



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

FACULTAD JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN

TURÍSTICA

Diseño de un restaurante de comidas típicas amazónicas “ALLY MICUNA”, mediante la elaboración del plan de negocios para rescatar la gastronomía en la Parroquia Pano, Cantón Tena, Provincia de Napo

Tesis previa a la obtención del Grado de Ingeniera en Administración Turística

AUTORA:

Alexandra Karina Viteri Andi

DIRECTOR

Ing. Pavel Fernando Gonzalez Bustamante.Mg. Sc.

1859
LOJA - ECUADOR

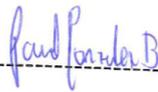
2017

ING. PAVEL FERNANDO GONZALEZ BUSTAMANTE.MG. SC
DOCENTE DE LA CARRERA ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA DE LA
UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA.

CERTIFICA

Que la tesis de titulación titulada: **“DISEÑO DE UN RESTAURANTE DE COMIDAS TÍPICAS AMAZÓNICAS “ALLY MICUNA”, MEDIANTE LA ELABORACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIOS PARA RESCATAR LA GASTRONOMÍA EN LA PARROQUIA PANO, CANTÓN TENA, PROVINCIA DE NAPO”**. Desarrollada por **Alexandra Karina Viteri Andi**, ha sido elaborado bajo mi dirección y cumple con los requisitos de fondo y de forma que exigen los respectivos reglamentos e instrucciones. Por ello autorizo su presentación y sustentación.

Loja, diciembre del 2017



Ing. Pavel Fernando González Bustamante. Mg. Sc
DIRECTOR DE TESIS

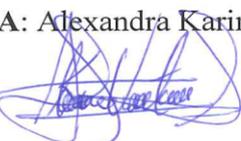
AUTORÍA

Yo, **ALEXANDRA KARINA VITERI ANDI**, declaro ser autora de la tesis de Titulación y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales por el contenido de la misma.

Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja, la publicación de mi trabajo de Titulación en el repositorio institucional- biblioteca Virtual y física.

AUTORA: Alexandra Karina Viteri Andi

FIRMA:



CÉDULA: 150074457-6

FECHA: Loja diciembre del 2017

**CARTA DE AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR, PARA LA
CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL Y LA
PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TEXTO COMPLETO DE
TESIS.**

YO, ALEXANDRA KARINA VITERI ANDI, declaro ser autora, del trabajo de titulación: **DISEÑO DE UN RESTAURANTE DE COMIDAS TÍPICAS AMAZÓNICAS “ALLY MICUNA”, MEDIANTE LA ELABORACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIOS PARA RESCATAR LA GASTRONOMÍA EN LA PARROQUIA PANO, CANTÓN TENA, PROVINCIA DE NAPO**, como requisito para optar al grado de: **Ingeniera en Administración Turística**.-autorizo al Sistema de Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional.

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el RDI, en las redes de información del país y del exterior, con las cuales tenga convenio la Universidad. La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia de la Tesis que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los 12 días del mes de diciembre de 2017, firma la autora:

AUTORA: Alexandra Karina Viteri Andi

FIRMA: 

CÉDULA: 150074457-6

DIRECCIÓN: Tena-Parroquia Pano Avenida Mancino y Pano

CORREO ELECTRÓNICO: karinitavits@gmail.com

TELÉFONO: 062326020 **CELULAR:** 0998938551

DATOS COMPLEMENTARIOS:

DIRECTOR DE TESIS: Ing. Pavel Fernando Gonzalez Bustamante.Mg. Sc

MIEMBROS DEL TRIBUNAL:

PRESIDENTA: Ing. Rocío del Carmen Toral Tinitana Mg.Sc

VOCAL DE TRIBUNAL: Ing. Patricio Villavicencio Mg.Sc

DEDICATORIA

Esta tesis se la dedico a Dios quién supo guiarme por el buen camino, darme fuerzas para seguir adelante y no desmayar en los problemas que se presentaban, enseñándome a encarar las adversidades sin perder nunca la dignidad ni desfallecer en el intento.

A mi familia quienes por ellos soy lo que soy, en especial a mis padres por su apoyo, consejos, comprensión, amor, ayuda en los momentos difíciles, y por ayudarme con los recursos necesarios para estudiar. Me han dado todo lo que soy como persona, mis valores, mis principios, mi carácter, mi empeño, mi perseverancia, mi coraje para conseguir mis objetivos.

A mis hermanos por estar siempre presentes, acompañándome para poderme realizar.

Alexandra Karina Viteri Andi

AGRADECIMIENTO

Agradezco la oportunidad que Dios me ha brindado y que me ha servido para esforzarme cada día más, como también a mis padres y hermanos que me han dedicado su apoyo incondicional en todos mis logros.

A la **UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**, de manera especial a los Profesores y Autoridades de la Carrera de Administración Turística quienes me inculcaron sus conocimientos, experiencias y valores éticos forjando en mí una persona profesional. A la Ing. Rocío del Carmen Toral Tinitana Mg.Sc. coordinadora de la carrera de administración turística, gracias por su paciencia y predisposición de compartir sus conocimientos, al Ing. Pavel Fernando Gonzalez Bustamante.Mg. Sc Director de Tesis por su orientación, asesoramiento y sugerencias brindadas durante el inicio, desarrollo y culminación de este importante trabajo.

Así mismo a la Coordinación Zonal 2 del Ministerio de Turismo quienes me dieron la oportunidad de realizar la Tesis de Titulación, y colaboraron de una u otra manera en el transcurso de este importante Proyecto.

Agradecimiento y respeto a mis compañeras/os, porque juntos hemos luchado por un mismo propósito, A mis amigas/os, personas significativas, que han sabido estar de alguna u otra forma dándole aliento para el logro de mis objetivos, por la comprensión y el apoyo incondicional mis sinceros agradecimientos.

Alexandra Karina Viteri Andi

a. TÍTULO

DISEÑO DE UN RESTAURANTE DE COMIDAS TÍPICAS AMAZÓNICAS
“ALLY MICUNA”, MEDIANTE LA ELABORACIÓN DEL PLAN DE
NEGOCIOS PARA RESCATAR LA GASTRONOMÍA EN LA PARROQUIA
PANO, CANTÓN TENA, PROVINCIA DE NAPO

b. RESUMEN

El trabajo se realizó en la parroquia Pano, viendo la necesidad de los pobladores al no contar con una infraestructura de una empresa dedicada al servicio de alimentos que permita crear algunas fuentes de trabajo, aprovechar los recursos naturales existentes y productos agrícolas de la zona, creando un valor económico. Por esta razón se ha visto la necesidad de determinar el objetivo general: **“Elaborar un plan de negocios para el Restaurante de comidas Típicas Amazónicas “Ally Micuna” en la Parroquia Pano, Cantón Tena, provincia de Napo”**, el mismo que contribuirá al desarrollo económico y promocionar el turismo gastronómico, el cual servirá como una guía para el funcionamiento correcto del restaurante.

Para el cumplimiento del trabajo de investigación se utilizó métodos como: inductivo, deductivo, descriptivo y analítico; técnicas como: la encuesta, entrevista, observación directa y revisión bibliográfica.

En cuanto a los resultados se pudo evidenciar en el análisis de investigación que se determinó los siguientes objetivos para el proyecto: el primer objetivo fue enfocado en un análisis profundo de la gastronomía turística. El segundo objetivo determinó el estudio de mercado en donde se analizó la oferta y la demanda Se aplicó canales de distribución, la estrategia de productos y marketing. El tercer objetivo se empleó el Estudio Técnico el cual consta la distribución física del restaurante (plano), se determinó el tamaño y la localización del proyecto, y el estudio Administrativo. El cuarto objetivo: se efectuó la inversión de **\$75.253,61 dólares** para la puesta en marcha del negocio, En el quinto objetivo, se obtuvo índices positivos, con los siguientes indicadores: **(V.A.N.) \$; 564.611,29** determina que el proyecto es viable y con una **(T.I.R) 113.65% ya** que la inversión será recuperable en 1 año y 8 meses demostrando que el proyecto es factible, cuyas conclusiones y recomendaciones así lo determinan, adjuntándose la bibliografía consultada con sus respectivos anexos.

ABSTRACT

The work was carried out in the Pano parish, seeing the need of the villagers not having an infrastructure of a company dedicated to the service of food that allows to create some sources of work, to take advantage of the existing natural resources and agricultural products of the zone, creating an economic value. For this reason, it has been necessary to determine the general objective: **"Elaborate a business plan for the Restaurant of typical Amazonian foods" Ally Micuna "in Pano Parish, Canton Tena, and province of Napo"**, which will contribute to the development economic and promote the gastronomic tourism, which will serve as a guide for the correct functioning of the restaurant.

For the fulfillment of the research work methods were used as: inductive, deductive, descriptive and analytical; techniques such as: the survey, interview, direct observation and bibliographic.

As for the results, it was evident in the research analysis that the following objectives were determined for the project: the first objective was focused on an in-depth analysis of the tourist gastronomy. The second objective determined the market study where the supply and demand were analyzed. Distribution channels, product strategy and marketing were applied. The third objective was used the Technical Study which includes the physical distribution of the restaurant (flat), the size and location of the project, and the Administrative study. The fourth objective was to invest \$ **\$75.253, 61** to start up the business. In the fifth objective, positive indicators were obtained, with the following indicators: **(V.A.N.) \$; 564.611,29;** determines that, the project is viable and with a **(T.I.R) 113.65%** since the investment will be recoverable in 1 year and 6 months demonstrating that the project is feasible, whose conclusions and recommendations so determine, attaching the bibliography consulted with their respective annexes.

c. INTRODUCCIÓN

El turismo en Ecuador es un instrumento clave para el desarrollo social y económico a largo plazo por lo que se busca posicionar al país como potencia turística que sea reconocido por la excelencia en calidad de sus servicios.

La Provincia de Napo no es la excepción la idea es posicionarla como un destino turístico exquisito para propios y extraños, este es el caso de la parroquia Pano que cuenta con atractivos turísticos en que cada una de las comunidades, expresiones culturales y gastronómicas, está conformada con los productos e ingredientes propios de la zona, su preparación permite darles un toque de autenticidad, pero las acciones emprendidas para su promoción son escasas, sumando a esto una infraestructura turística poco desarrollada por esta razón es necesario realizar un plan de negocios para rescatar los platos típicos de la parroquia Pano y a su vez elevarlos a un estilo gourmet, con el ánimo de fomentar la gastronomía local, para así fortalecer el turismo gastronómico e incrementar el flujo de visitantes en la parroquia.

Conociendo las necesidades del lugar priorizamos el trabajo investigativo cuyo tema es **Diseño de un restaurante de comidas típicas amazónicas “Ally Micuna”, mediante la elaboración del plan de negocios para rescatar la gastronomía en la parroquia Pano, cantón Tena, provincia de Napo.** El trabajo de investigación tiene como aporte incentivar al emprendimiento en la actividad turística, que ofrezca servicios de calidad y a un precio accesible para el consumidor; analizar la factibilidad de la empresa, contribuyendo al desarrollo socioeconómico y turístico.

El presente trabajo investigativo se desarrolló con el fin de cumplir con uno de los requerimientos que solicita la Universidad Nacional de Loja previo a la obtención del título en Ingeniería en Administración Turística, En el aspecto social y económico contribuirá a mejorar la calidad de vida de la población, crear nuevos empleos ligadas a la actividad turística y generar ingresos a los habitantes del sector.

Desde el punto de vista turístico permitirá crear nuevos espacios turísticos y contribuirá directamente para que el sector se convierta en un destino turístico donde propios y extraños conozcan y valoren la riqueza natural y cultural que posee el lugar.

Los alcances de la presente investigación se basan principalmente en la generación de un plan de negocios para gastronomía típica amazónica, el mismo que servirá como línea base para el desarrollo y ejecución de futuros proyectos que ayuden al desarrollo del turismo en todo el sector.

En lo referente a las limitaciones presentadas en el desarrollo del proyecto fue la falta de información del sector en donde se encuentra ubicada la parroquia, abandono de atractivos turísticos y el poco compromiso por parte del GAD Parroquial para apoyar a través de capacitaciones al talento humano en temas relacionados al turismo.

La presente investigación se encuentra estructurada de la siguiente forma:

El título que engloba la totalidad del trabajo de investigación

El Resumen que trata de un extracto de la investigación

La introducción que hace referencia a la estructura misma del trabajo.

La Revisión de literatura que está relacionada al marco referencial donde se analiza la situación geográfica de la Provincia, Cantón y Parroquia: el marco teórico que habla de los proyectos de inversión, los mismos que fundamentan el trabajo que se realizó.

En los materiales y métodos se hace referencia cuáles fueron los materiales que se utilizaron y los métodos que se utilizaron en cada uno de los elementos del trabajo, así como las técnicas que permitieron recopilar información primaria y secundaria.

En los resultados se presenta el análisis del Estudio de Mercado, Estudio Técnico, Análisis Económico-Financiero.

En la discusión se presenta la evaluación financiera a través de los diferentes indicadores financieros, como son el VAN, LA TIR, RELACIÓN BENEFICIO/COSTO, PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL Y ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD.

Posterior se presentan las conclusiones y recomendaciones producto del desarrollo del trabajo investigativo, entre las que resaltamos las siguientes:

Se concluye mediante el diagnóstico turístico que la parroquia de Pano es un lugar adecuado y apto para la actividad turística debido a sus potencialidades, lugares turísticos y gastronomía, así como su ventaja de poseer un clima cálido agradable y cercanía a la ciudad de Tena, sin embargo, no han sido valorados ni aprovechados adecuadamente.

Mediante el estudio de mercado, se pudo observar que en la parroquia tiene gran demanda para servicios y actividades turísticas en dicha parroquia y en el sector como es el comercio de tilapia y carachama, gallinas criollas chontacuros y demás productos por tal razón existe una gran ventaja para el restaurante “Ally Micuna.

La empresa trabajará con una capacidad utilizada que permitirá atender de **75.400 (75%)** personas.

En el estudio financiero se indica que, para la puesta en marcha del negocio, el total de la inversión para que se ponga en marcha esta empresa es de \$ **75.253,61** dólares americanos. El costo total de producción para el primer año de operación es de \$ **34.932,16** dólares. El Precio de Venta al Público PROMEDIO de \$**4,00**,

En cuanto a la Evaluación Financiera, Valor Actual Neto (V.A.N.) \$; 564.611,**29**, Tasa Interna de Retorno (T.I. R) ; **113.65%**, la Relación Beneficio Costo (R.B/C) es de \$**1,40**. Periodo de Recuperación de Capital (P.R.C.) será de **10** meses, el proyecto soporta un incremento de **20.24%** EN COSTOS y los INGRESOS pueden disminuir en 17.60%.

Por todo lo determinado en cada uno de los estudios, se puede concluir finalmente que, si es factible el proyecto propuesto, además contribuirá al incremento, fortalecimiento y al desarrollo turístico y económico de la en la Parroquia Pano del Cantón Tena.

Por esta razón, la propuesta va direccionada a que, los emprendedores de la parroquia puedan guiarse y capacitarse a través del plan de negocios realizado, y pongan en marcha la creación del restaurante de comidas típicas amazónicas, con estándares de calidad altos, en donde se pueda insertar a individuos de la parroquia a colaborar en el mismo; de esta manera, contribuir a la generación de empleo y ser un aporte cultural, dinamizando así, el turismo de la zona.

Por otro lado se recomienda a las autoridades del Ministerio de Turismo y Cámara de Turismo asociarse junto con la Coordinación de Turismo de la Prefectura de Napo para que, conjuntamente, trabajen en proyectos turísticos que favorezcan a las parroquias rurales como al cantón Tena.

Que en un futuro se deberían realizar estudios técnicos y económicos, con la expectativa de mejorar la capacidad de producción y poder cubrir una mayor demanda del mercado, mediante implementación de la infraestructura física complementaria, aunque esto ocasione un poco más de inversión.

Así mismo se presenta la bibliografía que permitió fundamentar la Revisión de Literatura e identificarnos con la teoría que nos ayudó con el desarrollo de la investigación; y por último los anexos.

d. REVISIÓN DE LITERATURA

1. Marco Teórico.

1.1. El Turismo

Según la Organización Mundial del Turismo, el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros motivos”.

Cabe destacar la importancia de los siguientes elementos que son comunes en tal definición:

- Existe un movimiento físico de los turistas que, por definición, son quienes se desplazan fuera de su lugar de residencia.
- La estancia en el destino ha de ser durante un período determinado de tiempo, no permanente.
- El turismo comprende tanto el viaje hacia el destino como las actividades realizadas durante la estancia.
- Cualquiera que sea la motivación para viajar, el turismo abarca los servicios y productos creados para satisfacer las necesidades de los turistas (Sancho, 2010)

Sistema Turístico

El sistema turístico: “Conjunto de elementos (infraestructura, superestructura, demanda, comunidad local, atractivos, planta turística, producto turístico) interrelacionados que propiciarán satisfacción a las necesidades de uso del tiempo libre” (Boullon, 2004, pág. 31)

El funcionamiento del sistema se origina en el encuentro de la oferta turística con la demanda turística a través de un proceso de venta del llamado producto turístico, que junto con la infraestructura forman la estructura de producción del sector; también señala como parte integrante del sistema a la Superestructura turística, cuya función es controlar la eficiencia del sistema vigilando el funcionamiento e interrelación de las partes.

Plan de desarrollo Turístico

“Considerar al desarrollo sostenible, que atiende a las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras y al mismo tiempo protege y fomenta las oportunidades para el futuro" (Rivera, Bassotti, & Chias, 2007, pág. 18).

Diferenciación de turistas

Existe un amplio acuerdo que las tipologías de turistas conciernen una escala linear donde ambos extremos representan un porcentaje bajo de turistas, mientras en el centro se encuentra la mayoría de ellos. En el año 1972 Stanley Plog desarrolló un modelo denominado cognitivo-normativo que proponía un perfil psicográfico. Según este perfil, las personas pueden situarse en un continuo que sigue la distribución de la curva poblacional normal y en cuyos extremos podemos hallar a los individuos (y a los viajeros):

Los aloecéntricos les atraen el riesgo y lo nuevo; son aventureros y seguros de sí mismos. Prefieren destinos remotos, novedosos y poco “turísticos” y realizan sus propios planes de viaje. Pueden llegar a practicar deportes de riesgo. Tienen un gran interés en la cultura local y los estilos de vida de su población. El trabajo comunitario es una opción seria y además tienen una preocupación con la salud mental propia.

Los psicocéntricos: son poco aventureros e inseguros y prefieren los destinos vacacionales familiares, social y culturalmente parecidos al suyo. Viajan con paquetes turísticos organizados y demuestran una preocupación abierta por lo físico: el bienestar, la salud, los spas, baños de sol o cirugía estética, por ejemplo. Demuestran poco interés en la población local o su cultura.

Los mesocéntricos: están entre esos dos extremos y buscan equilibrio – con muchos grados intermedios – entre novedad y lo habitual (Rivera, Bassotti, & Chias, 2007, pág. 219).

1.2. Plan de Negocio

Un plan de negocios es un instrumento que se utiliza para documentar el propósito y los proyectos del propietario respecto a cada aspecto del negocio. El documento puede ser utilizado para comunicar los planes, estrategias y tácticas a sus administradores, socios e inversionistas (Viniegra, 2011).

Estructura de un plan de negocio.

Hacer un plan de negocios es una etapa por la que todos debemos pasar al momento de iniciar un negocio. Este nos permite comprobar la factibilidad del negocio (y así ahorrar tiempo y dinero en caso de que no sea factible), nos sirve de guía para ponerlo en marcha y posteriormente administrarlo (y así ser más eficientes, reducir la incertidumbre y minimizar el riesgo) y, en caso de buscar financiamiento, nos permite demostrar lo atractivo de nuestra idea y que seremos capaces de pagar la deuda oportunamente.

Un plan debe contener la siguiente estructura:

- d. Resumen ejecutivo
- e. Estudio de mercado
- f. Estudio Técnico
- g. Estudio Financiero
- h. Evaluación Financiera

1.2.1. ESTUDIO DE MERCADO

Es la recopilación, el análisis y la presentación de información para la toma de decisiones la cual está encaminada a determinar si las condiciones de mercado no son un obstáculo para llevar a cabo la inversión del proyecto.

Producto Principal

Son aquellos artículos cuya elaboración es la función esencial de la empresa por la cual fue establecida.

Producto Secundario

Los subproductos se producen a efecto de: Disponer más provechosamente del desperdicio o desechos derivados de los productos principales. Utilizar los costos fijos que constituyen y que no se recuperan, debidos a que la fabricación de los artículos principales no utiliza totalmente la capacidad productiva de la planta.

Productos Sustitutos

Los bienes sustitutos son bienes que compiten en el mismo mercado. Se puede decir que dos bienes son sustitutos cuando satisfacen la misma necesidad.

Productos Complementarios

En mercadotecnia y microeconomía, un bien complementario es un bien que depende de otro y estos, a su vez, dependen del primero. Debido a esta relación, cuando sube el precio de uno de los bienes, disminuye la demanda del otro.

Mercado Demandante

Es el segmento de consumidores que son componente fundamental del mercado que se benefician del producto o servicio. Se lo denomina mercado meta, ya que serán los consumidores del producto o servicio que se ofrecerá en el proyecto, constituyéndose en su razón de ser.

Análisis de la Demanda

El principal objetivo que persigue el análisis de la demanda es determinar y medir cuáles son las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado respecto al producto o servicio, así como establecer la participación del producto del proyecto

en la satisfacción de dicha demanda. Pende de la investigación de campo (fuentes primarias, secundarias, de indicadores económicos, etc.)

Se analiza las siguientes demandas:

- ✓ **Demanda potencial.** Constituida por la cantidad de bienes y servicios que podría consumir o utilizar de un determinado producto en el mercado.
- ✓ **Demanda real.** Constituida por la cantidad de bienes y servicios que consume o utiliza de un producto.
- ✓ **Demanda efectiva.** Constituida por la cantidad de bienes y servicios que los consumidores están dispuestos a adquirir a la nueva unidad productiva.

Estudio de la Oferta.

El estudio de la oferta consiste en conocer los volúmenes de producción y venta de un determinado producto o servicio, así como saber el mayor número de características de la empresa que los generan. El propósito del análisis de la oferta es determinar o medir las cantidades y condiciones en que una economía puede y quiere poner a disposición del mercado un producto o servicio. Al igual que el análisis de la demanda pende de una investigación de campo.

Balance Demanda – Oferta

A partir del análisis de la Oferta y la demanda se puede determinar las condiciones del mercado; cuando la oferta es mayor a la demanda existe una sobre producción, cuando la oferta es igual a la demanda existe un mercado equilibrado y cuando la oferta es menor a la demanda existe una demanda insatisfecha.

Comercialización del Producto.

Para comercializar el producto se necesita elaborar un Plan Comercial que es un documento escrito estructurado donde se definen los objetivos comerciales; esta estrategia comercial abarca todos los medios desde la presentación del producto hasta que el producto llega a manos del consumidor final. Los elementos del Plan comercial son: Producto, Precio, Plaza, Promoción y Publicidad.

Análisis de Situación Base.

Permite identificar que pasa este momento sin que exista el proyecto en el mercado, cambiará o no la situación con el proyecto, determina si es necesario el proyecto.

1.2.2. ESTUDIO TÉCNICO

Si el estudio de mercado indica que hay demanda suficiente de acuerdo a las características del producto o servicio, se procede a verificar la posibilidad técnica de fabricación del producto, analizar y determinar el tamaño y localización de la planta, los equipos, las instalaciones y la organización óptimos requeridos para realizar la producción.

Tamaño y Localización

a. Tamaño

El estudio técnico tiene como objetivo establecer la capacidad óptima de producción del proyecto de acuerdo con las estimaciones futuras de mercado; estableciendo el sitio donde el proyecto pueda generar los mejores resultados a costos razonables. Este estudio busca responder a los interrogantes básicos:

¿Cómo?, ¿Dónde?, ¿Quiénes?, ¿Cuándo?, ¿Con qué producirá la empresa?; así como diseñar la función de producción óptima que mejor utilice los recursos disponibles para obtener el producto.¹

a.1. Capacidad instalada.

Corresponde al nivel máximo de producción o prestación de servicios que los trabajadores con la maquinaria, equipos e infraestructura disponible pueden generar permanentemente. Se considera los 365 del año y las 24 horas del día.

a.2. Capacidad utilizada

Es la producción de uno o varios productos, que el sistema de trabajadores de la empresa puede generar, de acuerdo a unas condiciones dadas de mercado y de disponibilidad de recursos. Indica y explica el porcentaje de utilización de la capacidad instalada. Para determinar la capacidad utilizada se considera las 8 horas laborables por los 264 días laborables del año.

a.3. Capacidad Financiera.

Corresponde a la disponibilidad de recursos financieros que el proyecto requiere para inversiones fijas, diferidas y capital de trabajo, es un condicionante que determina la capacidad a producir

a.4. Capacidad Administrativa

La capacidad administrativa hace referencia a si se cuenta o no con el recurso humano necesario para llevar adelante el proyecto, si existe personal calificado para manejarlo, desde el punto de vista administrativo (Gerente, jefes departamentales, etc.)Corresponde a la capacidad de planificar, organizar, dirigir y controlar el uso

¹ Formulación y Evaluación de Proyectos. Autor: Marcial Córdova Padilla. Segunda Edición. Pág. 106

de los recursos y las actividades de trabajo con el propósito de lograr los objetivos y las metas de organización de manera eficaz y eficiente; es decir es la aptitud para hacer que los recursos y los esfuerzos humanos sean productivos y se usen de la manera más eficiente posible, Además se encarga de prevenir y mejorar y de estar al tanto de las condiciones cambiantes.

b. Localización.

La localización óptima del proyecto es la que contribuye en gran medida a que se logre la máxima rentabilidad sobre el capital y obtener costo unitario mínimo. El objetivo general de este punto es, llegar a determinar el sitio donde se instalará la planta.

b.1. Micro localización.

Indica cuál es la mejor alternativa de instalación de un proyecto dentro de la macro zona elegida, se debe indicar con la ubicación del proyecto en el plano del sitio donde operará

b.2. Macro localización.

Se refiere a la ubicación de la macro zona durante la cual se establecerá el proyecto; esta macro localización debe indicarse con un mapa del país, región y provincia dependiendo del área de influencia del proyecto.

b.3. Factores de localización

El análisis de las variables (factores) que determinan el lugar donde el proyecto logra la máxima utilidad o el mínimo costo son los siguientes:

- Medios y costos de transporte.

- Disponibilidad y costo de mano de obra.
- Cercanía de las fuentes de abastecimiento.
- Factores ambientales.
- Cercanía del mercado.
- Costo y disponibilidad de terrenos.
- Topografía de suelos.
- Estructura impositiva y legal.
- Disponibilidad de agua, energía y otros suministros.
- Comunicaciones.
- Posibilidad de desprenderse de desechos.

Ingeniería del proyecto

Tiene la responsabilidad de seleccionar el proceso de producción del proyecto cuya disposición en la planta conlleva a la adopción de una determinada tecnología y la instalación de obras físicas o servicios básicos de conformidad con los equipos y maquinarias elegidos.

a. Componente Tecnológico.

En este punto se selecciona la tecnología más eficiente tanto del punto de vista físico como económico para el proyecto de inversión; no siempre la mejor tecnología es la más apropiada.

b. Infraestructura Física.

Es la parte física de la empresa en donde se determina las áreas requeridas para el cumplimiento de las actividades tanto administrativas como de producción.

c. Distribución en la planta.

La distribución del área física así como la maquinaria y equipo debe brindar las condiciones ergonómicas para los trabajadores y las condiciones óptimas de trabajo haciendo más económico la operación de la planta. Se desarrolla un diagrama que especifique donde está cada equipo y donde está cada instalación, esto incide sobre estimación de costos.

d. Proceso de Producción

Un proceso de producción es un sistema de acciones que se encuentran interrelacionadas de forma dinámica y que se orientan a la transformación de ciertos elementos. De esta manera, los elementos de entrada (conocidos como insumos) pasan a ser elementos de salida (productos), tras un proceso en el que se incrementa su valor.

e. Diseño del producto.

El producto originario del proyecto debe ser diseñado de tal forma que reúna todas las características del consumidor que desea adquirir.

f. Flujo grama de Procesos

Es una técnica de análisis del proceso de producción a través de una simbología internacionalmente aceptada para representar las operaciones efectuadas. Su simbología es el famoso OTIDAO (Operación, Transporte, Inspección, Demora, Almacenamiento y Operación Combinada).

Diseño Organizacional

Este estudio pretende establecer los aspectos relacionados con la organización legal y administrativa de la empresa.

a. Base Legal

Es el andamiaje que regula las relaciones de los diferentes miembros de la organización, las cuales deben estar enmarcadas en la Constitución de la Republica, La Ley de Compañías, El Código de Trabajo, El Código de Tributación y otros reglamentos que puedan añadirse.

b. Estructura Administrativa

Para que un eficiente y eficaz desempeño de las funciones y actividades, es necesario contar en una estructura organizativa, de manera que permita una buena comunicación y adecuado uso de recursos.

En toda actividad organizada se plantea una división del trabajo y una coordinación de esas tareas para llegar al trabajo final.

b.1. Niveles Jerárquicos de Autoridad

Estos se encuentran definidos de acuerdo al tipo de empresa y conforme a lo que establece la ley de compañías en cuanto a la administración, más los que son propios de toda organización productiva, existen los siguientes niveles:

- ✓ **Nivel Legislativo.**-Es el que elabora y establece todo tipo de leyes y reglamentos que se aplicaran al interior de la empresa.
- ✓ **Nivel Ejecutivo.**-Es el máximo nivel de representación de la empresa, sus decisiones pueden hacer triunfar o fracasar; este nivel lo ocupara un Gerente.
- ✓ **Nivel Asesor.**-Por lo general en las empresas se producen algunas actividades que no son propias del accionar empresarial, pero que están presentes accionariamente y merecen un trato inmediato.

- ✓ **Nivel de Apoyo-Auxiliar.**-Este nivel lo conforman todos los puestos de trabajo que tienen relación directa con las actividades administrativas de la empresa.
- ✓ **Nivel operativo.**-Está conformado por todos los puestos de trabajo que tienen relación directa con la planta de producción, específicamente en las labores de producción o el proceso productivo.

b.2.Organigramas.

Son diagramas donde se representa gráficamente la estructura general de una organización.

- ✓ **Organigrama Estructural.**-Es la representación gráfica de la estructura organizacional de la empresa, pudiendo visualizarse cada uno de los departamentos o puestos que conforman la organización y poder determinar sus niveles jerárquicos.
- ✓ **Organigrama Funcional.**-Se representa o se da a conocer las funciones más importantes que deben desempeñar y cumplir cada uno de los departamentos, puestos que conforman la estructura organizativa.
- ✓ **Organigrama Posicional.**-Su principal objetivo es mostrar el número de empleados/trabajadores que laboraran en cada uno de los departamentos y se indica su remuneración.

b.3. Manual de Funciones.-Es una guía básica donde se detalla las funciones que tiene que desempeñar los integrantes de cada puesto de trabajo dentro de la empresa.

Contenido básico de una manual de funciones:

- ✓ Código: caracteres de identificación

- ✓ Nombre del cargo
- ✓ Jefe inmediato: a quién debe rendir cuentas el subordinado.
- ✓ Objetivo del cargo: describe la función en general que se deben desempeñar.
- ✓ Funciones: detalla todas las funciones del cargo, que se deben realizar.
- ✓ Perfil del cargo: detalla el perfil profesional y aptitudes de la persona que ocupará el cargo.
- ✓ Responsabilidades: comprende las responsabilidades por las que responderá dentro de la empresa por ocupar determinado.
- ✓ Requisitos para el cargo: dentro de este se encuentran los requisitos intelectuales.

1.2.3. ESTUDIO FINANCIERO

La finalidad del estudio financiero es determinar la necesidad de recursos y los mecanismos para obtenerlos; establecer los costos para la etapa de operación y los ingresos que en ella se generan, para con esa base proyectar los estados financieros para la vida útil del proyecto. Es decir es el monto de los recursos necesarios para la realización del proyecto y cuál será el costo total de la operación de la planta.

Inversiones y financiamiento

Dentro del análisis financiero de la empresa, la determinación de las inversiones y el financiamiento son partes fundamentales, ya que mediante la estructuración se podrá determinar el monto a invertir en el proyecto y las fuentes que financiarán al mismo.

a. Inversiones

Es la cantidad de recursos financieros, su objetivo es definir la cuantía de los requerimientos de la empresa. Comprende la inversión inicial constituida por los activos fijos, activos diferidos y capital de trabajo ($I=AF+AD+CT$).

a.1. Inversión en Activos Fijos

Es la inversión que se realiza respecto a activos físicos o tangibles para la empresa y tienen por característica que se deprecian excepto el terreno. Son: terreno, edificaciones, maquinaria y equipo, mobiliario, vehículo, herramientas, muebles y enseres.

a.2. Inversión en Activos Diferidos.

Es la inversión que se realiza respecto a activos intangibles que están referidos al conjunto de bienes propiedad de la empresa necesarios para su funcionamiento e incluyen estudios preliminares, adquisición de derechos, patentes de inversión, licencias, permisos, marcas, asistencia técnica, gastos pre operativos y de instalación, puesta en marcha, estructura organizativa, etc.

a.3. Inversiones en capital de trabajo.

Son las inversiones que se hacen que a corto plazo representado por el capital adicional necesario para que la empresa inicie las operaciones mientras se perciben ingresos. El capital de trabajo (también denominado capital corriente, capital circulante, capital de rotación, fondo de rotación) por lo general se lo presupuesta para un mes de operaciones.

b. Financiamiento.

El financiamiento no es más que los recursos monetarios financieros necesarios para llevar a cabo una actividad económica, con la característica esencial que

generalmente se trata de sumas tomadas a préstamo que complementan los recursos propios.²

b.1. Financiamiento Interno

El financiamiento interno es el capital privado con que cuentan los inversionistas para ejecutar el proyecto.

b.2. Financiamiento Externo

El financiamiento externo es el capital ajeno a la empresa, al que se accede para complementar determinada inversión tales como: crédito bancario, préstamo a particulares, etc.

Análisis de costos

Es el proceso de identificación de los recursos necesarios para llevar a cabo el proyecto; el mismo que determina la calidad y cantidad de recursos necesarios, entre otros factores, analiza el costo del proyecto en términos de dinero. El análisis de costo no solo ayuda a determinar el costo del proyecto y su mantenimiento sino que también sirve para determinar si vale la pena o no llevar a cabo.

a. Costo Total de Producción

Incluye la suma de todos los costos que están asociados al proceso de producción de un producto, o a la prestación de un servicio, por lo tanto entre más se produce mayor será el costo en el que se incurre. Se calcula sumando los costos fijos (no varían en el corto plazo con la cantidad producida) y los costos variables (varían en el corto plazo según cambie la producción)³

$$CT = CP + CV$$

² <http://www.monografias.com/trabajos82/fuentes-formas-financiamiento-empresarial/fuentes-formas-financiamiento-empresarial.shtml#ixzz2hfmKv9ep>

³ http://es.wikipedia.org/wiki/Coste_total

a.1. Costos de Producción o Fabricación

Significan los costos relacionados con actividades netamente que son de la producción; es decir son los gastos necesarios para mantener un proyecto, línea de procesamiento o un equipo en funcionamiento.

$$CP = MPD + MOD + GGF.$$

a.2. Costos de Operación

El costo de operación es igual a la suma de los gastos administrativos, gastos de ventas, gastos financieros y otros gastos (CO= G.Adm. +G.V.+G.F.+OTROS GASTOS).

b. Costo Unitario de Producción

Para calcular el costo unitario de fabricación el empresario tiene que dividir el costo total de fabricación por el número de productos fabricados, pero si estos son pocos en relación a los que puede fabricar, simplemente porque no tiene suficientes pedidos, pues el costo unitario le saldrá muy alto y si a eso le suma el porcentaje que se quiere ganar, pues seguramente el precio “ideal” para él, muy probablemente será mayor que el de la competencia.

$$CU = \frac{CT}{Q(\text{Unidades Producidas})}$$

Establecimiento de ingresos

Es la estimación de las unidades que se venderán y del ingreso que se obtendrá en un periodo. Para determinar los ingresos del proyecto relacionamos el número de unidades vendidas con el precio de venta ajustado.⁴

⁴ SILABO IX: Elaboración y Evaluación de Proyectos de Inversión, periodo 2013-2014

a. Determinación del precio de venta

Se determina el (P.V.P.); que no es otra cosa que la cantidad total expresada en una moneda que su comprador debe satisfacer al vendedor, ya incluido los impuestos que gravan el producto.

b. Determinación de los ingresos

Ingresos es igual a ingreso ventas y estas a su vez es igual al # de unidades producidas por precio de venta al público (DETERMINACIÓN DE INGRESOS=INGRESOS VENTAS= # DE UNIDADES PRODUCIDAS).

Presupuesto proyectado

Es un plan económico de acción dirigido a cumplir una meta prevista, expresada en valores y términos financieros que, debe cumplirse durante la vida útil u horizonte del proyecto y bajo ciertas condiciones previstas, este concepto se aplica a cada centro de responsabilidad de la organización.⁵ Es el instrumento clave para planear y controlar.

Estado de pérdidas y ganancias

Es el registro contable que permite conocer la situación actual de la empresa en un período específico, establece la utilidad o pérdida del ejercicio durante la comparación de ingresos y egresos; para proyectos se elabora anualmente la función es establecer la utilidad que se ofrece a los inversionistas como resultado de la operación de la empresa.

5

<http://www.monografias.com/trabajos3/presupuestos/presupuestos.shtml#1661#ixzz2hfnrrIKV>

Determinación del punto de equilibrio

Es el punto en el cual a cierto volumen de producción o ventas la empresa no gana ni pierde. Esto es básico para establecer la situación real de la empresa o de los productos, ya que no solo el punto de equilibrio se lo obtiene para la empresa en su conjunto sino también para cada producto que se fabrica o se vende. Para establecer el punto de equilibrio se parte de los conceptos de: costo fijo, costo variable como también de ingresos que corresponden al volumen de producción vendida.

El punto de equilibrio se puede calcular en forma matemática y en forma gráfica; los métodos para determinar el punto de equilibrio se detallan a continuación:

a. En función de las ventas o ingresos

Si el costo total de producción excede a los ingresos obtenidos por las ventas de los objetos producidos, la empresa sufre una pérdida; si, por el contrario, los ingresos superan a los costos, se obtiene una utilidad o ganancia. Si los ingresos obtenidos por las ventas igualan a los costos de producción, se dice que el negocio está en el punto de equilibrio o de beneficio cero⁶.

Fórmula:

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{VT}}$$

⁶ <http://www.fce.unam.edu.ar/pma/Modulo1/FLEquilCostoIngreso.htm>

b. En función de la capacidad de producción

El punto de equilibrio se produce cuando la capacidad y las ventas, se encuentren en un punto en que la empresa ni gana ni pierde.⁷

Análisis:

Cuando la empresa trabaja menos de su capacidad instalada o cuando sus ventas son menores la empresa pierde. Cuando la empresa trabaja más de su capacidad instalada o cuando sus ventas son mayores la empresa comenzará a ganar.

Fórmula:

$$P.E = \frac{CF}{VT - CV} X 100$$

c. En función de las unidades producidas

El punto de equilibrio se produce cuando las unidades o cuando sus ingresos se encuentren en un punto en la que la empresa ni gana ni pierde.

Análisis:

Cuando la empresa produce menos unidades o cuando sus ingresos son menores la empresa pierde. Cuando la empresa produce más unidades o cuando sus ventas son mayores la empresa comenzará a ganar.

Fórmula:

$$P.E = \frac{CF}{PVU - CVU}$$

⁷ MÓDULO 6; Administración de la producción de bienes y servicios; periodo 2012

1.2.4. EVALUACIÓN FINANCIERA

La evaluación económico-financiera, pretende determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, cuál será el costo total de la operación de la planta (que abarque la [función](#) de producción, [administración](#) y ventas), así como otra serie de criterios que comparan flujos de beneficios y costos; esta evaluación permite determinar si conviene llevar a efecto un proyecto, o sea, si es o no rentable, y sí siendo conveniente es oportuno ejecutarlo en ese momento o puede postergarse su inicio.⁸

Los criterios de evaluación son:

- ✓ Valor Actual Neto (VAN)
- ✓ Tasa Interna de Retorno (TIR)
- ✓ Relación Beneficio Costo (RBC)
- ✓ Periodo de Recuperación de Capital (PRC)
- ✓ Análisis de Sensibilidad (AS)

Flujo de Caja

En finanzas y en economía se entiende por flujo de caja o flujo de fondos (en inglés cash flow) los flujos de entradas y salidas de caja o efectivo, en un período dado. El flujo de caja es la acumulación neta de activos líquidos en un periodo determinado y, por lo tanto, constituye un indicador importante de la liquidez de una empresa.⁹

⁸ <http://www.monografias.com/trabajos79/evaluacion-economica-proyectos-inversion/evaluacion-economica-proyectos-inversion2.shtml#ixzz2hfsWTCan>

⁹ http://es.wikipedia.org/wiki/Flujo_de_caja

Valor Actual Neto

Constituye el primer indicador de la Evaluación Financiera, mide la posibilidad de que la empresa pueda generar valores en el tiempo. El VAN permite trasladar al año 0, los flujos netos que se esperan obtener durante la vida útil o horizonte del proyecto. Si la Sumatoria de los Valores Actualizados supera la inversión significa que la empresa ganará valor durante la operación.

✓ Criterios de decisión del VAN:

- Si el VAN < 0; el proyecto no es factible.
- Si el VAN > 0; el proyecto es factible
- Si el VAN=0; el proyecto es indiferente.

✓ Procedimiento:

Para sacar el Valor Actual (VA) de cada flujo se sugiere la siguiente fórmula:

$$VA = FN \cdot (1 + i)^{-n}$$

- Se toman los flujos netos que constan en el flujo de caja.
- Se encuentra el Factor de Descuento $(1 + i)^{-n}$
- Se multiplica los Flujos Netos por el Factor de Descuento del año correspondiente.

✓ La fórmula para calcular el VAN es la siguiente:

$$VAN = \sum VA \cdot (1 + i)^{-n} - INVERSIÓN$$

Los valores que deben actualizarse son los correspondientes a cada año del flujo de caja

Tasa Interna de Retorno

También conocida como criterio de rentabilidad, se la define como la tasa de descuento que hace que el valor presente VAN, de entradas de efectivo sea igual a la inversión neta relacionada con un proyecto.¹⁰ Constituye el segundo indicador clave para la evaluación financiera, mide la rentabilidad de la inversión y es comparable con la tasa de rendimiento que oferta el proyecto, mide también la tasa máxima que podría pagarse por un crédito que financie la inversión.¹¹

✓ **Criterios de decisión de la TIR:**

- Si la TIR > que el Costo de Capital; el proyecto es factible se acepta.
- Si la TIR < que el Costo de Capital; el proyecto no es factible o aceptable.
- Si la TIR = que el Costo de Capital; el proyecto es indiferente es criterio del inversionista invertir o no.

✓ **Procedimiento de la TIR:**

- Se toman los valores anuales del Flujo de Caja.
- Se los actualiza a distintas tasa de descuento para obtener los resultados siguientes: el VAN Tm siempre tiene que ser positivo y el VAN TM siempre será negativo y la diferencia entre estos valores será lo más cercano a 0.
- Para obtener los valores de actualización se utiliza el método de tanteo; es decir hasta que el VAN Tm sea positivo y el VAN TM sea negativo.
- Se reemplaza los valores en la fórmula, el valor resultante siempre estará entre la tasa menor y la tasa mayor.

¹⁰ Formulación y Evaluación de Proyectos. Autor Marcial Córdova Padilla 2da.edición; PÁG. 242

¹¹ Silabo 9. Elaboración y Evaluación de Proyectos de inversión. Periodo 2013-2014

- ✓ **La fórmula para calcular la TIR es la siguiente:**

$$TIR = Tm + Dt \left(\frac{VAN Tm}{VAN Tm - VAN TM} \right)$$

En donde:

Tm: Tasa menor

TM: Tasa Mayor

Dt.: Diferencia de Tasas

VAN Tm: VAN de tasa menor

VAN TM: VAN de tasa mayor

Relación Costo - Beneficio.

Mide la rentabilidad esperada por cada unidad monetaria invertida. Compara los ingresos con los egresos actualizados. Este indicador no es tan determinante a la hora de evaluar el proyecto debido a que el margen de utilidad es manejable desde el interior de la empresa.¹²

✓ **Criterios de evaluación del RBC**

- Si la RBC > 1; se acepta el proyecto.
- Si la RBC < 1; no se acepta el proyecto.
- Si la RBC = 1, es indiferente y queda a criterio del inversionista.

✓ **Procedimiento:**

- Del presupuesto General se toman egresos e ingresos totales correspondientes a cada año.

¹² Silabo 9. Elaboración y Evaluación de Proyectos de inversión. Periodo 2013-2014

- Se actualizan los valores a la tasa de descuento indicada anteriormente 11,20%.
- Se suma los ingresos y egresos actualizados.
- Se aplica la fórmula

✓ **Fórmula para calcular la RBC:**

$$RBC = \left(\frac{\sum \text{Ingresos Actualizados}}{\sum \text{Egresos Actualizados}} \right) - 1$$

Período de Recuperación del Capital

Representa el periodo de tiempo que requiere un proyecto para que los flujos de fondos proyectados acumulados iguallen a la inversión inicial.¹³ Permite determinar el tiempo necesario para recuperar la inversión realizada, esto en función de los valores actualizados. Mientras mayor sea el margen de utilidad más rápida será la Recuperación de la Inversión.¹⁴

✓ **Procedimiento del PRC:**

- Se toman los flujos netos del Flujo de Caja.
- Se multiplican por el Factor de Actualización $(1+i)^{-n}$
- Se acumula valores actualizados hasta obtener un valor superior a la inversión.
- Aplicamos la fórmula.

¹³ Formulación y Evaluación de Proyectos. Autor Marcial Córdova Padilla 2da.edición; PÁG. 234

¹⁴ Silabo 9. Elaboración y Evaluación de Proyectos de inversión. Periodo 2013-2014

✓ **La fórmula para calcular el PRC es:**

$$PRC = \text{Años superalainversión} - \left(\frac{\text{Inversión} - \sum \text{de primeros flujos}}{\text{Flujo año que superalainversión}} \right)$$

Análisis de Sensibilidad

Se denomina análisis de sensibilidad (AS) al procedimiento por medio del cual se puede determinar cuánto se afecta la TIR ante cambios en determinadas variables del proyecto.¹⁵ Permite medir el impacto que tiene en el proyecto la variación de costos o de los ingresos. Mide el efecto cuando se presenta la variación de uno de los elementos, costos e ingresos no puede analizarse con variación simultánea de los dos elementos.

Por lo tanto los análisis esperados son los siguientes:

1. Análisis con incremento en costos; los ingresos no varían.
2. Análisis con disminución de ingresos; los costos varían.

✓ **Criterios de decisión:**

- Si el AS > 1; los cambios afectan al proyecto.
- Si el AS < 1; no le afecta al proyecto.
- Si el AS = 0; es indiferente al proyecto; la disminución de ingresos o el incremento de costos.

Para este análisis se toman los costos e ingresos originales del presupuesto o flujo de caja.

✓ **Procedimiento:**

- Se busca la nueva TIR.

¹⁵ Evaluación de proyectos. Autor Gabriel Baca Urbina; 6ta Edición; Cap. 5 Pág. 191

- Se busca la diferencia entre la TIR original y la nueva TIR.
- Se busca el % de variación.
- Se calcula el Valor de Sensibilidad (AS)

Para encontrar la nueva TIR, con los costos o ingresos, incrementamos ingresos se busca los nuevos flujos de caja. Comparando los costos incrementados o ingresos disminuidos con los costos e ingresos originales.

Es aconsejable manejar incrementos o disminuciones que permitan ubicar el punto de quiebra; que es 0,99 para cualquiera de los análisis realizados.

Los análisis siempre serán independientes tanto el de costo como el de ingresos. Al proyectar los nuevos flujos es necesario evitar la presencia de flujos de caja negativos esto a pesar que el análisis global de resultados positivos con presencia de flujos negativos.

Para el análisis es aconsejable tomar como punto de partida el % de inflación real, tanto para los costos como para los ingresos.

Para encontrar el nuevo análisis de sensibilidad:

1. Nueva TIR, con los flujos de los nuevos de la disminución de ingresos.
2. TIR resultante.

$$TIRRESULTANTE = TIR1 - NUEVATIR$$

3. Porcentaje de Variación:

$$VARIACIÓN = \frac{V}{NUEVATIR} * 100$$

4. Valor de Sensibilidad:

$$AS = \frac{\%V}{NUEVATIR} = 0,99$$

2. Marco referencial:

a. Datos Generales de la Provincia de Napo

Ubicación

La Provincia de Napo, es una de las provincias de Ecuador, se halla en la región amazónica ecuatoriana, incluyendo parte de las laderas de los Andes, hasta las llanuras amazónicas, su capital administrativa es la ciudad de Tena, además es su urbe más grande y poblada. Está constituida por 5 cantones, de las cuales se derivan 5 parroquias urbanas y 20 parroquias rurales. Su año de provincialización es el 12 de febrero de 1959.

Límites.

Norte: con Sucumbíos

Sur: con Pastaza,

Oeste: con Pichincha, Cotopaxi y Tungurahua

Este: con Orellana.

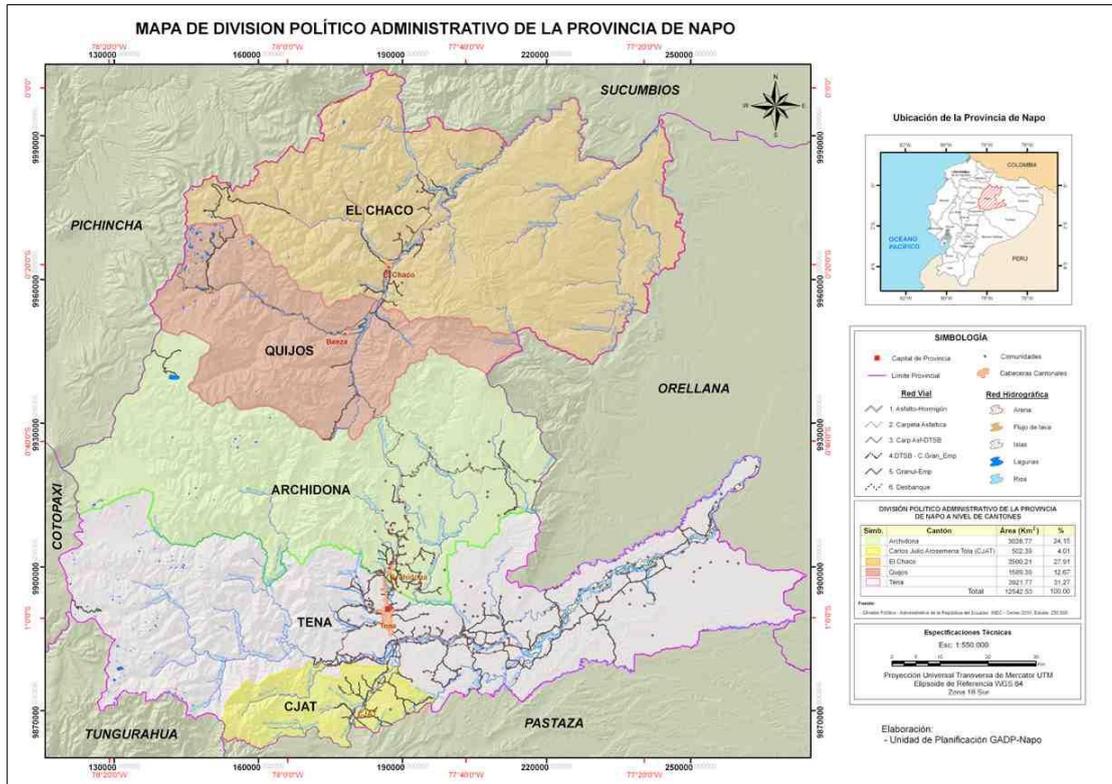
Extensión.

Ocupa un territorio de unos 13.271 km²

Clima.

Napo tiene un clima tropical húmedo, con lluvias persistentes y altas temperaturas de 25°C. Como promedio, Lo típico de esta región es su gran llanura selvática, posee gran vegetación y mucha selva virgen con gran variedad de árboles muy altos (de más de 80 metros) y vegetación mucho más pequeña como helechos, plantas y arbustos, encierra una gran reserva forestal, con diversidad de especies como: canelo, ishpingo, laurel, roble, caoba y balsa; además encontramos una variedad de orquídeas y plantas medicinales. Los nevados y volcanes más conocidos en esta zona son: Antisana con 5.758 m.s.n.m., Volcán Sumaco 3.732 m.s.n.m y parte del Reventador con 3562 m.s.n.m.

Grafico N° 1. División Política de Napo



Fuente: GADPN.

Elaborado por: Alexandra Karina Viteri Andi

División política y administrativa.

La provincia está conformada por cinco cantones, cinco parroquias urbanas y 20 parroquias rurales.

Cuadro N°1. Población del Napo por Cantones.

	Cantón	Pob. (2010)	Área (km²)	Cabecera Cantonal
	Archidona	24.969	3.029	Archidona
	Carlos Julio Arosemena Tola	3.664	501	Carlos Julio Arosemena Tola
	El Chaco	7.960	3.473	El Chaco
	Quijos	6.224	1.577	Baeza
	Tena	60.880	3.904	Tena

Fuente: GADPN.

Elaborado por: Alexandra Karina Viteri Andi

Economía.

Su economía se basa en el comercio, el turismo, la ganadería y la agricultura. Las mayores industrias extracción de la provincia están conformadas por la maderera y agrícola (piscicultura, avicultura, etc.); la prestación de servicios en calidad de funcionarios, empleados públicos, de la pequeña industria y manufactura siguen en importancia.

Turismo.

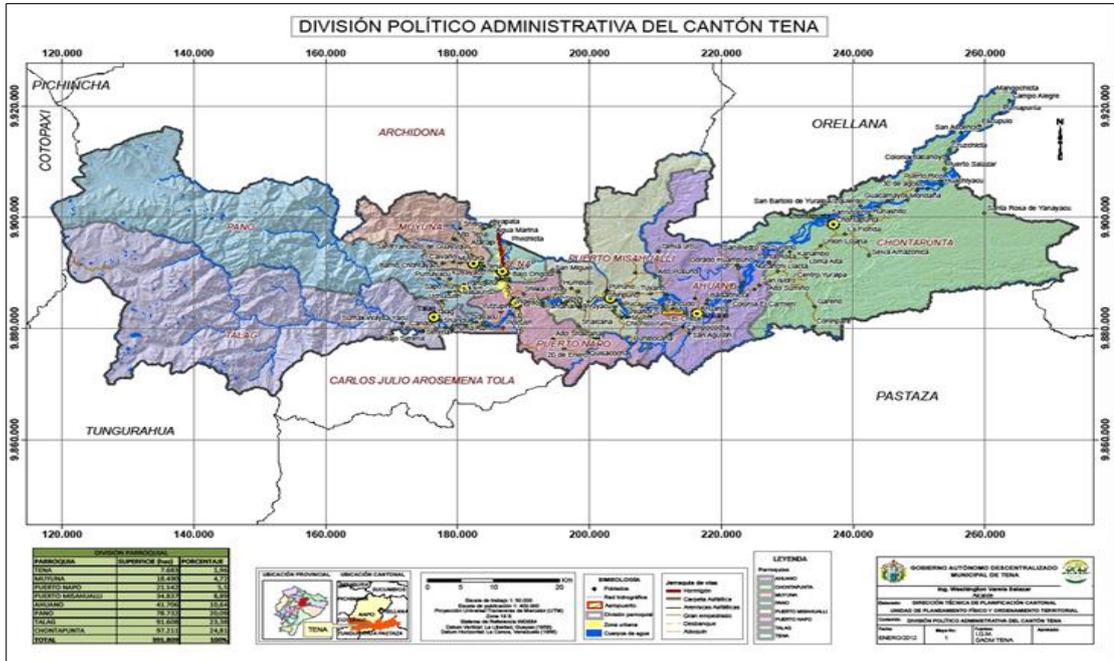
Napo es reconocida por sus bellos paisajes, impresionantes cascadas y culturas ancestrales; que permiten al visitante realizar diversas actividades, desde simples caminatas hasta turismo de aventura con deportes extremos.

Sus principales atractivos turísticos son: Cascada de San Rafael, Termas y Lagunas de Papallacta, Puerto Misahualli, Cavernas de Jumandy, Parque Amazónico la Isla, Cascada del río Malo, río Jatunyaku, las Caucheras, Parque Nacional Sumaco y Llanganates, Reserva Ecológica Antisana y Cayambe - Coca. Además de comunidades Kiwchas como Shiripuno, Añangu y centro ecoturismo comunitario KAMAK MAKI.

b. Datos generales del Cantón Tena:**Ubicación.**

Es uno de los 5 cantones de la provincia de Napo. El Cantón Tena se encuentra localizado en el centro occidente de la Región Amazónica ecuatoriana al sur de la provincia de Napo, sobre las vertientes externas de la Cordillera de los Andes hacia las formaciones cordilleranas subandinas extendiéndose a la llanura amazónica en altitudes que varían entre los 4840 msnm en los páramos andinos y descienden a los 260 msnm.

GraficoN°2. División Política del Cantón Tena.



Fuente: Gad Tena

Elaborada por: Alexandra Karina Viteri Andi

Superficie.

- El cantón Tena posee 3897.41 km 2

Límites.

- Norte: con los cantones Archidona y Loreto,
- Sur: con los cantones Baños de Agua Santa, Carlos Julio Arosemena Tola, y Arajuno,
- Este: con el cantón Orellana
- Oeste con los cantones Latacunga, Salcedo, Santiago de Pillaro y Patate.

División política y administrativa.

Está integrado por 7 parroquias rurales: Ahuano con 416.85 km 2. Chontapunta con 971.71 km, Panocon 798.56km2, PuertoMisahuallí con 348.40 km2, Puerto Napo

con 214.97 km, San Juan de Muyuna con 162.87 km², Tálag con 918.31 km² y la parroquia urbana Tena con 77.69 km².

Clima.

El cantón Tena por localizarse en la Región Amazónica del Ecuador, está determinado por las características generales de la zona tropical resultado de la convergencia de vientos de los dos hemisferios, presión uniforme, alta temperaturas y elevada humedad presenta variaciones estacionales muy marcadas, cuyos meses de máxima temperatura son: Diciembre y enero, y sus valores medios mensuales están entre los 24 a 25°C. Los meses de menor temperatura son: Junio y Julio, donde se registra una media mensual de 24,4°C.

Economía.

Tena es una ciudad de amplia actividad comercial. La ciudad es el mayor centro económico y comercial de la provincia de Napo y uno de los principales de la región amazónica. Alberga grandes organismos financieros y comerciales del país. Su economía se basa en el comercio, el turismo y la agricultura. Las mayores industrias extracción de la ciudad están conformadas por la maderera y agrícola (piscicultura, avicultura, etc.) Los principales ingresos de los tenenses son el comercio formal e informal, los negocios, la agricultura y la acuicultura; el comercio de la gran mayoría de la población consta de pymes y microempresas, sumándose de forma importante la economía informal que da ocupación a miles de personas.

Turismo.

El turismo en una de las industrias más vitales de Tena y, en los últimos años, está en constante cambio. La ciudad se encuentra con una creciente reputación como destino turístico por su ubicación en plena selva amazónica, una de las siete maravillas naturales del mundo. El turismo de la ciudad se enfoca en su belleza natural, interculturalidad, gastronomía, y deportes de aventura. En cuanto al turismo ecológico, la urbe cuenta con espaciosa áreas verdes, y la mayoría de los bosques

y atractivos cercanos están bajo su jurisdicción: El Parque Amazónico "La Isla", Puerto Misahuallí, La Catedral de Tena, Monumento a Jumandy, cascadas de pimpilala, pedroglíficos de sapo rumi, casacada de latas, laguna de wausa yacu etc.

c. Datos generales de la Parroquia Pano:

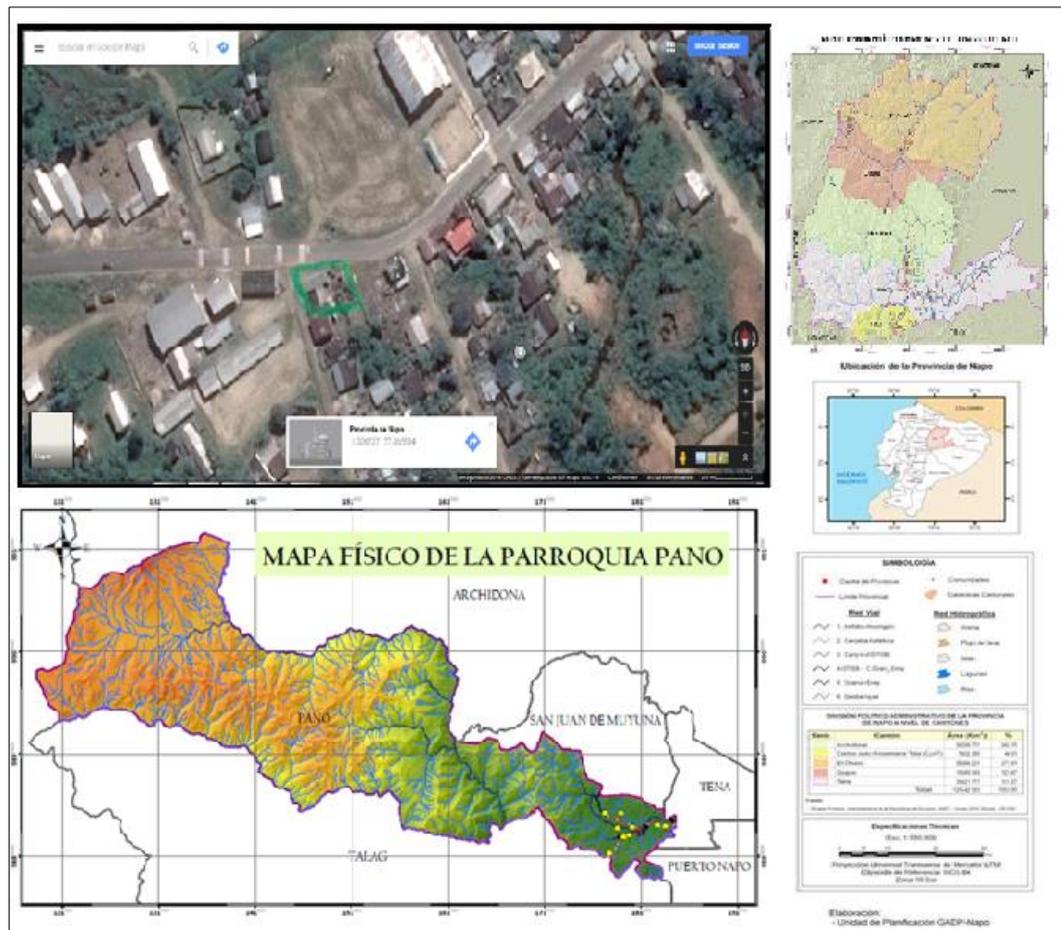
- Ubicación, Límites, superficie.

La investigación se realizará en la parroquia Pano, cantón Tena, provincia de Napo, entre 1948 y 1950, con la llegada de los misioneros, nace el pueblo de Pano. Aunque los primeros registros históricos se remontan al siglo XIX, la parroquia fue creada el 30 de abril de 1969, hace 46 años.

Se ubica en el extremo noroccidental del cantón Tena. Tiene una superficie de 798.5 Km². De acuerdo con los datos proporcionados por el Censo de Población y Vivienda y proyectados por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, en el 2015 la parroquia Pano tiene una población aproximada de 1.620 habitantes y el 90% son de nacionalidad Kichwa. La parroquia cuenta con atractivos naturales que constituye un potencial turístico para la parroquia. Su principal actividad económica es el agro, y últimamente el turismo es una actividad que está tomando fuerza.

Grafico

Grafico N° 3. Mapa Físico de Pano



Fuente: Gad Pano

Elaborado por: Alexandra Karina Viteri Andi

- **Ubicación política**

La Parroquia Pano limita con los siguientes:

Norte: Cantón Archidona y la parroquia San Juan de Muyuna

Sur: Parroquia Tálaga

Este: Parroquia Puerto Napo y Tena

Oeste: Provincia Cotopaxi

- **Ubicación geográfica.**

La parroquia está ubicada el extremo noroccidental del cantón Tena.

País: Ecuador

Provincia: Napo

Cantón: Tena

Parroquia: Pano
Latitud: 77°51'59.89
Longitud: 1°01'01.47
Altitud: 470 msnm a 4.920 msnm

Aspectos biofísicos y climáticos

- **Aspectos biofísicos**

Describe las características naturales y físicas del territorio parroquial, sobre el cual se asienta la población y sus diferentes actividades y relaciones.

El análisis de las principales variables del componente biofísico, en base a la información disponible, permiten establecer las potencialidades y problemas dados por las características propias del territorio.

- **Recurso Agua.**

Entre los más importantes destacan los ríos Achiyacu y Pano, que nacen en las cumbres de los Llanganates; de la montaña Macpila, nacen los ríos Macpila I y Macpila II. Se encuentran además los ríos Pumayacu blanco y Pumayacu negro, Apayacu, Ishinga Yacu, Urcuyacu, Uchuculín y Yanayacu.

El río Pano nace en las estribaciones de la cordillera de los Andes Orientales, en las cumbres de los Llanganates. Son sus afluentes: Pumayaku y Achiyaku, con paisajes atractivos de piedras grandes, senderos, remolinos y exuberante manto verde de selva primaria.

Recurso Suelo

De acuerdo con la clasificación del suelo de la USDA, aplicada a Ecuador, en la parroquia se distinguen los siguientes tipos de suelo: Inceptisol, Entisol, Histosol:

- **Flora**

En el sector rural de la parroquia Pano, la biodiversidad de especies vegetales es muy abundante ya que aproximadamente el 68% del territorio

parroquial se encuentra dentro del sistema de áreas protegidas, mientras que el 32% corresponde a áreas intervenidas, donde se asientan las comunidades y se desarrollan las actividades productivas.

Cuadro N° 2 : Flora representativa de la parroquia Pano.

N°	NOMBRE COMÚN	NOMBRE CIENTÍFICO	FAMILIA
2	Saragosa	<i>Tagetes patula</i>	COMBRETÁCEA
	Anón	<i>Annonas quamosa</i>	ANNONÁCEAE
	Balsa	<i>Ochroma pyramidale</i>	BOMBACACEAE
	Bella maría	<i>Calophyllum longifolium</i>	CLUSIÁCEAE
	Barbasco	<i>Lonchocarpus utilis</i>	FABACEAE
	Cacao	<i>Theobroma cacao</i>	ESTERCULIÁCEAE
	Ceibo	<i>Ceiba pentandra</i>	BOMBACÁCEAE
	Chapil	<i>Oenocarpus bataua</i>	ARECÁCEAE
10	Chirimoya	<i>Bactris gasipaes</i>	ARECÁCEAE
	Sangre de drago	<i>Croton lechleri</i>	EUFORBIÁCEAS
	Coca silvestre	<i>Erythroxylum</i>	ERYTHROXYLÁCEAE
	Copal	<i>Dacryodes peruviana</i>	BURSERÁCEAE
	Cruz caspi	<i>Browneasp.</i>	CAESALPINÁCEAE
	Morete	<i>Mauritia flexuosa</i>	ARECACEAE
	Guaba	<i>Inga sp</i>	MYRTACEAE.
	Guayacán	<i>Tabebuiasp</i>	BIGNONIÁCEAE
	Guayusa	<i>Ilexguayusa</i>	AQUIFOLIACEAE
	Yuca	<i>Manihot sculenta</i>	EUPHORBIACEAE
	Laurel	<i>Cordiaal liodora</i>	BORAGINÁCEAE
	Pachaco	<i>Schizolo biumparahyba</i>	CAESALPINÁCEAE
	Paja toquilla	<i>Carludovica palmata</i>	CICLANTÁCEAE
	Pambil	<i>Iriartea ventricosa</i>	ARECÁCEAE
	Plátano	<i>Musa paradisiaca</i>	MUSÁCEAS
	Ayahuasca	<i>Banisteriopsis caapi</i>	MALPIGHIÁCEAS
	Ortiga	<i>Urtica dioica</i>	URTICÁCEAE
	Quiebra barrigo	<i>Trichanthera gigantea</i>	ACANTHÁCEAE
	Heliconia	<i>Heliconia bihai</i>	HELICONIACEAE
	Uva de monte	<i>Pouroumacecro piifolia</i>	CECROPIÁCEAE
Bromelia	<i>Mezobromelia capituligera</i>	BROMELIACEAE	
Zaragoza	<i>Tagetes patula</i>	ASTERÁCEAE	

Fuente: MINTUR 2013

Elaborado por: Alexandra Karina Viteri Andi

- **Recurso Fauna.**

Para el inventario de las especies se realizó en la parroquia Pano en los cuales se observó especies de animales silvestres que a continuación se detallan.

Cuadro N° 3 Reptiles y anfibios representativos de la parroquia

Boa	<i>Boa constrictor</i>	BOIDAE
Culebra equis	<i>Bothrops atrox</i>	VIPERIDAE
Culebra ciega	<i>Amphisbaena alba</i>	AMPHISBAENIDAE
Charapa	<i>Podocnemis expansa</i>	PODOCNEMIDIDAE
Lagartija	<i>Anolis sp</i>	TEIIDAE
Rana Arborescente de Crump	<i>Dendropsophus brevifrons</i>	HYLIDAE
Rana Marmórea	<i>Dendropsophus marmoratus</i>	HYLIDAE
Rana verde	<i>Hyla geográfica</i>	MICROHYLIDAE
Sapo	<i>Bufo marinus</i>	BUFONIDAE
Sapo diminuto de Hoja rasca	<i>Amazo phrynella</i>	BUFONIDAE

Fuente: MINTUR 2013

Elaborado por: Alexandra Karina Viteri Andi

Cuadro N° 4 Aves representativas de la parroquia Pano

Águila pescadora	<i>Pandion haliaetus</i>	PANDIONIDAE
Búho de anteojos	<i>Pulsatrix perspicillata</i>	STIGIDAE
Cacique ecuatoriano	<i>Cacicuss clateri</i>	ICTERIDAE
Carpintero	<i>Chrysoptilus punctigula</i>	PICIDAE
Garrapatero	<i>Croto phaga</i>	CUCULIDAE
Guacamayo	<i>Ara macao</i>	PSITTACIDAE
Loro	<i>Amazona ochrocephala</i>	PSITTACIDAE
Loro cabecifuja	<i>Aratinga weddellii</i>	PSITTACIDAE
Guacamayo militar	<i>Ara militaris</i>	PSITTACIDAE
Pava de monte	<i>Penélope sp</i>	CRACIDAE
Águila arpía	<i>Harpia harpyja</i>	ACCIPITRIDAE
Gavilán campestre	<i>Buteo magnirostris</i>	ACCIPITRIDAE
Perico cabeza azul	<i>Pionuas menstuous</i>	PSITTACIDAE
Gallinazo negro	<i>Coragyps atratus</i>	CAESALPINIACEAE
Tucán	<i>Ramphastop sp</i>	RAMPHASTIDAE

Fuente: MINTUR 2013

Elaborado por: Alexandra Karina Viteri Andi

Cuadro N° 5 Mamíferos representativas de la parroquia Pano

1	Guatusa	<i>Dasyprocta fuliginosa</i>	DASYPROCTIDAE
2	Jaguar	<i>Panthera onca</i>	FELIDAE
3	Mono Araña	<i>Ateles belzebuth</i>	ATELIDAE
4	Mono Ardilla	<i>Saimiri sciureus</i>	CEBIDAE
5	Oso hormiguero	<i>Tamandua tetradactyla</i>	
6	Pecari de collar	<i>Pecari tajacu</i>	TAYASSUIDAE
7	Puerco Espín	<i>Coendou quichua</i>	ERETHIZONTIDAE
8	Tapir Amazónico	<i>Tapirus terrestris</i>	TAPIRIDAE

9	Puma	<i>Puma concolor</i>	FELIDAE
10	Venado colorado	<i>Masama americana</i>	CERVIDAE

Fuente: MINTUR 2013

Elaborado por: Alexandra Karina Viteri
Andi

Aspectos climáticos

- **Precipitación.**

En la parroquia, al igual que en el resto de la Amazonía, la precipitación es constante durante todo el año, sin que se presenten períodos de déficit de humedad. Los indicadores del clima demuestran una precipitación que oscila entre los 1200 y 4000 mm anuales.

- **Humedad**

La parroquia Pano se caracteriza por un alto grado de humedad relativa una humedad relativa que alcanza el 90%.

- **Temperatura**

La temperatura de la parroquia Pano es variada ya que con temperaturas que, en promedio, oscilan de 9°C a 23°C,

- **Nubosidad**

La nubosidad media anual es de alrededor de 5,5 (octas).

Población.

De acuerdo con los datos proporcionados por el Censo de Población y Vivienda y proyectados por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, en el 2015 la parroquia Pano tiene una población aproximada de 1.620 habitantes y el 90% son de nacionalidad Kichwa.

Economía

Las principales actividades económicas y a qué se dedica primordialmente la población, aunque la agricultura es la rama que ocupa a mayor parte de la PEA, esta actividad no es remunerada; lo que puede explicar el bajo nivel de ingresos de las familias de la parroquia. El empleo generado por las instituciones públicas es el que representa la mayoría de los ingresos mensuales, lo que confirma la alta dependencia de la economía local con respecto al sector público.

Educación

La población de Pano presenta una tasa de analfabetismo general de 5,66%, es decir que 5 de cada 100 personas de la parroquia no saben leer ni escribir; sin embargo, en la desagregación por género vemos que este problema es más grave en las mujeres.

Turismo

Debido a su ubicación geográfica en la parroquia Pano y al buen estado de conservación de su biodiversidad, la parroquia cuenta con recursos naturales con potencial para el diseño y comercialización de productos turísticos. Los más importantes están relacionados con el agua y con formaciones geológicas.

Sin embargo, como se muestra en la siguiente tabla, existen serias limitaciones para el desarrollo turístico en la parroquia, relacionadas principalmente con la accesibilidad hacia los sitios turísticos, falta de investigación y promoción, falta de facilidades para mejorar el estado de los atractivos, entre otras.

La planta turística de la parroquia se resume en dos establecimientos de tipo “Cabañas”, que se encuentran ubicados en Sapo Rumi y en Atuni (Centro Pano), que ofrecen hospedaje, alimentación y visita a los atractivos naturales, así como experiencias de turismo cultural.

Cuadro N° 6 Atractivos turísticos

Comunidades	Atractivo Turístico	Observación
Uchuculin	Petroglifo Chururumi, saladero de loras, montañas sagradas, cavernas	Los sitios no se encuentran inventariados o investigados. Dificultades en el acceso por falta de infraestructura.
Centro Pano	Refugio de los jesuitas, Cascada de Atuni, balnearios, mirador Chakana, mirador Shigua Muyu	Debido a su buen estado de conservación, el balneario es visitado por gente de la localidad, sin embargo, no dispone de infraestructura suficiente para catalogarse como un atractivo turístico.
Guinea Chimbana	Balneario	Es visitado por la gente local, especialmente durante los fines de semana. No dispone de facilidades.
Tazaurku	Petroglifo Pumarumi	No dispone de facilidades para la visita, se encuentra en proceso de deterioro.
Alto Pano	Laguna Imbiurku, Río Pano, Pakta, Urku Yuku, Pakcha, Wamak Pakta, Tamburo Urku	Son sitios de difícil acceso que no se encuentran inventariados y no disponen de facilidades.
Lagarto Cocha	Balneario de Lagarto Cocha	Sitio visitado por la gente local, sin difusión.
Mulchi Yaku	Cascada Achiyacu, Petroglifo de Saporumi, Supay Uctu (Cueva del Diablo)	Es el sitio más conocido y frecuentado por los turistas y visitantes. Dispone de infraestructura y facilidades.
Pumayacu	Saladeros, montañas sagradas, petroglifos, cascadas	Son sitios de difícil acceso por la falta de infraestructura, no disponen de facilidades.

Fuente: PDOT de PANO

Elaborada por: Alexandra Karina Viteri Andi

3. Marco Conceptual

Programa

“Conjunto de servicios adquiridos en un solo acto, prestado en base a un circuito prefijado y que se ofrece al mercado en un precio global. Es un producto o servicio ofrecido al turista” (Rosso, 2015).

Proyecto

Un proyecto consiste en la fase de preparación del proyecto parte del problema o necesidad identificada, luego se realizan los estudios o análisis de mercado y financiero necesarios, y de esta se deriva información suficiente para la evaluación del proyecto.

El Proyecto Turístico se caracteriza por el recurso aprovechado y la fuente de los ingresos generados. Desde el punto de vista del recurso: Riquezas Naturales, Históricas o Culturales y desde el punto de vista de los ingresos, deben provenir de Turistas extranjeros o nacionales (Apaza , 2014).

Turista

“Es aquel visitante que realiza un viaje fuera de su entorno habitual y que pernocta en el lugar visitado. Dicho viaje se realiza por cualquier motivo diferente al de ejercer una actividad remunerada en el lugar” (Besoin, 2010, pág. 29).

Excursionistas

“Un visitante (interno, receptor o emisor) se clasifica como turista (o visitante que pernocta), si su viaje incluye una pernoctación, o como visitante del día (o excursionista) en caso contrario” (OMT, 2007).

Ejemplo: Una persona que viviendo fuera de su capital de provincia se desplaza cada día de partido para asistir al campo y dar soporte a su equipo.

Ecoturismo

“Toda forma de turismo basado en la naturaleza en la que la motivación principal de los turistas sea la observación y apreciación de esa naturaleza o de las culturas tradicionales dominantes en las zonas naturales” (OMT, 2007).

El ecoturismo tiene como características aquellos aspectos relacionados con el disfrute de la naturaleza bajo una actividad turística de bajo impacto, y con el objetivo de realizarla de forma sostenible, es decir, respetando el medio ambiente y contribuyendo al desarrollo socioeconómico de las poblaciones locales.

Turismo Comunitario

Es la relación de la comunidad con los visitantes desde una perspectiva intercultural en el desarrollo de viajes organizados, con la participación consensuada de sus miembros, garantizando el manejo adecuado de los recursos naturales, la valoración de sus Patrimonios, los derechos culturales y territoriales de las Nacionalidades y Pueblos, para la distribución equitativa de los beneficios generados (FEPTCE, 2007).

Turismo Gastronómico

Personas que durante sus viajes y estancias realizan actividades fundamentadas en el patrimonio cultural gastronómico material e inmaterial en lugares diferentes a los de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año con el principal fin de consumir y disfrutar productos, servicios, experiencias e inspiraciones gastronómicas de manera prioritaria y complementaria (Montecinos, 2012).

- **Turismo Interno Gastronómico**

El de los residentes de un país, dado que viajan únicamente dentro de este mismo país con el principal fin de consumir y disfrutar productos, servicios y experiencias gastronómicas de manera prioritaria y complementaria.

- **Turismo Receptor Gastronómico**

El de los no residentes que viajan dentro de un país, con el principal fin de consumir y disfrutar productos, servicios y experiencias gastronómicas de manera prioritaria y complementaria.

- Turismo Emisor Gastronómico

El de los residentes de un país que viajan a otro con el principal fin de consumir y disfrutar productos, servicios y experiencias gastronómicas de manera prioritaria y complementaria.

- Turismo Internacional Gastronómico.

Se compone de turismo receptor y turismo emisor con el principal fin de consumir y disfrutar productos, servicios y experiencias gastronómicas de manera prioritaria y complementaria.

e.MATERIALES Y MÉTODOS

1. Materiales

En la investigación se utilizaron los siguientes equipos:

- GPS Marca GARMIN S/ 100: 301384497
- Cámara fotográfica Marca: LUMIX. (Panasonic) Modelo: No. NCA-YN101H
- Computadora portátil HP
- Suministro de oficina

2. Métodos

En seguida se enlista los diversos métodos y técnicas que se utilizaron en el trayecto de la tesis.

Método analítico

Este método se utilizó para la interpretación de los resultados que se obtuvieron en las encuestas y entrevistas aplicadas a los turistas, población y autoridades de la localidad.

Método Descriptivo

Con la aplicación de este método se logró describir las características del área de estudio y presentar sistemáticamente los resultados del diagnóstico de la situación actual de la parroquia Pano

Método Deductivo

Este método se lo utilizo para recoger información a partir de datos generales con la finalidad de llegar a ideas más específicas, permitió además realizar el marco teórico.

Método Inductivo

Con este método se logró estudiar las particularidades del sitio y la población en estudio con la finalidad de determinar su incidencia social y económica en el sector, además de los gustos y preferencias para los productos de la propuesta.

3. Técnicas

Observación Directa

Con esta técnica se logró evidenciar el estado actual del lugar en la parroquia Pano a la vez se determinó las necesidades que tiene y que estrategias se deberían implementar para su desarrollo turístico.

Recolección bibliográfica

Se la aplico durante todo el proceso investigativo, y que permitió fundamentar principalmente la Revisión de Literatura y los diferentes conceptos utilizados en la tesis.

Entrevista

Se aplicó esta técnica con el fin de obtener información real a través de las personas involucradas directamente con el sector y autoridades de la localidad, dicha información fue de gran valía para el proceso de la investigación.

Encuesta

En el caso del proyecto de plan negocios para el restaurante de comidas típicas amazónicas las encuestas se aplicaron a los turistas nacionales, extranjeros y población del cantón Tena con proyección al año 2017, con el propósito de obtener datos cuantitativos y cualitativos de la demanda e identificar los deseos y preferencias de la misma y en base a ello proponer algunas pautas para un correcto manejo del plan de negocios y una adecuada aceptación del restaurante.

Población de investigación

Se tomó como referencia el número habitantes del cantón Tena. De acuerdo con los datos proporcionados por el Censo de Población y Vivienda y el Instituto Nacional

de Estadísticas y Censos del 2010, proyectados al año 2017 el cantón Tena tiene una población aproximada de 74.158 habitantes, con referencia a los turistas se toma en cuenta el dato sobre los que ingresaron al Cantón Tena en el año 2016, nacionales que son 35.245 y 11.077 son extranjeros.

Cuadro N° 7 Proyección de habitantes del cantón Tena

Proyección de habitantes del cantón Tena	
Años	N de Habitantes
2010	62.766
2011	64.333
2012	65.946
2013	67.571
2014	69.202
2015	70.845
2016	72.499
2017	74.158

Fuente: INEC

Elaborado por: Alexandra Karina Viteri Andi

Cuadro N° 8 Afluencia de turistas que ingresaron al Cantón Tena

Años	Afluencia de turistas que ingresaron al Cantón Tena			
	Nacionales	Extranjeros	Total	Observación
2014	74388	24261	98649	Enero a Agosto
2015	56880	20557	77437	Marzo a Octubre
2016	35245	11077	46322	Enero a Mayo

Fuente: GAD Municipal Tena 2015

Elaborado por: Alexandra Karina Viteri Andi

Cuadro N° 9 Población de investigación

SECTOR INVESTIGATIVO	CANTIDAD
Habitantes del cantón Tena (2017)	74.158
Turistas Nacionales	35.245
Turistas Internacionales	11.077
Total	120.480

Fuente: GAD Municipal Tena 2015

Elaborado por: Alexandra Karina Viteri Andi

Calculo de la muestra

Aplicación de la fórmula para el cálculo de la muestra a la población, turistas nacionales e internacionales y del cantón:

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

Dónde:

n= tamaño de la muestra

N= población total de 120.480

Z= nivel de confianza de 95% (1,96)

P= probabilidad de éxito 50% (0,5)

Q= probabilidad de fracaso 50% (0,5)

e= error de 5% (0,05)

Aplicación de la fórmula:

$$n = \frac{(1,96)^2 * (0,5)(0,5) * (120.480)}{(0,05)^2 * (120.480 - 1) + (1,96)^2 * (0,5) * (0,5)}$$

$$n = \frac{3,8416 * 0,25 * 120.480}{0,0025 * (120.479) + 3,8416 * 0,25}$$

$$n = \frac{120.484,0916}{301,1975 + 0,9604}$$

$$n = \frac{120.484,0916}{302,1579}$$

$$n = 398.784$$

$$n = 399 \text{ Encuestas}$$

Una vez aplicada la fórmula para determinar el tamaño de la muestra el resultado es de 399, que representa el número de encuestas a aplicarse a las/los pobladores del cantón Tena y turistas nacionales y extranjeros.

Elaboración de las encuestas

Para el desarrollo de las encuestas se aplicó un test con 12 preguntas, estructurada de la siguiente forma: para dar conocer el perfil del encuestado y para conocer gustos, preferencias y conocimientos del restaurante de comidas típicas

amazónicas, que esta dirigidas a la población la del cantón Tena, de los cuales 245 a los habitantes del sector, 117 a turistas nacionales y 37 a extranjeros.

Cuadro N° 10 Números de porcentaje

POBLACIÓN	PORCENTAJE	NUMERO DE ENCUESTAS
Turistas nacionales	9 %	37
Turistas nacionales	29 %	117
Población del cantón Tena	62 %	245
TOTAL	100%	399

Fuente: cuadro 7 y cuadro 8

Elaborado por: Alexandra Karina Viteri Andi

Con estos datos se procede a crear un modelo de encuesta que permita conocer más al cliente, buscar su satisfacción en cuanto al producto y servicio y medir el nivel de aceptación del restaurante de comidas típicas Ally Micuna que lanzará al mercado.

f. RESULTADOS

Inventario Turístico Gastronómico de la Parroquia Pano, Cantón Tena, Provincia de Napo.

Cuadro N° 11 Jerarquización de los atractivos gastronómicos

No	Nombre	Valor asignado	Jerarquización	N ^a de Anexos
1	Maito de tilapia	53	III	Anexo 1.1
2	Caldo de gallina criolla	44	II	Anexo 1.2
3	Caldo de cara chama	52	III	Anexo 1.3
4	Maito de cara chama	43	II	Anexo 1.4
5	Maito de gallina criolla	57	III	Anexo 1.5
6	Pincho de chonta curo	50	II	Anexo 1.6
7	Chica de yuca	36	II	Anexo 1.7
8	Chica de chonta duro	50	II	Anexo 1.8
9	La wayusa	75	III	Anexo 1.9
10	Colada de maíz tierno	43	II	Anexo 1.10

Fuente: GAD Pano

Elaborada por la: Alexandra Karina Viteri Andi

Resultados de la aplicación de encuestas

1. ¿En qué rango están sus ingresos mensuales?

Cuadro 12: Ingresos mensuales.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje	Xm	Xm.f
1- 400	78	19,55	200,5	15.639,00
401- 800	65	16,29	600,5	39.032,50
801 - 1,200	85	21,30	1000,5	85.042,50
1,200 - 1,600	83	20,80	1400,5	116.241,50
+ de 1,600	88	22,06	1800,5	158.444,00
Total	399	100,00		414.399,50
				1.038,60

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Alexandra Karina Viteri Andi

Análisis: Del total de encuestados, el 19.55% su rango de ingresos mensuales es de hasta 400 dólares, el 16.29% de hasta 800, el 21.30% manifiesta que su ingreso mensual es de hasta 1.200, el 20.80% que su ingreso mensual es de hasta 1.200 dólares y el 22.06% manifiesta que su ingreso es superior a 1.600

dólares, con ello arroja un ingreso promedio de 1.038.60 dólares mensuales, un ingreso moderado para hacer turismo.

Interpretación: Interpretando los resultados, un gran número de encuestados manifiestan que tienen un rango de ingresos medios bajos y medios accesibles a la canasta básica.

2. ¿Conoce usted los atractivos turísticos, servicios y productos gastronómicos de la parroquia Pano?

Cuadro N° 13. Conocimiento de atractivos.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	399	100%
NO	0	0%
TOTAL	399	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Alexandra Karina Viteri Andi

Análisis: Del total de encuestados, el 100% afirmo que si conoce los atractivos turísticos, servicios y productos gastronómicos en la parroquia Pano.

Interpretación: Interpretando los resultados, la totalidad de encuestados manifiestan conocer los aspectos que hacen el turismo en la parroquia Pano, ello es positivo para la propuesta de inversión.

3. ¿Gusta Usted de comidas típicas de la amazonia?

Cuadro N° 14. Visita a restaurantes.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	399	100%
NO	0	0%
TOTAL	399	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Alexandra Karina Viteri Andi

Análisis: Del total de encuestados en el cantón Tena, el 100% dijo que gusta de la comidas típicas de la amazonia.

Interpretación: Interpretando los resultados, el total de los encuestados manifiestan su preferencia por la comida típica, ello fortalece la idea de inversión.

4. ¿Ha visitado alguna vez un restaurante de comidas típicas amazónicas dedicadas al turismo gastronómico, y consumido sus productos?

Cuadro N° 15. Visita a restaurantes.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	160	40%
NO	239	60%
TOTAL	399	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Alexandra Karina Viteri Andi

Análisis: Del total de encuestados en el cantón Tena, el 40% dijo que ha visitado un restaurante de comida típica amazónica, el 60 % dijo que no ha visitado un restaurante de comida típica amazónica.

Interpretación: Interpretando los resultados, un gran número de encuestados manifiestan que la mayor parte no visita restaurante de típica amazónica y un bajo porcentaje si lo ha visitado.

5. ¿Cómo califica la oferta de la gastronomía típica amazónica?

Cuadro N° 16. Calificación de oferta gastronómica

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy bueno	103	64 %
Bueno	46	28 %
Regular	8	5 %
Deficiente	3	2%
TOTAL	160	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Alexandra Karina Viteri Andi

Análisis: Del total de encuestados en la parroquia Pano, el 64% calificó como muy buena la oferta de la gastronomía típica amazónica, el 29 % calificó como buena, el 5% califico como regular y el 2% califico como deficiente la gastronomía típica amazónica.

Interpretación: Interpretando los resultados, un gran número de encuestados manifiestan que la oferta de la gastronomía típica amazónica es no muy aceptable.

6. ¿Está usted satisfecho con el servicio que ofrecen los restaurantes de comida típica en la Parroquia Pano?

Cuadro N° 17. Satisfacción con el servicio

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	22	14%
NO	138	86%
TOTAL	160	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Alexandra Karina Viteri Andi

Análisis: Del total de encuestados, el 86% no está satisfecho con el servicio que ofrecen los restaurantes de comida típica en la Parroquia Pano y el 14% si está satisfecha con el servicio.

Interpretación: Interpretando los resultados, un gran número de encuestados manifiestan que no están satisfecho con el servicio que ofrecen los restaurantes de comida típica en la Parroquia Pano y un bajísimo porcentaje esta satisfechos.

7. ¿De cuál de los siguientes aspectos cree usted, que carecen los restaurantes de comida típica en la parroquia Pano

Cuadro N° 18. Aspectos a mejorar

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Higiene	30	19 %
Comodidad	18	11 %
Variedad de platos	38	24 %
Atención al cliente	23	14%
Todos los anteriores	51	32%
TOTAL	160	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Alexandra Karina Viteri Andi

Análisis: Del total de encuestados, el 32% carece de todos los servicios servicio que ofrecen los restaurantes de comida típica en la Parroquia Pano, el 24% carece de platos variados, el 19% carece de higiene, el 14% carece de atención al

cliente y el 11% carece de comodidad en los restaurantes de comida típica en la Parroquia Pano

Interpretación: Interpretando los resultados, la considerar las alternativas, variedad de platos y todas las anteriores, vemos que el 56% no están satisfechos con lo que ofrecen los restaurantes existentes.

8. ¿Apoya usted la idea de crear un Restaurante Ally Micuna que promocióne la innovación de platos típicos de la Región Amazónica en la parroquia Pano? DE.

Cuadro N° 19. Apoyo al restaurant

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	138	86%
NO	22	14%
TOTAL	160	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Alexandra Karina Viteri Andi

Análisis: Del total de encuestados, el 86% manifiesta que sería bueno crear el restaurante de comidas típicas amazónicas Ally Micuna y el 14% no está de acuerdo con la idea restaurante

Interpretación: Interpretando los resultados, un gran número de encuestados manifiestan que si sería bueno crear el restaurante de comidas típicas amazónicas Ally Micuna, ello significa apoyo para el proyecto.

9. ¿Cuál es el motivo que lo impulsaría a visitar este restaurante?

Cuadro N° 20 Motivos parta acudir al restaurant

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Curiosidad	121	87,68
Producto o plato	138	100,00
Precio	130	94,20
Servicio	89	64,49
Todos los anteriores	138	100,00

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Alexandra Karina Viteri Andi

Análisis: Del total de encuestados, el 100% estaría dispuesto a visitar motivacionalmente por todos los factores en el restaurante de comida típica, el 100% manifiesta que lo haría por el producto o plato que ofrezcan, el 64.49% lo haría por el servicio brindado, el 94.20% por el precio y el 87.68% por la curiosidad.

Interpretación: Interpretando los resultados, un gran número de encuestados manifiestan que estarían dispuestos a visitar el restaurante en donde existan buenos platos a precio justo y de le brinden calidad en el servicio.

10. ¿Cuál de las siguientes preparaciones de comida típica prefiere comer usted?

Cuadro N° 21. Comidas preferidas

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Entrada (caldos, picaditas)	138	100,00
Platos fuertes	138	100,00
Postres	96	69,57
Bebida	78	56,52
Todos	138	100,00

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Alexandra Karina Viteri Andi

Análisis: Del total de encuestados, el 100% estaría dispuesta degustar preparaciones de comida típica de platos fuertes, caldos y picaditas, el 69.57% prefiere degustar de los postres y el 56.52% prefiere las bebidas típicas

Interpretación: Interpretando los resultados, un gran número de encuestados manifiestan que estarían dispuestos a degustar preparaciones de comida típica de platos fuertes y un bajo porcentaje prefiere las bebidas típicas.

11. ¿De la opción escogida, elija los platos que más le gusta comer “ENTRADA”?

Cuadro N° 22. Platos preferidos

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Ceviches de hongos ostra	82	59,42
caldo de carachama	138	100,00
Caldo de gallina criolla	128	92,75
Catu (mazamorra)	117	84,78

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Alexandra Karina Viteri Andi

Análisis: Del total de encuestados, el 100% escogió el caldo de carachama como plato favorito, el 92.75% escogió el caldo de gallina criolla, el 84.78% escogió el catu (mazamorra) y el 59.42 % escogió ceviches de hongos de ostra.

Interpretación: Interpretando los resultados, un gran número de encuestados manifiestan que estarían dispuestos a degustar de la comida típica escogiendo como el caldo de carachama como plato favorito y un bajo porcentaje eligió los ceviches de hongos de ostra.

12. ¿De la opción escogida, elija los platos que más le gusta comer. “FUERTES”?

Cuadro N° 23. Platos fuertes preferidos

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Maito de Tilapia	138	100,00
Maito de carachama	94	68,12
Maito de gallina criolla	72	52,17
Brocheta de chontacuro	89	64,49

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Alexandra Karina Viteri Andi

Análisis: Del total de encuestados, el 100% escogió el Maito de Tilapia como plato favorito, el 68.12% escogió el Maito de carachama, el 64.49% escogió el brocheta de chontacuro y el 52.17 % escogió el Maito de gallina criolla.

Interpretación: Interpretando los resultados, un gran número de encuestados manifiestan que estarían dispuestos a degustar de la comida típica escogiendo como el Maito de tilapia como plato favorito y un bajo porcentaje eligió el Maito de menudencia.

13. ¿De los platos que se indica a continuación, indique el de su preferencia y que espera encontrar en el restaurant Ally Micuna?

Cuadro N° 24. Platos sugeridos

PLATO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Caldo de gallina criolla	15	10,87
Caldo de carachama	18	13,04
Caldo de bagre de rio	16	11,59
Ceviche de hongos ostra	10	7,25
Maito de tilapia	18	13,04
Maito de carachama	13	9,42
Brocheta de chontacuro	10	7,25
Tilapia frita	15	10,87
Seco de gallina criolla	11	7,97
Catu	12	8,70
TOTAL	138	100,00

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Alexandra Karina Viteri Andi

Análisis e interpretación: Como se puede apreciar la variedad de comida de la amazonia es muy apetecida, sin embargo se puede ver que es el Caldo de carachama, el Maito de tilapia, el Caldo de bagre de rio, el Caldo de gallina criolla, el Seco de gallina criolla, y el Catu son los que la totalidad de los turistas desea.

14. ¿Con qué frecuencia mensual visitaría usted el restaurante Ally Micuna, para servirse su plato preferido?

Cuadro N°. 25. Frecuencia de visita.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje	X*f
1	94	68,12	94
2	37	26,81	74
3	7	5,07	21
Total	138	100,00	189
			1,37

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Alexandra Karina Viteri Andi

Análisis: Del total de encuestados, el 68.12% estaría dispuesto a visitar el restaurante 1 vez al mes, el 26.81% estaría dispuesto a visitar el restaurante 2 veces

al mes, el 5.07% estaría dispuesto a visitar 3 veces al mes. Si bien con estos datos se obtiene un promedio de 1.37 visitas, el dato se redondea a 1 para ser aplicable, esto no da un promedio de 1 vez al mes, 12 veces en el año.

Interpretación: Interpretando los resultados, un gran número de encuestados manifiestan que estarían dispuestos a visitar el restaurante constantemente y un bajo porcentaje estaría dispuesto a visitar el restaurante ocasionalmente, ello dependiendo de los ingresos.

15. ¿A qué medios de comunicación accede regularmente para recibir información?

Cuadro N° 26. Medios de comunicación a que accede

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Redes Sociales	138	100,00
Volantes Publicitarios	62	44,93
Radio	125	90,58
Televisión	86	62,32
Todos	138	100,00

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Alexandra Karina Viteri Andi

Análisis: Del total de encuestados, el 100% manifiesta le gustaría recibir información de la comida típica amazónica mediante todos los medios de publicidad, el 100% mediante redes sociales, el 90.58% mediante la radio y el 62.32% mediante televisión.

Interpretación: Interpretando los resultados, un gran número de encuestados manifiestan que les gustaría recibir información de la comida típica amazónica en volantes publicitarios y un bajo porcentaje mediante televisión.

Resultados:

Los resultados reflejan la preferencia del consumidor, pero no difieren en gran porcentaje, demostrando positivamente la aceptación de una variedad diferente de platos y por ende las posibilidades de venta.

Esto demuestra que existe gente que sí desea comer platos típicos amazónicos, pero con preparaciones variadas, diferentes e innovadoras.

Ally Micuna será un restaurante innovador. Gracias a las respuestas favorables de los encuestados, quienes conocen y visitan constantemente a la poca competencia, ya sea ésta directa o indirecta, lo que hace pensar que la factibilidad de su éxito es alta. Su creación conlleva, además, a demostrar la importancia gastronómica y nutricional, cultural y tradicional de la comida típica de la región amazónica en especial de nuestro cantón Tena y la parroquia Pano.

Entrevistas

Para realizar el análisis interno de la parroquia Pano y conocer su situación actual fue necesario la realización de entrevistas. (**Ver Anexos**); este cuestionario fue aplicado a dos personas como se muestra a continuación:

1. Entrevista N° 1

- **Datos Informativos:**
- **Entrevistado:** Lic. Doris Maricela Andi Cerda
- **Cargo:** Presidenta del GAD PARROQUIAL PANO
- **Fecha de aplicación:** 28 de mayo del 2017

Según la información proporcionada se concluye que la parroquia Pano tiene potencial turístico especialmente por la zona en la que está ubicada, su clima, sus ríos naturales y cristalinos, su flora, fauna endémica y por la producción agrícola, su gastronomía típica, aunque se ha realizado gestiones hay poca respuesta favorable de parte de las autoridades superiores, ya que no existe el suficiente presupuesto pero si hay la predisposición para trabajar en la implementación de servicios y actividades turísticas que necesite la parroquia. Las oportunidades que la parroquia obtendría al incorporarse el turismo en ella serían: ser reconocida por lo que produce, ser un lugar que brinde una alternativa de turismo y para a los habitantes ver a la actividad turística como una fuente generadora de recursos económicos.

El proyecto mencionado comenta que sería de gran ayuda para el desarrollo turístico gastronómico con el propósito de desplegar los mejores productos de la zona acorde a las costumbres Amazónicas de la gente, viendo del punto de vista rentable es un proyecto que resultaría viable ya que es un nicho de mercado todavía no se ha explotado por la competencia. La época en la que se registraría una mayor afluencia de turistas serían en los feriados o vacaciones ya que aquí el clima es genial en todas las épocas del año ya sea en verano o invierno.

Actualmente se está desarrollando un proyecto estratégico de turismo gastronómico del GAD parroquial de Pano, pero no existe el apoyo total para el restaurante Ally Micuna por ser un proyecto privado.

2. Entrevista N°2

- **Datos Informativos:**
- **Entrevistada:** Sra. Isolina María Alvarado Tapuy
- **Cargo:** propietaria del Kiosco Doña Isolina
- **Fecha de aplicación:** 28 de mayo del 2017

En la entrevista se destacó la importancia de insertarse la gastronomía típica en la actividad turística porque en el momento los planes y objetivos a futuro de la parroquia son potenciar la actividad turística, agrícola, gastronómica, cultural, como es la producción de la tilapia, carachama, chontacuro, la yuca, el plátano, la chonta, etc.

Así mismo, actualmente en el sector no existe competencia de empresas dedicadas al turismo por lo que es una gran fortaleza que tiene la parroquia ya que el kiosco que posee la propietaria no es competencia, pero resalto que debería haber espacios para dichas actividades implementando un mejor servicio, el kiosco Doña Isolina” viene trabajando alrededor de 10 años; la principal actividad que se realiza dentro de ella es la venta de carne asada, producto base que a su vez es el sustento económico de la familia.

Lo más importante que existe la parroquia Pano y que puede ser aprovechado en la actividad turística son la flora y fauna existente, además cerca de

ella se encuentran sitios naturales de gran belleza como ríos, cascadas que le permiten ser un lugar con potencial turístico.

En la parroquia pocas veces se ha emprendido en proyectos turísticos, razón por la cual el presente plan de negocios contribuirá al desarrollo y fortalecimiento turístico de la parroquia y del sector en general.

PLAN DE NEGOCIOS

1. ESTUDIO DE MERCADO

PRODUCTO PRINCIPAL.

Si bien los platos típicos de la amazonia son muy variados, entre ellos:

- Caldo de gallina criolla
- Caldo de carachama
- Caldo de tilapia
- Caldo de bagre de rio
- Ceviche de hongos ostra
- Ceviche de pollo
- Maito de tilapia
- Maito de gallina criolla
- Maito de carachama
- Maito de chontacuro
- Tilapia frita
- Seco de gallina criolla
- Brocheta de chontacuro
- Brocheta de patas muyu (cacao del monte)
- Catu

El producto que oferta el restaurant será la comida típica de la amazonia, especialmente los platos que los turistas demandan, de acuerdo a las encuestas:

- Caldo de gallina criolla
- Caldo de carachama
- Caldo de bagre de rio
- Ceviche de hongos ostra
- Maito de tilapia
- Maito de gallina criolla
- Maito de carachama
- Maito de chontacuro
- Tilapia frita
- Seco de gallina criolla
- Catu

DEMANDANTES.

Los demandantes son la población del canto Tena y los turistas nacionales y extranjeros, cuya población al año 2010 según el INEC es de 62.766 y proyectada

al 2017 es de 74.158 con una tasa de crecimiento de 2.5%, con ello se tiene la siguiente población 120.480, incluidos los turistas (35.245 nacionales, 11.077 extranjeros)

Cuadro N° 27. Población Demandante

Año	Población demandante
0	120.480
1	123.492
2	126.579
3	129.744
4	132.987
5	136.312
6	139.720
7	143.213
8	146.793
9	150.463
10	154.225

Fuente: INEC

Elaboración: Alexandra Karina Viteri Andi

ANÁLISIS DE LA DEMANDA.

Para poder analizar la demanda se tiene que tomar en consideración que el flujo de turistas al restauran contempla 12 visitas de consumo al año, por tanto se tiene:

DEMANDA POTENCIAL.

Toda la población del cantón Tena y los turistas nacionales y extranjeros considerados en el estudio que son los siguientes:

Cuadro N° 28. Demanda Potencial

AÑO	POBLACION	CONSUMO ANUAL	DEMANDA POTENCIAL PLATOS
0	120.480	12	1.445.760
1	123.492	12	1.481.904
2	126.579	12	1.518.948
3	129.744	12	1.556.928
4	132.987	12	1.595.844
5	136.312	12	1.635.744
6	139.720	12	1.676.640
7	143.213	12	1.718.556
8	146.793	12	1.761.516
9	150.463	12	1.805.556
10	154.225	12	1.850.700

Elaborado por: Alexandra Karina Viteri Andi

DEMANDA REAL.

Toda la población del cantón Tena y los turistas nacionales y extranjeros considerados en el estudio, que consumen platos típicos de la amazonia, el 100% de la población total:

Cuadro N° 29. Demanda Real.

AÑO	POBLACION TOTAL	CONSUMO ANUAL	DEMANDA POTENCIAL PLATOS	DEMANDA REAL. PLATOS 100%
0	120.480	12	1.445.760	1.445.760
1	123.492	12	1.481.904	1.481.904
2	126.579	12	1.518.948	1.518.948
3	129.744	12	1.556.928	1.556.928
4	132.987	12	1.595.844	1.595.844
5	136.312	12	1.635.744	1.635.744
6	139.720	12	1.676.640	1.676.640
7	143.213	12	1.718.556	1.718.556
8	146.793	12	1.761.516	1.761.516
9	150.463	12	1.805.556	1.805.556
10	154.225	12	1.850.700	1.850.700

Elaborado por: Alexandra Karina Viteri Andi

DEMANDA EFECTIVA.

Toda la población del cantón más los turistas nacionales y extranjeros que consumen comida típica de la amazonia y que manifiestan su aceptación a la **implementación** del nuevo restaurant, en este caso el 86% según las encuestas.

Cuadro N° 30 Demanda Efectiva

AÑO	POBLACION	CONSUMO ANUAL	DEMANDA POTENCIAL PLATOS	DEMANDA REAL	DEMANDA EFECTIVA 86%
0	120.480	12	1.445.760	1.445.760	1.243.354
1	123.492	12	1.481.904	1.481.904	1.274.437
2	126.579	12	1.518.948	1.518.948	1.306.295
3	129.744	12	1.556.928	1.556.928	1.338.958
4	132.987	12	1.595.844	1.595.844	1.372.426
5	136.312	12	1.635.744	1.635.744	1.406.740
6	139.720	12	1.676.640	1.676.640	1.441.910
7	143.213	12	1.718.556	1.718.556	1.477.958
8	146.793	12	1.761.516	1.761.516	1.514.904
9	150.463	12	1.805.556	1.805.556	1.552.778
10	154.225	12	1.850.700	1.850.700	1.591.602

Elaborado por: Alexandra Karina Viteri Andi

ANÁLISIS DE LA OFERTA.

De acuerdo con el trabajo de campo realizado se ha logrado determinar que en el entorno en donde se pretende llevar a cabo el presente proyecto no existe competidor alguno que brinde servicios como los que desea ofrecer el restaurante de comidas típicas amazónicas “Ally Micuna” es decir este tipo de oferta en el sector aún no se encuentra consolidada, razón por la cual la oferta para el proyecto sería 0.

DEMANDA INSATISFECHA.

Al considerar que no existe oferta, la demanda insatisfecha es la misma demanda efectiva determinada anteriormente, a continuación se presenta la demanda por cada plato de comida típica

Cuadro N° 31. Demanda Insatisfecha.

AÑO	POBLACION	CALDO DE GALLINA CRIOLLA
0	120.480	DEMANDANTES 10,87%
1	123.492	13.424
2	126.579	13.759
3	129.744	14.103
4	132.987	14.456
5	136.312	14.817
6	139.720	15.188
7	143.213	15.567
8	146.793	15.956
9	150.463	16.355
10	154.225	16.764

AÑO	POBLACION	CALDO DE CARACHAMA
0	120.480	DEMANDANTES 13,04%
1	123.492	16.103
2	126.579	16.506
3	129.744	16.919
4	132.987	17.342
5	136.312	17.775
6	139.720	18.219
7	143.213	18.675
8	146.793	19.142
9	150.463	19.620
10	154.225	20.111

AÑO	POBLACION	CALDO DE BAGRE DE RIO
0	120.480	DEMANDANTES 11,59%
1	123.492	14.313
2	126.579	14.671
3	129.744	15.037
4	132.987	15.413
5	136.312	15.799
6	139.720	16.194
7	143.213	16.598
8	146.793	17.013
9	150.463	17.439
10	154.225	17.875

AÑO	POBLACION	CEVICHE DE HONGOS
0	120.480	DEMANDANTES 7,25%
1	123.492	8.953
2	126.579	9.177
3	129.744	9.406
4	132.987	9.642
5	136.312	9.883
6	139.720	10.130
7	143.213	10.383
8	146.793	10.642
9	150.463	10.909
10	154.225	11.181

AÑO	POBLACION	MAITO DE TILAPIA
0	120.480	DEMANDANTES 13,04%
1	123.492	16.103
2	126.579	16.506
3	129.744	16.919
4	132.987	17.342
5	136.312	17.775
6	139.720	18.219
7	143.213	18.675
8	146.793	19.142
9	150.463	19.620
10	154.225	20.111

AÑO	POBLACION	MAITO DE CARACHAMA
0	120.480	DEMANDANTES 9,42%
1	123.492	11.633
2	126.579	11.924

3	129.744	12.222
4	132.987	12.527
5	136.312	12.841
6	139.720	13.162
7	143.213	13.491
8	146.793	13.828
9	150.463	14.174
10	154.225	14.528

AÑO	POBLACION	BROCHETA DE CHONTACURO DEMANDANTES 7,25%
0	120.480	8.953
1	123.492	9.177
2	126.579	9.406
3	129.744	9.642
4	132.987	9.883
5	136.312	10.130
6	139.720	10.383
7	143.213	10.642
8	146.793	10.909
9	150.463	11.181
10	154.225	

AÑO	POBLACION	TILAPIA FRITA DEMANDANTES 10,87%
0	120.480	13.424
1	123.492	13.759
2	126.579	14.103
3	129.744	14.456
4	132.987	14.817
5	136.312	15.188
6	139.720	15.567
7	143.213	15.956
8	146.793	16.355
9	150.463	16.764
10	154.225	

AÑO	POBLACION	SECO DE GALLINA CRIOLLA DEMANDANTES 7,97%
0	120.480	9.842
1	123.492	10.088
2	126.579	10.341
3	129.744	10.599
4	132.987	10.864
5	136.312	11.136
6	139.720	11.414
7	143.213	

8	146.793	11.699
9	150.463	11.992
10	154.225	12.292

AÑO	POBLACION	CATU
0	120.480	DEMANDANTES 8,70%
1	123.492	10.744
2	126.579	11.012
3	129.744	11.288
4	132.987	11.570
5	136.312	11.859
6	139.720	12.156
7	143.213	12.460
8	146.793	12.771
9	150.463	13.090
10	154.225	13.418

ASPECTOS COMERCIALES.

Para la implementación de un correcto plan de comercialización se trabajará con las 4P's, que son Producto, Plaza, Precio y Promoción.

1. Producto

Lo que se pretende ofertar es el servicio de restaurante en el que se proveerá al cliente de un variado menú diario que tendrá para elegir de diferentes tipos de comida típica amazónica, utilizando producto orgánicos que cultivan en la zona; ofreciendo así al cliente una exquisita gastronomía, pero sobretodo sana y nutritiva. Para ello se pretende utilizar como estrategia lo siguiente:

Entregar un producto y servicio de calidad, variado en un ambiente tradicional, innovador, acogedor, en el que incluirá amabilidad, responsabilidad y experiencia, marcando de esta manera la diferencia con la mayoría de los establecimientos de esta categoría, para ello se contará con un personal ampliamente capacitado que brindará un servicio personalizado, confiable, serio y excepcional, pudiéndole a la vez vivir al cliente una experiencia inolvidable.

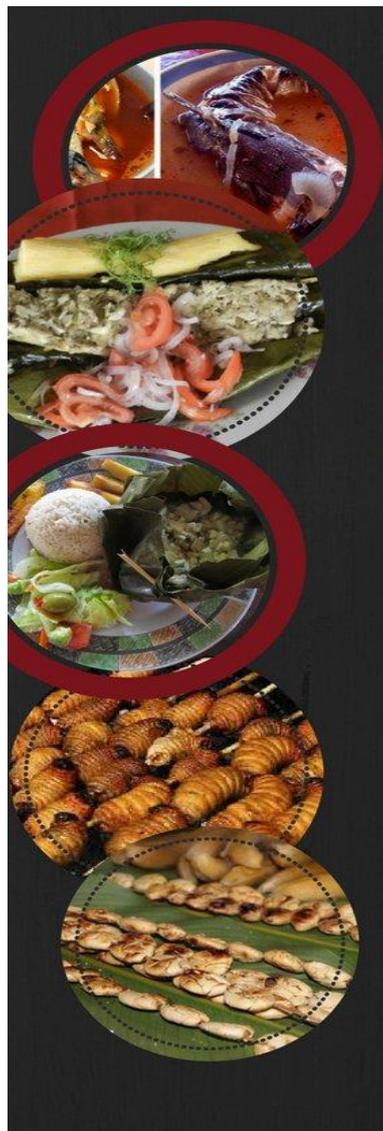
Los servicios estarán dirigidos a todo tipo de turistas, además se mantendrá convenios con agencias de viajes, escuelas, colegios e instituciones públicas y

privadas con el fin incrementar su demanda. Dar a notar la importancia que tiene la gastronomía amazónica para el desarrollo turístico de la zona.

Los productos que se ofrecerán en el restaurante serán los siguientes:

Para elaborar la respectiva Carta del restaurante turístico se ha tomado en cuenta los datos obtenidos de los Anexos 1 que son las fichas gastronómicas y 2 encuesta a turistas, sin embargo, de acuerdo con la observación directa y por recomendación de los encuestados se han incluido algunos de platos a la carta con exquisitas alternativas para poder satisfacer los exigentes paladares de todos y cada uno de los futuros clientes.

Grafico N° 5. Diseño de Menú



RESTAURANTE "ALLY MICUNA"



ENTRADA:

CALDO DE TILAPIA	4,00
<i>tilapia , sal arroz, yuca , encebollado, palmito garabato yuyo</i>	
BAGRE DE RÍO	4.00
<i>bagre, sal ceboollita , culantro, achiote, yuca</i>	
CEVICHE DE HONGOS OSTRA	4.00
<i>hongos ostra, tomate limon, aceite, pimiento rojo y verde, patacones</i>	

FUERTES:

TILAPIA FRITA	4.50
<i>tilapia, harina, huevo, arroz, tuca encebollado, palmito, garabato yuyo, lechuga</i>	
SECO DE GALLINA CRIOLLA	4.50
<i>gallina, arroz, yuca, encebollado, palmito, garabato yuyo,</i>	
BROCHETA DE CHONTACURO	2.50
<i>palo de bambú. sal chontacuro, yuca palmito, garabato yuyo, encebollado</i>	
BROCHETA DE PATAS MUYU(CACAO DEL MONTE)	2.50
<i>palo de bambú, sal, patas muyu, yuca, palmito, garabato yuyo, encebollado</i>	

Fuente: Alexandra Karina Viteri Andi
Elaborado por: Alexandra Karina Viteri Andi

Gráfico N° 6. Diseño de Menú



RESTAURANTE "ALLY MICUNA"

RESTAURANTE "ALLY MICUNA"
El placer está en tu paladar

MENÚ

ADICIONALES:

ENSALADA	1.50
PORCIÓN DE YUCA O ARROZ O PLÁTANO	1.50
AGUA O COLAS	0.75

BEBIDAS.

JARA DE GUAYUSA	1.50
JARA CHICA DE CHONTA	1.50
CHICA DE YUCA	1.50
JARA DE CHICA DE MORETE	1.50

Fuente: Alexandra Karina Viteri Andi

Elaborado por: Alexandra Karina Viteri Andi

Logotipo

Grafico N° 7. Slogan de Ally Micuna



Fuente: Alexandra Karina Viteri Andi

Elaborado por: Alexandra Karina Viteri Andi

Selección del Nombre y slogan

El nombre ha sido seleccionado minuciosamente, se identifica la palabra kichwa (Ally Micuna) significa buena comida y por hacer sentir al cliente la calidad y la comodidad es por ello que se denomina “Ally Micuna Restaurante”

“El placer esta en tu paladar” este slogan ha sido elegido para identificarse con el cliente, pues al Ally Micuna Restaurante” se sentirá como fuera de lo ordinario, por la creatividad, el gusto de la comida típica deliciosa, por la variedad de menús, por la comodidad, buena atención.

Objetivos del negocio

- ❖ Posicionarse como el mejor restaurante de comidas típicas en el canton Tena por la calidad de los servicios.
- ❖ Contar con el personal calificado para el óptimo desarrollo de las diversas actividades y servicios.

- ❖ Satisfacer y superar las expectativas y necesidades de los clientes ofreciendo un servicio eficaz y eficiente.
- ❖ Obtener rentabilidad en las actividades y servicios desarrollados en el restaurante
- ❖ Ser la primera opción para el cliente a la hora de escoger los mejores servicios y actividades turísticas.

Estrategias

- Realizar un seguimiento post venta para conocer el grado de satisfacción del cliente por el servicio recibido.
- Dejar en la mente del cliente una huella de fidelidad gracias al servicio exclusivo y único que aporte un valor invaluable a nuestra marca.
- Utilizar las mejores herramientas de promoción que permitan consolidar la imagen del restaurante
- Crear alianzas estratégicas con agencias de viajes a fin de aumentar la demanda de turistas.
- Elaborar ofertas de promoción en fechas especiales y de acuerdo a la temporada del negocio.
- Incentivar y motivar al personal ofreciendo oportunidades de crecimiento y superación en conocimientos.

2. Precio

El costo promedio será de \$ 4,00 Para la fijación de los precios del producto a ofrecerse en la nueva unidad productiva, se obtendrán sumando los costos reales de producción, un margen de utilidad. Para elaborar los respectivos valores y costos unitarios de cada plato estándar a ofertar se ha tomado en cuenta los datos del **ANEXO 3** para poder verificar el costo promedio unitario de las ventas.

Cuadro N° 29. Promedio total de precios de la competencia

N°	MENU	VALOR USD	PROMEDIO DE COSTO
	VALORES DE LOS PLATOS DE ENTRADA		
1	Caldo de gallina criolla	4,00	4,00
2	Caldo de Carachama	4,00	
3	Cevivhe de pollo	4,00	
4	Caldo de tilapia	4,00	
5	Caldo de bagre de rio	4,00	
6	Ceviche de hongos ostra	4,00	
	VALORES DE LOS		
1	Maito de Tilapia	4,50	4,00
2	Maito de menudencia de pollo	4,50	
3	Maito de chontacuro	4,50	
4	Maito de carachama	4,50	
5	Tilapia Frita	4,50	
6	Seco de gallina Criolla	4,50	
7	Brocheta de chontacuro	2,50	
8	Brocheta de patas muyu	2,50	
	PROMEDIO A OFERTAR		

Fuente: Alexandra Karina Viteri Andi

Elaborado por: Alexandra Karina Viteri Andi

Competencia. - Se analizará los precios de la competencia para así poder establecer un buen precio en el mercado sin alejarse de lo normal y sin llegar a lo exagerado, en este caso al no existir competencia se tomó como referencia los restaurantes del cantón. **Ver Anexo 3.**

Calidad y variedad. - Enfatizará en la calidad y variedad del producto generando un valor agregado a la comercialización.

Temporada. - “El restaurante Ally Micuna” aumentará la variedad de menús y aplicará promociones en días festivos, temporadas, fines de semana y de preferencia para el cliente extranjero. Para adoptar una posición estratégica en el mercado e impulsar la venta de los servicios, se contará con descuentos especiales del 10% o 15% para clientes continuos, de igual manera si son grupos de más de 10 personas se otorgará también el 10% de descuento. Con esta estrategia se logrará lealtad del cliente ante el producto, proporcionándoles a la vez razones únicas para repetir su compra.

3. Plaza

La plaza es el lugar geográfico y estratégico donde se entregará el producto y servicio, por lo tanto “El restaurante Ally Micuna” está ubicado, en la parroquia rural de Pano

La ubicación del proyecto es un lugar estratégico para el cliente, ubicado a en calle principal Pano-Talag en la avenida Pano y Mancino.

Alianzas con agencias de viaje y operadoras de turismo, para dar a conocer el restaurante “Ally Micuna” y mejorar la venta de los productos y servicios.

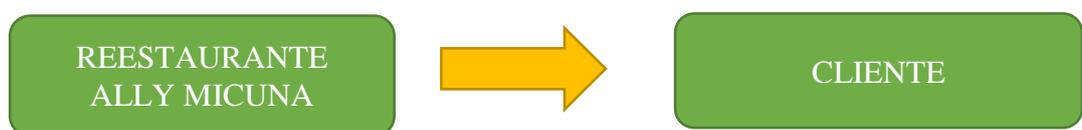
Alianzas con otros centros turísticos aledaños, para que lo incluyan como una nueva alternativa de turismo gastronómico

Realizar convenios y alianzas con MINTUR, que puedan aportar al incremento de turistas y promoción para el restaurante Ally Micuna.

Realizar convenios con las instituciones educativas existentes en la parroquia Pano con el objetivo de que acudan al restaurante Ally Micuna para dar crecimiento gastronómico.

Para hacer llegar el servicio al turista en forma eficiente se utilizarán los siguientes canales:

Grafico N° 8. Canal 1: CANAL DIRECTO



Productor: Restaurante Ally Micuna es quien tendrá contacto directo con el cliente

Usuario: Son los turistas que solicitarán y tomarán directamente el servicio ofrecido por el restaurante Ally Micuna se realizará el control y evaluación periódica de los canales de distribución seleccionados, esto permitirá saber que

canal está cumpliendo con los objetivos del negocio de mejor forma y en el caso de que existiera alguna deficiencia, esto ayudará a tomar decisiones rectificadoras, logrando de esta manera conocer y seleccionar a tiempo el intermediario adecuado que permita atraer mayor cantidad de clientes.

Grafico N° 9. Canal 2: CANAL INDIRECTO



Productor: El productor es el restaurante Ally Micuna ya que es a quien el cliente potencial solicita el servicio y tiene la capacidad para prestarlo.

Intermediario: En este caso serían las agencias de viajes con las que trabajará el restaurante Ally Micuna y son las que tendrán contacto directo con el turista.

Usuario: Son las turistas que solicitarán y tomarán el servicio ofrecido por la empresa.

4. Promoción

La promoción es una herramienta necesaria para el desarrollo del Marketing, en el cual se relaciona necesariamente con producto, precio y la plaza. Como negocio se espera tener un posicionamiento lo más rápido posible y esto se logrará promocionando de una manera masiva los servicios; por tal razón la promoción estará enfocada totalmente en captar clientes y aumentar la afluencia de visitas al restaurante , para tal fin se considerará el medio de comunicación y publicidad más utilizado por los turistas de acuerdo a las encuestas aplicadas, siendo este las redes sociales, internet ; además se utilizará material impreso para los volantes ya que constituye un buen medio por su fácil distribución y accesibilidad a todas las personas.

Para promocionar el producto y el servicio que el proyecto entregará al cliente detallamos las siguientes estrategias:

Realizar una cuña o spot publicitaria en medios de comunicación de la localidad Televisivos y radiales y sociales. Mediante la tecnología que hoy en día es muy importante y controversial para difundir las publicidades de cada empresa, se creará una cuenta o página en Facebook la cual estará las fotografías tanto del restaurante como de todas sus platos típicos y sus debidos precios, su localización.

Grafico 10. Radio Ideal



Fuente. Observación directa

Grafico N° 11. Radio Arcoiris



Fuente. Observación directa

Grafico N° 12. Television Publica de Napo



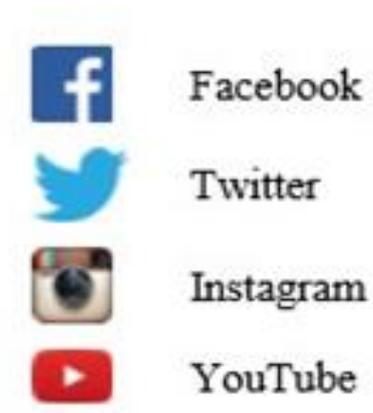
Fuente. Observación directa

Grafico N°. 13. Televisión por cable



Fuente. Observación directa

Grafico N° 14. Redes sociales



Fuente: observación Directa

b) Elaborar material promocional como volantes, vallas publicitarias dando a conocer los productos y servicios que oferta la empresa.

Grafico N° 15. Volantes publicitarios



**RESTAURANTE
"ALLY MICUNA"**

EL PLACER ESTA EN TU PALADAR. 



Ya probaste la exquisita comida típica amazónica de Ally Micuna

!Donde encontraras variedad de menús
tradicionales deliciosos para
satisfacer el paladar mas exigente!

**VISÍTANOS: EN LA PARROQUIA PANO, AV. PANO Y
MANCINO**

TELEFONOS: (06) 2326020/ 0998938551
W: WWW.ALLYMICUNARESTAURANT.COM

Grafico N° 16. Tríptico de restaurante Ally Micuna



Grafico N° 17, Tarjetas de presentación



c) Adicional a esto los colaboradores vestirán con la vestimenta tradicional que son utilizadas para eventos culturales con logo del Restaurante Ally Micuna como imagen e identificación de la empresa

Grafico N° 18. Vestimenta cultural para el personal



d) Se obsequiará llaveros, esferos, calendarios o un recetario gastronómico en temporadas y a clientes que visiten en grupos grandes de familias o amigos.

Grafico N° 19. Llaveros con eslogan



Llaveros tallados en balsa, con el logotipo de la empresa estos pueden ser de diferentes formas variando cada vez, aquí se presenta un diseño en rectangular puede ser la forma de hoja de bijao que es la hoja típica para realizar el maito de tilapia

Presupuesto de marketing

Cuadro N° 30. Presupuesto general de las estrategias de promoción y difusión

Presupuesto de Publicidad o gastos de ventas				
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
10	Cuñas publicitarias en Radio	50,00	500,00	6000,00
Global	Cuñas en la televisión local	1000,00	1000,00	12000,00
500	tarjetas de presentación	10,00	5000,00	5000,00
600	llaveros	1,00	600,00	600,00
1000	hojas volantes		100,00	100,00
1000	tríptico		100,00	100,00
Total			7300,00	23800,00

Fuente: Alexandra Karina Viteri Andi

Elaborado por: Alexandra Karina Viteri Andi

La inversión en materiales publicitarios esta presupuestada aproximadamente en Usd 7.300,00 dolares anuales.

2. ESTUDIO TÉCNICO

Tamaño, localización, ingeniería del proyecto y diseño organizacional para el Restaurante de comidas Típicas Amazónicas “Ally Micuna”

a. Determinación del tamaño y Localización

Se considera el tamaño del restaurante “Ally Micuna” de acuerdo con la capacidad instalada de producción, el cual nos ayuda a conformar el estudio financiero logrando conocer su rentabilidad, será considerada como la capacidad instalada de producción, este será diseñado en base a las necesidades específicas y técnicas para la producción de alimentos; tomando en cuenta que se requiere de mucho cuidado y controlado diariamente.

Se le puede considerar el tamaño de la planta como la capacidad instalada de producción, expresada en: volumen, peso, valor, número de unidades de elaboradas por año, ciclo de operación (mes, día, turno, hora), etc.

b. Capacidad Instalada

Para determinar la capacidad primeramente debemos considerar que el servicio de restaurante, entre tomar el pedido y retirada del cliente luego del consumo toma aproximadamente 60 minutos.

La capacidad instalada está determinada por el rendimiento o producción máxima que puede alcanzar y obtener a través de un componente tecnológico en un periodo de tiempo determinado, está en función de la demanda a cubrir durante el periodo de vida de la empresa, se mide en número de unidades producidas en determinada unidad de tiempo. La capacidad del restaurante “Ally Micuna”, se determina multiplicando 40 personas por hora; ya que son 10 mesas y 40 sillas que es la capacidad del restaurante por los 365 días del año obteniendo la capacidad del servicio de $40 * 24 = 960$ servicios al día; $960 * 365 \text{ días} = 350.400$ servicios al año, al 100% de capacidad instalada.

El terreno donde se implementará el restaurante turístico es de El área total restaurante 300 x 250 metros cuadrados. Con capacidad de 40 personas diarias

Tabla N° 31 Capacidad Instalada del Restaurante

Capacidad	Total de personas a atender/hora	Días al año	No. Servicios	Porcentaje de capacidad
10 mesas con 4 sillas	40	365	350.400	100%

Fuente: Alexandra Karina Viteri Andi

Elaborado por: Alexandra Karina Viteri Andi

c. Capacidad utilizada

El horario de atención del restaurante Ally Micuna según la costumbre y requerimiento de los posibles consumidores se ha determinado que será de martes a domingo de 10H00 a 18H00, horario definido por ser lo más concurrido por turistas y visitantes, esto es habrá atención durante 8 horas.

Con ello la capacidad utilizada contempla 8 horas diarias, 6 días a semana, durante 52 semanas; con ello se tiene:

40 servicios * 8 horas = 320 servicios al día. Se estima tener una demanda del 50%, (50% de 320) de martes a jueves, con ello la capacidad es de $160 * 4 = 640$ platos.; de viernes a domingo se espera tener un 75% de demanda (75% de 360), con ello la capacidad es de $270 * 3 = 810$ platos

Si sumamos la demanda semanal tenemos, $640 + 810 = 1.450$ a la semana.

$1.450 * 52 = 75.400$ platos al año.

Con ello se abastece el 61.06% de la demanda insatisfecha que es de 123.492

d. Localización de la planta

La localización que se elija para el proyecto puede ser determinante en su éxito o fracaso por cuanto de ello dependerá la aceptación o rechazo tanto de los clientes, además de variables de índole económica, el evaluador del proyecto debe

incluir en sus análisis variables estratégicas de desarrollo futuro, flexibilidad para cambiar su destino y factores emocionales de la parroquia entre otros. La localización de la planta constituye un punto clave dentro del proyecto en cuestión, ya que permite elegir el lugar más apropiado donde se encontrará ubicado el restaurante de comidas típicas amazónicas “Ally Micuna” para ello es necesario analizar dos puntos muy importantes que son:

- Macro localización
- Micro localización

e. Macro localización y Micro localización:

El Restaurante “Ally Micuna” que va a ser implementado está localizado en la Provincia de Napo, Cantón Tena, Parroquia Pano.

Micro localización

El restaurante estará ubicado específicamente parroquia centro Pano, en la vía Pano- Talag en la av. Pano y Mancino, del estudio técnico realizado, se ha llegado a la conclusión que la localización del Restaurante “Ally Micuna” en mención es la más apropiada ya que al encontrarse ubicado en la vía principal, y frente a escuelas y colegios lo cual ofrece seguridad y confort que los futuros clientes se merecen, vías de acceso en perfecto estado, accesibilidad de primera.

Grafico N° 20. Ubicación del terreno:



Fuente: Google maps

Elaborado por: Alexandra Karina Viteri Andi

Datos de la parroquia Pano

La Parroquia Pano limita con los siguientes:

Limites:

- Tiene una superficie de 798.5 Km².
- Norte: Cantón Archidona y la parroquia San Juan de Muyuna
- Sur: Parroquia Talag
- Este: Parroquia Puerto Napo y Tena
- Oeste: Provincia Cotopaxi

Habitantes:

De acuerdo con los datos proporcionados por el Censo de Población y Vivienda y proyectados por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, en el 2015 la parroquia Pano tiene una población aproximada de 1.620 habitantes.

Clima:

- Oscilan de 9°C a 23°C, debido a que la temperatura disminuye con la altura.
- Altura: 470 msnm a 4.920 msnm
- Latitud: 77°51'59.89
- Longitud: 1°01'01.47

Servicios básicos:

Agua Potable, Luz Eléctrica, Alcantarillado, Alumbrado Público, Línea telefónica, Servicio de Internet.

Factores de localización:**Abastecimiento de materia prima**

El lugar donde se encontrará ubicada el restaurante tiene la ventaja de contar con proveedores como piscinas de piscicultura y productos agrícolas ya que la comunidad mediante la agricultura proporciona insumos como la yuca, plátano, verduras y demás insumos necesarios, en grandes cantidades, y a precios accesibles durante todo el año en curso, para el buen funcionamiento del restaurante Ally Micuna.

Comunicación

En lo que se refiere a la comunicación, el lugar donde se ubicara el restaurante cuenta con medios de comunicación, como línea telefónica, cobertura de telefonía celular, acceso a internet, lo que facilita una dinámica comunicación entre la empresa, proveedores, clientes lo que facilita en gran medida la comunicación.

Vías de comunicación

Las vías de comunicación cumplen con un papel fundamental en dar el acceso necesario a todos nuestros clientes y proveedores, así como para abastecernos de materia prima. El lugar en el cual se encontrará la empresa es uno de los lugares con plusvalía de la ciudad de Tena, además de ser una vía concurrida por muchos turistas su belleza paisajística y atractivos turísticos llaman la atención a los clientes y esto lo hace dinámico y eficiente.

Disponibilidad de mano de obra

Para la mano de obra se debe considerar contar con personal eficientemente capacitado y calificado, para poder realizar las tareas que se demandan en el buen funcionamiento de un restaurante de comidas típicas amazónicas Ally Micuna , en

lo que respecta a la empresa podríamos decir que mano de obra si existe ya que la empresa fomenta su excelencia gastronómica esto hace que la mano de obra sea parte importante a tomar en cuenta, ya que se permiten poder establecer u contar con una buena oferta de mano de obra.

Servicios básicos

En relación con los servicios básicos, el lugar donde se encontrará la empresa cuenta con todos los servicios básicos necesarios para que se lleve a cabo una buena prestación de servicio en lo que respecta al restaurante de comidas típicas amazónicas Ally Micuna, entre los principales servicios existentes tenemos: Luz Eléctrica, Agua Potable, Línea telefónica, fija y celular, alcantarillado recolección y clasificación de basura, etc.

Cercanía al mercado

El lugar donde se encontrará ubicado el restaurante Ally Micuna, se considera el adecuado, puesto que a ubicación es la ideal para los clientes, a que al encontrarse en una parte céntrica de la parroquia Pano es de fácil acceso para los consumidores y proveedores.

Viabilidad técnica:

La viabilidad técnica se considera ante un determinado proyecto, en este caso un Restaurante de comida típica Ally Micuna, considerando que se posea un recurso útil antes de la iniciación o de la prestación del servicio, de este modo se minimiza el margen de error ya que todas las circunstancias vinculadas a los proyectos son estudiadas.

Para ello se analiza las características tecnológicas y naturales para llevar a cabo el mismo, y si se encuentra en condiciones de seguridad para trabajar con esta tecnología, verificando factores como: resistencia, durabilidad, mecanismos de control y su el lugar es el más viable para instalar un Restaurante de comida típica Ally Micuna.

Maquinaria adecuada

Para la implementación del Restaurante “Ally Micuna”, se cuenta con maquinaria adecuada para llevar a cabo la prestación del servicio, ya que la mayoría de maquinaria de construcción es en acero inoxidable, ladrillo, cemento, su techo de paja toquilla, implementos, utensilios, y utillaje, se cuenta y es de fácil acceso.

Grafico N° 21. Croquis de microlocalizacion.



Fuente: Alexandra Karina Viteri Andi
Elaborado por: Alexandra Karina Viteri Andi

f. Ingeniería del Proyecto

La principal finalidad que tiene la ingeniería del proyecto es resolver todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta. En este estudio determinamos los aspectos relacionados con la tecnología necesaria, el proceso productivo, la infraestructura física requerida, así como, los equipos necesarios para la operación de la planta.

Distribución de la planta

La distribución de la planta se encuentra en formato A3 y en donde se explica lo siguiente: Dimensiones del Restaurante Ally Micuna, plantas arquitectónicas, cortes y fachadas, implantación general, instalaciones eléctricas y sanitarias, perspectiva general. Está determinada por el rendimiento máximo que pueda alcanzar el componente tecnológico en un periodo de tiempo determinado. Está en función de la demanda a cubrir durante el periodo de vida de la empresa. El terreno donde se implementará el restaurante turístico es de El área total restaurante 300 x 250 metros cuadrados. La distribución del área y equipo deben brindar las condiciones óptimas de trabajo, haciendo más económica la operación del restaurante, cuidando además condiciones de seguridad. Las instalaciones necesarias son las siguientes áreas:

- a) **Área de estacionamiento:** Reservado para el estacionamiento de los clientes.
- b) **Área administrativa:** área donde se encuentra el espacio mobiliario de oficinas; en esta parte se desarrollan las actividades contables y de facturación a proveedores
- c) **Área de restaurante:** área donde se encuentra el espacio de cocina y restaurante.
- d) **Área verde:** productos que servirá para el proceso de los platos típicos.

Áreas del restaurante

- Las Áreas que se distribuirán son: Tamaño de planta
- El área total del terreno es de 500 m²
- El área total restaurante 300 x 250 m

Área de Servicio será de 132m², distribuida de la siguiente manera: donde se distribuirán las 10 mesas redondas.

Cada mesa estará dispuesta para cuatro sillas, y se considerará el espacio de la mesa y de las cuatro sillas, destinando un total de 1,50 x 1,10m, para facilitar el paso de los clientes en el establecimiento.

Área de Cocina será de 8,75m², esta área donde constará el área de gas se ubicará cerca del área de cocina y contará con un área total de 1m. Tendrá espacio para 2 cilindros de gas.

Área de Despensa estará continua al área de cocina y tendrá un área total de 3m Este espacio estará destinado para el almacenamiento de la materia prima del establecimiento.

Área de Servicios Higiénicos para los clientes será de 20m². Estará dividido para mujeres, hombres. Estarán a disponibilidad de los clientes un total de 2 servicios higiénicos; uno para mujeres, uno para hombres

Área Administrativa será de 4,5m² y se destinará para la gestión y la planificación de todos los procesos operativos del restaurante se encontrará junto al restaurante

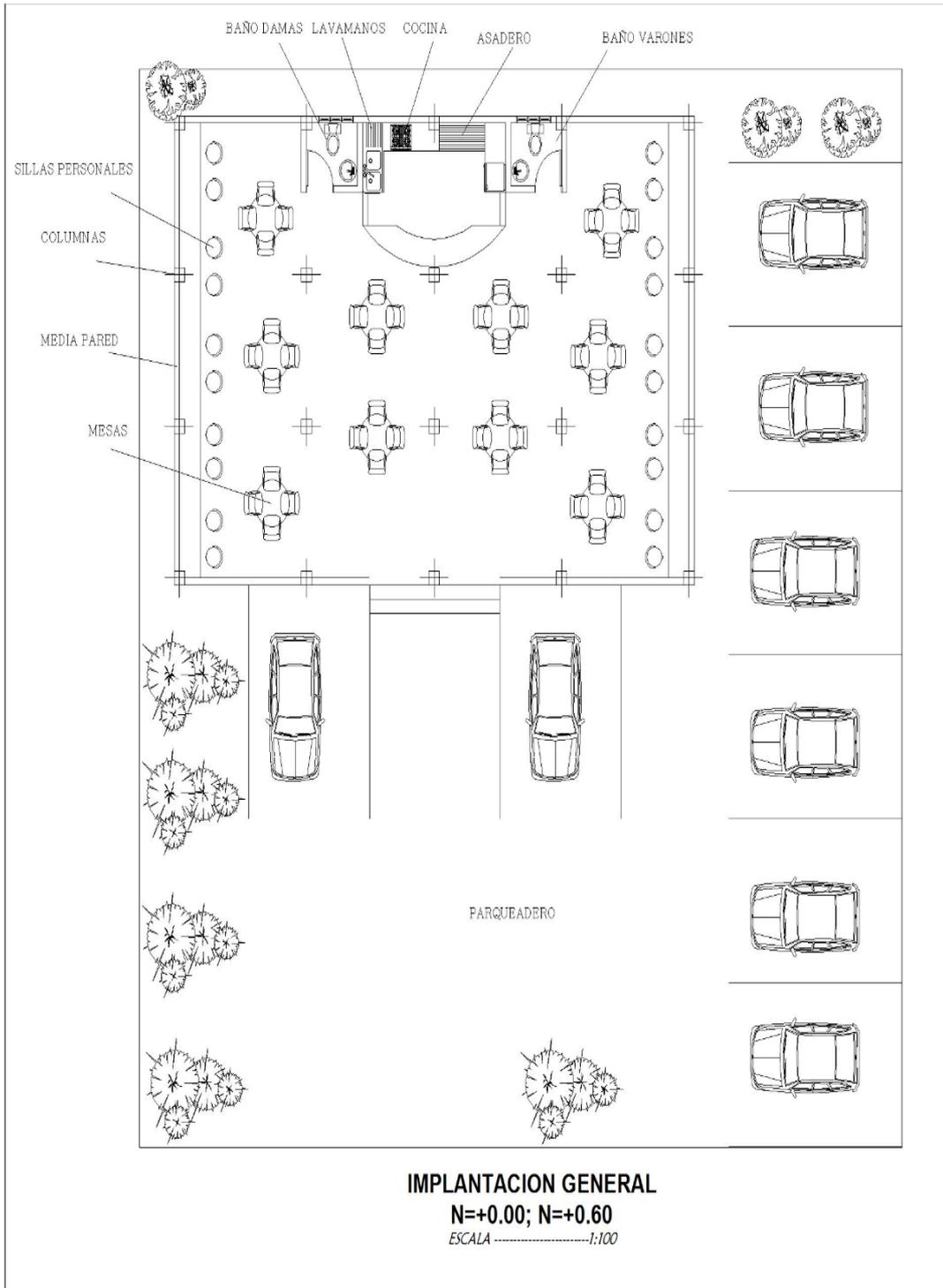
Área de Parqueadero estará dispuesta para automóviles y para bicicletas.

Área de Huerto Orgánico será de 150m² y será el espacio donde se producirán las materias primas para el establecimiento. Este espacio pretende suplir de alguna manera la provisión de materia orgánica.

Diseño de la infraestructura física

Se relaciona exclusivamente con la parte física del restaurante, se determina las áreas requeridas para el cumplimiento de cada una de las actividades en la fase operativa, en esta parte de estudio siempre contará con asesoramiento de los profesionales de la construcción.

Grafico N° 22. Plano arquitectónico

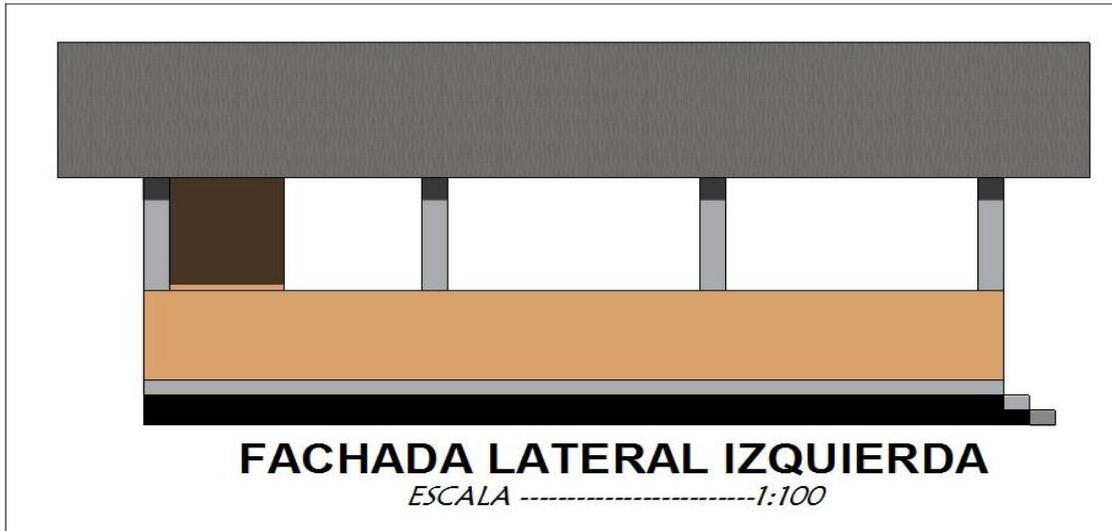


Fuente: Ing. Marlon Molina Luzuriaga
Elaborado por: Alexandra Karina Viteri Andi

Diseño de la planta

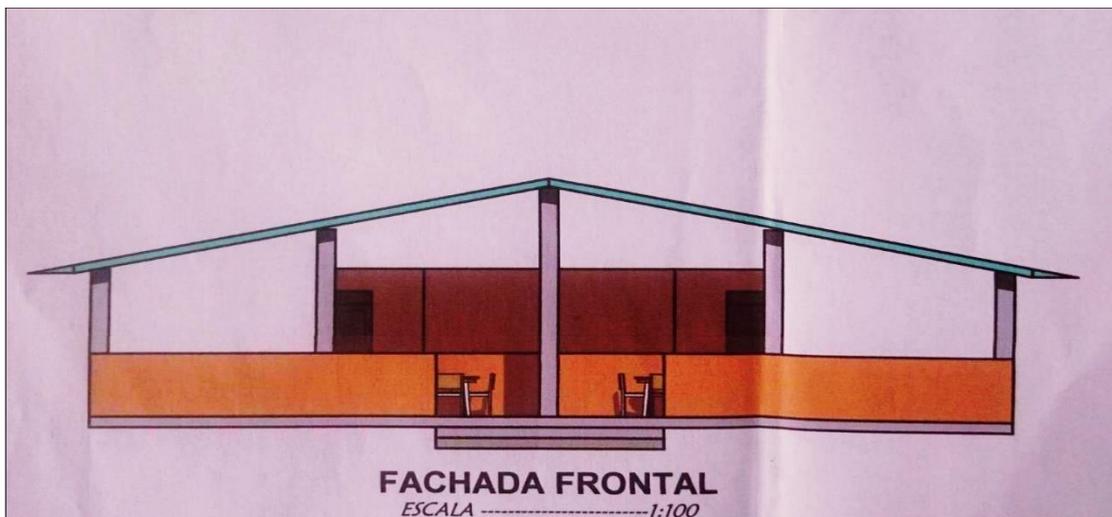
Está determinada por el rendimiento máximo que pueda alcanzar el componente tecnológico en un periodo de tiempo determinado. Está en función de la demanda a cubrir durante el periodo de vida de la empresa.

Grafico N° 23. Fachada lateral izquierda del Restaurante



Fuente: Ing. Marlon Molina Luzuriaga
Elaborado por: Alexandra Karina Viteri Andi

Grafico N° 24 Fachada lateral frontal del Restaurante



Fuente: Ing. Marlon Molina Luzuriaga
Elaborado por: Alexandra Karina Viteri Andi

Grafico N° 25 Esquema de la axonometría con cubierta



Fuente: Ing. Marlon Molina Luzuriaga
Elaborado por: Alexandra Karina Viteri Andi

Componente tecnológico

Consiste en determinar el equipo necesario a los requerimientos del restaurante de comidas típicas amazónicas Ally Micuna y esté acorde con los niveles de producción esperados de acuerdo con el nivel de la demanda a satisfacer, para su determinación es punto clave de información sobre la demanda insatisfecha y porcentaje de cobertura. Es importante indicar que para la elaboración de las parrilladas no se necesita de maquinaria de última tecnología.

La tecnología debe responder a ciertas condiciones de mercado pues la misma no deberá ser ni muy de punta, ni tampoco muy caduca, es decir tiene que adaptarse al medio y sobre todo a las necesidades del proyecto, se debe evitar los desperdicios de la capacidad instalada, puesto que a la larga se convertirá en una capacidad inútil.

A continuación, realizamos una especie de inventario de lo que necesitaremos para implementar el restaurante Ally Micuna, el equipo y maquinaria necesaria que se requiere para la apertura del establecimiento.

Cuadro N° 32 Balance de equipos y maquinas

DESCRIPCIÓN DE MAQUINARIA DE COCINA					
HERRAMIENTA	CANT. DE UNIDADES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	VIDA UTIL	DEPRECIACIÓN
Generadoras de Calor	2	Anexo cuadro N° 4	700,00	10	10%
Generadoras de Frio	3	Anexo cuadro N° 4	1150,00	10	10%
Maquinaria Auxiliar	2	Anexo cuadro N° 4	170,00	10	10%
DESCRIPCIÓN DE HERRAMIENTAS DE COCINA					
Valor de la batería y utilaje de Cocina	90	Anexo cuadro N° 4	850,00	5	20%
DESCRIPCIÓN DE MUEBLES Y ENSERES					
Valor de mobiliarios para el Restaurante	10	Anexo cuadro N° 4	360,00	10	10%
Valor Muebles y Enseres para el restaurante	67	Anexo cuadro N° 4	2260,00	10	10%
Valor de los equipos de oficina	4	Anexo cuadro N° 4	230,00	10	10%
Valor de los equipos de computo	3	Anexo cuadro N° 4	1030,00	3	33%
Valor de equipos de sonido y electrodomésticos	2	Anexo cuadro N° 4	715,00	5	20%
Valor de mantelería y menaje	102	Anexo cuadro N° 4	571,00	5	20%
DESCRIPCIÓN DE LA CONSTRUCCIÓN DEL RESTAURANTE					
HERRAMIENTA	CANT. DE UNIDADES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	VIDA UTIL	DEPRECIACIÓN
Pavimentos y Pisos antideslizantes	50	Anexo cuadro N° 4	10000,00	20	5%
Zonas de Trabajo, elaboración y limpieza	3	Anexo cuadro N° 4	5500,00	20	5%
Techos y paredes anticorrosivos	2	Anexo cuadro N° 4	8000,00	20	5%

Fuente: Alexandra Karina Viteri Andi

Elaborado por: Alexandra Karina Viteri Andi

Economato, Accesos y zonas de Personal		Anexo cuadro N° 4	1000,00	20	5%
Instalaciones de agua, luz, acústica y gas canalizado		Anexo cuadro N° 4	500,00	20	5%

Maquinaria:

Con la descripción del proceso productivo, con el programa de producción y con el tamaño del proyecto, se deben especificar los equipos, la maquinaria y las herramientas necesarias, describiendo a su vez las características principales como son: tipo, capacidad, rendimiento, vida útil, peso, dimensiones, costo, etc.

Grafico N° 26. Cocina



BOSQUEJO DEL ÁREA DE COCINA

Grafico N° 27. Maquinaria y utensilios para la cocina para el restaurante Ally Micuna

Cocina industrial



parilla Asador



Congelador horizontal



refrigeradora



Mesa de trabajo



Espátula



Varilla para mover el carbón



Juego de Cuchillos



juego de Ollas



Sartén



Licadora Industrial



Tabla de picar



Cernidor



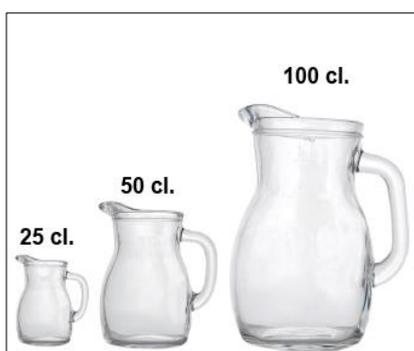
Tenedores



Jarras



Pocillos para el ají



juego de vajilla



Mobiliario para restaurante Ally Micuna

- Mesas y sillas adecuadas para el restaurant: Son mesas y sillas que se adecuarán a la necesidad del restaurante Ally Micuna son edificadas a la medida y 100% en madera.

GraficoN° 28 Mobiliario



Fuente: Restaurante el Jardín

Elaborado por: Alexandra Karina Viteri Andi

Mantelería para las mesas y adornos: Su mantelería consta de colores vivos de la naturaleza y la cultura amazónica

-Tv y equipo de sonido: para más comodidad y disfrute de los clientes

Muebles y enseres para el restaurante Ally micuna

Permitirá desarrollar todas las actividades administrativas y de planificación por parte de la dirección del restaurant.

Grafico N° 29. Bosquejo del área de oficina



Fuente: Restaurante el Jardín

Elaborado por: Alexandra Karina Viteri Andi

Descripción del proceso del restaurante Ally Micuna:

En esta parte se describe el proceso mediante el cual se obtendrá el o los productos, o se genera un servicio, es importante indicar una de las fases del proceso, aunque ya que en algunos casos ellos se constituyen en información confidencial para el manejo interno de la organización.

En el presente proyecto se debe determinar bien los procesos, ya que al ser un restaurante de comida típica amazónica, consta de dos procesos productivos tradicionales, además el servicio de primera pues la clave está en la atención y servicio al cliente.

El restaurante de comida típica presentará una arquitectura tradicional típica y tecnológica de la provincia y con una innovación sofisticada, manteniendo las características propias de las construcciones existentes en la parroquia Pano para mantener su cultura; En su interior, se manejará un ambiente tradicional, donde se exhibirán evidencias de la importancia de la cultura de los pueblos kichwas de nuestra provincia Napo, complementados con muestras donde se reconocerá la importancia del consumo de alimentos típicos, todo esto en contraste de un diseño interior tradicional de ladrillo visto y madera. Estas particularidades se manejarán

a través de principios de elegancia y comodidad, con la intención de que los clientes puedan degustar de los alimentos en un ambiente distinguido y acogedor.

RECEPCIÓN, ALMACENAMIENTO E INVENTARIO DE MATERIA PRIMA:

Esta etapa es la más importante porque la correcta recepción, almacenamiento e inventario de toda la materia prima nos permite poder determinar los menús que tenemos disponibles para poder ofertar.

1. RECEPCIÓN DE CLIENTES:

Hay que asegurarse de que se ubiquen en un lugar muy cómodo, preguntando cuantas personas van a asistir a la mesa, y de esta manera permitirles decidir cómodamente su pedido.

2. OFERTA DE BEBIDAS Y PIQUEOS

En esta parte, se trata de manejar correctamente el escenario entre la oferta y la demanda, se ofrecen piqueos para que de esta manera tengas tiempo de elaborar los platos que pidan, o también se les ofertan bebidas como la guayusa.

3. RECEPCIÓN Y PRODUCCIÓN DE LA ORDEN

Una vez receptado el pedido, el chef tiene que hacer trabajar a máxima velocidad y calidad a todos los integrantes de la cocina, con el afán de ser los más eficaces y meticoloso posible.

4. CONTROL DE INVENTARIO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS Y MAS

Esto se lo hace con el afán de mejorar los tiempos de producción, es decir hay que poner cerca del cocinero los ingredientes esenciales, como agua caliente,

aceite, sal, y al momento de hacer el inventario van a tener la seguridad de ofertar lo que realmente hay para preparar.

5. CONTROL, PRESENTACIÓN Y SERVICIO DE PEDIDOS

En esta etapa el mesero debe de asegurarse que cuando sirva los pedidos, los clientes estén satisfechos, en sus bebidas, en las servilletas, cubiertos, y salsas, ya que una correcta atención asegura eventuales visitas posteriores

6. CONTROL DE CALIDAD DE REALIZACIÓN DEL COBRO

En esta etapa el mesero lleva la cuenta y realiza el cobro, pero antes el chef tiene que acercarse a la mesa a realizar un control de calidad, preguntando a los clientes si es que les agrado lo que se les oferto.

7. LIMPIEZA Y READCUACIÓN DEL ESPACIO UTILIZADO

Cuando se realiza la limpieza el mesero, tiene que primero salvaguardar los platos y y vasos, después tiene que realizar un correcto cambio de servilletas y de mantel si es que así lo amerita el caso, lo importante es dejar el espacio conforme se amerite la recepción de un nuevo cliente.

Diseño del Proceso Productivo de atención para el restaurante Ally Micuna

A continuación, un detalle de los procesos en el área del restaurante:

1. Recepción, bienvenida y registro al cliente

se realiza la recepción en donde se involucra un respectivo saludo cordial y además se registra al grupo de clientes, bajo el nombre de alguno de ellos con el afán de darle una tarjeta de registro de consumo.

2. Ubicación del cliente

La ubicación del cliente representa la parte estratégica del negocio, porque el que se sientan cómodos, depende la cantidad de consumo que realizan por lo que siempre se tiene que adecuar correctamente a los clientes, logrando la comodidad absoluta de los mismos.

3. Entrega de la carta de menú

Cuando el mesero entrega la carta de menú de los principales platos típicos y bebidas, tienen que hacerlo primero saludando cordialmente, sugiriendo las promociones y posteriormente estar pendiente del pedido.

4. Toma del pedido por parte del mesero

Cuando se toma el pedido, se debe ir explicando cordialmente lo que contiene cada una de los platos y bebidas, sobretodo sugiriendo la variedad, por eso la instrucción del mesero debe ser muy buena.

5. Preparación del pedido

El chef, es quien receipta el pedido que se requiere, y empieza otro proceso interno con los ayudantes de cocina, que deberá estandarizarse a fin de obtener la misma calidad y sabor en los diversos platos que se ofrecen, la continuidad en consumo del cliente depende mucho de la calidad de preparación de las bebidas.

6. Consumo

El cliente consume armónicamente su pedido, y a la vez el mesero debe estar pendiente de que se sientan a gusto, además de revisar continuamente el correcto estado de las mesas, y estar pendiente de servilletas, ofertar picaditas.

7. Agradecimiento por la visita

Al realizar el agradecimiento por la visita, el mesero se debe dirigir a la mesa, con un distintivo del local, y además preguntando por la calidad de los

platos que se sirvieron, además debe agradecer cordialmente por la visita y si es posible tomar una foto para tener de recuerdo del restaurante.

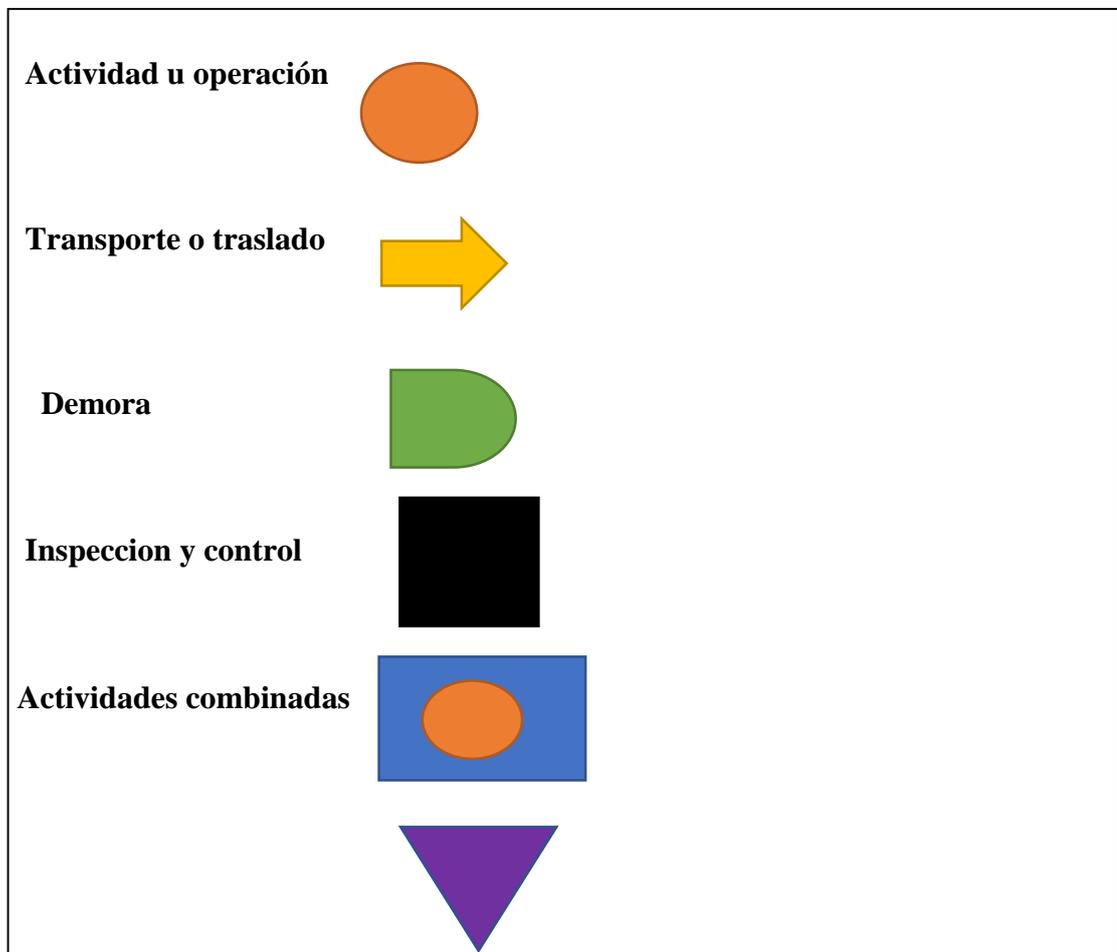
7. Liquidación y pago del cliente en caja y salida del local

Al realizar el pago por parte del cliente, únicamente se pide la tarjeta en donde se registró todo el consumo del grupo, se receipta el dinero en efectivo o tarjeta de crédito, y además se entrega las diversas promociones que se ofertara posteriormente.

Flujo grama de proceso de atención al cliente

En este cuadro se describe el proceso del restaurante Ally Micuna, indicando las fases representadas con los tiempos necesarios para cada una de ellas y clasificando las acciones del proceso. Consiste en la representación gráfica del proceso productivo, este flujo grama lleva gráficos como:

Grafico N° 30. Simbología.

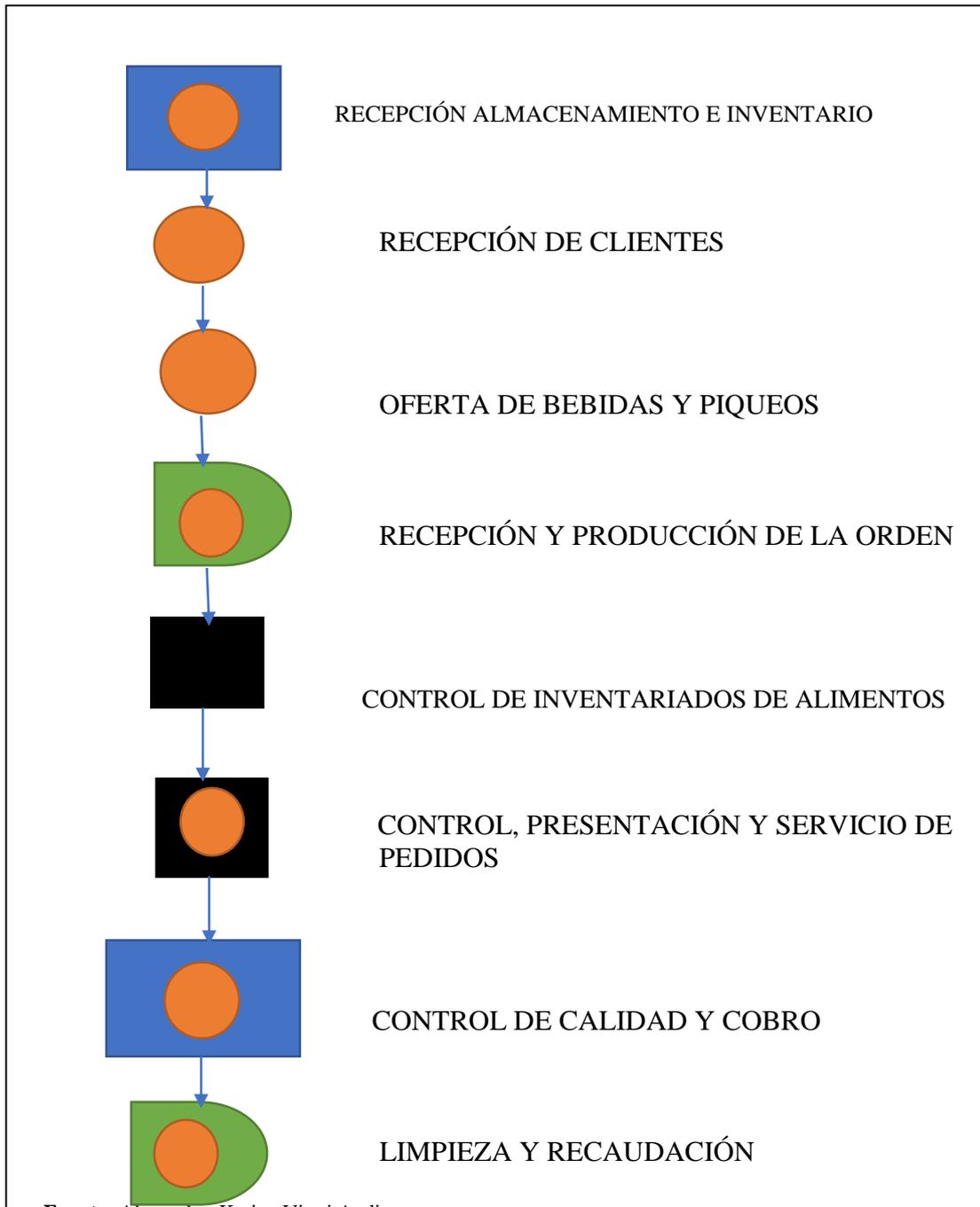


Archivo- almacenaje

Fuente: Alexandra Karina Viteri Andi

Elaborado por: Alexandra Karina Viteri Andi

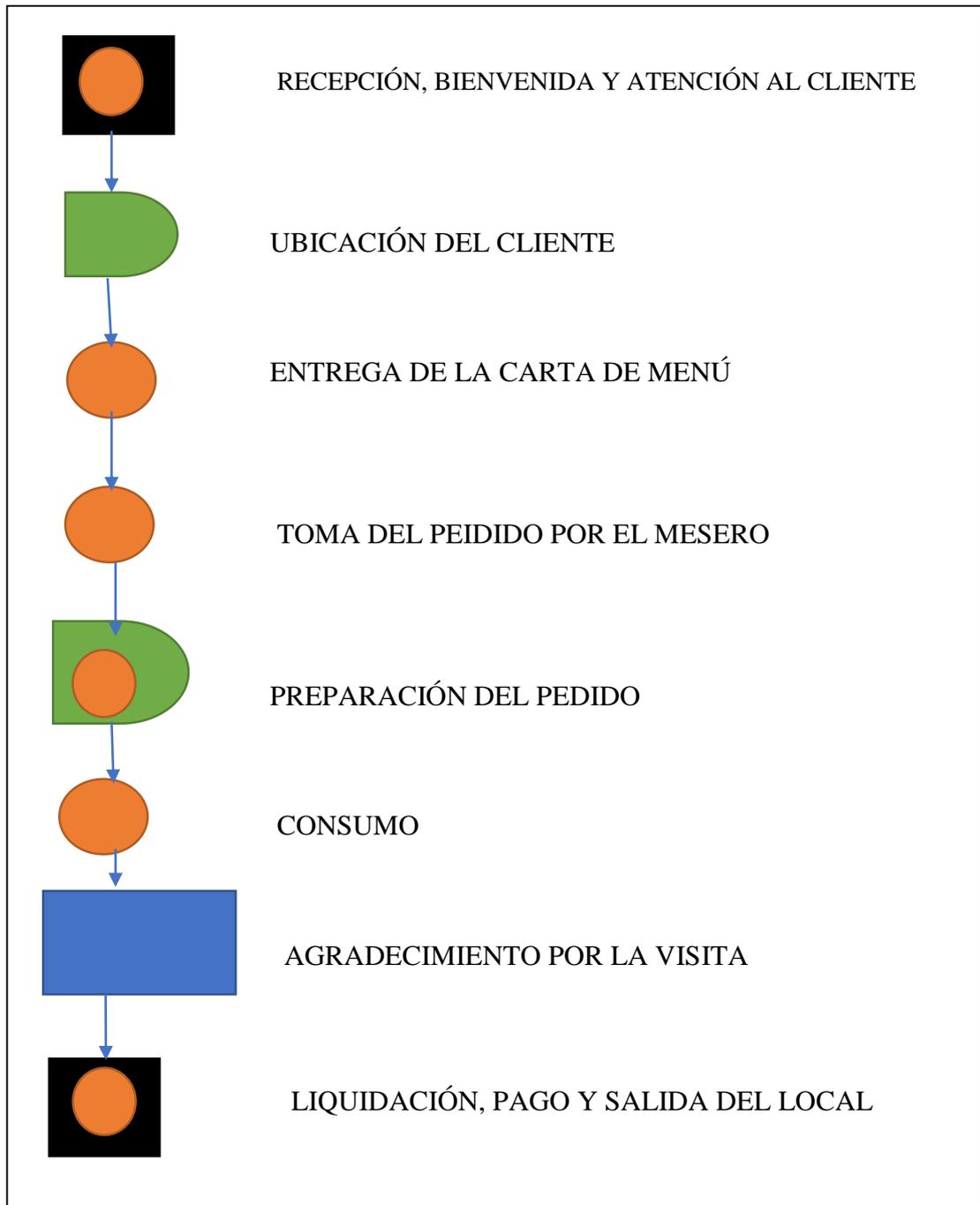
Grafico N° 31. Diagrama de flujo del proceso del restaurante Ally Micuna



Fuente: Alexandra Karina Viteri Andi

Elaborado por: Alexandra Karina Viteri Andi

Grafico N° 32. Diagrama de flujo del proceso productivo del Restaurante Ally Micuna



Fuente: Alexandra Karina Viteri Andi
Elaborado por: Alexandra Karina Viteri Andi

g. Diseño administrativo

Dentro del estudio administrativo se encuentra comprendida la estructura organizacional y la estructura legal; herramientas fundamentales para el funcionamiento del negocio.

Aspectos tributarios legales administrativos

De la misma manera como las variedades técnicas determinan de manera importante las inversiones y costos del proyecto hay un conjunto de variables relacionadas con la gestión que inciden en el resultado de la evaluación por la magnitud que pueden alcanzar en la estructura total de egresos.

Aspectos tributarios

Un elemento típico de costo que incluye directamente en cualquier proyecto de inversión es el tributario. En muchos casos tendrá un efecto negativo, sobre los flujos de caja, pero en otros casos es positivo.

h. Organización legal y administrativa

Para la constitución del restaurante Ally Micuna, se ha tomado en cuenta el tipo de restaurante que mejor se adapte a las actividades de alimentos y bebidas, así que en este caso se aplicará responsabilidad de un solo propietario, y que una vez constituida podrá funcionar normalmente en la parroquia Pano.

Organización Legal

Para tramitar la parte legal de una empresa se requiere de ciertos parámetros, los mismos que a continuación se detallan:

Requisitos para obtener la licencia Única Anual de funcionamiento para Establecimientos Turísticos.

1. Solicitud dirigida al sr. Alcalde
2. Certificado de registro concedido por el MINTUR
3. Copia de RUC
4. Copia del pago de los impuestos municipales (patente, activos totales, cuerpo de bomberos y licencia única anua de funcionamiento)
5. Formulario N.2 para permiso de funcionamiento
6. Formulario N.3 para trámite de licencia anual de funcionamiento
7. Especie valorada para permiso de funcionamiento de la jefatura vigente
8. Especie valorada para la licencia única anual de funcionamiento
9. Copia de la cédula de identidad del representante legal del establecimiento
10. Copia del permiso del funcionamiento otorgada por el cuerpo de bomberos
11. Lista de precios impresa y actualizada
12. Certificado otorgado por la Cámara Provincial de Turismo de Napo

Requisitos del Ministerio de Turismo

Se deben presentar los siguientes documentos para tramitar la licencia de funcionamiento en el Ministerio de Turismo:

1. Copia certificada de la Escritura de Constitución de la Compañía
2. Nombramiento del Representante Legal (Hoja de Vida)
3. Capital Social suscrito y pagado
4. Certificado de la Dirección de Propiedad Intelectual
5. Lista de Precios
6. Nombramientos del personal, requerimientos, características y funciones
7. Presentación de programas y proyectos

Requisitos del Ministerio de Salud Pública

1. Plantilla de inspección
2. Derecho por servicio de inspección
3. Carné de salud ocupacional del personal (copia)
4. Copia de la cédula del propietario o representante legal
5. Copia del RUC del establecimiento
6. Copia del certificado del cuerpo de bomberos

Requisitos del Cuerpo de Bomberos

Informe favorable de inspección, realizada por el señor inspector del cuerpo de bomberos.

- Copia de la cédula de ciudadanía del representante legal o propietario.
- Copia del RUC
- Copia de la patente municipal vigente.
- Copia de certificado de centralita de gas emitida por el cuerpo de bomberos

RUC:

Identifica al contribuyente ante la administración tributaria. Este documento se obtiene en el Servicio de Rentas Internas cuyos requisitos para obtener este documento como personal natural es la siguiente

Original y copia de cédula de identidad o de pasaporte, con hojas identificación y tipo de visa.

- Original del certificado de votación del último proceso electoral.
- Original y copia de cualquiera (solo uno) de los siguientes documentos que certifique la dirección donde se realizara la actividad económica: planilla de agua, teléfono o luz de los últimos tres meses; estado de cuenta bancaria, tarjeta de crédito o celular de los últimos tres meses

Patente Municipal:

La patente municipal grava a toda persona natural o jurídica que ejerza una actividad comercial en el cantón Tena. Este documento se lo obtiene en el GAD Municipal previo a esto se debe presentar los siguientes documentos.

- Copia del RUC
- Copia de cédula de identidad y certificado de votación del propietario o representante legal en caso de personas jurídicas.
- Dirección donde funciona el negocio.

Estructura Administrativa

NOMBRE DE LA EMPRESA: El restaurante se denomina “ALLY MICUNA”

DOMICILIO: Estará ubicada en la ciudad de Tena, parroquia Pano, calles Pano y avenida Mancino, frente a la escuela Guillermo Kadle.

CAPITAL SOCIAL: De acuerdo con lo establecido por el propietario su monto es de \$ 20.925,86 y el crédito es de 27.097,50 \$ dando un total del monto de 48.023,36 dólares americanos.

OBJETIVO SOCIAL: La empresa “ALLY MICUNA”, tendrá como objetivo la prestación de servicios y productos turísticos en la parroquia Pano.

PLAZO DE DURACIÓN: La empresa tendrá un plazo de duración de 10 años a partir de la fecha de suscripción de la misma en el registro mercantil.

ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA: Los niveles administrativos cumplen con la función de responsabilidad a ellos originados por la ley por necesidad o por costumbre con la finalidad de lograr las metas objetivas propuestas.

VISIÓN: “Constituirse en uno de los principales restaurantes turísticos, mediante la efectiva diferenciación de los competidores, priorizando los aspectos turísticos

relevantes de la región, brindando las facilidades para que los turistas disfruten de un momento memorable”.

MISIÓN: “Proporcionar a los turistas un servicio de calidad, diferenciado, proporcionando confort y seguridad al cliente en un ambiente tradicional, optimizando el uso de los recursos disponibles”.

Objetivos de la Empresa: Los objetivos que la empresa pretende alcanzar deben fundamentarse en cuatro perspectivas: crecimiento y aprendizaje, interna, del cliente y financiera. Se basa en el principio de causa y efecto:

Cuadro N° 33. Objetivos de la Empresa

PERSPECTIVA	OBJETIVO
Crecimiento y Aprendizaje	Crear y consolidar un equipo de trabajo identificado con la Empresa incentivando la capacitación especializada y la aplicación de políticas innovadoras.
Interna	Implementar la administración por procesos y medir los resultados en base a la ejecución, promoviendo la mejora continua como eje de acción.
Cliente	Brindar un servicio diferenciado dentro de la industria mediante la generación constante de atributos alcanzando una considerable captación del mercado.
Financiera	Diversificar los ingresos mediante la creación de nuevos productos de interés de los clientes.

Fuente: Alexandra Karina Viteri Andi

Elaborado por: Alexandra Karina Viteri Andi

Principios y Valores de la Empresa: La empresa debe instituir principios y valores para consolidar su dirección. Estos deben ser alineados a las creencias y deben generar una cultura organizacional.

a. Principios

- Relaciones basadas en la confianza; permitiendo un acercamiento de calidad y calidez con los usuarios.
- Consideración por la integridad de las personas; en el trato personal y la prestación del servicio.
- Trabajo en equipo; para generar mayor sinergia en la consecución de las actividades.
- Respeto por los aspectos tradicionales; para integrar las fortalezas de la región con el servicio.

b. Valores

- Respeto
- Lealtad
- Honestidad
- Equidad
- Responsabilidad

Capacidad administrativa: La empresa constará de talento humano capacitado en áreas administrativa turística que haga posible un funcionamiento eficaz y eficiente que apoye a la consecución objetivos por ende a la optimización de recursos.

Según el requerimiento de la empresa se ha tomado en cuenta los horarios en según el funcionamiento del restaurante de comidas típicas amazónicas Ally Micuna, los empleados tendrán el gozo de un día a la semana libre o según la organización del administrador.

Cuadro N° 34. Horarios por Cargo

CARGO	TURNO 1	
	DESDE	HASTA
Meseros, chef, Cajero	10H00	18H00
Cocinero polivalente	10H00	18H00
Auxiliares de cocina	10H00	18H00
Gerente o administrador	10H00	19H00

Fuente: Alexandra Karina Viteri Andi

Elaborado por: Alexandra Karina Viteri Andi

Estructura organizacional

La estructura organizacional del negocio se definirá en reunir y consolidar un grupo de trabajo a la altura de ofrecer un servicio distinguido y eficaz, en función de cristalizar cada uno de los objetivos del restaurante, con el único propósito de posicionarla dentro de parámetros de prestigio y autenticidad

El restaurante "Ally Micuna" contará con una estructura organizacional sencilla determinada en diversos niveles establecidos de acuerdo al giro del negocio que se pretende llevar a cabo, los mismos que permitirán que el Talento Humano conozca su posición laboral y sus funciones.

1.- Nivel ejecutivo

Es el máximo nivel de dirección del restaurante se encuentra representado por el gerente o administrador, él es quien establece las estrategias y políticas para el funcionamiento del negocio.

2.- Nivel de apoyo

Este nivel está conformado por la recepcionista o cajera y es quien tendrá relación directa con las actividades administrativas del negocio

3.- Nivel operativo

En este nivel se encuentran todos los responsables de ejecutar las actividades y los servicios turísticos del restaurante "Ally Micuna" que ofrecerá al

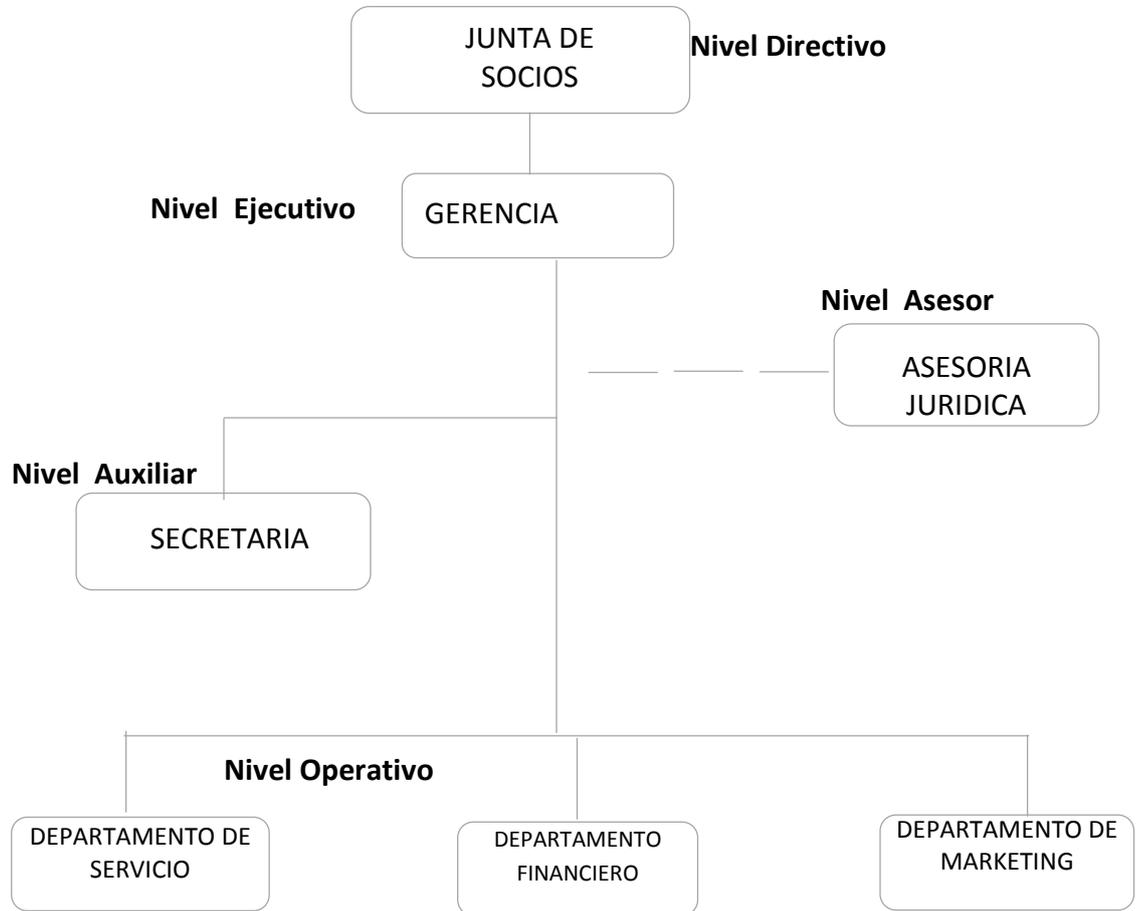
mercado. Para el restaurante Ally Micuna el Talento Humano es muy primordial, puesto que a través de este se realizarán las distintas actividades que contribuirán a que el negocio se mantenga en el tiempo.

Para la prestación de servicios y el desarrollo actividades turísticas inicialmente se contará con el siguiente personal: 1 administrador, 1 recepcionista, 1 cocinero, 1 cocinero polivalente, 1 ayudante de cocina y 2 meseros. La estructura organizativa del restaurante Ally Micuna se representa a través de organigramas estructural y funcional los cuales indican las líneas de autoridad y responsabilidad.

En el organigrama que se muestra a continuación se indica gráficamente la posición o estructura jerárquica del personal que trabajará dentro del restaurante.

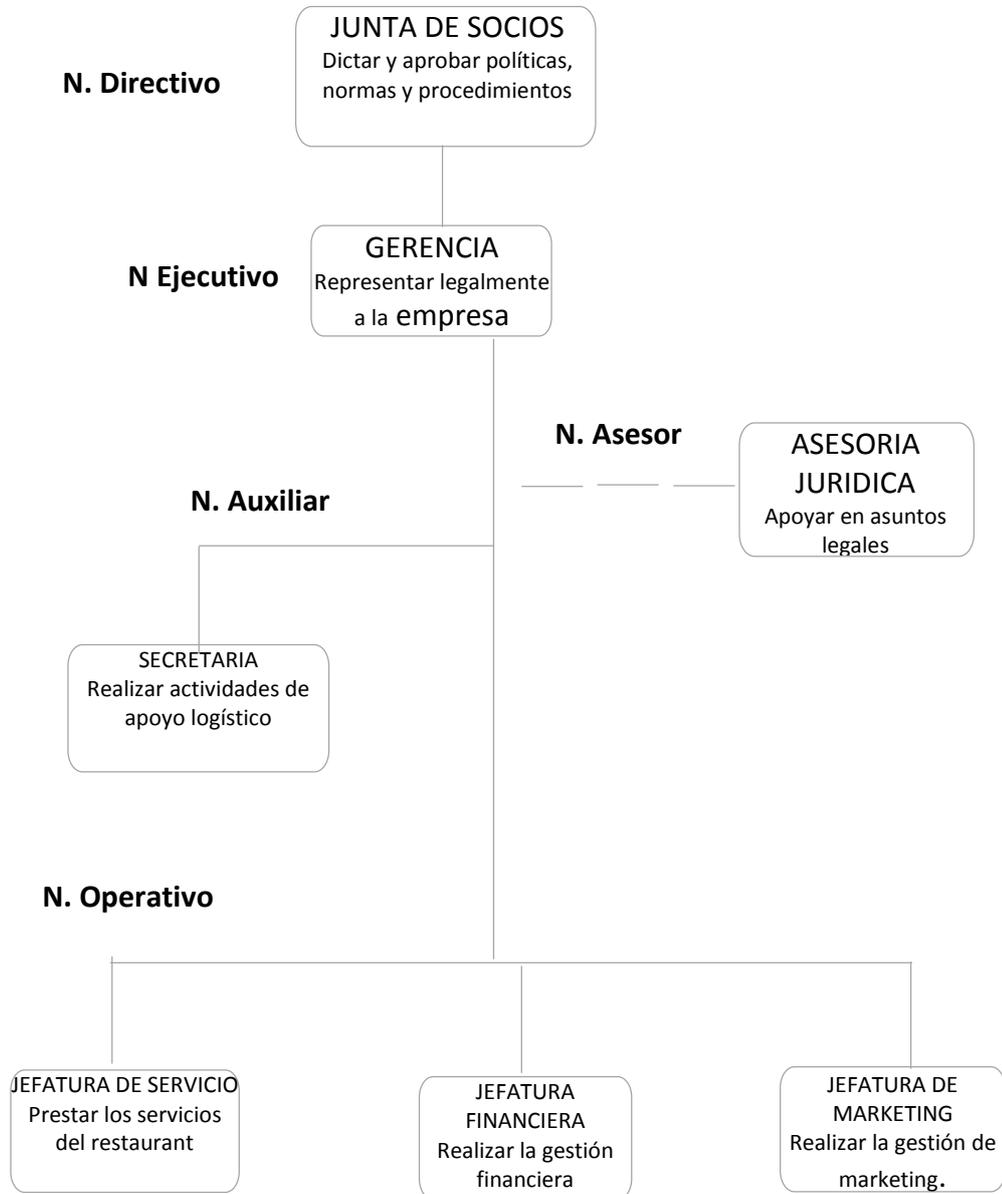
ORGANIGRAMAS

Grafico N° 33. ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



Elaboración: Alexandra Karina Viteri Andi

Grafico N° 34. ORGANIGRAMA FUNCIONAL



Elaboración: Alexandra Karina Viteri Andi

Grafico N° 35. ORGANIGRAMA DE POSICIÓN



Elaboración: Alexandra Karina Viteri Andi

Manual de funciones del restaurante Ally Micuna

Con el propósito de que el personal que va a laborar en el restaurante tenga el conocimiento de las funciones que tiene en su área de trabajo se ha elaborado el siguiente el manual de funciones. El manual describe la organización formal, especifica claramente los requisitos para cada puesto de trabajo, las funciones y relaciones autoridad.

MANUAL DE FUNCIONES	
NOMBRE DEL PUESTO: Administrador	JEFE INMEDIATO: Ninguno
CÓDIGO: RA: 001	NUMERO DE SUBORDINADOS: 6 personas
SUELDO: 622,61 \$	
FUNCIONES QUE REALIZA:	
<ul style="list-style-type: none"> • Planificar, organizar, dirigir y controlar el correcto y eficiente el funcionamiento del restaurante • Garantizar la imagen de la empresa con estándar de alto nivel y exigencia. • Garantizar los objetivos y resultados de la empresa • Coordinar estrategias eficaces para consolidar al restaurante en el mercado turístico. • Representante legal, judicial y extrajudicial al restaurante ante terceros • Establecer estrategias generales para alcanzar los objetivos del restaurante • Determinar las distintas funciones que debe desempeñar todo el personal. • Realizar periódicamente evaluaciones de desempeño al personal. • Manejar y asignar de manera óptima los recursos del restaurante • Motivar y liderar al personal • Supervisar las actividades que realiza el personal. • Crear un buen ambiente de trabajo, basado en la comunicación, colaboración y respeto. 	
INTERFAZ:	
Recepcionista o cajero del restaurante Ally Micuna	
REQUISITOS MÍNIMOS:	
<ul style="list-style-type: none"> • Educación: Título Profesional en Ingeniería en Administración de Empresas o carreras afines al turismo • Experiencia: 3 Años mínimo. • Capacitación: Seminarios y Talleres en Toma de decisiones y elaboración y ejecución de proyectos de inversión y desarrollo. 	
CONDICIONES DE TRABAJO:	
Riesgos: Es poco habitual que ocurra algún tipo de accidentes.	
ESFUERZO:	
<ul style="list-style-type: none"> • Físico: Esfuerzo mínimo para realizar si puesto de trabajo. • Mental: Atención intensa no sostenida en periodos cortos. 	

Fuente: Alexandra Karina Viteri Andi

Elaborado por: Alexandra Karina Viteri Andi

MANUAL DE FUNCIONES	
NOMBRE DEL PUESTO: Cajera/O	JEFE INMEDIATO: Administrador
CÓDIGO: RA: 002	NUMERO DE SUBORDINADOS: 5
SUELDO: 472,49\$	
FUNCIONES QUE REALIZA: <ul style="list-style-type: none"> • Encargado de dar la bienvenida a los clientes • Brindar toda la información de los servicios, actividades, precios, y formas de pago que se ofrece el restaurante • Lleva registros del movimiento y control de la caja. Realizar la venta de los servicios turísticos que ofrece el restaurante • Informar al cliente sobre promociones que que oferta el restaurante • Mantener buenas relaciones interpersonales con los clientes • Efectuar las respectivas reservas de los clientes. • Coordinar las llamadas telefónicas externas con el restaurante • Llevar diariamente los registros contables que se realicen en el negocio • Registrar los pagos por consumo de los servicios del restaurante 	
INTERFAZ: <ul style="list-style-type: none"> • Administrador del restaurante Ally Micuna • Meseros 	
REQUISITOS MÍNIMOS: <ul style="list-style-type: none"> • Educación: Título Profesional en Ingeniería en Contabilidad y Auditoría o Ingeniería Comercial o carreras afines • Experiencia: 3 Años mínimo. • Capacitación: Manejo de programas de contabilidad, calidad en servicio y atención al cliente, técnicas de archivo. 	
CONDICIONES DE TRABAJO: <ul style="list-style-type: none"> • Riesgos: Es poco habitual que ocurra algún tipo de accidentes. 	
ESFUERZO: <ul style="list-style-type: none"> • Físico: Es considerable el esfuerzo físico puesto que se lo realiza en varias posiciones. • Mental: Atención intensa no sostenida en periodos cortos. 	

Fuente: Alexandra Karina Viteri Andi

Elaborado por: Alexandra Karina Viteri Andi

MANUAL DE FUNCIONES	
NOMBRE DEL PUESTO: Chef	JEFE INMEDIATO: Administrador
CÓDIGO: RA: 003	NUMERO DE SUBORDINADOS: 2
SUELDO: 532,54 \$	
FUNCIONES QUE REALIZA:	
<ul style="list-style-type: none"> • Encargado de crear los alimentos para el consumo de los clientes. • Realizar junto con el administrador el inventario de cocina • Recibir, verificar y almacenar mercadería comprada o solicitada. • Controlar la calidad de los productos antes de ser preparados. • Crea recetas estándar y de menús conforme a los pedidos de los clientes. • Manejo del Personal de cocina. • Elabora informes de cada actividad realizada. 	
INTERFAZ:	
<ul style="list-style-type: none"> • cocinero polivalente • Ayudante de cocina 	
REQUISITOS MÍNIMOS:	
<ul style="list-style-type: none"> • Educación: Capacitación Profesional en Chef Profesional o Gastronomía. • Experiencia: 5 Años mínimo. • Capacitación: Autonomía y toma de decisiones, idioma inglés, creatividad, Manejo de clima laboral. 	
CONDICIONES DE TRABAJO:	
Riesgos: Es muy habitual que ocurra algún tipo de accidentes.	
ESFUERZO:	
<ul style="list-style-type: none"> • Físico: Esfuerzo máximo al momento de dirigir en cocina. • Mental: Atención normal, en cortos periodos de tiempo. 	

Fuente: Alexandra Karina Viteri Andi

Elaborado por: Alexandra Karina Viteri Andi

MANUAL DE FUNCIONES	
NOMBRE DEL PUESTO: Cocinero Polivalente	JEFE INMEDIATO: Chef
CÓDIGO: RA: 004	NUMERO DE SUBORDINADOS: 1
SUELDO: 472,49\$	
FUNCIONES QUE REALIZA:	
<ul style="list-style-type: none"> • Apoyo al jefe de cocina en la administración de existencias (stock) y control de consumo de la cocina. • Apoyo al jefe de cocina en la elaboración de menú o carta. • Ejecución de cortes y preparación de comestibles variados • Realizar cocción • Preparación, diseño, montaje y presentación de platos diversos. • Cuidado del área y maquinaria • Apoyo al jefe de cocina en la administración del stock. • Chequeo el estándar de calidad. • Control del consumo. 	
INTERFAZ:	
<ul style="list-style-type: none"> • chef • Ayudante de cocina 	
REQUISITOS MÍNIMOS:	
<ul style="list-style-type: none"> • Educación: Capacitación Profesional en Gastronomía. • Experiencia: 3 Años mínimo. • Capacitación: conocimientos, habilidades y actitudes consideradas en la Norma INEN, desarrollo gastronómico en empresas hoteleras y en restaurantes, Manejo de clima laboral. 	
CONDICIONES DE TRABAJO:	
<ul style="list-style-type: none"> • Riesgos: Es muy habitual que ocurra algún tipo de accidentes. 	
ESFUERZO:	
<ul style="list-style-type: none"> • Físico: Esfuerzo máximo al momento de dirigir en cocina. • Mental: Atención normal, en cortos periodos de tiempo. 	

Fuente: Alexandra Karina Viteri Andi

Elaborado por: Alexandra Karina Viteri Andi

MANUAL DE FUNCIONES	
NOMBRE DEL PUESTO: Ayudante de cocina	JEFE INMEDIATO: Chef
CÓDIGO: RA: 005	NUMERO DE SUBORDINADOS: Ninguno
SUELDO: 472,49\$	
FUNCIONES QUE REALIZA:	
<ul style="list-style-type: none"> • Ser la mano derecha del chef de cocina, siguiendo las normas, especificaciones y recetas cuidadosamente supervisadas por su superior. • Encargarse de la higiene y el mantenimiento de la cocina y manipulación de alimentos • Llevar la materia prima a la cocina para la preparación de los platos • Encargarse de emplatar una vez realizada la receta. 	
INTERFAZ:	
<ul style="list-style-type: none"> • Chef • cocinero polivalente 	
REQUISITOS MÍNIMOS:	
<ul style="list-style-type: none"> • Educación: Bachiller o profesional en Gastronomía. • Experiencia: 2 Años mínimo. • Capacitación: Nuevas tendencias alimenticias, aplicar normas de higiene INEN, preparación de nuevos menús en empresas hoteleras y en restaurantes, Manejo de clima laboral. 	
CONDICIONES DE TRABAJO:	
<ul style="list-style-type: none"> • Riesgos: El cargo está sometido a un riesgo potencial, con posibilidad de ocurrencia media 	
ESFUERZO:	
<ul style="list-style-type: none"> • Físico: Esfuerzo máximo al momento de dirigir en cocina. • Mental: Atención normal, en cortos periodos de tiempo. 	

Fuente: Alexandra Karina Viteri Andi

Elaborado por: Alexandra Karina Viteri Andi

MANUAL DE FUNCIONES	
NOMBRE DEL PUESTO: Mesero	JEFE INMEDIATO: Chef
CÓDIGO: RA: 006	NUMERO DE SUBORDINADOS: Ninguno
SUELDO: 472,49\$	
FUNCIONES QUE REALIZA:	
<p>Tomar la orden del cliente y procurar que su entrega sea inmediata.</p> <p>Servir a las mesas los diferentes platos solicitados por el cliente.</p> <p>Inspeccionar los platos o menús antes de ser entregados a los clientes.</p> <p>Conocer el menú para poder sugerir a los clientes al momento de su compra.</p> <p>Realizar el montaje de las mesas.</p> <p>Colaborar al cocinero en la preparación de pedidos.</p> <p>Cuidar de que no falte cubiertos y menaje necesario durante el pedido del servicio</p> <p>Mantener limpia y ordenada el área de comedor</p> <p>Servir los alimentos y bebidas a la mesa de una manera exclusiva</p>	
INTERFAZ:	
<ul style="list-style-type: none"> • Chef • cocinero polivalente • Recepcionista o cajera 	
REQUISITOS MÍNIMOS:	
<ul style="list-style-type: none"> • Educación: Bachiller o Profesional en atención y servicio al cliente. • Experiencia: 2 Años mínimo. • Capacitación: Nuevas tendencias de atención y servicio al cliente, como trabajar a presión, técnicas de servicio. 	
CONDICIONES DE TRABAJO:	
<ul style="list-style-type: none"> • Riesgos: El cargo está sometido a un riesgo potencial, con posibilidad de ocurrencia media 	
ESFUERZO:	
<ul style="list-style-type: none"> • Físico: El cargo exige un esfuerzo físico de estar parado constantemente y requiere de un grado de precisión manual y visual bajo. • Mental: Atención normal, en cortos periodos de tiempo. 	

Fuente: Alexandra Karina Viteri Andi

Elaborado por: Alexandra Karina Viteri Andi

3. ESTUDIO FINANCIERO

INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO

Dentro del análisis financiero de la empresa, la determinación de las inversiones y el financiamiento son partes fundamentales, ya que mediante la estructuración se podrá determinar el monto a invertir en el proyecto y las fuentes que financiarán el mismo.

a. Inversiones

Es la cantidad de recursos financieros, su objetivo es definir la cuantía de los requerimientos de activos de la empresa y se clasifican en:

a) Inversiones en Activos Fijos

Son las inversiones que se realizan en comprar bienes tangibles, se utilizan para garantizar la operación del proyecto entre ellos tenemos:

Terreno:

El terreno donde se desarrollará el proyecto del Restaurante Turístico estará ubicado en la parroquia Pano del cantón Tena. El mismo que es de 500 m² cuadrados. Su monto es de 14.000,00.

Cuadro N° 35. Presupuesto de la compra de terreno

Presupuesto de la compra de terreno			
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
1	compra de terreno	14.000	14.000
Total			14.000,00

Fuente: observación directa

Elaboración: Alexandra Karina Viteri Andi

Construcción:

La estructura física adecuada para el buen manejo el negocio. Su monto es de 25.000,00 que serán distribuidas en diferentes áreas.

Cuadro N° 36 Presupuesto de construcción

Presupuesto de Construcción			
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
1	construcción	25000	25000
Total			25.000,00

Fuente: observación directa

Elaboración: Alexandra Karina Viteri Andi

Maquinaria y Equipo:

Son aquellos instrumentos que van a permitir realizar la transformación de la materia prima en producto terminado o acabado, en este la comida a ofrecer. El monto de este rubro asciende los \$ 2.870.00

Cuadro N° 37 Presupuesto de equipo de cocina y utensilios

Presupuesto de equipos de cocina y utensilios			
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO	VALOR
		UNITARIO	TOTAL
1	refrigeradora	600,00	600,00
1	congelador	400,00	400,00
1	cocinas industriales	500,00	500,00
1	parilla-asador	200,00	200,00
1	licuadora industrial	150,00	150,00
1	muela de afilar	20,00	20,00
1	mesa de trabajo de cocina	150,00	150,00
2	pinzas parilleras	15,00	30,00
2	tabla de picar	15,00	30,00
1	juego de ollas	120,00	120,00
1	juego de sartenes	60,00	60,00
1	cernidor	5,00	5,00
1	juego de cuchillos	10,00	10,00
1	juego de cucharones	15,00	15,00
1	juego de espátulas	20,00	20,00
1	rallador	5,00	5,00
2	exprimidor de limon	5,00	10,00
1	tacho de basura grande	10,00	10,00
1	juego de bowls	15,00	15,00
1	juego de Jarras plásticas	20,00	20,00
6	juego de cubierteria, cristaleria y vajilla	50,00	300,00
10	juego de saleros, aji	2,00	20,00
50	cuyas	0,80	40,00
2	gavetas de plastico	15,00	30,00
2	cilindros de gas	40,00	80,00
2	valvulas industriales	10,00	20,00
2	metros de manguera para gas	5,00	10,00
Total			2.870,00

Fuente: observación directa

Elaboración: Alexandra Karina Viteri Andi

Equipo de oficina:

Se incluyen los valores correspondientes al equipo técnico que hará posible que las funciones administrativas se cumplan eficientemente. El monto total de rubro asciende a \$ 230,00.

Cuadro N° 38 Presupuesto de equipos de oficina

Presupuesto de Equipo de Oficina			
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
1	teléfono análogo	40,00	40,00
1	mesa de escritorio	70,00	70,00
1	sillon gerencial	50,00	50,00
1	archivador	70,00	70,00
Total			230,00

Fuente: Almacenes Mocino

Elaboración: Alexandra Karina Viteri Andi

Equipo de computación:

Equipo necesario para la realización de las tareas en el área administrativa. El monto del rubro asciende a \$1030,00

Cuadro N° 39 Presupuesto de Equipo de Cómputo

Presupuesto de Equipo de Cómputo			
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
1	impresora multifuncional	250,00	250,00
1	Programas de software	80,00	80,00
1	computadora de escritorio	700,00	700,00
Total			1030,00

Fuente: Almacenes Mocino

Elaboración: Alexandra Karina Viteri Andi

Muebles y enseres:

Comprende todos los bienes que se necesitan para la adecuación de cada una de las oficinas de acuerdo con la función para la que fueron diseñadas. El monto total de rubro asciende a \$2.260,00

Cuadro N° 40 Presupuesto de Muebles y Enseres

Presupuesto de muebles y enseres			
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
50	sillas	15,00	750,00
10	Mesa de madera para 4 pax	80,00	800,00
2	Mesa de madera para 2 pax	40,00	80,00
2	Mesa de madera para 1 pax	20,00	40,00
1	apardor de licores y copas	200,00	200,00
1	Juego de muebles sala de estar	300,00	300,00
1	Estantería de metal	90,00	90,00
Total			2.260,00

Fuente: Almacenes Mocino

Elaboración: Alexandra Karina Viteri Andi

Equipos de adecuación del Restaurante:

Son aquellos desembolsos que se realizan por la compra de equipos para adecuar el restaurante y dar mayor comodidad y confort a los clientes. El monto total del rubro asciende a \$.961,00.

Cuadro N° 41 Vajilla y menaje

Mantelería y menaje			
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
15	mateles	8,00	120,00
15	cubremanteles	5,00	75,00
50	servilletas de tela	1,50	75,00
6	uniformes para el servicio de cocina y restaurante	40,00	240,00
3	espejos	8,00	24,00
2	recojedores de basura	2,00	4,00
2	tachos de basura de baño	3,00	6,00
2	escobas	3,00	6,00
2	trapeadores	3,00	6,00
5	focos	3,00	15,00
	varios		390
Total			961,00

Fuente: Almacenes Mocino

Elaboración: Alexandra Karina Viteri Andi

Equipo de Sonido y electrodomésticos:

El monto total del rubro asciende \$ 775,00

Cuadro N° 42 Equipos de sonido y electrodomésticos

equipos de sonido y electrodomésticos			
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
1	plasma LED de 42"	600,00	600,00
1	equipo de sonido	175,00	175,00
Total			775,00

Fuente: Almacenes Mocino

Elaboración: Alexandra Karina Viteri Andi

Cuadro N° 43. Total, de activos fijos

Total, de activos fijos	
DESCRIPCIÓN	COSTOS
Terreno	14.000,00
Construcción	25.000,00
equipos de oficina	230,00
equipos de computo	1.030,00
muebles y enseres	2.260,00
Vajilla y Menaje	961,00
Electrodomésticos	775,00
Maquinaria y equipo	2.870,00
SUBTOTAL	47.126,00

Elaboración: Alexandra Karina Viteri Andi

Depreciaciones de Activos Fijos

Para la depreciación de los diferentes activos fijos a utilizarse, se aplicará los porcentajes y vida útil de cada bien, valores que son establecidos por el Servicio de Rentas Internas (SRI).

Cuadro N° 44. Depreciaciones de Activos Fijos

DEPRECIACIONES				
BIENES A DEPRECIARSE	VALOR	VIDA ÚTIL (años)	PORCENTAJE	TOTAL, DE DEPRECIACIÓN
Construcción	25000,00	20	5%	1250
equipos de oficina	230,00	10	10%	23
equipos de computo	1030,00	3	33,33%	343,33
muebles y enseres	2260,00	10	10%	226,00
Vajilla y Menaje	390,00	10	10%	39,00
Electrodomésticos	775,00	5	20%	155,00
Maquinaria y equipo	2870,00	5	20%	574,00
mantelería y menaje	571,00	5	20%	114,20
TOTAL	33126,00			2.724,53

Elaboración: Alexandra Karina Viteri Andi

b) Inversiones en Activos Diferidos

Con esta denominación se designa a los valores en que se debe incurrir, para dotar al negocio de todos los componentes que hagan posible laborar normalmente durante un periodo de tiempo establecido, permitiendo cubrir todas las obligaciones económicas y son susceptibles de amortización. Son todos aquellos rubros que están constituidos para la formulación y realización del proyecto entre ellos tenemos:

Gastos de organización y Capacitación:

Constituyen valores a cancelar por actividades que permiten poner en óptimas condiciones la empresa en su etapa de operación siendo este caso \$350,00

Cuadro N° 45. Gastos de organización y Capacitación:

instalaciones, pruebas y puestas en marcha		
DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
instalación eléctrica	100	100
instalación de agua	100	100
capacitación al personal	150	150
TOTAL		350,00

Fuente: empresa CA

Elaboración: Alexandra Karina Viteri Andi

Estudio Preliminar:

Valor a pagar por los estudios que permiten determinar la viabilidad del proyecto, siendo en este caso \$1665,00

Cuadro N° 46. Estudio Preliminar:

Estudio Plan de Negocio			
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
1	laptop portatil	600,00	600,00
1	impresora	200,00	200,00
5	carpetas	2,00	10,00
8	borradores	0,25	2,00
6	esferos graficos	0,50	3,00
1	tinta recargable	100,00	100,00
1	flash memory	20,00	20,00
1	gastos extras	100,00	100,00
60	alimentacion	3,00	180,00
2	libros	50,00	100,00
1	camara fotografica	200,00	200,00
4	hospedaje	10,00	40,00
4	resmas de papel bon	5,00	20,00
60	transporte	0,50	30,00
2	internet	30,00	60,00
Total, de estudio de inversión			1.665,00

Fuente: Alexandra Karina Viteri Andi

Elaboración: Alexandra Karina Viteri Andi

Marca:

Son las características que permiten fácil reconocimiento de un producto cuyo monto asciende 70,00

Cuadro N° 47 Marca

Diseño arquitectónico			
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
1	logotipo	20,00	20,00
1	parador	50,00	50,00
Total, de estudio de inversión			70,00

Fuente: Imprenta Amazonas

Elaboración: Alexandra Karina Viteri Andi

Gastos de Constitución:

Es el gasto que toda empresa debe establecer en forma legal para su funcionamiento, cuyo monto asciende a \$990,00

Cuadro N° 48 Patente municipal

Patente municipal			
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
1	pago de patente	137,00	137,00
Total, de estudio de inversión			137,00

Fuente: GAD tena

Elaboración: Alexandra Karina Viteri Andi

Cuadro N° 49 Permiso de funcionamiento

Permiso de funcionamiento			
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
1	permiso de funcionamiento	453,00	453,00
Total, de estudio de inversión			453,00

Fuente: Gad Tena

Elaboración: Alexandra Karina Viteri Andi

Cuadro N° 50 Escrituración

escrituración			
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
1	pago de escrituración	400,00	400,00
Total, de estudio de inversión			400,00

Fuente: Gad Tena

Elaboración: Alexandra Karina Viteri Andi

Cuadro N° 51. Resumen de los activos diferidos

Total, de activos diferidos	
DESCRIPCIÓN	COSTOS
instalaciones de prueba y puesta en marcha	350,00
estudio de plan de Negocio	1.665,00
diseño arquitectónico	70,00
patente municipal	137,00
permiso de funcionamiento	453,00
escrituración	400,00
SUBTOTAL	3.075,00

Fuente: Alexandra Karina Viteri Andi

Elaboración: Alexandra Karina Viteri Andi

Amortización de activo diferido.

Se espera amortizar en 5 años, 615 dólares al año.

c) Inversiones En Activos Circulantes

Llamado también capital de trabajo es la suma de todos los gastos per operativos De una empresa, El capital de operación se lo establece normalmente para un periodo de tiempo en el que se espera que la empresa o el negocio empiece a obtener ingresos provenientes de la venta de sus productos o servicios originarios.

Materia Prima Directa:

Constituyen los elementos fundamentales para la producción sin los cuales no es posible obtener el producto final, su cantidad está relacionada con la capacidad de la planta, y su costo depende de la calidad y del lugar donde se encuentren los proveedores.

Cuadro N° 52. Platos sugeridos

PLATO	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PLATOS/AÑO
Caldo de gallina criolla	15	10,87	8.196
Caldo de carachama	18	13,04	9.832
Caldo de bagre de rio	16	11,59	8.739
Ceviche de hongos ostra	10	7,25	5.467
Maito de tilapia	18	13,04	9.832
Maito de carachama	13	9,42	7.103
Brocheta de chontacuro	10	7,25	5.467
Tilapia frita	15	10,87	8.196
Seco de gallina criolla	11	7,97	6.009
Catu	12	8,7	6.560
TOTAL	138	100	75.400

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Alexandra Karina Viteri Andi

Al considerar los costos unitarios, conforme consta en anexo N° 5 el costo de materia prima para los 75400 platos es de 3 dólares en promedio.

Cuadro N° 53 Presupuesto de materia prima directa

PLATO	PLATOS/AÑO	Costo Unitario	Costo Total
Caldo de gallina criolla	8.196	3,34	27.375
Caldo de carachama	9.832	3,33	32.741
Caldo de bagre de rio	8.739	3,33	29.100
Ceviche de hongos ostra	5.467	3,33	18.203
Maito de tilapia	9.832	3,75	36.871
Maito de carachama	7.103	3,75	26.635
Brocheta de chontacuro	5.467	2,09	11.425
Tilapia frita	8.196	3,75	30.735
Seco de gallina criolla	6.009	3,75	22.535
Catu	6.560	2,09	13.710
TOTAL	75.400		249.330
			3

Fuente: Alexandra Karina Viteri Andi

Elaboración: Alexandra Karina Viteri Andi

Materia prima Indirecta

Cuadro N° 54. Materia prima Indirecta

Presupuesto de materia prima indirecta				
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO	VALOR	VALOR
		UNITARIO	TOTAL	ANUAL
1	galón de jabón liquido	10,00	10,00	120
3	jabones lava vajilla	4,00	12,00	144
1	alcohol industrial	10,00	10,00	120
4	ambientadores	8,00	32,00	384
2	pacas de Papel higiénico	15,00	30,00	360
Total, Anual			94,00	1128

Fuente: Almaceness pica

Elaboración: Alexandra Karina Viteri Andi

Mano de Obra Directa:

En este rubro se considera todo el gasto empleado en la contratación del personal que interviene directamente en el proceso de producción, es decir aquellos que con su trabajo transforman la materia prima en producto terminado.

Cuadro N° 55 Mano de Obra Directa:

Rol de Pagos para chef de cocina	
RUBROS/CARGO	CHEF
Salario	425,00
Décimo tercer sueldo 1/12	35,42
Décimo cuarto sueldo SBA/12	24,41
Vacaciones 1/24	17,71
Aporte patronal 11,15%	47,39
Aporte IECE 0,50%	2,13
Fondos de reserva 1/12	35,42
COSTO REAL DEL TRABAJO	587,47
Aporte IESS 9.35%	54,93
LIQUIDO PAGAR	532,54
N° de Empleados	1
Total, Mensual	532,54
Total, Anual	6390,47

Fuente: Alexandra Karina Viteri Andi

Elaboración: Alexandra Karina Viteri Andi

Cuadro N° 56. Rol de Pagos para cocinero polivalente

Rol de Pagos para cocinero polivalente	
RUBROS/CARGO	COCINERO POLIVALENTE
Salario	375,00
Décimo tercer sueldo 1/12	31,25
Décimo cuarto sueldo SBA/12	24,41
Vacaciones 1/24	15,63
Aporte patronal 11,15%	41,81
Aporte IECE 0,50%	1,88
Fondos de reserva 1/12	31,25
COSTO REAL DEL TRABAJO	521,23
Aporte IESS 9.35%	48,73
LIQUIDO PAGAR	472,49
N° de Empleados	1
Total, Mensual	472,49
Total, Anual	5669,89

Fuente: : Alexandra Karina Viteri Andi

Elaboración: Alexandra Karina Viteri Andi

Cuadro N° 57. Rol de Pagos para Ayudante de Cocina

Rol de Pagos para Ayudante de Cocina	
RUBROS/CARGO	AYUDANTE DE COCINA
Salario	375,00
Décimo tercer sueldo 1/12	31,25
Décimo cuarto sueldo SBA/12	24,41
Vacaciones 1/24	15,63
Aporte patronal 11,15%	41,81
Aporte IECE 0,50%	1,88
Fondos de reserva 1/12	31,25
COSTO REAL DEL TRABAJO	521,23
Aporte IESS 9.35%	48,73
LIQUIDO PAGAR	472,49
N° de Empleados	1
Total, Mensual	472,49
Total, Anual	5669,89

Fuente: : Alexandra Karina Viteri Andi

Elaboración: Alexandra Karina Viteri Andi

Cuadro N° 58 Rol de Pagos para Meseros

Rol de Pagos para Meseros	
RUBROS/CARGO	MESERO
Salario	375,00
Décimo tercer sueldo 1/12	31,25
Décimo cuarto sueldo SBA/12	24,41
Vacaciones 1/24	15,63
Aporte patronal 11,15%	41,81
Aporte IECE 0,50%	1,88
Fondos de reserva 1/12	31,25
COSTO REAL DEL TRABAJO	521,23
Aporte IESS 9.35%	48,73
LIQUIDO PAGAR	472,49
N° de Empleados	2
Total, Mensual	944,98
Total, Anual	11339,79

Fuente: : Alexandra Karina Viteri Andi

Elaboración: Alexandra Karina Viteri Andi

El costo anual de mano de obra directa asciende a 29.070.04 según el cuadro siguiente:

Cuadro N° 59 Sueldos para mano de obra directa

RUBROS/CARGO	CHEF	COCINERO POLIVALENTE	AYUDANTE DE COCINA	MESERO
Salario	425	375	375	375
Décimo tercer sueldo 1/12	35,42	31,25	31,25	31,25
Décimo cuarto sueldo SBA/12	24,41	24,41	24,41	24,41
Vacaciones 1/24	17,71	15,63	15,63	15,63
Aporte patronal 11,15%	47,39	41,81	41,81	41,81
Aporte IECE 0,50%	2,13	1,88	1,88	1,88
Fondos de reserva 1/12	35,42	31,25	31,25	31,25
COSTO REAL DEL TRABAJO	587,47	521,23	521,23	521,23
Aporte IESS 9.35%	54,93	48,73	48,73	48,73
LIQUIDO PAGAR	532,54	472,49	472,49	472,49
N° de Empleados	1	1	1	2
Total, Mensual	532,54	472,49	472,49	944,98
Total, Anual	6390,47	5669,89	5669,89	11339,79
				29. 070,04

Elaboración: Alexandra Karina Viteri Andi

Gastos Administrativos: Son los Gastos necesarios para desarrollar las labores administrativas como remuneraciones al personal de oficina.

Cuadro N° 60 Rol de Pagos para Gerente-Administrador

Rol de Pagos para Gerente-Administrador	
RUBROS/CARGO	GERENTE
Salario	500,00
Décimo tercer sueldo 1/12	41,67
Décimo cuarto sueldo SBA/12	24,41
Vacaciones 1/24	20,83
Aporte patronal 11,15%	55,75
Aporte IECE 0,50%	2,50
Fondos de reserva 1/12	41,67
COSTO REAL DEL TRABAJO	686,83
Aporte IESS 9.35%	64,22
LIQUIDO PAGAR	622,61
N° de Empleados	1
Total, Mensual	622,61
Total, Anual	7471,34

Fuente: : Alexandra Karina Viteri Andi

Elaboración: Alexandra Karina Viteri Andi

Cuadro N° 61 Rol de Pagos para el Cajero

Rol de Pagos para el Cajero	
RUBROS/CARGO	CAJERO
Salario	375,00
Décimo tercer sueldo 1/12	31,25
Décimo cuarto sueldo SBA/12	24,41
Vacaciones 1/24	15,63
Aporte patronal 11,15%	41,81
Aporte IECE 0,50%	1,88
Fondos de reserva 1/12	31,25
COSTO REAL DEL TRABAJO	521,23
Aporte IESS 9.35%	48,73
LIQUIDO PAGAR	472,49
N° de Empleados	1
Total, Mensual	472,49
Total, Anual	5669,89

Fuente: : Alexandra Karina Viteri Andi

Elaboración: Alexandra Karina Viteri Andi

El costo anual en remuneraciones administrativas a 13.141.23 según el cuadro siguiente:

Cuadro N° 62 Sueldos para administrativos

RUBROS/CARGO	GERENTE	CAJERO
Salario	500	375
Décimo tercer sueldo 1/12	41,67	31,25
Décimo cuarto sueldo SBA/12	24,41	24,41
Vacaciones 1/24	20,83	15,63
Aporte patronal 11,15%	55,75	41,81
Aporte IECE 0,50%	2,5	1,88
Fondos de reserva 1/12	41,67	31,25
COSTO REAL DEL TRABAJO	686,83	521,23
Aporte IESS 9.35%	64,22	48,73
LIQUIDO PAGAR	622,61	472,49
N° de Empleados	1	1
Total, Mensual	622,61	472,49
Total, Anual	7471,34	5669,89
		13.141,23

Fuente: : Alexandra Karina Viteri Andi

Elaboración: Alexandra Karina Viteri Andi

Servicios básicos.

Son todos los servicios básicos que se pagan por el agua, energía eléctrica y el teléfono.

Cuadro N° 63 Servicios basicos

Gastos generales				
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	VALOR ANUAL
1	agua	50,00	50,00	600,00
1	luz	100,00	100,00	1200,00
1	teléfono	80,00	80,00	960,00
Total			230,00	2760,00

Fuente: : Alexandra Karina Viteri Andi

Elaboración: Alexandra Karina Viteri Andi

Útiles de oficina:

Se encuentran constituidos por aquellos rubros que se deben incurrir para el funcionamiento de las actividades administrativas de un negocio. El monto total anual del rubro asciende a \$72,00

Cuadro N° 64 Presupuesto de Útiles de oficinas

Presupuesto de Utiles de oficinas			
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
2	resma de papel	3,5	7
1	cajas de esferos	2,5	2,5
1	grapadora	2,5	2,5
1	perforadora	3	3
3	cajas de grapas	0,75	2,25
2	cajas de clips	0,75	1,5
1	sumadora	8	8
1	flash memory	8	8
1	caja de resaltadores	3,25	3,25
2	sello y tinta para sello	8	16
1	cartuchos de tinta	18,00	18,00
Total			72,00

Fuente: Imprenta S.A

Elaboración: Alexandra Karina Viteri Andi

Útiles de aseo:

Son aquellos utensilios necesarios para la buena imagen de la empresa tanto interna como externa. El monto total del rubro asciende a \$ 24,00.

Cuadro N° 65 Presupuesto de implementos de aseo

Presupuesto de implementos de aseo			
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO	VALOR
		UNITARIO	TOTAL
3	desinfectantes de 200 ml.	1,25	3,75
3	frascos de cloro	1,25	3,75
3	detergentes de 2 kl.	5,50	16,50
Total, mensual			24,00

Fuente: Comercial La Feria

Elaboración: Alexandra Karina Viteri Andi

GASTOS DE VENTAS**Publicidad y promoción**

En este rubro se realizan los presupuestos que se van a realizar por concepto de promoción, con la finalidad de dar a conocer el producto y por ende de ir posicionándolo dentro del mercado. El monto total mensual asciende a \$ 7300,00

Cuadro N° 66 Presupuesto de Publicidad o gastos de ventas

Presupuesto de Publicidad o gastos de ventas				
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
10	Cuñas publicitarias en Radio	5	500	2500
5000	tarjetas de presentación	0,15	5000	750
600	llaveros	1	600	600
1000	hojas volantes		100	100
1000	tríptico		100	100
Total				4.050

Fuente: Empresa S.A

Elaboración: Alexandra Karina Viteri Andi

Cuadro N° 67 Total, de capital de trabajo

TOTAL, DE CAPITAL DE TRABAJO		
DESCRIPCIÓN	V/ MENSUAL	V/ANUAL
Materia prima	20.777,50	249.330,00
Materia prima indirecta	94,00	1.128,00
Mano de obra directa	2.422,50	29.070,05
Remuneraciones administrativas	1.095,10	13.141,23
Agua	50,00	600,00
Luz	100,00	1.200,00

Teléfono	80,00	960,00
Útiles de oficina	72,00	864,00
Útiles de aseo	24,00	288,00
Publicidad y promoción	337,50	4.050,00
SUBTOTAL	25.052,61	300.631,28

Fuente: Alexandra Karina Viteri Andi

Elaboración: Alexandra Karina Viteri Andi

Cuadro N° 68 Resumen de la Inversión

Total, de activos fijos	
DESCRIPCIÓN	COSTOS
Terreno	14.000,00
Construcción	25.000,00
equipos de oficina	230,00
equipos de computo	1.030,00
muebles y enseres	2.260,00
Vajilla y Menaje	961,00
Electrodomésticos	775,00
Maquinaria y equipo	2.870,00
SUBTOTAL	47.126,00

Fuente: Alexandra Karina Viteri Andi

Elaboración: Alexandra Karina Viteri Andi

Cuadro N° 69 Activos Diferidos

Total, de activos diferidos	
DESCRIPCIÓN	COSTOS
instalaciones de prueba y puesta en marcha	350,00
estudio de plan de Negocio	1.665,00
diseño arquitectónico	70,00
patente municipal	137,00
permiso de funcionamiento	453,00
escrituración	400,00
SUBTOTAL	3.075,00

.Cuadro N° 70. Capital de Trabajo.

TOTAL, DE CAPITAL DE TRABAJO		
DESCRIPCIÓN	V/ MENSUAL	V/ANUAL
Materia prima	20.777,50	249.330,00
Materia prima indirecta	94,00	1.128,00
Mano de obra directa	2.422,50	29.070,05
Remuneraciones administrativas	1.095,10	13.141,23
Agua	50,00	600,00
Luz	100,00	1.200,00

Teléfono	80,00	960,00
Útiles de oficina	72,00	864,00
Útiles de aseo	24,00	288,00
Publicidad y promoción	337,50	4.050,00
SUBTOTAL	25.052,61	300.631,28

Fuente: Alexandra Karina Viteri Andi

Elaboración: Alexandra Karina Viteri Andi

Cuadro N° 71 Inversiones

INVERSIONES	
activo fijo	47.126,00
activo diferido	3.075,00
Capital de Trabajo	25.052,61
TOTAL, DE INVERSIONES	75.253,61

Fuente: Alexandra Karina Viteri Andi

Elaboración: Alexandra Karina Viteri Andi

b. Financiamiento

El proyecto hará uso de las fuentes internas y externas de financiamiento bajo los siguientes aspectos:

Fuente Interna

El 33.56% del total de la inversión que corresponde a \$ 25.253,61 dólares será financiado con aportaciones del propietario.

Fuente Externa

Para el presente proyecto se consideró un crédito realizado a una entidad financiera pública (Ban Ecuador), al interés más bajo a través de sus líneas de crédito, el cual corresponde al 10%. El crédito que mantendrá la empresa “Ally Micuna Restaurant” con Ban Ecuador constituirá el 66.44% que corresponde a \$50.000.00 dólares.

En consecuencia, los rubros de financiamiento se presentan así:

Cuadro N° 72 Financiamiento

INVERSIONES	
Fuente interna	25.253,61
Crédito Banecuador	50.000,00
TOTAL DE INVERSIONES	75.253,61

Fuente: Alexandra Karina Viteri Andi

Elaboración: Alexandra Karina Viteri Andi

El crédito que financiará la inversión está calculado bajo las siguientes condiciones: 10% de interés anual en cinco años plazo en cuotas semestrales.

Amortización del Préstamo

Datos:

- Saldo inicial: \$ 50.000
- Interés: $10\% / 100 = 0,1$
- Tiempo: 5 años
- Forma de pago: Semestral (10 pagos cada 6 meses) $6\text{ m} / 12 = 0,5$

Desarrollo:

Para sacar la amortización se divide:

$$50.000 / 10 \text{ \# de pagos} = 5.000$$

Para sacar el interés se multiplica:

$$\$ 50.000 \times 0,5 \times 0,1 = 2.500$$

Cuadro N° 73 Amortización del crédito

SEMESTRE	SALDO INICIAL	AMORTIZAC	INTERÉS	INTERES ANUAL	DIVIDENDO ANUAL	SALDO FINAL	INTERÉS ANUAL
1	50.000,00	5.000,00	2.500,00			54.959,17	
2	45.000,00	5.000,00	2.250,00	4.750,00	10.000,00	48.852,59	4.750,00
1	40.000,00	5.000,00	2.000,00			42.746,02	
2	35.000,00	5.000,00	1.750,00	3.750,00	10.000,00	36.639,45	3.750,00
1	30.000,00	5.000,00	1.500,00			30.532,87	
2	25.000,00	5.000,00	1.250,00	2.750,00	10.000,00	24.426,30	2.750,00
1	20.000,00	5.000,00	1.000,00			18.319,72	
2	15.000,00	5.000,00	750,00	1.750,00	10.000,00	12.213,15	2.250,00
1	10.000,00	5.000,00	500,00			6.106,57	
2	5.000,00	5.000,00	250,00	750,00	10.000,00	0	750,00

Fuente: investigación directa

Elaboración: Karina Vieri

ANALISIS DE COSTOS.

El presupuesto de costos contiene todos los gastos que debe realizar el restaurante para su funcionamiento y están basados en los precios del mercado; para su proyección se consideró la tasa de inflación de 5%.

COSTO TOTAL DE PRODUCCION.

Se lo obtiene al aplicar la fórmula:

$$CTP = CP + CO$$

$$CTP = CP + (G.ADM + G.VENTAS + G.FINANCIEROS + OTROS GASTOS)$$

Cuadro N° 74. Costo de producción año 1.

COSTO DE PRODUCCION	1,00
Insumos directos	249.330,00
Mano de obra directa	29.070,00
Materia prima indirecta	1.128,00
Útiles de aseo	288,00
Energía Eléctrica	1.200,00
Agua Potable	600,00
Depreciación de construcciones	1.250,00
Depreciación de electrodomésticos	155,00
Depreciación de maquinaria y equipo	208,00
Depreciación de vajilla Menaje	96,10
Depreciación Muebles y Enseres	226,00
TOTAL COSTO PRODUCCION	283.551,10
COSTO DE OPERACIÓN	
<u>Gastos de Administración</u>	
Remuneraciones	13.141,23
Material de oficina	864,00
Servicio Telefónico	960,00
Servicio de Internet	240,00
Depreciación equipo de oficina	23,00
Depreciación Equipo de Computo	343,33
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	15.571,56
<u>Gastos de Ventas</u>	
Publicidad	4.050,00
TOTAL GASTOS DE VENTAS	4.050,00
<u>Gastos Financieros</u>	
Intereses sobre crédito	4.750,00
TOTAL GASTOS FINANCIEROS	4.750,00
<u>Otros Gastos</u>	
Amortización del activo diferido	560,60
Amortización del crédito	10.000,00
TOTAL OTROS GASTOS	10.560,60
TOTAL COSTO DE OPERACIÓN	34.932,16
COSTO TOTAL DE PRODUCCION	318.483,26

Reemplazando la fórmula:

$$CTP = 283.551,10 + 15.571,56 + 4.050,00 + 4.750,00 + 10.560,60$$

$$CTP = 283.551,10 + 34.932,16$$

$$CTP = 318.483,26$$

Costo unitario del servicio

En todo proyecto se hace necesario establecer el costo unitario del servicio, para ello se relaciona el costo total con el número de personas que van a ser atendidas en el Restaurante, durante un determinado período de tiempo, en este caso 10 años.

$$CUP = CTP / \text{Unidades producidas}$$

$$CUP = 318.483,26 / 75.0000$$

$$CUP = 4.22 \text{ dólares}$$

Ingresos totales

Para determinar los ingresos totales del servicio del restaurante Ally Micuna se procede a multiplicar el Precio de Venta al Público por las unidades producidas al año. Se realiza con una proyección para 10 años. A continuación, se detallan los ingresos en los siguientes cuadros.

Cuadro N° 75 Ingresos por restaurante

año	1	2	3	4	5
Costo Unitario	4,22	4,41	4,61	4,82	5,03
Unidades producidas	75.400,00	75.400,00	75.400,00	75.400,00	75.400,00
Precio de venta	6,00	6,00	6,00	6,00	8,00
Ingresos	452.400	452.400	452.400	452.400	603.200

año	6	7	8	9	10
Costo Unitario	5,12	5,38	5,65	5,93	6,22
Unidades producidas	75.400,00	75.400,00	75.400,00	75.400,00	75.400,00
Precio de venta	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00
Ingresos	603.200	603.200	603.200	603.200	603.200

Fuente: investigación directa

Elaboración: Karina Vieri

Cuadro N° 76. Presupuesto Proformada..

COSTO DE PRODUCCION	1,00	2,00	3,00	4,00	5,00	6,00	7,00	8,00	9,00	10,00
Insumos directos	249.330,00	261.796,50	274.886,33	288.630,64	303.062,17	318.215,28	334.126,05	350.832,35	368.373,97	386.792,66
Mano de obra directa	29.070,00	30.523,50	32.049,68	33.652,16	35.334,77	37.101,51	38.956,58	40.904,41	42.949,63	45.097,11
Materia prima indirecta	1.128,00	1.184,40	1.243,62	1.305,80	1.371,09	1.439,65	1.511,63	1.587,21	1.666,57	1.749,90
Útiles de aseo	288,00	302,40	317,52	333,40	350,07	367,57	385,95	405,24	425,51	446,78
Energía Eléctrica	1.200,00	1.260,00	1.323,00	1.389,15	1.458,61	1.531,54	1.608,11	1.688,52	1.772,95	1.861,59
Agua Potable	600,00	630,00	661,50	694,58	729,30	765,77	804,06	844,26	886,47	930,80
Depreciacion de construcciones	1.250,00	1.250,00	1.250,00	1.250,00	1.250,00	1.250,00	1.250,00	1.250,00	1.250,00	1.250,00
Depreciacion de electrodomésticos	155,00	155,00	155,00	155,00	155,00	155,00	155,00	155,00	155,00	155,00
Depreciacion de maquinaria y equipo	208,00	208,00	208,00	208,00	208,00	208,00	208,00	208,00	208,00	208,00
Depreciacion de vajilla Menaje	96,10	96,10	96,10	96,10	96,10	96,10	96,10	96,10	96,10	96,10
Depreciacion Muebles y Enseres	226,00	226,00	226,00	226,00	226,00	226,00	226,00	226,00	226,00	226,00
TOTAL COSTO PRODUCCION	283.551,10	297.631,90	312.416,74	327.940,82	344.241,11	361.356,41	379.327,47	398.197,09	418.010,19	438.813,95
COSTO DE OPERACIÓN										
Remuneraciones	13.141,23	13.798,29	14.488,21	15.212,62	15.973,25	16.771,91	17.610,51	18.491,03	19.415,58	20.386,36
Material de oficina	864,00	907,20	952,56	1.000,19	1.050,20	1.102,71	1.157,84	1.215,73	1.276,52	1.340,35
Servicio Telefónico	960,00	1.008,00	1.058,40	1.111,32	1.166,89	1.225,23	1.286,49	1.350,82	1.418,36	1.489,28
Servicio de Internet	240,00	240,00	240,00	240,00	240,00	240,00	240,00	240,00	240,00	240,00
Depreciacion equipo de oficina	23,00	23,00	23,00	23,00	23,00	23,00	23,00	23,00	23,00	23,00
Depreciacion Equipo de Computo	343,33	343,33	343,33	400,00	400,00	400,00	500,00	500,00	500,00	500,00
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	15.571,56	16.319,82	17.105,50	17.987,12	18.853,33	19.762,85	20.817,84	21.820,58	22.873,46	23.978,98
Publicidad	4.050,00	4.252,50	4.465,13	4.688,38	4.922,80	5.168,94	5.427,39	5.698,76	5.983,69	6.282,88
TOTAL GASTOS DE VENTAS	4.050,00	4.252,50	4.465,13	4.688,38	4.922,80	5.168,94	5.427,39	5.698,76	5.983,69	6.282,88
Intereses sobre crédito	4.750,00	3.750,00	2.750,00	2.250,00	750,00	-	-	-	-	-
TOTAL GASTOS FINANCIEROS	4.750,00	3.750,00	2.750,00	2.250,00	750,00	-	-	-	-	-
Amortización del activo diferido	560,60	560,60	560,60	560,60	560,60	-	-	-	-	-
Amortización del crédito	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	-	-	-	-	-
TOTAL OTROS GASTOS	10.560,60	10.560,60	10.560,60	10.560,60	10.560,60	-	-	-	-	-
TOTAL COSTO DE OPERACIÓN	34.932,16	34.882,92	34.881,22	35.486,11	35.086,73	24.931,79	26.245,23	27.519,34	28.857,16	30.261,86
COSTO TOTAL DE PRODUCCION	318.483,26	332.514,82	347.297,96	363.426,93	379.327,84	386.288,20	405.572,70	425.716,43	446.867,35	469.075,81

Elaboración: Alexandra Karina Viteri Andi

Estado de pérdidas y ganancias

El siguiente indicador permite mostrar en forma resumida los ingresos y egresos que obtendrá el restaurante como producto de las operaciones realizadas en cada año; así mismo la utilidad neta del ejercicio que el negocio conseguirá en cada periodo.

Cuadro N° 77. Estado de Perdidas y Ganancias.

INGRESOS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ventas	452.400,00	452.400,00	452.400,00	452.400,00	603.200,00	603.200,00	603.200,00	603.200,00	603.200,00	603.200,00
TOTAL DE INGRESOS	452.400,00	452.400,00	452.400,00	452.400,00	603.200,00	603.200,00	603.200,00	603.200,00	603.200,00	603.200,00
Costo de producción	283.551,10	297.631,90	312.416,74	327.940,82	344.241,11	361.356,41	379.327,47	398.197,09	418.010,19	438.813,95
Costo de operación	34.932,16	34.882,92	34.881,22	35.486,11	35.086,73	24.931,79	26.245,23	27.519,34	28.857,16	30.261,86
COSTO TOTAL	318.483,26	332.514,82	347.297,96	363.426,93	379.327,84	386.288,20	405.572,70	425.716,43	446.867,35	469.075,81
UTILIDAD BRUTA	133.916,74	119.885,18	105.102,04	88.973,07	223.872,16	216.911,80	197.627,30	177.483,57	156.332,65	134.124,19
15% utilidad trabajadores	20.087,51	17.982,78	15.765,31	13.345,96	33.580,82	32.536,77	29.644,09	26.622,54	23.449,90	20.118,63
UTILIDAD ANT.IMPTO	113.829,23	101.902,40	89.336,73	75.627,11	190.291,34	184.375,03	167.983,20	150.861,03	132.882,75	114.005,56
25% impuesto a la renta	25.042,43	22.418,53	19.654,08	16.637,96	41.864,09	40.562,51	36.956,30	33.189,43	29.234,21	25.081,22
UTILIDAD ANT.RESERVA	88.786,80	79.483,87	69.682,65	58.989,15	148.427,24	143.812,53	131.026,90	117.671,61	103.648,55	88.924,34
10% Reserva Legal	8.878,68	7.948,39	6.968,26	5.898,91	14.842,72	14.381,25	13.102,69	11.767,16	10.364,85	8.892,43
UTILIDAD LIQUIDA	79.908,12	71.535,48	62.714,38	53.090,23	133.584,52	129.431,27	117.924,21	105.904,45	93.283,69	80.031,90

Fuente: investigación directa

Elaboración: Karina Vieri

Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio permitirá determinar el nivel de ingresos o de operación en el cual el restaurante no obtendrá pérdidas ni ganancias. Para su cálculo se utilizó los ingresos y costos del primer año, además se emplearon el método gráfico y el método matemático el mismo que se realizó en función de la capacidad instalada y en función de las ventas.

Distribución de Costos

El propósito es de realizar una evaluación empresarial mediante el punto de equilibrio, para la puesta en marcha del restaurante.

- **Costos Fijos:** Permanecen constantes en relación con los cambios o volumen de producción.

- **Costos Variables:** Varían de acuerdo con el volumen de producción, ya que se presenta cuando hay producción y ventas.

Cuadro N° 78. CLASIFICACION DE COSTOS

Rubros	1	5	10
COSTOS FIJOS			
Depreciacion de edificio	1.250,00	208,00	208,00
Depreciacion de maquinaria y equipo	208,00	96,10	96,10
Depreciacion de equipo de oficina	23,00	23,00	23,00
Depreciacion equipo de computo	343,33	400,00	500,00
Depreciacion de muebles y enseres	226,00	226,00	226,00
Depreciacion de electrodomésticos	155,00	500,00	505,00
Depreciacion de Vajilla y menaje	96,10	96,10	96,10
Mano de obra directa	29.070,00	35.334,77	45.097,11
Remuneraciones administrativas	13.141,23	15.973,25	20.386,36
Servicio telefónico	960,00	1.166,89	1.489,28
Internet	240,00	240,00	240,00
Útiles de oficina	864,00	1.050,20	1.340,35
Útiles de aseo	288,00	350,07	446,78
Intereses	4.750,00	750,00	0,00
Amortización del activo diferido	560,60	560,60	0,00
Amortización del crédito*	10.000,00	10.000,00	-
TOT. COSTOS FIJOS	62.175,26	66.974,96	70.654,08
COSTOS VARIABLES			
Materia prima directa	249.330,00	303.062,17	386.792,66
Materiales indirectos	1.128,00	1.371,09	1.749,90
Energía eléctrica	1.200,00	1.458,61	1.861,59
Agua Potable	600,00	729,30	930,80
Publicidad	4.050,00	4.922,80	6.282,88
TOT. COSTOS VARIABLES	256.308,00	311.543,98	397.617,83
COSTO TOTAL DEL SERVICIO	318.483,26	378.518,94	468.271,91

.Cuadro N° 79. Punto de Equilibrio.

PUNTO DE EQUILIBRIO	1	5	10
PE fv=	143.443,33	138.516,93	207.306,60
PE ci=	31,71	22,96	34,37
PE=	23.907,22	17.314,62	25.913,32
PVU=	6,00	8,00	8,00
CVU=	3,40	4,13	5,27

Fuente: Alexandra Karina Viteri Andi

Elaboración: Alexandra Karina Viteri Andi

Método matemático

a) En función de las ventas

$$PE = \frac{\text{CostosFijos}}{1 - (\text{CostosVariables}/\text{VentasTotales})}$$

256.308,00

452.400,00

$$PE = \frac{1 - 62.175,26}{}$$

PE: 143.444

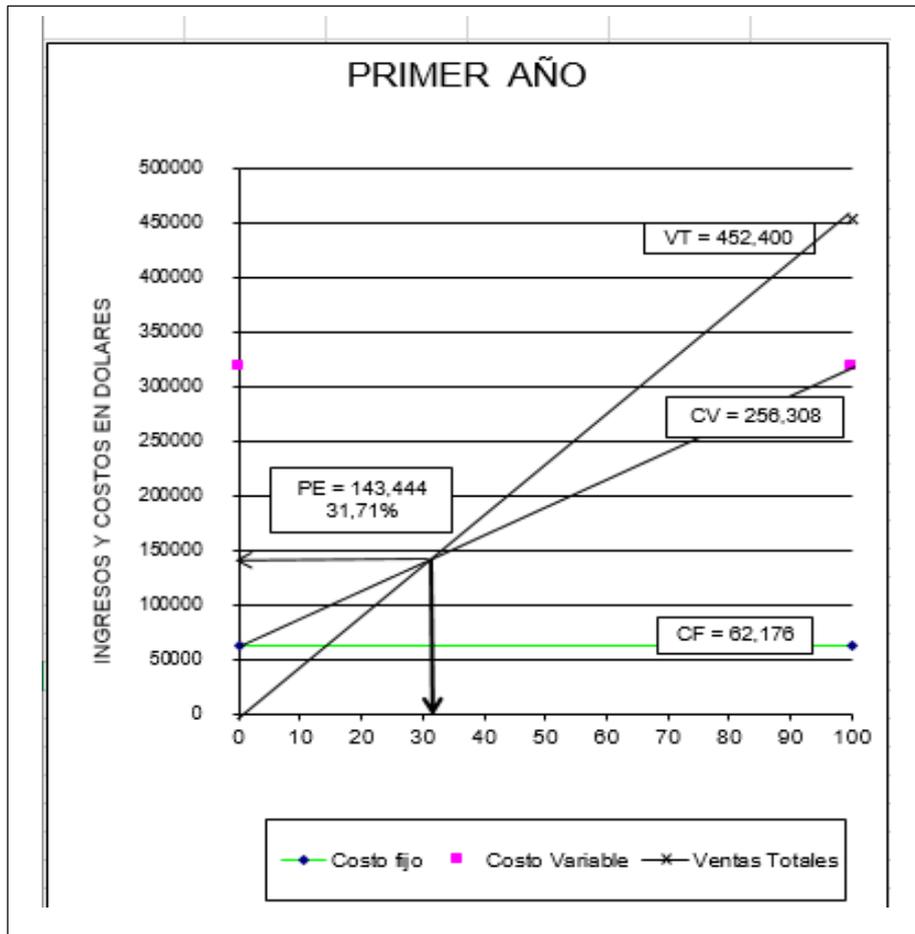
b) En función de la capacidad instalada

$$PE = \frac{\text{CostosFijos}}{\text{VentasTotales} - \text{CostosVariables}} \times 100$$

$$PE = \frac{62.175,26}{452.400,00 - 256.308,00} * 100$$

PE= 31.71%

GRAFICO N° 36
PUNTO DE EQUILIBRIO
EN FUNCION DE LOS INGRESOS
Y DE LA CAPACIDAD INSTALADA



Fuente: Alexandra Karina Viteri Andi
Elaboración: Alexandra Karina Viteri Andi

El gráfico nos indica que para el primer año la empresa debe vender \$143.44 dólares de su servicio para llegar al punto de equilibrio con un 31.71% de capacidad instalada.

4. EVALUACIÓN FINANCIERA

Es uno de los puntos más importantes, ya que del mismo dependerá su aceptación o rechazo del proyecto.

Flujo de caja

Representa la diferencia entre los ingresos y egresos, permite cubrir todos los requerimientos de efectivo del proyecto.

Cuadro N° 80 Flujo de caja

INGRESOS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ventas	452.400,00	452.400,00	452.400,00	452.400,00	603.200,00	603.200,00	603.200,00	603.200,00	603.200,00	603.200,00
valor residual										23.000,00
TOTAL DE INGRESOS	452.400,00	452.400,00	452.400,00	452.400,00	603.200,00	603.200,00	603.200,00	603.200,00	603.200,00	626.200,00
EGRESOS										
Costo de producción.	283.551,10	297.631,90	312.416,74	327.940,82	344.241,11	361.356,41	379.327,47	398.197,09	418.010,19	438.813,95
Costo de operación	34.932,16	34.882,92	34.881,22	35.486,11	35.086,73	24.931,79	26.245,23	27.519,34	28.857,16	30.261,86
EGRESO TOTAL	318.483,26	332.514,82	347.297,96	363.426,93	379.327,84	386.288,20	405.572,70	425.716,43	446.867,35	469.075,81
UTILIDAD GRAVABLE	133.916,74	119.885,18	105.102,04	88.973,07	223.872,16	216.911,80	197.627,30	177.483,57	156.332,65	157.124,19
15% Trabajadores	20.087,51	17.982,78	15.765,31	13.345,96	33.580,82	32.536,77	29.644,09	26.622,54	23.449,90	23.568,63
UTILIDAD ANTES DE IMPTO.	113.829,23	101.902,40	89.336,73	75.627,11	190.291,34	184.375,03	167.983,20	150.861,03	132.882,75	133.555,56
22% Impto. a la renta	25.042,43	22.418,53	19.654,08	16.637,96	41.864,09	40.562,51	36.956,30	33.189,43	29.234,21	29.382,22

UTILIDAD NETA	88.786,80	79.483,87	69.682,65	58.989,15	148.427,24	143.812,53	131.026,90	117.671,61	103.648,55	104.173,34
Depreciaciones	3.453,00	3.453,00	3.453,00	3.453,00	3.453,00	3.454,00	3.455,00	3.456,00	3.457,00	3.458,00
FLUJO DE CAJA	92.239,80	82.936,87	73.135,65	62.442,15	151.880,24	147.266,53	134.481,90	121.127,61	107.105,55	107.631,34

Fuente: Alexandra Karina Viteri Andi

Elaboración: Alexandra Karina Viteri Andi

VALOR ACTUAL NETO (VAN).

También conocido como Valor Presente Neto, para encontrar el VAN los flujos netos esperados durante la vida útil del proyecto son actualizados al año cero tomando para ello como referente el costo de oportunidad o el costo de capital que nos determinan la tasa de actualización. La tasa de actualización toma como referencia el costo de capital 10%.

Cuadro N° 81. Valor Actual Neto.

AÑOS	ACTUALIZACIÓN		
	FLUJO NETO	FACTOR 10%	VALOR ACTUAL
1	92.239,80	0,90909	83.854,36
2	82.936,87	0,82645	68.542,87
3	73.135,65	0,75131	54.947,90
4	62.442,15	0,68301	42.648,83
5	151.880,24	0,62092	94.305,68
6	147.266,53	0,56447	83.128,11
7	134.481,90	0,51316	69.010,48
8	121.127,61	0,46651	56.506,92
9	107.105,55	0,42410	45.423,21
10	107.631,34	0,38554	41.496,54
		Sumatoria	639.864,90
		Inversión	75.253,61

Fuente: Alexandra Karina Viteri Andi

Elaboración: Alexandra Karina Viteri Andi

Para determinar el VAN se utiliza la siguiente fórmula:

$$\text{VAN} = \text{Sumatoria VAN} - \text{Inversión inicial}$$

$$\text{VAN} = 639.864,90 - 75.253,61$$

$$\text{VAN} = 564.611,29$$

El valor actual neto en el presente proyecto es de \$564.611,29 dólares; por lo tanto, se acepta el proyecto.

Tasa Interna de Retorno (TIR)

Representa la rentabilidad neta obtenida en proporción directa al capital invertido, es decir es el rendimiento promedio que se espera por el proyecto.

Cuadro N° 82. Tasa Interna de Retorno.

AÑOS	FLUJO NETO	ACTUALIZACION			
		FACTOR ACT.	VAN MENOR	FACTOR ACT.	VAN MAYOR
		113,00%		114,00%	
0			75.253,61		75.253,61
1	92.239,80	0,469484	43.305,07	0,467290	43.102,71
2	82.936,87	0,220415	18.280,52	0,218360	18.110,07
3	73.135,65	0,103481	7.568,16	0,102037	7.462,56
4	62.442,15	0,048583	3.033,61	0,047681	2.977,30
5	151.880,24	0,022809	3.464,20	0,022281	3.384,02
6	147.266,53	0,010708	1.576,98	0,010412	1.533,28
7	134.481,90	0,005027	676,09	0,004865	654,29
8	121.127,61	0,002360	285,89	0,002273	275,38
9	107.105,55	0,001108	118,68	0,001062	113,79
10	107.631,34	0,000520	55,99	0,000496	53,43
			397,94		-
					216,96

Fuente: Alexandra Karina Viteri Andi

Elaboración: Alexandra Karina Viteri Andi

$$TIR = 113 + 1 (397.94 / (397.94 + 216.96))$$

$$TIR = 113.65\%$$

Análisis: La tasa Interna de Retorno de la Inversión es 113.65% lo cual significa que resulta atractiva porque es superior al costo de capital que es de 10%.

Periodo de recuperación de capital

Mediante este indicador podemos conocer el tiempo en que vamos a recuperar la inversión nos permite medir la situación futura en cuanto a la posición financiera.

Cuadro N° 83. Recuperación de Capital

AÑOS	FLUJO NETO	SUMATORIA
	75.253,61	
1	92.239,80	92.239,80
2	82.936,87	
3	73.135,65	
4	62.442,15	
5	151.880,24	
6	147.266,53	
7	134.481,90	
8	121.127,61	
9	107.105,55	
10	107.631,34	
		92.239,80

Fuente: Alexandra Karina Viteri Andi

Elaboración: Alexandra Karina Viteri Andi

$$PRC = \text{Año.que.supera.la.inversión} + \left(\frac{\text{Inversión} - \sum \text{primeros.flujos}}{\text{Flujo.neto.del.año.que.supera.la.inversión}} \right)$$

$$PRC = 1 + \frac{(75.253.61 - 92.239.80)}{92.239.80}$$

PRC= 0.81

El período de recuperación del capital será de 10 meses.

Relación beneficio-costo

Es un indicador financiero que indica la cantidad obtenida por cada dólar invertido. Se lo obtiene a través de la división de los ingresos actualizados para los costos actualizados.

Cuadro N° 84. Relación Beneficio Costo

AÑOS	ACTUALIZACIÓN		
	INGRESO ORIGINAL	FACTOR 10%	VALOR ACTUAL
1	452.400,00	0,9091	411.272,73
2	452.400,00	0,8264	373.884,30
3	452.400,00	0,7513	339.894,82
4	452.400,00	0,6830	308.995,29
5	603.200,00	0,6209	374.539,74
6	603.200,00	0,5645	340.490,67
7	603.200,00	0,5132	309.536,98
8	603.200,00	0,4665	281.397,25
9	603.200,00	0,4241	255.815,68
10	603.200,00	0,3855	232.559,71
			3.228.387,17

AÑOS	ACTUALIZACIÓN		
	COSTO ORIGINAL	FACTOR 10%	VALOR ACTUAL
1	318.483,26	0,9091	289.530,24
2	332.514,82	0,8264	274.805,64
3	347.297,96	0,7513	260.930,10
4	363.426,93	0,6830	248.225,48
5	379.327,84	0,6209	235.532,74
6	386.288,20	0,5645	218.049,62
7	405.572,70	0,5132	208.122,92
8	425.716,43	0,4665	198.599,86
9	446.867,35	0,4241	189.515,38
10	469.075,81	0,3855	180.849,03
			2.304.161,01

Fuente: Alexandra Karina Viteri Andi

Elaboración: Alexandra Karina Viteri Andi

Para determinar el RBC se utiliza la siguiente fórmula:

$$RBC = \frac{\sum \text{Ingresos.Actualizados}}{\sum \text{Egresos.Actualizados}}$$

$$RBC = \frac{3.228.387.17}{2.304.161.01}$$

RBC=1,40

Significa que por cada dólar invertido se tiene una rentabilidad de 40 centavos.

Análisis de Sensibilidad

Con este análisis se determina la solidez o fortaleza del proyecto desde el punto de vista financiero, su uso permite conocer el comportamiento de las variables que presentan mayor incertidumbre como son los ingresos y los costos.

Cuadro N° 85. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON EL INCREMENTO DEL 24,20% EN LOS COSTOS

AÑOS	COSTO TOTAL	COSTO TOTAL	INGRESO ORIGINAL	ACTUALIZACIÓN				
	ORIGINAL	ORIGINAL		FLUJO NETO	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL
		24,20%			53,00%		54,00%	
						75.253,61		-75.253,61
1	318.483,26	395.556,21	452.400,00	56.843,79	0,65359	37.152,80	0,64935	36.911,55
2	332.514,82	412.983,41	452.400,00	39.416,59	0,42719	16.838,22	0,42166	16.620,25
3	347.297,96	431.344,07	452.400,00	21.055,93	0,27921	5.878,95	0,27380	5.765,17
4	363.426,93	451.376,24	452.400,00	1.023,76	0,18249	186,82	0,17779	182,02
5	379.327,84	471.125,18	603.200,00	132.074,82	0,11927	15.752,99	0,11545	15.248,12
6	386.288,20	479.769,94	603.200,00	123.430,06	0,07796	9.622,16	0,07497	9.253,30
7	405.572,70	503.721,29	603.200,00	99.478,71	0,05095	5.068,62	0,04868	4.842,67
8	425.716,43	528.739,81	603.200,00	74.460,19	0,03330	2.479,66	0,03161	2.353,74
9	446.867,35	555.009,25	603.200,00	48.190,75	0,02177	1.048,92	0,02053	989,18
10	469.075,81	582.592,16	603.200,00	20.607,84	0,01423	293,17	0,01333	274,68
						556,17		-526,50

Fuente: Alexandra Karina Viteri Andi

Elaboración: Alexandra Karina Viteri Andi

1). NTIR = 53.51%

2) DIFERENCIA DE TIR

Dif. Tir. = Tir proy. - Nueva Tir

Dif. Tir. = **60,13%**

3) PORCENTAJE DE VARIACIÓN

% Var. = (Dif. Tir / Tir del proy.) *100

% Var. = **52,91%**

4) SENSIBILIDAD

Sensib. = % Var./ Nueva Tir

Sensibilidad = **0,9887638**

El proyecto empresarial puede soportar un incremento de 20.24% en costos sin que deje de ser rentable.

Cuadro N° 86. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON LA DISMINUCIÓN DEL 17,60% EN LOS INGRESOS

AÑOS	COSTO TOTAL ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL
			17,60%		53,00%		54,00%	
						-75.253,61		-75.253,61
1	318.483,26	452.400,00	372.777,60	54.294,34	0,6536	35.486,49	0,6494	35.256,06
2	332.514,82	452.400,00	372.777,60	40.262,78	0,4272	17.199,70	0,4217	16.977,05
3	347.297,96	452.400,00	372.777,60	25.479,64	0,2792	7.114,08	0,2738	6.976,39
4	363.426,93	452.400,00	372.777,60	9.350,67	0,1825	1.706,39	0,1778	1.662,49
5	379.327,84	603.200,00	497.036,80	117.708,96	0,1193	14.039,52	0,1155	13.589,58
6	386.288,20	603.200,00	497.036,80	110.748,60	0,0780	8.633,56	0,0750	8.302,60
7	405.572,70	603.200,00	497.036,80	91.464,10	0,0510	4.660,27	0,0487	4.452,52
8	425.716,43	603.200,00	497.036,80	71.320,37	0,0333	2.375,10	0,0316	2.254,49
9	446.867,35	603.200,00	497.036,80	50.169,45	0,0218	1.091,98	0,0205	1.029,80
10	469.075,81	603.200,00	497.036,80	27.960,99	0,0142	397,78	0,0133	372,69
						292,58		-792,03

Fuente: Alexandra Karina Viteri Andi

Elaboración: Alexandra Karina Viteri Andi

1). NTIR = 53.27%

1) DIFERENCIA DE TIR

Dif. Tir. = Tir proy. - Nueva Tir

Dif. Tir. = **60,38%**

2) PORCENTAJE DE VARIACIÓN

% Var. = (Dif. Tir / Tir del proy.) * 100

% Var. = **53,13%**

3) SENSIBILIDAD

Sensib. = % Var. / Nueva Tir

Sensibilidad = **0,9973216**

Así mismo, en cuanto a los ingresos, estos pueden disminuir en 17.60% y aun así ofrecer rentabilidad al proyecto.

g. DISCUSIÓN

Para el desarrollo del presente trabajo de tesis denominado “Plan de negocios para el Restaurante de comidas Típicas Amazónicas “Ally Micuna” en la Parroquia Pano, Cantón Tena, provincia de Napo, se utilizó varios métodos y técnicas para el cumplimiento de los objetivos propuestos.

En la realización del diagnóstico situacional se procedió a realizar un análisis general de la situación actual interna como el inventario turístico gastronómico y externa en la parroquia empleando la técnica de la observación directa a través de la cual se pudo recolectar información real del objeto de estudio,

Además, se empleó la técnica de la entrevista a la presidenta del Gad Pano y a una vendedora del Kiosco de comidas, la misma que ayudaron a corroborar información en el proyecto involucrando de manera directa su opinión sobre la realidad del sitio y cuáles son sus perspectivas con la presente investigación.

La encuesta empleada permitió conocer gustos, preferencias y necesidades del mercado en estudio, así como el grado de aceptación de los productos o servicios a ofertar.

Una vez realizado el análisis externo e interno de la parroquia se aplicó las fichas de inventario turístico gastronómico en la parroquia Pano que permitieron identificar nuevos atractivos turísticos.

La propuesta del plan de negocios de productos turísticos para el restaurante “Ally Micuna” identifica una visión clara del negocio y proporciona los lineamientos generales para ponerlo en marcha; en su desarrollo se contempla el estudio de mercado, en el mismo se analiza la oferta, el perfil de la demanda y las estrategias de marketing mix; el estudio técnico determina la capacidad del proyecto y describe los procesos que se deben seguir para la prestación de servicios; en el

estudio administrativo se establece la estructura organizacional y legal que debe tener el negocio para su correcto funcionamiento.

En el estudio financiero determina la inversión que se requiere realizar y se aplican indicadores financieros para conocer su rentabilidad que permite identificar los posibles impactos positivos y negativos que se generarían al ejecutarse el proyecto.

El desarrollo de este proyecto contribuye a dar solución a la problemática existente en la parroquia Pano, mediante la puesta en marcha del plan de negocios propuesto, dinamizará la economía local con la inserción de un restaurante de comidas típicas amazónicas Ally Micuna; con el presente plan de negocios se propició a la empresa a obtener la rentabilidad, organización y planificación con bajos niveles de incertidumbre, con la decisión de aprovechar el potencial turístico que tiene la parroquia y con los objetivos estratégicos direccionados para ponerla en marcha.

h. CONCLUSIONES

Después de haber realizado el desarrollo de la investigación del proyecto y tomando como base los resultados obtenidos, se llegó a determinar las siguientes conclusiones:

Se concluye mediante el diagnóstico turístico que la parroquia de Pano es un lugar adecuado y apto para la actividad turística debido a sus potencialidades, lugares turísticos y gastronomía, así como su ventaja de poseer un clima cálido agradable y cercanía a la ciudad de Tena, sin embargo, no han sido valorados ni aprovechados adecuadamente. Por esta razón, la propuesta va direccionada a que, los emprendedores de la parroquia puedan guiarse y capacitarse a través del plan de negocios realizado, y pongan en marcha la creación del restaurante de comidas típicas amazónicas, con estándares de calidad altos, en donde se pueda insertar a individuos de la parroquia a colaborar en el mismo; de esta manera, contribuir a la generación de empleo y ser un aporte cultural, dinamizando así, el turismo de la zona.

Mediante el estudio de mercado, se pudo observar que en la parroquia tiene gran demanda para servicios y actividades turísticas en dicha parroquia y en el sector como es el comercio de tilapia y carachama, gallinas criollas chontacuros y demás productos por tal razón existe una gran ventaja para el restaurante “Ally Micuna. La demanda efectiva es de **86% de 1445.760 visitas**. La empresa trabajará con una capacidad instalada del **del 100% (250,400)** de la capacidad utilizada que es de **75.400 (75%)** personas.

Del estudio técnico, se concluye que, debido a la alta demanda en la encuesta, se realizó el diseño de un chozón restaurante, acorde con el medio ambiente y con materiales de construcción propios de la zona y tecnológicos, dando un ambiente acogedor, cómodo y con servicio de calidad usando estrategias de promoción y publicidad capaces de captar la fidelidad de los clientes. La empresa se constituirá legalmente como una compañía de responsabilidad limitada con el

nombre de “**RESTAURANTE ALLY MICUNA**” se encontrará organizada con los niveles jerárquicos y con sus respectivos organigramas y manuales de funciones, que permitirán manejar y desarrollar técnicamente los procesos administrativos.

En el estudio financiero se indica que, para la puesta en marcha del negocio, el total de la inversión para que se ponga en marcha esta empresa es de \$ **75.253,61** dólares americanos. Se pedirá un crédito del **66.44 %** del total de la inversión que es de **\$50.000,00** dólares, mismo que se lo hará en el Banco de Fomento a una tasa de 10% anual. Y el costo social o propietario \$ **25.253,61** dólares con el **33.56%** El costo total de producción para el primer año de operación es de \$ **34.932,16** dólares El Precio de Venta al Público PROMEDIO de **\$4,00**, El punto de equilibrio para el Primer Año en función a las Ventas tiene un total de **\$143.44** dólares de su servicio para llegar al punto de equilibrio con un **31.71%** de capacidad instalada.

En cuanto a la Evaluación Financiera, el presente proyecto se obtuvo índices positivos, con los siguientes indicadores: Valor Actual Neto (V.A.N.) \$; **564.611,29** determina que, el proyecto es viable y con una Tasa Interna de Retorno (T.I.R) ; **113.65%** se concluye de esta manera que, financieramente, el proyecto es rentable, el Relación Beneficio Costo (R.B/C) es de **\$1,40** Significa que por cada dólar invertido se tiene una rentabilidad de 40 centavos. Periodo de Recuperación de Capital (P.R.C.) será de **10** meses. Análisis de Sensibilidad indica que el proyecto soporta un incremento de **20.24%** EN COSTOS sin que deje de ser rentable y el análisis de sensibilidad en los INGRESOS estos pueden disminuir en 17.60% y aun así ofrecer rentabilidad al proyecto.

Por todo lo determinado en cada uno de los estudios, se puede concluir finalmente que, si es factible el proyecto propuesto, además contribuirá al incremento, fortalecimiento y al desarrollo turístico y económico de la en la Parroquia Pano del Cantón Tena.

i. RECOMENDACIONES:

En la realización de la presente investigación se ha podido determinar siguientes recomendaciones:

- Se recomienda, principalmente, al Gobierno Autónomo Descentralizado de la parroquia Pano que, aprovechen los escenarios turísticos de que disponen, tanto atractivos culturales, como naturales para potencializarlos, y se realice una gestión de planificación turística para darles una puesta en valor a cada uno de ellos que vinculen en el desarrollo de la parroquia. Se realice, además, un diagnóstico turístico exhaustivo ya que casi no se dispone de información de este tipo para promocionar al sector.
- Se recomienda a las autoridades del Ministerio de Turismo y Cámara de Turismo asociarse junto con la Coordinación de Turismo de la Prefectura de Napo para que, conjuntamente, trabajen en proyectos turísticos que favorezcan a las parroquias rurales como al cantón Tena.
- Para la implementación de una empresa es recomendable realizar un buen estudio de mercado, porque es el punto de partida del proyecto con lo cual se puede evitar cualquier tipo de riesgo que pudiese existir, de tal manera que su rentabilidad y éxito sea garantizada.
- Que en un futuro se deberían realizar estudios técnicos y económicos, con la expectativa de mejorar la capacidad de producción y poder cubrir una mayor demanda del mercado, mediante implementación de la infraestructura física complementaria, aunque esto ocasione un poco más de inversión.

- A los futuros emprendedores es aconsejable considerar el presente proyecto de investigación es factible y que sirva como guía para la elaboración y creación de un proyecto de inversión, tomando en cuenta las regulaciones que se den hasta la fecha.

j. BIBLIOGRAFÍA

Libros de Consulta:

- Apaza , R. (2014). *Proyectos de Turismo*. Bolivia: RA Consulting.
- Armstrong, G. (2012). *Marketing*. México: Pearson Education.
- Baca, G. (2007). *Evaluacion de proyectos*. México: McGraw- Hill.
- Baca, G. (2010). *Evaluacion de proyectos. Mexico*. México: McGRAW-Hill.
- Balanko, G. (2012). *Como preparar un plan de negocios exitoso*. San Francisco: McGrawHill.
- Berenguel, M. (2010). *Marketing Turisrico*. Valencia: Popular.
- Besoin. (2010). *Glosario de terminos relacionados con la actividad turistica*. Chile.
- Canelón, Y. (2011). *Mercadeo*. Caracas: Atom.
- Carvajal, A. (2010). *MANUAL BÁSICO PARA AGENTES DE DESARROLLO LOCAL Y OTROS ACTORES*. Cali: Escuela de Trabajo Social y Desarrollo Humano- Universidad del Valle.
- FEPTCE. (2007). *Manual de Calidad para la Gestión del Turismo*. Quito: FEPTCE.
- Francesc, J. (2000). *Gestion de Destinos Turisticos. España*. España: Editorial Gestión.
- Hernandez, R. (2006). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw-Hill.
- Ivars, J. (2013). *EL MODELO TURÍSTICO DE BENIDORM: SINGULARIDAD Y RETOS DE FUTURO*. España: Universidad de Alicante : Instituto Universitario de Investigaciones Turísticas.
- Kotler, P., & Armtrong, C. (2003). *Fundamentos de Marketing. 6ta Edición*. México.: México: Pearson.
- Luisfer. (2008). *Temas de Administración de Empresas* . Colombia.
- Montecinos, A. (2012). *Planificación del Turismo Gastronómico Sostenible*. México: CEGAHO.
- Muñiz, R. (2007). *Marketing del siglo XXI*. España: IAB Spain.
- OMT. (2007). *Turismo*. Francia.

- Pasaca, M. (2017). *Formulación y Evaluación de proyectos*. Loja: GRAFICPLUS.
- Pérez, I. (2010). *Guía del Turismo de Mayagüez y Área Oeste*. Puerto Rico: Mayaguez.
- Rivera, B. &. (2007). *DISEÑO DEL PLAN ESTRATÉGICO DE DESARROLLO "PLAN DE TOUR 2020"*. Quito: Cooperación Técnica n° ATN/FG9903-EC.
- Rivera, Bassotti, & Chias. (2007). *DISEÑO DEL PLAN ESTRATÉGICO DE DESARROLLO "PLAN DE TOUR 2020"*. Quito: Cooperación Técnica n° ATN/FG9903-EC.
- Rodriguez, M. (2013). *Apunte de Clases para la asignatura de INDUSTRIA DEL TURISMO*. Chile: INACAP.
- Rosso, C. (2015). *Programa Turístico*. Argentina: Prezi.
- Sancho, A. (2010). *Introducción al Turismo (OMT)*.
- Sapag, N. (2008). *Preparación y evaluación de proyectos*. México: Editorial McGraw-Hill.
- SERNATUR. (2008). *GLOSARIO DE TERMINOS TECNICOS RELACIONADOS CON LA ACTIVIDAD TURÍSTICA*. Chile: Departamento de Planificación.
- Tompson, I. (2012). *Demanda Turística*. México.
- Velayos, V. (2014). *El VAN y el TIR*. México: Copyright.
- Villena, C. (2014). *Marketing Turístico*. Perú: Turibook.
- Viniegra, S. (2011). *Entendiendo el plan de negocios*. México: Article ID 863045.

Internet:

algomasdelmarketing.blogspot.com

www.ministeriode turismo.gob.ec

www.inec.gob.ec

k. ANEXOS

Anexo 1: Encuesta

**REPÚBLICA DEL ECUADOR
UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**



**FACULTAD JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA**

**“DISEÑO DE UN RESTAURANTE DE COMIDAS TÍPICAS
AMAZÓNICAS “ALLY MICUNA”, MEDIANTE LA ELABORACIÓN DEL
PLAN DE NEGOCIOS PARA RESCATAR LA GASTRONOMÍA EN LA
PARROQUIA PANO, CANTÓN TENA, PROVINCIA DE NAPO”**

**Proyecto de trabajo de previo a
optar por el título de ingeniera
en administración turística.**

Autora: Alexandra Karina Viteri Andi

Docente Revisor: Lic. Diego Chiriboga Mg.Sc.

Loja, Ecuador

2017

1. TEMA

“DISEÑO DE UN RESTAURANTE DE COMIDAS TÍPICAS AMAZÓNICAS “ALLY MICUNA”, MEDIANTE LA ELABORACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIOS PARA RESCATAR LA GASTRONOMÍA EN LA PARROQUIA PANO, CANTÓN TENA, PROVINCIA DE NAPO”

2. PROBLEMÁTICA

El turismo en la actualidad es uno de los sectores con mayor crecimiento en el ámbito económico, ambiental y sociocultural, además se ha convertido en una de las estrategias fundamentales de desarrollo y una significativa fuerza económica en el mundo. (Turismo, 2014)

Ecuador es un país mágico, escenario de una sorprendente naturaleza, de culturas diversas y de las más variadas costumbres. Ubicado al noreste de Sudamérica cuenta con cuatro regiones naturales como son: Costa, Andes, Amazonía y Galápagos, regiones que sin lugar a duda hacen de éste un país muy rico y apropiado para el desarrollo turístico. (Turismo, 2014)

La gastronomía turística ecuatoriana, tiene una diversa influencia y varios aportes de numerosas culturas que forman parte de las recetas de los platos más apetecidos a lo largo de todo el país. se ha visto enriquecida por la pluriculturalidad, la diversidad de climas, así como la variedad de especias y productos que existen en el país. A esta combinación tan singular se la ha definido como Comida Criolla. Esto se debe a que dentro del país se encuentran cuatro regiones naturales –costa, sierra, oriente y región insular o Galápagos– con costumbres y tradiciones diferentes. Los distintos platos típicos y los ingredientes principales varían en función de estas condiciones naturales.

La Provincia de Napo consta de cuatro cantones los cuales son es sumamente tradicionales especialmente por sus atractivos turísticos y su gastronomía típica, tiene la oportunidad de gozar de la grata hospitalidad de su gente y saborear los mejores platos típicos de la amazonia ecuatoriana ya que la oferta gastronómica es

muy variada algunas de ellas son: Maito de Tilapia chontacuro, Carachama: la guayusa.

En la parroquia Pano cada uno de las comunidades presentan similares expresiones gastronómicas tradicionales, esta gastronomía está conformada con los ingredientes propios de la zona, su delicioso sabor depende de su forma de preparación, permitiendo de esta forma a cada uno de sus platos darles un toque de autenticidad.

Sus prácticas de producción son compatibles con la conservación y manejo sustentable de los recursos naturales. Por ejemplo, el manejo integrado agroforestal en forma comunitaria, complementado con la caza, pesca, se basan en la agricultura, el intercambio de productos y artesanías; recolectan diversas frutas, además frutos de la chonta, morete y de otros tipos de palma. Recolectan también huevos de aves y varios tipos de insectos, como las hormigas comestibles conocidas localmente como “ukuy”, cabe mencionar que no han podido ser aprovechadas para el turismo, esto se debe particularmente a múltiples razones entre las cuales se puede mencionar:

En la parroquia Pano lamentablemente no ha podido generar recursos a través del Turismo debido a unos mal manejos de Recursos Turísticos tanto gastronómicos como culturales (costumbres y tradiciones), se origina por la falta de interés de las instituciones municipales, de cultura, turismo y medio ambiente que controlan y regulan las actividades turísticas, cualidades primordiales en un dentro del sector turístico.

Dificultades en las vías de accesos para la visita de los atractivos turísticos por falta de infraestructura. Por lo cual los sitios no se encuentran inventariados o investigados.

Pobreza estructural que afecta a la mayoría de la población, ya que no existen garantías sobre el emprendimiento turístico en el sector, causando pobreza en las comunidades aledañas en la población parroquial.

Inexistencia de proyectos de inversión pública o privada que demanden mano de obra no calificada que puedan generar empleos en el sector,

Pérdida de identidad propia en la parroquia Pano, el 90% de los habitantes son kichwas lo cual se ha visto que han perdido sus costumbres gastronómicas con el pasar los años y se ha ido a culturizando.

De acuerdo a lo mencionado anteriormente el problema principal radica en que el lugar no cuenta con una infraestructura adecuada para el desarrollo turístico gastronómico en la parroquia Pano.

Ante la necesidad de mejorar los problemas descritos y con la finalidad de promover el desarrollo turístico y económico del sector, se ha creído conveniente realizar el siguiente trabajo de investigación: **Diseño de un restaurante de comidas típicas amazónicas “Ally Micuna”, mediante la elaboración del plan de negocios para rescatar la gastronomía en la parroquia Pano, cantón Tena, provincia de Napo.**

3. JUSTIFICACIÓN

Justificación Académica

La visión institucional de la Universidad Nacional de Loja, tiene como finalidad formar profesionales en Administración turística con conocimientos alcanzados y su relación con la práctica quienes deben ser promotores del progreso turístico local y consolide la potencialización de la gastronomía típica de la parroquia Pano. Con el fin de cumplir con este requerimiento se pretende elaborar el presente proyecto de tesis denominado: Diseño de un restaurante de comidas típicas amazónicas “Ally Micuna”, mediante la elaboración del plan de negocios para rescatar la gastronomía en la parroquia Pano, cantón Tena, provincia de Napo. el cual reflejará el conocimiento adquirido durante toda la carrera universitaria y a la vez contribuirá a la solución de los distintos problemas que se suscitan en el sector turístico.

Justificación Social

Desde el punto de vista social el trabajo de investigación se convertiría en un medio para organizar e incentivar a las personas que viven en el sector y se dedican a la actividad gastronómica y turística para se enfoquen y vean a esta actividad como una oportunidad para mejorar su calidad de vida.

Justificación Económica.

Económicamente con la presente propuesta se lograría una mayor atracción de turistas nacionales y extranjeros que buscan nuevas alternativas de turismo, los cuales generarían ingresos económicos considerables para todos los sectores productivos de la parroquia, además de crear nuevas fuentes de empleo ligadas principalmente a la actividad turística, contribuyendo de esta manera al cambio de la matriz productiva del sector.

Justificación Turística.

Turísticamente se justifica ya que permitirá que se desarrolle la gastronomía turística con un servicio eficaz y eficiente, Su finalidad es satisfacer a aquellas personas que gustan de la comida típica, con un servicio acorde a las costumbres Amazónicas, tanto en sabor, presentación y con un equilibrio nutricional con un servicio de primera en los cuales también los visitantes puedan entrar en contacto directo con la naturaleza, y a la vez tengan la posibilidad de interactuar y divertirse aprendiendo en conjunto con las familias de la zona sobre la vida en las comunidades

Con el proyecto también se logrará establecer pautas para orientar a los emprendedores a la práctica de la actividad turística, además permitirá que las comunidades rurales cercanas tomen conciencia de que su desarrollo mediante la implementación de actividades económicas que pueden ser competitivas como es la gastronomía y el turismo. Así mismo contribuirá directamente para que el sector se convierta en un destino turístico donde propios y extraños conozcan y valoren la riqueza natural y cultural que posee el lugar.

4. OBJETIVOS

1) Objetivo General

Elaborar un plan de negocios para el Restaurante de comidas Típicas Amazónicas “Ally Micuna” en la Parroquia Pano, Cantón Tena, provincia de Napo.

2) Objetivos específicos

- Realizar el Inventario Turístico Gastronómico de la Parroquia Pano, Cantón Tena, provincia de Napo.
- Elaborar un Plan de comercialización para el Restaurante de comidas Típicas Amazónicas “Ally Micuna”.
- Determinar el tamaño, localización, ingeniería del proyecto y diseño organizacional para el Restaurante de comidas Típicas Amazónicas “Ally Micuna”.
- Efectuar un estudio financiero que permita determinar el monto de las inversiones, las fuentes de financiamiento, el costo de los productos y los ingresos esperados del Restaurante de comidas Típicas Amazónicas “Ally Micuna”.
- Evaluar la factibilidad Económica del Proyecto mediante el cálculo de indicadores financieros.

5. MARCO TEÓRICO

5.1. MARCO CONCEPTUAL

- **Turismo**
- **Sistema Turístico**
- **Plan de desarrollo Turístico**
- **Ecoturismo**
- **Turismo Comunitario**
- **Desarrollo Local**
- **Planificación Turística**
- **Esquema básico de la planificación de una empresa o destino turístico**
- **Turismo Gastronómico**
- **Mercado Turístico**
- **Ciclo de vida del Producto Turístico**
- **Marketing Turístico**
- **Tipos de Empresas turísticas**
- **Distribución Turística**

- **Canales de Distribución**
- **Proyecto**
- **Plan de Negocio**
- **estructura de un plan de negocio**
- **estudio de mercado**
- **estudio técnico**
- **tamaño del proyecto**
- **localización**
- **Estudio Legal**
- **Estudio Financiero**
- **Evaluación financiera**
- **punto de equilibrio**
- **Análisis de sensibilidad**

5.2 MARCO REFERENCIAL

5.2.1 Datos generales de la provincia de Napo

5.2.2 Datos generales del cantón Tena

5.2.3 Datos generales de la parroquia Pano

6. METODOLOGÍA

6.1 Modalidad y tipo de la Investigación

Para la realización del proyecto de investigación es necesario seguir un proceso metodológico y operativo que son las diferentes actividades que se realizaron para llegar al conocimiento del tema a investigar, así como el alcance de los objetivos para el proceso científico y la propuesta trazada.

Se utilizará diferentes métodos como: deductivo, científico, inductivo, descriptivo y analítico los mismos que permitieran recopilar y analizar datos fundamentales para el cumplimiento de los objetivos planteados, las técnicas

utilizadas fueron la observación, y encuesta aplicadas las cuales serán utilizadas durante la investigación.

6.2. Métodos

En seguida se enlista los diversos métodos y técnicas que se utilizarán en el trayecto de la tesis.

6.2.1. Método analítico

Proceso cognoscitivo que consiste en descomponer un objeto de estudio mediante la separación de cada una de las partes del todo para estudiarlas en forma individual (Moran, 2010). Este método permitirá realizar un análisis exhaustivo de los factores internos y externos que inciden en el restaurante de comidas típicas amazónicas en la parroquia Pano, además se utilizará para la interpretación de los resultados obtenidos en las encuestas y entrevistas aplicadas a los turistas, población y autoridades de la localidad.

6.2.2. Método Descriptivo

Con la aplicación de este método se logrará describir las características del área de estudio, y presentar sistemáticamente los resultados del diagnóstico de la situación actual parroquia Pano.

6.2.3. Método Deductivo

Parte de datos generales aceptados como valederos, para deducir por medio del razonamiento lógico, varias suposiciones, es decir; parte de verdades previamente establecidas como principios generales (Moran, 2010). Este método se lo utilizara para recoger información a partir de datos generales con la finalidad de llegar a ideas más específicas, permitirá además realizar las respectivas conclusiones en base a la problemática que tengan criterios técnicos para beneficio del área de estudio.

6.2.4. Método Científico

La aplicación de este método permitirá confrontar teorías desarrolladas con la observación de la realidad y a partir de ello buscar soluciones a los principales problemas que se presentaron durante el transcurso de la investigación.

6.2.5. Método Inductivo

Se basa en la observación, el estudio y la experimentación de diversos sucesos reales para poder llegar a una conclusión que involucre a todos esos casos (Moran, 2010). Con este método se logrará estudiar las particularidades del sitio en estudio con la finalidad de determinar su incidencia social y económica en el sector.

6.3 Técnicas

6.3.1 Observación Directa

Es aquella donde se tienen un contacto directo con los elementos o caracteres en los cuales se presenta el fenómeno que se pretende investigar (Villafuerte, 2010). Con esta técnica se logrará evidenciar el estado actual del lugar en la parroquia Pano a la vez se determinó las necesidades que tiene y que estrategias se deberían implementar para su desarrollo turístico.

6.3.2. Entrevista

Es la técnica con la cual el investigador pretende obtener información de una forma oral y personalizada. La información versará en torno a acontecimientos vividos y aspectos subjetivos de la persona tales como creencias, actitudes, opiniones o valores en relación con la situación que se está estudiando. (Villafuerte, 2010). Se aplicará esta técnica con el fin de obtener información real a través de las personas involucradas directamente con el sector y autoridades de la localidad, dicha información fue de gran valía para el proceso de la investigación.

7. ESTADÍSTICA DESCRIPTIVA O INFERENCIAL

7.1 Población de investigación

Se tomará como referencia el número habitantes del cantón Tena. De acuerdo con los datos proporcionados por el Censo de Población y Vivienda y el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos del 2010, proyectados al año 2017 el cantón Tena tiene una población aproximada de 74.158 habitantes, con referencia a los turistas se tomará en cuenta la afluencia de turistas que ingresaron al Cantón Tena en el año 2016, nacionales que son 35245 y 11077 son extranjeros.

Tabla 1: Proyección de habitantes del cantón Tena

Proyección de habitantes del cantón Tena	
Años	N de Habitantes
2010	62.766
2011	64.333
2012	65.946
2013	67.571
2014	69.202
2015	70.845
2016	72.499
2017	74.158

Fuente: INEC

Elaborado por: Karina Viteri

Tabla 2: Afluencia de turistas que ingresaron al Cantón Tena

Años	Afluencia de turistas que ingresaron al Cantón Tena			
	Nacionales	Extranjeros	Total	Observación
2014	74388	24261	98649	Enero a Agosto
2015	56880	20557	77437	Marzo a Octubre
2016	35245	11077	46322	Enero a Mayo

Fuente: GAD Municipal Tena 2015

Elaborado por: Karina Viteri

Tabla 3: Población de investigación

SECTOR INVESTIGATIVO	CANTIDAD
Habitantes del cantón Tena (2017)	74.158
Turistas Nacionales	35.245
Turistas Internacionales	11.077
Total	120.480

Fuente: GAD Municipal Tena 2015

Elaborado por: Karina Viteri

7.2 Cálculo de la muestra

Se aplica la fórmula del tamaño de la muestra de acuerdo al tipo de población, en este caso la fórmula será para población finita:

Aplicación de la fórmula para el cálculo de la muestra a la población, turistas nacionales e internacionales y del cantón:

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

Dónde:

n= tamaño de la muestra

N= población total de 120.480

Z= nivel de confianza de 95% (1,96)

P= probabilidad de éxito 50% (0,5)

Q= probabilidad de fracaso 50% (0,5)

e= error de 5% (0,05)

Aplicación de la fórmula:

$$n = \frac{(1,96)^2 * (0,5)(0,5) * (120.480)}{(0,05)^2 * (120.480 - 1) + (1,96)^2 * (0,5) * (0,5)}$$
$$n = \frac{3,8416 * 0,25 * 120.480}{0,0025 * (120.479) + 3,8416 * 0,25}$$

$$n = \frac{120.484,0916}{301,1975 + 0,9604}$$

$$n = \frac{120.484,0916}{302,1579}$$

$$n = 398.784$$

$$n = 399 \text{ Encuestas}$$

Una vez aplicada la fórmula para determinar el tamaño de la muestra el resultado 399, que representa el número de encuestas a aplicarse a las/los pobladores del cantón Tena y turistas nacionales y extranjeros.

Con estos datos se procede a crear un modelo de encuesta que permita conocer más al cliente, buscar su insatisfacción en cuanto al producto y servicio y medir el nivel de aceptación del restaurante de comidas típicas Ally Micuna que lanzará al mercado.

7.3 Elaboración de las encuestas

Para el desarrollo de las encuestas se aplicó un test con 12 preguntas, estructurada de la siguiente forma: para dar conocer el perfil del encuestado y para conocer gustos, preferencias y conocimientos del restaurante de comidas típicas amazónicas, que esta dirigidas a la población la del cantón Tena, de los cuales 245 a los habitantes del sector, 117 a turistas nacionales y 37 a extranjeros.

Tabla 4: Números de porcentaje

POBLACIÓN	PORCENTAJE	NUMERO DE ENCUESTAS
Turistas nacionales	9 %	37
Turistas nacionales	29 %	117
Población del cantón Tena	62 %	245
TOTAL	100%	399

Elaborado por: Karina Viteri

Con estos datos se procede a crear un modelo de encuesta que permita conocer más al cliente, buscar su satisfacción en cuanto al producto y servicio y medir el nivel de aceptación del restaurante de comidas típicas Ally Micuna que lanzará al mercado.

8. CRONOGRAMA:

Tabla 5: Cronograma

Tiempo (Mes)	1				2				3				4				5				6				n							
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
Elaboración del perfil de Proyecto			X	X	X	X	X																									
Presentación y sustentación del perfil de proyecto								X																								
Incorporación de recomendaciones al perfil									X																							
Aprobación del proyecto y designación del director de tesis									X																							
Revisión y rediseño de los Instrumentos de investigación										X																						
Prueba piloto de los instrumentos																																
Trabajo de campo										X	X	X																				
Recolección de información Primaria y secundaria														X	X																	
Procesamiento de la información														X		X																
Revisión y reconstrucción del marco teórico																	X	X														
Elaboración de la metodología																	X	X														
Elaboración de resultados																		X	X													
Elaboración de anexos																			X	X												
Elaboración de conclusiones y recomendación																				X												
Elaboración del resumen																			X	X												
Sustentación/calificación privada de la tesis																					X											
Incorporación de recomendación escala tesis																									X	X						
Presentación del informe final Y declaratoria de aptitud legal																													X			
Sustentación pública de la tesis e incorporación profesional																																X

Elaborado por: Karina Viteri

9. PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO

1. Talento humano

- Director de tesis
- Investigadora.
- Junta parroquial Pano
- Presidenta de la parroquia Pano
- Ministerio de Turismo (MINTUR)

2. Recursos materiales

Se hará uso de los siguientes materiales:

- Computadora
- Esferográficos
- Impresora
- Borradores
- Carpetas
- Memory flash
- Tinta recargable
- Libros
- Cámara fotográfica
- Resma de papel
- Hospedaje
- Alimentación
- Transporte
- Internet

Recursos económicos

Tabla 6 : Rubro de Gastos

ORD	RUBROS DE GASTOS	VALOR
1	Computadora	600
2	Impresora	200
3	Carpetas	10
4	Borradores	2
5	Esferos gráficos	3
6	Tinta recargable	100
7	Flash Memory	20
8	Gastos extras	100
9	Alimentación	180
10	Libros	100
11	Cámara	200
12	Resma de papel	20
13	Hospedaje	40
14	Transporte	30
15	Internet	60
Total		1665

Elaborado por: Karina Viteri

10. FINANCIAMIENTO

Los valores que se derivan del estudio de mercado, para proponer el plan de negocios serán asumidos netamente por la investigadora.

11. BIBLIOGRAFÍA

1. Referencias

1. Morán, G. (2010). Métodos de Investigación. México : Pearson .
2. Villarán, K. W. (2009). Plan de Negocios Herramienta para Evaluar la Viabilidad de un Negocio. Lima.
3. Baca, G. (2010). Evaluación de proyectos. México. México: McGRAW-Hill.
4. Pasaca, M. (2017). Formulación y Evaluación de proyectos. Loja: GRAFICPLUS
5. Rodríguez, M. (2013). Apunte de Clases para la asignatura de INDUSTRIA DEL TURISMO. Chile: INACAP.
6. Villena, C. (2014). Marketing Turístico. Perú: Turibook.

2. Linkografía

1. <http://es.slideshare.net/brandingo2012/gastronoma-en-el-mundo>
2. <http://www.anaguacha.com/2013/04/plan-de-negocio-estrategia-comercial-y.html>

Anexo N° 2 FICHAS DE INVENTARIO, JERARQUIZACIÓN Y FOTOGRAFÍA DE LOS ATRACTIVOS GASTRONÓMICOS DE LA PROVINCIA DE NAPO, CANTÓN TENA, PARROQUIA DE PANO.

REGISTRO DE DATOS DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS

FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS MINISTERIO DE TURISMO

DATOS GENERALES	
ENCUESTADOR: Karina Viteri FICHA N° 001 FECHA: 06 – 07 – 2017 SUPERVISOR EVALUADOR: Ing. Pavel González NOMBRE DEL ATRACTIVO: Maito de Tilapia PROPIETARIO: S/N CATEGORÍA: Manifestación cultural TIPO: etnografía SUBTIPO: comidas y bebidas típicas	
UBICACIÓN LONGITUD (UTM): 77°51'59.89 LATITUD (UTM): 1°01'01.47 PROVINCIA: Napo CANTÓN: Tena PARROQUIA: Pano CALLE: NUMERO: TRANSVERSAL:	
CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO NOMBRE DEL POBLADO: Sapu Rumi DISTANCIA (Km.): 2 km NOMBRE DEL POBLADO: centro del Tena DISTANCIA (Km.): 8 km	
CALIDAD	CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO ALTURA (m.s.n.m): 546 TEMPERATURA (°C): 22 a 26 PRECIPITACIÓN PLUVIOMÉTRICA (mm3): 3200 a 4000 mm
	Maito de Tilapia Referencia Se ha preparado este plato desde la introducción de la tilapia a la región Amazónica, el maito es una técnica que han utilizado las nacionalidades desde hace varias décadas Ingredientes: <ul style="list-style-type: none">• 200 gr. tilapia• 30 gr. hoja de bijao• Sal. Modo de preparación En las hojas de bijao colocar la tilapia previamente lavada y sal al gusto; envolver y atar con una fibra de toquilla, asar sobre la brasa o parrilla y voltearlo constantemente hasta que el maito este liviano. se acompaña yuca, palmito y la wayusa.

CALIDAD	VALOR EXTRÍNSECO	USOS (SIMBOLISMO)	ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO		
		Se lo utiliza para: <ul style="list-style-type: none">• Fotografía	ALTERADO DETERIORADO	NO ALTERADO CONSERVADO	EN PROCESO DE DETERIORO
		CAUSAS:			
		PATRIMONIO (Atractivos culturales)			
		ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO	Nombre: Fecha de declaración:		

	(ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)	Categoría: Patrimonio de la humanidad Patrimonio del Ecuador
		ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO <input checked="" type="checkbox"/>
		ALTERADO <input type="checkbox"/> NO ALTERADO <input type="checkbox"/> EN
		DETERIORADO <input type="checkbox"/> CONSERVADO <input type="checkbox"/> DE
		CAUSAS:

INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO

TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VIAS			TRANSPORTE	FRECUENCIAS				TEMPORALIDAD DE ACCESO		
		B	R	M		DIARIA	SEMANAL	MENSUAL	EVENTUAL	DÍAS AL AÑO		
TERRESTRE	ASFALTADO	X			BUS	X					365	
	LASTRADO				AUTOMÓVIL	X						
	EMPEDRADO				4X4	X					DÍAS AL MES	
	SENDERO				TREN						Culturales	
ACUÁTICO	MARÍTIMO				BARCO						Naturales	01 enero 31 diciembre
					BOTE						HORAS AL DÍA	
	FLUVIAL				CANOA						Culturales	
					OTROS							
AÉREO					AVIÓN						Naturales	09:00 17:00
					AVIONETA							
					HELICOPTERO							

Observaciones:

RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS:

NOMBRE DE LA RUTA:

DESDE: Tena **HASTA:** Pano - **FRECUENCIA:** 30 m **DISTANCIA:** 8 km

INFRAESTRUCTURA BÁSICA

AGUA

POTABLE ENTUBADA TRATADA DE POZO NO EXISTE OTROS

ENERGÍA ELÉCTRICA

SISTEMA INTERCONECTADO GENERADOR NO EXISTE OTROS

ALCANTARILLADO

RED PUBLICA POZO CIEGO POZO SÉPTICO NO EXISTE OTROS

PRECIOS

SI NO ENTRADA LIBRE OTROS

Observaciones:

ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS

NOMBRES:

DISTANCIA:

NOMBRE DEL POBLADO: sapu rumi **DISTANCIA (Km.):** 2 km

NOMBRE DEL POBLADO: **DISTANCIA (Km.):**

APOYO

APOYO

10. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO	
LOCAL <input checked="" type="checkbox"/>	NACIONAL <input checked="" type="checkbox"/>
PROVINCIAL <input checked="" type="checkbox"/>	INTERNACIONAL <input type="checkbox"/>
OTROS <input type="checkbox"/>	

TABLA DE JERARQUIZACION DE ATRCTIVOS

Nombre de atractivo: Maito de Tilapia		Jerarquía: III
CATEGORIA		SUBTIPO
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS MAXIMOS
CALIDAD	a. Valor intrínseco	7/15
	b. Valor extrínseco	7/15
	c. Entorno	8/10
	d. Estado de conversación / organización	8/10
	SUBTOTAL	36/50
APOYO	e. Acceso	10/10
	f. Servicio	10/10
	g. Asociación	2/05
	SUBTOTAL	16/25
SIGNIFICADO	h. Local	2/02
	i. Provincial	4/04
	j. Nacional	7/07
	k. Internacional	12
	SUBTOTAL	13/25
TOTAL		65/100
Revisado por Img. Pavel González		

o

FOTOGRAFIAS DEL CAMPO (Maito de Tilapia)



Ficha N° 1 Maito de tilapia

Nombre del atractivo: Maito de Tilapia		Jerarquía: III
Categoría: Manifestación cultural	Tipo: etnografía	Subtipo: comidas y bebidas típicas
Provincia: Napo	Cantón: Tena	Localidad: Pano
Fotografía N°1 Maito de tilapia 		Ubicación: Se encuentra centro de la parroquia Pano Georreferenciación Latitud: 1°01'01.47 Longitud: 77°51'59.89
Fuente: Alexandra Karina Viteri Andi Elaborado por: Alexandra Karina Viteri Andi		
Descripción: Maito de Tilapia Referencia Tilapia es un pescado nativo de África y criado en piscinas en Ecuador para consumo nacional y exportación. Se ha preparado este plato desde la introducción de la tilapia a la región Amazónica, el maito es una técnica que han utilizado las nacionalidades desde hace varias décadas.		
Ingredientes: <ul style="list-style-type: none"> • 200 gr. tilapia • 30 gr. hoja de bijao • Sal. 		
Modo de preparación En las hojas de bijao colocar la tilapia previamente lavada y sal al gusto; envolver y atar con una fibra de toquilla, asar sobre la brasa o parrilla y voltearlo constantemente hasta que el maito este liviano. se acompaña yuca, palmito y la wayusa.		
Actividad Turística: Conocer la preparación. Degustación Fotografía		

Fuente: GAD Pano

Elaborado por: Alexandra Karina Viteri Andi

Ficha N° 2: Caldo de gallina criolla

Nombre del atractivo: caldo de gallina criolla		Jerarquía: III
Categoría: Manifestación cultural	Tipo: etnografía	Subtipo: comidas y bebidas típicas
Provincia: Napo	Cantón: Tena	Localidad: Pano
Fotografía N°2 Caldo de gallina criolla 		Ubicación: Se encuentra centro de la parroquia Pano Georreferenciación Latitud: 1°01'01.47 Longitud: 77°51'59.89
Fuente: Alexandra Karina Viteri Andi Elaborado por: Alexandra Karina Viteri Andi		
Descripción: Caldo de gallina criolla. Las crianzas de las gallinas criollas es una tradición en los hogares de la zona rural. En todos los patios de las casas se multiplican las aves, porque la crianza no demanda grandes costos de inversión, representa una buena alternativa para la reproducción familiar de alimentos de origen animal, como huevos y carnes. Ingredientes: <ul style="list-style-type: none"> • 1k de gallina criolla cortadas en presas. • 0.05 k de arroz • 0.05 k de zanahoria • Cubitos de caldo concentrado de gallina • hierbita picada • Sal. Modo de preparación Colocar las presas de gallina, arroz y zanahoria en una olla, agregar agua y hervir por 40 minutos aproximadamente, a fuego medio y con la olla tapada, añadir la hierbita picada, cubito de caldo concentrado y sal al gusto y servir con yuca.		
Actividad Turística: Conocer la preparación Fotografía Degustar		
Fuente: GAD Pano Elaborado por: Alexandra Karina Viteri Andi		
Ficha N° 3: Caldo de carachama		
Nombre del atractivo: caldo de cara chama		Jerarquía: III
Categoría: Manifestación cultural	Tipo: etnografía	Subtipo: comidas y bebidas típicas

Provincia: Napo	Cantón: Tena	Localidad: Pano
Fotografía N°3 Caldo de cara chama		Ubicación: Se encuentra centro de la parroquia Pano Georreferenciación Latitud: 1°01'01.47 Longitud: 77°51'59.89
		
Fuente: Alexandra Karina Viteri Andi Elaborado por: Alexandra Karina Viteri Andi		
Descripción: Caldo de cara chama <p>Son considerados desde el punto de vista ecológico, ya que intervienen en la degradación de la materia orgánica debido a que son xilófagos (consumen termitas del agua la cara chama es un pez que habita en los ríos de la amazonia. Es considerado el eslabón entre el pez prehistórico y el pez actual. Constituye parte de alimentos tradicionales de la cultura amazónica.</p> <p>Ingredientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 1 k cara chama • 2 gr. de ajo • 10. gr de cilantro • 2l/ litros de agua • Sal. • 200 gr de yuca <p>Modo de preparación</p> <p>En una olla con dos litros de agua se coloca la cara chama. dejar cocer durante 10 a 15 minutos a fuego medio, añadir ajo y sal al gusto culantro del monte, se acompaña con yuca</p>		
Actividad Turística: Degustar el caldo de carachama Fotografía Conocer la preparación		

Fuente: GAD Pano
Elaborado por: Alexandra Karina Viteri Andi

Ficha N° 4: Maito de carachama

Nombre del atractivo: maito de cara chama		Jerarquía: III
Categoría: Manifestación cultural	Tipo: etnografía	Subtipo: comidas y bebidas típicas
Provincia: Napo	Cantón: Tena	Localidad: Pano
Fotografía N°4 Maito de cara chama 		Ubicación: Se encuentra centro de la parroquia Pano Georreferenciación Latitud: 1°01'01.47 Longitud: 77°51'59.89
Fuente: Alexandra Karina Viteri Andi Elaborado por: Alexandra Karina Viteri Andi		
Descripción: Caldo de cara chama Es un pez de agua dulce y de clima tropical, Los machos pueden llegar alcanzar los 35,6 cm de longitud total, Es una preparación que constituye parte de la identidad cultural de los pueblos amazónicos, en varias provincias de denominan maito o se le conoce al pez como caracha o cara chama. Se puede observar en toda la Amazonía. Ingredientes: <ul style="list-style-type: none"> • 1 k cara chama • hoja de bijao • Sal. • 200 gr de yuca Modo de preparación Lavar la cara chamas y las hojas de bijao. Colocar cara chamas sobre las hojas de bijao y espolvorear sal. Envolver y amarrar con una fibra de paja toquilla. Asar a la brasa colocado sobre la parrilla y volteando constantemente hasta que el maito este liviano, con un tiempo aproximadamente 20 - 30 minutos.		
Actividad Turística: Degustación Fotografía Conocer su preparación		

Fuente: GAD Pano

Elaborado por: Alexandra Karina Viteri Andi

Ficha N° 1: Maito de gallina criolla

Nombre del atractivo: maito de gallina criolla		Jerarquía: III
Categoría: Manifestación cultural	Tipo: etnografía	Subtipo: comidas y bebidas típicas
Provincia: Napo	Cantón: Tena	Localidad: Tena
Fotografía N°5 Maito de gallina criolla		Ubicación: Se encuentra centro urbano de Pano Georreferenciación Latitud: 0°59'18 Longitud: 77°48'53
		Fuente: Alexandra Karina Viteri Andi Elaborado por: Alexandra Karina Viteri Andi
Descripción: Maito de gallina criolla El maito es un plato amazónico que consiste envuelto de carne o pescado, pollo, chonta curo; vegételes como palmito y garabato yuyo. Envuelto de hojas de bijao (llaki panga) se amarán con fibra de paja toquilla y se expone directamente al fuego. La hoja de bijao produce el sabor del maito. Ingredientes: <ul style="list-style-type: none"> • 3 pedazos o filete de gallina criolla • 6 hoja de bijao • 1 taza de agua • Sal. • 200 gr de yuca Modo de preparación Lavamos y cortamos en trozos pequeños de la gallina, condimentamos con la sal. Colocar trozos de gallina sobre las hojas de bijao. Envolver y amarrar con una fibra de paja toquilla. Asar a la brasa colocado sobre la parrilla y volteando constantemente hasta que el maito este liviano, con un tiempo aproximadamente 30 - 40 minutos. se acompaña con yuca, palmito, garabato yuyo. y la wayusa que no falta.		
Actividad Turística: Probar las delicia del plato Fotografía Conocer su preparación		

Fuente: GAD Pano

Elaborado por: Alexandra Karina Viteri Andi

Ficha N° 2: Pincho de chonta curo

Nombre del atractivo: pincho de chonta curo		Jerarquía: III
Categoría: Manifestación cultural	Tipo: etnografía	Subtipo: comidas y bebidas típicas
Provincia: Napo	Cantón: Tena	Localidad: Pano
Fotografía N°6 Pincho de chonta curo 		Ubicación: Se encuentra centro urbano de la parroquia Pano Georreferenciación Latitud: 1°01'01.47 Longitud: 77°51'59.89
Fuente: Alexandra Karina Viteri Andi Elaborado por: Alexandra Karina Viteri Andi		
Descripción: Pincho de chanta curo La chonta curo que en quichua significa "gusanos de la chonta") es una larva de escarabajo que crece en las palmas que han sido cortadas; son muy apetecidos por su aroma y sabor. Se atribuye propiedades medicinales para la pulmonía, asma y problemas respiratorios. se puede adquirir en toda la Amazonía. Ingredientes: <ul style="list-style-type: none"> • 180 gr. chonta curo • Sal. Modo de preparación Introducir la chonta curo en el palo de pincho a guadua fina (5 -6) agregar sal y asar al carbón por 8 a 10 minutos. Se lo puede acompañar con yuca o plátano.		
Actividad Turística: Degustación Medicinal Fotografía Modo de preparación		

Fuente: GAD Pano

Elaborado por: Alexandra Karina Viteri Andi

Ficha N° 3: Chica de yuca

Nombre del atractivo: chica de yuca		Jerarquía: III
Categoría: Manifestación cultural	Tipo: etnografía	Subtipo: comidas y bebidas típicas
Provincia: Napo	Cantón: Tena	Localidad: Pano
Fotografía N°7 chica de yuca 		Ubicación: Se encuentra centro urbano de la parroquia Pano Georreferenciación Latitud: 1°01'01.47 Longitud: 77°51'59.89
Fuente: Alexandra Karina Viteri Andi Elaborado por: Alexandra Karina Viteri Andi		
Descripción: Chica de Yuca el cultivo de yuca provienen de la cultura maya La raíz fresca debe consumirse en un plazo breve, ya que debido a su alto contenido de almidones se descompone rápidamente por la acción de diversos microorganismos, La chica de yuca es preparada por las comunidades amazónicas desde hace décadas saborear en toda la amazonia. Ingredientes: <ul style="list-style-type: none"> • ½ yuca • 1 unidad 400 gr. camote dulce (zumo) • 20 lt. agua 		
Modo de preparación Poner a cocer la yuca hasta que este suave, majar bien y mezclar con agua, el zumo de camote para acelerar el proceso de fermentación. Dejar reposar por 3 días, se sirve la chica en taza de cuya.		
Actividad Turística: Probar la delicia de la chicha Fotografía Utilizada en fiestas tradicionales, bodas, bautizos		

Fuente: GAD Pano

Elaborado por: Alexandra Karina Viteri Andi

Ficha N° 4: Chica de chonta

Nombre del atractivo: chica de chonta		Jerarquía: III
Categoría: Manifestación cultural	Tipo: etnografía	Subtipo: comidas y bebidas típicas
Provincia: Napo	Cantón: Tena	Localidad: Pano
Fotografía N°7 chica de chonta		Ubicación: Se encuentra centro urbano de la parroquia Pano Georreferenciación Latitud: 1°01'01.47 Longitud: 77°51'59.89
		Fuente: Alexandra Karina Viteri Andi Elaborado por: Alexandra Karina Viteri Andi
Descripción: Chica de Chonta La raíz fresca debe consumirse en un plazo breve, ya que debido a su alto contenido de almidones se descompone rápidamente por la acción de diversos microorganismos. Es una preparación que se ha consumido desde siglos pasados por las nacionalidades, esta debida se puede saborear en todo la amazonia. Ingredientes: <ul style="list-style-type: none"> • 60 gr. chonta duro molido • 300 ml agua • 1 cucharada de azúcar (opcional) Modo de preparación Mezcla el chontaduro molido con agua, revolver hasta que se diluye y cernir, servir solo a con azúcar		
Actividad Turística: Degustar de la bebida Fotografía Conocer su preparación Utilizada en eventos comunitarios		

Fuente: GAD Pano

Elaborado por: Alexandra Karina Viteri Andi

Ficha N° 5: La wayusa

Nombre del atractivo: la wayusa		Jerarquía: III
Categoría: Manifestación cultural	Tipo: etnografía	Subtipo: comidas y bebidas típicas
Provincia: Napo	Cantón: Tena	Localidad: Pano
Fotografía N°7 la wayusa 		Ubicación: Se encuentra centro urbano de la parroquia Pano Georreferenciación Latitud: 1°01'01.47 Longitud: 77°51'59.89
Fuente: Alexandra Karina Viteri Andi Elaborado por: Alexandra Karina Viteri Andi		
Descripción: La Wayusa Sinónimo de energía y fertilidad, Se la extrae de una planta que se cultiva en la Amazonía ecuatoriana durante siglos. Con ella, los indígenas preparan té como una bebida que les brindaba energía para realizar sus actividades cotidianas. En la amazonia crecen más 10 especies de wayusa se le atribuye propiedades medicinales y curativas se la pueda tomar en toda la Amazonía. Ingredientes: <ul style="list-style-type: none"> • 100 gr. hoja de wayusa • 200 ml agua • 1 cucharada de azúcar (opcional) Modo de preparación En la olla se introduce la hoja de wayusa con dos litros de agua, se deja hervir durante 30 a 40 minutos. La hoja de wayusa debe ser seca para que salga concentrado y sabor y olor. el azúcar es opcional.		
Actividad Turística: Propiedades Medicinales Fotografía Bebida especial energética Conocer su preparación		

Fuente: GAD Pano

Elaborado por: Alexandra Karina Viteri Andi

Ficha N° 6: la colada de maíz tierno

Nombre del atractivo: la colada de maíz tierno		Jerarquía: II
Categoría: Manifestación cultural	Tipo: etnografía	Subtipo: comidas y bebidas típicas
Provincia: Napo	Cantón: Tena	Localidad: Pano
Fotografía N°7 La colada de maíz tierno 		Ubicación: Se encuentra centro urbano de la parroquia Panio Georreferenciación Latitud: 1°01'01.47 Longitud: 77°51'59.89
Fuente: Alexandra Karina Viteri Andi Elaborado por: Alexandra Karina Viteri Andi		
Descripción: La colada de maíz tierno Las mazorcas de maíz dulce son cosechadas en una etapa precoz de su crecimiento constituye un alimento delicioso y nutritivo que se puede preparar de muchas formas. se puede saborear esta colada en la provincia de Napo, en le restaurantes típicos de la zona. es una bebida tradicional de las comunidades Ingredientes: <ul style="list-style-type: none"> • 1 lb. choclo de duro • 3 lt. agua • 250 gr, de azúcar Modo de preparación Licuar el choclo en 1 lt. de agua, cernir y poner al fuego. Agregar 2 lt de agua. Cocer de 20 a 30 minutos; agregar azúcar. Servir caliente en una taza grande.		
Actividad Turística: Degustar Fotografía Conocer su preparación		

Fuente: GAD Pano

Elaborado por: Alexandra Karina Viteri Andi

**REGISTRO DE DATOS DE LOS ATRACTIVOS
TURÍSTICOS**

**FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS MINISTERIO DE
TURISMO**

DATOS GENERALES	
ENCUESTADOR: Karina Viteri FICHA N° 002 FECHA: 06 – 07 – 2017 SUPERVISOR EVALUADOR: Ing. Pavel González NOMBRE DEL ATRACTIVO: Caldo de gallina criolla PROPIETARIO: S/N CATEGORÍA: Manifestación cultural TIPO: etnografía SUBTIPO: comidas y bebidas típicas	
UBICACIÓN LONGITUD (UTM): 77°51'59.89 LATITUD (UTM): 1°01'01.47 PROVINCIA: Napo CANTÓN: Tena PARROQUIA: Pano CALLE: NUMERO: TRANSVERSAL:	
CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO NOMBRE DEL POBLADO: Sapu Rumi DISTANCIA (Km.): 2 km NOMBRE DEL POBLADO: centro del Tena DISTANCIA (Km.): 8 km	
CALIDAD	VALOR INTRÍNSECO
	<p>CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO ALTURA (m.s.n.m): 546 TEMPERATURA (°C): 22 a 26 PRECIPITACIÓN PLUVIOMÉTRICA (mm3): 3200 a 4000 mm</p> <p>Caldo de gallina criolla.</p> <p>Las crianzas de las gallinas criollas es una tradición en los hogares de la zona rural. En todos los patios de las casas se multiplican las aves, porque la crianza no demanda grandes costos de inversión, representa una buena alternativa para la reproducción familiar de alimentos de origen animal, como huevos y carnes.</p> <p>Ingredientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 1k de gallina criolla cortadas en presas. • 0.05 k de arroz • 0.05 k de zanahoria • Cubitos de caldo concentrado de gallina • hierbita picada • Sal. <p>Modo de preparación</p> <p>Colocar las presas de gallina, arroz y zanahoria en una olla, agregar agua y hervir por 40 minutos aproximadamente, a fuego medio y con la olla tapada, añadir la hierbita picada, cubito de caldo concentrado y sal al gusto.</p>

CALIDAD	VALOR EXTRÍNSECO	USOS (SIMBOLISMO)	ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO
		<p>Se lo utiliza para:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fotografía <p>ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)</p>	<p>ALTERADO <input type="checkbox"/> DETERIORADO <input type="checkbox"/> NO ALTERADO <input checked="" type="checkbox"/> CONSERVADO EN PROCESO DE DETERIORO <input type="checkbox"/></p> <p>CAUSAS: PATRIMONIO (Atractivos culturales)</p> <p>Nombre: Fecha de declaración: <input type="checkbox"/> Categoría: Patrimonio de la humanidad <input type="checkbox"/> Patrimonio del Ecuador <input type="checkbox"/></p>

			ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO
			ALTERADO NO ALTERADO EN PROCESO DETERIORADO DE DETERIORADO CONSERVADO DE
			CAUSAS:

INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO

APOYO	TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VIAS			TRANSPORTE	FRECUENCIAS				TEMPORALIDAD DE ACCESO		
			B	R	M		DIARIA	SEMANAL	MENSUAL	EVENTUAL	DÍAS AL AÑO		
	TERRESTRE	ASFALTADO	X			BUS	X					365	
		LASTRADO				AUTOMÓVIL	X						
		EMPEDRADO				4X4	X						DÍAS AL MES
		SENDERO				TREN							Culturales
	ACUÁTICO	MARÍTIMO				BARCO						Naturales	01 enero 31 diciembre
						BOTE							HORAS AL DÍA
		FLUVIAL				CANOA							Culturales
						OTROS							
	AÉREO					AVIÓN						Naturales	09:00 17:00
						AVIONETA							
					HELICOPTERO								
Observaciones:													

APOYO	RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS: NOMBRE DE LA RUTA:
	DESDE: Tena HASTA: Pano - FRECUENCIA: 30 m DISTANCIA: 8 km
	INFRAESTRUCTURA BÁSICA
	AGUA <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	POTABLE ENTUBADA TRATADA DE POZO NO EXISTE OTROS
	ENERGÍA ELÉCTRICA
	SISTEMA INTERCONECTADO <input checked="" type="checkbox"/> GENERADOR <input type="checkbox"/> NO EXISTE <input type="checkbox"/> OTROS <input type="checkbox"/>
ALCANTARILLADO	
RED PUBLICA <input checked="" type="checkbox"/> POZO CIEGO <input type="checkbox"/> POZO SÉPTICO <input type="checkbox"/> NO EXISTE <input type="checkbox"/> OTROS <input type="checkbox"/>	
PRECIOS	
SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> ENTRADA LIBRE <input checked="" type="checkbox"/> OTROS <input type="checkbox"/>	
Observaciones:	
ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS	
NOMBRES: DISTANCIA:	
NOMBRE DEL POBLADO: sapu rumi DISTANCIA (Km.): 2 km	
NOMBRE DEL POBLADO: DISTANCIA (Km.):	

10. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO	
LOCAL <input checked="" type="checkbox"/>	NACIONAL <input type="checkbox"/>
PROVINCIAL <input checked="" type="checkbox"/>	INTERNACIONAL <input type="checkbox"/>
OTROS <input type="checkbox"/>	

TABLA DE JERARQUIZACION DE ATRACTIVOS

Nombre de atractivo: Maito de Tilapia		Jerarquía: III
CATEGORIA		SUBTIPO
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS MAXIMOS
CALIDAD	a. Valor intrínseco	10/15
	b. Valor extrínseco	10/15
	c. Entorno	8/10
	d. Estado de conversación / organización	8/10
	SUBTOTAL	36/50
APOYO	e. Acceso	7/10
	f. Servicio	7/10
	g. Asociación	2/05
	SUBTOTAL	16/25
SIGNIFICADO	h. Local	2/02
	i. Provincial	4/04
	j. Nacional	07
	k. Internacional	12
	SUBTOTAL	6/25
TOTAL		58/100
Revisado por Ing. Pavel González		

FOTOGRAFIAS DEL CAMPO (Caldo de gallina criolla)



Anexo:

**REGISTRO DE DATOS DE LOS ATRACTIVOS
TURÍSTICOS**

**FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS MINISTERIO DE
TURISMO**

DATOS GENERALES	
ENCUESTADOR: Karina Viteri FICHA N° 003 FECHA: 06 – 07 – 2017 SUPERVISOR EVALUADOR: Ing. Pavel González NOMBRE DEL ATRACTIVO: Caldo de cara chama PROPIETARIO: S/N CATEGORÍA: Manifestación cultural TIPO: etnografía SUBTIPO: comidas y bebidas típicas	
UBICACIÓN LONGITUD (UTM): 77°51'59.89 LATITUD (UTM): 1°01'01.47 PROVINCIA: Napo CANTÓN: Tena PARROQUIA: Pano CALLE: NUMERO: TRANSVERSAL:	
CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO NOMBRE DEL POBLADO: Sapu Rumi DISTANCIA (Km.): 2 km NOMBRE DEL POBLADO: centro del Tena DISTANCIA (Km.): 8 km	
CALIDAD	VALOR INTRÍNSECO
CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO ALTURA (m.s.n.m): 546 TEMPERATURA (°C): 22 a 26 PRECIPITACIÓN PLUVIOMÉTRICA (mm3): 3200 a 4000 mm	
Caldo de cara chama La cara chama es un pez que habita en los ríos de la amazonia. Es considerado el eslabón entre el pez prehistórico y el pez actual. constituye parte de alimentos tradicionales de la cultura amazónica. Ingredientes: <ul style="list-style-type: none"> • 1 k cara chama • 2 gr. de ajo • 10. gr de cilantro • 2l/ litros de agua • Sal. • 200 gr de yuca Modo de preparación En una olla con dos litros de agua se coloca la cara chama. dejar cocer durante 10 a 15 minutos a fuego medio, añadir ajo y sal al gusto. la yuca se acompaña.	

CALIDAD	VALOR EXTRÍNSECO	USOS (SIMBOLISMO)	ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO
		Se lo utiliza para: <ul style="list-style-type: none"> • Fotografía 	ALTERADO <input type="checkbox"/> DETERIORADO <input type="checkbox"/> ALTERADO <input type="checkbox"/> CONSERVADO <input type="checkbox"/> PROCESO <input type="checkbox"/> DE DETERIORO <input type="checkbox"/> CAUSAS:
		ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)	PATRIMONIO (Atractivos culturales) Nombre: Fecha de declaración: Categoría: Patrimonio de la humanidad <input type="checkbox"/> Patrimonio del Ecuador <input type="checkbox"/>

	NOMBRE DEL POBLADO:	DISTANCIA (Km.):	
10. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO			
LOCAL	<input checked="" type="checkbox"/>	NACIONAL	<input type="checkbox"/>
PROVINCIAL	<input checked="" type="checkbox"/>	INTERNACIONAL	<input type="checkbox"/>
OTROS	<input type="checkbox"/>		

TABLA DE JERARQUIZACION DE ATRACTIVOS

Nombre de atractivo: Maito de Tilapia		Jerarquía: III
CATEGORIA	TIPO	SUBTIPO
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS MAXIMOS
CALIDAD	a. Valor intrínseco	10/15
	b. Valor extrínseco	10/15
	c. Entorno	8/10
	d. Estado de conversación / organización	8/10
	SUBTOTAL	36/50
APOYO	e. Acceso	7/10
	f. Servicio	7/10
	g. Asociación	2/05
	SUBTOTAL	16/25
SIGNIFICADO	h. Local	2/02
	i. Provincial	4/04
	j. Nacional	07
	k. Internacional	12
	SUBTOTAL	6/25
TOTAL		58/100
Revisado por Ing. Pavel González		

FOTOGRAFIAS DEL CAMPO (Caldo de carachama)



**REGISTRO DE DATOS DE LOS ATRACTIVOS
TURÍSTICOS**

**FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS MINISTERIO DE
TURISMO**

DATOS GENERALES

ENCUESTADOR: Karina Viteri **FICHA N°** 004 **FECHA:** 06 – 07 – 2017
SUPERVISOR EVALUADOR: Ing. Pavel González
NOMBRE DEL ATRACTIVO: Maíto de carachama **PROPIETARIO:** S/N
CATEGORÍA: Manifestación cultural **TIPO:** etnografía **SUBTIPO:** comidas y bebidas típicas

UBICACIÓN LONGITUD (UTM): 77°51'59.89 **LATITUD (UTM):** 1°01'01.47
PROVINCIA: Napo **CANTÓN:** Tena **PARROQUIA:** Pano
CALLE: **NUMERO:** **TRANSVERSAL:**

CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO
NOMBRE DEL POBLADO: Tálag **DISTANCIA (Km.):** 4 km
NOMBRE DEL POBLADO: centro del Tena **DISTANCIA (Km.):** 8 km

CALIDAD	VALOR INTRÍNSECO	<p>CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO ALTURA (m.s.n.m): 546 TEMPERATURA (°C): 22 a 26 PRECIPITACIÓN PLUVIOMÉTRICA (mm3): 3200 a 4000 mm</p>
		<p>Caldo de carachama</p> <p>Es una preparación que constituye parte de la identidad cultural de los pueblos amazónicos, en varias provincias de denominan maíto o se le conoce al pez como caracha o cara chama. Se puede observar en toda la Amazonía.</p> <p>Ingredientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 1 k cara chama • hoja de bijao • Sal. • 200 gr de yuca <p>Modo de preparación</p> <p>Lavar la cara chamas y las hojas de bijao. Colocar cara chamas sobre las hojas de bijao y espolvorear sal. Envolver y amarrar con una fibra de paja toquilla. Asar a la brasa colocado sobre la parrilla y volteando constantemente hasta que el maíto este liviano, con un tiempo aproximadamente 20 - 30 minutos.</p>

CALIDAD	VALOR EXTRÍNSECO	<p>USOS (SIMBOLISMO)</p> <p>Se lo utiliza para:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fotografía 	<p>ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</p> <p>ALTERADO <input type="checkbox"/> DETERIORADO <input type="checkbox"/> ALTERADO <input type="checkbox"/> EN PROCESO <input type="checkbox"/> DEGRADADO <input type="checkbox"/> CONSERVADO <input type="checkbox"/> DE DETERIORO <input type="checkbox"/></p> <p>CAUSAS:</p>
		<p>ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)</p>	<p>PATRIMONIO (Atractivos culturales)</p> <p>Nombre: _____</p> <p>Fecha de declaración: <input type="checkbox"/></p> <p>Categoría: <input type="checkbox"/> Patrimonio de la humanidad <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Patrimonio del Ecuador <input type="checkbox"/></p>

	NOMBRE DEL POBLADO:	DISTANCIA (Km.):	
10. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO			
LOCAL	<input checked="" type="checkbox"/>	NACIONAL	<input type="checkbox"/>
PROVINCIAL	<input checked="" type="checkbox"/>	INTERNACIONAL	<input type="checkbox"/>
OTROS	<input type="checkbox"/>		

TABLA DE JERARQUIZACION DE ATRACTIVOS

Nombre de atractivo: Maito de Tilapia		Jerarquía: III
CATEGORIA		TIPO
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS MAXIMOS
CALIDAD	a. Valor intrínseco	10/15
	b. Valor extrínseco	10/15
	c. Entorno	8/10
	d. Estado de conversación / organización	8/10
	SUBTOTAL	36/50
APOYO	e. Acceso	7/10
	f. Servicio	7/10
	g. Asociación	2/05
	SUBTOTAL	16/25
SIGNIFICADO	h. Local	2/02
	i. Provincial	4/04
	j. Nacional	07
	k. Internacional	12
	SUBTOTAL	6/25
TOTAL		58/100
Revisado por Img. Pavel González		

FOTOGRAFIAS DEL CAMPO (Maito de carachama)



Anexo:

**REGISTRO DE DATOS DE LOS ATRACTIVOS
TURÍSTICOS**

**FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS MINISTERIO DE
TURISMO**

DATOS GENERALES	
<p>ENCUESTADOR: Karina Viteri FICHA N° 004 FECHA: 06 – 07 – 2017 SUPERVISOR EVALUADOR: Ing. Pavel González NOMBRE DEL ATRACTIVO: Maito de gallina criolla PROPIETARIO: S/N CATEGORÍA: Manifestación cultural TIPO: etnografía SUBTIPO: comidas y bebidas típicas</p>	
<p>UBICACIÓN LONGITUD (UTM): 77°48'53 LATITUD (UTM): 0°59'18. PROVINCIA: Napo CANTÓN: Tena PARROQUIA: Tena CALLE: NUMERO: TRANSVERSAL:</p>	
<p>CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO NOMBRE DEL POBLADO: Archidona DISTANCIA (Km.): 4 km NOMBRE DEL POBLADO: centro del Tena DISTANCIA (Km.): 8 km</p>	
CALIDAD	VALOR INTRÍNSECO
	<p>CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO ALTURA (m.s.n.m): 648 TEMPERATURA (°C): 22 a 26 PRECIPITACIÓN PLUVIOMÉTRICA (mm3): 3200 a 4000 mm</p> <p>Maito de gallina criolla</p> <p>El maito es un plato amazónico que consiste envuelto de carne o pescado, pollo, chonta curro; vegeteles como palmito y garabato yuyo. Envuelto de hojas de bijao (llaki panga) se amaran con fibra de paja toquilla y se expone directamente al fuego.</p> <p>Ingredientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 3 pedazo o filete de gallina criolla • 6 hoja de bijao • 1 taza de agua • Sal. • 200 gr de yuca <p>Modo de preparación</p> <p>Lavamos y cortamos en trozos pequeños de la gallina, condimentamos con la sal. Colocar trozos de gallina sobre las hojas de bijao. Envolver y amaran con una fibra de paja toquilla. Asar a la brasa colocado sobre la parrilla y volteando constantemente hasta que el maito este liviano, con un tiempo aproximadamente 30 - 40 minutos. se acompaña con yuca, palmito, garabato yuyo. y la wayusa que no falta.</p>

CALIDAD	VALOR EXTRÍNSECO	USOS (SIMBOLISMO)	ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO
		<p>Se lo utiliza para:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fotografía 	<p>ALTERADO <input type="checkbox"/> DETERIORADO <input type="checkbox"/> ALTERADO <input type="checkbox"/> CONSERVADO <input type="checkbox"/> PROCESO DE DETERIORO <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>CAUSAS: PATRIMONIO (Atractivos culturales) Nombre: Fecha de declaración: <input type="checkbox"/> Categoría: Patrimonio de la humanidad <input type="checkbox"/> Patrimonio del Ecuador <input type="checkbox"/></p>
		ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)	

		ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO	
		ALTERADO <input type="checkbox"/>	NO ALTERADO <input type="checkbox"/>
		PROCESO DETERIORADO <input checked="" type="checkbox"/>	CONSERVADO <input type="checkbox"/>
		DETERIORO <input type="checkbox"/>	DE <input type="checkbox"/>
CAUSAS:			

INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO

TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VIAS			TRANSPORTE	FRECUENCIAS				TEMPORALIDAD DE ACCESO	
		B	R	M		DIARIA	SEMANAL	MENSUAL	EVENTUAL	DÍAS AL AÑO	
										DÍAS AL MES	
TERRESTRE	ASFALTADO	X			BUS	X				365	
	LASTRADO				AUTOMÓVIL	X					
	EMPEDRADO				4X4	X				DÍAS AL MES	
	SENDERO				TREN					Culturales	
ACUÁTICO	MARÍTIMO				BARCO					Naturales	01 enero 31 diciembre
					BOTE					HORAS AL DÍA	
	FLUVIAL				CANOA					Culturales	
AÉREO					AVIÓN					Naturales	09:30 17:00
					AVIONETA						
					HELICOPTERO						
Observaciones:											

APOYO	RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS:	
	NOMBRE DE LA RUTA:	
	DESDE: Tena	HASTA: Pano - FRECUENCIA: 30 m DISTANCIA: 8 km
	INFRAESTRUCTURA BÁSICA	
	AGUA	
	POTABLE <input checked="" type="checkbox"/>	ENTUBADA TRATADA <input type="checkbox"/> DE POZO <input type="checkbox"/> NO EXISTE <input type="checkbox"/> OTROS <input type="checkbox"/>
	ENERGÍA ELÉCTRICA	
SISTEMA INTERCONECTADO <input checked="" type="checkbox"/>	GENERADOR <input type="checkbox"/> NO EXISTE <input type="checkbox"/> OTROS <input type="checkbox"/>	
ALCANTARILLADO		
RED PUBLICA <input checked="" type="checkbox"/>	POZO CIEGO <input type="checkbox"/> POZO SÉPTICO <input type="checkbox"/> NO EXISTE <input type="checkbox"/> OTROS <input type="checkbox"/>	
PRECIOS		
SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/> ENTRADA LIBRE <input checked="" type="checkbox"/> OTROS <input type="checkbox"/>	
Observaciones:		
ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS		
NOMBRES:	DISTANCIA:	
NOMBRE DEL POBLADO: allimicuna wuasi	DISTANCIA (Km.): 1 km	
NOMBRE DEL POBLADO: Archidona	DISTANCIA (Km.): 5 km	

	10. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO LOCAL <input checked="" type="checkbox"/> NACIONAL <input checked="" type="checkbox"/> PROVINCIAL <input checked="" type="checkbox"/> INTERNACIONAL <input type="checkbox"/> OTROS <input type="checkbox"/>
--	--

TABLA DE JERARQUIZACION DE ATRCTIVOS

Nombre de atractivo: Maito de Tilapia		Jerarquía: III
CATEGORIA		TIPO
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS MAXIMOS
CALIDADA	a. Valor intrínseco	10/15
	b. Valor extrínseco	10/15
	c. Entorno	6/10
	d. Estado de conversación / organización	10/10
	SUBTOTAL	36/50
APOYO	e. Acceso	10/10
	f. Servicio	10/10
	g. Asociación	4/05
	SUBTOTAL	24/25
SIGNIFICADO	h. Local	2/02
	a. Provincial	4/04
	b. Nacional	7/07
	c. Internacional	12
	SUBTOTAL	13/25
TOTAL		73/100
Revisado por Ing. Pavel González		

FOTOGRAFIAS DEL CAMPO (Maito de gallina de criolla)



Anexo:

**REGISTRO DE DATOS DE LOS ATRACTIVOS
TURÍSTICOS**

**FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS MINISTERIO DE
TURISMO**

DATOS GENERALES	
ENCUESTADOR: Karina Viteri FICHA N° 006 FECHA: 06 – 07 – 2017 SUPERVISOR EVALUADOR: Ing. Pavel González NOMBRE DEL ATRACTIVO: Pincho de chonta curu PROPIETARIO: S/N CATEGORÍA: Manifestación cultural TIPO: etnografía SUBTIPO: comidas y bebidas típicas	
UBICACIÓN LONGITUD (UTM): 77°51'59.89 LATITUD (UTM): 1°01'01.47 PROVINCIA: Napo CANTÓN: Tena PARROQUIA: Pano CALLE: NUMERO: TRANSVERSAL:	
CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO NOMBRE DEL POBLADO: Tálag DISTANCIA (Km.): 4 km NOMBRE DEL POBLADO: centro del Tena DISTANCIA (Km.): 8 km	
CALIDAD	VALOR INTRÍNSECO CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO ALTURA (m.s.n.m): 546 TEMPERATURA (°C): 22 a 26 PRECIPITACIÓN PLUVIOMÉTRICA (mm3): 3200 a 4000 mm Pincho de chanta curu La chonta curu es una larva de escarabajo que crece en las palmas que han sido cortadas; son muy apetecidos por su aroma y sabor. Se atribuye propiedades medicinales para la pulmonía y problemas respiratorios. se puede adquirir en toda la Amazonía. Ingredientes: <ul style="list-style-type: none"> • 180 gr. chonta curu • Sal. Modo de preparación Introducir los chontacuro en el palo de pincho a guadua fina (5 -6) agregar sal y asar al carbón por 8 a 10 minutos. Se lo puede acompañar con yuca o plátano.

		USOS (SIMBOLISMO)	ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO
CALIDAD	VALOR EXTRÍNSECO	Se lo utiliza para: <ul style="list-style-type: none"> • Fotografía • propiedades medicinales 	ALTERADO <input type="checkbox"/> DETERIORADO <input type="checkbox"/> ALTERADO <input type="checkbox"/> EN PROCESO <input type="checkbox"/> CONSERVADO <input type="checkbox"/> DE DETERIORO <input type="checkbox"/> CAUSAS: PATRIMONIO (Atractivos culturales) Nombre: Fecha de declaración: Categoría: Patrimonio de la humanidad Patrimonio del Ecuador
		ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)	

		ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO	
		ALTERADO <input type="checkbox"/> NO ALTERADO <input checked="" type="checkbox"/> EN <input type="checkbox"/> PROCESO DETERIORADO <input type="checkbox"/> CONSERVADO <input type="checkbox"/> DE <input type="checkbox"/> DETERIORO <input type="checkbox"/>	
		CAUSAS:	

INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO

APOYO	TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VIAS			TRANSPORTE	FRECUENCIAS				TEMPORALIDAD DE ACCESO		
			B	R	M		DIARIA	SEMANAL	MENSUAL	EVENTUAL	DÍAS AL AÑO		
APOYO	TERRESTRE	ASFALTADO	X			BUS	X					365	
		LASTRADO				AUTOMÓVIL	X					DÍAS AL MES	
		EMPEDRADO				4X4	X					Culturales	
		SENDERO				TREN						Naturales	
	ACUÁTICO	MARÍTIMO				BARCO						01 enero 31 diciembre	
						BOTE						HORAS AL DÍA	
		FLUVIAL				CANOA						Culturales	
						OTROS						Naturales	
	AÉREO					AVIÓN						09:00 17:00	
						AVIONETA							
					HELICOPTERO								

Observaciones: hay todo tipo de servicios

APOYO	RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS:	
	NOMBRE DE LA RUTA:	
	DESDE: Tena HASTA: Napo - FRECUENCIA: 20 m DISTANCIA: 5 km	
	INFRAESTRUCTURA BÁSICA	
	AGUA	
	POTABLE <input checked="" type="checkbox"/> ENTUBADA TRATADA <input type="checkbox"/> DE POZO <input type="checkbox"/> NO EXISTE <input type="checkbox"/> OTROS <input type="checkbox"/>	
	ENERGÍA ELÉCTRICA	
	SISTEMA INTERCONECTADO <input checked="" type="checkbox"/> GENERADOR <input type="checkbox"/> NO EXISTE <input type="checkbox"/> OTROS <input type="checkbox"/>	
APOYO	ALCANTARILLADO	
	RED PUBLICA <input checked="" type="checkbox"/> POZO CIEGO <input type="checkbox"/> POZO SÉPTICO <input type="checkbox"/> NO EXISTE <input type="checkbox"/> OTROS <input type="checkbox"/>	
APOYO	PRECIOS	
	SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> ENTRADA LIBRE <input checked="" type="checkbox"/> OTROS <input type="checkbox"/>	
Observaciones:		
ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS		
NOMBRES: DISTANCIA:		
NOMBRE DEL POBLADO: Aitaka DISTANCIA (Km.): 1 km		
NOMBRE DEL POBLADO: shichi Warmi DISTANCIA (Km.): 2		

10. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO	
LOCAL <input checked="" type="checkbox"/>	NACIONAL <input checked="" type="checkbox"/>
PROVINCIAL <input checked="" type="checkbox"/>	INTERNACIONAL <input type="checkbox"/>
OTROS <input type="checkbox"/>	

TABLA DE JERARQUIZACION DE ATRACTIVOS

Nombre de atractivo: Maito de Tilapia		Jerarquía: III
CATEGORIA		TIPO
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS MAXIMOS
CALIDAD	a. Valor intrínseco	10/15
	b. Valor extrínseco	10/15
	c. Entorno	7/10
	d. Estado de conversación / organización	7/10
	SUBTOTAL	34/50
APOYO	e. Acceso	7/10
	f. Servicio	7/10
	g. Asociación	1/05
	SUBTOTAL	15/25
SIGNIFICADO	h. Local	2/02
	i. Provincial	4/04
	j. Nacional	7/07
	k. Internacional	12
	SUBTOTAL	13/25
TOTAL		62/100
Revisado por Ing. Pavel González		

FOTOGRAFIAS DEL CAMPO (Pincho de chonta curo)



Anexo:

**REGISTRO DE DATOS DE LOS ATRACTIVOS
TURÍSTICOS**

**FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS MINISTERIO DE
TURISMO**

DATOS GENERALES	
<p>ENCUESTADOR: Karina Viteri FICHA N° 007 FECHA: 06 – 07 – 2017 SUPERVISOR EVALUADOR: Ing. Pavel González NOMBRE DEL ATRACTIVO: Chica de Yuca PROPIETARIO: S/N CATEGORÍA: Manifestación cultural TIPO: etnografía SUBTIPO: comidas y bebidas típicas</p>	
<p>UBICACIÓN LONGITUD (UTM): 77°51'59.89 LATITUD (UTM): 1°01'01.47 PROVINCIA: Napo CANTÓN: Tena PARROQUIA: Pano CALLE: NUMERO: TRANSVERSAL:</p>	
<p>CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO NOMBRE DEL POBLADO: Tálag DISTANCIA (Km.): 4 km NOMBRE DEL POBLADO: centro del Tena DISTANCIA (Km.): 8 km</p>	
CALIDAD	VALOR INTRÍNSECO
	<p>CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO ALTURA (m.s.n.m): 546 TEMPERATURA (°C): 22 a 26 PRECIPITACIÓN PLUVIOMÉTRICA (mm3): 3200 a 4000 mm</p> <p>Chica de Yuca</p> <p>La chica de yuca es preparada por las comunidades amazónicas desde tiempos no registrados, se la puede saborear en toda la amazonia.</p> <p>Ingredientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ½ yuca • 1 unidad 400 gr. camote dulce (zumo) • 20 lt. agua <p>Modo de preparación</p> <p>Poner a cocer la yuca hasta que este suave, majar bien y mezclar con agua, el zumo de camote para acelerar el proceso de fermentación. Dejar reposar por 3 días, se sirve la chica en taza de cuya.</p>

CALIDAD	VALOR EXTRÍNSECO	USOS (SIMBOLISMO)	ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO	
		<p>Se lo utiliza para:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fotografía • alimentos 	<p>ALTERADO <input type="checkbox"/> DETERIORADO <input type="checkbox"/></p> <p>ALTERADO <input type="checkbox"/> CONSERVADO <input type="checkbox"/></p> <p>PROCESO <input checked="" type="checkbox"/> DE DETERIORO <input type="checkbox"/></p> <p>CAUSAS: <input type="checkbox"/></p>	<p>PATRIMONIO (Atractivos culturales)</p> <p>Nombre: <input type="checkbox"/></p> <p>Fecha de declaración: <input type="checkbox"/></p> <p>Categoría: Patrimonio de la humanidad <input type="checkbox"/> Patrimonio del Ecuador <input type="checkbox"/></p>
		<p>ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)</p>	ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO	
		<p><input type="checkbox"/></p> <p><input type="checkbox"/></p>	<input checked="" type="checkbox"/>	

			ALTERADO <input type="checkbox"/> NO ALTERADO <input type="checkbox"/> EN <input type="checkbox"/>
			PROCESO DETERIORADO <input type="checkbox"/> CONSERVADO <input type="checkbox"/> DE <input type="checkbox"/>
			CAUSAS:

INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO

APOYO	TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VIAS			TRANSPORTE	FRECUENCIAS				TEMPORALIDAD DE ACCESO		
			B	R	M		DIARIA	SEMANAL	MENSUAL	EVENTUAL	DÍAS AL AÑO		
TERRESTRE	ASFALTADO		X			BUS	X					365	
	LASTRADO					AUTOMÓVIL	X						
	EMPEDRADO					4X4	X						
	SENDERO					TREN						Culturales	
ACUÁTICO	MARÍTIMO					BARCO						Naturales	01 enero 31 diciembre
						BOTE							HORAS AL DÍA
	FLUVIAL					CANOA						Culturales	
						OTROS							
AÉREO						AVIÓN						Naturales	09:00 17:00
						AVIONETA							
						HELICOPTERO							

Observaciones: hay todo tipo de servicios

APOYO	RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS:	
	NOMBRE DE LA RUTA:	
	DESDE: Tena	HASTA: Napo - FRECUENCIA: 20 m DISTANCIA: 5 km
	INFRAESTRUCTURA BÁSICA	
	AGUA	
	POTABLE <input checked="" type="checkbox"/>	ENTUBADA TRATADA <input type="checkbox"/> DE POZO <input type="checkbox"/> NO EXISTE <input type="checkbox"/> OTROS <input type="checkbox"/>
	ENERGÍA ELÉCTRICA	
SISTEMA INTERCONECTADO <input checked="" type="checkbox"/>	GENERADOR <input type="checkbox"/> NO EXISTE <input type="checkbox"/> OTROS <input type="checkbox"/>	
ALCANTARILLADO		
RED PÚBLICA <input checked="" type="checkbox"/>	POZO CIEGO <input type="checkbox"/> POZO SÉPTICO <input type="checkbox"/> NO EXISTE <input type="checkbox"/> OTROS <input type="checkbox"/>	
PRECIOS		
SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/> ENTRADA LIBRE <input checked="" type="checkbox"/> OTROS <input type="checkbox"/>	
Observaciones:		
ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS		
NOMBRES: DISTANCIA:		
NOMBRE DEL POBLADO: Aitaka	DISTANCIA (Km.): 1 km	
NOMBRE DEL POBLADO: shichi Warmi	DISTANCIA (Km.): 2	

10. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO	
LOCAL <input checked="" type="checkbox"/>	NACIONAL <input checked="" type="checkbox"/>
PROVINCIAL <input checked="" type="checkbox"/>	INTERNACIONAL <input type="checkbox"/>
OTROS <input type="checkbox"/>	

TABLA DE JERARQUIZACION DE ATRACTIVOS

Nombre de atractivo: Maito de Tilapia		Jerarquía: III
CATEGORIA		TIPO
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS MAXIMOS
CALIDAD	a. Valor intrínseco	8/15
	b. Valor extrínseco	8/15
	c. Entorno	7/10
	d. Estado de conversación / organización	6/10
	SUBTOTAL	29/50
APOYO	e. Acceso	9/10
	f. Servicio	9/10
	g. Asociación	3/05
	SUBTOTAL	21/25
SIGNIFICADO	h. Local	2/02
	i. Provincial	4/04
	j. Nacional	7/07
	k. Internacional	12
	SUBTOTAL	13/25
TOTAL		63/100
Revisado por Ing. Pavel González		

FOTOGRAFIAS DEL CAMPO (chica de yuca)



		ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO	
		ALTERADO <input type="checkbox"/> NO ALTERADO <input checked="" type="checkbox"/> EN <input type="checkbox"/> PROCESO DETERIORADO <input type="checkbox"/> CONSERVADO <input type="checkbox"/> DE <input type="checkbox"/> DETERIORO	
		CAUSAS:	

INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO

APOYO	TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VIAS			TRANSPORTE	FRECUENCIAS				TEMPORALIDAD DE ACCESO		
			B	R	M		DIARIA	SEMANAL	MENSUAL	EVENTUAL	DÍAS AL AÑO		
APOYO	TERRESTRE	ASFALTADO	X			BUS	X					365	
		LASTRADO				AUTOMÓVIL	X					DÍAS AL MES	
		EMPEDRADO				4X4	X					Culturales	
		SENDERO				TREN						Naturales	
	ACUÁTICO	MARÍTIMO				BARCO						01 enero 31 diciembre	
						BOTE						HORAS AL DÍA	
		FLUVIAL				CANOA						Culturales	
						OTROS						Naturales	
	AÉREO				AVIÓN							09:00 17:00	
					AVIONETA								
				HELICOPTERO									
Observaciones: hay todo tipo de servicios													

APOYO	RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS:	
	NOMBRE DE LA RUTA:	
	DESDE: Tena HASTA: Napo - FRECUENCIA: 20 m DISTANCIA: 5 km	
	INFRAESTRUCTURA BÁSICA	
	AGUA	
	POTABLE <input checked="" type="checkbox"/> ENTUBADA TRATADA <input type="checkbox"/> DE POZO <input type="checkbox"/> NO EXISTE <input type="checkbox"/> OTROS <input type="checkbox"/>	
	ENERGÍA ELÉCTRICA	
	SISTEMA INTERCONECTADO <input checked="" type="checkbox"/> GENERADOR <input type="checkbox"/> NO EXISTE <input type="checkbox"/> OTROS <input type="checkbox"/>	
APOYO	ALCANTARILLADO	
	RED PUBLICA <input checked="" type="checkbox"/> POZO CIEGO <input type="checkbox"/> POZO SÉPTICO <input type="checkbox"/> NO EXISTE <input type="checkbox"/> OTROS <input type="checkbox"/>	
	PRECIOS	
SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> ENTRADA LIBRE <input checked="" type="checkbox"/> OTROS <input type="checkbox"/>		
Observaciones:		
ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS		
NOMBRES: DISTANCIA: NOMBRE DEL POBLADO: Aitaka DISTANCIA (Km.): 1 km NOMBRE DEL POBLADO: shichi Warmi DISTANCIA (Km.): 2		

10. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO	
LOCAL <input checked="" type="checkbox"/>	NACIONAL <input checked="" type="checkbox"/>
PROVINCIAL <input checked="" type="checkbox"/>	INTERNACIONAL <input type="checkbox"/>
OTROS <input type="checkbox"/>	

TABLA DE JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS

Nombre de atractivo: Maito de Tilapia		Jerarquía: III
CATEGORIA		TIPO
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS MAXIMOS
CALIDAD	i. Valor intrínseco	8/15
	m. Valor extrínseco	8/15
	n. Entorno	7/10
	o. Estado de conversación / organización	6/10
	SUBTOTAL	29/50
APOYO	p. Acceso	9/10
	q. Servicio	9/10
	r. Asociación	3/05
	SUBTOTAL	21/25
SIGNIFICADO	s. Local	2/02
	t. Provincial	4/04
	u. Nacional	7/07
	v. Internacional	12
	SUBTOTAL	13/25
TOTAL		63/100
Revisado por Ing. Pavel González		

FOTOGRAFIAS DEL CAMPO (chica de chonta)



Anexo:

REGISTRO DE DATOS DE LOS ATRACTIVOS
TURÍSTICOS

FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS MINISTERIO DE
TURISMO

DATOS GENERALES	
<p>ENCUESTADOR: Karina Viteri FICHA N° 009 FECHA: 06 – 07 – 2017 SUPERVISOR EVALUADOR: Ing. Pavel González NOMBRE DEL ATRACTIVO: La Wayusa PROPIETARIO: S/N CATEGORÍA: Manifestación cultural TIPO: etnografía SUBTIPO: comidas y bebidas típicas</p>	
<p>UBICACIÓN LONGITUD (UTM): 77°51'59.89 LATITUD (UTM): 1°01'01.47 PROVINCIA: Napo CANTÓN: Tena PARROQUIA: Pano CALLE: NUMERO: TRANSVERSAL:</p>	
<p>CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO NOMBRE DEL POBLADO: Archidona DISTANCIA (Km.): 20 km NOMBRE DEL POBLADO: centro del Tena DISTANCIA (Km.): 8 km</p>	
CALIDAD	<p>VALOR INTRÍNSECO</p> <p>CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO ALTURA (m.s.n.m): 546 TEMPERATURA (°C): 22 a 26 PRECIPITACIÓN PLUVIOMÉTRICA (mm3): 3200 a 4000 mm</p>
	<p>La Wayusa</p> <p>En la amazonia crecen más 10 especies de wayusa se le atribuye propiedades medicinales y curativas se la pueda tomar en toda la Amazonía.</p> <p>Ingredientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 100 gr. hoja de wayusa • 200 ml agua • 1 cucharada de azúcar (opcional) <p>Modo de preparación</p> <p>En la olla se introduce la hoja de wayusa con dos litros de agua, se deja hervir durante 30 a 40 minutos. la hoja de wayusa debe ser seca para que salga concentrado y sabor y olor. el azúcar es opcional.</p>

CALIDAD	VALOR EXTRÍNSECO	<p>USOS (SIMBOLISMO)</p> <p>Se lo utiliza para:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fotografía • alimentos 	<p>ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</p> <table border="0"> <tr> <td>ALTERADO</td> <td>NO ALTERADO</td> <td>EN PROCESO</td> </tr> <tr> <td>DETERIORADO</td> <td>CONSERVADO</td> <td>DE DETERIORO</td> </tr> </table> <p>CAUSAS:</p> <p>PATRIMONIO (Atractivos culturales)</p> <p>Nombre:</p> <p>Fecha de declaración:</p> <p>Categoría: Patrimonio de la humanidad Patrimonio del Ecuador</p>	ALTERADO	NO ALTERADO	EN PROCESO	DETERIORADO	CONSERVADO	DE DETERIORO
		ALTERADO	NO ALTERADO	EN PROCESO					
DETERIORADO	CONSERVADO	DE DETERIORO							
<p>ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)</p>									

10. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO	
LOCAL <input checked="" type="checkbox"/>	NACIONAL <input checked="" type="checkbox"/>
PROVINCIAL <input checked="" type="checkbox"/>	INTERNACIONAL <input type="checkbox"/>
OTROS <input type="checkbox"/>	

TABLA DE JERARQUIZACION DE ATRACTIVOS

Nombre de atractivo: Maito de Tilapia		Jerarquía: III
CATEGORIA		TIPO
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS MAXIMOS
CALIDAD	w. Valor intrínseco	10/15
	x. Valor extrínseco	10/15
	y. Entorno	8/10
	z. Estado de conversación / organización	8/10
	SUBTOTAL	36/50
APOYO	aa. Acceso	9/10
	bb. Servicio	9/10
	cc. Asociación	4/05
	SUBTOTAL	22/25
SIGNIFICADO	dd. Local	2/02
	ee. Provincial	4/04
	ff. Nacional	7/07
	gg. Internacional	12
	SUBTOTAL	13/25
TOTAL		71/100
Revisado por Ing. Pavel González		

FOTOGRAFIAS DEL CAMPO (la debida de wayusa)



Anexo:

**REGISTRO DE DATOS DE LOS ATRACTIVOS
TURÍSTICOS**

**FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS MINISTERIO DE
TURISMO**

DATOS GENERALES	
<p>ENCUESTADOR: Karina Viteri FICHA N° 10 FECHA: 06 – 07 – 2017 SUPERVISOR EVALUADOR: Ing. Pavel González NOMBRE DEL ATRACTIVO: colada de maíz tierno PROPIETARIO: S/N CATEGORÍA: Manifestación cultural TIPO: etnografía SUBTIPO: comidas y bebidas típicas</p>	
<p>UBICACIÓN LONGITUD (UTM): 77°51'59.89 LATITUD (UTM): 1°01'01.47 PROVINCIA: Napo CANTÓN: Tena PARROQUIA: Pano CALLE: NUMERO: TRANSVERSAL:</p>	
<p>CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO NOMBRE DEL POBLADO: Tálag DISTANCIA (Km.): 5 km NOMBRE DEL POBLADO: centro del Tena DISTANCIA (Km.): 8 km</p>	
CALIDAD	VALOR INTRÍNSECO
	<p>CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO ALTURA (m.s.n.m): 546 TEMPERATURA (°C): 22 a 26 PRECIPITACIÓN PLUVIOMÉTRICA (mm3): 3200 a 4000 mm</p> <p>La colada de maíz tierno</p> <p>Se puede saborear esta colada en la provincia de Napo, en le restaurantes típicos de la zona. es una bebida tradicional de las comunidades</p> <p>Ingredientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 1 lb. choclo de duro • 3 lt. agua • 250 gr. de azúcar <p>Modo de preparación</p> <p>Licuar el choclo en 1 lt. de agua, cernir y poner al fuego. agregar 2 lt de agua. cocer de 20 a 30 minutos; agregar azúcar. Servir caliente en una taza grande.</p>

CALIDAD	VALOR EXTRÍNSECO	USOS (SIMBOLISMO)	ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO
		<p>Se lo utiliza para:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fotografía • alimentos <p>ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)</p>	<p>ALTERADO <input type="checkbox"/> DETERIORADO <input type="checkbox"/> ALTERADO <input type="checkbox"/> CONSERVADO <input type="checkbox"/> PROCESO <input checked="" type="checkbox"/> DE DETERIORO <input type="checkbox"/></p> <p>CAUSAS:</p> <p>PATRIMONIO (Atractivos culturales)</p> <p>Nombre: _____</p> <p>Fecha de declaración: _____</p> <p>Categoría: <input type="checkbox"/> Patrimonio de la humanidad <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Patrimonio del Ecuador</p>

		ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO	
		ALTERADO <input type="checkbox"/> NO ALTERADO <input checked="" type="checkbox"/> EN <input type="checkbox"/> PROCESO DETERIORADO <input type="checkbox"/> CONSERVADO <input type="checkbox"/> DE <input type="checkbox"/> DETERIORO	
		CAUSAS:	

INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO

APOYO	TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VIAS			TRANSPORTE	FRECUENCIAS				TEMPORALIDAD DE ACCESO		
			B	R	M		DIARIA	SEMANAL	MENSUAL	EVENTUAL	DÍAS AL AÑO		
APOYO	TERRESTRE	ASFALTADO	X			BUS	X					365	
		LASTRADO				AUTOMÓVIL	X					DÍAS AL MES	
		EMPEDRADO				4X4	X					Culturales	
		SENDERO				TREN						Naturales	
	ACUÁTICO	MARÍTIMO				BARCO						01 enero 31 diciembre	
						BOTE						HORAS AL DÍA	
		FLUVIAL				CANOA						Culturales	
						OTROS						Naturales	
	AÉREO					AVIÓN						09:00 17:00	
						AVIONETA							
					HELICOPTERO								
Observaciones: hay todo tipo de servicios													

APOYO	RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS:	
	NOMBRE DE LA RUTA:	
	DESDE: Tena	HASTA: Napo - FRECUENCIA: 20 m DISTANCIA: 5 km
	INFRAESTRUCTURA BÁSICA	
	AGUA	
	POTABLE <input checked="" type="checkbox"/>	ENTUBADA TRATADA <input type="checkbox"/> DE POZO <input type="checkbox"/> NO EXISTE <input type="checkbox"/> OTROS <input type="checkbox"/>
	ENERGÍA ELÉCTRICA	
	SISTEMA INTERCONECTADO <input checked="" type="checkbox"/>	GENERADOR <input type="checkbox"/> NO EXISTE <input type="checkbox"/> OTROS <input type="checkbox"/>
ALCANTARILLADO		
RED PUBLICA <input checked="" type="checkbox"/>	POZO CIEGO <input type="checkbox"/> POZO SÉPTICO <input type="checkbox"/> NO EXISTE <input type="checkbox"/> OTROS <input type="checkbox"/>	
PRECIOS		
SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/> ENTRADA LIBRE <input checked="" type="checkbox"/> OTROS <input type="checkbox"/>	
Observaciones:		
ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS		
NOMBRES: DISTANCIA:		
NOMBRE DEL POBLADO: ALLY HUASI	DISTANCIA (Km.): 3 km	
NOMBRE DEL POBLADO:	DISTANCIA (Km.): 2	

10. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO	
LOCAL <input checked="" type="checkbox"/>	NACIONAL <input checked="" type="checkbox"/>
PROVINCIAL <input checked="" type="checkbox"/>	INTERNACIONAL <input type="checkbox"/>
OTROS <input type="checkbox"/>	

TABLA DE JERARQUIZACION DE ATRACTIVOS

Nombre de atractivo: Maito de Tilapia		Jerarquía: II
CATEGORIA		TIPO
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS MAXIMOS
CALIDAD	a. Valor intrínseco	5/15
	b. Valor extrínseco	5/15
	c. Entorno	8/10
	d. Estado de conversación / organización	8/10
	SUBTOTAL	26/50
APOYO	e. Acceso	9/10
	f. Servicio	9/10
	g. Asociación	2/05
	SUBTOTAL	21/25
SIGNIFICADO	h. Local	2/02
	i. Provincial	04
	j. Nacional	07
	k. Internacional	12
	SUBTOTAL	2/25
TOTAL		49/100
Revisado por Ing. Pavel González		

FOTOGRAFIAS DEL CAMPO (la debida de wayusa)



Anexo N° 1 ENCUESTA



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA



FACULTAD JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

Estimado señor (a):

Como estudiante de la Universidad Nacional de Loja de la Carrera de Administración Turística solicito a usted muy comedidamente se digno responder la siguiente encuesta, la cual servirá de mucho para recolectar información y realizar el proyecto de tesis denominado. “DISEÑO DE UN RESTAURANTE DE COMIDAS TÍPICAS AMAZÓNICAS “ALLY MICUNA”, MEDIANTE LA ELABORACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIOS PARA RESCATAR LA GASTRONOMÍA EN LA PARROQUIA PANO, CANTÓN TENA, PROVINCIA DE NAPO”

Objetivo: Establecer el nivel de aceptación de la propuesta y definir el producto para los procesos operativos del restaurante.

Instrucciones: Lea detenidamente las preguntas y conteste marcando con una X.

DATOS GENERALES:

Edad:

Sexo:

Lugar de residencia:

Cantón:

Ciudad:

1 ¿En qué rango están sus ingresos mensuales?

De \$340 a \$400- ()

De \$410 a \$700. ()

De \$800. a \$1000 ()

Más de \$1000 ()

2 ¿Conoce usted los atractivos turísticos, servicios y productos gastronómicos en la parroquia Pano?

SI ()

NO()

3.Ha visitado alguna vez un restaurante de comidas típicas amazónicas dedicadas al turismo gastronómico?

SI ()

NO()

4.- ¿Cómo calificaría su preferencia por la gastronomía típica amazónica?

- Muy bueno ()
- Bueno ()
- Regular ()
- Deficiente ()

5.- ¿Está usted satisfecho con el servicio que ofrecen los restaurantes de comida típica en la Parroquia Pano?

- SÍ () NO ()

6.- ¿Cuál de los siguientes aspectos cree usted, que carecen los restaurantes de comida típica en la parroquia Pano?

- Higiene ()
- Comodidad ()
- Variedad de platos ()
- Atención al cliente ()
- Todos los anteriores ()

7 ¿Cree usted que sería una buena idea crear un Restaurante Ally Micuna que promocióne las innovaciones de platos típicos de la Región Amazónica en la parroquia Pano?

- SI () NO ()

8 ¿Qué precio usted estaría dispuesto a pagar por un servicio de calidad del restaurante?

- \$2.00-\$3.00 () \$4.00-\$5.00 () \$6.00-\$8.00 ()

9 ¿Con qué frecuencia usted visitaría usted restaurante Ally Micuna si abrierá?

- SEMANAL () QUINCENAL () MENSUAL () TRIMESTRAL ()

10. ¿Cuál es el motivo que lo impulsaría a visitar este restaurante Ally Micuna?

- Curiosidad ()
- Producto o plato ()
- Precio ()
- Servicio ()
- Todos los anteriores ()

11. ¿Cuál de las siguientes preparaciones de comida típica prefiere comer usted?

- Entrada (caldos, picaditas) ()
- Platos Fuertes ()
- Postres ()

- Bebida ()

12.- De la opción escogida, elija los platos que más le gusta comer:

ENTRADA

Ceviches de hongos ostra ()

Caldo de carachama ()

Caldo de gallina criolla ()

Catu (mazamorra) ()

13.-De la opción escogida, elija los platos que más le gusta comer.

FUERTES

Maito de Tilapia ()

Maito de carachama ()

Maito de menudencia ()

Maito de chontacuro ()

14.¿A través de qué medios de comunicación le gustaría recibir información del restaurante de comida típica y de los beneficios que presentarán sus productos?

Redes sociales ()

Volantes publicitarios ()

Radio ()

Televisión ()

)

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo N° 2 PLATOS ESTANDAR

Anexo 3.1: ANALISIS DE COSTO PROMEDIO DE LOS RESTAURANTES DE TENA

PRINCIPALES RESTAURANTES DE LA CIUDAD DE TENA		
ESPECIFICACIÓN	Costo Promedio	Costo Promedio General
Locales considerados con Precios Alto Promedio en sus Productos		
Restaurante Sumak Maito	De 7,00 a 8,50	7,75
Restaurante Guayusa y Canela	De 7,00 a 8,50	
Restaurante Chuquitos	De 7,00 a 8,50	
Restaurante El Jardin	De 7,00 a 8,50	
Restaurante Guayusa Lounge	De 7,00 a 8,50	
Locales considerados con Precios Medio Promedio en sus Productos		
Restaurante Nyna Kaspj	De 6,00 a 7,50	6,75
Restaurante El Bijao	De 6,00 a 7,50	
Restaurante Runawa	De 6,00 a 7,50	
Restaurante Amazonía	De 6,00 a 7,50	
Locales considerados con Precios Bajos Promedio en sus Productos		
Restaurante "Aitaka"	De 3,50 a 5,00	4,25
Restaurante Delicias Amazonicas	De 3,50 a 5,00	
Restaurante Doña Gloria	De 3,50 a 5,00	
Restaurante Carmita	De 3,50 a 5,00	
COSTO PROMEDIO TOTAL DE LOS 13LOCALES		6,25

Costo Unitario de los platos de Entrada

LINK Excel.Sheet.12 "I:\\TESIS 2017\\ejemplo platillo.xlsx"
 ENTRADA!F3C2:F17C6 \a \f 4 \h * MERGEFORMATXPL
 COTIZAR: CALDO DE GALLINA CRIOLLA



Ingredientes	cantidad por unidad	precio de compra	cantidad de la porcion.	costo
yuca	1 libra	0,90	0,50	0,45
cebolla blanca	1 libra	0,35	0,50	0,18
zanahoria	1libra	0,35	0,50	0,18
Culantro	1 libra	0,25	0,50	0,13
hiervitas	1 libra	0,25	0,50	0,13
Arroz	1 libra	0,35	0,20	0,07
sal	1 funda	0,50	0,20	0,10
gallina criolla	1 libra	1,50	1,00	1,50
ajo	1 libra	0,23	0,50	0,12
Chicha de Chonta	1 atado	1,00	0,50	0,50
Subtotal				3,34
margen de utilidad 20%				0,67
Total				4,00

LINK Excel.Sheet.12 "I:\\TESIS 2017\\ejemplo platillo.xlsx"
 ENTRADA!F3C2:F17C6 \a \f 4 \h * MERGEFORMATX

LINK Excel.Sheet.12 "I:\\TESIS 2017\\ejemplo platillo.xlsx" ENTRADA!F21C2:F34C6 \a \f 4 \h * MERGEFORMATXPLATO A COTIZAR: CALDO DE CARACHAMA



Ingredientes	cantidad por unidad	precio de compra	cantidad de la porcion.	costo
yuca	1 libra	0,90	0,50	0,45
cebolla blanca	1 libra	0,35	0,50	0,18
zanahoria	1libra	0,35	0,50	0,18
Culantro	1 libra	0,25	0,50	0,13
palmito picado	1 libra	0,50	0,50	0,25
sal	1 funda	0,50	0,22	0,11
carachama	1 libra	3,00	0,50	1,50
ajo	1 libra	0,23	0,20	0,05
Chicha de Chonta	1 atado	1,00	0,50	0,50
Subtotal				3,33
margen de utilidad 20%				0,67
Total				4,00

LINK Excel.Sheet.12 "I:\\TESIS 2017\\ejemplo platillo.xlsx" ENTRADA!F38C2:F51C6 \a \f 4 \h * MERGEFORMATXPLATOS A COTIZAR: CALDO DE TILAPIA



Ingredientes	cantidad por unidad	precio de compra	cantidad de la porcion.	costo
yuca	1 libra	0,90	0,50	0,45
cebolla paitena	1 libra	0,35	0,50	0,18
zanahoria	1libra	0,35	0,50	0,18
Culantro	1 libra	0,25	0,50	0,13
palmito picado	1 libra	0,50	0,50	0,25
sal	1 funda	0,50	0,22	0,11
Tilapia	1 libra	3,00	0,50	1,50
ajo	1 libra	0,23	0,20	0,05
Chicha de Chonta	1 atado	1,00	0,50	0,50
Subtotal				3,33
margen de utilidad 20%				0,67
Total				4,00

LINK Excel.Sheet.12 "I:\\TESIS 2017\\ejemplo platillo.xlsx" ENTRADA!F3C9:F16C13 \a \f 4 \h * MERGEFORMATXPLATO A COTIZAR: CALDO DE BAGRE DE RIO



Ingredientes	cantidad por unidad	precio de compra	cantidad de la porcion.	costo
yuca	1 libra	0,90	0,50	0,45
cebolla paitena	1 libra	0,35	0,50	0,18
achiotte	1/2 litro	0,35	0,50	0,18
Culantro	1 libra	0,25	0,50	0,13
palmito picado	1 libra	0,50	0,50	0,25
sal	1 funda	0,50	0,22	0,11
Bagre de rio	1 libra	3,00	0,50	1,50
ajo	1 libra	0,23	0,20	0,05
Chicha de Chonta	1 atado	1,00	0,50	0,50
Subtotal				3,33
margen de utilidad 20%				0,67
Total				4,00

LINK Excel.Sheet.12 "I:\\TESIS 2017\\ejemplo platillo.xlsx" ENTRADA!F21C9:F35C13 \a \f 4 \h * MERGEFORMATXPLATO A COTIZAR: **CEVICHE DE HONGOS OSTRA**



Ingredientes	cantidad por unidad	precio de compra	cantidad de la porcion.	costo
Platano	1 libra	0,41	0,50	0,21
cebolla paitaña	1 libra	0,35	0,50	0,18
pimiento rojo y verde	1libra	0,35	0,50	0,18
Culantro	1 libra	0,25	0,50	0,13
palmito picado	1 libra	0,50	0,50	0,25
sal	1 funda	0,50	0,22	0,11
tomate	1 libra	0,35	0,50	0,18
hongos ostra	1 libra	3,00	0,50	1,50
limon	1 libra	0,23	0,50	0,12
Chicha de Yuca	1 atado	1,00	0,50	0,50
Subtotal				3,33
margen de utilidad 20%				0,67
Total				4,00

LINK Excel.Sheet.12 "I:\\TESIS 2017\\ejemplo platillo.xlsx" ENTRADA!F39C9:F53C13 \a \f 4 \h * MERGEFORMATXPLATO A COTIZAR: **CEVICHE DE POLLO**



Ingredientes	cantidad por unidad	precio de compra	cantidad de la porcion.	costo
Platano	1 libra	0,41	0,50	0,21
cebolla paitaña	1 libra	0,35	0,50	0,18
pimiento rojo y verde	1libra	0,35	0,50	0,18
Culantro	1 libra	0,25	0,50	0,13
palmito picado	1 libra	0,50	0,50	0,25
sal	1 funda	0,50	0,22	0,11
tomate	1 libra	0,35	0,50	0,18
pechuga de gallina	1 libra	3,00	0,50	1,50
limon	1 libra	0,23	0,50	0,12
Chicha de Yuca	1 atado	1,00	0,50	0,50
Subtotal				3,33
margen de utilidad 20%				0,67
Total				4,00

Costo Unitario de los Platos fuertes:

LINK Excel.Sheet.12 "I:\\TESIS 2017\\ejemplo platillo.xlsx" "PLATOS FUERTES!F5C2:F19C6" \a \f 4 \h * MERGEFORMATXPLATO A COTIZAR: MAITO DE TILAPIA				
Ingredientes	cantidad por unidad	precio de compra	cantidad de la porcion.	costo
yuca	1 libra	0,90	0,50	0,45
cebolla	1 libra	0,35	0,50	0,18
tomate	1libra	0,35	0,50	0,18
limon	1 libra	0,25	0,20	0,05
palmito	1 libra	0,50	0,50	0,25
garabato yuyo	1 libra	0,26	0,50	0,13
sal	1 funda	0,50	0,50	0,25
tilapia	1 libra	3,00	0,50	1,50
hojas de Bijao	1 atado 15 hojas	1,00	5,00	0,27
Guayusa	1 atado	1,00	0,50	0,50
Subtotal				3,75
margen de utilidad 20%				0,75
Total				4,50

LINK Excel.Sheet.12 "I:\\TESIS 2017\\ejemplo platillo.xlsx" "PLATOS FUERTES!F24C2:F38C6" \a \f 4 \h * MERGEFORMATXPLATOS A COTIZAR: MAITO DE GALLINA CRIOLLA				
Ingredientes	cantidad por unidad	precio de compra	cantidad de la porcion.	costo
yuca	1 libra	0,90	0,50	0,45
cebolla	1 libra	0,35	0,50	0,18
tomate	1libra	0,35	0,50	0,18
Limon	1 libra	0,25	0,20	0,05
palmito	1 libra	0,50	0,50	0,25
garabato yuyo	1 libra	0,26	0,50	0,13
sal	1 funda	0,50	0,50	0,25
Gallina Criolla	1 libra	1,50	1,00	1,50
hojas de Bijao	1 atado 15 hojas	1,00	4,00	0,27
Guayusa	1 atado	1,00	0,50	0,50
Subtotal				3,75
margen de utilidad 20%				0,75
Total				4,50

LINK Excel.Sheet.12 "I:\\TESIS 2017\\ejemplo platillo.xlsx" "PLATOS FUERTES!F61C2:F75C6" \a \f 4 \h * MERGEFORMATXPLATOS A COTIZAR: MAITO DE CARACHAMA



Ingredientes	cantidad por unidad	precio de compra	cantidad de la porcion.	costo
yuca	1 libra	0,90	0,50	0,45
cebolla	1 libra	0,35	0,50	0,18
tomate	1libra	0,35	0,50	0,18
Limon	1 libra	0,25	0,20	0,05
palmito	1 libra	0,50	0,50	0,25
garabato yuyo	1 libra	0,26	0,50	0,13
sal	1 funda	0,50	0,50	0,25
carachama	1 libra	3,00	0,50	1,50
hojas de Bijao	15 hojas	1,00	5,00	0,27
Guayusa	1 atado	1,00	0,50	0,50
Subtotal				3,75
margen de utilidad 20%				0,75
Total				4,50

LINK Excel.Sheet.12 "I:\\TESIS 2017\\ejemplo platillo.xlsx" "PLATOS FUERTES!F5C9:F23C13" \a \f 4 \h * MERGEFORMATXPLATOS A COTIZAR: TILAPIA FRITA



Ingredientes	cantidad por unidad	precio de compra	cantidad de la porcion.	Costo
yuca	1 libra	0,90	0,20	0,18
cebolla	1 libra	0,35	0,20	0,07
tomate	1libra	0,35	0,20	0,07
Limon	1 libra	0,25	0,20	0,05
palmito	1 libra	0,50	0,20	0,10
garabato yuyo	1 libra	0,26	0,20	0,05
sal	1 funda	0,50	0,50	0,25
tilapia	1 libra	3,00	0,50	1,50
lechuga	1libra	0,25	0,20	0,05
huevo	30 huevos	0,14	1,00	0,14
arroz	1 Libra	0,35	0,20	0,07
Aceite	1 litro	1,10	0,47	0,52
Harina	1 libra	0,40	0,50	0,20
Guayusa	1 atado	1,00	0,50	0,50
Subtotal				3,75
margen de utilidad 20%				0,75
Total				4,50

LINK Excel.Sheet.12 "I:\\TESIS 2017\\ejemplo platillo.xlsx" "PLATOS FUERTES!F28C9:F45C13" \a \f 4 \h * MERGEFORMATXPLATOS A COTIZAR: SECO DE GALLINA CRIOLLA



Ingredientes	cantidad por unidad	precio de compra	cantidad de la porcion.	costo
yuca	1 libra	0,90	0,50	0,45
cebolla	1 libra	0,35	0,20	0,07
tomate	1libra	0,35	0,20	0,07
Limon	1 libra	0,25	0,20	0,05
palmito	1 libra	0,50	0,50	0,25
garabato yuyo	1 libra	0,26	0,50	0,13
sal	1 funda	0,50	0,50	0,25
Gallina criolla	1 libra	1,50	1,00	1,50
lechuga	1libra	0,25	0,50	0,13
pimiento	1 libra	0,32	0,20	0,06
arroz	1 Libra	0,35	0,20	0,07
Aceite	1 litro	1,10	0,20	0,22
Guayusa	1 atado	1,00	0,50	0,50
Subtotal				3,75
margen de utilidad 20%				0,75
Total				4,50

LINK Excel.Sheet.12 "I:\\TESIS 2017\\ejemplo platillo.xlsx" "PLATOS FUERTES!F48C9:F62C13" \a \f 4 \h * MERGEFORMATXPLATOS A COTIZAR: BROCHETA DE CHONTACURO



Ingredientes	cantidad por unidad	precio de compra	cantidad de la porcion.	costo
yuca	1 libra	0,90	0,50	0,45
cebolla	1 libra	0,35	0,20	0,07
tomate	1libra	0,35	0,20	0,07
Limon	1 libra	0,25	0,20	0,05
palmito	1 libra	0,50	0,50	0,25
garabato yuyo	1 libra	0,26	0,50	0,13
sal	1 funda	0,50	0,20	0,10
chontacuros	1 libra	0,75	0,50	0,38
Palo de bambú	1 funda 100 unidades	0,09	1,00	0,09
Guayusa	1 atado	1,00	0,50	0,50
Subtotal				2,09
margen de utilidad 20%				0,42
Total				2,50

LINK Excel.Sheet.12 "I:\\TESIS 2017\\ejemplo platillo.xlsx" "PLATOS FUERTES!F67C9:F81C13" \a \f 4 \h * MERGEFORMATXPLATOS A COTIZAR: BROCHETA DE PATAS MUYU (CACAO DEL MONTE)



Ingredientes	cantidad por unidad	precio de compra	cantidad de la porcion.	costo
yuca	1 libra	0,90	0,50	0,45
cebolla	1 libra	0,35	0,20	0,07
tomate	1libra	0,35	0,20	0,07
Limon	1 libra	0,25	0,20	0,05
palmito	1 libra	0,50	0,50	0,25
garabato yuyo	1 libra	0,26	0,50	0,13
sal	1 funda	0,50	0,20	0,10
patas muyu	1 libra	0,75	0,50	0,38
Palo de bambú	1 funda 100 unidades	0,09	1,00	0,09
Guayusa	1 atado	1,00	0,50	0,50
Subtotal				2,09
margen de utilidad 20%				0,42
Total				2,50

Anexo N° 5 Fotos de entrevistas



Presidenta de la Junta Parroquial Pano: Doris Mariela Andi Cerda



Propietaria del Kiosco: Sra.Isolina Maria Alvarado Tapuy

Anexo N° 6 Salida de Campo.



Encuesta: Turistas nacionales

ÍNDICE

CONTENIDO	Pág
CARATULA	i
AUTORÍA.....	iii
CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS,	iv
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vi
a. TÍTULO	1
b. RESUMEN.....	2
ABTRACT	3
c. INTRODUCCIÓN	4
d. REVISIÓN DE LITERATURA.....	8
e. MATERIALES Y MÉTODOS	50
f. RESULTADOS	55
g. DISCUSIÓN	165
h. CONCLUSIONES	167
i. RECOMENDACIONES:.....	169
j. BIBLIOGRAFÍA	171
k. ANEXOS	173

ÍNDICE DE CUADROS

CONTENIDO.	PÁG.
Cuadro N° 1 Flora representativa de la parroquia Pano.....	45
Cuadro N° Reptiles y anfibios representativos de la parroquia.....	46
Cuadro N° Aves representativas de la parroquia Pano.....	46
Cuadro N° Mamíferos representativas de la parroquia Pano.....	47
Cuadro N° Atractivos turísticos.....	50
Cuadro N° Proyección de habitantes del cantón Tena.....	54
Cuadro N° Afluencia de turistas que ingresaron al Cantón Tena.....	54
Cuadro N° Población de investigación.....	54
Cuadro N° Números de porcentaje.....	56
Cuadro N° Jerarquización de los atractivos gastronómicos.....	58
Cuadro N° Matriz FODA.....	93
Cuadro N° Matriz de estrategias FODA.....	96
Cuadro N° Promedio total de costos.....	103
Cuadro N° Objetivos de la Empresa.....	146
Cuadro N° Horarios por Cargo.....	148
Cuadro N° Manual de Funciones del Administrador.....	152
Cuadro N° Manual de Funciones del Cajero.....	154
Cuadro N° Manual de Funciones del Chef.....	155
Cuadro N° Manual de Funciones del Cocinero Polivalente.....	156
Cuadro N° Manual de funciones del Ayudante de cocina.....	157
Cuadro N° Manual de funciones del Mesero.....	158