112,7	\$ (6.800,85)
3	\$ 36.509,39	\$ 28.021,93
4	\$ 71.258,99	\$ 50.076,16
5	\$ 336.145,75	\$ 216.280,20
VAN		\$ 84.816,63

Elaborado por: Sonia Caizaluisa Morales

De acuerdo con el escenario pesimista del inversionista este obtendría un valor actual neto de \$ 84.816,63 dólares con un costo ponderado de capital del 9,22%, podemos ver que se genera una pérdida y por lo tanto el proyecto no es viable.

Tabla N° 104: Valor actual neto del inversionista (Escenario moderado)

Años	Flujos Netos de Caja	VAN
0	\$ (146.766,72)	\$ (146.766,72)
1	\$ 51.054,95	\$ 46.745,06
2	\$ 136.333,28	\$ 114.287,18
3	\$ 278.491,67	\$ 213.749,79
4	\$ 503.842,21	\$ 354.067,33
5	\$ 919.686,51	\$ 591.737,31
VAN		\$ 1.173.819,96

Elaborado por: Sonia Caizaluisa Morales

En el valor actual neto del inversionista con escenario moderado se tomó en cuenta el financiamiento que el proyecto requiere y se obtuvo un resultado positivo de \$ 1'173 819,96 dólares con una tasa de descuento del 9,22%, lo que indica, que el proyecto viable y una vez cubierta la deuda, se obtiene una rentabilidad a partir del primer año de operaciones.

5.6.2.2 Tasa Interna de Retorno

La tasa interna de retorno es un indicador financiero que expresa el beneficio neto que representa una inversión en función de un porcentaje anual, esta permite igualar el valor actual de los beneficios y costos, en consecuencia, el resultado del valor actual neto es cero. Si esta tasa sobrepasa el valor de la tasa de descuento del proyecto, se permitirá la inversión, o caso contrario se la rechazará”

$$Van_{(t)} = -Inv.Inicial + \sum_{n=1}^t \frac{FNF_n}{1 + Tir} = 0$$

Tabla N° 105: Tasa interna de retorno del proyecto (Escenario moderado)

Años	Flujos Netos de Caja	Tir
0	-490821,68	48%
1	90738,20	
2	175627,74	
3	317397,54	
4	541651,41	
5	956947,36	

Elaborado por: Sonia Caizaluisa Morales

Tabla N° 106: Tasa interna de retorno del inversionista (Escenario moderado)

Años	Flujos Netos de Caja	Tir
0	-146766,72	104%
1	51054,95	
2	136333,28	
3	278491,67	
4	503842,21	
5	919686,51	

Elaborado por: Sonia Caizaluisa Morales

Tabla N° 107: Tasa interna de retorno del proyecto (Escenario optimista)

Años	Flujos Netos de Caja	Tir
0	-490821,68	86%
1	237341,118	
2	409614,841	
3	692550,219	
4	1024389,82	
5	1073641,02	

Elaborado por: Sonia Caizaluisa Morales

Tabla N° 108: Tasa interna de retorno del inversionista (Escenario optimista)

Años	Flujos Netos de Caja	Tir
0	-146766,72	201%
1	197657,87	
2	370320,38	
3	653644,35	
4	986580,63	
5	1036380,16	

Elaborado por: Sonia Caizaluisa Morale

Tabla N° 109: Tasa interna de retorno del proyecto (Escenario pesimista)

Años	Flujos Netos de Caja	Tir
0	-490821,68	4%
1	-18472,43	
2	33961,72	
3	75415,26	
4	109068,18	
5	373406,61	

Elaborado por: Sonia Caizaluisa Morales

Tabla N° 110: Tasa interna de retorno del inversionista (Escenario pesimista)

Años	Flujos Netos de Caja	Tir
0	-146766,72	18%
1	-61156,75	
2	-8112,74	
3	36509,39	
4	71258,99	
5	336145,75	

Elaborado por: Sonia Caizaluisa Morales

La TIR del proyecto se ha definido para tres escenarios posibles, obteniendo en el escenario moderado una TIR del 48% para el proyecto y un 104% para el inversionista, son tasas positivas y mayores que las tasas de descuento respectivas, por lo tanto, el proyecto es viable y sobre todo rentable, mientras que el escenario optimista la TIR es del 86% para el proyecto y un 201% para el inversionista, determinando así que el proyecto es viable y rentable, por último tenemos el escenario pesimista en el cual se obtiene una TIR del 4% para el proyecto y 18% para el inversionista, en cuanto el proyecto la TIR obtenida es menor a la tasa de descuento y para el inversionista es mayor a dicha tasa, por lo tanto, bajo este último supuesto el proyecto no es viable ni rentable por ser menor a la tasa de descuento.

5.6.2.3 Período de recuperación de la inversión

A través del análisis de este criterio se determina” el número de períodos que se requieren para recuperar la inversión inicial y el resultado debe compararse con el número de períodos aceptable por la empresa” (NASSIR, 2004). A continuación se presentan los períodos de recuperación tanto para el proyecto como el inversionista:

Tabla N° 111: Período de recuperación del proyecto

AÑOS	FNC	Van	Recuperación de la Inversión
0	\$ (490.821,68)	\$ (490.821,68)	\$ (490.821,68)
1	\$ 90.738,20	\$ 78.310,35	\$ (412.511,33)
2	\$ 175.627,74	\$ 130.813,06	\$ (281.698,27)
3	\$ 317.397,54	\$ 204.028,36	\$ (77.669,92)
enero		\$ 25.041,17	\$ (52.628,75)
febrero		\$ 25.041,17	\$ (27.587,58)
marzo		\$ 25.041,17	\$ (2.546,41)
abril		\$ 25.041,17	\$ 22.494,76
Recuperación		Años	3
		Meses	4

Elaborado por: Sonia Caizaluisa Morales

Al tercer año y cuatro meses se recuperar el 100% de la inversión. En consecuencia , la recuperación del capital total invertido, mientras que para el inversionista su período de recuperación es al año y diez meses tal como se muestra en la tabla N° 111.

Tabla N° 112: Período de recuperación del inversionista

AÑOS	FNC	Van	Recuperación de la Inversión
0	\$ (146.766,72)	\$ (146.766,72)	\$ (146.766,72)
1	\$ 51.054,95	\$ 46.745,06	\$ (100.021,66)
enero		\$ 9.423,51	\$ (90.598,15)
febrero		\$ 9.423,51	\$ (81.174,64)
marzo		\$ 9.423,51	\$ (71.751,13)
abril		\$ 9.423,51	\$ (62.327,62)
mayo		\$ 9.423,51	\$ (52.904,11)
junio		\$ 9.423,51	\$ (43.480,60)
julio		\$ 9.423,51	\$ (34.057,09)
agosto		\$ 9.423,51	\$ (24.633,58)
septiembre		\$ 9.423,51	\$ (15.210,07)
octubre		\$ 9.423,51	\$ (5.786,56)
noviembre		\$ 9.423,51	\$ 3.636,95
diciembre		\$ 9.423,51	\$ 13.060,46
Recuperación		Años	1
		Meses	10

Elaborado por: Sonia Caizaluisa Morales

5.6.2.4 Relación Beneficio/Costo

Este indicador permite saber qué valor o beneficio se va a recibir por cada dólar que se invierta. Se calcula mediante la fórmula:

$$RBC = \frac{\sum_{t=1}^n \frac{Y_t}{(1+i)^t}}{\sum_{t=0}^n \frac{E_t}{(1+i)^t}}$$

Donde:

Y= Ingresos

E= Egresos (Incluída la Inversión Inicial)

A continuación se muestran los ingresos y los egresos traídos a valor presente del proyecto y del inversionista, para posteriormente calcular el Beneficio / Costo de los mismos:

Tabla N° 113: Valor presente de ingresos y egresos del proyecto (Escenario moderado)

Años	(+)Ingresos	Años	(-)Egresos
0	\$ -	0	\$ 490.821,68
1	\$ 272.603,70	1	\$ 181.865,50
2	\$ 434.728,80	2	\$ 259.101,06
3	\$ 697.227,75	3	\$ 379.830,21
4	\$ 1.121.627,25	4	\$ 579.975,84
5	\$ 1.807.402,95	5	\$ 897.034,38
Van	\$ 2.494.871,68	Van	\$ 1.836.172,31

Relación Beneficio/Costo	Ingresos/Egresos
Relación Beneficio/Costo	1,36

Elaborado por: Sonia Caizaluisa Morales

Tabla N° 114: Valor presente de ingresos y egresos del inversionista (Escenario moderado)

Años	(+)Ingresos Totales	Beneficio	(-) Egresos Totales	Costo
0	\$ -	\$ -	\$ 146.766,72	\$ 146.766,72
1	\$ 272.603,70	\$ 249.591,38	\$ 178.864,43	\$ 163.765,27
2	\$ 434.728,80	\$ 364.429,96	\$ 256.321,06	\$ 214.872,06
3	\$ 697.227,75	\$ 535.140,90	\$ 377.271,17	\$ 289.565,69
4	\$ 1.121.627,25	\$ 788.206,23	\$ 578.040,41	\$ 406.208,97
5	\$ 1.807.402,95	\$ 1.162.904,70	\$ 895.410,74	\$ 576.117,99
Total	\$ 4.333.590,45	\$ 3.100.273,16	\$ 2.432.674,53	\$ 1.797.296,71

Relación Beneficio/Costo	1,72
--------------------------	------

Elaborado por: Sonia Caizaluisa Morales

La relación beneficio/costo debe ser mayor a uno. En el caso del proyecto en el escenario moderado se obtiene un B/C de 1,36; lo que indica que por cada dólar invertido se obtendrá \$0,36 de dólar de rentabilidad, mientras que el inversionista obtiene un beneficio/costo de 1,72; es decir, que por cada dólar invertido obtendrá una rentabilidad de \$ 0,72 de dólar.

Tabla N° 115: Valor presente de ingresos y egresos del proyecto (Escenario pesimista)

Años	(+)Ingresos Totales	Beneficio	(-) Egresos Totales	Costo
0	\$ -	\$ -	\$ 490.821,68	\$ 490.821,68
1	\$ 109.010,04	\$ 94.079,61	\$ 127.482,47	\$ 110.021,98
2	\$ 173.913,98	\$ 129.536,59	\$ 139.952,25	\$ 104.240,83
3	\$ 278.882,12	\$ 179.270,01	\$ 203.466,86	\$ 130.791,84
4	\$ 448.610,48	\$ 248.877,36	\$ 339.542,30	\$ 188.369,18
5	\$ 722.952,20	\$ 346.142,20	\$ 396.124,38	\$ 189.660,35
Total	\$ 1.733.368,82	\$ 997.905,77	\$ 1.697.389,94	\$ 1.213.905,87

Relación Beneficio/Costo	0,82
---------------------------------	-------------

Elaborado por: Sonia Caizaluisa Morales

Tabla N° 116: Valor presente de ingresos y egresos del inversionista (Escenario pesimista)

Años	(+)Ingresos Totales	Beneficio	(-) Egresos Totales	Costo
0	\$ -	\$ -	\$ 146.766,72	\$ 146.766,72
1	\$ 109.010,04	\$ 99.807,77	\$ 151.664,76	\$ 138.861,71
2	\$ 173.913,98	\$ 145.790,81	\$ 144.054,33	\$ 120.759,69
3	\$ 278.882,12	\$ 214.049,47	\$ 200.907,82	\$ 154.202,11
4	\$ 448.610,48	\$ 315.254,09	\$ 337.606,86	\$ 237.248,01
5	\$ 722.952,20	\$ 465.156,10	\$ 394.500,75	\$ 253.826,51
Total	\$ 1.733.368,82	\$ 1.240.058,23	\$ 1.375.501,24	\$ 1.051.664,74

Relación Beneficio/Costo	1,18
---------------------------------	-------------

Elaborado por: Sonia Caizaluisa Morales

En cuanto a la relación beneficio/costo del proyecto en el escenario pesimista se obtiene un B/C de 0,82; por lo tanto, el proyecto no representa ninguna rentabilidad en el plazo estimado, y se descartaría su puesta en marcha, mientras que el inversionista obtiene un beneficio/costo de 1,18; es decir, que por cada dólar invertido obtendrá una rentabilidad de \$ 0,18 de dólar.

Tabla N° 117: Valor presente de ingresos y egresos del proyecto (Escenario optimista)

Años	(+)Ingresos Totales	Beneficio	(-) Egresos Totales	Costo
0	\$ -	\$ -	\$ 490.821,68	\$ 490.821,68
1	\$ 545.050,22	\$ 470.398,05	\$ 304.708,02	\$ 262.974,04
2	\$ 869.569,88	\$ 647.682,96	\$ 459.955,03	\$ 342.588,96
3	\$ 1.394.410,59	\$ 896.350,06	\$ 701.860,37	\$ 451.167,39
4	\$ 2.018.747,16	\$ 1.119.948,11	\$ 994.357,35	\$ 551.643,44
5	\$ 2.024.266,15	\$ 969.198,16	\$ 997.203,93	\$ 477.451,15
Total	\$ 6.852.044,00	\$ 4.103.577,33	\$ 3.948.906,38	\$ 2.576.646,66

Relación Beneficio/Costo	1,59
---------------------------------	-------------

Elaborado por: Sonia Caizaluisa Morales

Tabla N° 118: Valor presente de ingresos y egresos del inversionista (Escenario optimista)

Años	(+)Ingresos Totales	Beneficio	(-) Egresos Totales	Costo
0	\$ -	\$ -	\$ 146.766,72	\$ 146.766,72
1	\$ 545.050,22	\$ 499.038,83	\$ 304.708,02	\$ 278.985,56
2	\$ 869.569,88	\$ 728.954,03	\$ 457.175,03	\$ 383.246,47
3	\$ 1.394.410,59	\$ 1.070.247,34	\$ 699.301,34	\$ 536.732,44
4	\$ 2.018.747,16	\$ 1.418.643,40	\$ 992.421,91	\$ 697.409,17
5	\$ 2.024.266,15	\$ 1.302.437,08	\$ 995.580,29	\$ 640.568,28
Total	\$ 6.852.044,00	\$ 5.019.320,68	\$ 3.595.953,32	\$ 2.683.708,63

Relación Beneficio/Costo	1,87
---------------------------------	-------------

Elaborado por: Sonia Caizaluisa Morales

Por último la relación beneficio/costo del proyecto en el escenario optimista se obtiene 1,59; por lo tanto, la inversión de un dólar en el proyecto representa \$ 0,59 dólares de rentabilidad en el plazo estimado, mientras que el inversionista obtiene un beneficio/costo de 1,87; es decir, que por cada dólar invertido obtendrá una rentabilidad de \$ 0,87 de dólar.

5.6.3 Análisis de Sensibilidad

El análisis de sensibilidad consiste en establecer escenarios críticos para el proyecto, con la finalidad de medir su vulnerabilidad y respuesta ante cambios en el mercado.

Dentro del presente proyecto se analizaron cambios en el precio bajando los mismos en un 5%, y aumentando un 5% en los costos variables.

Tabla N° 119: Análisis de sensibilidad del proyecto

Detalle	Van	Tir
Proyecto	\$ 681.000,83	48%
Precio de Venta y Costos Variables (- 5%)	<u>\$ 864.487,75</u>	<u>44%</u>

Elaborado por: Sonia Caizaluisa Morales

Tabla N° 120: Análisis de sensibilidad del inversionista

Detalle	Van	Tir
Proyecto	\$ 1.173.819,96	104%
Precio de Venta y Costos Variables (- 5%)	<u>\$ 1.058.863,94</u>	<u>96%</u>

Elaborado por: Sonia Caizaluisa Morales

De las variables analizadas se puede observar que ante una disminución del 5% en el precio de cada paquete y el aumento del 5% en los costos variables, el VAN y el TIR sufren un decremento en cuanto al proyecto en un 4% y el inversionista un 8%, a pesar de que estos decrementos no significan una amenaza para el proyecto, porque en los dos casos estudiados, estos superan la tasa de descuento establecidas (15,87% para el proyecto y 9,22% para el inversionista), por lo tanto, estos cambios no afectarán en gran medida a la rentabilidad del proyecto. Es necesario tener en cuenta esta vulnerabilidad del proyecto encontrada y establecer estrategias que permitan controlar un incremento en los costos variables, además estos posibles cambios en el mercado ayudan en la toma de decisiones con posibles proveedores de la hostería en un futuro.

CAPITULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. Conclusiones

- El entorno en el que se desenvuelve el ecoturismo en el Ecuador ha tenido un crecimiento lento, debido a la carencia de políticas que fomenten a este sector, en la actualidad la política turística Plandetur 2020, tiene como objetivo fomentar el desarrollo sostenible de la población que se proyecta como destino turístico, con ayuda de las empresas sean públicas, privadas o de economía mixta, a través de créditos, beneficios tributarios y promociones turísticas dentro y fuera del Ecuador, con el fin de apoyar nuevos proyectos turísticos.
- La investigación de campo permite concluir que el 25,31% de las personas encuestadas visitan la provincia de Napo por motivos de turismo, el servicio de la hostería ecológica se dirige principalmente a personas de edades comprendidas entre los 20 y 59 años de edad, para el turista nacional con un nivel de ingresos medios altos y altos, mientras que para el turista extranjero la edad promedio se encuentra entre los 25 a 60 años 60.9% que visita esta zona y que generalmente gusta viajar acompañado por amigos y familia.
- En cuanto a la comercialización del servicio este se lo realizará por medio de un punto de venta propio ubicado en la ciudad de Quito y por medio de operadores nacionales los mismos que podrán ofrecer nuestros paquetes, la estrategia de precios a utilizarse será precio de prestigio, es decir, un precio alto que sea determinado por la calidad en los servicio, y se dirige principalmente a personas con capacidad económica para adquirir y su diferenciación se percibirá en el cuidado y respeto a la naturaleza con el compromiso de seguirla manteniendo en el largo plazo.
- Los resultados de las encuestas y entrevistas realizadas en la investigación de mercado nos dio como resultados que el medio de comunicación preferido por

los encuestados son la página web 70% para buscar viajes y nuevos destinos turístico, por lo tanto, en el caso de la página web y correo electrónico se debe crear un propio sitio web para que la hostería se de a conocer en el mercado; dentro de las estrategias de promoción a utilizarse se otorgará un 5% de descuento a grupos de turistas de más de 20 personas con el fin de que nuestras instalaciones sean ocupadas el mayor tiempo posible. Dentro del servicio se va a contratar guías especializados, con el fin de contar con toda la información que se requiera para que la atención al cliente sea completa.

- En cuanto a los factores por lo cuáles la hostería se ubicaría en la parroquia Gonzalo Díaz de Pineda para ganar presencia en el mercado del turismo sostenible es la tiempo entre el mercado meta, que es la ciudad de Quito y la ubicación de la hostería que es de 2 horas y media, los paisajes, sitios culturales y el compromiso con el cuidado del medio ambiente que es factor preponderante dentro del proyecto.
- En cuanto a la organización de la hostería esta funcionará como una sociedad anónima, y cumplirá con todos los requisitos legales y jurídicos exigidos para su funcionamiento dentro del mercado turístico.
- Las inversiones totales requeridas para la puesta en marcha del proyecto es de \$ 490821,68 dólares de los cuáles \$ 436242,89 dólares corresponden a los activos fijos, \$ 8000 a activos intangibles y \$ 46578,79 constituyen a la inversión de capital de trabajo. De los cuáles el 30% será financiado con recursos propios a través de aportes del socio en los que se incluye el terreno y el 70% con un crédito en la Corporación Financiera Nacional.
- Los criterios de evaluación aplicados al flujo de fondos del proyecto se presentaron en tres escenarios: escenario moderado obteniendo un VAN de \$681.000,83; una TIR de 48% y una ganancia \$0,36 dólar por cada dólar invertido en el proyecto; para el escenario optimista se obtuvo un VAN de \$1'546.642,09 dólares, una TIR de 86% y una ganancia de \$0,59 por cada dólar invertido en el proyecto y en el escenario pesimista se obtuvo un VAN de \$ (193.698,65), y una TIR 4% y se registra una pérdida de \$0,18 por cada dólar

invertido. En consecuencia el proyecto en los escenarios moderado y optimista son rentables y viables con un período de recuperación aproximado de 3 años 4 meses, mientras que, para el escenario pesimista el proyecto no es viable ni rentable por generar pérdidas en la inversión.

- De igual forma se cumplió con los mismos criterios de evaluación aplicados al flujo de fondos del inversionista proyectados en los diferentes escenarios: escenario moderado obteniendo un VAN de \$ 1'173.819,96; una TIR de 104% y por cada dólar invertido obtendrá \$0,72 dólar adicionales. En el escenario optimista el inversionista obtiene un VAN de \$ 2'206.455,55; una TIR de 201% y por cada dólar invertido obtendrá \$0,87 de dólar adicionales. Mientras que en el escenario pesimista se obtiene un VAN de \$84.816,63 dólares, una TIR de 18% y recibe \$0,18 de dólar por su inversión, en este caso a pesar de existir una rentabilidad el proyecto no representaría con el paso del tiempo una buena inversión debido a sus bajas ganancias, porque, en el mejor de los casos en este escenario cubriría costos y gastos que se generasen. En consecuencia el proyecto es rentable y viable en los escenarios moderado y optimista con un período de recuperación de la inversión aproximado a 1 año y 10 meses.
- Después de realizar el análisis de sensibilidad tomando en consideración las variables de precios y costos variables se concluye que el proyecto es sensible ante un aumento en los costos variables y una disminución en los precios, la hostería deberá definir estrategias y desarrollar acciones para afrontar en un momento dado estas situaciones que se pueden presentar en el sector turístico.
- Finalmente, bajo las condiciones establecidas se concluye que el proyecto de la hostería ecológica ubicada en la parroquia Gonzalo Díaz de Pineda, parroquia El Chaco, provincia de Napo es viable, debido a la existencia de la demanda del servicio, de recursos para su implementación y por la rentabilidad que generará en sus primeros cinco años de vida y la generación un mejor nivel de vida para sus pobladores.

6.2. Recomendaciones

- Las políticas adoptadas por el Ecuador en el Turismo Ecológico sean de largo plazo y existan indicadores turísticos actuales en la página web del Ministerio de Turismo del Ecuador.
- Desarrollar un plan de marketing, a través del cual se den a conocer el servicio, sus beneficios, sus características, logrando captar la atención y preferencia del cliente.
- Disminuir la capacidad improductiva de las instalaciones del proyecto, para incrementar su rentabilidad y eficiencia, implementando una tarifa diferencial en los días fuera de temporada y creando nuevos paquetes y actividades complementarias, como: la creación de paquetes para niños, luna de miel para esposos, entre otros, que permitan ampliar la gama de servicios y paquetes que se ofrecen.
- Una vez que la hostería cumpla con el aspecto jurídico y legal para su funcionamiento, la hostería debería buscar certificaciones turísticas a nivel nacional e internacional para su reconocimiento en el mercado.
- Crear acciones preventivas que permitan a la administración de la hostería estar preparado ante los posibles cambios en el mercado, especialmente ante una disminución de la demanda, una alternativa sería crear nuevos proyectos turísticos asociados con hospitales, ya que, la salud en países como Estados Unidos genera un gasto de \$ 3400 dólares por paciente, en países como Costa Rica o Ecuador se encuentra alrededor de \$2500 un paciente podría ahorrar entre \$ 900 y \$1000, por lo tanto, este mercado generaría nuevas fuentes de trabajo y mayor dinamización en la economía de un país.

ANEXOS

ANEXO A

FORMATO DE LA ENCUESTA

ENCUESTA

La presente encuesta tiene como objetivo conocer la aceptación de una hostería ecológica por creación en la parroquia Gonzalo Díaz de Pineda, catón El Chaco, Provincia de Napo.

INSTRUCCIONES:

1. Responda con sinceridad las siguientes preguntas que se plantean a continuación
2. Marque con una X en la pregunta escogida y en las preguntas de opción múltiple (sola una).
3. Los datos son de absoluta reserva y objeto de un estudio.

1. Sexo:		
Género: F <input type="checkbox"/> M <input type="checkbox"/>		
2. Edad:		
1) 15 a 19 años <input type="checkbox"/>	2) 20 a 29 años <input type="checkbox"/>	3) 30 a 39 años <input type="checkbox"/>
4) 40 a 49 años <input type="checkbox"/>	5) 50 a 59 años <input type="checkbox"/>	6) 60 años y más <input type="checkbox"/>
3. Estado Civil:		
1) Soltero/a <input type="checkbox"/>	2) Casado/a <input type="checkbox"/>	3) Viudo/a <input type="checkbox"/>
4) Unión libre <input type="checkbox"/>	5) Divorciado <input type="checkbox"/>	
4. Lugar de procedencia: _____		
5. Ocupación: _____		
6. Educación:		
1) Primaria <input type="checkbox"/>	2) Secundaria <input type="checkbox"/>	3) Superior <input type="checkbox"/>
4) Postgrado <input type="checkbox"/>		
7. Trabaja en:		
1) Empleado privado <input type="checkbox"/>	2) Empleado público <input type="checkbox"/>	3) Empresario Independiente <input type="checkbox"/>
8. Ingresos familiares:		
1) \$500 a \$999 <input type="checkbox"/>	2) \$1000 a \$ 1499 <input type="checkbox"/>	3) \$1500 a \$1999 <input type="checkbox"/>
4) Más de \$2000 <input type="checkbox"/>		
9. ¿Realiza paseos a la provincia de Napo?		
Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>		
9.1 Si respondió no enumere del 1 al 3 en orden de importancia (1 el más importante y 3 el menos importante)		
1. Falta de presupuesto <input type="checkbox"/>		
2. Disponibilidad de tiempo <input type="checkbox"/>		
3. No le gusta <input type="checkbox"/>		
4. _____		
9.2 Si respondió afirmativamente, ¿Con qué frecuencia lo hace? (Marque solo una)		
1) Semanalmente <input type="checkbox"/>	2) Quincenalmente <input type="checkbox"/>	3) Mensualmente <input type="checkbox"/>
4) Trimestralmente <input type="checkbox"/>	5) Semestralmente <input type="checkbox"/>	6) Anualmente <input type="checkbox"/>
7) Otros (especifique) _____		
10. ¿Cuándo viaja lo hace? (Escoja una opción)		
1. Sólo <input type="checkbox"/>		
2. Amigos <input type="checkbox"/>		
3. Familia <input type="checkbox"/>		
11. ¿Qué región es de su preferencia para realizar sus viajes de vacaciones? (Marque sólo una)		
1) Costa <input type="checkbox"/>	2) Sierra <input type="checkbox"/>	3) Oriente <input type="checkbox"/>
4) Galápagos <input type="checkbox"/>		

12. De la lista de lugares que se presenta a continuación cuál es de su mayor interés, por favor enumere del 1 al 5 en orden de importancia. (1 la más importante y 5 el menos importante).

- 1. Tena
- 2. Misahuallí
- 3. El Chaco
- 4. Quijos
- 5. Puyo

13. Indique ¿Porqué seleccionó el lugar con mayor importancia? (Enumere del 1 al 5, en orden de importancia; 1 la más importante y 5 el menos importante).

- 1. Cercanía
- 2. Infraestructura hotelera
- 3. Costos
- 4. Atractivos turísticos
- 5. Costumbre

14. ¿Cómo evaluaría usted las siguientes características de una hostería ecológica ubicada en la selva?

Características	Muy importante	Algo importante	Poco importante	No lo necesito
Agroturismo				
Alojamiento				
Baño privado				
Birdwatching				
Cafetería- Restaurante				
Convivencia con comunidades				
Charlas ecológicas				
Deportes extremos				
Energía solar				
Expediciones a la selva				
Infraestructura típica de la zona				
Limpieza				
Museos naturales				

Parqueadero				
Piscina				
Precio económico				
Proyectos de conservación				
Rutas ecológicas				
Servicio a la habitación				
Servicio de internet				
Servicio de Lavandería y planchado				
Spa				
Televisión				
Terapias de Relajación				
Tranquilidad				

15. ¿Usted para planificar un viaje busca? (Escoja una sola opción)

- 1. Operadores de turismo
- 2. Agencias de viaje
- 3. Por referencias
- 4. Personalmente

16. ¿Para realizar el pago de un viaje usted utiliza? (Escoja una opción)

- 1. Dinero en efectivo
- 2. Tarjeta de crédito
- 3. Cheque

17. ¿Motivos por los que viaja? (Escoja una opción)

- 1. Trabajo
- 2. Diversión
- 3. Estudios

18. ¿Ha visitado la parroquia Gonzalo Díaz de Pineda, ubicada en el cantón El Chaco?

- Si No

19. Si respondió afirmativamente, considera usted que este lugar presenta condiciones favorables para desarrollar actividad turística.

Si No No conozco

20. ¿Qué medios de comunicación prefiere para conocer sobre los servicios que prestaría la Hostería ecológica? (Escoja máximo dos opciones)

1. Correo electrónico
2. Pagina web
3. Periódicos
4. Revistas especializadas
5. Televisión
6. Amigos
7. Agencias de turismo
8. Otros (especifique)_____

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

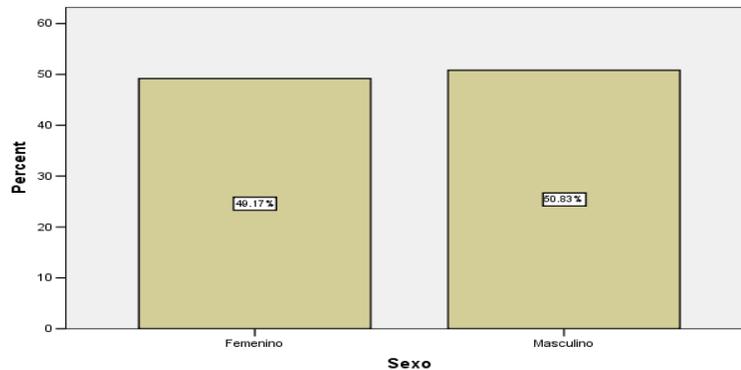
ANEXO B
ANÁLISIS DE RESULTADOS
ANÁLISIS DE FRECUENCIAS

Las características de las personas encuestadas en la ciudad de Quito son las siguientes:

Tabla B1
Pregunta 1: Sexo

Sexo					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Femenino	119	49,2	49,2	49,2
	Masculino	123	50,8	50,8	100,0
	Total	242	100,0	100,0	

Gráfico B1: Sexo del encuestado

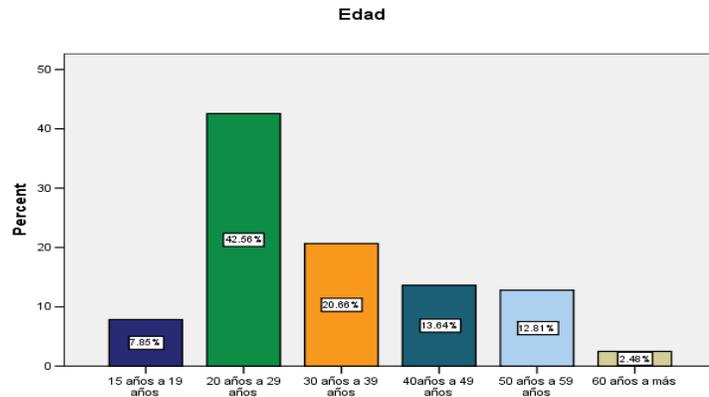


La investigación de mercado muestra que el 49,2% de los 242 encuestados representan al género femenino, mientras que el 50,8% corresponde al género masculino.

Tabla B2: Pregunta 2 Edad del encuestado

Edad					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	15 años a 19 años	19	7,9	7,9	7,9
	20 años a 29 años	103	42,6	42,6	50,4
	30 años a 39 años	50	20,7	20,7	71,1
	40 años a 49 años	33	13,6	13,6	84,7
	50 años a 59 años	31	12,8	12,8	97,5
	60 años a más	6	2,5	2,5	100,0
	Total	242	100,0	100,0	

Gráfico B2: Pregunta 2 Edad

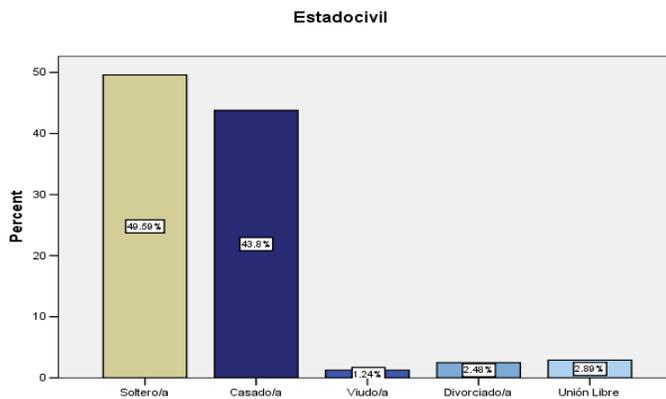


El 42,6% de los encuestados se encuentran en la edad de 20 a 29 años; seguidos por el 20,7% que comprende la edad de 30 a 39 años; el 13,6% representa la edad de 40 a 49 años; luego tenemos el 12,8% donde la edad es de 50 a 59 años; el 7,9% representa a la edad de 15 a 19 años y por último tenemos 2,5% donde se ubican las personas de 60 años a más.

Tabla B3: Pregunta 3 Estado Civil

		Estadocivil			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Soltero/a	120	49,6	49,6	49,6
	Casado/a	106	43,8	43,8	93,4
	Viudo/a	3	1,2	1,2	94,6
	Divorciado/a	6	2,5	2,5	97,1
	Unión Libre	7	2,9	2,9	100,0
	Total	242	100,0	100,0	

Gráfico B3: Estado civil



Dentro de la población en estudio el estado civil con mayor porcentaje son los solteros con 49,6%; seguido por las personas casadas con 43,8%, luego siguen las personas con uniones libres representadas con el 2,9%, después ubicamos a los divorciados con el 2,48% y por último las personas viudas con el 1,24%.

Tabla B4: Pregunta 4 Lugar de Procedencia

Procedencia					
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
Valid	Quito	188	77,7	77,7	77,7
	Perú	1	,4	,4	78,1
	Guayaquil	3	1,2	1,2	79,3
	Sudán	1	,4	,4	79,8
	Loja	7	2,9	2,9	82,6
	Imbabura	3	1,2	1,2	83,9
	Riobamba	1	,4	,4	84,3
	Cuenca	1	,4	,4	84,7
	Sangolquí	10	4,1	4,1	88,8
	Atuntaqui	1	,4	,4	89,3
	Machala	2	,8	,8	90,1
	Carachi	1	,4	,4	90,5
	Píllaro	1	,4	,4	90,9
	Tulcán	1	,4	,4	91,3
	Portoviejo	1	,4	,4	91,7
	Manta	1	,4	,4	92,1
	Baños	2	,8	,8	93,0
	Zumba	1	,4	,4	93,4
	Ambato	4	1,7	1,7	95,0
	Uyumbicho	2	,8	,8	95,9
	Cotopaxi	2	,8	,8	96,7
	Alemania	1	,4	,4	97,1
	Morona Santiago	2	,8	,8	97,9
	Machachi	1	,4	,4	98,3
	Guaranda	1	,4	,4	98,8
	Esmeraldas	1	,4	,4	99,2
	Manabí	2	,8	,8	100,0
	Total	242	100,0	100,0	

En cuanto al lugar de procedencia de los encuestados el 77,7% pertenecen a la ciudad de Quito; el 4,1% pertenece a la ciudad de Sangolqui, el 2,9% vienen de la provincia de Loja; el 1,7% viene de Ambato y el 1,2% representa a la ciudad de Imbabura y el restante 12,4% proviene de las diferentes ciudades del Ecuador y otros países.

Tabla B5: Pregunta 5 Ocupación

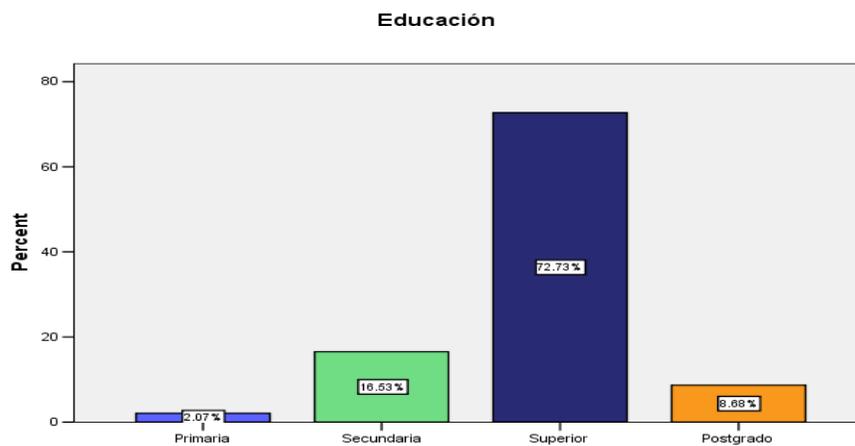
Ocupación					
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
Valid	Deportista	3	1,2	1,2	1,2
	Trabajo	2	,8	,8	2,1
	Médico	5	2,1	2,1	4,1
	Odontólogo/a	1	,4	,4	4,5
	Profesor/a	48	19,8	19,8	24,4
	Contador/a	8	3,3	3,3	27,7
	Estudiante	71	29,3	29,3	57,0
	Empleado/a	33	13,6	13,6	70,7
	Ingeniero/a	11	4,5	4,5	75,2
	Secretaria	3	1,2	1,2	76,4
	Profesional	12	5,0	5,0	81,4
	Administrador/a	11	4,5	4,5	86,0
	Técnico/a	4	1,7	1,7	87,6
	Guardia de seguridad	4	1,7	1,7	89,3
	Director/a	1	,4	,4	89,7
	Diseñador gráfico	2	,8	,8	90,5
	Conserje	1	,4	,4	90,9
	Comerciante	0	2,5	2,5	93,4
	Abogado/a	1	,4	,4	93,8
	Psicóloga	1	,4	,4	94,2
	Enfermero/a	2	,8	,8	95,0
	Militar	5	2,1	2,1	97,1
	Entrenador/a	2	,8	,8	97,9
	Arquitecto	2	,8	,8	98,8
	Operador	1	,4	,4	99,2
	Pasante	1	,4	,4	99,6
	Jubilado	1	,4	,4	100,0
	Total	242	100,0	100,0	

La tabla de frecuencias muestra que el 29,3% de los encuestados son estudiantes; el 19,8% son profesores; el 13,6% son empleados; el 5% son profesionales, seguidos por el 10% que representan a ingenieros y administradores en diversas ramas; el 22,3% restante son profesionales en diferentes carreras.

Tabla B6: Pregunta 6 Educación

Educación					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Primaria	5	2,1	2,1	2,1
	Secundaria	40	16,5	16,5	18,6
	Superior	178	72,7	72,7	91,3
	Postgrado	21	8,7	8,7	100,0
	Total	242	100,0	100,0	

Gráfico B4: Educación del encuestado

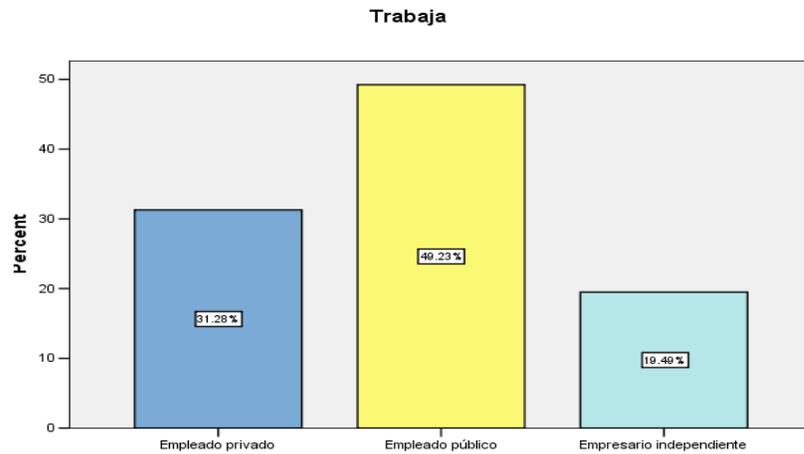


El 72,7% de los encuestados tiene un nivel de educación Superior; le sigue el nivel secundario con 16,53%; el 8,7% tiene un nivel de educación de Postgrado y por último el nivel primario tiene una representación del 2,07%.

Tabla B7: Pregunta 7 Trabaja en

Trabaja					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Empleado privado	61	25,2	31,3	31,3
	Empleado público	96	39,7	49,2	80,5
	Empresario independiente	38	15,7	19,5	100,0
	Total	195	80,6	100,0	
Missing	System	47	19,4		
	Total	242	100,0		

Gráfico B5: Trabaja

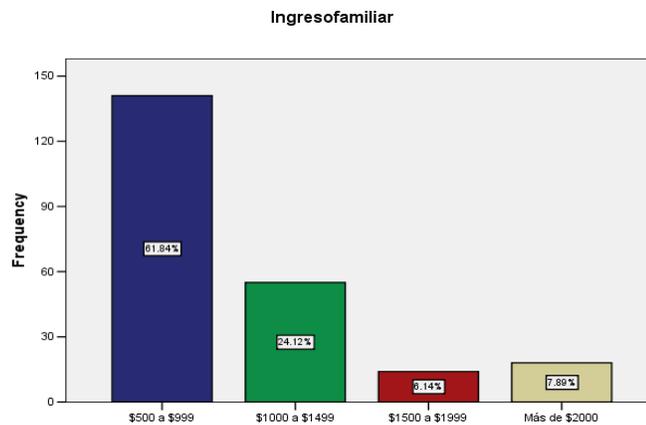


La mayoría de los encuestados trabaja como empleado público tiene una representación del 49,23%; el segundo grupo son empleados privados con un 31,28% y por último los empresarios independientes con un 19,5% de representación en la muestra también debemos recalcar que existe un 19,4% que son las personas que estudian y no trabajan en la población estudiada.

Tabla B8: Pregunta 8 Ingresos Familiares

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid \$500 a \$999	141	58,3	61,8	61,8
\$1000 a \$1499	55	22,7	24,1	86,0
\$1500 a \$1999	14	5,8	6,1	92,1
Más de \$2000	18	7,4	7,9	100,0
Total	228	94,2	100,0	
Missing System	14	5,8		
Total	242	100,0		

Gráfico B6: Ingreso familiar

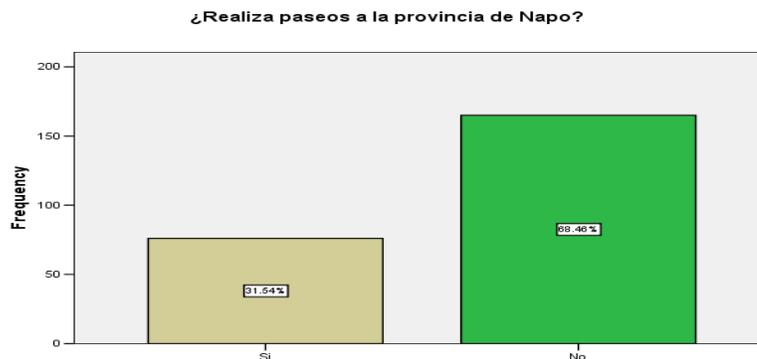


Los ingresos de los encuestados en su mayoría se encuentran entre los \$500 y \$999 dólares respectivamente cuenta con el 61,84%; seguido por el 24,12% que son personas que cuentan con ingresos de \$1.000 hasta \$1.499 dólares; en tercer lugar están las personas que cuentan con ingresos de más de \$2.000 dólares con el 7,89% y por último con un 6,14% a personas que generan ingresos familiares de \$1.500 a \$1.999 dólares.

Tabla B9: Pregunta 9 ¿Realiza paseos a la provincia de Napo?

¿Realiza paseos a la provincia de Napo?					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Si	78	31,4	31,5	31,5
	No	165	68,2	68,5	100,0
	Total	241	99,6	100,0	
Missing	System	1	,4		
Total		242	100,0		

Gráfico B7: ¿Realiza paseos a la provincia de Napo?



Las respuestas obtenidas de los 242 encuestados en su mayoría no realiza paseos a la provincia de Napo cuenta con el 68,5%, mientras que el 31,5% responde que si realiza paseos a esta zona del país.

9.1 De la respuesta negativa se opta por otra pregunta 9.1 ¿Si respondió no enumere del 1 al 3 en orden de importancia? (1 el más importante y 3 el menos importante)

Tabla B10: Falta de presupuesto

Falta de Presupuesto					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	22	9,1	21,0	21,0
	2	43	17,8	41,0	61,9
	3	40	16,5	38,1	100,0
	Total	105	43,4	100,0	
Missing	System	137	56,6		
Total		242	100,0		

Tabla B11: Disponibilidad de tiempo

Disponibilidad de tiempo					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	114	47,1	78,1	78,1
	2	24	9,9	16,4	94,5
	3	8	3,3	5,5	100,0
	Total	146	60,3	100,0	
Missing	System	96	39,7		
Total		242	100,0		

Tabla B12: No le gusta

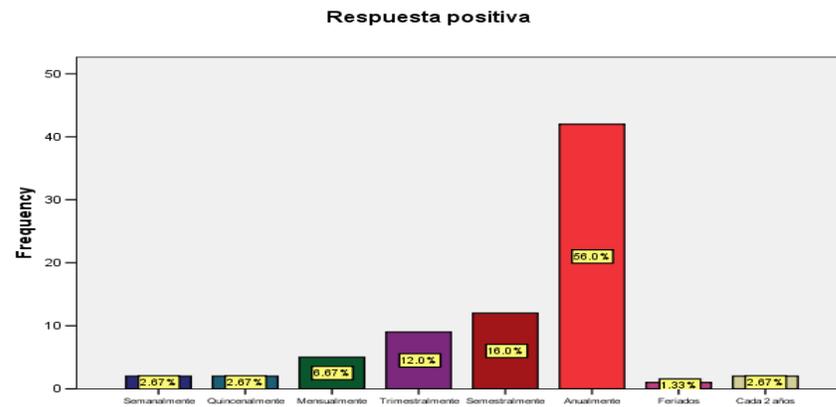
No le gusta					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	24	9,9	23,8	23,8
	2	30	12,4	29,7	53,5
	3	47	19,4	46,5	100,0
	Total	101	41,7	100,0	
Missing	System	141	58,3		
Total		242	100,0		

De las opciones dadas en la pregunta se resume que una de las razones principales por las que esta región es poco visitada es la disponibilidad de tiempo ya que entre las respuestas obtenidas esta opción cuenta con el 78,1%; otra de las razones es, porque, no le gusta y cuenta con 46,5% de las respuestas y por último, la falta de presupuesto esta cuenta con el 41% de respuestas de los encuestados.

Tabla B13: Si respondió afirmativamente, ¿Con qué frecuencia lo hace? (Marque una opción)

Respuesta positiva					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Semanalmente	2	,8	2,7	2,7
	Quincenalmente	2	,8	2,7	5,3
	Mensualmente	5	2,1	6,7	12,0
	Trimestralmente	9	3,7	12,0	24,0
	Semestralmente	12	5,0	16,0	40,0
	Anualmente	42	17,4	56,0	96,0
	Feridos	1	,4	1,3	97,3
	Cada 2 años	2	,8	2,7	100,0
	Total	75	31,0	100,0	
	Missing	System	167	69,0	
Total		242	100,0		

Gráfico B8: Si respondió afirmativamente, ¿Con qué frecuencia lo hace? (Marque una opción)



De acuerdo con la tabla de frecuencias se puede decir que la gente que ha viajado a esta región lo realiza anualmente las respuestas cuentan con el 56% de respaldo, mientras que el 16% ha viajado semestralmente, el 12% lo hace trimestralmente, mientras que el 6,67% lo hace mensualmente y el restante 6,67% lo realiza con frecuencia mientras que un 2,67% lo realiza cada dos años.

Tabla B14: Pregunta 10 ¿Cuándo viaja lo hace?

¿Cuándo viaja lo hace?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Solo	12	5,0	5,1	5,1
	Amigos	54	22,3	23,1	28,2
	Familia	188	69,4	71,8	100,0
	Total	234	96,7	100,0	
Missing	System	8	3,3		
Total		242	100,0		

Gráfico B9 ¿Cuándo viaja lo hace?



El 71,8% de los encuestados realizan sus viajes con la familia, el 23,08% viaja con sus amigos y el 5,13% realiza sus viajes solo.

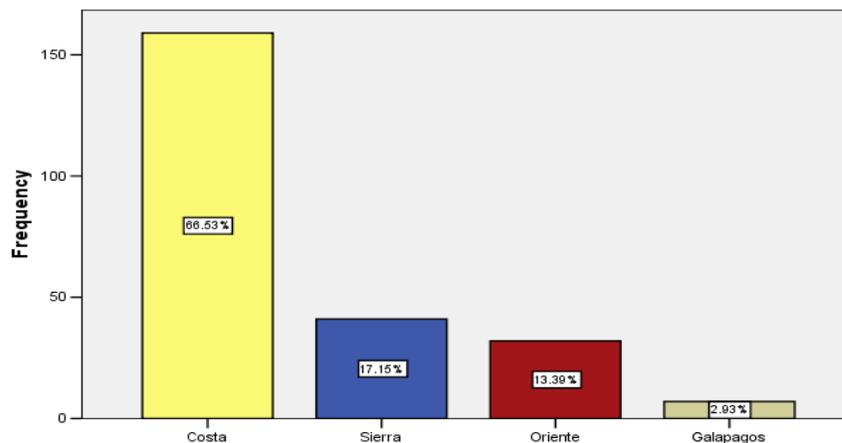
Tabla B15: Pregunta 11 ¿Qué región es de su preferencia para realizar sus viajes de vacaciones?

¿Qué región es de su preferencia para realizar sus viajes de vacaciones?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Costa	159	68,7	68,5	68,5
	Sierra	41	16,9	17,2	83,7
	Oriente	32	13,2	13,4	97,1
	Galapagos	7	2,9	2,9	100,0
	Total	239	98,8	100,0	
Missing	System	3	1,2		
Total		242	100,0		

Gráfico B10: ¿Qué región es de su preferencia para realizar sus viajes de vacaciones?

¿Qué región es de su preferencia para realizar sus viajes de vacaciones?



Las respuesta en esta pregunta en su mayoría con el 66,53% tiene como región de preferencia la Costa, seguida con un 17,15% por la región Sierra, como tercera opción de preferencia en viajes se encuentra el Oriente con el 13,39% y por último tenemos a la región de Galápagos con el 2,93% debido a sus precios los mismos que no se encuentran al alcance de la mayoría de encuestados.

Pregunta 12: De la lista de lugares que se presenta a continuación cuál es de su mayor interés, por favor enumere del 1 al 5 en orden de importancia. (1 la más importante y 5 el menos importante).

Tabla B16: Tena

Tena				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	49	20,2	24,3	24,3
2	81	33,5	40,1	64,4
3	34	14,0	16,8	81,2
4	18	7,4	8,9	90,1
5	20	8,3	9,9	100,0
Total	202	83,5	100,0	
Missing System	40	16,5		
Total	242	100,0		

Tabla B17: Misahuallí

Misahualli				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	91	37,6	42,5	42,5
2	34	14,0	15,9	58,4
3	41	16,9	19,2	77,6
4	21	8,7	9,8	87,4
5	27	11,2	12,6	100,0
Total	214	88,4	100,0	
Missing System	28	11,6		
Total	242	100,0		

Tabla B18: El Chaco

El Chaco				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	10	4,1	5,2	5,2
2	16	6,6	8,3	13,5
3	42	17,4	21,8	35,2
4	80	33,1	41,5	76,7
5	45	18,6	23,3	100,0
Total	193	79,8	100,0	
Missing System	49	20,2		
Total	242	100,0		

Tabla B19: Quijos

Quijos				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	6	2,5	3,1	3,1
2	13	5,4	6,7	9,8
3	31	12,8	16,0	25,8
4	65	26,9	33,5	59,3
5	79	32,6	40,7	100,0
Total	194	80,2	100,0	
Missing System	48	19,8		
Total	242	100,0		

Tabla B20: Puyo

Puyo				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	76	31,4	37,1	37,1
2	52	21,5	25,4	62,4
3	44	18,2	21,5	83,9
4	10	4,1	4,9	88,8
5	23	9,5	11,2	100,0
Total	205	84,7	100,0	
Missing System	37	15,3		
Total	242	100,0		

Para los encuestados dentro de la lista que fue dada, el lugar más importante es considerado Misahuallí con el 42,5%, como segunda ciudad de importancia encontramos a Tena con un 42,1%, en tercer lugar se ubica a Puyo con un 21, %, en cuarto lugar localizamos El Chaco con un 41,5% como el lugar con menor importancia se registra a ciudad de Quijos con un 40, 7%.

Pregunta 13:

Indique ¿Porqué selecciona el lugar con mayor importancia? (Enumere del 1 al 5, en orden de importancia; 1 el más importante y 5 el menos importante).

Tabla B21: Cercanía

Cercanía				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	40	16,5	21,1	21,1
2	16	6,6	8,4	29,5
3	37	15,3	19,5	48,9
4	50	20,7	26,3	75,3
5	47	19,4	24,7	100,0
Total	190	78,5	100,0	
Missing System	52	21,5		
Total	242	100,0		

Tabla B22: Infraestructura hotelera

Infraestructura hotelera				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	15	6,2	7,9	7,9
2	60	24,8	31,7	39,7
3	57	23,6	30,2	69,8
4	39	16,1	20,6	90,5
5	18	7,4	9,5	100,0
Total	189	78,1	100,0	
Missing System	53	21,9		
Total	242	100,0		

Tabla B23: Costos

Costos				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	11	4,5	5,8	5,8
2	60	24,8	31,7	37,6
3	55	22,7	29,1	66,7
4	39	16,1	20,6	87,3
5	24	9,9	12,7	100,0
Total	189	78,1	100,0	
Missing System	53	21,9		
Total	242	100,0		

Tabla B24: Atractivos turísticos

Atractivos turísticos				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	147	60,7	66,2	66,2
2	30	12,4	13,5	79,7
3	17	7,0	7,7	87,4
4	19	7,9	8,8	95,9
5	9	3,7	4,1	100,0
Total	222	91,7	100,0	
Missing System	20	8,3		
Total	242	100,0		

Tabla B25: Costumbre

Costumbre				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	16	6,6	8,5	8,5
2	21	8,7	11,2	19,7
3	21	8,7	11,2	30,9
4	40	16,5	21,3	52,1
5	90	37,2	47,9	100,0
Total	188	77,7	100,0	
Missing System	54	22,3		
Total	242	100,0		

De acuerdo con la selección del lugar con mayor importancia este lugar es elegido por sus atractivos turísticos con un 66,2%; en segundo lugar lo eligen como destino por costos y por infraestructura hotelera estas dos características obtienen un porcentaje de 31,8% para los encuestados en tercer lugar con un 26,3% la cercanía es importante para los turistas a la hora de realizar un viaje y por último está la costumbre con un 47,9% ya que muchas de las veces prefieren regresar de paseos a sitios ya conocidos.

Pregunta 14: ¿Cómo evaluaría usted las siguientes características de una hostería ecológica ubicada en la selva?

Tabla B26: Agroturismo

Agroturismo					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Muy importante	105	43,4	47,1	47,1
	Algo importante	77	31,8	34,5	81,6
	Poco importante	26	10,7	11,7	93,3
	No lo necesito	15	6,2	6,7	100,0
	Total	223	92,1	100,0	
Missing	System	19	7,9		
Total		242	100,0		

Tabla B27: Alojamiento

Alojamiento					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Muy importante	199	82,2	85,0	85,0
	Algo importante	32	13,2	13,7	98,7
	Poco importante	3	1,2	1,3	100,0
	Total	234	96,7	100,0	
Missing	System	8	3,3		
Total		242	100,0		

Tabla B28: Baño privado

Baño privado					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Muy importante	193	79,8	83,5	83,5
	Algo importante	35	14,5	15,2	98,7
	Poco importante	3	1,2	1,3	100,0
	Total	231	95,5	100,0	
Missing	System	11	4,5		
Total		242	100,0		

Tabla B29: Birdwatching

Birdwatching					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Muy importante	87	36,0	43,3	43,3
	Algo importante	77	31,8	38,3	81,6
	Poco importante	31	12,8	15,4	97,0
	No lo necesito	6	2,5	3,0	100,0
	Total	201	83,1	100,0	
Missing	System	41	16,9		
Total		242	100,0		

Tabla B30: Cafetería-Restaurante

Cafetería Restaurante					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Muy importante	162	66,9	69,8	69,8
	Algo importante	54	22,3	23,3	93,1
	Poco importante	14	5,8	6,0	99,1
	No lo necesito	2	,8	,9	100,0
	Total	232	95,9	100,0	
Missing	System	10	4,1		
Total		242	100,0		

Tabla B31: Convivencia

Convivencia con comunidades					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Muy importante	94	38,8	41,2	41,2
	Algo importante	82	33,9	36,0	77,2
	Poco importante	39	16,1	17,1	94,3
	No lo necesito	13	5,4	5,7	100,0
	Total	228	94,2	100,0	
Missing	System	14	5,8		
Total		242	100,0		

Tabla B32: Charlas ecológicas

Charlas ecológicas					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Muy importante	122	50,4	52,8	52,8
	Algo importante	71	29,3	30,7	83,5
	Poco importante	30	12,4	13,0	96,5
	No lo necesito	8	3,3	3,5	100,0
	Total	231	95,5	100,0	
Missing	System	11	4,5		
Total		242	100,0		

Tabla B33: Deportes extremos

Deportes extremos					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Muy importante	113	46,7	49,6	49,6
	Algo importante	64	26,4	28,1	77,6
	Poco importante	37	15,3	16,2	93,9
	No lo necesito	14	5,8	6,1	100,0
	Total	228	94,2	100,0	
Missing	System	14	5,8		
Total		242	100,0		

Tabla B34: Energía solar

Energía solar					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Muy importante	112	46,3	50,7	50,7
	Algo importante	77	31,8	34,8	85,5
	Poco importante	24	9,9	10,9	96,4
	No lo necesito	8	3,3	3,6	100,0
	Total	221	91,3	100,0	
Missing	System	21	8,7		
Total		242	100,0		

Tabla B35: Expediciones

Expediciones a la selva					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Muy importante	150	62,0	65,8	65,8
	Algo importante	60	24,8	26,3	92,1
	Poco importante	16	6,6	7,0	99,1
	No lo necesito	2	,8	,9	100,0
	Total	228	94,2	100,0	
Missing	System	14	5,8		
Total		242	100,0		

Tabla B36: Infraestructura de la zona

Infraestructura típica de la zona					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Muy importante	147	80,7	65,0	65,0
	Algo importante	67	27,7	29,6	94,7
	Poco importante	10	4,1	4,4	99,1
	No lo necesito	2	,8	,9	100,0
	Total	228	93,4	100,0	
Missing	System	16	6,6		
Total		242	100,0		

Tabla B37: Limpieza

Limpieza					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Muy importante	217	89,7	93,5	93,5
	Algo importante	11	4,5	4,7	98,3
	Poco importante	3	1,2	1,3	99,6
	No lo necesito	1	,4	,4	100,0
	Total	232	95,9	100,0	
Missing	System	10	4,1		
Total		242	100,0		

Tabla B38: Museos naturales

Museos naturales					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Muy importante	133	55,0	57,8	57,8
	Algo importante	75	31,0	32,6	90,4
	Poco importante	20	8,3	8,7	99,1
	No lo necesito	2	,8	,9	100,0
	Total	230	95,0	100,0	
Missing	System	12	5,0		
Total		242	100,0		

Tabla B39: Parqueadero

Parqueadero					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Muy importante	145	59,9	63,3	63,3
	Algo importante	46	19,0	20,1	83,4
	Poco importante	27	11,2	11,8	95,2
	No lo necesito	11	4,5	4,8	100,0
	Total	229	94,6	100,0	
Missing	System	13	5,4		
Total		242	100,0		

Tabla B40: Piscina

Piscina					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Muy importante	141	58,3	61,3	61,3
	Algo importante	54	22,3	23,5	84,8
	Poco importante	29	12,0	12,6	97,4
	No lo necesito	8	2,5	2,6	100,0
	Total	230	95,0	100,0	
Missing	System	12	5,0		
Total		242	100,0		

Tabla B41: Precio económico

Precio económico					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Muy importante	142	58,7	62,0	62,0
	Algo importante	70	28,9	30,6	92,6
	Poco importante	16	6,6	7,0	99,6
	No lo necesito	1	,4	,4	100,0
	Total	229	94,6	100,0	
Missing	System	13	5,4		
Total		242	100,0		

Tabla B42: Proyectos de conservación

Proyectos de conservación					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Muy importante	157	64,9	69,5	69,5
	Algo importante	55	22,7	24,3	93,8
	Poco importante	14	5,8	6,2	100,0
	Total	226	93,4	100,0	
Missing	System	16	6,6		
Total		242	100,0		

Tabla B43: Rutas ecológicas

Rutas ecológicas servicio a la habitación					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Muy importante	158	65,3	70,5	70,5
	Algo importante	62	25,6	27,7	98,2
	Poco importante	4	1,7	1,8	100,0
	Total	224	92,6	100,0	
Missing	System	18	7,4		
Total		242	100,0		

Tabla B44 : Servicio a la habitación **Tabla B45: Servicio de internet**

Servicio a la habitación					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Muy importante	105	43,4	45,9	45,9
	Algo importante	61	25,2	26,6	72,5
	Poco importante	46	19,0	20,1	92,6
	No lo necesito	17	7,0	7,4	100,0
	Total	229	94,6	100,0	
Missing	System	13	5,4		
Total		242	100,0		

Servicio de internet					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Muy importante	92	38,0	40,5	40,5
	Algo importante	67	27,7	29,5	70,0
	Poco importante	48	19,8	21,1	91,2
	No lo necesito	20	8,3	8,8	100,0
	Total	227	93,8	100,0	
Missing	System	15	6,2		
Total		242	100,0		

Tabla B46: Servicio de lavandería

Servicio de lavandería y planchado					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Muy importante	73	30,2	32,2	32,2
	Algo importante	53	21,9	23,3	55,5
	Poco importante	67	27,7	29,5	85,0
	No lo necesito	34	14,0	15,0	100,0
	Total	227	93,8	100,0	
Missing	System	15	6,2		
Total		242	100,0		

Tabla B47: Spa

Spa					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Muy importante	75	31,0	33,3	33,3
	Algo importante	76	31,4	33,8	67,1
	Poco importante	46	19,0	20,4	87,6
	No lo necesito	28	11,6	12,4	100,0
	Total	225	93,0	100,0	
Missing	System	17	7,0		
Total		242	100,0		

Tabla B48: Televisión

Televisión					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Muy importante	91	37,6	41,2	41,2
	Algo importante	55	22,7	24,9	66,1
	Poco importante	50	20,7	22,6	88,7
	No lo necesito	25	10,3	11,3	100,0
	Total	221	91,3	100,0	
Missing	System	21	8,7		
Total		242	100,0		

Tabla B49: Terapias de relajación

Terapias de relajación					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Muy importante	115	47,5	50,4	50,4
	Algo importante	71	29,3	31,1	81,6
	Poco importante	32	13,2	14,0	95,6
	No lo necesito	10	4,1	4,4	100,0
	Total	228	94,2	100,0	
Missing	System	14	5,8		
Total		242	100,0		

Tabla B50: Tranquilidad

		Tranquilidad			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Muy importante	200	82,8	88,6	88,6
	Algo importante	30	12,4	13,0	99,6
	Poco importante	1	,4	,4	100,0
	Total	231	95,5	100,0	
Missing	System	11	4,5		
Total		242	100,0		

Los 242 encuestados han dado sus opiniones sobre las diferentes características que se le han presentado en la encuesta dentro de los cuales se tiene que: el agroturismo tiene un 47,1%; alojamiento es necesario para los clientes potenciales con un 85%, que exista baño privado cuenta con la aprobación del 83,6%, el avistamiento para aves y paisaje cuenta con el 43,3%; la cafetería restaurante cuenta con la consideración del 69,8%, la convivencia con comunidades tiene una aceptación del 41,2%, las charlas ecológicas cuentan con el 52,8%; los deportes extremos tienen una aceptación del 49,6%; la energía solar cuenta con el 50,7%; expediciones a la selva con un 65,8%; la infraestructura típica de la zona cuenta con el 65%; la limpieza con el 93,5%, los museos naturales con un 57,8%; parqueadero con el 63,3%; la piscina con un 63,1%, precio económico con el 62%; proyectos de conservación con el 69,5%; rutas ecológicas con el 70,5%; servicio a la habitación con el 45,5%; servicio de internet con 40,5% todas las características mencionadas anteriormente cuentan con la consideración muy importante; mientras que el servicio de lavandería y planchado con el 32,16%, Spa con el 33,8% dentro de la consideración de algo importante, la existencia de televisión en la habitación es considerada muy importante con el 41,2%, terapias de relajación es muy importante con el 50,4% y por último la tranquilidad es muy importante para el 86,6% de las personas encuestadas.

Tabla B51: Pregunta 15: ¿Usted para planificar un viaje busca?

¿Usted para planificar un viaje busca?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Operadores de turismo	12	5,0	5,0	5,0
	Agencias de viaje	18	7,4	7,5	12,5
	Por referencias	84	34,7	35,0	47,5
	Personalmente	126	52,1	52,5	100,0
	Total	240	99,2	100,0	
Missing	System	2	,8		
	Total	242	100,0		

Gráfico B11: ¿Usted para planificar un viaje busca?



Para los encuestados planificar los viajes ellos lo realizan personalmente en su mayoría como se observa en esta representación gráfica esta opción cuenta con el 52,5%, le sigue planificación por referencias con el 35% y el 12,5% lo realiza por medio de agencias y operadores de turismo.

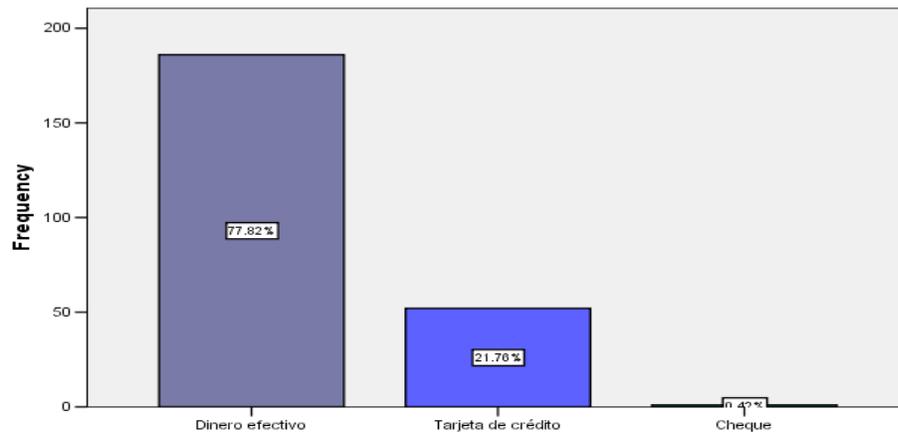
Tabla B52: Pregunta 16 ¿Para realizar el pago de un viaje usted utiliza?

¿Para realizar el pago de un viaje usted utiliza?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Dinero efectivo	188	78,9	77,8	77,8
	Tarjeta de crédito	52	21,5	21,8	99,6
	Cheque	1	,4	,4	100,0
	Total	239	98,8	100,0	
Missing	System	3	1,2		
	Total	242	100,0		

Gráfico B12: ¿Para realizar el pago de un viaje usted utiliza?

¿Para realizar el pago de un viaje usted utiliza?



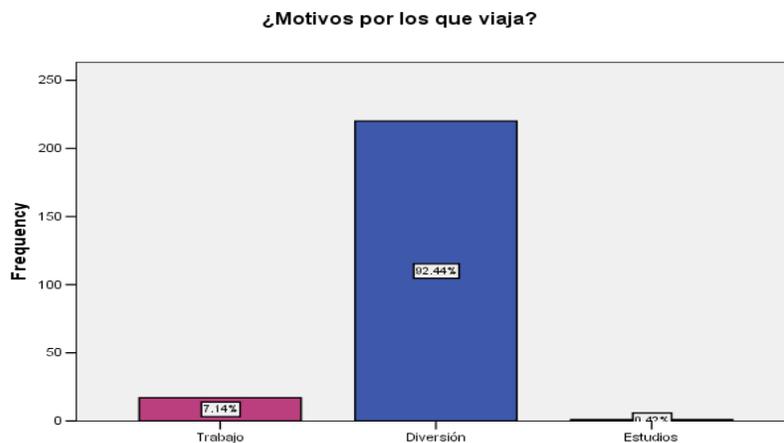
Dentro de las diferentes respuestas dadas a esta pregunta vemos que el 77,8% de los encuestados utiliza dinero en efectivo para el pago de un viaje, el 21,7% utiliza tarjeta de crédito y un 0,42% utiliza cheques, por lo tanto se debe implementar estas dos formas de pago por utilización de servicios.

Tabla B53: Pregunta 17 ¿Motivos por los que viaja?

¿Motivos por los que viaja?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Trabajo	17	7,0	7,1	7,1
	Diversión	220	90,9	92,4	99,6
	Estudios	1	,4	,4	100,0
	Total	238	98,3	100,0	
Missing	System	4	1,7		
Total		242	100,0		

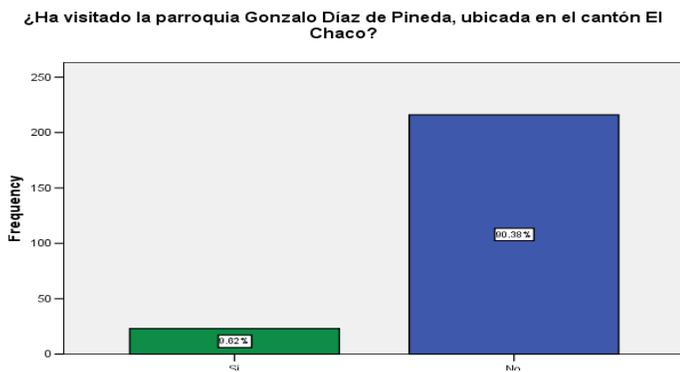
Gráfico B13: ¿Motivos por los que viaja?



Los encuestados en su mayoría realizan sus viajes por diversión esta opción tiene el 92,4%, mientras que el 7,14% lo hace por trabajo y 0,42% lo hace por estudios. **Tabla B54: Pregunta 18 ¿Ha visitado la parroquia Gonzalo Díaz de Pineda, ubicada en el cantón El Chaco?**

¿Ha visitado la parroquia Gonzalo Díaz de Pineda, ubicada en el cantón El Chaco?					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Si	23	9,5	9,6	9,6
	No	216	89,3	90,4	100,0
	Total	239	98,8	100,0	
Missing	System	3	1,2		
Total		242	100,0		

Gráfico B14: ¿Ha visitado la parroquia Gonzalo Díaz de Pineda, ubicada en el cantón El Chaco?



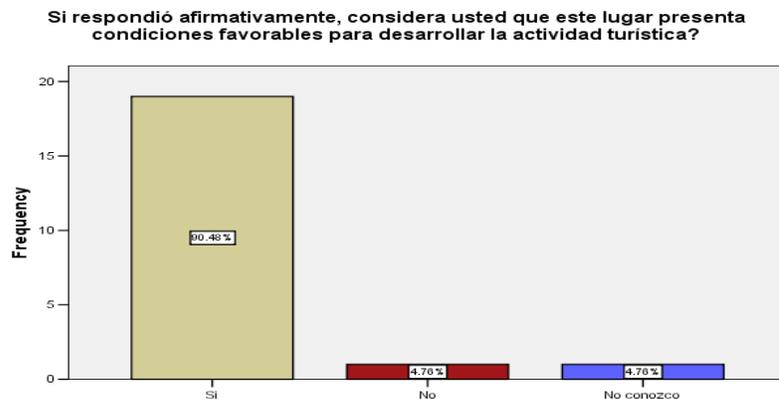
En la pregunta N° 18 la opción no tiene una aceptación de 90,4%, por lo que se puede observar que la parroquia donde se va a desarrollar el proyecto no es conocida por parte de las personas encuestadas, esto puede ser el resultado de una carencia de infraestructura afectando al turismo en esta zona norte de la provincia de Napo, mientras que el 9,6% si conoce la población.

Tabla B55: Pregunta 19: Si respondió afirmativamente, ¿considera usted que este lugar presenta las condiciones favorables para desarrollar la actividad turística?

Si respondió afirmativamente, considera usted que este lugar presenta condiciones favorables para desarrollar la actividad turística?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Si	19	7,9	90,5	90,5
	No	1	,4	4,8	95,2
	No conozco	1	,4	4,8	100,0
	Total	21	8,7	100,0	
Missing	System	221	91,3		
Total		242	100,0		

Gráfico B15: Si respondió afirmativamente ¿Considera usted que este lugar presenta las condiciones favorables para desarrollar la actividad turística?



De las personas encuestadas que respondieron que si conocían la parroquia el 90,5% considera que la población presenta las condiciones favorables para desarrollar la actividad turística en esta zona, mientras que el 4,7% respondió que no se tiene las condiciones favorables mientras que el restante 4,7% no puede responder a la condición de la pregunta.

Pregunta 20: ¿Qué medios de comunicación prefiere para conocer los servicios que prestaría la hostería ecológica? (Escoja dos opciones).

Tabla B56: Correo electrónico

Correo electrónico					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Si	97	40,1	40,6	40,6
	No	142	58,7	59,4	100,0
	Total	239	98,8	100,0	
Missing	System	3	1,2		
Total		242	100,0		

Tabla B57: Página web

Página web					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Si	98	40,5	62,4	62,4
	No	59	24,4	37,6	100,0
	Total	157	64,9	100,0	
Missing	System	85	35,1		
Total		242	100,0		

Tabla B58: Periódicos

Periódicos					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Si	22	9,1	19,1	19,1
	No	93	38,4	80,9	100,0
	Total	115	47,5	100,0	
Missing	System	127	52,5		
Total		242	100,0		

Tabla B59: Revistas especializadas

Revistas especializadas					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Si	28	11,6	25,2	25,2
	No	83	34,3	74,8	100,0
	Total	111	45,9	100,0	
Missing	System	131	54,1		
Total		242	100,0		

Tabla B60: Televisión

T.v					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Si	110	45,5	66,3	66,3
	No	58	23,1	33,7	100,0
	Total	168	68,6	100,0	
Missing	System	78	31,4		
Total		242	100,0		

Tabla B61: Amigos

Amigos					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Si	42	17,4	34,1	34,1
	No	81	33,5	65,9	100,0
	Total	123	50,8	100,0	
Missing	System	119	49,2		
Total		242	100,0		

Tabla B62: Agencias de viajes

Agencias de Viajes					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Si	22	9,1	19,6	19,6
	No	90	37,2	80,4	100,0
	Total	112	46,3	100,0	
Missing	System	130	53,7		
Total		242	100,0		

Tabla B63: Radio

Radio					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Si	2	,8	2,0	2,0
	No	99	40,9	98,0	100,0
	Total	101	41,7	100,0	
Missing	System	141	58,3		
Total		242	100,0		

Tabla B64: Agentes de ventas

Agentes de ventas					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Si	1	,4	100,0	100,0
Missing	System	241	99,6		
Total		242	100,0		

Para conocer sobre los nuevos servicios que prestaría la nueva hostería ecológica los encuestados prefieren la televisión su aceptación es del 47,4%; en segundo lugar se encuentra la página web con 41,4%, en tercer lugar el correo electrónico con el 40,6%, en cuarto lugar referencias por medio de amigos con el 18%, en quinto lugar la información por medio de revistas especializadas con el 12,1%, le sigue los periódicos con el 9,6%, luego las agencias de viajes con el 9,2% y completan la información la radio y las agencias de viaje con el 1,2%.

ANEXO C

CRUCE DE VARIABLES

Mediante la investigación de campo se resalta algunas de las características de los futuros clientes que pueden utilizar los servicios de la hostería ecológica, ubicando la edad y si estos realizan paseos a la provincia de Napo, que en la actualidad ha desarrollado en la parte sur de la provincia mejor infraestructura hotelera, por lo tanto, es factible crear un nuevo centro turístico en la parte norte de la provincia donde se encuentra el aérea desarrollo del proyecto.

Como se observa la tabla nos dice que las personas que más viajan a esta región del Ecuador se encuentran en la edad de 20 a 29 años, le siguen las personas de 50 a 59 años, luego se ubica a las personas entre 30 y 39 años y en menor escala están las personas entre 15 a 19 años, 40 a 49 años y las de 60 años a más.

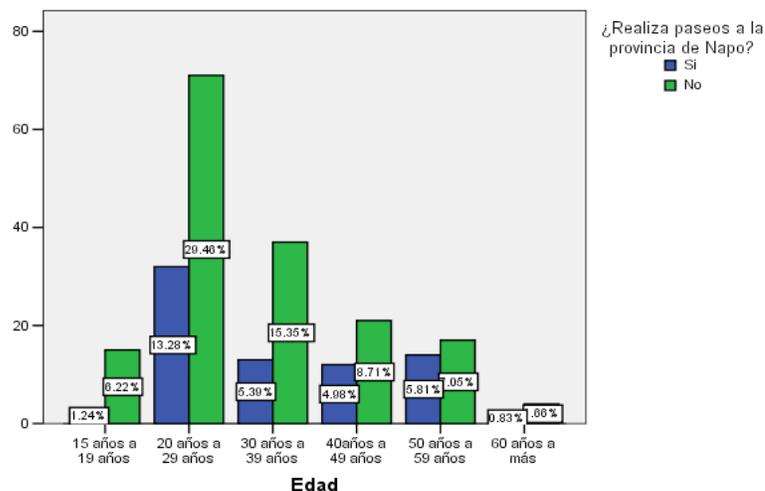
Tabla C1: Edad*¿Realiza paseos a la provincia de Napo?

Edad * ¿Realiza paseos a la provincia de Napo? Crosstabulation

Count

	Edad	¿Realiza paseos a la provincia de Napo?		Total
		Si	No	
	15 años a 19 años	3	15	18
	20 años a 29 años	32	71	103
	30 años a 39 años	13	37	50
	40 años a 49 años	12	21	33
	50 años a 59 años	14	17	31
	60 años a más	2	4	6
Total		76	165	241

Gráfico C1: Edad*¿Realiza paseos a la provincia de Napo?



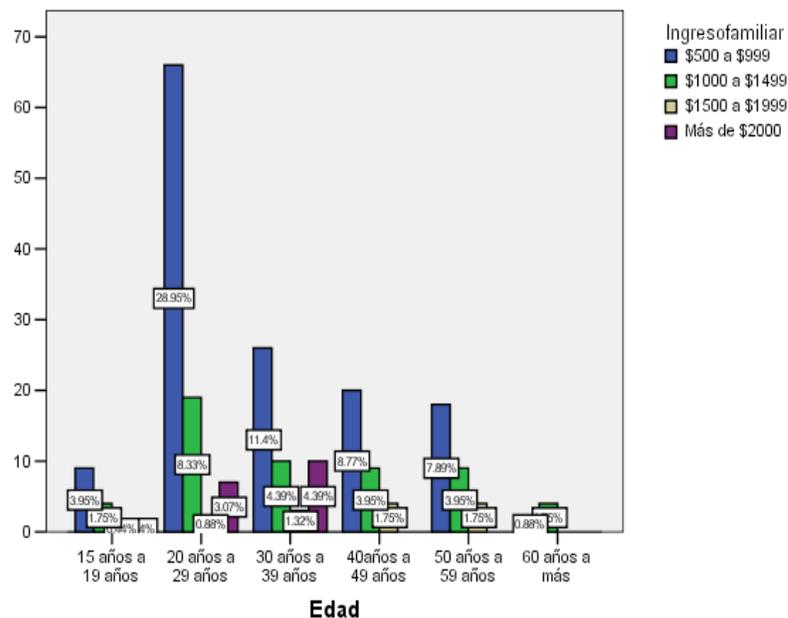
Como conclusión se puede decir que la tabla demuestra que los clientes se encuentran entre las edades de 20 a 59 años, este cuadro refleja que el turismo en ciertas regiones del Ecuador no se ha desarrollado de la misma forma, por lo cual hace que las personas frecuentes en sus viajes los lugares que han podido llenar sus expectativas en ciertas necesidades, por lo tanto, debemos entender que hay que buscar los mecanismos necesarios para que la hostería ecológica sea atractiva para los diferentes grupos de edad.

Tabla C2: Edad*Ingreso familiar

Edad * Ingresofamiliar Crosstabulation

Count		Ingresofamiliar				Total
		\$500 a \$999	\$1000 a \$1499	\$1500 a \$1999	Más de \$2000	
Edad	15 años a 19 años	9	4	1	1	15
	20 años a 29 años	66	19	2	7	94
	30 años a 39 años	26	10	3	10	49
	40 años a 49 años	20	9	4	0	33
	50 años a 59 años	18	9	4	0	31
	60 años a más	2	4	0	0	6
Total		141	55	14	18	228

Gráfico C2: Edad*Ingreso familiar



Otro dato interesante dentro de las variables es la edad con respecto al ingreso familiar como se observa el 28,95% tienen ingresos entre \$500 a \$999 dólares y las personas que tienen estos ingresos pertenecen al grupo de 20 a 29 años de edad, mientras que los

ingresos entre \$1000 a \$1499 lo obtienen personas que se encuentran entre los 30 a 39 años de edad, mientras que los ingresos entre \$1500 a \$1990 se encuentran en el 1.75% de la población en estudio y las personas que ganan más de \$2000 se encuentra entre el 3% de 20 a 29 años y 4% entre las personas de 30 a 39 años de edad.

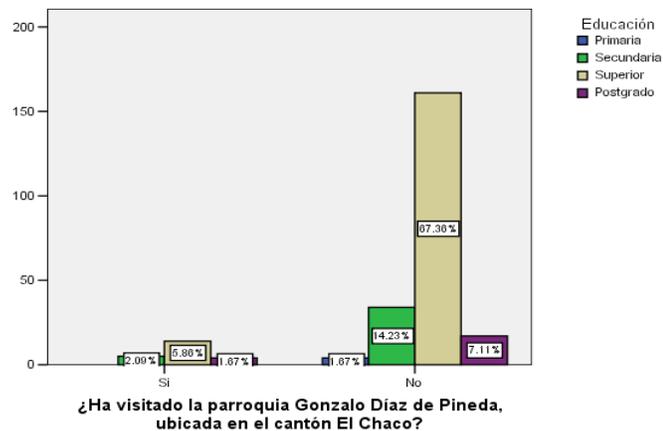
Estos atributos son importantes para la toma de decisiones, porque, ayuda a realizar un análisis con respecto al precio que se podría cobrar con relación a los servicios que se pueda ofrecer y al direccionamiento de las diferentes estrategias que se debe utilizar para lograr un posicionamiento en el mercado.

Tabla C3: ¿Ha visitado la parroquia Gonzalo Díaz de Pineda, ubicada en el cantón El Chaco? *Educación

¿Ha visitado la parroquia Gonzalo Díaz de Pineda, ubicada en el cantón El Chaco? * Educación
Crosstabulation

Count		Educación				Total
		Primaria	Secundaria	Superior	Postgrado	
¿Ha visitado la parroquia Gonzalo Díaz de Pineda, ubicada en el cantón El Chaco?	Si	0	5	14	4	23
	No	4	34	161	17	216
Total		4	39	175	21	239

Gráfico C3: ¿Ha visitado la parroquia Gonzalo Díaz de Pineda, ubicada en el cantón El Chaco? *Educación



Como se puede apreciar en este cruce de variables se ha escogido el nivel de educación de las personas que han visitado la parroquia Gonzalo Díaz de Pineda, y se puede decir

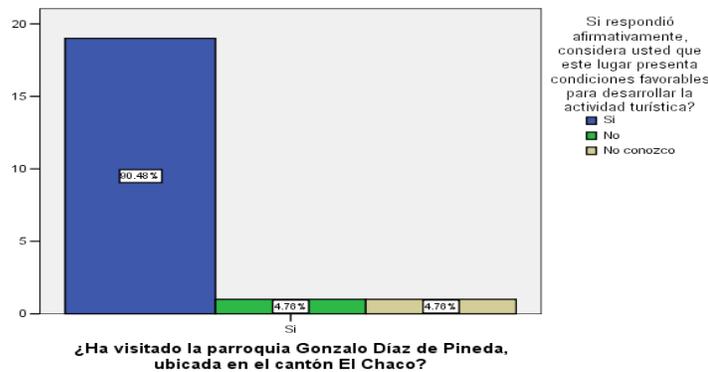
que tienen un nivel de educación superior o universitario y representan 5,86%, el segundo lugar ocupan las personas con un nivel de educación secundario con 2,09% y por último encontramos con 1,67% a personas con una preparación educativa a nivel de Postgrado, como se puede observar las personas que han visitado tienen un nivel de educación alto, consiguientemente, las expectativas sobre la base de construcción de la hostería deben cumplir con requerimientos que puedan segmentar en este tipo de mercado.

Tabla C4

¿Ha visitado la parroquia Gonzalo Díaz de Pineda, ubicada en el cantón El Chaco? * Si respondió afirmativamente, considera usted que este lugar presenta condiciones favorables para desarrollar la actividad turística? Crosstabulation

Count		Si respondió afirmativamente, considera usted que este lugar presenta condiciones favorables para desarrollar la actividad turística?			Total
		Si	No	No conozco	
¿Ha visitado la parroquia Gonzalo Díaz de Pineda, ubicada en el cantón El Chaco?	Si	19	1	1	21
Total		19	1	1	21

Gráfico C4



Para concluir se puede decir que los encuestados que han visitado la parroquia Gonzalo Díaz de Pineda, ubicada en el cantón El Chaco responden que en el lugar si presenta condiciones para desarrollar la actividad turística con un nivel de aceptación del 90,5%, y consiguientemente por los paisajes y atractivos que presenta, esta hostería sería la más visitada en la zona norte de la Provincia de Napo, cabe recalcar que, el estar cerca del Parque Nacional Sumaco- Napo- Galeras y Reserva Ecológica Cayambe Coca y próximo a la construcción del Proyecto Coca Codo Siclare puede representar un sitio muy

atractivo tanto para turistas nacionales como extranjeros y bajo las condiciones del nuevo Programa Turístico del Ecuador Plandetur 2020, donde se apoya a proyectos que ecológico este proyecto puede generar un mejor nivel de vida para todos los actores del proyecto.

ANEXO D
FORMATO ENTREVISTA AGENCIAS DE VIAJE
INTERNACIONALES

Entrevista Agencias de Viaje

Objetivo: Conocer la aceptación de una hostería ecológica por creación en la parroquia Gonzalo Díaz de Pineda, cantón El Chaco, provincia de Napo.

Nombre de la Agencia _____

Nombre de la persona que nos atendió _____

Cargo _____

Dirección _____

Tipo de turismo:

Nacional

Internacional

Preguntas:

1. ¿Qué nacionalidad tienen en su mayoría los turistas que se alojan en hosterías ecológicas?

2. ¿Los turistas que buscan este tipo de viajes que edad promedio tienen?

3. Nivel Educación de los turistas que visitan lugares ecológicos.

1) Primaria

2) Secundaria

3) Superior

4) Postgrado

4. ¿Cuándo viajan los turistas lo hacen? (Marque una opción)

Solos

Amigos

Familia

5. ¿Qué tiempo de permanencia realizan en sus viajes los turistas? (Marque una opción)

De 1 a 2 días

De 3 a 4 días

Más de 4 día

6. ¿Con qué frecuencia viajan?(Marque una opción)

1 vez al año

2 veces al año

Más de 3 veces al año

7. Meses en los que prefieren viajar.

8. ¿Qué región para los turistas extranjeros es de su preferencia para realizar sus viajes de vacaciones? (Marque sólo una)

1) Costa 2) Sierra 3) Oriente 4) Galápagos

9. De la lista de lugares que se presenta a continuación cuál es de mayor interés para los turistas extranjeros, por favor enumere del 1 al 5 en orden de importancia. (1 la más importante y 5 el menos importante).

6. Tena

7. Misahuallí

8. El Chaco

9. Quijos

10. Puyo

10. Indique ¿Porqué seleccionan el lugar con mayor importancia? (Enumere del 1 al 5, en orden de importancia; 1 la más importante y 5 el menos importante).

6. Cercanía

7. Infraestructura hotelera

8. Costos

9. Atractivos turísticos

10. Costumbre

11. ¿Cómo evaluaría usted las siguientes características de una hostería ecológica ubicada en la selva?

Características	Muy importante	Algo importante	Poco importante	No lo necesito
Agroturismo				
Alojamiento				
Baño privado				
Birdwatching				
Cafetería- Restaurante				
Convivencia con comunidades				
Charlas ecológicas				
Deportes extremos				
Energía solar				
Expediciones a la selva				
Infraestructura típica de la zona				
Limpieza				
Museos naturales				
Parqueadero				
Piscina				
Precio económico				
Proyectos de conservación				
Rutas ecológicas				
Servicio de la habitación				
Servicio de internet				
Servicio de Lavandería y planchado				
Spa				
Televisión				
Terapias de Relajación				
Tranquilidad				

12. ¿Los turistas extranjeros para planificar un viaje dentro del Ecuador buscan? (Escoja una sola opción)

5. Operadores de turismo
6. Agencias de viaje
7. Por referencias
8. Personalmente

13. ¿El turista extranjero para realizar el pago de un viaje utiliza? (Escoja una opción)

4. Dinero en efectivo
5. Tarjeta de crédito
6. Cheque

14. ¿Motivos por los que viajan? (Escoja una opción)

4. Trabajo
5. Diversión
6. Estudios

15. ¿Usted ha visitado la parroquia Gonzalo Díaz de Pineda, ubicada en el cantón El Chaco?
Si No
16. Si respondió afirmativamente, considera usted que este lugar presenta condiciones favorables para desarrollar actividad turística.
Si No No conozco
17. ¿De existir la hostería ecológica en la parroquia Gonzalo Días de Pineda cantón El Chaco, la agencia u operadora de viajes podría incorporar entre sus paquetes turísticos los servicios que prestaría en el sector antes mencionados?
Si
No
18. ¿Qué medios de comunicación prefiere para conocer sobre los servicios que prestaría la Hostería ecológica (Escoja dos opciones)
- 9. Correo electrónico
 - 10. Pagina web
 - 11. Periódicos
 - 12. Revistas especializadas
 - 13. Televisión
 - 14. Amigos
 - 15. Agencias de viaje
 - 16. Otros (especifique) _____

Gracias

ANEXO E

TABULACIÓN DE ENTREVISTAS AGENCIAS DE VIAJE

INTERNACIONALES (15)

La entrevista aplicada a las diferentes agencias de viaje internacionales ubicadas en la ciudad de Quito, fueron seleccionadas de manera aleatoria de un grupo de 50 agencias de viajes utilizando números randómicos, la selección se detalla a continuación:

Tabla E1: Lista de Agencias de Viaje

N°	Nombre de la Agencia
1	Famitur
2	Exploertur
3	Neblina Forest
4	Tropic Ecological Adventures
5	Vida Verde S.A.
6	Exploaventure
7	Green Planet The Great Adventure Cia. Ltda.
8	Salsareisen
9	La Selva
10	World Tourist S.A.
11	Yurquito Cia.Ltda.
12	Paradise Huts Cia. Ltda.
13	Green Pacific S.A.
14	Samona Expeditions
15	Expediciones Centro del Mundo
16	All Ecuador Travel Cia. Ltda.
17	Alvarado Travel Cia. Ltda.

18	Sierra Negra Expediciones y Ecoturismo
19	Equinoccial Ecologist Adventure Cia.Ltda
20	Senat Senderos Naturales Cia.Ltda.
21	Planeta Verde
22	Expediciones Terratopic
23	Conatur S.A.
24	Dreams & Travel
25	Aercrombie&Kent Ecuador S.A.
26	Quasarland S.A.
27	Sun and Snow Expeditions Cia.Ltda.
28	Ecorutas Touring
29	Econativa Cia.Ltda.
30	Barefoot S.A.
31	Apuecuador Travel Cia.Ltda
32	Gulivert Expeditions
33	Agencia de Viajes y Operadora Kamac Cia.Ltda.
35	Serendip
36	Pam Tour
37	Galapagos y Montañas Galamountain Cia.Ltda.
38	Tierra Verde
39	Endless Expedition
40	Jaribu Adventures S.A.
41	Ecuador Treasure
42	Rutapaís Cia. Ltda.
43	Metropolitan Touring
44	Punda Tours Viajes y Turismo S.A.

45	Bird Paradise Tour Operator Cia.Ltda.
46	Quitavel Turismo Cia. Ltda.
47	Palmar Voyages
48	Imagentour
49	Klein Tour
50	Exotic Adventure

Fuente: CAPTUR- Quito 2010

Elaborado por: Sonia Caizaluisa Morales

Tabla E2: Selección de las Agencias de Viaje a ser entrevistadas

<i># Randómicos</i>	<i># Agencia</i>	<i>Nombre de la Agencia</i>
1	36	Pam Tour
2	24	Dreams & Travel
3	7	Green Planet The Great Adventure Cia. Ltda.
4	49	Klein Tour
5	11	Yurquito Cia.Ltda.
6	20	Senat Senderos Naturales Cia.Ltda.
7	29	Econativa Cia.Ltda.
8	45	Bird Paradise Tour Operator Cia.Ltda.
9	47	Palmar Voyages
10	43	Metropolitan Touring
11	1	Famitur
12	21	Planeta Verde
13	38	Tierra Verde
14	41	Ecuador Treasure
15	15	Expediciones Centro del Mundo

Fuente: CAPTUR- Quito 2010

Elaborado por: Sonia Caizaluisa Morales

Una vez seleccionadas las agencias randómicamente se procedió a realizar las entrevistas, y se codificar bajo el esquema realizado en las encuestas

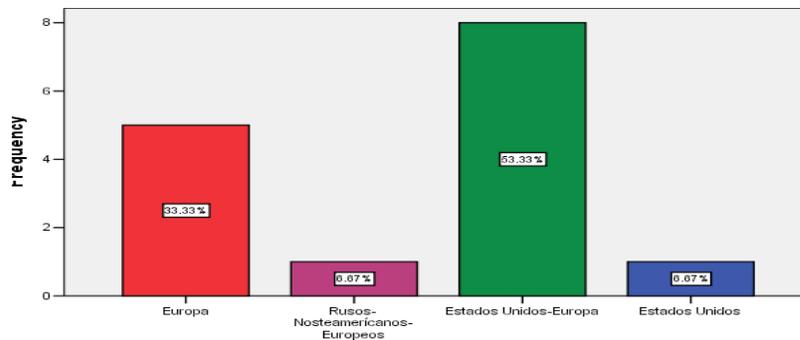
Tabla E3: Pregunta 1 ¿Qué nacionalidad tienen en su mayoría los turistas que se alojan en hosterías ecológicas?

¿Qué nacionalidad tienen en su mayoría los turistas que se alojan en hosterías ecológicas

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Europa	5	33,3	33,3	33,3
Rusos- Nosteamericanos- Europeos	1	6,7	6,7	40,0
Estados Unidos-Europa	8	53,3	53,3	93,3
Estados Unidos	1	6,7	6,7	100,0
Total	15	100,0	100,0	

Gráfico E1

¿Qué nacionalidad tienen en su mayoría los turistas que se alojan en hosterías ecológicas



En esta pregunta se puede apreciar que en las entrevistas a las agencias de viajes en su mayoría concuerdan que, la nacionalidad de los turistas extranjeros es de Estados Unidos y Europa 96,7% y el restante 3,3% pertenecen a nacionalidades como rusos.

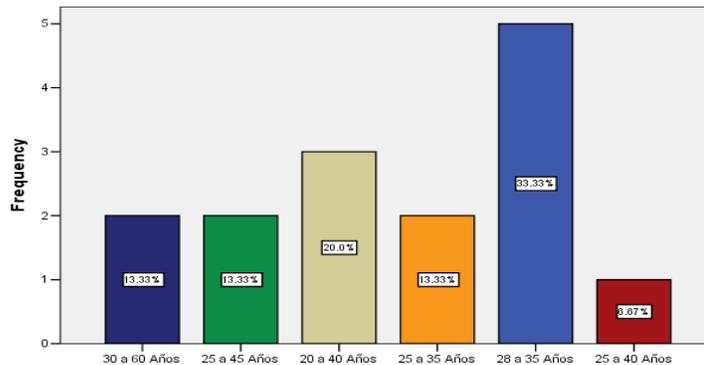
Tabla E4: Pregunta 2: ¿Los turistas que buscan este tipo de viajes que edad promedio tienen?

¿Los turistas que buscan este tipo de viajes que edad promedio tienen?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 30 a 60 Años	2	13,3	13,3	13,3
25 a 45 Años	2	13,3	13,3	26,7
20 a 40 Años	3	20,0	20,0	46,7
25 a 35 Años	2	13,3	13,3	60,0
28 a 35 Años	5	33,3	33,3	93,3
25 a 40 Años	1	6,7	6,7	100,0
Total	15	100,0	100,0	

Gráfico E2: ¿Los turistas que buscan este tipo de viajes que edad promedio tienen?

¿Los turistas que buscan este tipo de viajes que edad promedio tienen?



De acuerdo con la codificación de datos la edad promedio de los turistas se encuentra entre los 25 a 35 años 46,7%; otro rango lo podemos ubicar entre los 20 a 40 años 26,7% y en menor porcentaje se halla las edades de 25 a 45 años 13,3% y 30 a 60 años 13,3%.

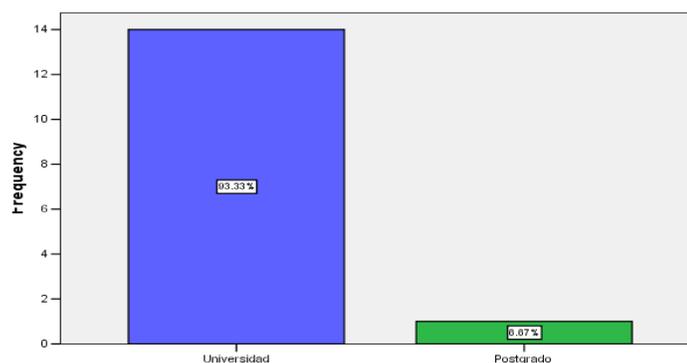
Tabla E5: ¿Nivel de educación de los turistas que visitan estos lugares?

¿Nivel de educación de los turistas que visitan estos lugares?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Universidad	14	93,3	93,3	93,3
Postgrado	1	6,7	6,7	100,0
Total	15	100,0	100,0	

Gráfico E3: ¿Nivel de educación de los turistas que visitan estos lugares?

¿Nivel de educación de los turistas que visitan estos lugares?



Los datos codificados muestran que el nivel de educación de los turistas extranjeros es superior o universitario 93,3%, lo cual indica que se trata de personas con niveles de educación altos que inciden en la aceptación del servicio.

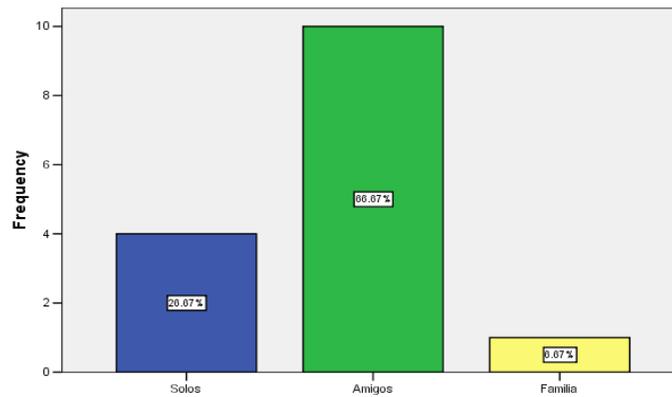
Tabla E6: Pregunta 4: ¿Cuándo viajan los turistas lo hacen?

¿Cuándo viajan los turistas lo hacen?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Solos	4	26,7	26,7	26,7
	Amigos	10	66,7	66,7	93,3
	Familia	1	6,7	6,7	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

Gráfico E4: ¿Cuándo viajan los turistas lo hacen?

¿Cuándo viajan los turistas lo hacen?



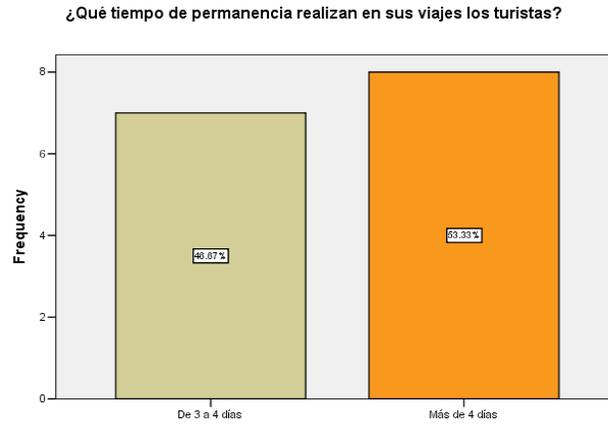
En cuanto a esta pregunta se puede observar podemos que los turistas extranjeros realizan sus viajes con amigos 66,7% con amigos, mientras que el 26,7% lo realiza solo y el 6,6% lo realiza con la familia.

Tabla E7: Pregunta 5 ¿Qué tiempo de permanencia realizan en sus viajes los turistas?

¿Qué tiempo de permanencia realizan en sus viajes los turistas?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	De 3 a 4 días	7	46,7	46,7	46,7
	Más de 4 días	8	53,3	53,3	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

Gráfico E5: ¿Qué tiempo de permanencia realizan en sus viajes los turistas?



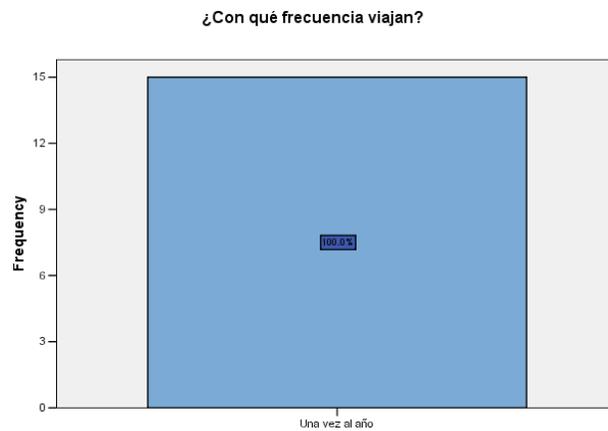
El tiempo de permanencia de un turista es más de 4 días 53,3%; y entre 3 y 4 días 46,7%, de acuerdo con la tabulación realizada en las entrevistas.

Tabla E8: Pregunta 6: ¿Con qué frecuencia viajan?

¿Con qué frecuencia viajan?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Una vez al año	15	100,0	100,0	100,0

Gráfico E6: ¿Con qué frecuencia viajan?

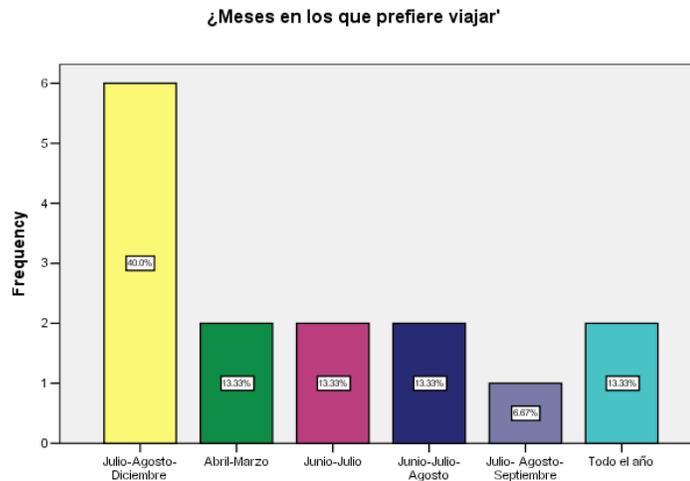


Los turistas extranjeros por lo general viajan 1 vez al año al país 100% de acuerdo a las entrevistas realizadas.

Tabla E9: Pregunta 7 ¿Meses en los que prefieren viajar?

¿Meses en los que prefiere viajar'					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Julio-Agosto-Diciembre	8	40,0	40,0	40,0
	Abril-Marzo	2	13,3	13,3	53,3
	Junio-Julio	2	13,3	13,3	66,7
	Junio-Julio-Agosto	2	13,3	13,3	80,0
	Julio- Agosto-Septiembre	1	6,7	6,7	86,7
	Todo el año	2	13,3	13,3	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

Gráfico E7: ¿Meses en los que prefieren viajar?



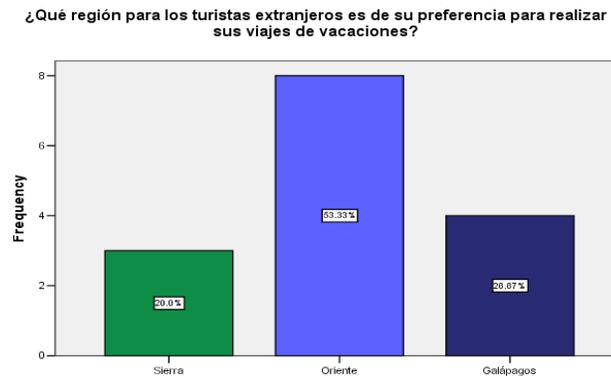
Para el estudio se debe establecer las temporadas de visitas por parte de los turistas extranjeros como se puede observar los meses de preferencia son: junio-julio-agosto, septiembre y diciembre 73,4%, en cuanto al criterio de marzo-abril 13,3% y por último está la opción de todo el año 13,3%, esto puede ser resultado de que en los mese con mayor porcentaje son los meses de vacaciones tanto en Estados Unidos como en Europa.

Tabla E10: Pregunta 8 ¿Qué región para los turistas extranjeros es de preferencia para realizar sus viajes de vacaciones?

¿Qué región para los turistas extranjeros es de su preferencia para realiz sus viajes de vacaciones?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sierra	3	20,0	20,0	20,0
	Oriente	8	53,3	53,3	73,3
	Galápagos	4	26,7	26,7	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

Gráfico E8: ¿Qué región para los turistas extranjeros es de preferencia para realizar sus viajes de vacaciones?



En cuanto a esta pregunta según la mayoría de entrevistados los turistas extranjeros colocan a la región oriental como lugar primordial de visita 53,3%, mientras que en segundo lugar más visitado en el país es la región insular 26,7% y en tercer lugar se halla región de la Sierra 20%, estos resultados pueden ser ocasionados por la tendencia del ecoturismo en la región oriental donde en la última década se ha ido desarrollando para recibir a los turistas.

Pregunta 9: ¿De la lista de lugares que se presentan a continuación cuál es de mayor interés para los turistas extranjeros, por favor enumere del 1 al 5 en orden de importancia? (1 la más importante y 5 el menos importante)

Tabla E11: Tena

Tena				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	4	26,7	26,7	26,7
2	8	53,3	53,3	80,0
3	3	20,0	20,0	100,0
Total	15	100,0	100,0	

Tabla E12: Misahuallí

Misahualli				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	10	66,7	66,7	66,7
2	3	20,0	20,0	86,7
3	2	13,3	13,3	100,0
Total	15	100,0	100,0	

Tabla E13: El Chaco

Chaco				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	1	6,7	6,7	6,7
4	10	66,7	66,7	73,3
5	4	26,7	26,7	100,0
Total	15	100,0	100,0	

Tabla E14: Quijos

Quijos				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	1	6,7	6,7	6,7
4	5	33,3	33,3	40,0
5	9	60,0	60,0	100,0
Total	15	100,0	100,0	

Tabla E15: Puyo

Puyo				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	1	6,7	6,7	6,7
2	4	26,7	26,7	33,3
3	8	53,3	53,3	86,7
5	2	13,3	13,3	100,0
Total	15	100,0	100,0	

Para los entrevistados el lugar con mayor interés para los extranjeros es Misahuallí 66,7%, le sigue la ciudad de Tena 53,3%; en tercer lugar Puyo 53,3%, en el penúltimo lugar se encuentra El Chaco 66,7% y en último encontramos a la ciudad de Quijos.

Pregunta 10: Indique: ¿Por qué seleccionó el lugar con mayor importancia? (Enumere del 1 al 5 en orden de importancia, 1 la más importante y 5 el menos importante)

Tabla E16: Cercanía

Cercanía				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	2	13,3	13,3	13,3
2	1	6,7	6,7	20,0
3	5	33,3	33,3	53,3
4	1	6,7	6,7	60,0
5	6	40,0	40,0	100,0
Total	15	100,0	100,0	

Tabla E17: Infraestructura hotelera

Infraestructura hotelera				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	2	13,3	13,3	13,3
2	4	26,7	26,7	40,0
3	6	40,0	40,0	80,0
4	3	20,0	20,0	100,0
Total	15	100,0	100,0	

Tabla E18: Costos

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	2	13,3	13,3	13,3
3	3	20,0	20,0	33,3
4	9	60,0	60,0	93,3
5	1	6,7	6,7	100,0
Total	15	100,0	100,0	

Tabla E19: Atractivos turísticos

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	11	73,3	73,3	73,3
2	4	26,7	26,7	100,0
Total	15	100,0	100,0	

Tabla E20: Costumbre

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	4	26,7	26,7	26,7
3	2	13,3	13,3	40,0
4	1	6,7	6,7	46,7
5	8	53,3	53,3	100,0
Total	15	100,0	100,0	

De acuerdo con los entrevistados se escogió a Misahuallí como el lugar más importante por sus atractivos turísticos 73,3%, costos 60%, costumbre 53,3%, cercanía 33,3%, infraestructura hotelera 26,7%, todas estas características son importantes para el desarrollo turístico de este lugar.

Pregunta 11: ¿Cómo evaluaría usted las siguientes características de una hostería ecológica ubicada en la selva?

Tabla E21: Agroturismo

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Muy importante	3	20,0	21,4	21,4
Algo importante	7	46,7	50,0	71,4
Poco importante	1	6,7	7,1	78,6
No lo necesito	3	20,0	21,4	100,0
Total	14	93,3	100,0	
Missing System	1	6,7		
Total	15	100,0		

Tabla E22: Alojamiento

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Muy importante	12	80,0	80,0	80,0
Algo importante	3	20,0	20,0	100,0
Total	15	100,0	100,0	

Tabla E23: Baño privado

		Baño privado			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Muy importante	13	88,7	88,7	88,7
	Algo importante	2	13,3	13,3	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

Tabla E24: Birdwatching

		Birdwatching			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Muy importante	7	46,7	46,7	46,7
	Algo importante	7	46,7	46,7	93,3
	Poco importante	1	6,7	6,7	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

Tabla E25: Cafetería-Restaurante

		Cafetería Restaurante			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Muy importante	8	53,3	53,3	53,3
	Algo importante	7	46,7	46,7	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

Tabla E26: Convivencia

		Convivencia con comunidades			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Muy importante	9	60,0	60,0	60,0
	Algo importante	5	33,3	33,3	93,3
	Poco importante	1	6,7	6,7	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

Tabla E27: Charlas ecológicas

		Charlas ecológicas			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Muy importante	12	80,0	80,0	80,0
	Algo importante	3	20,0	20,0	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

Tabla E28: Deportes extremos

		Deportes extremos			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Muy importante	11	73,3	73,3	73,3
	Algo importante	3	20,0	20,0	93,3
	Poco importante	1	6,7	6,7	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

Tabla E29: Energía solar

		Energía solar			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Muy importante	12	80,0	80,0	80,0
	Algo importante	3	20,0	20,0	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

Tabla E30: Expediciones

		Expediciones a la selva			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Muy importante	14	93,3	93,3	93,3
	Poco importante	1	6,7	6,7	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

Tabla E31: Infraestructura típica

		Infraestructura típica de la zona			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Muy importante	7	46,7	50,0	50,0
	Algo importante	7	46,7	50,0	100,0
	Total	14	93,3	100,0	
Missing	System	1	6,7		
	Total	15	100,0		

Tabla E32: Limpieza

		Limpieza			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Muy importante	15	100,0	100,0	100,0

Tabla E33: Museos naturales

Museos naturales					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Muy importante	6	40,0	40,0	40,0
	Algo importante	9	60,0	60,0	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

Tabla E34: Parqueadero

Parqueadero					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Muy importante	2	13,3	13,3	13,3
	Algo importante	1	6,7	6,7	20,0
	Poco importante	8	53,3	53,3	73,3
	No lo necesito	4	26,7	26,7	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

Tabla E35: Piscina

Piscina					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Algo importante	1	6,7	6,7	6,7
	Poco importante	9	60,0	60,0	66,7
	No lo necesito	5	33,3	33,3	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

Tabla E36: Precio económico

Precio economico					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Muy importante	4	26,7	28,6	28,6
	Algo importante	10	66,7	71,4	100,0
	Total	14	93,3	100,0	
Missing	System	1	6,7		
	Total	15	100,0		

Tabla E37: Proyectos de conservación

Proyectos de conservación					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Muy importante	12	80,0	80,0	80,0
	Algo importante	3	20,0	20,0	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

Tabla E38: Rutas Ecológicas

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Muy importante	15	100,0	100,0	100,0

Tabla E39: Servicio a la habitación

Servicio a la habitacion					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Muy importante	2	13,3	13,3	13,3
	Algo importante	3	20,0	20,0	33,3
	Poco importante	1	6,7	6,7	40,0
	No lo necesito	9	60,0	60,0	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

Tabla E40: Servicio de internet

Servicio de internet					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Muy importante	2	13,3	13,3	13,3
	Algo importante	2	13,3	13,3	26,7
	Poco importante	7	46,7	46,7	73,3
	No lo necesito	4	26,7	26,7	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

Tabla E41: Servicio de lavandería

Servicio de lavandería y planchado

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Algo importante	5	33,3	33,3	33,3
	Poco importante	4	26,7	26,7	60,0
	No lo necesito	6	40,0	40,0	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

Tabla E42: Spa

Spa

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Muy importante	2	13,3	13,3	13,3
	Poco importante	5	33,3	33,3	46,7
	No lo necesito	8	53,3	53,3	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

Tabla E43: Televisión

Televisión

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Algo importante	1	6,7	6,7	6,7
	Poco importante	4	26,7	26,7	33,3
	No lo necesito	10	66,7	66,7	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

Tabla E44: Terapias de relajación

Terapias de relajación

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Muy importante	2	13,3	13,3	13,3
	Algo importante	6	40,0	40,0	53,3
	No lo necesito	7	46,7	46,7	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

Tabla E45: Tranquilidad

Tranquilidad

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Muy importante	15	100,0	100,0	100,0

Las entrevistas a las agencias de viajes internacionales dan pautas para ciertas características con las que debería contar la hostería ecológica entre las que se destaca como muy importantes alojamiento 80%, baño privado 86,7%, charlas ecológicas 80%, energía solar 80%, limpieza 100%, proyectos de conservación 80%, rutas ecológicas 100% y la tranquilidad 100%, también debemos considerar dentro de estas características a las expediciones a la selva 93,3%, deportes extremos 73,3%, convivencia con comunidades 60%, cafetería-restaurante 53,3%, un avistamiento para aves (Birdwatching) 46,7% e infraestructura típica de la zona 46,7%; y dentro de la consideración de algo importante esta los museos naturales 60%, agroturismo 50% y terapias de relajación 40%

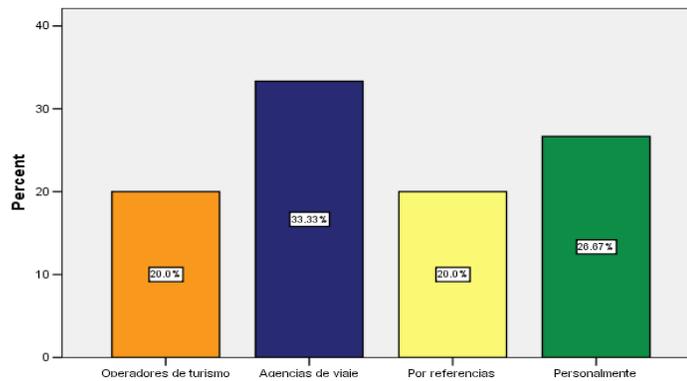
Tabla E46: Pregunta 12 ¿Los turistas extranjeros para planificar un viaje dentro del Ecuador buscan?

¿Los turistas extranjeros para planificar un viaje dentro del Ecuador buscan?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Operadores de turismo	3	20,0	20,0	20,0
Agencias de viaje	5	33,3	33,3	53,3
Por referencias	3	20,0	20,0	73,3
Personalmente	4	26,7	26,7	100,0
Total	15	100,0	100,0	

Gráfico E9: ¿Los turistas extranjeros para planificar un viaje dentro del Ecuador buscan?

¿Los turistas extranjeros para planificar un viaje dentro del Ecuador buscan?



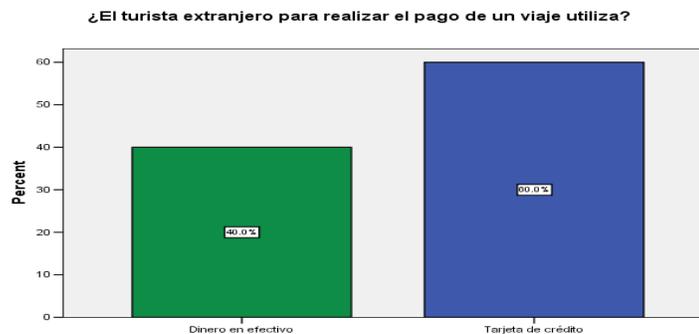
Con respecto a la pregunta 12 los turistas extranjeros para planificar un viaje dentro del Ecuador primero lo realizan por medio de agencias de viaje u operadores de turismo 53,3%; personalmente 26,7%, y por referencias 20%.

Tabla E47: Pregunta 13 ¿El turista extranjero para realizar el pago de un viaje utiliza?

¿El turista extranjero para realizar el pago de un viaje utiliza?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Dinero en efectivo	6	40,0	40,0	40,0
Tarjeta de crédito	9	60,0	60,0	100,0
Total	15	100,0	100,0	

Gráfico E10: ¿El turista extranjero para realizar el pago de un viaje utiliza?



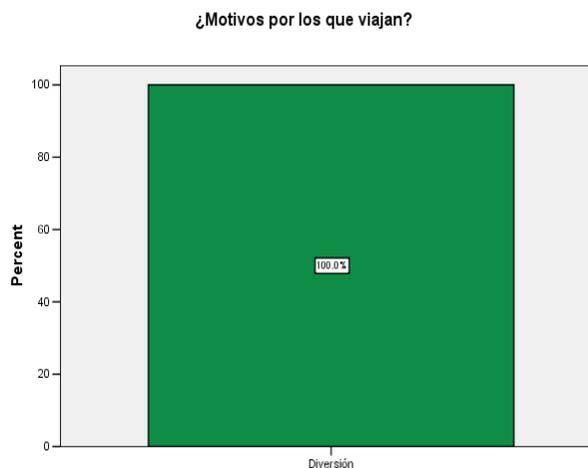
Dentro de las entrevistas realizadas a las diferentes agencias de viajes internacionales se encuentra que el turista para realizar el pago de un viaje utiliza tarjetas de crédito 60% y dinero en efectivo 40%, por lo cual, la hostería una vez en marcha debe implementar estos sistemas de pago para una mejor atención a los clientes.

Tabla E48: ¿Motivos por los que viajan?

¿Motivos por los que viajan?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Diversión	15	100,0	100,0	100,0

Gráfico E11: ¿Motivos por los que viajan?



Dentro de las diferentes características del cliente se ha visto la necesidad de realizar esta pregunta con el fin de adoptar ciertas estrategias basadas en la mercadotecnia y como

respuesta se tiene que 100% de los turistas que visitan el país es por motivos de diversión.

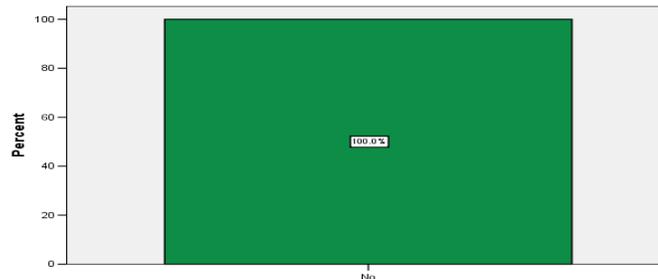
Tabla E49: ¿Usted ha visitado la parroquia Gonzalo Díaz de Pineda, ubicada en el cantón El Chaco?

Isted ha visitado la parroquia Gonzalo Díaz de Pineda, ubicada en cantón El Chaco?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid No	15	100,0	100,0	100,0

Gráfico E12: ¿Usted ha visitado la parroquia Gonzalo Díaz de Pineda, ubicada en el cantón El Chaco?

¿Usted ha visitado la parroquia Gonzalo Díaz de Pineda, ubicada en el cantón El Chaco?



Los entrevistados no conocen 100% la población donde se creará la hostería ecológica, esto puede ser motivado por una carencia en infraestructura hotelera en el sector.

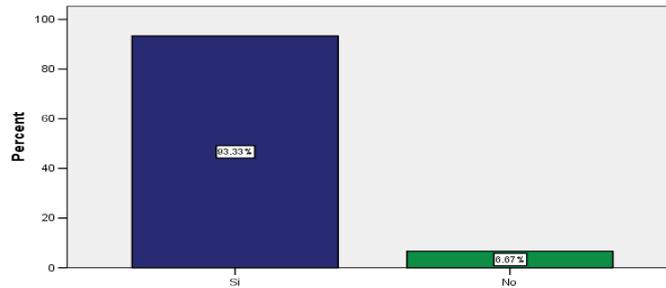
Tabla E50

De existir la hostería ecológica en la parroquia Gonzalo Diaz de Pineda cantón El Chaco, la agencia u operadora de viajes podría incorporar entre sus paquetes turísticos los servicios que prestaría en el sector antes mencionado?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Si	14	93,3	93,3	93,3
No	1	6,7	6,7	100,0
Total	15	100,0	100,0	

Gráfico E13

De existir la hostería ecológica en la parroquia Gonzalo Díaz de Pineda cantón El Chaco, la agencia u operadora de viajes podría incorporar entre sus paquetes turísticos los servicios que prestaría en el sector antes mencionado?



Esta pregunta ayuda a proyectar la demanda que puede tener la hostería ecológica y si existiera la hostería ecológica en la parroquia Gonzalo Díaz de Pineda, cantón El Chaco las agencias de viajes internacionales u operadoras si podrían incluir 93,3% en sus paquetes turísticos los servicios que ofrecería la hostería.

Tabla E51: Pregunta 18 ¿Qué medios de comunicación prefiere para conocer sobre los servicios que prestaría la hostería ecológica?

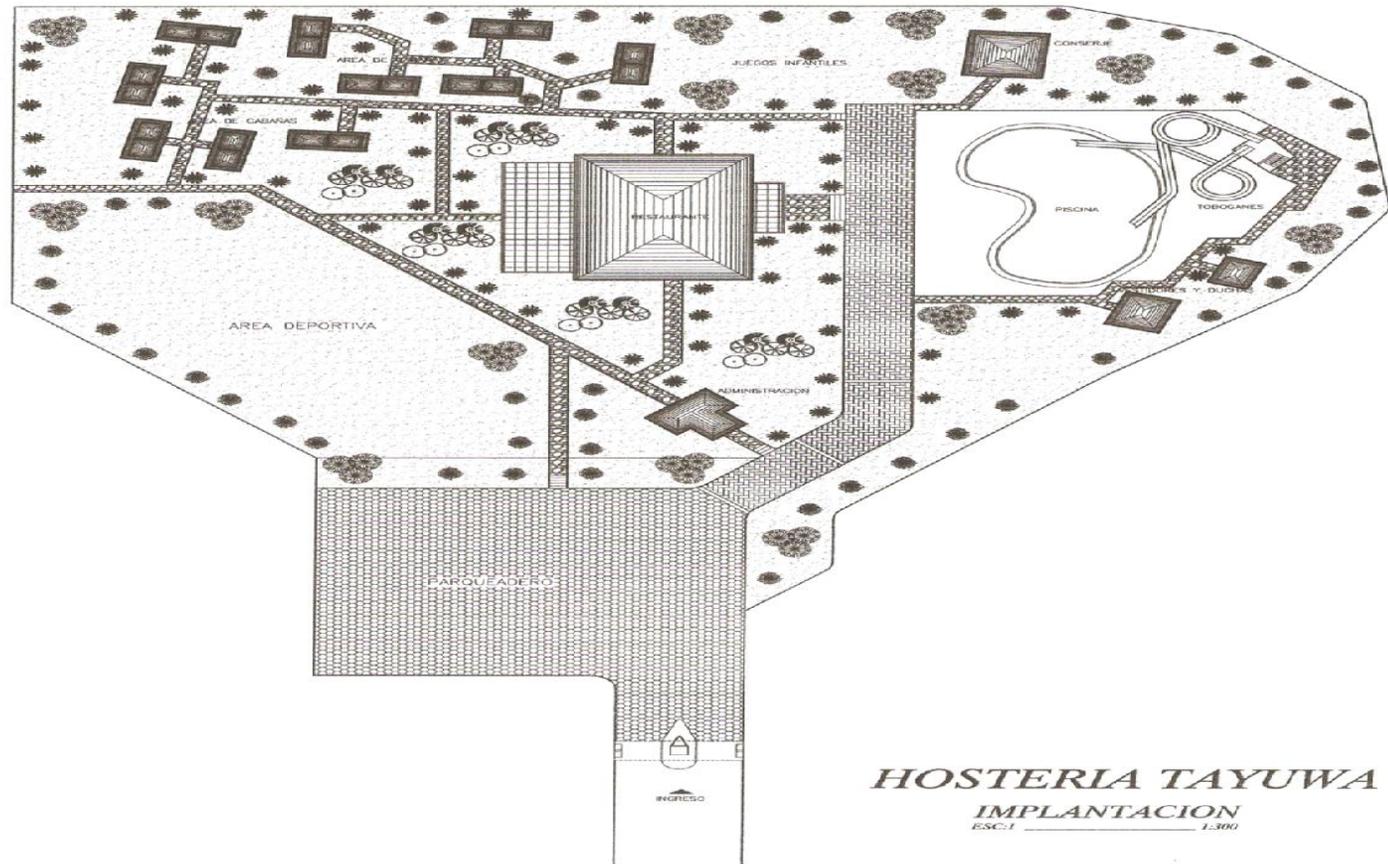
Statistics

	Correo electrónico	Página web	Periódicos	Revistas especializadas	T.v	Amigos	Agencias de viaje
N Valid	7	15	0	8	0	0	0
Missing	8	0	15	7	15	15	15

Los medios de comunicación más destacados para conocer sobre los servicios que prestaría la hostería ecológica son página web 100%, revistas especializadas 53,3% y por último se halla el correo electrónico 46,7%.

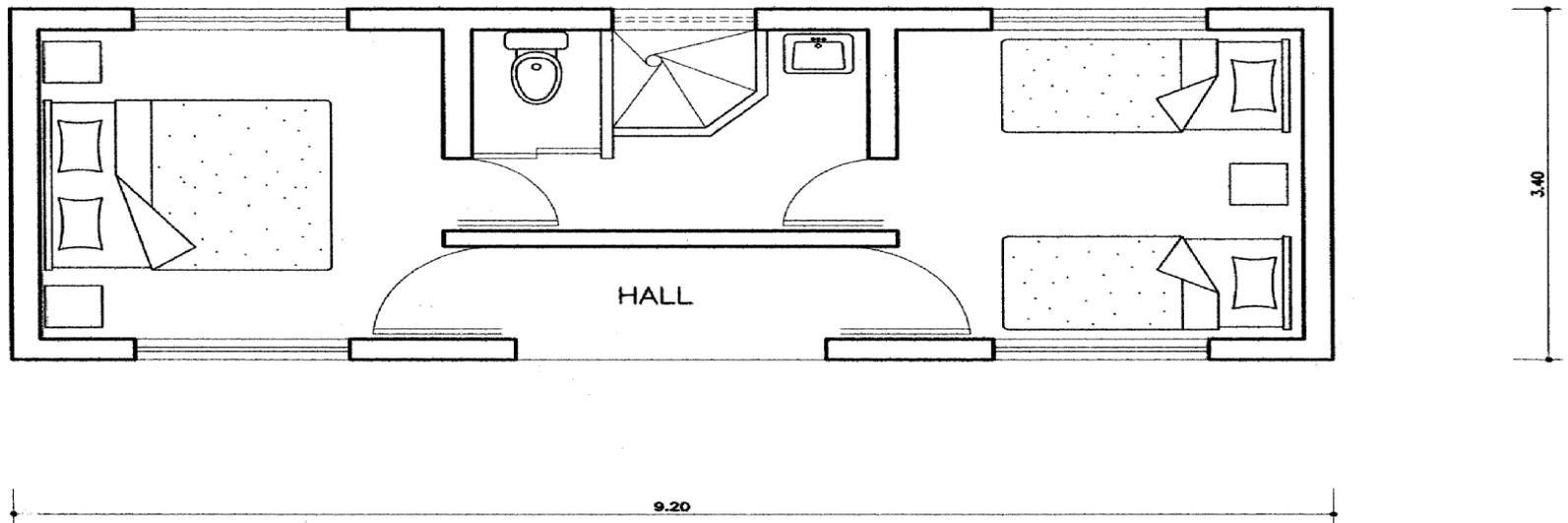
ANEXO N° F

Gráfico F1: Planos de instalaciones



ANEXO N° G

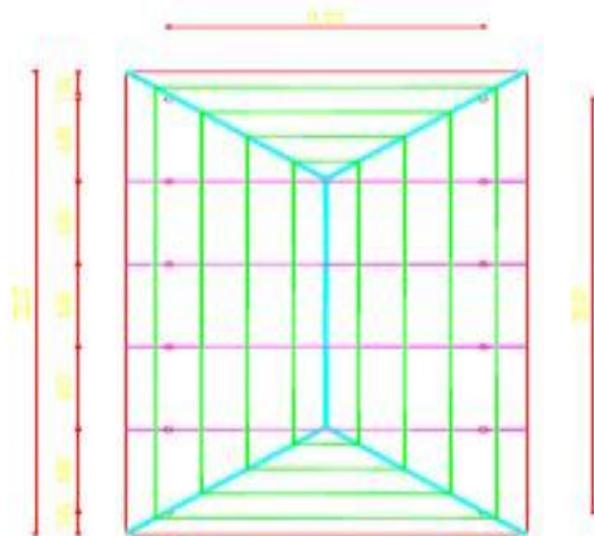
Gráfico G1: Cabaña tipo para 3 personas



PLANTA CABAÑA TIPO
ESCALA _____ 1:50

ANEXO N° H

Gráfico H1: Planos de restaurante (capacidad 60 personas)



PLANTA



ELEVACION

VIGAS EN MADERA COLORADO DIAMETRO APROX=12cm
 COLUMNAS EN MADERA COLORADO DIAMETRO APROX=20cm
 VIGUETAS EN MADERA COLORADO DIAMETRO APROX=5cm
 VIGAS EN MADERA COLORADO DIAMETRO APROX=8cm

ANEXO I

Costos de alimentación 1 día/persona

Tabla I1: Costos de desayuno

Desayuno	
Detalle	Precio
Jugo	\$ 0,60
Pan	\$ 0,30
Leche	\$ 0,31
Azúcar	\$ 0,10
Café	\$ 0,10
Total	\$ 1,41

Tabla I2: Costos de almuerzo

Almuerzo	
Sopa	\$ 1,80
Segundo plato	\$ 2,50
Postre	\$ 1,00
Agua o jugo	\$ 1,00
Total	\$ 6,30

Tabla I3: Costos de merienda o cena

Merienda o Cena	
Plato fuerte	\$ 3,00
Agua arom	\$ 1,00
Total	\$ 4,00

Tabla I4: Total de costo de alimentación

Alimentación 1 día (1 persona)

Total	\$ 11,71
--------------	-----------------

ANEXO J

Tabla J1: Determinación del precio del paquete 2 días 1 noche

Años	Materia Prima	M.O.D	CIF	Depreciación	Total	UTILIDAD 10%	P.VP
2011	\$ 23,42	\$ 92,39	\$ 11,96	\$ 36,23	\$ 164,00	\$ 16,40	\$ 180

Tabla J2: Determinación del precio del paquete 3 días 2 noches

Años	Materia Prima	M.O.D	CIF	Depreciación	Total	UTILIDAD 28%	P.VP
2011	\$ 35,13	\$ 89,67	\$ 11,60	\$ 35,16	\$ 171,56	\$ 48,04	\$ 220

Tabla J3: Determinación del precio del paquete 4 días 3 noches

Años	Materia Prima	M.O.D	CIF	Depreciación	Total	UTILIDAD 51,19%	P.VP
2011	\$ 11,71	\$ 122,28	\$ 15,82	\$ 47,95	\$ 197,76	\$ 101,23	\$ 299,0

ANEXO K

Tabla K1: Amortización de intangibles

Amortización de Intangibles								
Detalle	Costo Unitario	Costo Total	Vida Útil en Años	2011	2012	2013	2014	2015
Diseño Arquitectónico	\$ 700,00	\$ 700,00	5 años	\$ 140,00	\$ 140,00	\$ 140,00	\$ 140,00	\$ 140,00
Diseño de Instalaciones	\$ 500,00	\$ 500,00	5 años	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00
Gastos de Constitución	\$ 800,00	\$ 800,00	5 años	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 160,00
Puesta en Marcha	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	5 años	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00
Gastos de Estudios del Proyecto	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	5 años	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00
Publicidad Preliminar	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	5 años	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00
<i><u>Total</u></i>	<i><u>\$ 8.000,00</u></i>	<i><u>\$ 8.000,00</u></i>		\$ 1.600,00	\$ 1.600,00	\$ 1.600,00	\$ 1.600,00	\$ 1.600,00

BIBLIOGRAFÍA

- CEBALLOS, Lascuráin (1996). “*Turismo, Ecoturismo y Áreas Protegidas*”, México UICN (Unión Mundial para la Naturaleza).
- GUILTINAN, Josep (1998) “*Gerencia de Marketing*”, Sexta Edición, Colombia, Página 53
- HONEY, Martha (1999) “*Ecotourism and Sustainable Development*”: *Who Owns Paradise?* Island Press, Washington, pp. 22-23
- AZEVEDO LUÍNDIA Luiza (2007) “*Ecoturismo Indígena*”, Primera Edición, Quito, Ecuador.
- VARGA, Péter (2007) “*Ecoturismo y Sociedades Amazónicas*”, Primera Edición, Quito, Ecuador.
- BACA URBINA, Gabriel (1995) “*Evaluación de Proyectos*”, Cuarta Edición, México.
- SAPAG CHAIN, Nassir (2000) “*Preparación y Evaluación de Proyectos*”, Cuarta Edición, Chile.
- SALAZAR PICO, Francis (2004) “*Gestión Estratégica de Negocios*”, Quito, Ecuador.
- KOTLER, Philip (2006) “*Dirección de Marketing*”, Duodécima Edición, México.
- SANCHEZ, Gilberto (2010) “*La Tablita Tributaria y Laboral*”, Quito, Ecuador.
- MORA ZAMBRANO, Armando “*Matemáticas Financieras*” Editorial Mc Graw Hill Colombia.
- Ministerio del Ambiente (2007-2011) “*Plan de Manejo del Parque Nacional Sumaco Napo Galeras*” Quito, Ecuador.
- HURTADO, Walter “*El Chaco un Paraíso Ignorado*” Editorial Comunicaciones Corporativas OCP Ecuador S.A.
- GUZMÁN, Tomás (2006), *Revista de Economía Institucional*,

- **Fuentes de Internet:**

- **www.inec.gov.ec**
 - Instituto Nacional de Estadísticas y Censos del Ecuador (INEC), VI Censo poblacional-2001
- **www.ministerioturismo.gov.ec**
 - Reglamento General de Actividades Turísticas Ecuador 2002, Título V Del Ecoturismo y la Sostenibilidad
- **www.ministerioambiente.gov.ec**
 - Ministerio del Ambiente del Ecuador, Dirección Nacional de Biodiversidad.
 - Ministerio del Ambiente, Ley Forestal y de Conservación de Áreas Naturales y Vida Silvestre, Título II De La Flora y Fauna Silvestre, Art. 69.
- **www.captur.com**
- **www.organizaciónmundialdeturismo.org**
- **www.capturnapo.com**
- **www.cfn.gov.ec**
- **www.iepi.gov.ec**
- **www.sri.gov.ec**
- **www.registromercantilquito.com**