



UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA
La Universidad Católica de Loja

ÁREA ADMINISTRATIVA

**TÍTULO DE INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

**Plan de negocios para el Complejo Ecoturístico en el Cantón Loreto Provincia
de Orellana, 2014-2015.**

TRABAJO DE FIN DE TITULACIÓN

AUTOR: López Romero, Miriam Verónica

DIRECTOR: Mora Jácome, Verónica Lucía, Ing.

CENTRO UNIVERSITARIO ORELLANA

2015

APROBACIÓN DE LA DIRECTORA DEL TRABAJO DE FIN DE TITULACIÓN

Ingeniera.

Verónica Lucía Mora Jácome

DOCENTE DE LA TITULACIÓN

De mi consideración:

El presente trabajo de fin de titulación: **Plan de negocios para el Complejo Ecoturístico en el Cantón Loreto Provincia de Orellana, 2014-2015** realizado por **López Romero Miriam Verónica**, ha sido orientado y revisado durante su ejecución, por cuanto se aprueba la presentación del mismo.

Loja, 27 de abril de 2015

f)

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

“Yo López Romero Miriam Verónica declaro ser autora del presente trabajo de fin de titulación: Plan de negocios para el Complejo Ecoturístico en el Cantón Loreto Provincia de Orellana, 2014-2015, de la Titulación de Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras, siendo Verónica Lucía Mora Jácome directora del presente trabajo; y eximo expresamente a la Universidad Técnica Particular de Loja y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales. Además certifico que las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo, son de mi exclusiva responsabilidad.

Adicionalmente declaro conocer y aceptar la disposición del Art. 88 del Estatuto Orgánico de la Universidad Técnica Particular de Loja que en su parte pertinente textualmente dice: “Forman parte del patrimonio de la Universidad la propiedad intelectual de investigaciones, trabajos científicos o técnicos y tesis de grado o trabajos de titulación que se realicen con el apoyo financiero, académico o institucional (operativo) de la Universidad”

f.....

Autor: López Romero Miriam Verónica

Cédula: 2100486519

DEDICATORIA

Dedico este proyecto de tesis a mí querida familia, porque gracias a su amor y esfuerzo he podido terminar esta etapa en mi vida que me costó mucho como ustedes lo saben, parecía que estaba muy lejos de llegar pero al fin lo he logrado.

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer primeramente a Dios, dador de toda sabiduría, ya que por su gracia y amor estoy aquí, porque su Presencia me ha fortalecido y me ha ayudado en todo tiempo, para no darme por vencida, a esforzarme y a mejorar cada día.

Quiero agradecer a mis padres por su apoyo incondicional, siempre han estado ahí para mí, apoyándome, dándome palabras de aliento y sobre todo con su ejemplo de amor han hecho de mí la mujer que soy, muchas gracias queridos papitos por todo su esfuerzo y por todo lo que han sembrado en mí y lo siguen haciendo, los amo con todo mi corazón.

Gracias a mis hermanos, abuelitos, familiares y amigos por brindarme su cariño, su apoyo y su amor en todo momento, son muy importantes en mi vida.

También quiero expresar mi gratitud a mis profesores y a la Universidad, por las enseñanzas y por la oportunidad de prepararme y formarme como profesional.

Y por último quiero agradecer a mi amado esposo por estar conmigo, animándome, ayudándome, durante todo este tiempo pero sobre todo por el amor que cada día me demuestras en formas prácticas porque no solo lo dices con palabras sino con acciones, te amo con todo mi corazón.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CARATULA.....	i
CERTIFICACIÓN.....	ii
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS.....	iii
DEDICATORIA.....	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	vi
RESUMEN EJECUTIVO.....	1
ABSTRACT.....	2
INTRODUCCIÓN.....	3
CAPÍTULO 1.....	8
ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL DEL NEGOCIO.....	8
1.1 Generalidades.....	9
1.2 Historial.....	10
1.3 Visión.....	11
1.4 Misión.....	11
1.5 Valores.....	11
1.6 Objetivos.....	12
1.7 Actividad (modelo de negocio).....	12
1.8 Oportunidad de negocio detectada.....	13
1.9 Organigrama funcional.....	14
1.10 Descripción del equipo de trabajo y su equipo directivo.....	15
1.10.1 Equipo, Formación y experiencia.....	15
1.10.2 Manuales de funciones.....	16

1.11 Alianzas estratégicas.....	20
1.12 Análisis FODA	20
1.12.1 Puntos Fuertes.....	20
1.12.2 Puntos Débiles.....	21
1.12.3 Oportunidades.....	21
1.12.4 Amenazas.....	22
1.12.5 Estrategias de desarrollo en base al análisis FODA.....	23
1.13 Legal Jurídico y fiscal	24
1.13.1 Antecedentes de la empresa y las partes constituyentes.....	24
1.13.2 Aspectos legales (forma jurídica de la empresa, forma jurídica de trabajo con alianzas).....	24
1.13.3 Equipo directivo.....	25
1.13.4 Permisos y licencias necesarios para el funcionamiento y venta de productos.....	25
1.13.5 Cobertura de responsabilidades (seguros).....	25
1.13.6 Patentes, marcas y otros tipos de registros (protección legal).....	26
1.13.7 Requisitos para franquiciados.....	26
CAPÍTULO 2.....	27
MERCADO	27
2.1 Investigación de mercado.....	28
2.1.1 Evidencia de mercado.....	28
2.1.2 Binomio producto-mercado.....	29
2.1.3 Segmentación.....	29
2.1.4 Perfil del consumidor.....	30
2.1.5 Tamaño actual y proyectado.....	31
2.1.6 Tendencias de mercado.....	42
2.1.7 Factores de Riesgo.....	44

2.2 Análisis de la competencia	45
2.2.1 Descripción de la competencia (competidores claves)	45
2.2.2 Comparación con la competencia.	47
2.2.3 Ventajas competitivas.....	48
2.2.4 Barreras de entrada.....	49
2.3 Precio	50
2.3.1 Variables para la fijación del precio.....	50
2.3.2 Determinación del precio.....	50
2.4 Distribución y localización	51
2.5 Estrategias de Promoción	51
2.5.1. Clientes Claves.....	52
2.5.2 Estrategia de captación de clientes.....	52
CAPÍTULO 3.....	54
OPERACIONES	54
3.1 Producto.....	55
3.1.1 Descripción del producto.....	55
3.1.2 Diseño del producto.....	55
3.1.3 Aspectos diferenciales.....	57
3.1.4 Proceso de investigación y desarrollo.....	58
3.2 Proceso productivo.....	58
3.2.1 Proceso de elaboración.....	58
3.2.2 Capacidad instalada o tamaño.....	60
3.2.3 Tecnologías necesarias para la producción.....	62
3.2.4 Cronograma de producción.....	62
3.2.5 Control de calidad.....	63

3.3 Equipos e infraestructura necesarios	64
3.4 Requerimientos de mano de obra	73
3.5 Requerimientos de insumos productivos	75
3.6 Seguridad industrial y medio ambiente	76
3.6.1 Normativa de prevención de riesgos	76
3.6.2 Normativa ambiental	77
CAPÍTULO 4	80
FINANCIERO	80
4.1 Sistema de cobros y pagos	81
4.1.1 Sistema de cobros	81
4.1.2 Sistema de pagos	81
4.2 Presupuesto de ingresos y costos	82
4.2.1 Presupuesto de ingresos	82
4.2.2 Presupuesto de costos y gastos	84
4.2.3 Estado proforma de pérdidas y ganancias	87
4.2.4 Análisis de punto de equilibrio	88
4.3 Inversiones	89
4.3.1 Análisis de inversiones	89
4.3.2 Cronograma de inversiones	90
4.4 Plan de financiamiento	91
4.4.1 El costo del proyecto y su financiamiento	91
4.4.2 Fuentes y usos de fondos	91
4.4.3 Estado Balance General	92
4.5 Evaluación	93
4.5.1 Estado de Flujo de Efectivo	93

4.5.2 Valor Actual Neto (VAN).....	94
4.5.3 Tasa interna de retorno (TIR).....	94
4.5.4 Período de recuperación de la inversión.....	95
4.5.5 Análisis financiero.....	96
BIBLIOGRAFÍA.....	100

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Organigrama Funcional.....	14
Figura 2: Sexo.....	34
Figura 3: Edad de Turistas.....	35
Figura 4: Frecuencia de Visita.....	36
Figura 5: Acompañamiento.....	36
Figura 6: Servicio de Transporte.....	37
Figura 7: Servicio de Alimentación.....	37
Figura 8: Tipos de Hospedaje.....	38
Figura 9: Factor de Decisión para Alojarse.....	38
Figura 10: Servicio de Hospedaje.....	39
Figura 11: Visitas al Complejo Ecoturístico.....	39
Figura 12: Deportes de Aventura.....	40
Figura 13: Servicios Turísticos.....	40
Figura 14: Interés en Paquetes Turísticos.....	41

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Resumen de Ingresos de visitantes al Parque Nacional Yasuní.....	43
Tabla 2: Afluencia 2013.....	43
Tabla 3: Catastro Cantón Loreto-MINTUR 2014.....	46

Tabla 4: Equipo y Mobiliario de Oficinas.....	65
Tabla 5: Material de Oficinas y Suministros	65
Tabla 6: Mobiliario y Equipo de Cocina, Restaurante y Cafetería-Bar.....	66
Tabla 7: Muebles y Enseres de Hospedaje	67
Tabla 8: Baterías Sanitarias	68
Tabla 9: Mantelería y Lencería de Alojamiento	69
Tabla 10: Menaje General, Limpieza y Bodega.....	69
Tabla 11: Salón de Juegos y Zona de Alquiler	71
Tabla 12: Área De Juegos Infantiles	71
Tabla 13: Obra Civil.....	71
Tabla 14: Activos Fijos	72
Tabla 15: Remuneración Personal Administrativo.....	73
Tabla 16: Remuneración Personal Operativo.....	73
Tabla 17: Descripción de Costos Fijos y Variables	76
Tabla 18: Proyección de Ingresos de Alojamiento	82
Tabla 19: Proyección de Ingresos de Alimentación	83
Tabla 20: Proyección de Ingresos de Entradas.....	83
Tabla 21: Resumen de Ingresos Proyectados.....	84
Tabla 22: Resumen de Nómina de Personal Proyectada	85
Tabla 23: Resumen de Gasto de Depreciación Proyectado	85
Tabla 24: Resumen de Gastos Administrativos y de Ventas Proyectados.....	86
Tabla 25: Resumen de Costos y Gastos	86
Tabla 26: Estado de Resultados Proforma	87
Tabla 27: Punto de Equilibrio	88
Tabla 28: Inversiones	89
Tabla 29: Análisis de Inversiones	89
Tabla 30: Cronograma de Inversiones.....	90
Tabla 31: Estructura de Capital.....	91
Tabla 32: Fuentes y Usos de Fondos	91
Tabla 33: Balance General.....	93
Tabla 34: Flujo de Efectivo.....	94
Tabla 35: Valor Actual Neto	94
Tabla 36: Tasa Interna de Retorno	94

Tabla 37: Periodo de Recuperación.....	95
--	----

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1: Análisis FODA.....	22
------------------------------	----

ANEXOS

Anexos 1: Ubicación geográfica del Cantón Loreto	102
Anexos 2: Encuesta.....	103
Anexos 3: Logo.....	105
Anexos 4: Fotografías	106
Anexos 5: Financieros	109

RESUMEN EJECUTIVO

El complejo ecoturístico “Campamento Victoria” es un establecimiento cuya actividad turística es brindar alojamiento mediante cabañas, que se originó por el deseo de poseer un lugar que proporcione la recreación de las familias en un ambiente natural, libre del ruido de la ciudad y en contacto con la naturaleza además de impulsar la economía del sector mediante la creación de plazas de trabajo logrando así el sostenimiento del lugar además de convertirse en un lugar de primera categoría que sea reconocido por brindar los servicios de alojamiento, alimentación y recreación de manera eficiente y en contacto responsable con la naturaleza. Debido a la gran demanda de un lugar que brinde todas las comodidades, su desarrollo ayudará a solventar esta necesidad, creando una opción atractiva para los turistas nacionales y extranjeros que visiten el cantón Loreto. Se requiere una inversión elevada pero justificada por el costo-beneficio positivo que generará, basados en los resultados financieros obtenidos, mostrando flujos de caja positivos desde el primer año de operación, por lo que representa un proyecto atractivo.

PALABRAS CLAVE: Loreto, alojamiento, naturaleza, complejo ecoturístico.

ABSTRACT

The Ecolodge "Victory Camp" is a place which its tourist activity is to provide accommodation by cabanas, it was created from the desire to have a place that provides recreation for families in a natural environment, away from the noise of the city and contact with nature as well as improving the local economy by creating jobs, also achieving sustainable long term way of the lodge and looking to become a first class lodge that is known for providing accommodation services, food and recreation efficiently and responsible with the natural environment. Due to a great demand of a place with all commodities, the development of the lodge will contribute to these necessities to be supplied; the lodge will be an attractive tourism place, either for local or for international visitors, families who plan to visit Canton Loreto. A high investment is required, but it is justified by the positive cost-benefit generated on based of financial results, showing positive cash flows from the first year of operation, representing an attractive project.

KEYWORDS: Loreto, accommodation, nature, Eco lodge.

INTRODUCCIÓN

A través de este proyecto se pretende dar solución a un problema, ya que se cuenta con la infraestructura básica sin embargo es necesario darle una eficiente y efectiva utilidad con el objetivo de maximizar el potencial turístico que posee este complejo, mostrándolo como un lugar no solo de descanso y diversión sino que además es responsable con el cuidado y preservación del medio ambiente, para lo cual se realizará un análisis específico de las diferentes áreas importantes que posee el lugar y se lo estructurará a través de un plan de negocios que amplíe las oportunidades de desarrollo, crecimiento y sostenimiento del mismo, aportando al desarrollo de la actividad turística en el cantón Loreto, ya que posee un gran potencial turístico, y se necesita de lugares atractivos que aporten al desarrollo de la planta turística del cantón, generando una oportunidad económica para la conservación de los recursos naturales que posee el lugar así como fuentes de trabajo para la población.

Por lo cual primero se realizó la descripción general del negocio, visión y objetivos principales para determinar el rumbo que tomará el negocio, así como el análisis del ambiente interno y el externo para trabajar en base a ello. En el segundo capítulo se realizó la investigación de mercado para conocer información relevante necesaria para evaluar la oportunidad del negocio, y conocer el perfil y características de los clientes así como las barreras de mercado. En el tercer capítulo, se expuso la construcción del producto a ofertar, sus características, diferentes procesos así como la infraestructura y equipos necesarios para su funcionamiento, y por último en el capítulo Financiero se presenta la consolidación de información previamente levantada sobre el plan de inversiones, financiamiento, tabla de pagos, ventas, costos y gastos así como su procesamiento en los cuadros de resultados.

Este proyecto es importante porque ofrecerá las facilidades y comodidades necesarias de alojamiento, alimentación y recreación, para satisfacer la necesidad de permanencia del turista así como también proveerá de varias actividades recreativas para disfrute y entretenimiento del visitante, y lo hará en forma competitiva con el mercado a través de un servicio y atención de calidad. De manera que se logre un incremento en el número de visitantes al complejo ecoturístico desarrollando un turismo sustentable que proteja la naturaleza, al realizar actividades planificadas que ayuden a conservar el medio ambiente.

La apuesta del gobierno por el crecimiento y desarrollo del turismo en Ecuador, promocionándolo a nivel internacional es sin duda una gran oportunidad para mostrar la belleza de la Amazonía reflejada en el cantón Loreto, sin embargo la competencia es cada vez mayor lo que implica una mayor inversión y calidad en la oferta, para satisfacer a una demanda exigente.

La metodología utilizada para este proyecto fue el método histórico para las generalidades y situación actual del negocio, el método analítico para el desarrollo de casi todo el proyecto y el método inductivo-deductivo. Las técnicas para la recopilación de información en el estudio de mercado fueron por entrevista y encuestas. Y por último se procesaron los datos obtenidos a través de matrices realizadas en hojas de cálculo de Microsoft Excel.

MARCO TEÓRICO

“El turismo es un conjunto bien definido de relaciones, servicios e instalaciones que se generan en virtud de ciertos desplazamientos humanos” (Acerenza, 1984, p.140).

Así el ecoturismo, propiamente entendido, ha de contener las siguientes características:

- Involucra viajar hacia sitios naturales ya que el interés primario del viaje se centra en una experiencia basada en el entorno natural de la zona que se visita.
- Debe minimizar los posibles impactos causados por las visitas, ya que, en tanto segmento del sector turismo, el ecoturismo ha surgido como consecuencia de la creciente preocupación mundial por la desaparición de culturas y ecosistemas, y como expresión del rechazo al desarrollo inadecuado del turismo, que puede deteriorar zonas naturales de gran valor ecológico, escénico y cultural.
- Debe contribuir a garantizar un futuro sostenible para el destino en el que tiene lugar, ya sea en forma de beneficios económicos o de ayuda voluntaria.
- Debe proporcionar beneficios económicos y fortalecer a las comunidades locales, a la vez que hace consecuente con la gente respecto de la importancia de los recursos naturales.
- Debe respetar las culturas locales.
- Debe ser sensible con las políticas ambientales del lugar de destino y del clima social.
- Debe apoyar los derechos humanos y los acuerdos laborales internacionales.
- Debe construir un conocimiento ambiental. Por tanto, es de esperar que los operadores que se dedican al ecoturismo proporcionen un nivel apropiado de interpretación ambiental y cultural, y suministren para ello la información pertinente antes del viaje y durante el mismo. (Sandoval, 2006, p. 27)

Complejo turístico. Es una agrupación o conglomerado urbano, mayor que un centro turístico y menor que una zona, requiere como mínimo de un centro de distribución. Cuando existen más

de dos centros, debe existir coordinación en las actividades y en la conducción de visitantes.(Castellanos, 2011, p. 70)

Se define por producto turístico a una propuesta de viaje, estructurada desde los recursos, a la que se incorporan servicios turísticos - transporte, alojamiento, guías de viajes, etc.- (Chías, 2003). Por lo tanto, el producto deberá reunir como requisitos tres atributos fundamentales que son: atractivo, facilidades y accesibilidad. En general hay en Ecuador tres líneas de productos claves: Ecoturismo-Turismo de Naturaleza, Turismo Cultural y Turismo de Deportes-Aventura, que configuran el mayor volumen de la oferta. (Plandetur 2020, 2008,p.15)

Diseño metodológico

Los métodos usados como base de la investigación son los siguientes:

- **Histórico:** Permite conocer la historia, datos y estado actual del lugar, de manera lógica y ordenada para contribuir al desarrollo de la investigación.
- **Inductivo – Deductivo:** La inducción es un proceso que va de lo particular a lo general. La deducción es un proceso que va de un principio general ya conocido para inferir de él consecuencias particulares, primero se busca un problema para luego encontrar un posible resultado.

En el cantón Loreto no existen lugares que presten servicios de alojamiento, alimentación y varias actividades recreativas y distracciones, razón por la cual los turistas no se hospedan y así puedan conocer mejor los atractivos turísticos existentes, es por ello que se debe maximizar el potencial que posee el complejo ecoturístico para incentivar la visita de turistas tanto nacionales como extranjeros.

- **Analítico:** A partir del conocimiento de la información de la investigación se puede explicar y comprender mejor la naturaleza del proyecto y así establecer puntos específicos a seguir.

Las técnicas que se van a utilizar durante el estudio de mercado del proyecto son las siguientes:

- **Entrevista:** Se utilizó esta técnica para la recopilación de información mediante la conversación directa con las personas involucradas en el sector turístico del cantón Loreto.
- **Encuestas:** Se realizó las encuestas para recopilar información por escrito al tamaño de la muestra, las mismas que permitieron conocer opiniones, gustos y preferencias de las personas que integran nuestro nicho de mercado.

Discusión de resultados y análisis

El desarrollo del turismo no solo implica el hecho de brindar alojamiento, alimentación, transporte y proporcionar varias actividades de recreación sino que posee varias dimensiones que afectan el crecimiento económico, social, cultural y el medio ambiente, causando efectos adversos sobretodo en el medio ambiente, cuando se toma al turismo solo como una actividad económica generadora de ganancias llevando a un proceso de constante explotación de los recursos naturales, lo que lleva al desarrollo del ecoturismo por lo que es necesario su conocimiento para su correcta aplicación y aprovechamiento dentro de este proyecto que pretender impulsar los recursos turísticos que posee así como promover la visita de los diferentes atractivos que posee el cantón Loreto.

Es importante la introducción del producto turístico que posee este complejo a través de promoción y publicidad, que ha sido prácticamente nula por lo que se busca darse a conocer y fijarse en la mente del consumidor como un lugar dentro de sus favoritos para visitar dentro de los atractivos de Loreto y que su experiencia pueda ser referida a más personas.

CAPÍTULO 1.

ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL DEL NEGOCIO

1.1 Generalidades

Loreto es uno de los cuatro cantones que conforman la provincia de Orellana más conocida como El Coca, junto a los cantones de Aguarico, La Joya de los Sachas y Francisco de Orellana. Se encuentra ubicado en el noroeste de la provincia de Orellana, a 60 km de la capital provincial, se le considera el cantón con mayor potencialidad turística. Se ubica en una de las eco regiones de mayor riqueza biológica del mundo, es parte de la Reserva de Biosfera Sumaco y fue declarado Cantón Ecológico, mediante la expedición de una Ordenanza Municipal, aprobada en febrero de 2006.

Su capital es Loreto y limita al norte, sur y oeste con la provincia de Napo, y al este con el cantón Francisco de Orellana. Cuenta con seis parroquias, una urbana y cinco rurales, que son las siguientes: Loreto (urbana), Ávila-Huiruno, Puerto Murialdo, San José de Payamino, San Vicente de Huaticocha y San José de Dahuano.

La superficie del cantón Loreto es de 2.114,20 Km², su temperatura oscila entre los 20°C a 30°C. El clima en la zona baja, es lluvioso tropical, en la zona intermedia es lluvioso templado y en la zona alta es lluvioso frío. Su promedio anual de lluvias es de 758,5 mm, su población actual según el Censo INEC 2011 es de 13.462 habitantes.

El territorio de toda la provincia es esencialmente amazónico. El cantón está ubicado a 320 m.s.n.m. La principal elevación que posee se ubica en el extremo occidental que, es el volcán Sumaco con 3.732 m.s.n.m.; también existen otras cordilleras, como el Galeras, con 1.400 m.s.n.m., y el Cerro de Pasohurco, que no sobrepasa los 1.000 m.s.n.m. Estas tres elevaciones sirven como límite provincial entre Napo y Orellana.(Dirección Técnica Provincial de Orellana del Ministerio de Turismo, 2012, p.13)

Para visitar el Cantón Loreto se puede tomar dos rutas de acceso, partiendo desde Quito por la vía terrestre Hollín-Loreto-Coca toma aproximadamente 5 horas; por vía aérea se llega en tan sólo 30 minutos hasta el aeropuerto de Francisco de Orellana más 45 minutos de viaje por carretera hasta Loreto.

1.2 Historial

El cantón Loreto posee muchos atractivos turísticos que son actualmente reconocidos y se encuentran insertados dentro de la guía turística del mismo, como son cascadas, petroglifos, cavernas, además tenemos el desarrollo de centros turísticos comunitarios como Carachupa, todos estos son balnearios naturales sin embargo se observa la necesidad de un lugar mucho más completo que ofrezca a los turistas servicios de calidad como son alojamiento, alimentación y actividades recreativas de relajación y diversión, en un ambiente de equilibrio con el entorno y un marco de respeto y conservación de la naturaleza que permita disfrutar de ella sin destruirla.

Para esto se presenta un lugar con gran potencial para cumplir con los requerimientos turísticos del sector, el mismo que se encuentra ubicado a diez minutos de la vía Loreto-Coca en la Cooperativa Nueva Esperanza, vía Calmitu Yacu en el kilómetro 2,5. Se adquirió en el año 2011 a través de los recursos de una institución religiosa sin fines de lucro, con el objetivo de propiciar la recreación de las familias en un ambiente natural, libre del ruido de la ciudad y en contacto con la naturaleza, además con la visión de generar plazas de trabajo para los moradores del cantón e impulsar la economía para el sostenimiento y mejoramiento continuo del lugar, llamado complejo ecoturístico “Campamento Victoria”.

En el tiempo de su adquisición el lugar contaba con cinco cabañas, cuatro de ellas con capacidad para alojar cuatro personas cada una, y una amplia cabaña de cuatro habitaciones, dos para alojar a cuatro personas en llamativas camas estilo literas y dos habitaciones matrimoniales, sumando así un total de veintiocho personas alojadas cómodamente, entre sus otros activos se encuentra una choza-restaurant y una choza-salón usada para conferencias, una cocina, la cabaña del cuidador y una gran extensión de terreno que abarca en su totalidad once hectáreas, en su gran mayoría de selva. A pocos metros de distancia se encuentra el río Suno, que sin duda es uno de sus principales atractivos por sus aguas cristalinas y refrescantes.

En la actualidad se han realizado algunas mejoras en el campamento como la construcción de una cabaña adicional con capacidad para cuatro personas, la implementación de una cancha

de fútbol, varios juegos infantiles, reparación de las chozas restaurant y sala de conferencias, instalación de una polea para cruzar el río, así como la señalética del lugar, con el objetivo de atraer mayor cantidad de visitantes.

De acuerdo al catastro actualizado en abril del 2014 por la Dirección Provincial del Ministerio de Turismo en Orellana, se encuentra ubicado dentro de los establecimientos de Tercera Categoría, actualmente su capacidad es de nueve habitaciones y treinta y dos plazas.

1.3 Visión

Ser el principal lugar de preferencia de los turistas nacionales e internacionales, distinguido por ofertar un espacio de sano esparcimiento y diversión dentro de un ambiente familiar y en contacto responsable con la naturaleza, ser reconocido por brindar los servicios de alojamiento, alimentación y recreación de manera eficiente y amigable con el medio ambiente, que supere las expectativas de los clientes.

1.4 Misión

Brindar siempre a sus clientes la mejor experiencia al visitar sus instalaciones, satisfaciendo en forma personalizada sus necesidades con un servicio de excelencia y calidad, con un sentido de amistad, calidez y alegría fomentando el cuidado y aprecio por la naturaleza.

1.5 Valores

- Servicio de excelencia
- Integridad
- Trabajo en equipo
- Responsabilidad ambiental y social

1.6 Objetivos

- Incrementar el número de visitantes al complejo ecoturístico a través de fomentar la recreación, el deporte y el contacto con la naturaleza.
- Desarrollar un turismo sustentable.
- Planificar actividades orientadas a proteger, conservar y aprovechar el medio ambiente existente en el complejo ecoturístico.
- Ofrecer alojamiento, alimentación y recreación en forma competitiva con el mercado a través de un servicio y atención de calidad al visitante.

1.7 Actividad (modelo de negocio)

El complejo ecoturístico “Campamento Victoria” pretende generar recursos para el mantenimiento y sostenimiento del mismo a través de la venta de alojamiento, alimentos y bebidas, entradas diarias a disfrutar de sus instalaciones incluido el río.

Dada la necesidad de un lugar alejado de la ciudad de Orellana, donde se pueda realizar actividades recreativas en un ambiente sano y familiar en contacto con la naturaleza que brinde las facilidades para hospedaje y alimentación se decidió adquirir este negocio, buscando satisfacer la necesidad del turista que busca algo distinto a lo que ofrece la ciudad, por lo que nuestros principales clientes serán aquellos turistas interesados en convivir con la naturaleza de una manera responsable, es decir son los ecoturistas, que cada día van en aumento por la corriente actual de buscar lo natural.

Estas actividades se realizarán en un ambiente amigable con la naturaleza donde lo primero que visualizará el cliente es la selva amazónica, y en medio de ella el complejo ecoturístico, a tan sólo cuarenta y cinco minutos de la ciudad de Francisco de Orellana. Además se busca atraer a más turistas a este lugar a través de la implementación de mayor infraestructura y la disponibilidad de actividades recreativas así como su debida promoción y publicidad.

1.8 Oportunidad de negocio detectada

Loreto al ser considerado como el cantón con mayor potencialidad turística de la provincia de Orellana, es un lugar ideal para desarrollar el ecoturismo, actividad que busca el disfrute y respeto por los atractivos naturales y culturales también promueve el cuidado del ambiente a la vez que genera la oportunidad económica para la conservación de los recursos naturales.

Por lo que el complejo ecoturístico “Campamento Victoria”, es un lugar que posee un gran potencial turístico no solo por su belleza sino por su ubicación ya que se encuentra a pocos minutos de la ciudad de Loreto, en la vía Hollín-Loreto-Coca sino también por su cercanía al río Suno, lo que lo hace un lugar de descanso y de recreación familiar, cercano y al alcance de sus visitantes, con lo que se lograría un gran desarrollo turístico, invirtiendo los recursos económicos necesarios para su despegue como un lugar competitivo dentro de la planta turística del cantón Loreto.

1.9 Organigrama funcional

El siguiente organigrama se lo ha elaborado con el personal que contará en un futuro el complejo ecoturístico con la finalidad de que cada área se encuentre definida con el personal básico que debería contar, con la posibilidad de ampliarlo de acuerdo a la necesidad.

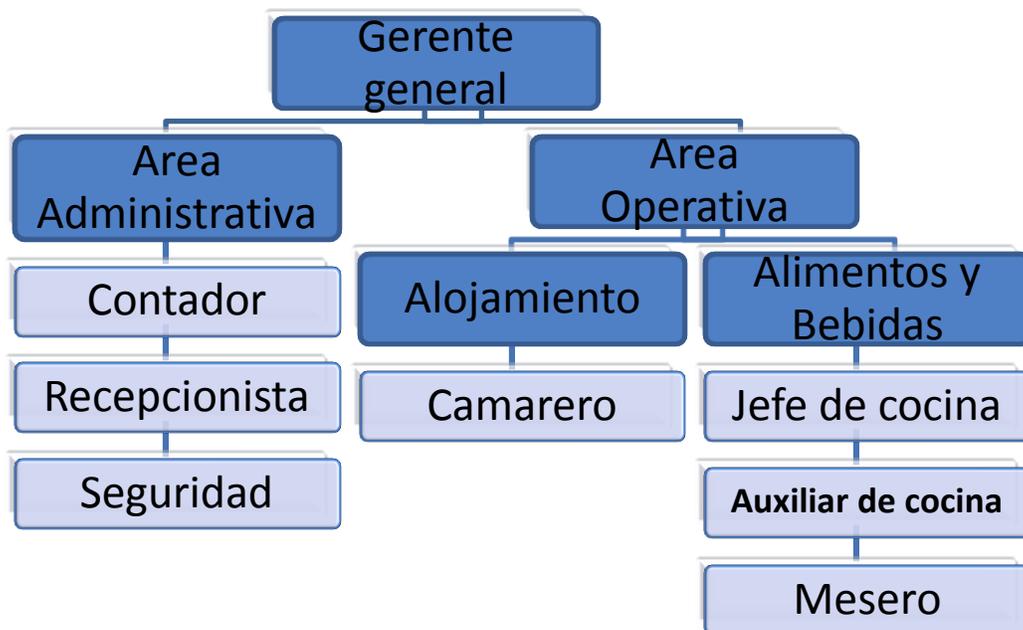


Figura 1: Organigrama Funcional
Fuente y elaboración: Verónica López Romero

1.10 Descripción del equipo de trabajo y su equipo directivo

1.10.1 Equipo, Formación y experiencia.

Según el organigrama elaborado el complejo ecoturístico contará con la colaboración de ocho personas, las cuales deben poseer las siguientes características:

Equipo

- Gerente General: Experto en administración de empresas, se encarga de la gestión administrativa, conoce el mercado, el sector y proveedores, y coordina toda el área operativa.
- Contador: Experto en contabilidad, se encarga de la parte contable y financiera de la empresa, conoce las leyes y todo el proceso tributario.
- Recepcionista: Posee carisma y excelente trato al cliente, conoce el sector turístico y la información útil para el visitante.
- Seguridad: Capacitado para resguardar las instalaciones, bienes inmuebles, personal y visitantes de manera rápida y eficiente.
- Camarero: Con gusto personal por la limpieza, capacitada para realizar las funciones propias de su cargo, conoce el manejo de las máquinas de lavado y secado.
- Jefe de cocina: Experta en la cocina, encargada de organizar y dirigir todas las actividades en la producción de alimentos, conoce los productos típicos de la zona.
- Auxiliar de cocina: Conoce el manejo de la cocina, responsable y sabe seguir las indicaciones.
- Mesero: Conoce el manejo de un restaurant, dispuesto a trabajar en equipo.

Formación y experiencia

- Gerente General: Profesional en el área de turismo y hotelería, o ingeniería comercial, debe manejar el idioma inglés y de ser posible otro idioma. Poseer capacidad de

liderazgo y carisma para tratar con la gente, con experiencia en la administración de establecimientos hoteleros y turísticos.

- Contador: Título superior de Contador Público Autorizado. Debe manejar y dominar las herramientas contables, conocimientos en las leyes, reglamentos y decretos vigentes aplicados al área contable, y con experiencia en cargos similares. Sus servicios pueden ser contratados en forma externa.
- Recepcionista: Título de bachiller, o estar cursando estudios superiores o en el mejor de los casos título de tercer nivel en Hotelería y Turismo, experiencia en atención al cliente así como en manejo de paquetes informáticos, con excelente presentación, trato amable y cordial a los clientes y personal en general, de preferencia con conocimientos del idioma inglés.
- Seguridad: Título de bachiller, de buena presencia, presentar certificados de honorabilidad y referencias personales. Con experiencia en cargos similares.
- Camarero: Título de bachiller, con buena presentación personal, con buenas costumbres y modales, de ser posible con conocimientos en atención al cliente y de preferencia con experiencia.
- Jefe de cocina: Poseer conocimientos en gastronomía, con capacidad de dirigir y con experiencia en cargos similares.
- Auxiliar de cocina: Poseer conocimientos de cocina, con buenos hábitos de higiene, con referencias personales y de honorabilidad de ser posible con experiencia en restaurantes.
- Mesero: Título de bachiller, muy buena presentación personal, buenas costumbres y excelente higiene personal, conocimientos en atención al cliente, disponibilidad de horario y sobretodo poseer la disposición de servir, con experiencia en cargos similares.

1.10.2 Manuales de funciones.

Funciones - Gerente General:

- Presentar informes mensuales ala junta directiva.

- Planificar, organizar y coordinar el funcionamiento del complejo ecoturístico en forma eficiente y rentable.
- Seleccionar y contratar a los trabajadores y dar por terminados sus contratos.
- Cumplir y hacer cumplir las resoluciones de la junta directiva.
- Dirigir, supervisar y formar al personal del establecimiento.
- Elaborar y promover estrategias de publicidad y marketing.
- Mantener bajo su responsabilidad todos los bienes del complejo ecoturístico.
- Vigilar la contabilidad y archivos de la empresa.
- Garantizar estándares de calidad en los diferentes servicios del establecimiento.
- Garantizar el cumplimiento de las normas sanitarias, de seguridad laboral, de licencias y otras normas legales.
- Elaborar el presupuesto anual.
- Planificar las mejoras en el complejo ecoturístico.

Funciones – Contador:

- Organizar procedimientos para el cobro de servicios de alojamiento, restaurante, eventos, actividades recreativas y llevar la contabilidad de todos los servicios que se ofrecen en el complejo ecoturístico.
- Realizar reportes mensuales de los estados financieros y balances generales al Gerente General.
- Coordinar con el Gerente General la elaboración de los presupuestos y la aplicación de los mismos.
- Realizar los pagos y declaraciones mensuales de impuestos.
- Realizar el pago de nómina del personal así como de los aportes al Seguro Social.
- Organizar y archivar toda la documentación correspondiente al área contable.
- Realizar los pagos de servicios básicos así como el pago a proveedores.
- Realizar compras de mercaderías y material en base a los requerimientos del complejo ecoturístico.

Funciones – Recepcionista:

- Recepción de los clientes de manera eficiente, con iniciativa y responsabilidad.
- Atender a los clientes, anotar sus datos y elaborar los registros de ingresos y salidas (check in - check out).
- Realizar las reservaciones, y coordinación de transporte de ser el caso.
- Realizar la facturación y cobro por los servicios de hospedaje, alimentos y bebidas, entradas y eventos, coordinando el cobro de los consumos de los huéspedes.
- Realizar reportes y cuadros de efectivo diarios para el área contable.
- Llevar un control de las habitaciones que se encuentran ocupadas y de las disponibles, así como de las llaves de las habitaciones.
- Realizar la venta de habitaciones en el interior del complejo ecoturístico.
- Recibir y tramitar los reclamos de los huéspedes.
- Brindar información de las actividades turísticas dentro y fuera del complejo ecoturístico.

Funciones – Seguridad:

- Resguardar la seguridad de los clientes y personal del establecimiento.
- Vigilar las instalaciones, equipos y materiales en forma constante, y comunicar cualquier hecho al área correspondiente.
- Controlar la entrada y salida de objetos, mercancías, bienes así como del personal y huéspedes.
- Seguir los procedimientos de seguridad en forma adecuada y eficiente, y vigilar que se cumpla lo establecido.
- Brindar su colaboración tanto a los huéspedes como al personal que labora en el establecimiento.

Funciones – Camarero:

- Realizar la limpieza diaria de todas las habitaciones así como de las instalaciones internas y externas del complejo ecoturístico.

- Cuidar el orden y provisión de camas, sábanas limpias, cobertores, fundas de almohada, toallas, etc.
- Revisar la disponibilidad de todos los útiles de aseo.
- Realizar el lavado, secado y planchado de sábanas, edredones, toallas, manteles, etc.
- Atender de manera eficiente y diligente los pedidos de los clientes.
- Mantener el orden y la limpieza en el área de recepción y pasillos.
- Informar de las reparaciones por realizar al área correspondiente.

Funciones – Jefe de Cocina:

- Dirigir la cocina y responder por su buen funcionamiento.
- Colaborar en la planificación de menús y en el diseño de platos.
- Organizar y dirigir el trabajo del personal a su cargo.
- Realizar inventarios y control de materiales necesarios para el uso de la cocina.
- Realizar pedidos de alimentos, coordinando con el área contable así como controlar su calidad para su conservación, almacenamiento y rendimiento.

Funciones – Auxiliar de cocina:

- Colaborar con el jefe de cocina en la elaboración de los platos.
- Realizar preparaciones básicas y cualquier otra relacionada con la cocina que le sean asignadas.
- Realizar trabajos auxiliares para la elaboración de productos alimenticios.
- Otras tareas afines designadas por el jefe de cocina.
- Transportar pedidos y otros materiales de su área.
- Preparar y lavar la vajilla así como los alimentos a utilizar.
- Mantener perfectamente limpia el área de la cocina.

Funciones – Mesero:

- Cumplir de manera eficiente y responsable el servicio de alimentos y bebidas.
- Colocar, limpiar las mesas, y servir los alimentos.

- Atender al cliente recibiendo los pedidos para el consumo de alimentos y bebidas.
- Transportar los materiales necesarios para el servicio.
- Mantener de manera impecable el área a su cargo.
- Solicitar la reposición del material necesario.
- Ocuparse de otras tareas acordes a su puesto que le sean encomendadas por sus superiores.

1.11 Alianzas estratégicas

Para propiciar un mayor crecimiento de este complejo ecoturístico se necesita crear alianzas estratégicas con agencias de viajes y operadores turísticos locales y nacionales, para que la información esté disponible a la mayor cantidad de público posible que busca opciones en el mercado ecoturístico, así como buscar ser parte de la oferta turística cantonal y provincial para obtener mayor promoción y en un futuro no lejano conseguir la certificación de “Destino de Vida” a través del Gobierno Municipal de Francisco de Orellana, que es un programa de desarrollo de destinos turísticos, basado en normas internacionales, que aseguran la calidad de prestación de servicios como lo menciona el Ministerio de Turismo, 2013, en su sección noticias.

1.12 Análisis FODA

1.12.1 Puntos Fuertes.

- Gran extensión de terreno.
- Cercanía al río Suno.
- Ubicación estratégica del lugar.
- Ambiente agradable y tranquilo.
- Cercano a otros lugares turísticos.
- Entorno natural y selvático.
- Ofrece alojamiento, alimentación y recreación en un lugar amigable con la naturaleza.

- Área de juegos infantiles y cancha deportiva.
- Ofrece un salón de conferencias.
- Precios atractivos en el mercado.
- Senderos ecológicos.

1.12.2 Puntos Débiles.

- Escasa publicidad y promoción turística del lugar.
- Falta de telefonía pública.
- Falta de más habitaciones.
- Falta de personal calificado para atender el lugar.
- Escaso cuidado de los senderos.
- No existe un lugar apropiado para la recepción del establecimiento.
- Dificultad para acceder a más comodidades por ser una ciudad pequeña.
- Escasa variedad para realizar actividades nocturnas en la ciudad.
- No se encuentra en un lugar visible al público.
- La vía de entrada no se encuentra en óptimas condiciones.
- Señalización de entrada poco visible para el visitante.
- Falta de recursos económicos.

1.12.3 Oportunidades.

- Potencial turístico para ecoturismo y turismo de aventura generando para atraer al turista nacional y extranjero.
- Aprovechar las campañas publicitarias por parte del gobierno nacional de conocer lo nuestro, fomentando la preservación y cuidado del medio ambiente.
- Factibilidad de crecimiento.
- Posibilidad de ofertar paquetes turísticos.
- Mayor tendencia a visitar lugares ecoturísticos.

- Aprovechar la publicidad de la provincia de Orellana como “Puerta al Yasuní”, y Loreto como “Puerta a Orellana”.

1.12.4 Amenazas.

- Rápido crecimiento de la industria hotelera en el cantón Loreto.
- Gran expectativa por parte del cliente al visitar el establecimiento.
- Molestias por el ruido, daño al medio ambiente y paisaje del río Suno por la extracción de material pétreo.
- Gran cantidad de precipitaciones causando el deterioro de los senderos y caminos.

ANÁLISIS FODA	
FORTALEZAS	<ul style="list-style-type: none"> • Gran extensión de terreno. • Cercanía al río Suno. • Ubicación estratégica del lugar. • Ambiente agradable y tranquilo. • Cercano a otros lugares turísticos. • Entorno natural y selvático. • Ofrece alojamiento, alimentación y recreación. • Área de juegos infantiles y cancha deportiva. • Ofrece un salón de conferencias. • Precios atractivos en el mercado. • Senderos ecológicos.

INTERNO	OPORTUNIDADES	<ul style="list-style-type: none"> • Potencial turístico para el ecoturismo y turismo de aventura para atraer al turista nacional y extranjero. • Aprovechar las campañas publicitarias por parte del gobierno nacional de conocer lo nuestro y fomentando la preservación y cuidado del medio ambiente. • Factibilidad de crecimiento. • Posibilidad de ofertar paquetes turísticos. Mayor tendencia a visitar lugares ecoturísticos. • Aprovechar la publicidad de la provincia de Orellana como “Puerta al Yasuni”, y Loreto como “Puerta a Orellana”.
	DEBILIDADES	<ul style="list-style-type: none"> • Escasa publicidad y promoción turística. • Falta de telefonía pública. • Falta de más habitaciones. • Falta de personal calificado. • Escaso cuidado de los senderos. • No existe un lugar apropiado para la recepción. • Dificultad para acceder a más comodidades. • Escasa variedad para realizar actividades nocturnas en la ciudad. • No se encuentra en un lugar visible al público. • La vía de entrada no se encuentra en buenas condiciones. • Señalización de entrada poco visible. • Falta de recursos económicos.
EXTERNO	AMENAZAS	<ul style="list-style-type: none"> • Rápido crecimiento de la industria hotelera en el cantón Loreto. • Gran expectativa por parte del cliente al visitar el establecimiento. • Molestias por el ruido, daño al medio ambiente y paisaje del río • Suno por la extracción de material pétreo. • Gran cantidad de precipitaciones que causan el deterioro de los senderos y caminos.

Cuadro 1: ANÁLISIS FODA

Fuente y elaboración: Verónica López Romero

1.12.5 Estrategias de desarrollo en base al análisis FODA.

- a. Planificar y organizar el crecimiento y desarrollo del lugar, aprovechando y maximizando el potencial de cada área.
- b. Implementar actividades de aventura y recreación tanto en el río Suno como en la extensión del complejo ecoturístico así como la visita de lugares cercanos que representan una atracción turística dentro del cantón.

- c. Elaborar un plan para ofertar los diferentes servicios disponibles a través de la publicidad y promoción turística del lugar en todos los niveles tanto local, nacional e internacional.
- d. Implementar la construcción de más cabañas similares a las existentes, y diferenciar algunas de mayor confort y calidad.
- e. Planificar actividades recreacionales en forma de paquetes turísticos para satisfacer las necesidades de los diferentes clientes.
- f. Establecer un programa de membrecías, descuentos y promociones que busquen atraer al cliente.
- g. Implementar un sistema de mejoramiento e innovación continuúbuscando crear atracciones para el cliente y a la vez para conservar las diferentes áreas del establecimiento.

1.13 Legal Jurídico y fiscal

1.13.1 Antecedentes de la empresa y las partes constituyentes.

El complejo ecoturístico “Campamento Victoria” pertenece a una institución religiosa sin fines de lucro, quienes la adquirieron gracias a la aportación de sus miembros, ya que se veían en la necesidad de alquilar instalaciones para realizar distintos eventos por lo que tenían que reservar con anticipación y estar sujetos a la ocupación del lugar, por lo que se decide aprovechar esta oportunidad de comprar el establecimiento que reunía las características deseadas, con el propósito de disponer de un lugar apropiado y disponible todo el tiempo para realizar diferentes actividades recreativas y familiares cercanas a la capital provincial, para el disfrute de sus miembros como para el de la población en general.

1.13.2 Aspectos legales (forma jurídica de la empresa, forma jurídica de trabajo con alianzas).

La institución religiosa está representada legalmente por una persona, quién es la encargada de realizar los trámites legales, es decir tiene la personalidad jurídica. La administración en sí del complejo ecoturístico está a cargo del área administrativa de la institución religiosa.

1.13.3 Equipo directivo.

El equipo directivo está conformado por el área administrativa de la institución religiosa quienes tienen la responsabilidad de dirigir, organizar, planificar y velar por el bienestar del complejo ecoturístico “Campamento Victoria”.

1.13.4 Permisos y licencias necesarios para el funcionamiento y venta de productos.

Para ejercer ésta actividad turística se obtuvieron los siguientes documentos:

- ✓ El Registro de Turismo
- ✓ La Licencia Única Anual de Funcionamiento
- ✓ El Registro sanitario
- ✓ El Permiso de funcionamiento del cuerpo de bomberos.

Otorgados por las entidades competentes, una vez cumplidos con todos los requisitos de Ley.

1.13.5 Cobertura de responsabilidades (seguros).

Es necesario realizar la adquisición de un seguro multi-riesgo para el establecimiento en caso que suceda algún siniestro que afecte a terceros así como las instalaciones y bienes inmuebles del lugar.

1.13.6 Patentes, marcas y otros tipos de registros (protección legal).

El nombre comercial del establecimiento como “Campamento Victoria” fue debidamente registrado en el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual para obtener el Registro de Turismo y la Licencia Única Anual de Funcionamiento.

1.13.7 Requisitos para franquiciados.

Para establecer al complejo ecoturístico “Campamento Victoria” como franquicia se requiere lo siguiente:

- a) Un nuevo registro correspondiente a la persona natural o jurídica receptora de la franquicia.
- b) La obtención que acredite la franquicia concedida.
- c) La obtención de la licencia única anual de funcionamiento (Ley de Turismo, 2010, p.43).

CAPÍTULO 2.

MERCADO

2.1 Investigación de mercado

2.1.1 Evidencia de mercado.

A pesar de que el cantón Loreto dispone de varios centros turísticos tanto públicos como privados no es suficiente para la demanda turística, principalmente en temporadas de calor y fines de semana, ya que la gente busca donde disfrutar un tiempo en familia, cambiar de ambiente, descansar, refrescarse y divertirse. Debida a esta necesidad, el desarrollo del complejo ecoturístico “Campamento Victoria” ayudaría a solventar la gran demanda existente, creando una opción atractiva para los turistas y visitantes a la vez que ayudaría al crecimiento de la economía y se daría la oportunidad de crear plazas de trabajo para los habitantes del sector.

Sin embargo para mejorar el servicio y superar la competencia se ve la urgente necesidad de crear nuevos atractivos como por ejemplo la construcción de una piscina, con el espacio adecuado para que los más pequeños del hogar puedan disfrutar, un baño sauna para las personas adultas ya que en el cantón Loreto no hay lugar que lo ofrezca, sugerencia dada por el señor Fernando Intriago morador del sector, quién reside en el cantón Loreto hace ya cinco años y visita frecuentemente el lugar con su familia, entre otras sugerencias en entrevistas y encuestas realizadas a varios turistas y conocedores del tema se sugiere la creación de senderos en medio de la selva, deportes de aventura, paseo en bicicletas, observación de aves, caminatas guiadas, etc. es decir diferentes actividades recreativas y atrayentes para el público en general.

En el Plan Estratégico para la competitividad Turística de la Provincia de Orellana 2014 – 2020, se llevó a cabo una investigación para determinar el turismo interno realizado específicamente dentro de la Provincia de Orellana, según este menciona:

- El 51% de los turistas vienen por motivos de recreación, ocio y vacaciones.
- El 37% de los encuestados vino solo por turismo.
- El 45% viaja en familia.

- El 44% viaja solo.
- El 49.1% indico que su destino era Orellana.
- El 79% de los encuestados viven en Orellana.
- El 68% salen de la ciudad los fines de semana.
- El 30% sale fuera del cantón.
- El 62% viaja en grupos familiares de 3 a 5 personas.
- El 16% lo que más le gusto fue la naturaleza. (p.437)

Según el estudio estadístico que hizo el Ministerio de Turismo en la Amazonía, arrojó los siguientes resultados: El total de visitantes a la Amazonía es de 255 424, siendo el mayor porcentaje de visitantes nacionales con el 66.64%, y el 33.58% extranjeros de los cuales el 8.6% visitaron específicamente la Reserva de Biosfera Yasuní. (p.191)

El promedio del tiempo de viaje en Ecuador es de 17 días, de los cuales 4 días se utilizan para visitar la Amazonía lo que corresponde al 22%, siendo las más visitadas Orellana, Sucumbíos y el Parque Nacional Yasuní. (p.92)

2.1.2 Binomio producto-mercado.

El complejo ecoturístico “Campamento Victoria” brindará principalmente el servicio de alojamiento y alimentación a los turistas nacionales y extranjeros que visiten el cantón Loreto, a un segmento comprendido entre los 5 y 55 años de edad, que buscan y aprecian el contacto con la naturaleza, dentro de un ambiente familiar.

2.1.3 Segmentación.

El complejo ecoturístico “Campamento Victoria” se enfocará hacia los siguientes grupos de clientes:

- Personas de estratos sociales medio y alto, interesados en disfrutar la naturaleza y conocer nuevos lugares.
- Grupos familiares de entre 5 y 55 años de edad, interesados en el ecoturismo dentro de un ambiente familiar.
- Jóvenes y adultos nacionales y extranjeros, interesados en el turismo de aventura y en actividades recreativas en armonía con el medio ambiente.
- Estudiantes de colegios y universidades, interesados en actividades educativas y recreativas.

2.1.4 Perfil del consumidor.

De acuerdo a los datos estadísticos existentes, la observación, encuestas y entrevistas realizadas se ha determinado que:

- Los ecoturistas son personas muy entusiastas sobre todo con mucho interés en las actividades orientadas a la naturaleza, que invierten en este tipo de viajes. Son personas con experiencia en viajes, que pueden prescindir de muchas comodidades, que disfrutan de la naturaleza, que prefieren las caminatas, excursiones, actividades acuáticas y al aire libre.
- Los grupos que visitan el complejo ecoturístico son de mínimo 4 hasta grupos de 12 personas o más conformados por familiares y amigos.
- El tiempo destinado para permanecer en el complejo ecoturístico es desde unas pocas horas, el día completo o hasta 2 días o más, especialmente los días feriados y fines de semana.
- Los turistas que realizan el turismo de aventura son personas que por lo general poseen experiencia y conocimiento acerca del mismo, que disponen de los ingresos suficientes para realizarlo, poseen mucho entusiasmo y no son detallistas en las comodidades.
- Los turistas vienen principalmente desde lugares cercanos empezando por Francisco de Orellana, Quito y sus cercanías, en menor proporción de la región costa, y por último algunos extranjeros que vienen de Francisco de Orellana o viceversa.

Básicamente los turistas están buscando un lugar donde puedan realizar varias actividades recreativas, relajarse y descansar cómodamente, por lo que algunos centros turísticos de Loreto pueden ofrecer distintas actividades pero no cuentan con alojamiento o a su vez no con el suficiente para abastecer a los visitantes, por lo que el complejo ecoturístico posee el potencial para ofrecer tanto lo uno como lo otro. A la vez se ofertará paquetes turísticos que abarcarán tanto Loreto como Francisco de Orellana, y otros centros y atractivos turísticos destacados de la zona.

2.1.5 Tamaño actual y proyectado.

El Consejo Provincial elaboro un estudio de turismo interno dentro del cantón Loreto para complementar la investigación en la provincia de Orellana, incluido en el Plan Estratégico para la competitividad Turística de la Provincia de Orellana 2014 - 2020, en el cual se detallan los siguientes datos estadísticos:

- El 89.17% de los visitantes son ecuatorianos.
- El 48.33% vienen de Francisco de Orellana, mientras que el 11.67% vienen de Napo.
- El 87.22% indico que su destino era Orellana.
- El 61.39% no vive en Loreto.
- El 35.56% de los encuestados vino por turismo.
- El 35% se queda dentro del cantón de Loreto.
- El 53.33% viaja en familia.
- El 17.22% viaja en grupos familiares de 4 a 6 personas.
- El 25.83% de los turistas viajan por motivos de recreación, ocio y vacaciones.
- El 68.33% valora como buena la potencialidad turística del cantón Loreto.
- El 71.11% considera como buena la hotelería dentro del cantón de Loreto.
- El 69.17% califica como bueno el nivel de los servicios turísticos en el cantón de Loreto.(p.433)

Mientras que los datos estadísticos del Ministerio de Turismo estiman que las motivaciones más importantes de los extranjeros para viajar son: Naturaleza/ vida silvestre con un 57%, nueva

experiencia personal con un 52%, conocer el bosque tropical/Amazonía con un 48%. Mientras que en los turistas nacionales: Las motivaciones más importantes son: Naturaleza/ vida silvestre con un 44%, nueva experiencia personal con un 37%, conocer el bosque tropical/Amazonía con un 36%.

Las fuentes de información a la hora de escoger un destino de viaje en los extranjeros son: recomendaciones de familiares/ amigos con un 45%, guías de viajero con un 31% y sitios web con un 31%. Mientras que en los turistas nacionales: las fuentes de información a la hora de escoger un destino de viaje son: recomendaciones de familiares/ amigos con un 45%, documentales en televisión con un 26% y sitios web con un 18%. (p.196)

Se realiza el estudio de mercado a través de una encuesta la cual forma parte de una estrategia de investigación basada en las declaraciones de una población concreta que tendrá los siguientes objetivos:

- Conocer las necesidades, gustos y preferencias de las personas que visitan destinos turísticos en la región amazónica y así tratar de satisfacer la demanda existente.
- Investigar la forma de competir en el mercado a través de este proyecto mediante la implementación de servicios y actividades atractivas para el visitante.
- Obtener información que confirme la necesidad de un complejo ecoturístico en el cantón Loreto.

La encuesta está dirigida a turistas jóvenes en formación, profesionales, a padres y madres de familia, y se realizará en la población de la zona cercana al proyecto, en el cantón Francisco de Orellana, la encuesta se encuentra en el Anexo 1.

Para determinar el tamaño de la muestra de turistas, se ha utilizado el método del muestreo, poblaciones finitas iguales o menores a 500 000 unidades, tomando en cuenta la población de Loreto de 13.462 habitantes, aplicada mediante muestreo aleatorio simple.

Fórmula:

$$\frac{k^2 N p q}{e^2 (N - 1) + k^2 p q}$$

N= Es el tamaño de la población o universo.

k= Es una constante que depende del nivel de confianza que asignemos.

e= Es el error muestral deseado, en tanto por uno, en la fórmula se usó el 10%=0,10

p= Es la proporción de individuos que poseen en la población la característica de estudio. Se suele suponer que p=q=0.5 que es la opción más segura.

q= Es la proporción de individuos que no poseen esa característica, es decir, es 1-p.

n= Es el tamaño de la muestra.

Reemplazo:

$$N=13,462$$

$$k= 1,96$$

$$e= 0,10$$

$$p= 0,5$$

$$q= 0,5$$

$$n= x$$

$$n= \frac{(1,96)^2 \times 13462 \times 0,5 \times 0,5}{(0,10)^2 \times (13462-1) + (1,96)^2 \times 0,5 \times 0,5}$$

$$n= \frac{3,8416 \times 3365.5}{0.01 \times 13461 + 3,8416 \times 0,25}$$

$$n = \frac{12928.90}{134,61 + 0,96}$$

$$n = \frac{12928.90}{135.57} = 95,37$$

El tamaño de la muestra que se usó para realizar la encuesta a la población encuestada es de 95, según la fórmula aplicada.

A continuación se presentan los resultados de las encuestas aplicadas a 95 personas, que son los siguientes:

- **SEXO:** Más de la mitad fueron del género femenino.

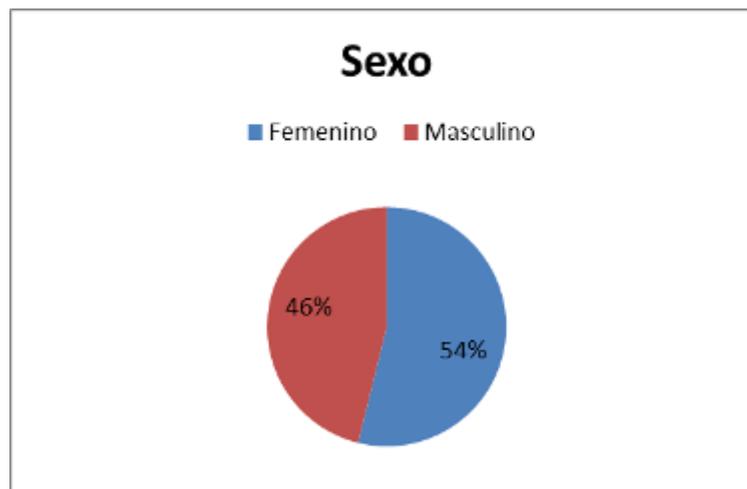


Figura 2: Sexo

Fuente y elaboración: Verónica López Romero

- **Edad:** El rango de edad oscila de entre los 16 hasta los 55 años.

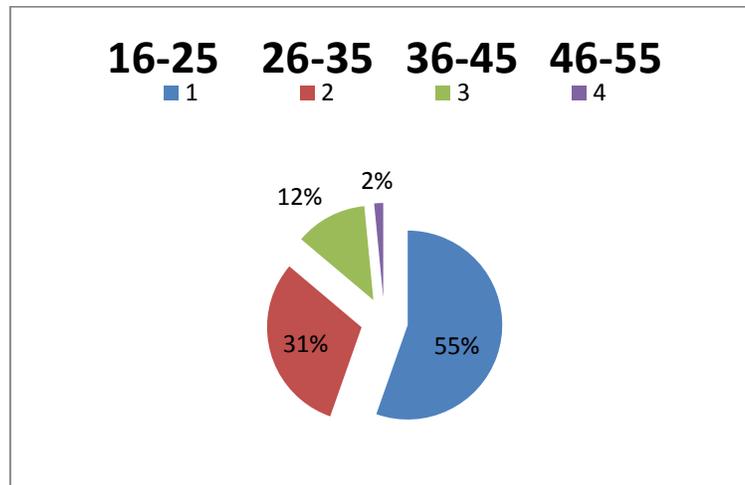


Figura 3: Edad de Turistas

Fuente y elaboración: Verónica López Romero

- **Ocupación:** En referencia a la ocupación se encontraron: Comunicadores Sociales, Ingenieros, Empleados Públicos, Contadores, Secretarias, Mecánicos, Soldadores, Empleados privados, Amas de casa y estudiantes. No es posible representar gráficamente por la variedad de respuestas.
- **Pregunta uno:** La mayoría de personas visita el cantón Loreto cada tres meses mientras que el resto lo hace una vez al mes, y una minoría varias veces al mes.

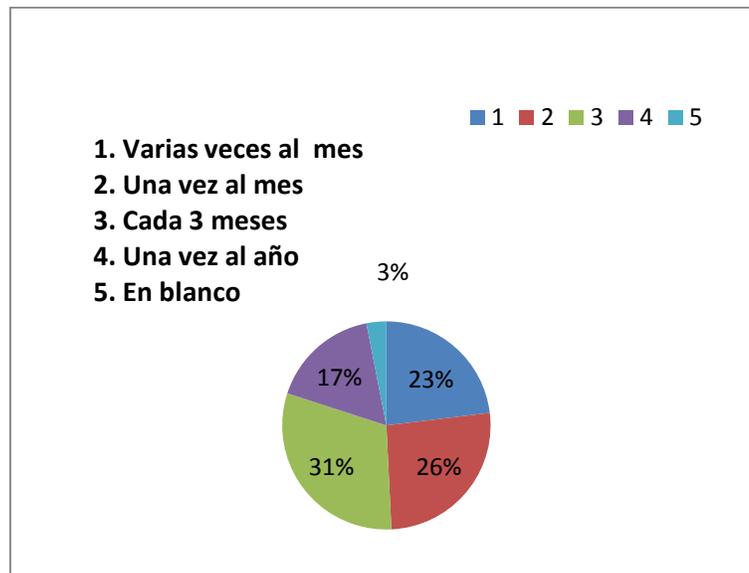


Figura 4: Frecuencia de Visita
Fuente y elaboración: Verónica López Romero

- **Pregunta dos:** Mayormente las familias visitan el cantón Loreto con su familia.

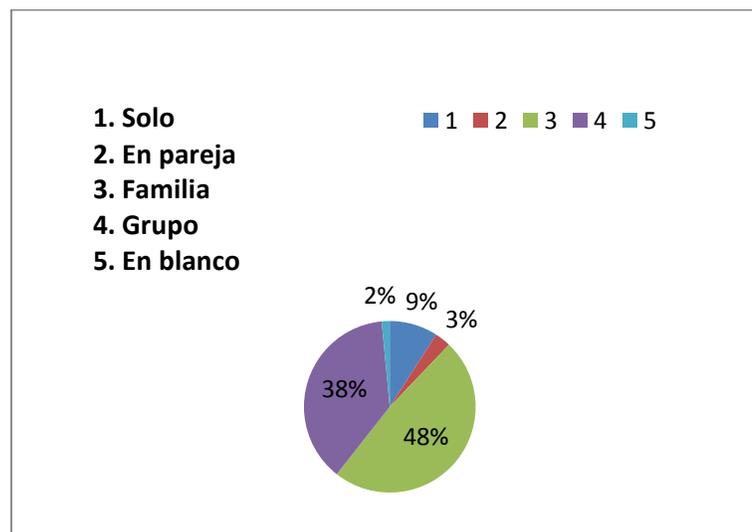


Figura 5: Acompañamiento
Fuente y elaboración: Verónica López Romero

- **Pregunta tres:** Califican en su gran mayoría como bueno el servicio de transporte dentro del cantón Loreto.

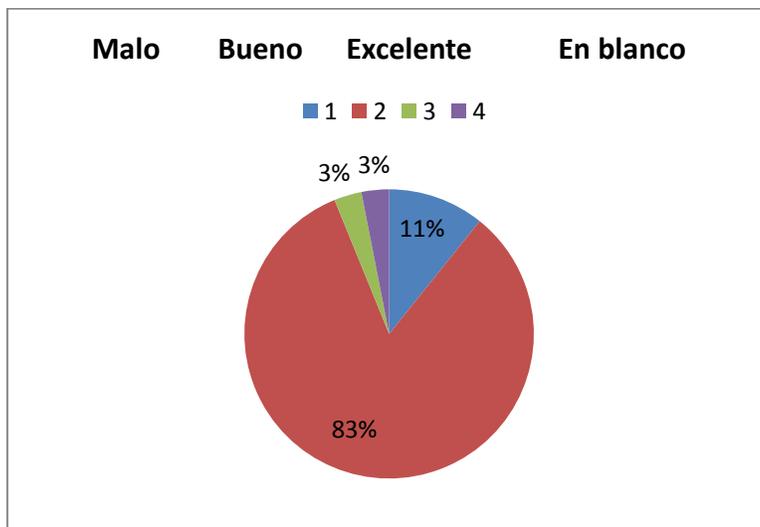


Figura 6: Servicio de Transporte
Fuente y elaboración: Verónica López Romero

- **Pregunta cuatro:** La mayoría califica el servicio de alimentación dentro del cantón Loreto como bueno a diferencia de una minoría que lo califica como malo.

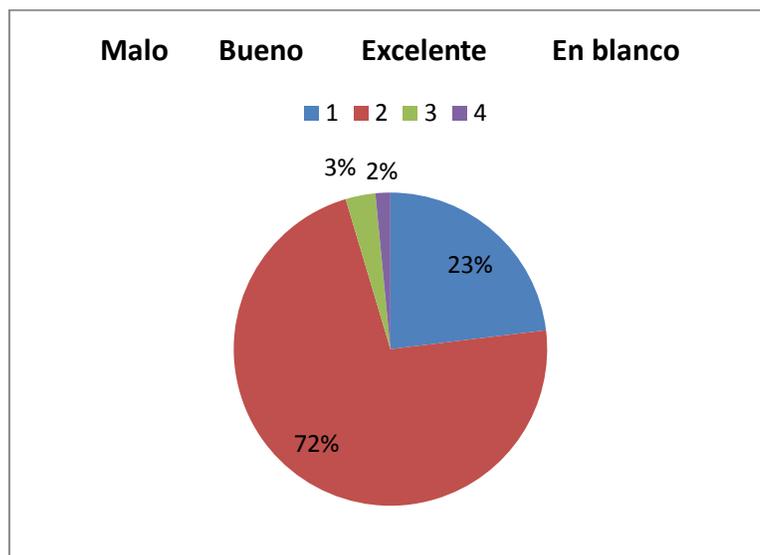


Figura 7: Servicio de Alimentación
Fuente y elaboración: Verónica López Romero

- **Pregunta cinco:** Alrededor del cincuenta por ciento utiliza los hoteles como alojamiento mientras que un bajo porcentaje prefiere cabañas.

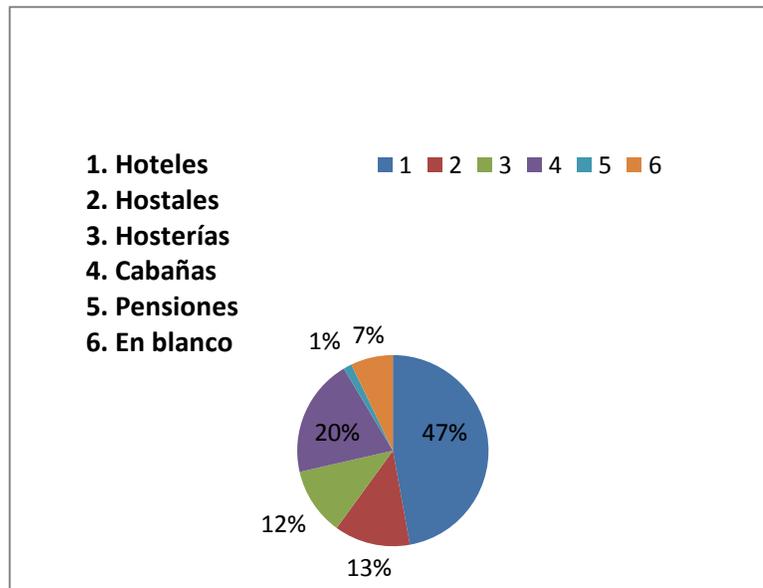


Figura 8: Tipos de Hospedaje
Fuente y elaboración: Verónica López Romero

- **Pregunta seis:** El factor decisivo para alojarse es la atención, en menor proporción se toma en cuenta la calidad y el precio.

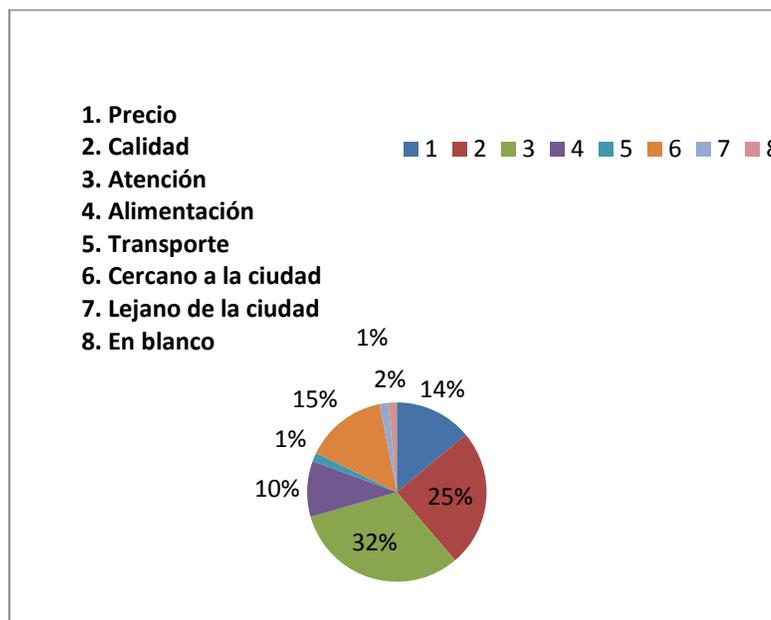


Figura 9: Factor de Decisión para Alojarse
Fuente y elaboración: Verónica López Romero

- **Pregunta siete:** Un alto porcentaje califica como bueno el servicio de hospedaje en el cantón Loreto.

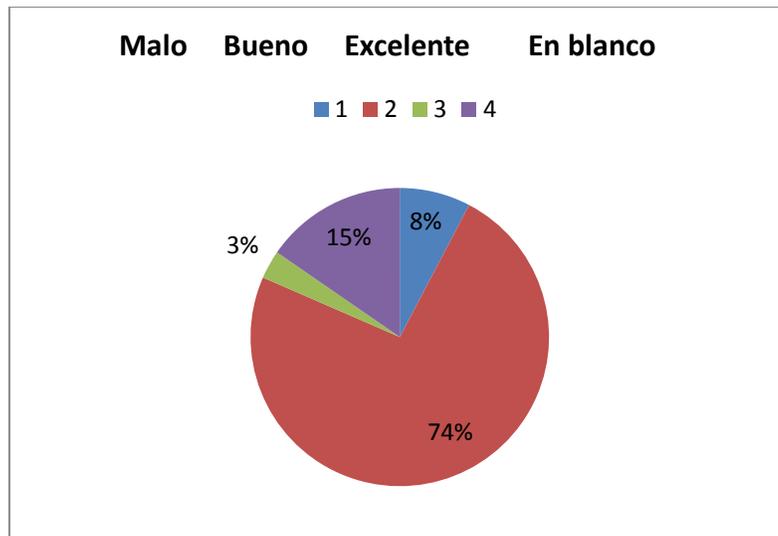


Figura 10: Servicio de Hospedaje
Fuente y elaboración: Verónica López Romero

- **Pregunta ocho:** La mayoría ha visitado alguna vez el complejo ecoturístico "Campamento Victoria".

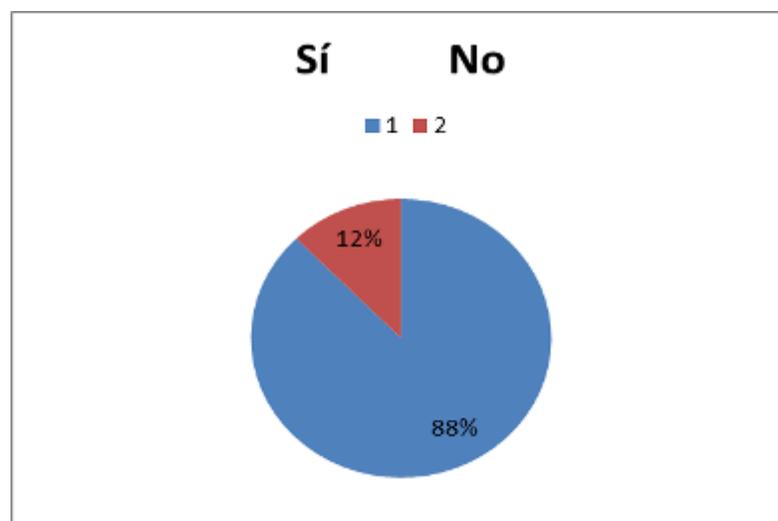


Figura 11: Visitas al Complejo Ecoturístico
Fuente y elaboración: Verónica López Romero

- **Pregunta nueve:** La gran mayoría estaría interesado en practicar algún deporte de aventura entre los que sobresalen el rafting, escalada, kayak, mountain bike y el tubing.

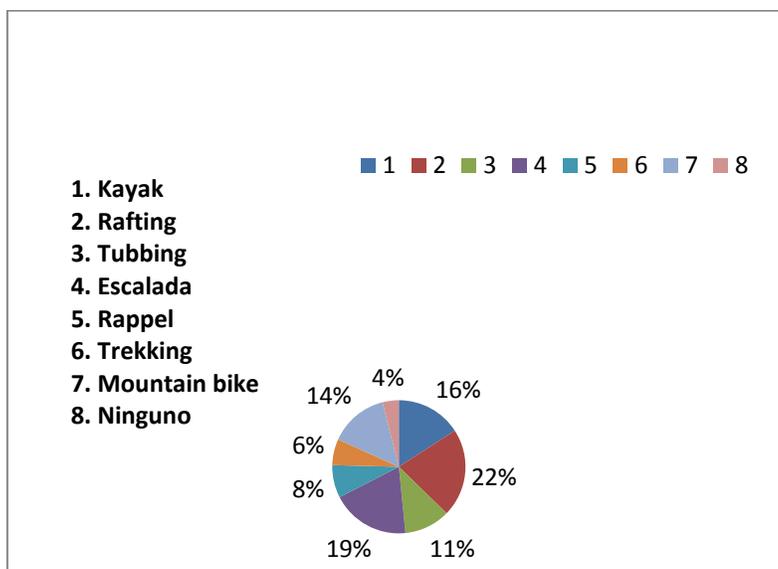


Figura 12: Deportes de Aventura
Fuente y elaboración: Verónica López Romero

- **Pregunta diez:** Aproximadamente la mitad creen que se debería tener dentro del cantón Loreto el servicio de guías turísticos, así como agencias de viaje en menor proporción.

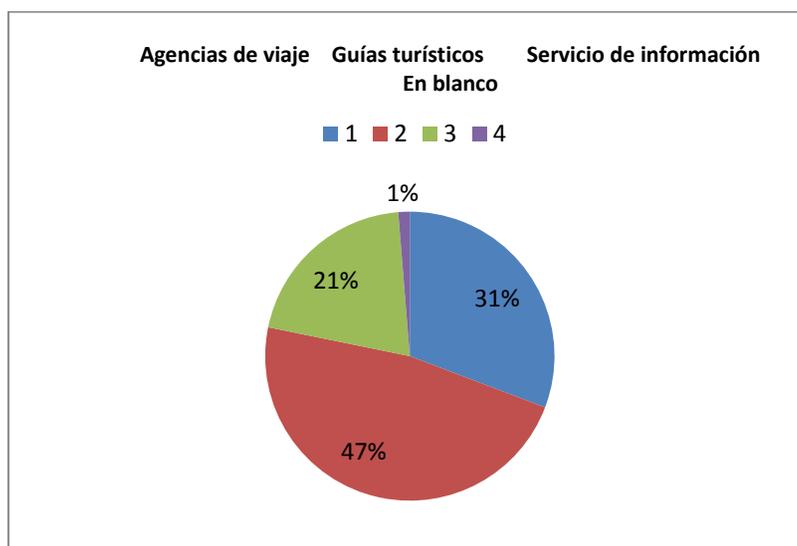


Figura 13: Servicios Turísticos
Fuente y elaboración: Verónica López Romero

- **Pregunta once:** Y por último en su gran mayoría las personas estarían interesadas en consumir algún paquete turístico para realizar ecoturismo dentro del cantón Loreto.

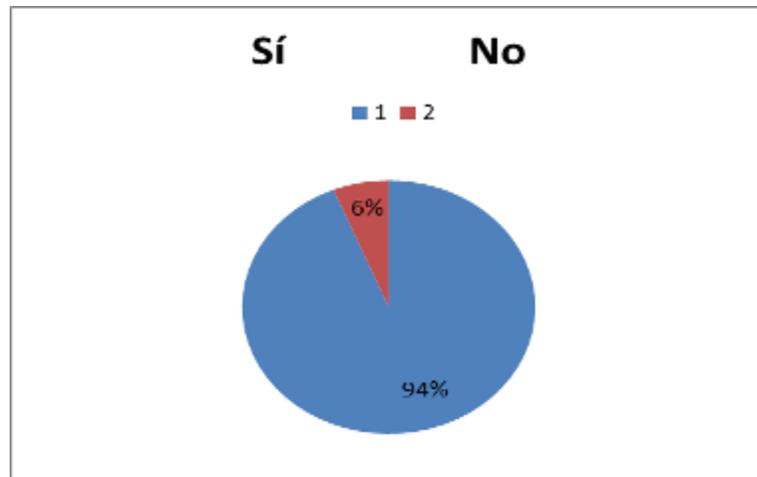


Figura 14: Interés en Paquetes Turísticos
Fuente y elaboración: Verónica López Romero

De acuerdo a la investigación realizada existe un alto porcentaje de personas que visitan el cantón Loreto varias veces al mes o por lo menos una vez al mes, por lo que es importante fomentar el turismo en el sector, brindando diferentes actividades recreativas como deportes extremos o la oferta de paquetes turísticos, ya que existe un claro interés por conocer y disfrutar lo nuestro, la Amazonía, enfatizando los servicios y la atención al cliente de manera que el visitante desee regresar.

Dado que la mayoría de los visitantes son familias o grupos, se debe ofertar actividades recreativas dentro de un ambiente familiar, acogedor y de sana diversión, además de ofrecer la posibilidad de disfrutar en el complejo ecoturístico el servicio de alimentación buscando siempre la excelencia.

Se debe tomar en cuenta la necesidad de implementar guías turísticos así como la de mejorar el nivel de información turística disponible para lograr un mayor interés en el sector turístico, permitiendo una mayor afluencia de turistas al cantón Loreto y por ende al complejo ecoturístico.

2.1.6 Tendencias de mercado.

Según algunas revistas de viajes y fuentes del sector, el ecoturismo es el segmento con una expansión más rápida en el sector de los viajes. Los viajeros, al igual que la mayor parte del público en general, están sensibilizándose en materia de medio ambiente.

El Fondo Mundial en Favor de la Naturaleza calcula que el 20% de los ingresos generados por el turismo en los países en desarrollo se deben al ecoturismo y que los beneficios que reporta la explotación de la tierra a los fines del ecoturismo son diez veces superiores a los de la agricultura, lo que alienta a muchos países en desarrollo a potenciar el mercado del ecoturismo. (OMT, 2012, p.09)

El Honorable Consejo Provincial de Orellana ha desarrollado el “Plan Estratégico para la Competitividad Turística de la Provincia de Orellana 2014 – 2020”, el mismo que fue actualizado el pasado mes de abril, en el cual se encuentra todos los recursos que posee la provincia, entre ellos los recursos que posee el cantón Loreto, ya que se lo considera como el cantón con mayor potencialidad turística.

La tendencia actual a nivel mundial es el desarrollo del ecoturismo ya es un sector dinámico que va avanzando por la fuente de ingresos que proporciona a los diferentes países como el nuestro, y hablando específicamente a la provincia de Orellana que es conocida por poseer dentro de su territorio el Parque Nacional Yasuní, así que el buscar lugares turísticos naturales, ecológicos, que estén orientados al cuidado y respeto por la naturaleza, es una atractiva opción para las personas que están inclinadas a realizar un turismo verde, realizado de manera planificada y guardando el equilibrio con el entorno.

Se ha tratado de buscar estadísticas que demuestren la afluencia turística que tiene el cantón Loreto, lastimosamente no existe entidad que haya recopilado esta información, por lo tanto los datos que fueron útiles son las estadísticas de la afluencia turística que la Provincia de Orellana ha tenido en los últimos años que han sido recopilados en la Dirección Provincial del Ministerio de Turismo de Francisco de Orellana, enfocados en su más relevante atractivo

turístico, que actualmente es muy conocido y visitado, el Parque Nacional Yasuní y que se encuentra acorde con el proyecto en estudio, y tiene como resultado el siguiente cuadro:

Tabla 1: Resumen de Ingresos de visitantes al Parque Nacional Yasuní

	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	TOTAL
VISITANTES 2012	706	861	707	717	432	630	704	1361	576	633	844	315	8486
VISITANTES 2011	431	1136	744	809	635	1265	933	1386	796	700	623	855	10313
VISITANTES 2010	132	485	450	315	313	422	201	638	214	419	417	144	4150

Fuente y elaboración: MINTUR

De acuerdo a estos datos se estima que existe un incremento en el número de visitantes en los meses de julio a febrero, siendo considerada esta la temporada alta, y una disminución en el número de visitantes en los meses de marzo a mayo considerada temporada baja, de acuerdo al registro de ingresos de los años 2010 al 2012. Mientras que la afluencia turística del año pasado la podemos observar por separado y detallada por meses, a continuación:

Tabla 2: Afluencia 2013

MESES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
Adultos	119	326	104	104	188	167	141	178	108	272	192	235	2134
Menores de 16 años	24	39	8	7	8	3	12	39	1	5	45	15	206
Tercera Edad	3	58	23	2	4	1	25	32	13	18	11	42	232
Discapacitados	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SUB TOTAL	129	423	135	113	200	171	178	249	122	295	248	292	2555
Adultos	313	279	271	194	211	157	423	447	162	345	407	400	3609

Menores de 16 años	38	23	33	21	4	11	90	89	3	46	23	34	415
Tercera Edad	253	316	271	200	195	145	225	235	182	414	547	301	3284
Discapacitados	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SUB TOTAL	604	618	575	415	410	313	738	771	347	805	977	735	7308
TOTAL	733	1041	710	528	610	484	916	1020	466	1100	1225	1027	9.860

Fuente y elaboración: MINTUR 2013.

Por lo que se observa un aumento en el número de visitantes en relación al año 2012, tomando en cuenta tanto a personas adultas como jóvenes menores de 16 años y personas de la tercera edad.

2.1.7 Factores de Riesgo.

Dentro de la industria hotelera se observa algunos factores en el mercado hotelero y turístico que pueden representar grandes obstáculos para su desarrollo como son:

La necesidad de capital: es necesario realizar una gran inversión para poder acceder a un mejoramiento del lugar e implementación de áreas importantes para el desarrollo y atractivo del complejo, como la construcción de una piscina, es por ello que se dificulta atraer a mayor cantidad de visitantes.

La necesidad de proveedores: dentro del sector hotelero que se caracteriza por ser una empresa que oferta un servicio, existe cierta dependencia de proveedores sobretodo en el área de alimentos y bebidas, ya que por ser una zona petrolera los precios no reflejan su valor real y la realidad económica de la gran mayoría de la población, además del tiempo y recursos que implica el buscar lugares más convenientes para la adquisición de los productos necesarios para la industria, ya sea en la capital provincial o en Quito u otras grandes ciudades, por lo que representa una barrera significativa.

Los competidores potenciales: son una amenaza las posibles cadenas nacionales e internacionales, que aún no se encuentran compitiendo en el sector sin embargo tienen la capacidad necesaria para hacerlo, ya que el turismo en Loreto está creciendo por lo que es un atractivo para realizar grandes inversiones, sobretodo en hoteles de tres estrellas en adelante ya que no existe esta oferta actualmente.

Por lo cual es indispensable ofrecer un servicio de calidad que satisfaga y motive el regreso de los visitantes al complejo ecoturístico, aprovechando las características únicas que posee el complejo como el disponer de las corrientes del río Suno, maximizando su potencial. Además se puede crear espacios que sean fuente de recursos como la creación de una huerta que sirva para el abastecimiento del área de cocina y a la vez represente una actividad educativa para los visitantes, es decir se debe aprovechar los recursos disponibles para hacer del complejo ecoturístico una experiencia única.

2.2 Análisis de la competencia

2.2.1 Descripción de la competencia (competidores claves).

“...hace falta que el producto ofrecido al cliente proporcione un mayor valor que el que otorgan las empresas competidoras” (Rey, 2005, p.104).

El Ministerio de Turismo en Orellana actualizó su catastro de la planta turística el pasado mes de abril de 2014, en el que nos proporciona la siguiente información con respecto al servicio de hospedaje en el cantón Loreto, que cuenta con establecimientos de primera, segunda y tercera categoría en la zona centro, y lugares de recreación, que se encuentran más distantes.

Tabla 3: Catastro Cantón Loreto-MINTUR 2014

Actividad Turística	Tipo de Actividad	Nombre	Categoría	Habitaciones	Plazas
ALOJAMIENTO	CABAÑA	LAS PALMAS	TERCERA	6	12
ALOJAMIENTO	CABAÑA	CAMPAMENTO VICTORIA	TERCERA	9	32
ALOJAMIENTO	PENSIÓN	IMPERIAL	TERCERA	10	24
ALOJAMIENTO	PENSIÓN	FUENTE DE VIDA	TERCERA	9	18
ALOJAMIENTO	PENSIÓN	YELLOWSTONE	TERCERA	8	18
ALOJAMIENTO	PENSIÓN	5 DE AGOSTO	TERCERA	6	10
ALOJAMIENTO	HOSTAL	MARCELOS	SEGUNDA	27	54
ALOJAMIENTO	HOSTAL	GRAN LORETO	SEGUNDA	17	36
ALOJAMIENTO	HOSTAL	EL DORADO	TERCERA	14	20
ALOJAMIENTO	HOSTAL RESIDENCIA	DON MANUEL	TERCERA	12	19
ALOJAMIENTO	HOSTAL RESIDENCIA	MONTE AZUL	TERCERA	24	32
ALOJAMIENTO	HOSTAL RESIDENCIA	EL DORADO	TERCERA	13	18
ALOJAMIENTO	HOSTAL RESIDENCIA	EL CISNE	TERCERA	12	30
ALOJAMIENTO	HOSTAL RESIDENCIA	WUAMI	TERCERA	14	26
ALOJAMIENTO	HOSTERÍA	OJO DE AGUA	PRIMERA	3	9
RECREACIÓN, DIVERSIÓN, ESPARCIMIENTO	TERMAS Y BALNEARIOS	ISLA DEL CACAO	SEGUNDA	0	0
RECREACIÓN, DIVERSIÓN, ESPARCIMIENTO	CENTRO DE TURISMO COMUNITARIO	CARACHUPA PAKCHA	ÚNICA	0	0

Fuente y elaboración: MINTUR 2014

De acuerdo a esta información solo las cabañas Las Palmas se encuentran en la misma categoría sin embargo la meta sería convertirse en un complejo ecoturístico de primera categoría como actualmente lo es Hostería “Ojo de Agua”, que sería el principal competidor aunque sus plazas son menores que las del complejo ecoturístico “Campamento Victoria”, estos dos establecimientos representan la competencia directa o competidores claves, dentro del mercado hotelero y turístico en Loreto mientras que el resto de establecimientos como

pensiones y hostales son competidores indirectos, ya que no poseen atractivos adicionales como, piscina, río, senderos, etc. Mientras que los centros de recreación, diversión y esparcimiento como la Isla del Cacao y Carachupa Pakcha son lugares bastante frecuentados, no poseen el servicio de alojamiento sin embargo poseen el área adecuada para realizar camping, y podrían ofertar el servicio de alojamiento más adelante ya que poseen el terreno necesario para su implementación por lo que se debe tomar en consideración.

2.2.2 Comparación con la competencia.

Realizaremos la comparación con el establecimiento que ocupa la primera categoría dentro del cantón Loreto, por lo que representa un gran competidor, Hostería “Ojo de Agua”, además porque la meta del complejo ecoturístico es convertirse en un lugar con similares características:

El servicio ofertado es alojamiento, alimentación, actividades de recreación y diversión, ya que posee 3 cómodas cabañas, espaciosas, bien distribuidas y acogedoras que están construidas con materiales mixtos (cemento y madera), cuentan con un pequeño comedor y un porche en la parte frontal de la cabaña a manera de sala. La hostería cuenta con un restaurant que funciona los fines de semana y entre semana solo bajo pedido previo, además posee una piscina natural de paiches, una piscina artificial con un área infantil, una cancha de fútbol, juegos infantiles, una tarabita, una sala de conferencias, un área al aire libre destinada a sala de eventos y recepciones, por lo que es muy frecuentada especialmente los fines de semana y para la realización de eventos.

El precio por disfrutar de sus instalaciones es de 5,00 USD por persona además como atractivo adicional si se desea alimentar a los paiches el precio es de 2,00 USD. Por el servicio de alojamiento es de 15,00 USD por persona, y los platos varían dependiendo su elaboración que van desde almuerzos en 3,00 USD hasta platos a la carta en promedio de 10,00 USD. Mientras que para la organización de eventos varían mucho dependiendo el número de personas y los gustos del cliente.

La promoción del lugar se la realiza básicamente por redes sociales como Facebook, a través de tarjetas personales y trípticos, además por la calidad de sus eventos y la belleza del lugar es bien conocida por la población de Loreto y Orellana.

El lugar se encuentra en la zona céntrica de Loreto por lo que es muy fácil llegar, cuenta con grandes espacios para parqueaderos, áreas verdes y zonas de recreación, el lugar guarda completa armonía con el entorno y además muchos de los materiales usados para la construcción de sus atractivos son reciclados, por lo que llaman la atención de sus visitantes.

El complejo ecoturístico “Campamento Victoria” aunque posee más plazas disponibles está muy atrás de su principal competidor, ya que este lugar fue adquirido con las cabañas ya construidas por lo que no se encuentran bien diseñadas y no son funcionales, y en general necesita de una gran inversión para que este lugar pueda estar a la altura de su competidor y ofrecer más actividades de recreación que satisfagan las necesidades de los visitantes.

2.2.3 Ventajas competitivas.

Para sobresalir en la industria turística y hotelera es necesario realizar un planteamiento que se encuentre en la capacidad de alcanzar competitividad en el mercado para lo cual el complejo ecoturístico planteará las siguientes estrategias con el objetivo de obtener ciertas ventajas competitivas en el mercado:

En el mercado se observa que muchos de los visitantes son sensibles al precio por lo que se contará con un liderazgo de costos bajos, que serán en general menores que de los competidores proveyendo un servicio aceptable para los turistas con la finalidad de lograr una mejor rentabilidad de la que obtienen los rivales, y se evitará actividades que generen costos al complejo ecoturístico, sin embargo se tendrá claro que el objetivo a corto plazo es convertirse en un lugar que ofrezca a sus visitantes un excelente calidad en su servicio.

Se puede conseguir una ventaja a través de una estrategia de diferenciación amplia del complejo ecoturístico al crear cabañas que ofrezcan mayor confort al huésped, y mejorar el servicio añadiendo más actividades recreativas como la piscina, baño turco y sauna, salón de

juegos de mesa, de modo que el cliente se sienta atraído a visitar el lugar y crea que vale la pena pagar por sus servicios, que a diferencia de nuestro competidor clave, el complejo ecoturístico posee dentro de su territorio el bello río Suno, además se trataría de generar lealtad del comprador al ofrecer un buen servicio que genere satisfacción.

Y por último plasmar en la mente del consumidor el enfoque del complejo ecoturístico, de convertirse en un lugar placentero de diversión, relajación y descanso dentro de un marco familiar donde todos los miembros de la familia puedan disfrutar en una ambiente que guarda total compromiso con la naturaleza, al que pueden no solo visitar sino también les ofrece el servicio de alojamiento y alimentación con una excelente atención al cliente.

2.2.4 Barreras de entrada.

Sin duda una de las barreras de entrada más grande que se enfrenta es la alta inversión necesaria para el mejoramiento y construcción de más cabañas acorde a las necesidades de los clientes además de crear espacios adecuados para el visitante que satisfagan sus estándares de calidad y servicio.

Por otro lado estaría la falta de experiencia profesional en la industria hotelera, ya que es muy difícil encontrar personal capacitado en la zona, que esté disponible para aportar sus conocimientos y experiencias, por la escasez de centros educativos de tercer nivel en la provincia, lo que implicaría un gasto adicional para capacitar al personal.

Otra es la diferenciación del producto, ya que la provincia de Orellana en general se caracteriza por ser una zona petrolera y la mayoría de los lugares de alojamiento están ocupados con personal petrolero, que en su mayoría tienen contratos de alojamiento por un tiempo determinado que puede ser de 3 a 6 meses hasta un año, es decir poseen una clientela leal, por lo que se requerirá mayores gastos para lograr su propia clientela y poder competir en el mercado.

2.3 Precio

2.3.1 Variables para la fijación del precio.

Para determinar el valor que el cliente está dispuesto a realizar para adquirir el producto turístico tomaremos en cuenta tanto los factores internos relacionados con los costos del producto, tomando en cuenta los costos fijos y variables, ya sea que se oferte únicamente el servicio de hospedaje o paquetes turísticos que incluyan alimentación y varias actividades turísticas, para ofertar un servicio que satisfaga las expectativas del consumidor.

Así como los factores externos en relación a la sensibilidad del comprador y la competencia, la sensibilidad del comprador es la manera cómo percibe el turista el precio y la sensibilidad que muestra ante sus cambios, de manera que lo ofertado complazca al cliente y prefiera nuestros servicios en lugar de buscar otros competidores por razones de precio.

Y la competencia que afecta de manera importante al establecimiento de precios, en forma general los precios de los diferentes lugares que ofrecen alojamiento en la ciudad de Loreto, varían de 10,00 hasta 30,00 USD en relación a la calidad ofertada, por lo que se debe tomar en cuenta estas variables para la fijación del precio.

2.3.2 Determinación del precio.

Para la determinación de la política de precios se lo realizó en base a los costos unitarios de funcionamiento que son los costos de producción y comercialización más un margen de beneficio para el establecimiento para que el consumidor pague un precio justo por el servicio ofertado.

Por lo tanto el precio establecido por persona y por una noche de alojamiento en el complejo ecoturístico “Campamento Victoria” tanto en temporada alta como en temporada baja será de 12,00 USD en habitaciones simples, 22,00 USD en habitaciones dobles, 33,00 USD en

habitaciones triples, 44,00 USD en habitaciones cuádruples y 24,00 USD en habitación matrimonial, más impuestos.

Mientras que por el servicio de alimentación será de 3,00 USD para desayuno y 4,00 USD cena y el valor de 5,00 USD para el almuerzo, estos precios están establecidos en relación con otros prestadores de servicios de características similares en el sector.

Por otra parte también se incluirá paquetes turísticos para estimular las ventas, generar una mayor oferta y mayor atracción de turistas, se ofertará paquetes de 1 noche 2 días todo incluido (alojamiento, alimentación, entradas a diferentes atractivos turísticos, transporte dentro de la ciudad de Loreto) por el valor de 44,00 USD, y de 2 noches 3 días todo incluido por el valor de 81,00 USD más impuestos.

2.4 Distribución y localización

“Como tal se entenderán las actuaciones que desarrollará la empresa para facilitar el acceso del cliente a la información relativa a sus productos turísticos” (Rey, 2005, p. 286).

Para facilitar la información y productos turísticos que el complejo ecoturístico ofrece se utilizará el canal directo, en el que no existen intermediarios y el público en general tiene acceso a disfrutar de sus instalaciones, ya sea mediante reserva telefónica, por internet o su adquisición en las propias instalaciones.

Y también mediante canales indirectos, donde existen intermediarios que pueden ser mayoristas como los tour operadores y minoristas como agencias de viaje, de la industria turística.

2.5 Estrategias de Promoción

2.5.1. Clientes Claves.

En el complejo ecoturístico los clientes claves son los turistas nacionales, en especial los grupos familiares ya que en su mayoría se observa que los visitantes que llegan al cantón Loreto buscan un lugar donde todos los integrantes de la familia, pequeños y grandes puedan disfrutar dentro de un ambiente agradable y con diferentes espacios acorde a las necesidades del grupo familiar, además ellos serán los responsables de llevar la información acerca del lugar a otros potenciales clientes.

2.5.2 Estrategia de captación de clientes.

“La comunicación turística engloba las actividades de información sobre productos y acciones de la empresa que se dirigen de modo persuasivo al mercado” (Rey, 2005, p. 320).

Los esfuerzos que se realicen en promoción o comunicación para atraer clientes al complejo ecoturístico irán enfocados principalmente en dar a conocer la identidad del establecimiento ante el público objetivo, adquirir reconocimiento e impulsar a los consumidores a que prueben el producto turístico, para lo cual realizaremos distintas estrategias como:

- Crear la página web para informar de los diferentes servicios, precios y promociones del complejo ecoturístico, además se dispondrá de la información en idioma inglés, para abarcar a clientes tanto del mercado nacional como internacional.
- Se invitará a medios de comunicación locales de radio, televisión y prensa para que realicen reportajes del lugar.
- Realizar publicidad en revistas especializadas en turismo así como en las revistas municipales y provinciales.
- Buscar patrocinadores para el establecimiento.
- Transmitir la información por medio de brochures, dípticos, trípticos al mayor número de agencias operadoras de turismo en especial en las ciudades de Quito y Guayaquil, así como a la población de Orellana, de manera que el consumidor final pueda disponer de la información directa y pueda generarse mayor número de ventas.

- Realizar promoción de ventas como descuentos especiales para niños, personas de la tercera edad y ofertas del acompañante gratis para grupos de diez personas en adelante.
- Realizar publicidad a través de la colocación de una valla publicitaria en la vía Loreto-Coca y Lago Agrio-Coca con los datos de ubicación del complejo, sus servicios así como números de contacto y correo electrónico.

Además se realizará una base de datos de los clientes que visiten el establecimiento para mantenerlos informados acerca de las actividades y promociones que se oferten para fechas especiales, a través de sus correos electrónicos y a la vez conocer las sugerencias y comentarios de nuestros clientes. Y se destinará los fondos necesarios para cubrir los costos de promoción y publicidad, que serán incluidos dentro de los gastos funcionales de la empresa.

CAPÍTULO 3.

OPERACIONES

3.1 Producto

3.1.1 Descripción del producto.

El complejo ecoturístico “Campamento Victoria” ofrecerá un producto que incluirá los siguientes servicios:

- Servicio de alojamiento (habitación-camping)
- Servicio de alimentación
- Servicio de transporte (dentro de paquetes turísticos)
- Actividades recreativas varias como: caminatas, pesca deportiva, paseo en bicicletas, tubing, visita de lugares turísticos cercanos.

3.1.2 Diseño del producto.

Para el diseño de nuestro producto tomaremos como base la identificación de las diferentes Líneas de Productos y Variedades de Productos Específicos del Ecuador que el Ministerio de Turismo mediante el PLANDETUR 2020 ha realizado, por lo que el complejo ecoturístico “Campamento Victoria” intervendría dentro del **Ecoturismo y Turismo de Naturaleza**, por su ubicación y características de sitio, ya que posee un amplio territorio natural que puede ser bien utilizado en la creación de áreas para las distintas actividades que se quiere desarrollar. Para esta línea de producto se relacionan las diferentes variantes de producto como:

- Parques nacionales
- Reservas y bosques privados
- Ríos, lagos, lagunas y cascadas
- Observación de flora y fauna

Además el complejo ecoturístico posee varias opciones para el desarrollo del **Turismo de Deportes y Aventura**, ya que se encuentra rodeado de sitios naturales como la selva que ofrece la posibilidad de realizar escaladas, observación de aves, el río Suno apropiado para

actividades que eleven la adrenalina de los visitantes interesados en este tipo de actividades. Para esta línea de producto, se relacionaron las siguientes variantes de producto tales como:

- Deportes terrestres
- Deportes fluviales
- Deportes aéreos
- Deportes acuáticos

Servicio de alojamiento: En cuanto al servicio de alojamiento será en cabañas de tipo ecológico, de construcción mixta, amigables con el ambiente, acordes al ambiente selvático del lugar, para grupos o familias de 4 a 6 personas, con baño privado, duchas de agua caliente, además de disponer de parqueaderos y personal de seguridad. Y en un futuro cercano se ofrecerán cabañas de mayor calidad y confort, con un mejor aprovechamiento del espacio físico.

Servicio de alimentación: Se contará con una selección de platos tradicionales, especializados en una comida más exótica para degustación de los visitantes, acercándolos a las raíces y costumbres del lugar, gastronomía que recogerá los gustos y sabores de la Amazonía

Servicio de transporte: Este será incluido dentro de los paquetes turísticos ofertados por el complejo, además los visitantes pueden contratar éste servicio de manera exclusiva para las diferentes salidas que realicen fuera del complejo ecoturístico y así facilitar su estadía y comodidad dentro del cantón Loreto.

Actividades recreativas varias: Las caminatas guiadas por varios senderos del lugar, es una excelente opción para los visitantes que disfrutan el aire libre y la naturaleza, en la cual conocerán sobre la fauna y la flora que posee el lugar.

La pesca es otra opción para los turistas que deseen practicar pesca deportiva en las aguas del río Suno.

El paseo en bicicleta es una buena opción para conocer la ciudad de Loreto que se encuentra a pocos minutos de distancia, y a la vez lugares turísticos cercanos y para aquellos que poseen un mejor estado físico, lugares turísticos atractivos más distantes, que demandarán mayor energía.

Realizar tubing (descenso en boyas) para aquellos aventureros que disfrutan de la adrenalina, para lo cual es indispensable que los visitantes sepan nadar, se dispondrá de los implementos de seguridad necesarios como chalecos salvavidas y cascos para que puedan disfrutar de esta aventura por el río Suno.

Dentro de los lugares turísticos del cantón Loreto tenemos la cascada de Carachupa Pakcha, las cavernas de Pasohurco y varias cascadas que pueden ser visitadas. Todas estas actividades podrán ser disfrutadas individualmente o dentro de un paquete turístico.

“Desconéctate de la sociedad y conéctate con lo natural” será el slogan del complejo ecoturístico “Campamento Victoria” que lo identificará junto con el logotipo, de manera que llame la atención y atraiga al visitante, el mismo que se encontrará en toda la información promocional y publicitaria que se realice.

3.1.3 Aspectos diferenciales.

Para resaltar en el mercado se buscará siempre la excelencia en el servicio a través del trato personalizado al cliente, trabajando con personal altamente capacitado para atender a los visitantes con la finalidad de conocer sus gustos y preferencias y así tratar de satisfacerlas de acuerdo a los medios disponibles para hacerlo, tratando de darle un valor agregado al servicio, creando diferenciación de nuestro producto y por ende lealtad al complejo ecoturístico.

En relación a la competencia nos distinguiremos por ofrecer el servicio de alojamiento dentro de un ambiente natural con la facilidad de disfrutar del río Suno como atractivo que se encuentra dentro de sus instalaciones, ya que en el cantón Loreto son muy pocos los lugares que pueden ofrecer este servicio dentro de algún atractivo turístico, la mayoría sólo ofrecen el servicio básico de alojamiento ubicados en el centro de la ciudad, por lo que el complejo ecoturístico se

encuentra en la capacidad de ofertar este servicio a muy buen precio, considerando que es un lugar muy agradable para descansar y relajarse, y por la posibilidad de realizar varias actividades recreativas.

Otro aspecto que lo diferencia es la ubicación, ya que se encuentra localizado a tan solo diez minutos de la vía Loreto-Quito, lo que le proporciona total privacidad, lejos del ruido del tráfico vehicular y por ende mayor apreciación de la naturaleza y su entorno.

3.1.4 Proceso de investigación y desarrollo.

Para continuar en el desarrollo del producto que conlleve al crecimiento del complejo ecoturístico se necesita la recolección de información de campo de los visitantes que lleguen a disfrutar de las instalaciones como de los que se alojen, a través de encuestas de satisfacción que incluyan sugerencias para mejorar el servicio y actividades que les gustaría que sean integradas al lugar.

Una vez con la información disponible, tabulada y analizada, servirá como base para el proceso de decisión y selección de las actividades o situaciones que se piensa implementar y mejorar a la vez que sean factibles de realizar, que representen beneficios en forma de rendimiento económico al atraer mayor cantidad de visitantes y logren una mayor satisfacción en el cliente.

3.2 Proceso productivo

3.2.1 Proceso de elaboración.

Lo primero que ocurre es la necesidad, el deseo de conocer o visitar un lugar, lo que conlleva a la búsqueda de información acerca del mismo, de los atractivos turísticos existentes para conocer y actividades que se puedan realizar, si el cliente toma la decisión de visitar el lugar de acuerdo a la investigación realizada sumados a comentarios positivos y sugerencias de personas cercanas que lo motiven a viajar, cotizará opciones de alojamiento que irán de

acuerdo a sus preferencias y disponibilidad económica, por lo cual se debe ofrecer un servicio que este acorde a los requerimientos y gustos del consumidor.

Como primer paso el servicio turístico debe cubrir una necesidad esencial que es el de alojamiento y descanso, para lo cual es necesario disponer del lugar para ofrecer este servicio, alimentación y bebidas para los visitantes así como la presencia de personal calificado para atender las distintas necesidades y requerimientos de los huéspedes, por ello es muy importante la formación, la motivación y capacitación que reciban, de manera que se convierta en una ventaja competitiva del lugar.

Los recursos turísticos del entorno, son aquellos con los que cuenta el complejo ecoturístico como en este caso el río Suno y las diferentes actividades recreativas que se pueden realizar dentro del mismo como las caminatas por los senderos, paseo en bicicletas por los alrededores, pesca deportiva, observación de aves, tubing, además se debe aprovechar los eventos y actividades ofertadas por el cantón Loreto en fechas especiales como por motivo de celebrar su cantonización en el mes de julio y a la vez festejar las fiestas de la provincia donde existe una mayor afluencia de visitantes y actividades complementarias sobretodo nocturnas que atraerán al visitante.

Y la infraestructura necesaria para el descanso que son las cabañas, disponibles para grupos o parauso individual, además es importante considerar la accesibilidad existente dentro del cantón Loreto, que representa un valor agregado al destino como es el servicio de agua potable, alcantarillado, redes de comunicación, hospitales, terminales de transporte aéreo y terrestre, vías de acceso.

De esta manera se busca ofrecer un servicio turístico que satisfaga las necesidades del visitante buscando siempre alcanzar la excelencia en el servicio y atención al cliente.

3.2.2 Capacidad instalada o tamaño.

El complejo ecoturístico “Campamento Victoria” dispone de una superficie total de terreno de once hectáreas destinadas para la realización del proyecto. El mismo que tendrá los siguientes servicios distribuidos de la siguiente manera:

Cabañas: El complejo puede alojar a treinta y dos personas actualmente distribuidas en seis cabañas, de las cuales cinco tienen una capacidad para alojar a cuatro personas cada una, y una cabaña grande que posee cuatro habitaciones, dos habitaciones matrimoniales y dos habitaciones para cuatro personas cada una, sin embargo a mediano plazo se tendrá la capacidad de alojar a 55 personas con las ampliaciones, mejoras y nuevas construcciones que se realicen.

Restaurante: Tendrá la capacidad para atender a 55 personas, contará con el área de cocina correspondiente, área de baterías sanitarias y un porche de descanso antes de ingresar al restaurante con cómodas hamacas.

Cafetería-Bar: Tendrá la capacidad para atender a 20 personas, área que estará ubicada cerca de la piscina, que contará con una barra para expedir bebidas no alcohólicas así como mesas para la comodidad de los visitantes.

Salón de conferencias: Con capacidad para 100 personas, contará con una pantalla, un proyector y el área de baterías sanitarias.

Piscina: Contará con una piscina que tendrá la forma de ocho, el área más grande tendrá un diámetro de 12 metros que estará destinada para los adultos y el área destinada para niños un diámetro de 8 metros, y el estrechamiento será de 4 metros, se dispondrá de 5 vestidores con una zona de duchas y baños.

Baño Sauna y turco: Cerca de la piscina se ubicará un baño sauna y baño turco para el disfrute y complemento del servicio de piscina.

Canchas deportivas: Se dispondrá de dos canchas de fútbol, dos canchas de voleibol y una cancha de básquetbol.

Salón de juegos: Aquí se podrá disfrutar de dos mesas de pin pon, dos futbolines, una mesa de villar y cuatro mesas para jugar barajas y ajedrez, según los gustos de los visitantes, servicio que tendrá un costo adicional mientras que para los huéspedes será incluido en el servicio de alojamiento o paquete turístico.

Área de juegos infantiles: Estará equipada con tres columpios, dos sube y baja, una resbaladera, dos llantas colgantes y una polea tarabita.

Área Administrativa: Contará con una zona de recepción y oficinas destinadas para la contabilidad y administración del lugar.

Área de huerto: Contará con una zona de sembríos de diferentes plantas medicinales y productos alimenticios destinados para su uso en la cocina.

Área de asados: Este lugar estará destinado para los visitantes que deseen preparar sus alimentos en un área adecuada para realizarlo sin ningún inconveniente, localizada en la parte alta como baja del lugar, cercano al río Suno.

Área de bicicletas y boyas: Se dispondrá de las bicicletas para los paseos y las boyas para el descenso por las corrientes del río Suno así como los implementos de seguridad necesarios para realizarlos como son chalecos salvavidas y cascos de seguridad, que tendrán un costo adicional.

Área de parqueo: Contará con la capacidad para albergar a 20 vehículos.

Área de seguridad: Se ubicará la caseta del guardia en la entrada principal.

El complejo ecoturístico cuenta ya con ciertas instalaciones que requieren ser mejoradas y ampliadas para garantizar un mejor servicio. El diseño y construcción de la nueva infraestructura debe guardar una estrecha relación con las condiciones específicas del lugar.

A través de los diferentes atractivos se busca llamar el interés del cliente para que visite el complejo ecoturístico, lo que generará los recursos económicos necesarios para su mantenimiento y mejoramiento.

3.2.3 Tecnologías necesarias para la producción.

El complejo ecoturístico “Campamento Victoria” brindará un servicio de calidad y confort para dirigirnos hacia la meta de convertirse en un lugar de primera categoría, para lo cual se requieren todos los equipos necesarios para la implementación y mejoramiento de las diferentes áreas como son cabañas, restaurante y cocina, cafetería-bar, salón de conferencias, salón de juegos, recreación (piscina, baño sauna y turco), actividades al aire libre como las canchas deportivas, juegos infantiles, bicicletas y boyas, oficinas de recepción y administración, área de huerto y asados, seguridad y parqueo.

3.2.4 Cronograma de producción.

De acuerdo a los meses considerados como temporada alta, de julio a febrero, empezaría la época de mayor operación en la industria turística en el cantón Loreto, donde se haría énfasis en la promoción de paquetes turísticos para grupos de estudiantes, grupos familiares o de amigos, destacando varias actividades recreativas y deportes de aventura, se impulsará las visitas sobre todo los fines de semana con varias actividades como pesca deportiva, paseos guiados por los senderos, descenso en boyas (tubbing),etc. y atractivas opciones de alimentación.

Mientras que en los meses de marzo a mayo se observaría una disminución en el número de visitantes, que se considera como temporada baja, donde la opción sería estimular la llegada de turistas y visitantes a través de promociones atractivas en los paquetes turísticos como descuentos por grupos, así como en entradas, para grupos grandes en el cual los niños entran gratis.

Durante todo el año se tendrá ingresos por rubro de entradas a las instalaciones del complejo y en menor medida por el servicio de alojamiento y alimentación, además considerando todas las actividades recreativas a implementar como la piscina, baño sauna y turco, atraería sin duda mayor clientela.

3.2.5 Control de calidad.

La calidad está relacionada con la experiencia del servicio en las instalaciones del complejo ecoturístico, lo que determinará el posterior regreso del visitante así como la comunicación oral positiva sobre el lugar a diferentes personas, por ello es muy importante trabajar para brindar satisfacción a través de un servicio de calidad que sobrepase las expectativas del cliente, para lo cual se realizarán las siguientes actividades:

Se efectuará un autodiagnóstico del perfil del servicio con la finalidad de observar los errores en el mismo, y a partir de esta línea base se podrá realizar distintas actuaciones.

Se medirá el grado de satisfacción de los clientes de la calidad percibida del servicio, de forma cualitativa mediante el uso de encuestas, para que los clientes evalúen los atributos del servicio, tanto en infraestructura física como en la atención individualizada al cliente, así como los inconvenientes presentados y las sugerencias para mejorar el servicio.

Se realizará encuestas en forma periódica al personal con el objetivo de conocer sus ideas y sugerencias e incluir sus aportaciones de mejora en el servicio y oferta del producto turístico. Y a la vez también se evaluará el nivel de satisfacción del personal con el trabajo para tomar en cuenta sus opiniones y mejorar la oferta laboral con la intención que puedan sentirse satisfechos y esto a la vez hará que generen clientes satisfechos.

Además se desarrollará actividades generadoras de fidelidad para conseguir el posterior regreso de los visitantes, a través de la información receptada de nuestros clientes, como son sus correos electrónicos, se enviará mensajes de agradecimiento por la confianza depositada al escoger alojarse en el complejo, así como ofertas especiales para clientes exclusivos e información sobre nuevos servicios y actividades.

3.3 Equipos e infraestructura necesarios

Se dispone de una superficie total de terreno de once hectáreas destinadas para la construcción, la ampliación, mejoramiento e implementación de las diferentes áreas del complejo ecoturístico. A continuación se enlista en forma general la infraestructura necesaria así como el equipamiento mínimo para poder operar de forma óptima.

Actualmente el complejo ecoturístico cuenta con seis cabañas, las cuales serán redistribuidas para alojar solo a 24 personas de manera cómoda y confortable, de la siguiente manera:

- 3 Cabañas: una habitación para 4 personas, capacidad 12 personas.
- 1 Cabaña: una habitación para 2 personas.
- 1 Cabaña: 2 habitaciones simples, 2 habitaciones para 3 personas, capacidad 8 personas.
- 1 Cabaña: una habitación matrimonial, 2 personas.

Mientras que las nuevas cinco cabañas que serán construidas tendrán la capacidad para alojar a 31 personas y así brindar alojamiento a un total de 55 personas.

- 2 Cabañas familiares: una habitación matrimonial, 2 habitaciones dobles, capacidad 12 personas.
- 2 Cabañas: 3 habitaciones simples cada una, 1 habitación doble, capacidad 10 personas.
- 1 Cabaña: 2 habitaciones matrimoniales, 1 habitación triple, 1 habitación doble, capacidad 9 personas.

Oficinas de recepción y administración:

- Equipo y mobiliario de oficinas
- Material de oficina y suministros en general

Tabla 4: Equipo y Mobiliario de Oficinas

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Escritorio	3	200,00	600,00
Computador HP	3	680,00	2014,00
Impresora láser Samsung B/N	3	89,00	267,00
Sillas giratorias	3	94,00	282,00
Sillas de espera	6	30,00	180,00
Copiadora Ricoh	1	600,00	600,00
Teléfono inalámbrico Panasonic	2	76,00	152,00
Telefax Panasonic	1	211,00	211,00
		TOTAL	4306,00

Fuente y elaboración: Verónica López Romero

Tabla 5: Material de Oficinas y Suministros

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Esferográficos azules bic (cajax12)	2	4,56	9,12
Esferográficos negros bic (cajax12)	2	4,56	9,12
Lápices (cajax12)	1	2,75	2,75
Papel bond tamaño A4 (cajax5)	2	19,00	38,00
Perforadora Eagle	3	5,00	15,00
Grapadora Eagle	3	10,20	30,60
Grapas (cajax5000)	3	1,25	3,75
Porta clips	3	1,40	4,20
Clips (caja)	6	0,50	3,00
Sellos de la empresa	2	18,00	36,00
Tinta	2	2,00	4,00
Goma en barra	3	1,20	3,60
Tijeras	3	0,60	1,80

Porta cinta adhesiva	3	2,80	8,40
Cinta adhesivas	12	0,40	4,80
Corrector líquido (cajax12)	1	11,40	11,40
Folders plásticos	20	3,25	65,00
Carpetas cartón con vinchas (50 und.)	1	10,00	10,00
Marcadores permanentes (cajax10)	1	4,50	4,50
Cartucho impresora (negro)	3	55,00	165,00
Tóner Ricoh	2	60,00	120,00
Calculadora	3	4,50	13,50
Basureros de oficina	3	15,00	45,00
		TOTAL	608,54

Fuente y elaboración: Verónica López Romero

Restaurante y cocina:

- Mobiliario y equipo de cocina, restaurante y cafetería-bar.

Tabla 6: Mobiliario y Equipo de Cocina, Restaurante y Cafetería-Bar

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Cocina industrial de 4 quemadores	1	400,00	400,00
Horno eléctrico empotrable	1	415,00	415,00
Asador eléctrico UMCO	1	43,50	43,50
Congelador horizontal doble puerta Indurama	1	1300,00	1300,00
Refrigeradora Electrolux 11"	1	710,00	710,00
Vitrina vertical Indurama	2	1170,00	2340,00
Dispensador de agua Electrolux	1	226,00	226,00
Cafetera Óster	1	33,00	33,00
Cafetera Espresso Oster Prima Latte	1	249,00	249,00
Licuada Oster	2	124,00	248,00
Batidora de pedestal Oster	1	67,00	67,00

Campana decorativa 36"	1	589,00	589,00
Tostadora Oster	2	28,50	57,00
Wafflera Oster (4 unid.)	2	84,90	169,80
Horno microondas digital Whirlpool	2	129,00	258,00
Exprimidor de cítricos Oster	2	28,50	57,00
Fregadero doble	2	215,00	430,00
Carro para charolas y cubiertos	1	94,00	94,00
Ollas de acero inoxidable (juego 8)	1	260,00	260,00
Sartenes Teflón (juego 6)	1	99,00	99,00
Olla rápida arrocera	1	250,00	250,00
Cubiertos de acero inoxidable (juego)	10	20,00	200,00
Jarra térmica 1L	2	16,90	33,80
Vajilla Porcelana Blanca Cuadrada (juego)	10	48,00	480,00
Vasos de vidrio	80	1,25	100,00
Cilindros de Gas	3	80,00	240,00
Mesas cuadradas madera	18	55,00	990,00
Sillas Tiffany	72	35,00	2520,00
Taburetes de madera	6	20,00	120,00
		TOTAL	12979,10

Fuente y elaboración: Verónica López Romero

Cabañas:

- Muebles y enseres de hospedaje
- Baterías sanitarias

Tabla 7: Muebles y Enseres de Hospedaje

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Literas	11	285,00	3135,00

Camas de 2 plazas	4	170,00	680,00
Camas de 1 ½ plaza	25	140,00	3500,00
Colchones de 2 plazas	4	200,00	800,00
Colchones de 1 ½ plaza	25	130,00	3250,00
Colchones de 1 plaza	22	95,00	2090,00
Closets	26	130,00	3380,00
Veladores	34	35,00	1190,00
Mesas	4	45,00	180,00
Sillas	8	30,00	240,00
Lámparas	34	28,00	952,00
Basureros de habitación	26	5,00	130,00
		TOTAL	19527,00

Fuente y elaboración: Verónica López Romero

Tabla 8: Baterías Sanitarias

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Inodoros	26	96,00	2496,00
Lavamanos	26	54,00	1404,00
Duchas	26	38,00	988,00
Alfombra de Baño	26	19,00	494,00
Grifería Baños	26	62,00	1612,00
Set de complementos sanitarios	26	21,00	546,00
Cortinas de Baño	26	15,00	390,00
Basureros de baño	26	8,00	208,00
		TOTAL	8138,00

Fuente y elaboración: Verónica López Romero

Área de planchado y lavado:

- Mantelería y lencería de alojamiento
- Menaje general, limpieza y bodega

Tabla 9: Mantelería y Lencería de Alojamiento

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Manteles	44	20,00	880,00
Servilletas de Tela	110	5,00	550,00
Cortinas	52	22,00	1144,00
Toallas grandes	110	18,00	1980,00
Toallas pequeñas	110	13,00	1430,00
Sábanas de 2 plazas (juego)	12	28,00	336,00
Sábanas de 1 ½ plaza (juego)	50	23,90	1195,00
Sábanas de 1 plaza (juego)	44	21,80	959,20
Cobijas de 2 plazas	4	33,98	135,92
Cobijas de 1 ½ plaza	25	33,98	849,50
Cobijas de 1 plaza	22	33,98	747,56
Cobertor microfibra de 2 plazas	4	40,29	161,16
Cobertor microfibra de 1 ½ plaza	25	40,29	1007,25
Cobertor microfibra de 1 plaza	22	40,29	886,38
Almohadas	55	8,50	467,50
Alfombras de dormitorio	26	14,90	387,40
		TOTAL	13116,87

Fuente y elaboración: Verónica López Romero

Tabla 10: Menaje General, Limpieza y Bodega

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Lavadora Industrial	1	1320,00	1320,00

Secadora Industrial	1	1445,00	1445,00
Generador de Energía	1	948,00	948,00
Aspiradora Industrial	1	380,00	380,00
Papel Higiénico (pq.x12)	50	8,20	410,00
Shampoo (unidad personal)	1000	0,30	300,00
Jabón de Tocado (unidad personal)	1000	0,30	300,00
Detergente Líquido (galones)	5	17,50	87,50
Escobas	5	3,75	18,75
Trapeadores	5	4,50	22,50
Cepillos	5	2,25	11,25
Paños de limpieza (paquetex3)	10	6,20	62,00
Planchador	2	25,00	50,00
Plancha Panasonic	2	45,00	90,00
Armadores (docenas)	3	6,50	19,50
Cestos de Ropa Grandes	5	17,00	85,00
Detergente (5 kg.)	5	12,60	63,00
Suavizante 3L	3	9,80	29,40
Tacho Hércules 240 L	3	29,90	89,70
Tachos de basura medianos	3	20,50	61,50
Recogedor de basura	5	5,50	27,50
Tanque de almacenamiento 2500 L	1	317,02	317,02
Tanque de almacenamiento 500 L	1	101,13	101,13
Bomba de Agua de 5.5 Hp 220/440V	1	950,00	950,00
		TOTAL	7188,75

Fuente y elaboración: Verónica López Romero

Área de juegos:

- Salón de juegos de mesa y zona de alquiler.
- Juegos infantiles

Tabla 11: Salón de Juegos y Zona de Alquiler

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Mesa de Ping Pong	2	300,00	600,00
Mesa de fútbolín	2	520,00	1040,00
Mesa de billar	1	950,00	950,00
Mesas para ajedrez y barajas	4	60,00	240,00
Bicicleta Montañera	6	200,00	1200,00
Boyas	10	15,00	150,00
Chalecos salvavidas	10	35,60	350,60
Cascos	20	25,00	500,00
		TOTAL	5030,60

Fuente y elaboración: Verónica López Romero

Tabla 12: Área De Juegos Infantiles

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Columpios (1x3)	1	500,00	500,00
Sube y bajas	2	300,00	600,00
Resbaladera	1	250,00	250,00
Llanta colgante	2	40,00	80,00
Tarabita	1	180,00	180,00
		TOTAL	1610,00

Fuente y elaboración: Verónica López Romero

Obra civil:

- Construcción de las obras a implementar.

Tabla 13: Obra Civil

DETALLE	CANTIDAD	VALOR	VALOR
---------	----------	-------	-------

		UNITARIO	TOTAL
Cabañas	5	40000,00	200000,00
Piscina	1	65000,00	65000,00
Baño Turco y Sauna	1	15000,00	15000,00
Área de asados	1	3500,00	3500,00
Área de huerto	1	500,00	500,00
		TOTAL	284000,00

Fuente y elaboración: Verónica López Romero

A pesar disponer del abastecimiento de energía eléctrica en el sector se implementará paneles solares para disponer siempre de energía con el objetivo de evitar inconvenientes a los huéspedes y brindar un servicio de calidad, pensando siempre en el cliente, en su comodidad y disfrute durante su estadía.

El complejo ecoturístico “Campamento Victoria” cuenta actualmente con un inventario con los que ha estado prestando los servicios de alojamiento y alimentación por lo cual se describirá a continuación sus activos fijos:

Tabla 14: Activos Fijos

Detalle	Precio
Terreno	165000,00
Mobiliario y equipo de Cocina y Restaurante	7000,00
Mobiliario de Alojamiento	4000,00
Baterías Sanitarias	2000,00
Lencería y Mantelería	1000,00
Menaje general, área de limpieza y bodega	10000,00
Obra civil	150000,00
TOTAL ACTIVOS FIJOS	339000,00

Fuente y elaboración: Verónica López Romero

3.4 Requerimientos de mano de obra

En las siguientes tablas se describirá el sueldo del personal administrativo como operativo con el que contará el complejo ecoturístico:

Tabla 15: Remuneración Personal Administrativo

Personal	Remuneración	Anual	Décimo Tercer Sueldo	Décimo Cuarto Sueldo	Vacaciones	Aporte patronal	Total	Aporte personal	Pago neto
Gerente General	560	6.720	560	340	280	816	8.716	635	7.265
Recepcionista	380	4.560	380	340	190	554	6.024	431	5.039
Seguridad/ Conserje	350	4.200	350	340	175	510	5.575	397	4.668
Contador	400	4.800	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL	1.690	20.280	1.290	1.020	645	1.881	20.316	1.463	16.972

Fuente y elaboración: Verónica López Romero

Tabla 16: Remuneración Personal Operativo

Personal	Remuneración	Anual	Décimo Tercer Sueldo	Décimo Cuarto Sueldo	Vacaciones	Aporte patronal	Total	Aporte personal	Pago neto
Camarero	342,00	4,104	342,00	340,00	171,00	499,00	5.456	388,00	4.569
Jefe de cocina	360,00	4,320	360,00	340,00	180,00	525,00	5.725	408,00	4.792
Auxiliar de cocina	342,00	4,104	342,00	340,00	171,00	499,00	5.456	388,00	4.569
Mesero	342,00	4,104	342,00	340,00	171,00	499,00	5.456	388,00	4.569

TOTAL	1386,00	16,632	1,386	1,360	693,00	2,021	22,092	1,572	18,499
-------	---------	--------	-------	-------	--------	-------	--------	-------	--------

Fuente y elaboración: Verónica López Romero

Mientras que para la construcción de las nuevas cabañas, ampliaciones y mejoras a implementarse se realizará mediante contrato por obra, así como también del personal de mantenimiento que se requiera en forma ocasional.

Para el personal a contratar se definirán políticas de contratación, como establecer un período de prueba con el objetivo de establecer los lineamientos a seguir para evaluar el proceso de adaptación del empleado al puesto y a la cultura organizacional del complejo ecoturístico “Campamento Victoria”, en términos de su desempeño y actuación para confirmar o descartar su posición en la empresa.

El período probatorio al que todo empleado nuevo será sometido será de un mes para el personal de los niveles de baja jerarquía como mesero, cocinera, auxiliar de cocina, seguridad, y de tres meses, para los niveles jerárquicos más altos de gerente, contador, recepcionista, al finalizar este período el jefe directo inmediato deberá hacer la evaluación y recomendará o no su contratación.

Se establecerá los lineamientos para el pago de las horas extras trabajadas de la jornada habitual de trabajo, establecida en el código de trabajo. Se determinará, por mutuo acuerdo con el empleado, la extensión de su jornada de trabajo, para la realización de un trabajo especial. Tendrá derecho al pago de horas suplementarias cuando el trabajador labore posteriormente a su jornada de ocho horas diarias, con un cincuenta por ciento de recargo del valor hora, cuando trabaje hasta las 24h00, posterior a lo cual tendrá derecho al recargo del cien por ciento del valor hora. Las horas suplementarias no podrán exceder de cuatro en un día, ni de doce en la semana. Tendrá derecho al pago de horas extraordinarias, cuando el trabajador labore los días sábados, domingos y de descanso obligatorio, con un recargo del cien por ciento del valor hora. El pago de las horas extraordinarias de trabajo, se hará mensualmente, en la nómina de pago, según los artículos 55 y 65 del Código del Trabajo¹¹.

A continuación se expone las causas por las cuales se terminará un contrato de trabajo según artículo 169 del Código de Trabajo¹¹:

1. Por las causas legalmente previstas en el contrato;

2. Por acuerdo de las partes;
3. Por la conclusión de la obra, período de labor o servicios objeto del contrato;
4. Por muerte o incapacidad del empleador o extinción de la persona jurídica contratante, si no hubiere representante legal o sucesor que continúe la empresa o negocio;
5. Por muerte del trabajador o incapacidad permanente y total para el trabajo;
6. Por caso fortuito o fuerza mayor que imposibiliten el trabajo, como incendio, terremoto, tempestad, explosión, plagas del campo, guerra y, en general, cualquier otro acontecimiento extraordinario que los contratantes no pudieron prever o que previsto, no lo pudieron evitar;
7. Por voluntad del empleador en los casos del artículo 172 del Código del Trabajo;
8. Por voluntad del trabajador según el artículo 173 del Código del Trabajo; y,
9. Por desahucio.

El trabajador una vez que haya cumplido un año de servicio, tendrá derecho a quince días de descanso, incluidos los días no laborables sin ninguna interrupción. Así también se reconocerá el 15% de las utilidades líquidas, a ser distribuido el 10% entre los trabajadores de la empresa por igual de acuerdo al tiempo de trabajo y el 5% restante, en proporción a las cargas familiares, es decir cónyuge o conviviente en unión de hecho, hijos menores de dieciocho años y los hijos discapacitados de cualquier edad.

3.5 Requerimientos de insumos productivos

A continuación se realiza un listado de lo que se necesita para la producción, considerando si son costos fijos o variables. Los costos fijos serán imputados independientemente de que exista producción mientras que los costos variables dependen de la producción.

Tabla 17: Descripción de Costos Fijos y Variables

Descripción	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES
Costos	Personal administrativo	
	Personal operativo	
Suministros		Oficina
		Limpieza
Gastos		Ventas
	Financieros	
Servicios	Básicos	

Fuente y elaboración: Verónica López Romero

3.6 Seguridad industrial y medio ambiente

3.6.1 Normativa de prevención de riesgos.

Se elaborará el Plan Mínimo de Prevención de Riesgos según el modelo proporcionado por el Ministerio de Relaciones Laborales, mediante su programa “Seguridad y Salud en el Trabajo” el cual surge como parte de los derechos del trabajo y su protección, que existe desde que la ley determinara que “los riesgos del trabajo son de cuenta del empleador” y que hay obligaciones, derechos y deberes que cumplir en cuanto a la prevención de riesgos laborales. (Ministerio de Relaciones Laborales, 2014)¹²

Con la finalidad de garantizar, gestionar y prevenir los riesgos laborales, de salud, ambientales y de calidad que se generan como parte de las actividades turísticas y hoteleras ejecutadas por el personal del complejo ecoturístico.

Los desechos sólidos generados en el complejo ecoturístico se almacenan en recipientes adecuados y son trasladados a la ciudad de Loreto para que la municipalidad se encargue del proceso respectivo. Por lo cual es necesario elaborar un plan de reciclaje de manera que contribuya a disminuir la contaminación ambiental y a la vez se convierta en una actividad productora de recursos económicos, la basura orgánica puede ser usada para la producción de compost para mejorar la fertilidad del suelo especialmente en la huerta que se quiere implementar.

Se contará con tres contenedores grandes en donde se almacenará los desechos plásticos, los metales y biodegradables, de tal manera que se evite su esparcimiento y la contaminación del suelo o el agua.

Las aguas servidas son conducidas a un pozo séptico que impide la contaminación del río y el medio ambiente, y es adecuado para la infraestructura actual, sin embargo se debe llevar a cabo un programa de tratamiento de aguas servidas y a largo plazo diseñar un pozo séptico que permita el uso de tecnologías modernas y su uso indefinido, donde no exista la posibilidad de filtraciones y malos olores, elaborado bajo parámetros ambientales que garanticen la escasa afectación del medio ambiente.

3.6.2 Normativa ambiental.

Es importante conocer los posibles impactos ambientales derivados del proyecto con el objetivo de aminorarlos, conocer su influencia en el medio ambiente y precisar estrategias posibles de implementar para disminuir el daño ambiental.

El cantón Loreto se caracteriza por poseer dentro de su entorno variedad de afluentes, abundante flora y fauna por lo cual es muy visitado sin embargo esto ha coadyuvado a la generación de mayor contaminación especialmente de sus ríos, así como la pesca indiscriminada, la tala de árboles, afectando el medio ambiente por lo cual es necesario describir prohibiciones al ingresar al complejo ecoturístico para preservar el entorno, las mismas que estarán ubicadas en la entrada, en un lugar visible para el visitante, de forma que conozca

las normas establecidas para poder disfrutar sanamente del complejo, en el letrero se ubicará la siguiente descripción:

PROHIBICIONES DENTRO DEL COMPLEJO ECOTURÍSTICO “CAMPAMENTO VICTORIA”:

- Tala de árboles
- Captura de animales silvestres
- Pesca indiscriminada
- Contaminación con desechos químicos
- Consumo de bebidas alcohólicas, cigarrillos, narcóticos y estupefacientes
- Comportamiento agresivo e inmoral
- Contaminación del río

Según el Plan de Ordenamiento Territorial del Cantón Loreto, 2012¹³ los tipos de geología dominantes son formaciones de origen volcánico, por hallarse en las estribaciones de la cordillera de los Andes, lo que ha dado lugar a suelos sueltos, profundos y arcillosos, pero con fertilidad de baja a media, poco aptos para la agricultura por lo que su uso debe ser principalmente el de conservación y protección.

El suelo presente en el lugar se caracteriza por ser húmedo, un poco arenoso y también rocoso, volviéndolo frágil ante la presencia de abundantes precipitaciones en el sector, por lo que una estrategia será reforestar la zona de pendiente encontrada en la parte posterior de las cabañas existentes, que coincide también con el camino cuesta abajo para llegar a las corrientes del río Suno, además es prioridad realizar un muro de contención para mantener la seguridad de la infraestructura del lugar así como de los visitantes. Para la construcción posterior de las nuevas cabañas se debe preparar el terreno y elegir una zona alejada de la pendiente, que sea un lugar seguro, agradable y sobretodo que no afecte la vegetación.

Actualmente se cuenta con un Plan de Contingencia, elaborado por personal técnico, que permitirá su implementación en forma posterior y constituirá una herramienta de seguridad para el cuidado, protección y mantenimiento del lugar.

El sector cuenta con agua potable sin embargo el complejo se abastece del agua producida por una vertiente cercana, la misma que es almacenada en una tanque para su bombeo a un tanque

elevado y su distribución posterior, dentro del complejo confluyen las aguas cristalinas del Río Suno, que es un río navegable y representa un atractivo paisajístico para el lugar, del cual también es factible transportar agua en caso de emergencia.

También es posible observar en el lugar gran cantidad de árboles y vegetación que forma una especie de arco al ingresar al complejo lo que despierta la curiosidad en el visitante, por lo cual es importante realizar una catalogación de los diferentes árboles que se encuentran dentro de las áreas destinadas a senderos así como de las especies de flores, ya que éstas y varias plantas contienen propiedades medicinales mientras que otras son ornamentales como las orquídeas, las flores de río, nardos, etc.

Se debe considerar la tala de árboles que servirán como materia prima para la construcción de las nuevas cabañas, que representa el costo ambiental por ampliar y mejorar el lugar sin embargo se debe reforestar para conservar la flora y la imagen ambiental.

Se espera atraer una gran afluencia de visitantes lo que conllevará consigo a un aumento del nivel de basura lo que representa un riesgo elevado del incremento en la producción de basura, sumada a la que se generará en la fase de construcción por lo que sin un adecuado programa de manejo pueden ir a la selva o a las aguas del río Suno.

Además también se aumentará el flujo de desechos de aguas residuales que sin un manejo apropiado, se convertirá en un foco de contaminación para el medio ambiente, en especial para los ríos aledaños al sector. También con la apertura de senderos y caminos, el ruido se incrementará, lo que representará un cambio en los sonidos propios de la naturaleza, los mismos que podrán afectar a los animales existentes en la zona. Por lo cual se deberá tomar todas las precauciones y medidas del caso.

CAPÍTULO 4.

FINANCIERO

4.1 Sistema de cobros y pagos

4.1.1 Sistema de cobros.

Para todos los cobros en efectivo, se definirá un libro de Caja en el procesador Excel donde constarán todos los Ingresos así como los Egresos autorizados generados durante el día, con sus conceptos correspondientes así como los respaldos físicos de la documentación. Al final de cada día se cuadrará la Caja y se realizará el arqueo, que deberá entregarse al área contable.

Esta Caja será manejada por Recepción que ingresará todos los cobros en efectivo referentes a las cuentas de clientes así como los ingresos correspondientes de los diferentes puntos de venta del complejo, como son alquiler de juegos de mesa, bicicletas y boyas, además cobro de entradas, bar y restaurant.

Posteriormente se implementará el cobro mediante tarjeta de crédito mientras que por el momento los cobros se realizarán en efectivo, mediante transferencia electrónica y con cheques.

4.1.2 Sistema de pagos.

Para realizar el pago a proveedores por la adquisición de las mercancías necesarias para el funcionamiento del establecimiento o por prestación de servicios, se definirá la forma de pago, la misma que puede ser al contado de ser posible o se buscará aplazarlo mediante crédito, dependiendo del proceso de compra, si es regular o por una sola vez, por lo cual se podrá negociar ciertas condiciones que beneficien a ambas partes, como el plazo de treinta días para la cancelación de la factura pendiente, con la posibilidad de seguir adquiriendo los insumos necesarios sin ningún inconveniente.

La realización del pago al contado puede hacerse de diversas formas, como la entrega de dinero en efectivo, en cuyo caso, aparecerá en la factura la firma del proveedor indicando el entregue conforme y el sello de cancelado, o bien éste emitirá al cliente un recibo para acreditar la entrega del dinero. También mediante el ingreso en efectivo en la cuenta corriente del

proveedor, por transferencia bancaria, con cheque o con tarjetas de débito y crédito, dependiendo el estado financiero actual. Dichos pagos lo realizará el área contable, descontando el valor de retenciones y llevará el registro respectivo.

4.2 Presupuesto de ingresos y costos

4.2.1 Presupuesto de ingresos.

En el capítulo 3 Operación se estableció la capacidad de ocupación del establecimiento en 55 personas distribuidas en once cabañas, así como el precio en el capítulo 2 Mercado, los mismos que se mantendrán por tres años como estrategia de penetración en el mercado, dependiendo la inflación y los cambios en el mismo.

Con este antecedente, se procede a realizar una proyección de ingresos o ventas, haciendo uso de los precios establecidos, tomando en cuenta las actividades recreativas así como los ingresos por entradas, alimentación, alojamiento y tour. Además se tomará el uso del 50% de la capacidad total durante el primer año, para realizar cálculos más reales.

Tabla 18: Proyección de Ingresos de Alojamiento

HABITACIÓN	CAP. HAB.	TOTAL PAX.	PRECIO HAB.	TOTAL DÍA	ANUAL	ANUAL 50%
Simple	8	8	12,00	96,00	35.040,00	17.520,00
Doble	7	14	22,00	154,00	56.210,00	28.105,00
Triple	3	9	33,00	99,00	36.135,00	18.067,50
Cuádruple	4	16	44,00	176,00	64.240,00	32.120,00
Matrimonial	4	8	24,00	96,00	35.040,00	17.520,00
TOTALES	26	55	135,00	621,00	226.665,00	113.332,50

Fuente y elaboración: Verónica López Romero

El total anual proyectado por alojamiento es de 226.665,00 USD y el total anual de ventas, con un 50% de uso de la capacidad total es de 113.332,50 USD.

Tabla 19: Proyección de Ingresos de Alimentación

ALIMENTACIÓN	PRECIO	No. Visitantes	TOTAL DÍA	ANUAL	ANUAL 50%
Desayuno	3,00	55	165,00	60.225,00	30.112,50
Almuerzo	5,00	55	275,00	100.375,00	50.187,50
Cena	4,00	55	220,00	80.300,00	40.150,00
TOTAL			605,00	240.900,00	120.450,00

Fuente y elaboración: Verónica López Romero

El total anual proyectado por alimentación es de 240,900.00 USD y el total anual de ventas, con un 50% de uso de la capacidad total es de 120.450,00 USD.

Para realizar los ingresos por entradas tomamos en cuenta las mejoras y nuevas implementaciones que se realizarán, como la piscina y baño sauna y turco, para el establecimiento del precio, además el número de visitantes proyectados será al 20% según los datos de la totalidad de visitas al emprendimiento turístico comunitario “Carachupa Pakcha” en el mes de febrero de 2014, según los datos registrados por la Jefatura de Productos Turísticos del Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincia de Orellana los cuales son de 6680 adultos y 3941 niños, dando un total de 10621.

Tabla 20: Proyección de Ingresos de Entradas

ENTRADAS	PRECIO	No. Visitantes al 20% mensual	TOTAL MES	ANUAL	ANUAL 50%
Adultos	5,00	1336	6.680,00	80.160,00	40.080,00
Niños	3,00	788,2	2.364,60	28.375,20	14.187,60
TOTAL		2124,2	9.044,60	108.535,20	54.267,60

Fuente y elaboración: Verónica López Romero

El total anual proyectado por entradas será de 108.535,20 USD y el total anual de ventas, con un 20% del total de visitas en relación a “Carachupa Pakcha”, el cual es un centro comunitario que cuenta con una hermosa cascada como principal atractivo dentro del cantón de Loreto, el total será de 54.267,60 USD.

Tabla 21: Resumen de Ingresos Proyectados

DETALLE	Anual	Ocupación	Presupuesto
Alojamiento	226.665,00	50,00%	113.332,50
Alimentación	240.900,00	50,00%	120.450,00
Entradas	108.535,20	50,00%	54.267,60
TOTAL			288.050,10

Pago con tarjeta		15%	43.207,52
Pago en efectivo		85%	244.842,58

Fuente y elaboración: Verónica López Romero

Se considera para cada año, un incremento de ventas y gastos del 8%, así como un 5% de inflación.

4.2.2 Presupuesto de costos y gastos.

Los costos a los que está sujeto el proyecto corresponden a la nómina de personal, los gastos administrativos, los gastos de ventas, la depreciación y el costo de los materiales para el restaurante, que corresponde al 50% del precio de venta. El detalle y el resumen de los costos y gastos son los siguientes:

- **Nómina de personal.**

Se requiere de un Gerente General, una Recepcionista, un Conserje, un Camarero, un Jefe de Cocina, un Auxiliar de Cocina y un Mesero, los cuales estarán bajo el Código del Trabajo y sus futuras reformas; se requiere además de un contador cuyos servicios se contratan bajo la

modalidad de prestación de servicios. El gasto de personal para cada uno de los años del 1 al 5 se incluyen en los Anexos; y, el correspondiente resumen se muestra en la tabla 22.

Tabla 22: Resumen de Nómina de Personal Proyectada

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sueldos	32.112	33.718	35.403	37.174	39.032
Beneficios sociales	6.394	8.000	8.281	8.576	8.885
IESS Aporte Patronal	3.580	3.760	3.947	4.145	4.352
Honorarios	4.800	5.040	5.292	5.557	5.834
TOTALES	46.886	50.517	52.924	55.451	58.104

Fuente y elaboración: Verónica López Romero

- Depreciación

El gasto por depreciación corresponde a las inversiones que se realicen en el proyecto, se aplicará el método de línea recta que se establece en el Reglamento de Aplicación a la Ley de Régimen Tributario Interno.

En la Tabla 23 se muestra el gasto por depreciación correspondiente a cada año del 1 al 5. El detalle se muestra en los anexos.

Tabla 23: Resumen de Gasto de Depreciación Proyectado

Detalle	Dep. Año 1	Dep. Año 2	Dep. Año 3	Dep. Año 4	Dep. Año 5	Valor rescate
Terreno	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	165.000,0
Edificaciones	765,0	5.760,0	8.055,0	15.255,0	15.615,0	201.550,0
Mobiliario	900,0	1.980,0	1.980,0	1.980,0	1.980,0	13.180,0
Vehículos	0,0	630,0	630,0	630,0	630,0	980,0
Equipo de oficina	98,1	98,1	98,1	98,1	98,1	599,5
Equipo de computación	2.085,0	2.085,0	2.085,0			695,0
Puesta en marcha	1.165,5	1.165,5	1.165,5	1.165,5	1.165,5	7.122,5
TOTAL	5.013,6	11.718,6	14.013,6	19.128,6	19.488,6	389.127,0

Fuente y elaboración: Verónica López Romero

- **Gastos administrativos y de ventas**

Tabla 24: Resumen de Gastos Administrativos y de Ventas Proyectados

GASTOS ADMINISTRATIVOS		
DETALLE	MENSUAL	ANUAL
Luz eléctrica	70,00	840,00
Agua potable	5,00	60,00
Teléfonos y Televisión por cable	50,00	600,00
Internet	50,00	600,00
Mantenimiento y limpieza	100,00	1.200,00
Permiso de salud		150,00
Permiso de bomberos		45,00
Licencia única anual de funcionamiento		70,00
Otros imprevistos		200,00
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	275,00	3.765,00
GASTOS VENTAS		
DETALLE	MENSUAL	ANUAL
Amenidades	100,00	1.200,00
Transporte y movilización	50,00	600,00
Publicidad y promoción	200,00	2.400,00
Medios masivos	1.000,00	12.000,00
Comisión tarjeta de crédito (10%)		4.320,97
TOTAL GASTOS VENTAS	1.350,00	20.520,97

Fuente y elaboración: Verónica López Romero

Tabla 25: Resumen de Costos y Gastos

RESUMEN COSTOS Y GASTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Costos Directos					
Materiales directos	60.225	68.295	77.447	87.825	99.593

MAÑO de obra directa	46.886	50.517	52.924	55.451	58.104
Total Costos Directos	107.111	118.812	130.370	143.275	157.697
Costos Indirectos					
Depreciación y amortización	5.014	11.719	14.014	19.129	19.489
Gastos Administrativos	3.765	4.270	4.842	5.490	6.226
Gastos de Ventas	20.521	23.271	26.389	29.925	33.935
Total Costos indirectos	29.300	39.259	45.244	54.544	59.650
Gastos Financieros	0	11.650	7.468	2.763	0

Fuente y elaboración: Verónica López Romero

Para los costos y gastos se consideran incrementos del 5% por inflación, crecen proporcionalmente con los ingresos, es decir, 8%.

4.2.3 Estado proforma de pérdidas y ganancias.

Tabla 26: Estado de Resultados Proforma

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas	288.064,50	326.665,14	370.438,27	420.077,00	476.367,32
Materiales directos	60.225	68.295	77.447	87.825	99.593
MAÑO de obra directa	46.886	50.517	52.924	55.451	58.104
Total Costos Directos	107.111	118.812	130.370	143.275	157.697
Utilidad Bruta en Ventas	180.953,01	207.853,28	240.068,02	276.801,72	318.670,01
Gastos de Ventas	20.521	23.271	26.389	29.925	33.935
Utilidad Neta en Ventas	160.432,04	184.582,50	213.678,96	246.876,52	284.734,84
Gastos Administrativos	3.765	4.270	4.842	5.490	6.226
Depreciación y amortización	5.014	11.719	14.014	19.129	19.489
Utilidad en Operación	151.653,44	168.594,39	194.823,74	222.257,52	259.020,12
Gastos Financieros	0	11.650	7.468	2.763	0
Utilidad antes imp. y part.	151.653,44	156.943,92	187.355,53	219.494,06	259.020,12
(-) 15% participaciones	22.748,02	23.541,59	28.103,33	32.924,11	38.853,02
Utilidad antes de impuestos	128.905,43	133.402,33	159.252,20	186.569,95	220.167,10

(-) 25% impuesto a la renta	32.226,36	33.350,58	39.813,05	46.642,49	55.041,78
Utilidad Neta	96.679,07	100.051,75	119.439,15	139.927,47	165.125,33

Fuente y elaboración: Verónica López Romero

4.2.4 Análisis de punto de equilibrio.

El punto de equilibrio se alcanza cuando los ingresos totales son iguales a los costos totales, o sea, cuando no existe pérdida ni ganancia. Los costos fijos son lo que no varían con el nivel de producción, y que se deben cubrir sin importar si existen o no existen ingresos, constan de depreciación, mano de obra directa y gastos administrativos en el caso del proyecto que se está evaluando; los costos variables son los gastos de ventas; y, para el caso de las comidas, también se considera como costo variable el costo de los materiales para la elaboración de cada plato. En la tabla 27 se muestran las cantidades y los valores de equilibrio por producto:

Tabla 27: Punto de Equilibrio

PRODUCTO	CANTIDAD	VALOR
Hab. Simple	195	2.336
Hab. Doble	170	3.747
Hab. Triple	73	2.409
Hab. Cuádruple	97	4.282
Hab. Matrimonial	97	2.336
SUBTOTAL ALOJAMIENTO		15.110
Desayuno	2.899	8.697
Almuerzo	2.899	14.494
Cena	2.899	11.595
SUBTOTAL COMIDAS		34.786
Entrada Adultos	1.069	5.344
Entrada Niños	631	1.893
SUBTOTAL ENTRADAS		7.237
TOTAL		57.134

Fuente y elaboración: Verónica López Romero

4.3 Inversiones

Las inversiones totales que se deben hacer durante la vida útil del proyecto suman \$476.283,11; las cuales se dividen en activos fijos y activos circulantes (capital de trabajo equivalente a 3 meses de operación). En la tabla 28 se muestran los valores totales a invertir en el proyecto.

Tabla 28: Inversiones

Inversiones	Valor	Porcentaje
Activo Fijo	458.490,00	96,26%
Activo Circulante	17.793,11	3,74%
TOTAL	476.283,11	100,00%

Fuente y elaboración: Verónica López Romero

4.3.1 Análisis de inversiones.

Tabla 29: Análisis de Inversiones

Activos fijos	Valor	Porcentaje
Terreno	165.000,00	35,99%
Edificaciones	247.000,00	53,87%
Mobiliario	22.000,00	4,80%
Vehículos	3.500,00	0,76%
Equipo de oficina	1.090,00	0,24%
Equipo de computación	6.950,00	1,52%
Puesta en marcha	12.950,00	2,82%
TOTAL	458.490,00	100,00%

Activo circulante	Valor	Porcentaje
Capital de trabajo (3 meses de operación)		
3 meses de gastos administrativos y ventas	6.071,49	34%
3 meses de nómina	11.721,62	66%
TOTAL	17.793,11	100%

Fuente y elaboración: Verónica López Romero

4.3.2 Cronograma de inversiones.

Tabla 30: Cronograma de Inversiones

Actividad	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	TOTAL
Terreno	165.000					165.000
Edificaciones	17.000	98.000	48.000	80.000	4.000	247.000
Baterías Sanitarias	2.000					2.000
Obra civil, adecuaciones	15.000					15.000
Piscina, bar y baños turco y sauna		40.000				40.000
Construcción cabañas		45.000	45.000			90.000
Implementación salón de juegos		10.000				10.000
Renovación y mantenimiento		3.000	3.000	80.000	4.000	90.000
Mobiliario	10.000	12.000	0	0	0	22.000
Lencería y Mantelería		1.000				1.000
Menaje general, limpieza y bodega	10.000					10.000
Mobiliario de Alojamiento		4.000				4.000
Mobiliario y equipo de Restaurante		7.000				7.000
Vehículos	0	3.500	0	0	0	3.500
Adquisición de bicicletas		3.500				3.500
Equipo de oficina	1.090	0	0	0	0	1.090
Fax	150					150
Teléfonos	540					540
Equipo para incendios	400					400
Equipo de computación	6.950	0	0	0	0	6.950
Computadoras con licencias	4.000					4.000
Servidor	2.500					2.500
Impresora multifunción	450					450
Puesta en marcha	12.950	0	0	0	0	12.950
Publicidad y promoción	6.500					6.500
Señalética y rotulación	3.500					3.500
Selección de personal	1.000					1.000

Uniformes	1.950					1.950
Total inversiones	212.990	113.500	48.000	80.000	4.000	458.490

Fuente y elaboración: Verónica López Romero

4.4 Plan de financiamiento

4.4.1 El costo del proyecto y su financiamiento.

Tabla 31: Estructura de Capital

DETALLE	VALOR	PORCENTAJE
Inversiones		
Activo Fijo	458.490,00	96,26%
Activo Corriente	17.793,11	3,74%
TOTAL	476.283,11	100,00%
Financiamiento		
Capital	362.783,11	76,17%
Préstamo a largo plazo	113.500,00	23,83%
TOTAL	476.283,11	100,00%

Fuente y elaboración: Verónica López Romero

4.4.2 Fuentes y usos de fondos.

En la tabla 32 se muestra el Estado de Fuentes y Usos de fondos, que es la base para calcular el Flujo de Efectivo de cada período.

Tabla 32: Fuentes y Usos de Fondos

FUENTES	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas	0	288.065	326.665	370.438	420.077	476.367
Capital	230.783	0	0	0	0	0
Préstamos C/P	0	33.477			0	0
Préstamos L/P	0	80.023			0	0
Saldo Anterior	0	-101.693	-30.293	-15.794	-112.692	-184.614
TOTAL FUENTES	230.783	299.872	296.372	354.645	307.385	291.753

USOS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Terreno	165.000	0	0	0	0	0
Edificaciones	17.000	98.000	48.000	80.000	4.000	0
Mobiliario	10.000	12.000	0	0	0	0
Vehículos	0	3.500	0	0	0	0
Equipos de oficina	1.090	0	0	0	0	0
Equipos de computación	6.950	0	0	0	0	0
Gastos de puesta en marcha	12.950	0	0	0	0	0
Activo corriente	17.793	0	0	0	0	0
Materiales directos	0	60.225	68.295	77.447	87.825	99.593
MAÑO de obra directa	0	46.886	50.517	52.924	55.451	58.104
Depreciación y amortización	0	5.014	11.719	14.014	19.129	19.489
Gastos Administrativos	0	3.765	4.270	4.842	5.490	6.226
Gastos de Ventas	0	20.521	23.271	26.389	29.925	33.935
Gastos Financieros	0	0	11.650	7.468	2.763	0
Servicio de la deuda	0	0	33.477	37.659	42.364	0
15% Participaciones	0	22.748	23.542	28.103	32.924	38.853
25% Impuesto a la renta	0	32.226	33.351	39.813	46.642	55.042
(-) Depreciaciones	0	-5.014	-11.719	-14.014	-19.129	-19.489
TOTAL USOS	230.783	299.872	296.372	354.645	307.385	291.753

Fuente y elaboración: Verónica López Romero

4.4.3 Estado Balance General.

El Balance General se indica en la Tabla 33, se puede observar que durante los períodos analizados, existe un crecimiento sostenido del patrimonio, lo cual indica la conveniencia del proyecto, pues a partir del segundo año, no se requeriría de financiamiento externo para realizar las inversiones planificadas. Adicionalmente, se puede añadir que el nivel de los activos corrientes se incrementa en cantidades atractivas, lo cual permitiría un crecimiento sostenido del sitio, y una constante actualización e innovación de las facilidades, con el fin de mejorar la estadía de los clientes.

Tabla 33: Balance General

DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVOS						
Efectivo	17.793	119.486	149.779	165.573	278.265	462.879
Terreno	165.000	165.000	165.000	165.000	165.000	165.000
Edificaciones	17.000	115.000	163.000	243.000	247.000	247.000
Mobiliario	10.000	22.000	22.000	22.000	22.000	22.000
Vehículos	0	3.500	3.500	3.500	3.500	3.500
Equipos de oficina	1.090	1.090	1.090	1.090	1.090	1.090
Equipos de computación	6.950	6.950	6.950	6.950	6.950	6.950
Gastos de puesta en marcha	12.950	12.950	12.950	12.950	12.950	12.950
Depreciación acumulada		-5.014	-16.732	-30.746	-49.874	-69.363
Total Activos	230.783	440.962	507.537	589.317	686.881	852.006
PASIVOS						
Porción corriente deuda largo plazo	0	33.477	37.659	42.364	0	0
Deuda a largo plazo	0	80.023	42.364	0	0	0
Total Pasivos	0	113.500	80.023	42.364	0	0
PATRIMONIO						
Capital	230.783	230.783	230.783	230.783	230.783	230.783
Resultados acumulados	0	0	96.679	196.731	316.170	456.097
Resultado del ejercicio	0	96.679	100.052	119.439	139.927	165.125
Total patrimonio	230.783	327.462	427.514	546.953	686.881	852.006
Total Pasivo y Patrimonio	230.783	440.962	507.537	589.317	686.881	852.006

Fuente y elaboración: Verónica López Romero

4.5 Evaluación

4.5.1 Estado de Flujo de Efectivo.

Tabla 34: Flujo de Efectivo

DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Utilidad neta	0	96.679	100.052	119.439	139.927	165.125
(+) Depreciación	0	5.014	11.719	14.014	19.129	19.489
Inversiones	-212.990	-113.500	-48.000	-80.000	-4.000	0
Capital de trabajo	-17.793	0	0	0	0	0
Préstamos a largo plazo	0	113.500	0	0	0	0
Servicio de la deuda	0	0	-33.477	-37.659	-42.364	0
Valor de rescate	0	0	0	0	0	389.127
Recuperación capital de trabajo	0	0	0	0	0	17.793
Flujo de caja del periodo	-230.783	101.693	30.293	15.794	112.692	591.534

Fuente y elaboración: Verónica López Romero

4.5.2 Valor Actual Neto (VAN).

Tabla 35: Valor Actual Neto

PERÍODO	FLUJO DE CAJA	FLUJO DESCONTADO
Año 0	-230.783	-230.783
Año 1	101.693	90.935
Año 2	30.293	24.223
Año 3	15.794	11.293
Año 4	112.692	72.054
Año 5	591.534	338.211
TOTAL	621.223	305.934

Fuente y elaboración: Verónica López Romero

4.5.3 Tasa interna de retorno (TIR).

Tabla 36: Tasa Interna de Retorno

PERÍODO	FLUJO
----------------	--------------

	DE CAJA
Año 0	-230.783
Año 1	101.693
Año 2	30.293
Año 3	15.794
Año 4	112.692
Año 5	591.534

Fuente y elaboración: Verónica López Romero

4.5.4 Período de recuperación de la inversión.

Tabla 37: Período de Recuperación

PERÍODO	FLUJO DE CAJA	FLUJO DESCONTADO	POR RECUPERAR
Año 0	-230.783	-230.783	230.783
Año 1	101.693	90.935	139.848
Año 2	30.293	24.223	115.625
Año 3	15.794	11.293	104.332
Año 4	112.692	72.054	
Año 5	591.534	338.211	

Fuente y elaboración: Verónica López Romero

VALOR	MESES
72.054	12
104.332	X

X = 17 MESES

4.5.5 Análisis financiero

Este proyecto muestra flujos de caja positivos desde el primer año de operación, por lo que, parece ser atractivo, debido a que mantiene liquidez positiva, con lo cual estaría en capacidad de afrontar las obligaciones contraídas.

Utilizando una tasa de descuento igual a 11,83% que es la máxima referencial del Banco Central del Ecuador, se ha calculado un Valor Actual Neto de US\$ 359.557; en términos generales, un VAN positivo hace atractivo a cualquier proyecto, más aún cuando el VAN es superior a la Inversión inicial; con base en este indicador, el proyecto debe aceptarse.

Este proyecto admite una TIR de 40,43%; esto quiere decir que al proyecto se le puede exigir hasta esta tasa de descuento. El valor obtenido es superior a la tasa referencial del Banco Central, por lo que con base en este indicador, el proyecto debe ser aceptado.

La inversión inicial se recupera en 4 años y 5 meses, que es un tiempo aceptable, aunque todo dependerá de la necesidad de rentas de los socios. Con base en este indicador, el proyecto debería ser aceptado e implementado.

CONCLUSIONES

- Loreto es un lugar muy privilegiado no solo por ser considerado como el cantón con mayor potencialidad turística sino también por ser parte de la Reserva de Biosfera Sumaco, que cuenta con una gran riqueza biológica además de encontrarse en la provincia de Orellana conocida como “puerta al Yasuní” por lo que cuenta con un gran potencial para el desarrollo turístico enfocado en la ecología, dentro de un marco de respeto y compromiso ambiental.
- El complejo ecoturístico representa una alternativa para desarrollar el ecoturismo y una buena opción para satisfacer la necesidad de un lugar que brinde las comodidades necesarias de alojamiento, alimentación y que posea los recursos físicos como naturales para ofrecer varias actividades recreativas de esparcimiento y aventura en relación con la naturaleza.
- A través del estudio de mercado se puede confirmar que existe una gran afluencia de visitantes al cantón Loreto que buscan nuevas opciones de esparcimiento por lo que el complejo ecoturístico representa la solución a una demanda existente y a la vez aporta al crecimiento y desarrollo turístico del cantón.
- Mediante este proyecto se pretende brindar un servicio de calidad y excelencia en la prestación del alojamiento y alimentación a través del mejoramiento de la infraestructura existente y la oferta de varias actividades turísticas que sin duda representan un atractivo para el turista.
- Por las características del perfil del consumidor se puede constatar que existe una predisposición a buscar el contacto con la naturaleza por lo tanto es un proyecto viable que tiene un futuro en crecimiento.
- Este proyecto aportaría a la economía de la población de Loreto al crear plazas de trabajo, produciendo un impacto social positivo por el incremento del flujo de turistas.
- Se estableció el precio, las estrategias de distribución, de promoción y de captación de clientes así como los clientes claves para el proyecto de manera que se obtenga un rendimiento económico a través de las ventas que se generen.

- El proyecto requiere una inversión elevada que se justifica por el positivo costo-beneficio que genera el proyecto, en base a los resultados financieros obtenidos una vez que se encuentre en el ejercicio de sus funciones a totalidad.
- El proyecto es rentable, ya que en el cálculo del Valor Actual Neto VAN, dio un resultado positivo por lo tanto el proyecto es también atractivo. Una Tasa Interna de Retorno TIR mayor que la Tasa de Descuento respalda la aceptación y factibilidad del proyecto.

RECOMENDACIONES

- Buscar el fortalecimiento de los atractivos turísticos que posee el cantón Loreto, así como la provincia de Orellana no solo por la fuente de recursos económicos que generan a la población sino también porque es indispensable el cuidado, preservación y desarrollo de estos lugares por la riqueza natural que representan.
- Ofrecer paquetes y circuitos turísticos que permitan al turista conocer varios atractivos turísticos localizados en los tres cantones más cercanos, combinando diferentes atractivos ya sean naturales, culturales o gastronómicos.
- Gestionar ante las autoridades competentes la realización de obras que favorezcan el desarrollo del turismo como los servicios básicos, que son tan necesarios para lograr un servicio de calidad en el sector turístico.
- Impulsar a través de los Organismos gubernamentales campañas sobre el trato amable y amistoso a los visitantes así como el mejoramiento de la atención al cliente hasta llegar a desarrollar una cultura que produzca un impacto positivo en la sociedad y por ende en el desarrollo del turismo.
- Es importante capacitar a todos los involucrados en el sector turístico sobre la riqueza que genera el turismo, de manera que se logre convertirlo como la principal fuente de ingresos antes que el petróleo.
- Conseguir que el complejo ecoturístico se encuentre dentro de la guía turística de los diferentes atractivos que posee el cantón Loreto así como la provincia de Orellana.

BIBLIOGRAFÍA

1. Acerenza, M. (1984). *Administración de turismo: conceptualización y organización*. México: Trillas.
2. Castellanos, E. (2011). *Planeación del espacio turístico*. México: Trillas.
3. Código del Trabajo (2013). Procuraduría General del Estado. Recuperado de: <http://www.pge.gob.ec/es/documentos/doc.../225-codigo-del-trabajo.html>
4. Dirección Técnica Provincial de Orellana del Ministerio de Turismo. (2012). *Guía Turística Loreto*. Orellana
5. Ediciones legales. (2010). *Ley de Turismo*. Ecuador: Corporación MYL
6. Espejo, L. (2010). *Contabilidad General*. Loja: Editorial de la Universidad Técnica Particular de Loja.
7. HONORABLE CONSEJO PROVINCIAL DE ORELLANA. (2014) “*Plan Estratégico para la Competitividad Turística de la Provincia de Orellana 2014 – 2020*”. HCPO Departamento de Turismo. Orellana.
8. Ministerio de Turismo. (2013). Noticias: El Coca es el primer ‘Destino de Vida’ de Ecuador. Recuperado el 12 de mayo de 2014, de: <http://www.turismo.gob.ec/el-coca-es-el-primer-destino-de-vida-de-ecuador/>
9. Ministerio de Relaciones Laborales (2014). Seguridad y Salud en el Trabajo: Modelo Plan Mínimo de Prevención de Riesgos. Recuperado de: <http://www.relacioneslaborales.gob.ec/seguridad-y-salud-en-el-trabajo/>
10. Municipio de Loreto (2012). Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial. Loreto-Ecuador
11. OMT, Organización Mundial de Turismo. (2012). *Perfil de segmentos turísticos*.
12. PLANDETUR 2020 (2008): *Plan estratégico de desarrollo de turismo sostenible para Ecuador*. Ecuador: Ministerio de Turismo
13. Rey, M. (2005). *Fundamentos de marketing turístico*. España: Editorial Síntesis.
14. Sandoval E. (2006). *Ecoturismo: operación técnica y gestión ambiental*. México: Trillas.

ANEXOS

Anexos 2: Encuesta

UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA

ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO

Esta encuesta tiene objetivos exclusivamente académicos.

Sexo: Masculino Femenino Edad:

Ocupación: Lugar de residencia:
.....

PREGUNTAS:

1. ¿Con qué frecuencia visita el cantón Loreto?

Varias veces al mes _____ Una vez al mes _____ Cada 3 meses _____
Una vez al año _____

2. ¿Con quién acostumbra visitar el cantón Loreto?

SOLO _____ EN PAREJA _____ FAMILIA _____ GRUPO _____

3. ¿Cómo califica el servicio de transporte actualmente en el cantón Loreto?

MALO _____ BUENO _____ EXCELENTE _____

4. ¿Con respecto a la oferta turística actual en el cantón Loreto califique el servicio de alimentación en los diferentes restaurantes, comedores y cafeterías?

MALO _____ BUENO _____ EXCELENTE _____

5. ¿Qué tipo de alojamiento utiliza cuando sale de vacaciones?

HOTELES _____ HOSTALES _____ HOSTERÍAS _____

CABAÑAS _____ PENSIONES _____

6. A la hora de escoger el hospedaje, ¿cuál es el factor más importante en su decisión?

PRECIO _____ CALIDAD _____ ATENCIÓN _____ ALIMENTACIÓN _____

TRANSPORTE _____ CERCANO A LA CIUDAD _____

LEJANO DE LA CIUDAD _____

7. Con respecto a la oferta turística actual en el cantón Loreto califique el servicio de hospedaje:

MALO _____ BUENO _____ EXCELENTE _____

8. ¿Alguna vez ha visitado el complejo ecoturístico “Campamento Victoria”?

Sí _____ No _____

9. ¿Estaría usted interesado en practicar algún tipo de deporte de aventura dentro del cantón Loreto, seleccione el que le gustaría?

Kayak _____ Rafting _____ Tubbing _____ Escalada _____ Rappel _____ Trekking _____

Mountain bike _____ Ninguno _____

10. Seleccione qué servicio turístico se debería crear en el cantón Loreto.

Agencias de viaje _____ Guías turísticos _____ Servicio de información _____

11. ¿Estaría usted interesado en consumir algún paquete turístico para realizar ecoturismo dentro del cantón Loreto?

Sí _____ No _____

Anexos 3: Logo



Anexos 4: Fotografías



RÍO SUNO VISTO DESDE EL MIRADOR



SENDERO HACIA LAS CABAÑAS



CAMINATA POR LOS SENDEROS



PISCINA NATURAL RÍO SUNO



SALÓN DE CONFERENCIAS



CABAÑAS

Anexos 5: Financieros

ANEXO DE NÓMINA DE PERSONAL

AÑO 1

Cargo	Cant.	Base	Anual	13°	14°	Vacac.	Fondo reserva	Aporte Patronal	Total	Aporte personal	Pago neto	IESS
Gerente General	1	560	6.720	560	340	280		749	8.649	635	7.265	1.384
Recepcionista	1	380	4.560	380	340	190		508	5.978	431	5.039	939
Conserje	1	350	4.200	350	340	175		468	5.533	397	4.668	865
Camarero	1	342	4.104	342	340	171		458	5.415	388	4.569	845
Jefe de cocina	1	360	4.320	360	340	180		482	5.682	408	4.792	890
Auxiliar de cocina	1	342	4.104	342	340	171		458	5.415	388	4.569	845
Mesero	1	342	4.104	342	340	171		458	5.415	388	4.569	845
TOTAL GASTO SUELDOS			32.112	2.676	2.380	1.338	0	3.580	42.086	3.035	35.471	6.615
HONORARIOS PROFESIONALES												
Contador	1	400	4.800						4.800			
TOTAL HONORARIOS PROFESIONALES			4.800	0	0	0	0	0	4.800	0	0	0
TOTAL			36.912	2.676	2.380	1.338	0	3.580	46.886	3.035	35.471	6.615

AÑO 2

Cargo	Cant.	Base	Anual	13°	14°	Vacac.	Fondo Reserva	Aporte Patronal	Total	Aporte personal	Pago neto	IESS
Gerente General	1	588	7.056	588	340	294	294	787	9.359	667	7.905	1.454
Recepcionista	1	399	4.788	399	340	200	200	534	6.460	452	5.474	986
Conserje	1	368	4.410	368	340	184	184	492	5.977	417	5.068	908
Camarero	1	359	4.309	359	340	180	180	480	5.848	407	4.960	888
Jefe de cocina	1	378	4.536	378	340	189	189	506	6.138	429	5.203	934
Auxiliar de cocina	1	359	4.309	359	340	180	180	480	5.848	407	4.960	888
Mesero	1	359	4.309	359	340	180	180	480	5.848	407	4.960	888
TOTAL GASTO SUELDOS			33.718	2.810	2.380	1.405	1.405	3.760	45.477	3.186	38.531	6.946
HONORARIOS PROFESIONALES												
Contador	1	420	5.040						5.040			
TOTAL HONORARIOS PROFESIONALES			5.040	0	0	0	0	0	5.040	0	0	0
TOTAL			38.758	2.810	2.380	1.405	1.405	3.760	50.517	3.186	38.531	6.946

AÑO 3

Cargo	Cant.	Base	Anual	13°	14°	Vacac.	Fondo Reserva	Aporte Patronal	Total	Aporte personal	Pago neto	IESS
Gerente General	1	617	7.409	617	340	309	309	826	9.810	700	8.283	1.526
Recepcionista	1	419	5.027	419	340	209	209	561	6.766	475	5.730	1.036
Conserje	1	386	4.631	386	340	193	193	516	6.259	438	5.305	954
Camarero	1	377	4.525	377	340	189	189	504	6.123	428	5.191	932
Jefe de cocina	1	397	4.763	397	340	198	198	531	6.428	450	5.447	981
Auxiliar de cocina	1	377	4.525	377	340	189	189	504	6.123	428	5.191	932
Mesero	1	377	4.525	377	340	189	189	504	6.123	428	5.191	932
TOTAL GASTO SUELDOS			35.403	2.950	2.380	1.475	1.475	3.947	47.632	3.346	40.338	7.293
HONORARIOS PROFESIONALES												
Contador	1	441	5.292						5.292			
TOTAL HONORARIOS PROFESIONALES			5.292	0	0	0	0	0	5.292	0	0	0
TOTAL			40.695	2.950	2.380	1.475	1.475	3.947	52.924	3.346	40.338	7.293

AÑO 4

Cargo	Cant.	Base	Anual	13°	14°	Vacac.	Fondo Reserva	Aporte Patronal	Total	Aporte personal	Pago neto	IESS
Gerente General	1	648	7.779	648	340	324	324	867	10.283	735	8.681	1.603
Recepcionista	1	440	5.279	440	340	220	220	589	7.087	499	6.000	1.087
Conserje	1	405	4.862	405	340	203	203	542	6.554	459	5.553	1.002
Camarero	1	396	4.751	396	340	198	198	530	6.412	449	5.434	979
Jefe de cocina	1	417	5.001	417	340	208	208	558	6.732	473	5.702	1.030
Auxiliar de cocina	1	396	4.751	396	340	198	198	530	6.412	449	5.434	979
Mesero	1	396	4.751	396	340	198	198	530	6.412	449	5.434	979
TOTAL GASTO SUELDOS			37.174	3.098	2.380	1.549	1.549	4.145	49.894	3.513	42.236	7.658
HONORARIOS PROFESIONALES												
Contador	1	463	5.557						5.557			
TOTAL HONORARIOS PROFESIONALES			5.557	0	0	0	0	0	5.557	0	0	0
TOTAL			42.730	3.098	2.380	1.549	1.549	4.145	55.451	3.513	42.236	7.658

AÑO 5

Cargo	Cant.	Base	Anual	13°	14°	Vacac.	Fondo Reserva	Aporte Patronal	Total	Aporte personal	Pago neto	IESS
Gerente General	1	681	8.168	681	340	340	340	911	10.780	772	9.098	1.683
Recepcionista	1	462	5.543	462	340	231	231	618	7.425	524	6.283	1.142
Conserje	1	425	5.105	425	340	213	213	569	6.865	482	5.814	1.052
Camarero	1	416	4.988	416	340	208	208	556	6.716	471	5.688	1.028
Jefe de cocina	1	438	5.251	438	340	219	219	585	7.052	496	5.970	1.082
Auxiliar de cocina	1	416	4.988	416	340	208	208	556	6.716	471	5.688	1.028
Mesero	1	416	4.988	416	340	208	208	556	6.716	471	5.688	1.028
TOTAL GASTO SUELDOS			39.032	3.253	2.380	1.626	1.626	4.352	52.270	3.689	44.229	8.041
HONORARIOS PROFESIONALES												
Contador	1	486	5.834						5.834			
TOTAL HONORARIOS PROFESIONALES			5.834	0	0	0	0	0	5.834	0	0	0
TOTAL			44.867	3.253	2.380	1.626	1.626	4.352	58.104	3.689	44.229	8.041

ANEXO DE INVERSIONES Y DEPRECIACIÓN

Detalle	Total	Valor Dep	Vida útil	% Dep.	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Valor residual
Terreno	165.000	0			0	0	0	0	0	165.000
Edificaciones	247.000	222.300			765	5.760	8.055	15.255	15.615	201.550
Baterías Sanitarias	2.000	1.800	20	5%	90	90	90	90	90	1.550
Obra civil, caminos, adecuaciones	15.000	13.500	20	5%	675	675	675	675	675	11.625
Piscina, bar y baños turco y sauna	40.000	36.000	20	5%		1.800	1.800	1.800	1.800	32.800
Construcción cabañas	90.000	81.000	20	5%		2.025	4.050	4.050	4.050	75.825
Implementación salón de juegos	10.000	9.000	10	10%		900	900	900	900	6.400
Renovación y mantenimiento	90.000	81.000	10	10%		270	540	7.740	8.100	73.350
Mobiliario	22.000	19.800			900	1.980	1.980	1.980	1.980	13.180
Lencería y Mantelería	1.000	900	10	10%		90	90	90	90	640
Menaje general, limpieza y bodega	10.000	9.000	10	10%	900	900	900	900	900	5.500
Mobiliario de Alojamiento	4.000	3.600	10	10%		360	360	360	360	2.560
Mobiliario y equipo de Restaurante	7.000	6.300	10	10%		630	630	630	630	4.480
Vehículos	3.500	3.150			0	630	630	630	630	980
Adquisición de bicicletas	3.500	3.150	5	20%		630	630	630	630	980

ANEXO DE INVERSIONES Y DEPRECIACIÓN (CONTINUACIÓN)

Detalle	Total	Valor Dep	Vida útil	% Dep.	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Valor residual
Equipo de oficina	1.090	981			98	98	98	98	98	599
Fax	150	135	10	10%	13	13	13	13	13	82
Teléfonos	540	486	10	10%	49	49	49	49	49	297
Equipo para incendios	400	360	10	10%	36	36	36	36	36	220
Equipo de computación	6.950	6.255			2.085	2.085	2.085			695
Computadoras con licencias	4.000	3.600	3	33,3%	1.200	1.200	1.200			400
Servidor	2.500	2.250	3	33,3%	750	750	750			250
Impresora multifunción	450	405	3	33,3%	135	135	135			45
Puesta en marcha	12.950	11.655			1.166	1.166	1.166	1.166	1.166	7.122
Publicidad y promoción	6.500	5.850	10	10%	585	585	585	585	585	3.575
Señalética y rotulación	3.500	3.150	10	10%	315	315	315	315	315	1.925
Selección de personal	1.000	900	10	10%	90	90	90	90	90	550
Uniformes	1.950	1.755	10	10%	176	176	176	176	176	1.071
TOTAL	458.490	264.141			5.014	11.719	14.014	19.129	19.489	389.127

ANEXO DE AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO**CAPITAL** 113.500**TASA** 11,83%**PERIODOS** 36

PERIODO	INTERÉS	CAPITAL	CUOTA	SALDO
0				113.500,00
1	1.118,92	2.641,69	3.760,62	110.858,31
2	1.092,88	2.667,74	3.760,62	108.190,57
3	1.066,58	2.694,04	3.760,62	105.496,53
4	1.040,02	2.720,60	3.760,62	102.775,94
5	1.013,20	2.747,42	3.760,62	100.028,52
6	986,11	2.774,50	3.760,62	97.254,02
7	958,76	2.801,85	3.760,62	94.452,17
8	931,14	2.829,47	3.760,62	91.622,69
9	903,25	2.857,37	3.760,62	88.765,33
10	875,08	2.885,54	3.760,62	85.879,79
11	846,63	2.913,98	3.760,62	82.965,81
12	817,90	2.942,71	3.760,62	80.023,09
13	788,89	2.971,72	3.760,62	77.051,37
14	759,60	3.001,02	3.760,62	74.050,36
15	730,01	3.030,60	3.760,62	71.019,76
16	700,14	3.060,48	3.760,62	67.959,28
17	669,97	3.090,65	3.760,62	64.868,63
18	639,50	3.121,12	3.760,62	61.747,51
19	608,73	3.151,89	3.760,62	58.595,62
20	577,66	3.182,96	3.760,62	55.412,66
21	546,28	3.214,34	3.760,62	52.198,32
22	514,59	3.246,03	3.760,62	48.952,29
23	482,59	3.278,03	3.760,62	45.674,27
24	450,27	3.310,34	3.760,62	42.363,92
25	417,64	3.342,98	3.760,62	39.020,95
26	384,68	3.375,93	3.760,62	35.645,01
27	351,40	3.409,21	3.760,62	32.235,80
28	317,79	3.442,82	3.760,62	28.792,98
29	283,85	3.476,76	3.760,62	25.316,21
30	249,58	3.511,04	3.760,62	21.805,17
31	214,96	3.545,65	3.760,62	18.259,52
32	180,01	3.580,61	3.760,62	14.678,91
33	144,71	3.615,91	3.760,62	11.063,01
34	109,06	3.651,55	3.760,62	7.411,45
35	73,06	3.687,55	3.760,62	3.723,90
36	36,71	3.723,90	3.760,62	0,00

ANEXO DE PUNTO DE EQUILIBRIO POR PRODUCTO

Detalle	Hab. Simple	Hab. Doble	Hab. Triple	Hab. Cuádruple	Hab. Matrimo.	SUBTOTAL ALOJAMIENTO
Cantidad Anual	1.460,0	1.277,5	547,5	730,0	730,0	
Precio	12,00	22,00	33,00	44,00	24,00	
Total	17.520	28.105	18.068	32.120	17.520	113.333
% Participación en el total	6,08%	9,76%	6,27%	11,15%	6,08%	
Materiales	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0
Gastos de ventas	1.248	2.002	1.287	2.288	1.248	8.074
Total Costos Variables	1.248	2.002	1.287	2.288	1.248	8.074
Costo Variable Unitario	0,85	1,57	2,35	3,13	1,71	
MAÑO de obra	2.852	4.574	2.941	5.228	2.852	18.446
Depreciación	305	489	314	559	305	1.972
Gastos Administrativos	229	367	236	420	229	1.481
Total Costos Fijos	3.386	5.431	3.491	6.207	3.386	21.900
Margen de Contribución Unitario	11,15	20,43	30,65	40,87	22,29	
Punto de Equilibrio Unidades	304	266	114	152	152	
Punto de Equilibrio US\$	3.645,21	5.847,52	3.759,12	6.682,88	3.645,21	23.579,95

ANEXO DE PUNTO DE EQUILIBRIO POR PRODUCTO (CONTINUACIÓN)

Detalle	Desayuno	Almuerzo	Cena	SUBTOTAL COMIDAS
Cantidad Anual	10.037,5	10.037,5	10.037,5	
Precio	3,00	5,00	4,00	
Total	30.113	50.188	40.150	120.450
% Participación en el total	10,45%	17,42%	13,94%	
Materiales	15.056,25	25.093,75	20.075,00	
Gastos de ventas	2.145	3.575	2.860	8.581
Total Costos Variables	17.201	28.669	22.935	68.806
Costo Variable Unitario	1,71	2,86	2,28	
MAÑO de obra	4.901	8.169	6.535	19.605
Depreciación	524	873	699	2.096
Gastos Administrativos	394	656	525	1.574
Total Costos Fijos	5.819	9.698	7.759	23.275,55
Margen de Contribución Unitario	1,29	2,14	1,72	
Punto de Equilibrio Unidades	4.524	4.524	4.524	
Punto de Equilibrio US\$	13.571,35	22.618,92	18.095,13	54.285,40

ANEXO DE PUNTO DE EQUILIBRIO POR PRODUCTO (CONTINUACIÓN)

Detalle	Entrada Adultos	Entrada Niños	SUBTOTAL ENTRADAS	TOTAL
Cantidad Anual	8.016,0	4.734,0		
Precio	5,00	3,00		
Total	40.080	14.202	54.282	288.065
% Participación en el total	13,91%	4,93%		100,00%
Materiales	0,00	0,00		
Gastos de ventas	2.855	1.012	3.867	
Total Costos Variables	2.855	1.012	3.867	80.746
Costo Variable Unitario	0,36	0,21		
MAÑO de obra	6.524	2.312	8.835	
Depreciación	698	247	945	
Gastos Administrativos	524	186	709	
Total Costos Fijos	7.745	2.744	10.489	55.665
Margen de Contribución Unitario	4,64	2,79		
Punto de Equilibrio Unidades	1.668	985		
Punto de Equilibrio US\$	8.339,04	2.954,87	11.294	89.159