



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
FACULTAD JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA

TÍTULO:

“Plan de Negocios, mediante la aplicación de la Metodología de Canvas, para proponer el diseño del Jardín Botánico “GUAYUSA”, en la Parroquia Puerto Francisco de Orellana del Cantón Francisco de Orellana”.

**TESIS PREVIA A LA OBTENCIÓN
DEL GRADO DE INGENIERA EN
ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA.**

Autora:

Luz Isabel Ordóñez Guamán

Director:

Ing. Rubén Darío Román Aguirre, Mg. Sc.

LOJA - ECUADOR
2018

CERTIFICACIÓN

Ing.

Rubén Darío Román Aguirre, MAE

DIRECTOR DE TESIS Y DOCENTE DE LA CARRERA DE INGENIERÍA
EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA DE LA FACULTAD JURÍDICA,
SOCIAL Y ADMINISTRATIVA DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE
LOJA

CERTIFICA:

Que la presente tesis elaborada previa a la obtención del título de Ingeniera en Administración Turística, titulada “**PLAN DE NEGOCIOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE LA METODOLOGÍA DE CANVAS, PARA PROPONER EL DISEÑO DEL JARDÍN BOTÁNICO “GUAYUSA”, EN LA PARROQUIA PUERTO FRANCISCO DE ORELLANA DEL CANTÓN FRANCISCO DE ORELLANA**”, realizado por la egresada: Luz Isabel Ordóñez Guamán, da cumplimiento a los requisitos establecidos por las normas generales para la graduación en la Universidad Nacional de Loja, tanto en aspectos de forma como de contenido; por lo cual me permito autorizar su presentación para los fines pertinentes.

Loja, abril del 2018



Ing. Rubén Darío Román Aguirre, Mg. Sc.


DIRECTOR DE TESIS

AUTORÍA

Yo, **LUZ ISABEL ORDOÑEZ GUAMÁN**, declaro ser autora de la Tesis 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 Tesis en el repositorio institucional- biblioteca Virtual.

AUTORA : Luz Isabel Ordoñez Guamán

FIRMA : 

CÉDULA : 080193654-3

FECHA : Loja, abril de 2018

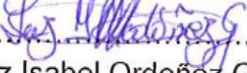
CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS POR PARTE DE LA AUTORA, PARA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TEXTO COMPLETO.

Yo; Luz Isabel Ordoñez Guamán, declaro ser Autora de la tesis titulada: "PLAN DE NEGOCIOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE LA METODOLOGÍA DE CANVAS, PARA PROPONER EL DISEÑO DEL JARDÍN BOTÁNICO "GUAYUSA", EN LA PARROQUIA PUERTO FRANCISCO DE ORELLANA DEL CANTÓN FRANCISCO DE ORELLANA", como requisito para optar el grado de Ingeniera en Administración Turística; autorizo al sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos, muestre al mundo la reproducción 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 tengan 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 cuatro días del mes de abril del dos mil dieciocho, firma la autora.

Firma : 
Autora : Luz Isabel Ordoñez Guamán
Dirección : Orellana, Francisco de Orellana, Calle Patricio Lascano y El Oro, Sector. "27 de Octubre".
Correo electrónico : isabelita-ordonez@hotmail.com
Celular : 098 253 7557

DATOS COMPLEMENTARIOS:

Director de Tesis : Ing. Rubén Darío Román Aguirre, Mg. Sc.
Presidenta del Tribunal : Ing. Rocío del Carmen Toral Tinitana, Mg. Sc.
Miembro del Tribunal : Ing. Pavel Fernando González B., Mg. Sc
Integrante del Tribunal : Ing. Edison Vinicio Espinosa Bailón, Mg. Sc.

DEDICATORIA

Dedicó este trabajo con mucho amor a mis padres, de quienes he recibido un apoyo incondicional para culminar esta etapa de mi vida, también a mis hermanos, y a mis hijos a quienes los quiero mucho.

Son las personas más importantes en mi vida, que han estado conmigo en todo momento, que son el motor que necesito para poder sacar adelante mis sueños y proyectos, a ellos mil gracias por todo lo que han hecho por mí y por ser las personas más maravillosas e incondicionales con las que sé que siempre podré contar para todo.

Al Ing.: Ricardo del Valle, a la Sra. Mónica Guevara porque con su ayuda logré estudiar y felizmente culminar esta maravillosa carrera, siempre sus sabios consejos me impulsaron para seguir adelante y no dejarme vencer por más tropiezos que pudiese tener en el camino, he aprendido cosas hermosas además de tener paciencia en muchos momentos difíciles.

¡Para ellos este y todos mis triunfos!

Luz Isabel Ordoñez Guamán

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios que me ha bendecido con una familia, maravillosa y comprensible, y a mis amigas por permitirme alcanzar mis metas.

A mi familia por su apoyo moral y económico incondicional, por sus consejos que siempre me permitieron seguir adelante.

Al Tutor Ing. Rubén Darío Román A. MAE, por su paciencia y compartir sus sabios conocimientos hicieron posible la realización de este trabajo.

Aquellas personas que física y moralmente me apoyaron desinteresadamente para poder culminar unos de mis sueños.

A mis compañeros porque con todos compartí momentos muy especiales además porque ellos son y seguirán siendo personas muy significativas en mi vida.

Por último, quiero agradecerle a la Universidad Nacional de Loja en especial a la Carrera de Administración Turística pues allí aprendí muchas cosas valiosas, los profesores unas personas integra que con su experiencia lograron transmitirme los conocimientos que hoy se y que me servirán para afrontar mi vida laboral.

Luz Isabel Ordoñez Guamán

a. TÍTULO:

“PLAN DE NEGOCIOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE LA METODOLOGÍA DE CANVAS, PARA PROPONER EL DISEÑO DEL JARDÍN BOTÁNICO “GUAYUSA”, EN LA PARROQUIA PUERTO FRANCISCO DE ORELLANA DEL CANTÓN FRANCISCO DE ORELLANA”

b. RESUMEN

El turismo por sus características tiene un importante impacto en el sector económico y en las relaciones sociales tanto de los lugares donde se práctica, como en los países de origen de los visitantes. Ecuador sin duda es el país de la mega diversidad y posiblemente uno de los más ricos del planeta, pues gracias a sus grandes contrastes, en su pequeño territorio conjuga cuatro regiones naturales que ofrecen una inmensidad de suelos, climas, montañas, páramos, playas, islas y selva, que a la vez constituyen el hogar de miles de especies de flora y fauna. Pero el Ecuador no sólo es rico en naturaleza también es rico en su gente, pues su territorio es padre de 14 nacionalidades indígenas con costumbres, idiomas y tradiciones múltiples. Ecuador es un país turístico por excelencia y se ha esforzado muchos años en dar prioridad al desarrollo del turismo.

El presente trabajo de investigación es una alternativa que pretende concienciar a las autoridades como a la comunidad de la parroquia, y del cantón Francisco de Orellana, su valor turístico tiene la propuesta de implementar un Jardín Botánico, para lo cual se realiza un estudio de un Plan de Negocios, mediante la aplicación de la Metodología Canvas, con el único fin de rescatar y dar el valor agregado a todos los atractivos turísticos y así generar un mayor interés de quienes visitan este lugar.

Los resultados del estudio verificaron que el plan de negocios es factible; teniendo en cuenta que se requiere una inversión de \$ 237.798.78, de los cuales el 33% se lo realizará con aporte de los socios y el 67% con un crédito a la Corporación Financiera Nacional, al 11.83% de interés a 10 años plazo.

La Evaluación financiera arroja los siguientes resultados: LA TIR que representa el 33.52% que es mayor que el costo de oportunidad del 11.85%; el VAN que es mayor que la inversión en ese caso es de \$ 214.509.53 frente a \$ 237.798.78 que es la inversión; la Relación Beneficio-Costo que nos da una rentabilidad de \$ 1.66 por cada dólar invertido; la recuperación del capital que se realiza en 3 años, 7 meses y 28 días; y, el análisis de sensibilidad que nos determina que el proyecto

no es sensible con incremento en los costos del 74% y una disminución en los ingresos del 30%. Por consiguiente, el Proyecto es Factible.

Palabras Clave: Canvas, Plan, Negocios

ABSTRACT

Tourism, due to its characteristics, has an important impact on the economic sector and on social relations both in the places where it is practiced and in the countries of origin of the visitors. Ecuador is undoubtedly the country of mega diversity and possibly one of the richest on the planet, because thanks to its great contrasts, in its small territory it combines four natural regions that offer an immensity of soils, climates, mountains, moors, beaches, islands and jungle, which at the same time are home to thousands of species of flora and fauna. But Ecuador is not only rich in nature, it is also rich in its people, since its territory is the father of 14 indigenous nationalities with customs, languages and multiple traditions. Ecuador is a tourist country par excellence and has spent many years in giving priority to the development of tourism.

This research work is an alternative that aims to raise awareness as the community of the parish, and canton of Francisco de Orellana, its tourism value has the proposal to implement a Botanical Garden, for which a study of a Business Plan, through the application of the Canvas Methodology, with the sole purpose of rescuing and giving added value to all the tourist attractions and thus generate greater interest for those who visit this place.

The results of the study verified that the business plan is feasible; taking into account that an investment of \$ 237,798.78 is required, of which 33% will be made with the contribution of the partners and 67% with a loan to the National Financial Corporation, at 11.83% of 10-year interest term.

The Financial Evaluation yields the following results: THE IRR representing 33.52% that is greater than the opportunity cost of 11.85%; the NPV that is greater than the investment in that case is \$.214,509.53 versus \$.237,798.78 that is the investment; the Benefit-Cost Ratio that gives us a return of \$.1.66 for each dollar invested; the capital recovery that takes place in 3 years, 7 months and 28 days; and, the sensitivity analysis that determines that the project is not sensitive with an increase

in costs of 74% and a decrease in revenues of 30%. Therefore, the Project is feasible.

Keywords: Canvas, Plan, Business

c. INTRODUCCIÓN

El Ecuador, está entre los 17 países más ricos del mundo en especies botánicas nativas, un estudio actualizado sobre la flora ecuatoriana clasificada, determina la existencia de 17.000 especies, en la ciudad de Santo Domingo de los Tsáchilas, existe el jardín botánico “La Carolina” considerado como uno de los más grandes del Ecuador y de América Latina. (Cuvi, 2000).

En el caso de la parroquia Puerto Francisco de Orellana, alberga atractivos turísticos, con el paso de los años aún no han sido desarrolladas turísticamente por la falta de interés de las autoridades de la parroquia Puerto Francisco de Orellana que cuenta con lugares turísticos que podrían convertirse en una de las principales fuentes de divisas, sin embargo, con el paso de los años aún no han sido dinamizadas por la falta de interés del gobierno parroquial. (Cuvi, 2000).

Además, existe escasa información y promoción turística y la falta de un lugar o sitio que sea centro de atención, para lo cual se requiere proyectos ambiciosos que se conviertan en las próximas décadas en símbolos nacionales e institucionales, es por eso que para proponer el diseño del jardín botánico que será de gran importancia para la parroquia. Los propósitos son establecer el área central del jardín botánico y observar la dinámica del ecosistema; reconocer la importancia del uso y conservación de la diversidad de especies de árboles energéticos, maderables, frutales y medicinales.

Hay que tomar en cuenta que para la propuesta de un sitio como el que se propone, debe estar acorde a las expectativas de los turistas de las diferentes nacionalidades que llegan a la parroquia, los mismos que para lograr que la parroquia Puerto Francisco de Orellana tenga buena posición en el mercado turístico, el proyecto servirá a los estudiantes de la carrera de Administración Turística del plan de contingencia de los años siguientes, con el fin de que obtengan conocimientos básicos que les permita comprender la elaboración del Plan de negocios, mediante la

aplicación de la metodología de CANVAS que fue obtenido en el desarrollo del primer objetivo, (Determinar el diagnóstico situacional del área de estudio), el cual nos dio una línea de base óptima para cumplir con el segundo objetivo, (Describir el Plan de negocios), el mismo que se describe paso a paso de sus 9 partes para que se genere la propuesta para la comunidad de la Parroquia de Francisco de Orellana; con su tercer objetivo, (Establecer el diseño del jardín botánico), que se cumple en su diseño para que tenga una sustentabilidad y sostenibilidad para las problemática de la Parroquia, llegando así a cuarto objetivo, (Socializar los resultados obtenidos del proyecto a la parroquia Puerto Francisco de Orellana del cantón Francisco de Orellana), participando la propuesta ante la colectividad e involucrados, obteniendo a la vez sus recomendaciones y conclusiones para obtener mejor resultados a la propuesta.

Para dar cumplimiento a los objetivos antes mencionados, se empleó los métodos analítico, científico, inductivo, deductivo y sintético, que sirvieron para recolectar y estudiar información imprescindible para cumplir con los objetivos propuestos mediante la utilización de las técnicas de entrevista, encuesta ,socialización y observación directa, además de la matriz FODA y matriz de estrategias, las cuales permitieron establecer objetivos y claros para la propuesta, brindando las facilidades correspondientes para el desarrollo adecuado del proyecto de tesis.

Los alcances del presente proyecto de tesis, se basa principalmente en la generación de un Plan de Negocio Turístico, bajo el método de CANVAS el mismo que servirá como línea base para el desarrollo y ejecución del jardín botánico de la parroquia, pero al momento de la elaboración se presentó un conjunto de limitaciones que no permitió cumplir cabalmente con las características del perfil propuesto. De esta manera, al momento de elaborar cada uno de los pasos para realizar el Plan de negocios, se encuentro con el desconocimiento de las autoridades y moradores de la parroquia, por lo que no se concientiza o se da a conocer que hoy en día el turismo es una de las fuentes económicas para un buen adelanto socio-

económico del lugar, y del país, como también la falta de visiones gerenciales a partir de datos actuales de la parroquia y la falta de incentivos por parte de las autoridades para motivar la mejora de la zona.

d. REVISIÓN DE LITERATURA

4.1. Marco Conceptual

4.1.1. Jardín Botánico

Jardín Botánico proviene del latín hortus botanicus, además de ser un espacio que mantiene colecciones documentadas de plantas vivas con el propósito de realizar investigación científica, conservación, exhibición y educación. Es un referente cultural para las ciudades y los ciudadanos, y por tanto, debe ser un espacio abierto a todo tipo de actividades y demandas educativas y sociales. A la vez, desde los jardines botánicos se difunde el amor y el respeto por el ambiente y se colabora con acciones relacionadas con la conservación, logrando de esta manera que los visitantes conozcan más sobre la flora de un área; igualmente son sitios turísticos que permiten conocer más acerca de las plantas, su hábitat y diferentes usos. **(BGCI, 2000)**

4.1.2. Diseño del Jardín Botánico

Los jardines botánicos se diseñan buscando un estilo funcional, aunque ello no quita que se pueda utilizar algún estilo como el paisajista, geométrico, clásico o modernista; todo depende de la posición del jardín. En los jardines botánicos se debe incluir al menos:

1. **Zona fitogeográfica.** En esta zona se agrupan las plantas por zonas geográficas. (África, América, etc.)
2. **Zona sistemática.** Aquí se agruparán las plantas según las especies, incluyendo la familia, los nombres científicos y origen.
3. **Zona ecológica.** Las plantas se colocarán en esta zona según sus necesidades medioambientales, según su hábitat (dunas, acuáticas).
4. **Zonas especiales.** Se colocarán diferentes zonas dedicadas en especial al cultivo de plantas anuales, bianuales, palustres, acuáticas, rosalada, rocallas, medicinales, setas, aprovechamiento económico (hortalizas, cereales...), jardín genético (demostración de las leyes de Mendel), arboleto, palmetum, cactus, carnívoras, vivero, parcelas de

ensayo, edificio de administración, bibliotecas, banco de semillas y herbario.

Requiere una serie de circulaciones principales para personas y vehículos. Además de unos caminos secundarios y senderos.¹

Deben existir bares, cafeterías y a lo largo de los caminos bancos, papeleras, fuentes, señalizaciones (guía del parque, planos)

4.1.3. Clases de Jardines

De acuerdo a **Rodríguez (2005)**, clasifica a los jardines botánicos de la siguiente manera:

- **Jardín conservador:** dedicado a la preservación de la diversidad biológica y genética, a la conservación de las especies frutales ya existentes, o recientes.
- **Jardín etnobotánico:** dedicado a las plantas que tienen una relación directa con la existencia del SER HUMANO.
- **Jardín ecológico:** dedicado al estudio de las especies vegetales y la relación existente entre ellas y el medio en el que se desarrollan.
- **Jardín botánico específico dedicado a una flora local:** dedicado al estudio de la vegetación propia de una región.
- Los jardines botánicos disponen, casi siempre, de unas instalaciones adecuadas para la conservación de las especies exóticas que no se adaptan bien a un clima local. Entre otros pueden hallarse los invernaderos cálidos, para las plantas tropicales, invernaderos que mantienen una atmósfera seca, disponen de equipamientos que corrigen los factores climáticos locales recreando otro clima para las plantas crasas.

¹ <http://www.planthogar.net/enciclopedia/documentos/1/documentos-tematicos/258/los-jardines-botanicos.html>

4.1.4 Tipos de jardines botánicos

Todos los jardines botánicos cual sea su tipo, cumplen un papel importante dentro de la educación ambiental y su difusión por la conservación de la biodiversidad.

- **Jardín multipropósito o clásico.** - Son jardines que tienen fines recreativos, educativos y científicos; generalmente son creados y manejados por las universidades, y son financiados por el gobierno. En este tipo de jardines se realizan con frecuencia investigaciones particularmente en taxonomía, y están relacionados con otros herbarios y laboratorios botánicos.
- **Jardines ornamentales.** - Se caracterizan por su jardinería decorativa, que conjugan una belleza paisajística, tienen colecciones de plantas principalmente ornamentales; estos jardines son esencialmente recreativos y no necesariamente tienen que ser creados con fines investigativos y educativos. Los jardines ornamentales pueden ser privados o públicos.
- **Jardines históricos.** - Son los primeros jardines que se crearon enfocados en el estudio de la medicina, algunos se mantienen activos y continúan realizando cultivos e investigaciones de plantas medicinales y educan sobre la preservación de las plantas.
- **Jardines para la conservación.** - Son jardines donde exclusivamente se encuentran plantas de zonas de vida específicas, con el propósito de preservar la diversidad biológica y genética y conservar las especies vegetales de esa zona; algunos incluyen o tienen áreas asociadas con vegetación natural adicional a las colecciones cultivadas. Los jardines para la conservación contribuyen con la educación ambiental.
- **Jardines universitarios.** - Tienen fines netamente didácticos e investigativos, llamado también jardines de investigación científica.
- **Jardines botánicos y zoológicos combinados.** - Estos lugares exhiben conjuntamente flora y fauna y de este modo los visitantes comprenden de mejor manera la interrelación y la función de cada

uno de los elementos que componen la naturaleza, y mediante estos jardines se pueden mantener y conservar los hábitats de muchas especies de plantas y animales.

- **Jardines culturales y educativos.** - Son jardines enfocados en un tema en particular, por ejemplo: las orquídeas, la etnobotánica, las plantas de medicina, bonsáis, plantas carnívoras y acuáticas, etc., pero todos con fines de apoyo en la educación, la ciencia, la conservación. Son creados en espacios naturales o semi naturales, establecidos para el manejo y protección de especies nativas.
- **Jardines agro-botánicos y de germoplasma.** - En estos jardines se encuentran colecciones de plantas que tienen un valor potencial para la conservación. Son estaciones experimentales que generalmente no se encuentran abiertos al público, pues se dedican exclusivamente a investigaciones, reproducción de plantas y agricultura; y están asociadas con institutos de agricultura y reforestación.
- **Jardines de turismo o recreativos.** - Creados con fines recreativos, especialmente en las zonas con una gran biodiversidad que debe ser conservada y preservada, estos jardines están totalmente abiertos al público, y dan a conocer a los visitantes sobre la importancia ancestral, medicinal y otros diferentes usos que tienen las plantas de una zona específica.

4.1.5. Turismo

El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico. **(OMT).**

El turismo es la actividad que se realiza, según las motivaciones que experimenta el individuo para satisfacer sus necesidades y en busca de la

consumación de sus deseos. Este concepto nos permite un enfoque completo de la actividad, o funciones que se puedan desempeñar al mismo tiempo que se recrea o se disfruta en un momento dado, exista o no desplazamiento. (LUQUE, A., 2009).

- **Breve reseña histórica del turismo.**

El turismo propiamente dicho, nace en el siglo XIX, como una consecuencia de la Revolución Industrial, con desplazamientos cuya intención principal es el ocio, descanso, cultura, salud, negocios o relaciones familiares. Estos movimientos se distinguen por su finalidad de otros tipos de viajes motivados por guerras, movimientos migratorios, conquista, comercio, etc. No obstante, el turismo tiene antecedentes históricos claros.

4.1.6. Importancia del Turismo

El turismo actualmente es una de las actividades económicas y culturales más importantes de un país.

Entendemos por turismo a todas aquellas actividades que tengan que ver con conocer o disfrutar de regiones o espacios en los que uno no vive de manera permanente. El turismo puede presentar muchas variantes ya que hay diferentes tipos de turismo: turismo cultural, de aventura, de entretenimiento, de relajación. Del mismo modo, también hay diferentes personas que realizan diversos tipos de turismo: turismo de jóvenes, de familias, de la tercera edad, de parejas, de amigos, etc.

Independientemente de las posibles variantes que haya del turismo, la importancia de esta actividad reside en dos pilares principales. El primero es aquel que tiene que ver con el movimiento y la reactivación económica que genera en la región específica en la que se realiza. Así, todos los países y regiones del planeta cuentan con el turismo como una actividad económica más que genera empleos, obras de infraestructura, desarrollo de establecimientos gastronómicos y hoteleros, crecimiento del transporte aéreo, terrestre o marítimo, etc. Obviamente, hay regiones en el mundo que están catalogadas como algunos de los puntos de turismo más

importantes o dinámicos mientras que otros no, y esto tendrá que ver con la atención que cada país puede prestarle a esta actividad, creando más posibilidades para que los visitantes disfruten.

4.1.7. Características específicas del Turismo

- El turismo produce y vende paquetes de productos (productos que son “experiencias”, por lo tanto, con alto componente intangible) en lugar de los productos individuales en sí mismos y tangibles de otras industrias.
- Los productos turísticos no pueden ser almacenados (simultaneidad de producción y consumo) frente a la mayoría de productos de consumo que sí lo son.
- El consumo de los productos turísticos se produce con la participación activa del cliente. Este debe desplazarse allí dónde el producto turístico se desarrolla y disfrutar del mismo in situ.
- La producción turística y su comercialización puede implicar grandes activos de capital. Empresas intermediarias, líneas aéreas, cadenas hoteleras o empresas de alquiler de coches, entre otras, suponen enormes inversiones y estructuras empresariales,
- Finalmente, el turismo requiere de un gran número de personal de interacción en sus diferentes etapas de intermediación, distribución y consumo. Nos referimos desde el personal de agencias de viaje, al personal de transporte, hoteles, restaurantes, guías turísticos, y muchos otros.²

4.1.8. Tipos de turismo

- **Turismo Ecológico.** - **Ascanio (2009)**, implica reglamentos de conducta a los visitantes, en relación a la preservación y conservación de los sitios naturales o 12 silvestres que se visitan, incluye la participación de las poblaciones locales como “beneficiarias” del ecoturismo.

² <http://www.eoi.es/blogs/innovacionturistica2020/2014/11/13/8/>

Ante las diferentes interpretaciones, como ecoturismo, el turismo ecológico se promueve como un turismo ético, donde prima el bienestar de las poblaciones locales reflejadas en la estructura y funcionamiento de las empresas, grupos, cooperativas que se dedican a ofrecer un servicio.

Debido a su auge, el turismo ecológico es el segmento de mayor crecimiento y el más dinámico del mercado turístico a escala mundial. Este movimiento apareció a finales de 1980, logrando el interés internacional, por lo que la ONU declaró al año 2002, año del turismo ecológico.

- **Turismo Místico.** - Orientado a la visita de lugares energéticos, Febres (2006), discute que se basa en la forma que la persona utiliza los conocimientos ancestrales, elementos naturales, creencias y costumbres.
- En tanto, la sabiduría de los Chamanes, sanadores y otros tipos de médicos brujos, han sanado enfermedades sólo utilizando la naturaleza, su energía y conocimientos de la madre tierra, con diversas técnicas de sanación, ya sean enfermedades o superación personal, motivando a turistas a formar campamentos en lugares turísticos que reúnen estas características.
- **Turismo Deportivo y Aventura.** - Su principal motivo es la participación en el deporte de aventura, está ligado al medio natural, por ser su medio de desarrollo, citado en **Winter (2008)**, el auge del deporte y su vinculación con el turismo, se debe a razones como el incremento del tiempo libre, una necesidad de espacios abiertos no contaminados, y la búsqueda de la adrenalina y el riesgo, como se explica en el cuadro siguiente:
- **Turismo Rural.** - Actividades que realizan los visitantes en zonas rurales, toman contacto activo con la población local en un marco de respeto por el entorno y la cultura, para **Ruiz y Solís (2007)**, las

modalidades que presenta el turismo rural son: Agroturismo, etnoturismo, religioso y de negocios, como lo detalla el siguiente cuadro:

- **Turismo Científico.** - Su interés es la ciencia o la necesidad de realizar estudios e investigaciones científicas en lugares especiales, como estaciones biológicas o yacimientos arqueológicos, viajar para observar in situ; se realiza de forma individual o en pequeños grupos para evitar alterar el objeto de estudio.
- **Turismo Cultural.** - Es el que precisa de recursos histórico artísticos para su desarrollo, **Cebrián (2008)** menciona que es el más exigente y menos estacional, se desarrolla en diferentes áreas, como se detalla en el siguiente cuadro:

Los tipos de turismo antes citados son aplicados con bases de sustentabilidad y hacen necesaria la existencia de una educación ambiental en sus diferentes ámbitos.

4.2. MARCO TEORICO

Agroturismo: Es una actividad turística que se realiza en un espacio rural, habitualmente en pequeñas localidades (menores a los 1.000 o 2.000 habitantes) o fuera del casco urbano en localidades de mayor tamaño.

Ecoturismo: La utilización del turismo como medio para obtener fondos necesarios para la conservación de la naturaleza, la protección de recursos naturales especiales y la defensa del medio ambiente por medio del uso sostenible, ecológicamente compatible y no destructivo de hábitats y sitios naturales.

Flujos turísticos: Cuantificación del desplazamiento de viajeros, que, desde el lugar de domicilio habitual, se dirigen a otros lugares de destino que ofrecen bienes y servicios turísticos.

Jardín Botánico: Se caracterizan por exhibir colecciones científicas de plantas vivas, que se cultivan para conseguir alguno de estos objetivos: su conservación, investigación, divulgación y enseñanza.

In situ: Expresión latina que significa «en el sitio» o «en el lugar».

Servicio: Organización y personal destinados a cuidar intereses o satisfacer necesidades del público o de alguna entidad pública o privada

4.2.1. Plan de negocios

Un plan de negocios es esencialmente un ante proyecto para su empresa, guía de tallada que explica el concepto del negocio, la oportunidad del negocio, el panorama competitivo, las claves para el éxito, y las personas que estarán involucradas. Prepara y luego escribir.

Un plan de negocios es un proceso que toma tiempo, pero vale la pena esfuerzo. Es una importante herramienta de ventas cuando usted quiere

pedir dinero prestado o reunir el apoyo para lanzar un nuevo producto o servicio. (Hardvard, 2009 Pag.10).

Los planes de negocios son considerados como una herramienta muy útil para las empresas, pues no solo son importantes para quienes buscan iniciar un nuevo negocio, sino que tienen la misma relevancia para aquellos que lo tienen y quieren desarrollarse o expandirse.

4.2.2. Ventajas y desventajas del plan de negocios

A continuación, se establece un cuadro de ventajas de la utilización de un plan de negocios y las desventajas que se producen al no hacer uso de él.

Tabla N° 1: Plan de Negocios – Ventajas y Desventajas

PLAN DE NEGOCIOS	
VENTAJAS	DESVENTAJAS
Suministra una guía clara de las acciones a seguir.	Desarrollo no organizado de la idea del negocio.
Mantiene una estructura fácil de comprender y transmitir.	No contar con un recurso estratégico ante el surgimiento de imprevistos.
Constituye un útil y eficaz método para el autodesarrollo como empresario.	No tener una guía clara de las especificaciones de la empresa y su estructura.
Ayuda a definir la posición del negocio en el mercado.	Inconvenientes al tratar de acceder a líneas de crédito.
Ayuda a identificar las acciones contra la competencia.	No tener claro escenarios y viabilidad del negocio.

Fuente: Administración de Empresas Comercializadoras de Turismo, 2010.

Elaborado por: Luz Isabel Ordóñez Guamán

4.2.2.1. Ventajas

A continuación, se describen algunas ventajas por las cuales se debe utilizar esta valiosa herramienta, en la consecución de una idea de negocio empresarial.

Con el plan de negocios se puede empezar empresas nuevas, requerir préstamos, proponer nuevas inversiones, identificar oportunidades y contratiempos.

Un plan de negocios bien realizado indica qué hacer y cómo hacerlo, permitiendo ahorrar tiempo.

Con la información y análisis recolectados del plan de negocios se alcanzan metas para un futuro.

Respalda información de todos los aspectos importantes del negocio para sus prestamistas, inversionistas y bancos.

Se puede solicitar opiniones y consejos a otras personas, incluidos aquellos que se desenvuelven en el campo comercial que le interesa, quienes le brindarán un consejo valioso.

Desventajas de no usar un plan de negocios

Una desventaja que se presenta cuando no utilizamos un plan de negocios.

Es muy probable que, en la práctica, una actividad empresarial no funcione adecuadamente. Si bien operativamente una empresa puede trabajar en sus inicios, con el tiempo puede llegar a quebrar y finalmente desaparecer, esto ocurrirá sí en su funcionamiento técnico operativo y financiero no se usaron convenientemente las herramientas administrativas y tecnológicas que conllevan al éxito de la empresa.

4.2.2.2. Limitaciones de un plan de negocios

Aquí se detallan algunas limitaciones que puede presentar el plan de negocios

El plan de negocios no bien estructurado es un documento que no garantiza el éxito de un negocio.

Se debe modificar el plan a medida que avanza el negocio por los cambios que se generan, caso contrario no funciona.

El plan de negocio puede ser de difícil entendimiento para el lector y no se llegue a ejecutarlo.

4.2.2.3. Importancia de un plan de negocios

El plan de negocios nos ayuda a evaluar el funcionamiento de la empresa, así como los distintos caminos que tome sobre el escenario previsto. Un plan de negocios sirve para brindar información a usuarios de la empresa, bancos, inversionistas e instituciones financieras que pudieran brindar en algún momento apoyo financiero a la empresa.

4.2.2.4. Estructura de un plan de negocios

Cabe mencionar que no existe documento oficial que indique los pasos a seguir para la elaboración de un plan de negocios. Aunque en los distintos documentos analizados la estructura en general es similar.

4.2.2.5. Etapas del Plan de Negocios.

- **Estudio de Mercado.**

Para **Baca, (2006)**, el estudio de mercado es “verificar la posibilidad real de penetración de un producto o servicio en un mercado determinado con el estudio bien realizado el investigador podrá sentir el riesgo que corre y la posibilidad de éxito”.

Basado en la definición expuesta por el autor, el estudio de mercado es determinar si existe o no las condiciones necesarias para poner en marcha el plan de negocios, es decir se podrá determinar cuál es el riesgo que se tiene al llevar a cabo un negocio, así como también los posibles beneficios al realizar el mismo, en síntesis, un estudio de mercado permite determinar el nivel de aceptación de un nuevo producto y/o servicio que se pretenda introducir en el mercado.

La determinación del estudio permite que se analice los requerimientos dentro del mercado el cual garantizará que el proyecto tenga fundamentos necesarios para conocer el estado de factibilidad que este tenga tomando en cuenta los gustos y preferencias en el mercado que quiere trabajar,

recopilando la debida información de los elementos que lo conforman, de esta manera se analizara sus diferentes variables que el mercado posee ante las diferentes necesidades que determinan las actividades del consumidor.

Ha de ser terminada teniendo una visión clara de las características del producto o servicio que se quiere introducir en el mercado, y un conocimiento exhaustivo de los interlocutores del sector. Junto con todo el conocimiento necesario para una política de precios y de comercialización.

Con un buen estudio nos debería quedar clara la distribución geográfica y temporal del mercado de demanda. Cuál es el target con el perfil más completo, (sexo, edad, ingresos, preferencias, etc.), Cual ha sido históricamente el comportamiento de la demanda y que proyección se espera, máximo si su nuestro producto o servicios viene a aportar valores añadidos y ventajas competitivas. Lo que puede revolucionar el sector, la oferta.

Análisis de precios y su evolución de los distintos competidores o demarcaciones geográficas. Con respecto a la competencia, necesitaremos un mínimo de datos, quienes son y por cada uno de ellos volúmenes de facturación, cuota de mercado, evolución, empleados, costes de producción... todo lo que podamos recabar.

Para este autor, **Baca, (2006)**, su mensaje es importante para descubrir un mercado, porque no es fácil sacar los diferentes productos o servicios al mercado.

Estoy de acuerdo con el autor hay que tener clientes para ofrecerles productos o servicios.

- **Objetivo del Estudio de Mercado.**

El objetivo de un estudio de mercado se orienta a realizar un análisis en el mercado de la oferta y demanda de un bien o servicio, permitiendo saber

cómo se está ese bien o servicio o permite saber cuál es su futuro mercado.

4.2.2.6. Elementos del Estudio de Mercado.

- **Segmentación de Mercado.**

Determina el proceso de dividir un mercado en grupos uniformes más pequeños que tengan características y necesidades semejantes. Esto no está arbitrariamente impuesto, sino que se deriva del reconocimiento de que el total de mercado está hecho de subgrupos llamados segmentos y estos segmentos son grupos homogéneos.

En la actualidad existen una diversidad de empresas ya sean comerciales, industriales o de servicio, en el que su fin es ofrecer y vender un determinado bien o servicio, pero existe una similitud de actividades comerciales que han influido en los mercados y que ha impedido visualizar a nuevos emprendedores el mercado al cual se quieren dirigir, es ahí en donde la segmentación de mercado permite que se pueda visualizar a que mercado uno se debe dirigir.

- **Análisis de la Demanda.**

Según **Morales, (2009)**, se entiende por demanda, “a la cantidad de productos bienes y servicios que los consumidores están dispuestos a adquirir a un precio determinado con la finalidad de satisfacer una necesidad específica.”

Núñez, (2007), determina que el análisis de la demanda “tiene por objetivo definir y cuantificar cuales son los principales factores (precio, ingreso los consumidores, preferencias, publicidad, etc.) que determinan a la demanda.”

La cantidad de bienes y servicios que se encuentran en el mercado han hecho que se produzcan consumidores que adquieren a un determinado precio productos que satisfagan sus necesidades y que gana tanto ellos como las empresas quienes generan estos productos.

El análisis de la demanda determina los factores que inciden en el comportamiento del mercado y las posibilidades reales de que el producto o servicio resultante del proyecto pueda participar efectivamente en ese mercado.

Estos dos autores tienen una misma idea estoy de acuerdo por me hablan de cantidad y la publicidad de los productos y es verdad donde no hay publicidad no son productivo el negocio. La opinión el uno habla de la cantidad de los productos.

- **Análisis de la Oferta.**

Núñez, (2007), La oferta es la cantidad de productos que los diversos fabricantes, productores o prestadores de servicios ponen en los mercados a disposición de los consumidores para satisfacer sus necesidades.

Según el autor la oferta tiene por objeto determinar las cantidades que desean llevar al mercado los productos o empresas que proporcionan un producto o servicio en una economía.

Al observar y leer cada criterio de los autores, se encuentra que los oferentes al tener un mayor nivel de precio, determina que puedan producir más cantidad del bien y a vender, obteniendo así un fin lucrativo para retroalimentarse y volver a realizar desde un principio todo, entendiéndose como unidades de un determinado bien o servicio.

El autor Núñez, también manifiesta sobre cómo satisfacer las necesidades implantando la cantidad de productos para los consumidores y aportar a la economía.

- **Determinación de la Demanda Insatisfecha.**

Baca Urbina, (2006), define que la Demanda Insatisfecha “Es la cantidad de bienes o servicios que es probable que el mercado consuma en los años futuros, sobre cual se ha determinado que ningún productor actual

podrá satisfacer si prevalecen las condiciones en las cuales se hizo el cálculo”.

Cuando los productos o servicios no han satisfecho totalmente al consumidor o cuando estos no accedieron al mercado hace que se produzca la demanda insatisfecha, con el cual permite visualizar la cantidad de demandantes que no pudieron ser cubiertos en su totalidad.

El autor **Baca Urbina (2006)**, nos escribe que también existe productos que no satisfacen al cliente por lo tanto hay que tener en cuenta cuando el cliente no le gusto el producto o servicio se pierde el mercado.

- **Análisis de Precios.**

El precio es el valor de los productos expresados en términos monetarios y lo manifiesta, **Núñez, (2007)**, “que define al precio como la cantidad de dinero al que los productores venden su producto o servicio y la cantidad de dinero que los consumidores pagan por él.”

Dentro del precio se debe considerar elementos que influyeron a establecer un valor al producto o servicio como pueden ser las herramientas que se utilizaron, la maquinaria, el equipo y tecnología, así como también el recurso humano, que intervinieron en la elaboración desde su inicio hasta el final del producto.

Que importante es saber cómo debemos establecer los precios de los productos que sacamos al mercado.

- **Análisis de la comercialización.**

Según **Núñez, (2007)**, la comercialización es la actividad que le permite al productor hacer llegar su producto o servicio al consumidor, obteniendo los beneficios correspondientes en materia de tiempo y lugar.

Son acciones que se fijan antes que el producto final pueda ser distribuido, esto implica la salida del producto de la empresa y la llegada al consumidor final, tomando en cuenta el tiempo en que se realiza la

entrega procurando que el producto sea entregado a tiempo y sin retrasos, formulando estrategias de comercialización que como al principio se mencionó acciones ya sea de promoción o publicidad encaminadas a hacer conocer o impulsar el producto o servicio.

Los precios de los factores de producción conjuntamente con los precios de los bienes y servicios forman el sistema general de precios, que actúa como indicador de la producción y el consumo haciendo más coherentes las decisiones de los agentes económicos. En un momento determinado y en las mismas circunstancias, el precio de un bien puede ser uno y otro, puede hacer variar la oferta y la demanda.

Si estoy de acuerdo con la versión de este autor, es verdad cuando el producto, servicio no llega a tiempo al consumidor puede haber cambios de precios.

4.2.3. Estudio Técnico.

Baca, (2006), define al Estudio Técnico como “El análisis y la determinación de todo aquello que tenga relación con el funcionamiento y la operatividad del proyecto”.

La determinación del estudio técnico permite que se conozca la parte operativa de la empresa en el que se encuentra el tamaño del lugar, la capacidad con el que cuenta para trabajar adecuadamente en cada una de las tareas; la ingeniería que determina la descripción del proceso, la adquisición de equipo y maquinaria de tal forma que permite disponer del funcionamiento adecuado de la planta, con el aporte estructural de su jerarquización.

El autor **Baca, (2006)** estoy de acuerdo con este autor, porque el estudio técnico juega un papel muy importante en la parte operativa de la empresa. Y nos hace tomar en cuenta el lugar y la capacidad para el desarrollo del negocio.

4.2.3.1. Objetivo del Estudio Técnico.

El objetivo es plantear la forma de cómo se producirá el producto que se está ofreciendo, cual es la representación que se tomará en lo referente en su accionar.

Baca, (2006), define de la siguiente manera al estudio técnico: “Es la parte del estudio que puede subdividirse a su vez en cuatro partes, que son: determinación del tamaño óptimo de la planta, determinación de la localización optima de la planta, ingeniería del proyecto y análisis administrativo”.

Ante lo expuesto por el autor se puede definir que el estudio técnico lo que permite es facilitar al investigador la posibilidad de determinar ciertos aspectos que resultan ser de enorme importancia a la hora de poner en marcha un determinado plan de negocios, es decir que el estudio técnico nos da la posibilidad de determinar el tamaño óptimo de la planta, su ubicación geográfica más adecuada, la ingeniería del proyecto y el análisis administrativo con lo cual se obtienen resultados tal es que sean influyentes para la toma de decisiones de poner o no en marcha dicho plan de negocios. Para el desarrollo de un plan de negocios se necesita de esta herramienta como es el estudio técnico que permite relacionar el tamaño del proyecto, la capacidad, que son indispensables al momento de conocer los actores como el miso mercado, mano de obra, la tecnología a utilizar y el financiamiento para impulsar el proyecto.

El tamaño ayuda a plantear alternativas cuando no se ha trabajado con la tecnología que se empleará en la planta determinando así los factores cuantitativos, y los diversos procesos productivos opcionales.

4.2.3.2. Elementos que integran el Estudio Técnico.

- **Tamaño óptimo del proyecto.**

Córdoba, (2006), explica que el tamaño del proyecto se clasifica por la capacidad de producción y requerimientos que de los bienes tenga el proyecto y el demandante respectivamente.

Se debe conocer el tamaño del proyecto con el que se contara para realizar todas las operaciones que se orientaran hacia el cumplimiento de los objetivos que se han establecido desde un inicio y que se contara con los resultados del estudio de mercado el cual provee información tanto de la oferta como de la demanda del bien o servicio, que sirve como referencia para determinar la magnitud del proyecto.

La disponibilidad de recursos permite establecer el tamaño adecuado y necesario para una nueva empresa, para esto se debe conocer su producción y la estimación de los recursos económicos humanos y tecnológicos para el montaje de la empresa también se necesita conocer la disponibilidad de los recursos de los inversionistas para generar producción y obtener beneficios económicos y sociales.

- **Localización de la empresa.**

Córdoba, (2006), menciona que la localización consiste en fijar el punto de vista económico el establecimiento de la dimensión de la planta; es necesario definir donde se va a producir y considerar la localización del proyecto teniendo en cuenta la fuente de insumos (materia prima, energía, mano de obra); también se debe analizar el mercado de los productos.

Es importante determinar la ubicación de la empresa de producción o de generación de servicios en el que se establecerá y se trabajara con los recursos necesarios, así como también los materiales a utilizar en la elaboración del producto o el servicio que se va a ofrecer con la finalidad de buscar una mayor utilidad.

Baca Urbina, (2006), menciona que la localización “es la que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital u obtener el costo unitario mínimo”.

Localización ayudara a determinar el sitio adecuado en el cual se instalará la planta de producción para generar el nuevo producto o servicio, considerando factores que contribuyan a elegir el mejor sitio para la ejecución de los objetivos propuestos.

Mediante la matriz micro y macro el sector en el que se va a establecer se tomara como referencia las variables de ubicación como: la geografía, demografía, vías de accesos al lugar, entre otros, que juegan un papel importante a la hora de elegir en donde establecerse.

- **Macro Localización.**

La macro localización de los proyectos se refiere a la ubicación de la macro zona dentro de la cual se establecerá un determinado proyecto, es decir, se refiere a la región o territorio en la que el proyecto tendrá influencia con el medio, puede abarcar el ámbito internacional, nacional o territorial, sin que cambie la esencia del problema, sólo se requiere analizar los factores de localización de acuerdo a su alcance geográfico.

También la decisión de localizar una planta industrial es particularmente importante para contribuir a los objetivos empresariales, por lo que no debe analizarse superficialmente, se debe proyectar más al fondo, el cual pueda tener accesos a la infraestructura adecuada y que tenga la oportunidad de cubrir eficientemente sus mercados potenciales.

- **Micro Localización.**

El análisis de micro localización indica cuál es la mejor alternativa de instalación de un proyecto dentro de la macro zona elegida.

La micro localización analiza de manera detallada el espacio físico en donde permite presentar varias alternativas de ubicación con el propósito de establecer la empresa para lo cual es necesario analizar cada una de

las alternativas de ubicación, para el efecto se utilizará el Método Cualitativo por Puntos, que permitirá asignar valores a todos los factores relacionadas con cada alternativa de decisión y de derivar una calificación compuesta que puede ser usada con fines de cooperación que en mayor medida justifiquen la toma de decisión que más beneficie a la instalación, que afectará al momento de seleccionar la ubicación idónea de la planta.

- **Ingeniería del proyecto.**

Baca, (2006), define a la ingeniería del proyecto como “Todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta, desde la descripción del proceso, adquisición de equipo y maquinaria; hasta definir la estructura jerárquica y de organización que habrá de tener la planta productiva”.

Determina la función de producción óptima para la utilización eficiente y eficaz de los recursos disponibles, solucionando aspectos relacionados a la instalación y a las operaciones de la planta, para la elaboración del producto o del establecimiento para ofrecer el servicio, en si comprende los aspectos técnicos y de infraestructura que permiten el proceso de fabricación del producto.

Los distintos tipos de insumos (materia prima directa, indirecta, mano de obra directa, indirecta maquinaria y equipo, muebles y enseres, muebles de oficina, y otros materiales) ayudaran a la realización de la producción, en cada etapa del proceso productivo, señalando: características, calidad y durabilidad.

- **Distribución de la Planta.**

Baca, (2006), una buena distribución de la planta “es la que proporciona condiciones de trabajo aceptables y permite la operación más económica, a la vez que mantiene las condiciones políticas de seguridad y bienestar para los trabajadores”.

La distribución de planta es aquella donde esta ordenado todos las aéreas específicas de una planta ya sea industrial o de otro giro por lo que es importante reconocer que la distribución de planta orienta al ahorro de recursos, esfuerzos y otras demandas ya que esta tiene distribuido todas sus aéreas.

Es necesario que en este punto se confiere los factores: integración total de los recursos, mínima distancia de recorrido para quienes laboran la planta industrial, utilización del espacio, es decir uso adecuado del lugar, seguridad y bienestar para el trabajador, así como también la flexibilidad, es decir fácilmente reajutable a los cambios que exige el medio.

En la distribución su orden permitirá que se conozcan los espacios físicos que ocuparan tanto personal como maquinaria y equipo un lugar dentro de las instalaciones de la planta para las respectivas operaciones que se llevaran a efecto, optando con las mejores decisiones con respecto al desplazamiento de área a área y de maquinarias y equipos con el fin de ahorrar recursos y el esfuerzo que se genere.

- **Propuesta Administrativa.**

Córdova, (2006), define la Propuesta Administrativa como “La dimensión legal o jurídica y funcional o técnica para la creación de la empresa”.

La propuesta administrativa se enmarca de la decisión de enfocarse en la descripción de la empresa, que servirá como identidad de la misma.

- **Nombre o Razón Social.**

Es el nombre con el que se constituye una empresa y que aparece como tal en el documento público o privado de constitución o en los documentos posteriores que la reforman en donde contrae sus obligaciones, es, por lo tanto, el atributo legal que figura en la escritura o documento de constitución que permite identificar a una persona jurídica y demostrar su constitución legal.

- **Logotipo de la Empresa.**

Es un elemento gráfico, verbo-visual o auditivo que sirve a una persona, empresa, institución o producto como representación y presencia en el mercado. Constituye la representación tipográfica del nombre de la marca, constituye la identidad visual de una empresa o institución. A continuación, las características de un

- **Logotipo:**

El Ícono: Es el símbolo visual gráfico.

El Nombre: Es la representación verbo-visual o fonética del elemento básico de identidad.

- **Misión.**

Es la razón de ser de la empresa, el motivo por el cual existe, así mismo es la determinación de las funciones básicas que la empresa va a desempeñar en un entorno determinado para conseguir tal misión se entiende como la necesidad a satisfacer, los clientes a alcanzar, productos y servicios a ofertar.

- **Visión.**

Es un elemento complementario de la misión que impulsa y dinamiza las acciones que se lleven a cabo en la empresa, ayudando a que el propósito de la empresa se cumpla, formulando una imagen ideal del proyecto y poniéndola por escrito, a fin de crear el sueño compartido por todos los que tomen parte en la iniciativa de lo que debe ser en el futuro la empresa.

- **Ética.**

La ética empresarial es una exigencia de la persona, cualquiera que sea su trabajo, el cual supone que sus principios son los mismos de la moral general, una buena actuación ética es simultáneamente una buena actuación profesional. La ética descubre en los hombres algo de más valor que la simple actuación es el reflejo, en las actuaciones humanas con el que se mantiene una relación personal.

- **Metas.**

Las metas corresponden a los propósitos de desarrollo y crecimiento empresarial, de declaraciones que identifican el punto final o condición que desea alcanzar, proporcionando a esta su identidad propia.

- **Estructura legal.**

La estructura legal de la empresa es cómo está constituida en base a una persona natural o como una persona jurídica conformada como una persona creada por la ley consideradas como derecho público o creada por la voluntad de las partes, como son las del derecho comercial o del derecho civil.

4.2.4. Estudio Económico – Financiero.

El estudio económico está conformado por los siguientes:

5. Análisis Económico.
6. Estructura del Análisis Económico
7. Inversión Inicial, Fija y Diferida

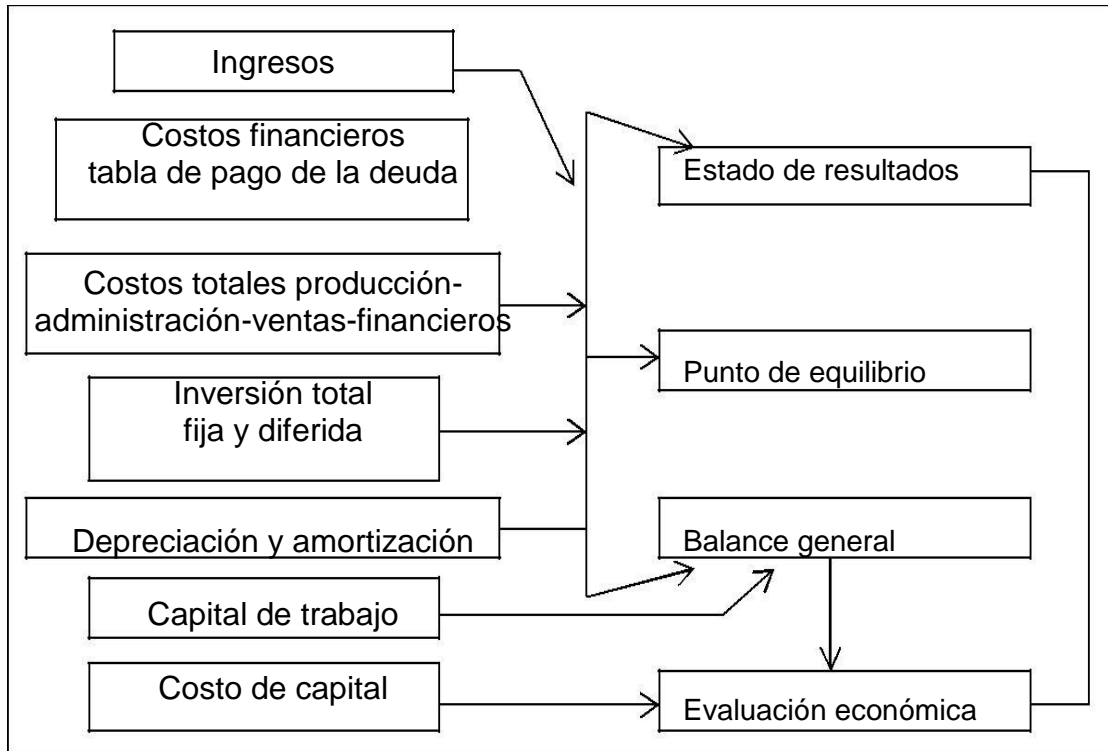
4.2.4.1 Análisis Económico.

Según Baca, (2006), el análisis económico tiene como objetivo “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 las funciones de producción, administración y ventas, así como otra serie de indicadores que servirán como base para la parte final y definitiva del proyecto, que es la evolución económica”.

Al analizar la definición estructurada por el autor, se puede determinar que mediante este estudio se podrá desarrollar los respectivos estados financieros y de esta manera establecer mecanismos que puedan brindar la confianza de inversión en un determinado proyecto, de manera general hay que tener en cuenta que toda inversión debe ser analizada previamente a la puesta en marcha un determinado proyecto.

4.2.4.2. Estructura del Análisis Económico.

Cuadro N° 1: Estructura del análisis económico



Fuente: Trabajo de Campo

Elaborado por: Luz Isabel Ordóñez Guamán

4.2.4.3. Inversión Inicial, Fija y Diferida.

Según **Morales, (2009)**, la inversión inicial “comprende la compra de todos los activos fijos tangibles, así como de todos los activos diferidos o intangibles que son necesarios para iniciar las operaciones de la empresa.”

Es todo lo que comprende a activos tangibles como terrenos, edificios, herramientas, maquinaria y equipo entre otros, que, siendo parte o propiedad de la empresa, la inversión con la que se inicia las actividades es con activos fijos propios de uso con fines productivos para la empresa.

4.2.4.4. Inversión Fija.

Es aquella que tiene una vida útil mayor a un año se deprecian, tal es el caso de las maquinarias y equipos, edificios, muebles, enseres, vehículos, obras civiles, instalaciones y otros. Los terrenos son los únicos activos que no se deprecian.

4.2.4.5. Inversión Diferida.

Se caracteriza por su inmaterialidad y son derechos adquiridos y servicios necesarios para el estudio e implementación del proyecto, no están sujetos a desgaste físico. Usualmente está conformada por Trabajos de investigación y estudios, gastos de organización y supervisión, gastos de puesta en marcha de la planta, gastos de administración, intereses, gastos de asistencia técnica y capacitación de personal, imprevistos, gastos en patentes y licencias, etc.

4.2.5. Capital de Trabajo.

Según **Morales, (2009)**, Es la diferencia aritmética entre el activo circulante y el pasivo circulante, siendo el capital adicional pero distinto de la inversión en activos fijos y diferidos, que es necesario tener para que comience a funcionar la empresa.

De esta manera se puede determinar que está representado por el capital adicional con el que se cuenta para que empiece a funcionar una empresa, es decir, contar con cierta cantidad en efectivo para sufragar los gastos diarios de la empresa, y otros gastos exigidos por el proyecto.

4.2.6. Financiamiento.

La posible fuente de financiación del proyecto ya ha debido ser identificada en la fase de validación de la iniciativa, definiéndose si serán recursos propios, de socios o accionistas, del sector financiero o entidades oficiales de fomento, aun si será una combinación de algunas de las fuentes ya enunciadas.

A través del financiamiento por parte de instituciones financieras o emitida por los mismos accionistas en su mayoría, se comprometen a invertir ya sea para iniciar un nuevo negocio o para mejorar su infraestructura o renovar su maquinaria, sirviendo de sostén económico y promoviendo al crecimiento de la empresa.

4.2.7. Estructura del Financiamiento Requerido.

Weston y Copeland, (2007) “definen la estructura de financiamiento como la forma en la cual se financian los activos de una empresa.”

En este punto señalamos si el proyecto será financiado en su totalidad con capital propio, o se requerirá de algún tipo de financiamiento externo.

En caso de hacer uso de financiamiento externo, en este punto se debe señalar qué porcentaje del total de la inversión cubrirá el financiamiento con capital propio, y qué porcentaje cubrirá el financiamiento con capital externo.

4.2.7.1. Punto de Equilibrio.

Es el punto en donde los ingresos totales recibidos se igualan a los costos asociados con la venta de un producto (IT = CT). Un punto de equilibrio es usado comúnmente en las empresas u organizaciones para determinar la posible rentabilidad de vender determinado producto. Para calcular el punto de equilibrio es necesario tener bien identificado el comportamiento de los costos; de otra manera es sumamente difícil determinar la ubicación de este punto.

Permite averiguar exactamente el número de ventas o la cantidad de dinero que deberá vender para no gastar ni perder dinero, de igual manera la cantidad exacta de ventas para ganar una capacidad predeterminada de dinero. A partir del punto cada venta contribuye directamente al beneficiario con una cantidad de dinero que se llama margen de contribución al beneficiario.

Dónde:

CF: Costo fijo

CV: Costo variable

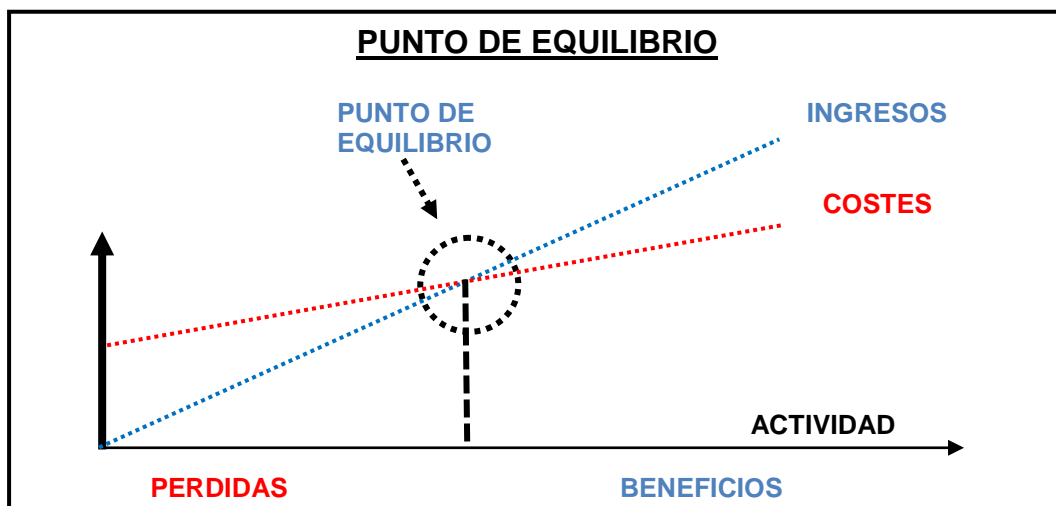
V: Ventas

PE: Punto de Equilibrio

$$PE = CF / (V - CV)$$

Si el punto de equilibrio es inferior al 100% la empresa está recuperando los costos realizados a través de los generados por las ventas, pero si, el PE es mayor a 100% la empresa no ha cubierto su nivel de equilibrio, por lo tanto, quiere decir que, está perdiendo.

Cuadro N° 2: Punto de Equilibrio



Fuente: <http://www.google.com/imgres?imgurl=http://4.bp.blogspot.com/>

Elaborado por: Luz Isabel Ordóñez Guamán

4.2.7.2. Estados Financieros.

Camacho, (2008) explica que los estados financieros “son utilizados por los analistas, inversionistas, prestamista y gerentes para evaluar el desempeño y la condición financiera de cualquier empresa en si los estados financieros están diseñados para ayudar a los usuarios en la identificación de las relaciones y tendencias claves”

Determina de manera contable la magnitud de la inversión de la alternativa de producción que se determinó en el estudio técnico, se integra conjuntamente con los presupuestos de ingresos y gastos, permitiendo asegurar que los recursos de la empresa sean asignados de la mejor manera para que los accionistas tengan la información adecuada para tomar decisiones.

4.2.7.3. Estado de Pérdidas y Ganancias.

El objetivo del análisis del estado de resultados o de pérdidas y ganancias es calcular la ganancia neta y los flujos netos de efectivo del proyecto de inversión, que en general son el beneficio o ganancia real por operar la planta y vender su producción.

Permite calcular la utilidad o pérdida netas generadas por el proyecto durante el periodo operativo, suministrando la información de las causas que generaron el resultado aplicable al periodo sea bien este un resultado de utilidad o pérdida.

4.2.7.4. Estado de Situación Financiera.

El estado de situación financiera permite conocer la posición financiera de una empresa o negocio a un período determinado relacionando los activos, los pasivos y el patrimonio, el cual refleja la situación financiera y que permite efectuar un análisis comparativo de la misma.

4.2.7.5. Flujo de Caja.

El flujo de caja permite a que la empresa se proyecte a las futuras necesidades de efectivo, lo que permite que a través de las distintas áreas que se encuentran en funcionamiento dentro de la empresa, tenga una eficiente gestión de caja administrado racionalmente a efectos de incrementar el patrimonio del emprendedor y eliminar el desperdicio de recursos financieros.

De esta manera la parte gerencial debe trabajar de forma adecuada con los recursos que en ese momento tiene disponible y por ende también los recursos futuros de la empresa, tomando como punto de partida las previsiones de caja.

4.2.7.6. Evaluación Financiera del Proyecto.

Antes que mostrar el resultado de una operación en la cual puede haber una utilidad o una pérdida, tiene como propósito principal determinar la conveniencia de emprender o no un proyecto de inversión.

4.2.7.7. Tasa Mínima Aceptable de Retorno (TMAR).

De acuerdo con **Alegre, (2006)**, la tasa de rendimiento es la relación entre la utilidad neta en un año normal de inversión original (activos fijos y capital de trabajo). Esta tasa puede computarse o bien sobre la inversión total o sobre el capital social.

Dentro de la evaluación financiera es indispensable establecer en primera instancia la Tasa Mínima aceptable de rendimiento (TMAR), ya que la misma establece el rendimiento que desean obtener los accionistas por la inversión realizada en el proyecto.

Se puede aceptar como la Tasa mínima aceptable de rendimiento de un proyecto al porcentaje que se obtiene al sumar el promedio de la tasa activa y pasiva del país más un porcentaje de riesgo del negocio.

4.2.7.8. Valor Actual Neto (VAN).

El valor actual neto es la diferencia entre todos los ingresos y todos los egresos actualizados al periodo actual. Según el criterio del valor actual neto el proyecto debe aceptarse si su valor actual neto es positivo.

La fórmula que nos permite calcular el Valor Actual Neto es:

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{Vt}{(1+k)^t} - I_0$$

4.2.7.9. Tasa Interna de Retorno (TIR).

La tasa interna de retorno o tasa interna de rentabilidad (TIR) de una inversión, está definida como la tasa de interés con la cual el valor actual neto o valor presente neto (VAN o VPN) es igual a cero.

De acuerdo a **Mokate, (2005)**, define a la TIR como la tasa de descuento intertemporal a la cual los ingresos netos del proyecto apenas cubren los costos de inversión, operación y de rentabilidades sacrificadas.

El VAN o VPN es calculado a partir del flujo de caja anual, trasladando todas las cantidades futuras al presente. Es un indicador de la rentabilidad de un proyecto, a mayor TIR, mayor rentabilidad.

Cálculo de la TIR.

Dónde:

VAN: Valor actual neto

$$VAN = 0 = \sum_{i=1...n} \frac{BN_i}{(1+TIR)^i}$$

BNi: Beneficio neto del i

TIR: Tasa interna de retorno

Es decir:

TIR > i => realizar el proyecto

TIR < i => no realizar el proyecto

TIR = i => el inversionista es indiferente entre realizar el proyecto o no.

4.2.7.10. Período de Recuperación PR.

Permite medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su costo o inversión inicial midiendo el número de años que tomaría a los beneficios el repagar la inversión.

4.2.7.11. Relación Costo Beneficio.

Indica la rentabilidad promedio que genera el proyecto y que se analiza por cada dólar invertido en el proyecto y también en la ejecución de este, se basa principalmente en obtener los mayores y mejores resultados al menor esfuerzo invertido, tanto por eficiencia técnica como por motivación humana.

4.2.7.12. Análisis de Sensibilidad.

En un proyecto de inversión se puede efectuarse un análisis de sensibilidad, el cual indica a través de un cuadro resumen su viabilidad tomando en cuenta la TMAR, el VAN, la TIR, PIR, la R C/B, que determinan su resultado operativo y abarcando todo lo que incide en el resultado final.

4.2.8. Plan de Negocios Modelo Canvas:

El modelo de negocio Canvas es una herramienta nueva, que vio la luz en 2010 en el libro “generación de modelos de negocio” de Alex Osterwalder e Yves Pigneur.

El modelo canvas forma parte de la idea de la existencia de una propuesta de valor, la cual deber ser comunicada a los potenciales clientes. Esto conllevará la necesaria disponibilidad de recursos y obligará a establecer relaciones con agentes externos e internos. En el libro Osterwalder desarrolla nuevos módulos:

- Segmentos de clientes: debemos de conocer los diferentes grupos de personas a los que queremos ofrecer nuestros productos o servicios. Los clientes son la base de todo el negocio por lo que tenemos que conocer perfectamente cada uno de los segmentos y conocer sus necesidades.
- Propuestas de valor: definir bien nuestra propuesta de valor, definir qué nos diferencia de la competencia y que nos acerca a potenciales clientes. Debes explicar el producto/servicio que se ofrece a los diferentes segmentos de clientes.
- Canales: son los procesos por los que entregamos la propuesta de valor a los clientes, a cada segmento de clientes. Debemos determinar cómo comunicarnos, cómo vamos a alcanzar y cómo entregar la propuesta de valor a los clientes.
- Relación con el cliente: podemos establecer diferentes tipos de relaciones con los diferentes segmentos de clientes.
- Fuentes de ingresos: también debemos definir la forma en que la empresa genera los ingresos para cada cliente. Los ingresos se pueden obtener de forma directa o indirecta.
- Recursos clave: debemos describir los recursos más importantes que son necesarios para el funcionamiento del negocio.
- Actividades clave: para poder entregar la propuesta de valor se deben desarrollar una serie de actividades (procesos de producción, marketing...)

- Asociaciones o alianzas clave: debemos definir las alianzas necesarias para ejecutar nuestro modelo de negocio con garantías y podamos optimizar la propuesta de valor
- Estructura de costos: hay que registrar y comprobar todos los costes en los que se incurren al operar el modelo de negocios. Así podemos optimizar los costes para diseñar un modelo de negocios más eficaz.

4.2.8.1. Modelo Canvas: Plantilla

A continuación, podemos ver un modelo de plantilla del modelo de negocios Canvas. Como vemos en la plantilla para Canvas se encuentran recopilados los apartados que debemos completar para realizar un modelo de negocios, Adjunto plantilla de referida:

Cuadro N° 3: Modelo de Canvas



Fuente: Trabajo de Campo
Elaborado por: Luz Isabel Ordóñez Guamán

¿Qué debemos completar en cada apartado del modelo CANVAS?

A continuación, se define el modelo en lo siguiente:

Modelo Canvas: Socios clave

- ¿Quiénes son nuestros socios clave?
- ¿qué actividades clave realizan los socios?
- ¿quiénes son nuestros proveedores clave?
- ¿qué recursos clave nos van a proporcionar nuestros socios?

Modelo Canvas: Actividades clave

- ¿Qué actividades clave requiere nuestra propuesta de valor?
- ¿y nuestras fuentes de ingresos?
- ¿y nuestros canales de distribución?
- ¿y nuestras relaciones con clientes?

Modelo Canvas: Recursos clave

- ¿qué recursos clave necesitamos para llevar a cabo nuestra propuesta de valor?
- ¿nuestros canales de distribución?
- ¿fuentes de ingresos?
- ¿clientes?

Modelo Canvas: Propuestas de valor

- ¿qué valor le entregamos al cliente?
- ¿qué problemas le vamos a ayudar a resolver?
- ¿qué servicios o productos vamos a ofrecer a cada segmento de clientes?
- ¿qué necesidades vamos a satisfacer?

Modelo Canvas: Relaciones con clientes

- ¿qué relación vamos a establecer con cada segmento de clientes?
- ¿cómo están integradas con el resto del modelo de negocios?
- ¿cuánto cuestan?

Modelo Canvas: Canales

- ¿a través de qué canales vamos a contactar con nuestros segmentos de clientes?
- ¿cómo les estamos contactando ahora?
- ¿cómo están integrados nuestros canales?
- ¿qué canales funcionan mejor?
- ¿qué canales son más eficientes?

Modelo Canvas: Segmentos de clientes

- ¿para qué personas estamos creando valor?
- ¿qué clientes son más importantes?

Modelo Canvas: Estructura de costes

- ¿qué costes vamos a asumir?
- ¿qué costes son más importantes?
- ¿qué actividades clave son las más costosas?

Modelo Canvas: Fuentes de ingresos

- ¿qué valor están dispuestos a pagar nuestros clientes?
- ¿procedimiento de pago?
- ¿prefieren pagar de otra forma?
- ¿qué fuentes de ingresos nos aportan más ingresos?

4.2.8.2. El Lienzo Canvas: los nueve módulos

El denominado Lienzo es una representación esquemática y normalizada de lo que sus autores consideran las cuatro áreas principales de un negocio:

- Clientela
- Oferta
- Infraestructura necesaria
- Viabilidad económica

Para su concreción y análisis, dichas áreas son divididas a su vez en nueve módulos:

- a) Segmento o segmentos de mercado a los que dirigirse.
- b) Propuesta de valor ofrecida.
- c) Canales de distribución y venta que son el eslabón entre la propuesta de valor y los clientes.
- d) Relaciones mantenidas con los clientes.
- e) Fuentes de ingreso que ofrecerá el proyecto.
- f) Recursos clave, entendidos como los activos necesarios para la puesta en marcha y ejecución del proyecto.
- g) Actividades clave.
- h) Asociaciones clave
- i) Estructura de costes.

a) MÓDULO A: Los segmentos de mercado

Es fundamental determinar el perfil del cliente al que se pretende llegar, gustos, preferencias, necesidades, hábitos, nivel de renta, etc. Los clientes rentables son la fuente de ingresos por tanto habrán de ser analizados en detalle, como ineludible paso previo en el proceso de diseño del proyecto.

“Los clientes son el centro de cualquier modelo de negocio, ya que ninguna empresa puede sobrevivir durante mucho tiempo si no tiene clientes (rentables), y es posible aumentar la satisfacción de los mismos

agrupándolos en varios segmentos con necesidades, comportamientos y atributos comunes. Los grupos de clientes pertenecen a segmentos diferentes si:

- a) Sus necesidades requieren y justifican una oferta diferente.
- b) Son necesarios diferentes canales de distribución para llegar a ellos.
- c) Requieren un tipo de relación diferente.
- d) Su índice de rentabilidad es muy diferente.
- e) Están dispuestos a pagar por diferentes aspectos de la oferta

(Osterwalder, Pigneur y Tucci, 2005) ...”

b) MÓDULO 2: La propuesta de valor

La propuesta de valor es el elemento diferenciador que provoca que un cliente se incline hacia un producto o servicio. Es aquel factor o ventaja que marca la diferencia y que por un motivo u otro hace más interesante la oferta propuesta en relación a la competencia. Esta propuesta de valor puede estar basada en relación al producto o servicio ofrecido: El diseño, la funcionalidad, un precio inferior al de la competencia, seguridad en la realización de la transacción, etc.

c) MÓDULO 3: Los canales de distribución

Las decisiones relativas a los canales de distribución que se van a utilizar para hacer llegar la propuesta de valor a los clientes es en la mayoría de las ocasiones decisiva. Se debe analizar en profundidad cómo y cuál va a ser al canal o canales de distribución que se emplearán, no se debe olvidar que este engloba actividades tales como:

- El proceso de información o promoción del producto o servicio.
- El proceso de venta en sí.
- La entrega o reparto al cliente.
- El servicio post-venta, que atienda al cliente, tanto durante el periodo de garantía si existiera, como a posteriori.

Es de suma importancia controlar en detalle toda la operativa relacionada con canal de distribución empleado y especialmente en los casos en los que determinadas fases del mismo sean subcontratadas a uno o varios terceros, que actúen en nombre de la empresa, para procurar en todo caso al cliente una experiencia positiva en la transacción.

d) MÓDULO 4: Las relaciones con los clientes

En este módulo se trata de definir el tipo de relación que se va a establecer con los clientes y cómo se va a llevar a cabo. Según Osterwalder tres son los tipos de relaciones que se pueden dar entre la empresa y su clientela:

1. Captación de clientes.
2. Estimulación de clientes
3. Fidelización.

La empresa, según su nivel de desarrollo o intereses en un momento concreto, puede desplegar uno de estos tipos de relación o varios a la vez.

e) MÓDULO 5: Las fuentes de ingreso

Este módulo se refiere al análisis y concreción de los flujos de ingreso que se pretenden obtener. Estos ingresos pueden proceder de una o varias fuentes:

- Venta
- Compra-venta
- Contratos de suscripción
- Comisiones procedentes de la intermediación en la compra-venta de un producto o servicio Préstamos, Alquiler, Leasing, etc...

f) MÓDULO 6: Los recursos clave

“Todos los modelos de negocio requieren recursos clave que permiten a las empresas crear y ofrecer una propuesta de valor, llegar a los mercados, establecer relaciones con segmentos de mercado y percibir

ingresos. Cada modelo de negocio requiere recursos clave diferentes. Un fabricante de microchips necesita instalaciones de producción con un capital elevado, mientras que un diseñador de microchips depende más de los recursos humanos. Los recursos clave pueden ser físicos, económicos, intelectuales o humanos.

Además, la empresa puede tenerlos en propiedad, alquilarlos u obtenerlos de sus socios clave **(Osterwalder, Pigneur y Tucci, 2005) ...**”

g) MÓDULO 7: Las actividades clave

Al igual que es preciso disponer de unos recursos clave que sustenten todo el proyecto, el concepto de recursos clave está directamente relacionado con los cinco primeros módulos.

Las actividades clave comprenderían todas aquellas actuaciones que la compañía debe realizar para hacer llegar la propuesta de valor al segmento los segmentos deseados, mediante el canal o canales elegidos, según el tipo de relaciones establecidas con los clientes, con la intención de procurar los ingresos necesarios para el sostenimiento del modelo. Osterwalder establece que existen tres tipos de actividades clave:

- Producción
- Resolución de problemas
- Basadas en la gestión, mantenimiento y promoción de una plataforma o red

h) MÓDULO 8: Las asociaciones clave

Este módulo está directamente relacionado con los módulos de recursos y actividades clave. La necesidad de alcanzar asociaciones clave con aquellas compañías proveedoras de los recursos necesarios se justifica por la necesidad de reducir el riesgo y la incertidumbre. En ocasiones estas asociaciones pueden establecerse entre empresas competidoras o incluso con otras que operen en sectores diferentes, con la intención de crear otros negocios paralelos.

Ejemplos claros de asociaciones clave podrían ser los contratos comerciales de distribución de un producto o servicio en exclusiva, franquicias la asociación a través de grupos de compra para obtener materias primas o productos a precios inferiores, etc. En el sector del transporte en España, por ejemplo, las diferentes empresas transportistas tienen acuerdos entre sí para hacer frente a posibles siniestros en sus flotas de camiones.

i) MÓDULO 9: La estructura de costes

Una vez analizados en profundidad los anteriores módulos, es preciso determinar la estructura de costes óptima para hacer frente a la puesta en marcha del modelo proyectado. Osterwalder establece que son factibles en función de los objetivos de la empresa, estructuras de costes:

- Orientadas al coste
- Orientadas al valor

4.2.9. Estudio Ambiental

Se define como un proceso de investigación, predicción, interpretación y comunicación de los posibles efectos que un determinado proyecto puede tener en el medio ambiente. El manejo de las diferentes formas de impacto ambiental causado por la acción de diversas actividades en un proyecto requiere de medidas administrativas bien estructuradas y aplicadas. La primera de esas medidas debe ser la realización de los Estudios de Impacto Ambiental previos al desarrollo de cualquier programa o proyecto de desarrollo.

El estudio ambiental es un método efectivo para determinar cuándo un proyecto será sostenible, y si lo es, para elaborar las medidas a tomar para garantizar que seguirá siendo sostenible. Debidamente aplicado el estudio de impacto ambiental puede minimizar el deterioro de los recursos naturales y la degradación ambiental o social que normalmente acompaña a todo el desarrollo de un proyecto **(Reyes, 2011)**.

4.2.9.1. Capacidad Instalada

Es aquella que indica cual será la máxima capacidad de producción que se alcanzará con los recursos disponibles. Se puede medir en cantidad de bienes y servicios producidos por unidad de tiempo **(Nunes, 2015)**.

La capacidad instalada es el potencial de producción o volumen máximo de producción que una empresa en particular, unidad, departamento o sección; puede lograr durante un período de tiempo determinado, teniendo en cuenta todos los recursos que tienen disponibles, sea los equipos de producción, instalaciones, recursos humanos, tecnología, experiencia/ conocimientos, etc.

El uso de la capacidad instalada depende de las cantidades producidas, es decir de la ocupación de la infraestructura para generar los bienes y servicios para los cuales fue diseñada. **(Jara, 2015)**.

4.2.9.2. Capacidad Utilizada

Constituye el rendimiento o nivel de producción con el que se hace se trabaja en un determinado proyecto, esta capacidad está dada por el nivel de demanda que se desea cubrir durante un periodo determinado. En proyectos nuevos ésta normalmente es inferior a la capacidad instalada en los primeros años y generalmente luego de transcurrido medio periodo de vida de la empresa ésta se estabiliza y es igual a la capacidad instalada **(Fernandez, 2013)**.

4.3. MARCO REFERENCIAL

Región Oriental o Amazónica es una llanura que se extiende desde la Cordillera Oriental hasta el río Amazonas, actualmente esta región es el centro petrolero de nuestro país, la venta de este recurso cubre la mayor parte del presupuesto nacional del Estado. Su geografía se divide en dos zonas: la Región Sub andina y la Llanura Amazónica

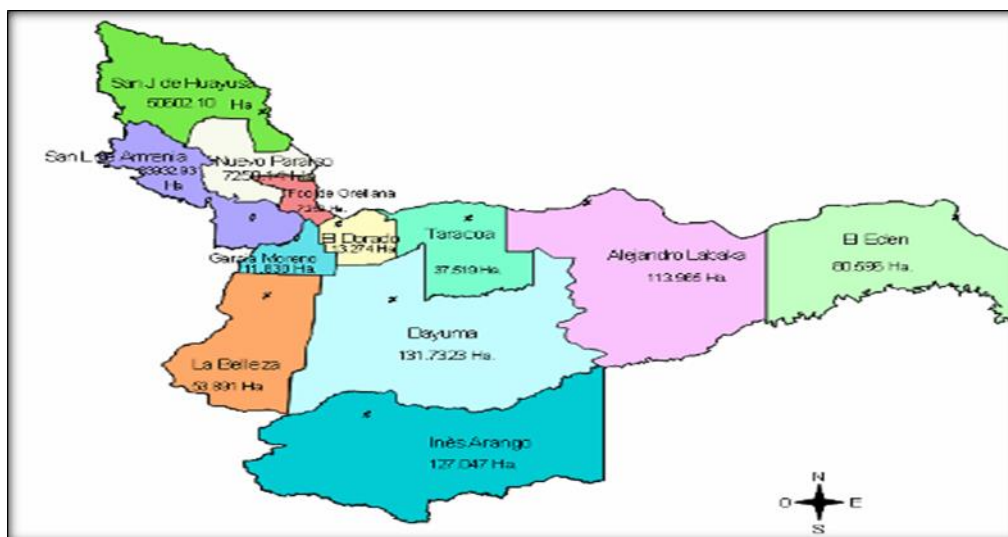
4.3.1. Macro Localización:

El cantón Francisco de Orellana es la capital de la provincia Orellana, está ubicada en la región amazónica del Ecuador, a una Latitud de 76°18 de longitud, W y 0°03 latitud Sur y entre los, 4 de Longitud W y 1°04, 40 de Latitud Sur. Situada junto a los Tres ríos: Napo, Payamino y Coca.

La provincia de Orellana está ubicada en la región Amazónica ecuatoriana, su capital es Francisco de Orellana. Se encuentra dividida políticamente en 4 cantones: Francisco de Orellana, La Joya de los Sacha, Loreto, Aguarico.

Ubicación Geográfica de las parroquias de Puerto Francisco de Orellana

Mapa: N° 1: parroquias del cantón Francisco de Orellana



Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Francisco de Orellana
Elaborado por: Luz Isabel Ordóñez Guamán

Límites de las parroquias:

Norte : Parroquia Nuevo Paraíso
Sur : Parroquia El Dorado
Este : Cantón Aguarico
Oeste : Parroquia San Luis de Armenia.

El cantón Francisco de Orellana se encuentra distribuido en 12 parroquias, las mismas que son:

Puerto Francisco de Orellana (Urbana) y 11 Parroquias Rurales, son: Dayuma, Taracoa, San Luis de Armenia, El Edén, Alejandro Labaka, Nuevo Paraíso, El Dorado, García Moreno, La Belleza, San José de Guayusa, Inés Arango. Dentro de las cuales encontramos un sinnúmero de comunidades tanto colonos como indígenas.

4.3.2. Ubicación Política

País : Ecuador
Provincia : Orellana
Cantón : Francisco de Orellana
Parroquia : Puerto Francisco de Orellana
Habitantes : 70.009 total
Coordenadas: latitud 0°27'59" S y longitud 76°59'13" O
Altitud : sobre el nivel del mar: 255 m

Coordenadas de Puerto Francisco de Orellana en grados decimales

Latitud: -0.4664500

Longitud: -76.9871900

Coordenadas de Puerto Francisco de Orellana en grados y minutos decimales

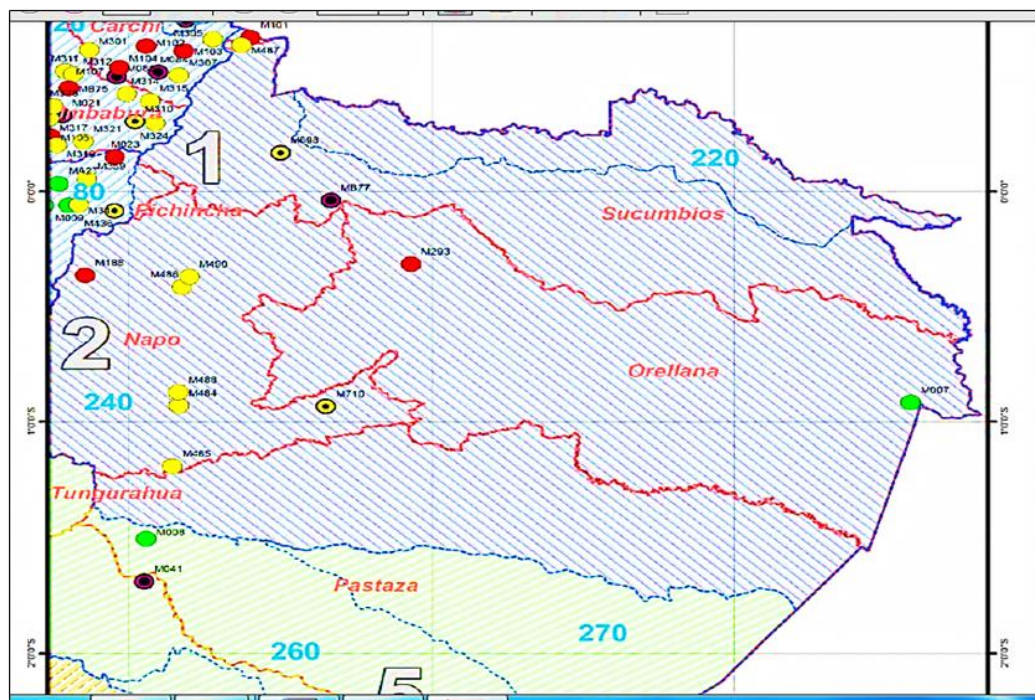
Latitud: 0°27.987' S

Longitud: 76°59.2314' O

La forma canónica de latitud y longitud representación utiliza grados (°), minutos (') y segundos ("). Sistemas GPS ampliamente utilizan coordenadas en grados y minutos decimales, o en grados decimales.

La latitud varía de -90° a 90° . La latitud del ecuador es 0° , la latitud del Polo Sur es -90° , la latitud del Polo Norte es 90° . Los valores de latitud positivos corresponden a las ubicaciones geográficas al norte del Ecuador.

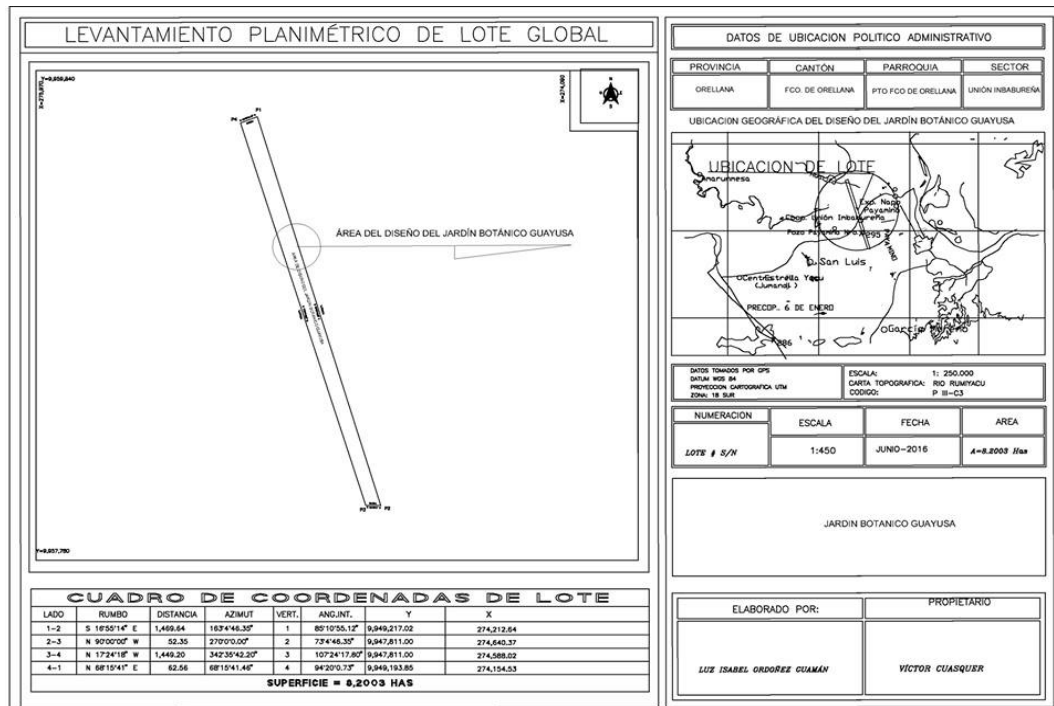
Mapa: N° 2 Parroquia Puerto Francisco de Orellana



Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Francisco de Orellana
Elaborado por: Luz Isabel Ordóñez Guamán

4.3.3. Ubicación del área de estudio

Mapa N° 3. Área de estudio del jardín botánico “Guayusa”



Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Francisco de Orellana
Elaborado por: Luz Isabel Ordóñez Guamán

La ubicación del área de estudio para el diseño del jardín botánico “Guayusa” estará ubicada en el sector Unión Imbabureña a 1 kilómetro de la vía principal.

Donde se puede apreciar y disfrutar el paisaje natural de la flora y fauna que existe en el sector, un bosque puro, también podemos realizar una observación en vote o lancha por los tres ríos Napo, Payamino y Coca.

La desembocadura de los tres ríos navegables hace que, sus aguas aumenten el caudal del Gran río Amazonas, estos ríos sirven de transporte fluvial para las comunidades de la Amazonia, el turismo, zona petrolera y comerciantes de diferentes empresas.

También utilizan a este medio de transporte fluvial para viajar a otros países como Brasil, que busca establecer el puerto Manta Manaos con Ecuador, esto se les hace más corto el viaje.

Se puede observar el Puente Majestuoso del Río Napo, esto hace que sea más importante para parroquia urbana de puerto Francisco de

Orellana tendrá más acogida al turismo se crearán más fuentes de trabajo para las personas que habitan y otras que viene en busca de trabajo de otras provincias del Ecuador, Orellana se ha convertido en un lugar de las oportunidades para el sustento de otros pueblos.

e. MATERIALES Y MÉTODOS

En esta investigación se realizó mediante los procesos metodológicos y operativos que se detallan a continuación:

5.1. Materiales

Los materiales utilizados en la presente investigación fueron los siguientes:

Equipos tecnológicos:

- Computadora SONY e impresora EPSON L22
- Calculadora CASIO fx-82LAPLUS
- Cámara fotográfica Marca: Samsung PL120ZF-N°363
- Equipos de protección personal
- Memoria electrónica de 16 GB
- Celular Samsung Ace A3
- GPS

Herramientas

- Libros y documentos sobre el tema de estudio
- Revistas informativas
- Cuaderno
- Material de oficinas

Insumos

- Internet
- Encuestas
- Mapas Geográfico y político del cantón Francisco de Orellana.

5.2. Métodos:

Para el desarrollo del presente trabajo de investigación se utilizó los siguientes métodos y técnicas que permitieron cumplir con los objetivos planteados.

5.2.1. Método Deductivo

Este método fue aplicado para llevar a cabo la elaboración del presente Plan de Negocios, se pudo realizar un análisis del problema identificado lo cual se describe de lo general a lo particular, en el presente estudio permitió tomar el método de inventario para ser aplicado a la elaboración del Plan de Negocios en el diseño del jardín botánico “guayusa”.

5.2.2. Método Analítico- Sintético

Mediante este método, se pudo establecer los elementos necesarios y así analizarlos de manera separada ya sea los resultados sobre el análisis para cumplir con el método de Cambas y así construir los nueve modelos que conlleva esta metodología y que arrojen para determinar las conclusiones y recomendaciones, así como establecer las posibles que se podrían implementar en el Plan de Negocios.

5.2.3. Método Descriptivo

Este método se lo utilizo con el propósito de recopilar la información mediante la descripción real de cada uno de los componentes o atractivos naturales del jardín y así poder determinar las oportunidades y amenazas que se presentan en este jardín.

5.2.4. Técnicas

5.2.4.1. Observación directa:

Con esta técnica se logró observar directamente los elementos a investigar, ya que esta información es más precisa y verídica de la situación actual, esta técnica se la utilizó en la recolección de información para conocer la realidad del jardín botánico.

5.2.4.2. Entrevista

Es una técnica que se realiza con el fin de obtener información de parte de este, que es, por lo general, se entrevistó a personas que tengan injerencia de la investigación. En el presente estudio se la utilizó para conocer la realidad del jardín botánico y de la comunidad.

5.2.4.3. Encuesta

Se utilizó tomando como eje el problema principal y derivados de la investigación, así como las características de los sujetos a los cuales estuvo dirigida (Población local, Personas que han realizado turismo y a la vez se dediquen a actividades turísticas nacionales y extranjeros). De esta manera, se elaboró el cuestionario respectivo que incluye preguntas cerradas sobre la temática del jardín botánico.

5.2.4.4. Población y Muestra

La población para el estudio será considerada la parroquia Puerto Francisco de Orellana, turistas nacionales y turistas extranjeros.

Cuadro N° 4. Población de la Investigación

SECTOR INVESTIGADO	F
Población de la parroquia Puerto Francisco de Orellana	45.163
Turistas nacionales	1.958
Turistas extranjeros	1.100
Total	48.221

Fuente: INEC, Censo de Población y Vivienda, 2010. iTUR – G.A.D.M.F.O
Elaborado por Luz Isabel Ordóñez Guamán

Muestra

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

n= Tamaño mínimo de la muestra

Z= Nivel de confianza (1.645)

N= Población total (48.221)

P= Probabilidad de éxito (70% 0.70)

Q= Probabilidad de fracaso (30% 0.30)

e= Error experimental (7%)

$$n = \frac{(1.645)^2 (48.221) (0.70) (0.30)}{(0.07)^2 (48.221-1) + (1.645)^2 (0.70) (0.30)}$$

$$n = \frac{2.706025 * 48.221 * 0.70 * 0.30}{0.0049 * 48.220 + 2.706025 * 0.70 * 0.30}$$

$$n = \frac{27402.31862025}{236.84626525}$$

n= 115 encuestas

Cuadro N° 5. Población a encuestar

SECTOR INVESTIGADO	#
Población de la parroquia Puerto Francisco de Orellana	69
Turistas nacionales	23
Turistas extranjeros	23
Número de encuestados	115

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Luz Isabel Ordóñez Guamán

5.2.5. Técnica del Plan de Negocio de Canvas:

Esta técnica fue muy importante y valiosa por la razón de que en sus nueve pasos nos permito cumplir con una técnica para evidenciar o tener una línea base del diagnóstico del tema que se realizó y cumplir con el planteamiento de un plan de negocios más funcional y efectivo.

5.2.6. Método de Análisis Rápida y Planificación Participativa (MARPP)

Se puso en práctica en el cuarto objetivo y sirvió para socializar los resultados de la investigación de manera directa con las personas implicadas e involucrados de la comunidad y jardín botánico, permitiendo de esta manera tomar sus opiniones acerca del presente trabajo.

5.2.7. Metodología por objetivos

Para dar cumplimiento al primer objetivo **“Determinar el diagnóstico situacional del área de estudio”**, se utilizó el método deductivo y analítico - sintético, que fueron necesarios para obtener y seleccionar datos generales del lugar (jardín botánico), en estudio que permita hacer el levantamiento de información. Así como también se utilizó las técnicas de la encuesta y entrevista que fue dirigida a los habitantes, pocos turistas de la parroquia Puerto Francisco de Orellana como también algunos comuneros del jardín botánico “Guayusa”, con estas técnicas y apoyado en los métodos se llevó a cabo el análisis tanto de los factores externos e internos para llegar a la matriz FODA, en donde se determinó las fortalezas y debilidades en su análisis interno como las oportunidades como las amenazas en su análisis externo, obteniendo después la matriz de alto impacto donde se presenta como resultado y para poder cumplir con los objetivos estratégicos y desarrollarlos en el Plan de Negocios propuesto.

Para dar cumplimiento al segundo objetivo: **“Describir el Plan de negocios”**, se utilizó el método deductivo y descriptivo, con esta metodología y con los resultados obtenidos en la matriz de alto impacto que son los objetivos estratégicos se cumplieron los mismos, basándose en la temática de la investigación que es el Método de Canvas para realizar el Plan de Negocios para el diseño del jardín botánico “Guayusa”, en la parroquia Puerto Francisco de Orellana del cantón Francisco de Orellana.

Para dar cumplimiento al tercer objetivo: **“Establecer el diseño del jardín botánico”** el mismo se lo cumplió con los resultados del segundo objetivo y apoyado en el método deductivo; deduciendo así el esquema que se planteó y describiendo el diseño del jardín botánico “Guayusa”, en la parroquia Puerto Francisco de Orellana del cantón Francisco de Orellana.

Para dar cumplimiento al cuarto objetivo **“Socializar los resultados obtenidos del proyecto a la parroquia Puerto Francisco de Orellana del cantón Francisco de Orellana”**; se empleó la técnica MARPP la misma que se hizo en tres fases:

Primera: Se convocó a los actores involucrados, lo que fueron los moradores y autoridades de la parroquia Puerto Francisco de Orellana del cantón Francisco de Orellana y personas relacionados con la investigación.

Segunda: Se presentó a todos los asistentes con apoyo de material visual los resultados del diagnóstico del área de estudio (jardín botánico), indicando principalmente la propuesta del Plan de Negocios como los aciertos y las debilidades del mismo; posterior a esto se expuso la propuesta del proyecto indicando las oportunidades que se obtendrían al aplicar el mismo.

Tercera: Se recopiló todas las conclusiones y recomendaciones dadas por los asistentes como resultado de la presentación de la propuesta.

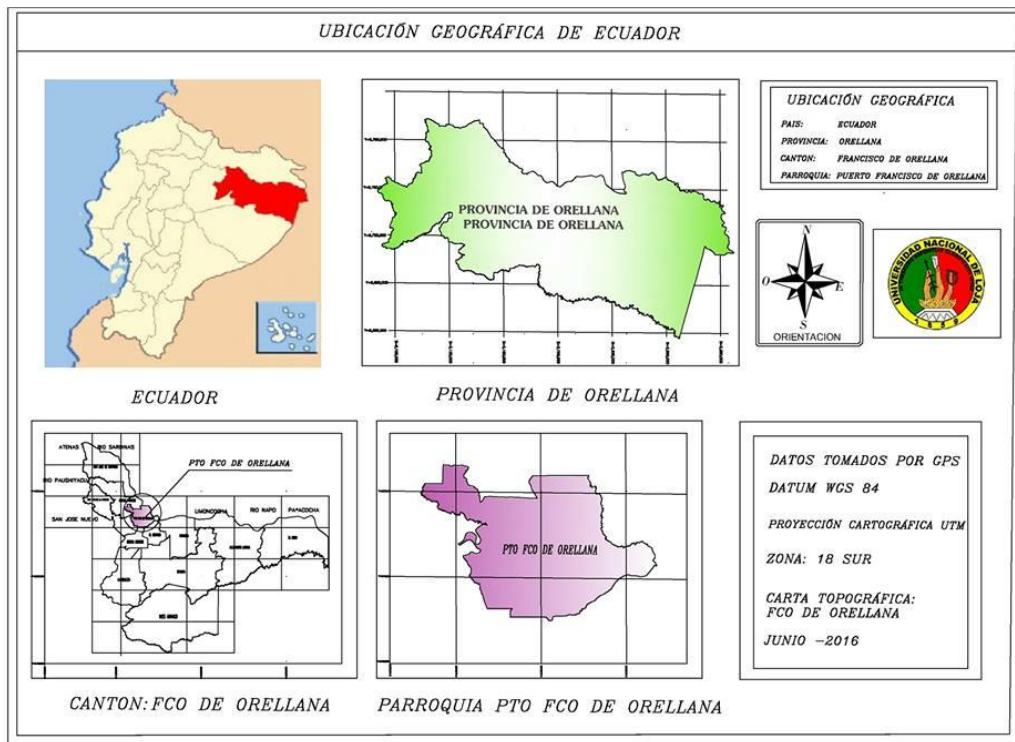
f. RESULTADOS

6.1 Desarrollo del diagnóstico situacional del área de estudio

En el desarrollo del cumplimiento del diagnóstico tanto interno como externo se basó y se cumplió con lo siguiente:

6.1.1. Ubicación Geográfica del Ecuador

Mapa N° 4. Mapa Político del Ecuador con sus provincias y capitales



Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Francisco de Orellana
Elaboración: Luz Isabel Ordóñez Guamán

Mapa Político del Ecuador

El Mapa de Ecuador presenta una visión general de las provincias políticas, capitales de provincia, la frontera internacional, importantes ciudades y capital del país. Este mapa amigable para el usuario puede considerarse como una parada para cualquier información sobre Ecuador.

Ecuador sigue una forma de República de Gobierno y alberga 22 provincias dentro de sus límites geográficos.

Los procedimientos legales del Ecuador se realizan por siguiendo las normas y parámetros de derecho civil. El presidente encabeza el gobierno y sirve como el jefe del Estado. El Ecuador Mapa muestra todas las provincias teniendo una importancia considerable. Las capitales de provincia también desempeñan un papel importante en el marco político del Ecuador.

Por lo tanto, el mapa político también destaca las capitales de provincias. Perú y Colombia, que forman la frontera internacional, se representan en un lugar destacado en este mapa de Ecuador. Una versión para imprimir de mapa político de Ecuador también está disponible en el sitio Web interesado.

➤ **Recurso Suelo**

Debido a su gran extensión, la región Amazónica se caracteriza por presentar varias unidades geológicas, claramente diferenciadas por su material parental y relieve; De entre las 10 formaciones geológicas identificadas en el cantón destacamos Chambira (28,23%), Arajuno (19,80%) y Depósitos aluviales (20,38%).

Geomorfológicamente, Francisco de Orellana presenta formaciones características de la llanura amazónica, con formas de origen acumulativo que, por la cantidad de drenajes y ríos dobles presentes, han dado lugar a valles, terrazas y llanuras aluviales. Estas se dividen en 3 grandes formas de relieve característicos, los cuales nos proporciona un total de 17 formas de relieve morfológico. De entre ellos predominan las colinas medias de origen tectónico erosivo 25,9% del territorio cantonal y las llanuras aluviales bajas 3,69%.

➤ Flora

Cuadro N° 6: Inventario de Flora y Fauna

No	Familia	Nombre Científico	Nombre Común
1	EUPHORBIACEAE	<i>Aparisthium cordatum</i>	
2	LORANTHACEAE	<i>Loranthus sp</i>	Pega-Pega
3	MARANTACEAE	<i>Calacthea</i>	
4	PIPERACEAE	<i>Pipere sp 1</i>	Pimienta de Monte
5		<i>Pipere sp 2</i>	Pimienta de Monte
6		<i>Pipere sp 3</i>	Pimienta de Monte
7	POACEAE	<i>Gynerium sagittatum</i>	Pindo
8	ZINGEBERA	<i>Renealmia sp</i>	Gengibre de Monte

Fuente: Ficha Ambiental y Plan de Manejo Ambiental (PMA) Diciembre 2012- GADMFO

Elaborado por: Luz Isabel Ordóñez Guamán

Cuadro N° 7: Plantas medicinales

Nombre Común	Nombre Científico	Uso Medicinal natural
Hierbas		
Albahaca	<i>Ocimum basilicum</i>	Planta pequeña
Es cancel	<i>Aereva sanguinolenta</i>	Planta pequeña
Hierba luisa	<i>Oymboppogon citratus</i>	Planta pequeña
Matico	<i>Eupartorium glutionsum</i>	Planta grande
Ortiga	<i>Urtica</i>	Planta grande
Sábila	<i>Aloe vera</i>	Planta pequeña
Toronjil	<i>Melissa officinalis</i>	Planta pequeña
Ruda (en maceta)	<i>Ruta graveolens</i>	Planta pequeña
Marco	<i>Franceria artemisioides</i>	Planta pequeña
Sauco	<i>Sambucus nigra</i>	Árbol de 2 ^a 3 mts

Fuente: Ficha Ambiental y Plan de Manejo Ambiental (PMA) Diciembre 2012- GADMFO

Elaborado por: Luz Isabel Ordóñez Guamán

Si bien el propósito actual tanto del GADMFO como del GADPO es el de, a través de sus viveros, fomentar la reforestación con especies nativas cabe destacar que las especies más reforestadas en el cantón, la teca (*Tectona grandis*) y la balsa (*Ochroma pyramidale*)¹ han sido introducidas.

En este marco el cantón cuenta desde el 2010 con 32 fuentes semilleras instaladas de 16 especies forestales diferentes y que permiten fomentar el cultivo de especies nativas, principalmente.

Como estudiante, me parece muy importante que las Autoridades Municipales de la parroquia de Puerto Francisco de Orellana tomen cartas en el asunto, porque los agricultores y la explotación maderera destruyen la flora y la fauna sin tomar en cuenta que la vegetación es la que nos da la vida ya que nuestro país posee en la Amazonia el parque Nacional Yasuní y que es reconocido como el pulmón del mundo a nivel mundial por su gran riqueza de la biodiversidad.

Está bien que pongan leyes y condiciones para que las hagan cumplir, porque en poco tiempo nuestro planeta sería un desierto.

Me parece muy bien que la alcaldesa Anita Rivas ya puso en marcha viveros para rescatar las plantas nativas que están en peligro de extinción por un mal uso inadecuado.

Cuadro N° 8: Árboles maderables nativos

N°	Nombre común	Nombre científico	Uso para que sirve
1	Chuncho	(<i>Cedrelinga cateniformis</i>),	Maderable
2	Arenillo	(<i>Erisma uncinatum</i>)	Maderable
3	la teca	(<i>Tectona grandis</i>)	Maderable
4	la balsa	(<i>Ochroma pyramidale</i>)	Madera. Construcción de y artesanías

Fuente: Ficha Ambiental y Plan de Manejo Ambiental (PMA) Diciembre 2012- GADMFO

Elaborado por: Luz Isabel Ordoñez Guamán

Cuadro N° 9: Plantas medicinales de la Parroquia Puerto Francisco de Orellana

PLANTAS MEDICINALES		
Nombre común	Nombre científico	Familia
Árboles		
Sangre de drago	Croton lechler	
Ayahuasca	liana o sogá de los espíritus	Lianas
Uña de gato	Uncaria tomentosa,	rubiáceas
Chuchuhuaso	<i>Cinnamomum zeylanicum</i>	
Canela	Canelero de Ceilán, Canelo,	Lauraceae (Lauráceas).

Fuente: Ficha Ambiental y Plan de Manejo Ambiental (PMA) Diciembre 2012- GADMFO
Elaborado por: Luz Isabel Ordoñez Guamán

Otro grupo de plantas representativas de los bosques húmedo tropical de la Amazonia son los árboles maderables y a la vez ricos por sus propiedades medicinales y curativas, se utiliza la savia, las hojas, como son: chuchuas, leche Sandi, sangre de drago, fruta de pan, estos árboles son de tamaño mediano las hojas, la cascara, las raíces, el matico, uña de gato, zarza parrilla, la canela, guayusa, caña agria, las variedades de ortiga, la ya guasca, la valeriana, bejuco ajo entre otros, los cuales van a estar ubicados en un sector propicio, es decir, con suelo de grava para tener un buen drenaje y simular al máximo su ambiente natural.

Árboles frutales como: el caimito, arazá, la cocona, la uva de monte, el achotillo, la caña dulce, la guaba, la naranja, mandarinas, la chirimoya, guanábana, toronja, los árboles frutales y medicinales van a ser otro componente de las especies representativas del bosque húmedo tropical, se incluirá información para los visitantes sobre sus diferentes usos. Otras plantas del grupo que estarán agrupadas son las representativas, del jardín botánico "Guayusa" todas las especies exóticas. Éstas servirán para dar una explicación a los visitantes del significado de las especies que no son originarias del bosque húmedo tropical. Otro grupo de plantas que forma parte de la estética son los lirios, las cuales se diferencian del resto de plantas por ser acuáticas y exóticas aportando color y armonía.

Cuadro N° 10: Arboles frutales

N°	Nombre común	Nombre científico	Familia	Orden
1	Arazá	<i>Eugenia stipitata</i>	Myrtaceae	Myrtales
2	Moriche	<i>Aguajo</i>	Canangucha	Miriti
3	Cocona	<i>Solanum sessiliflorum</i>	Solanaceles	Sonanales
4	Uva de monte	<i>Caca güito, halcón</i>	Tiliaceae	

Fuente: Ficha Ambiental y Plan de Manejo Ambiental (PMA) Diciembre 2012- GADMFO

Elaborado por: Luz Isabel Ordóñez Guamán

Recurso Fauna.

Cuadro N° 11: Inventario de Aves

Nº	Familia	Nombre Científico	Nombre Común
1	Tinamidae (1)		Pederdices
2		<i>Crypturellus undulatus</i>	Pediz Ondulada
3	Ardeidae (3)		Garzetas, Garzas
4		<i>Ardea alba</i>	Gaezeta Grande
5		<i>Egretta thula</i>	Garzeta Bueyera
6		<i>Butorides striatus</i>	Garcilla Estriada
7	Cathartidae		Gallinazos Americanos
8		<i>Coragyps atratus</i>	Gallinazo Negro
9			Gallinazo Cabeciamarillo Mayor
10	Accipitridae (2)		Milanos, Gavilanes, Aguilas
11		<i>Gampsonyx swainsonii</i>	Elanio Perla
12		<i>Buteo magnirosstris</i>	Gavilan Campeste
13	Falconidae		Halcones
14	Cracidae (1)	<i>Milvago cxhimachima</i>	Caracarás Cabeciamarillo
15		<i>Daptrius Ater</i>	Caracará Negro
16		<i>Ortalis guttata</i>	Chachalacas Jaspeada
17	Rallidae (2)		Polluelas, Razcones

18		<i>Laterallus exilis</i>	Polluelas Pechigris
19		<i>Laterallus fasciatus</i>	Polluela Negrilineada
20	Columbidae(4)		Palomas
21		<i>Columba livia</i>	Paloma Domestica
22		<i>Columba cayennensis</i>	Paloma Ventripalida
23		<i>Leptotila rufaxilia</i>	Paloma Frentigris
24		<i>Columba plúmbea</i>	Paloma Plomiza
25	Psittacidae (3)		Loro, Guacamayos, Pericos
26		<i>Forpus crassirostris</i>	Periquito Aliazul
27		<i>Brotogeris cyanoptera</i>	Periquito Alicobaltico
28		<i>Ara severa</i>	Guacamayo
29	Cuculidae (1)		Garrapateros
30		<i>Crotophaga ani</i>	Garrapateros Piquiliso
31	Strigidae (1)		Búhos
32		<i>Pulsatrix perspicillata</i>	Búho de Anteojos
33	Trochilidae (5)		Colibríes
34		<i>Florisuga melivorada</i>	Jacobino Nuquiblanco
35		<i>Arthacothonax nigricolis</i>	Mango Gorjinegro
36		<i>Tralurlania furcata</i>	Ninfa Tijereta
37		<i>Amazilia fimbriata</i>	Amazilla Gorjibrillante
38		<i>Heliomaster longirostris</i>	Heliomaster Piquilargo
39	Alcedinidae (1)		Martines Pescadores
40		<i>Megaceryle torquata</i>	Martin Pescador Grande
41	Galbulidae (1)		Jacamares
42		<i>Galbalcyrrhynchus leucotis</i>	Jacamar Orejiblanco
43	Bucconidae(1)		Bucos, Monjas
44		<i>Monasa nigrifrons</i>	Monja
45	Capitonidae(1)		Barbudos
46		<i>Capito Aurovirens</i>	Barbudos Coronirojo
47	Ramphastidae		Tucanes
48	Picidae (3)		Carpinteros

49		<i>Chysoptilus punctiagula</i>	Carpinteros Pechipunteado
50		<i>Veniliomes passerinus</i>	Carpintero Chico
51		<i>Melanerpes cruentatus</i>	Carpintero Pechibalco
52	Furnalidae (1)		Horneros
53		<i>Synallaxis albigularis</i>	Colaespina Pechioscura
54	Dendrocolaptidae (1)		Trepatroncos
55		<i>Dendrocolaptes picumnus</i>	Trepatroncos Pentribandeado
56	Thamnophilidae (2)		Hormigueros
57		<i>Taraba major</i>	Batarata Grande
58		<i>Thamnophilus cryoleucus</i>	Batarata Castelnau
	Tyrannidae (7)		Atrapamoscas
59		<i>Sirystes</i>	Siristes

Fuente: Ficha Ambiental y Plan de Manejo Ambiental (PMA) Diciembre 2012- GADMFO
Elaborado por: Luz Isabel Ordóñez Guamán

Cuadro N° 12: Inventario de Mamíferos

Nº	Nombre Científico	Nombre Común	Ingles	Abundancia
1	<i>Callicebus discolor</i>	Socayo, Songo Songo	Red Titi Monkey	Una pareja
2	<i>Saguinus fuscicollis</i>	Bebeleche	Black-mantled Tamarin	Una pareja
3	<i>Callithrix pygmaea</i>	Leoncillo	Pygmy Marmoset	Un individuo

Fuente: Ficha Ambiental y Plan de Manejo Ambiental (PMA) Diciembre 2012- GADMFO
Elaborado por: Luz Isabel Ordóñez Guamán

Cuadro N° 13: Aves relevantes

N°	Nombre común	Nombre científico	Familia	Orden	Clase
1	Guacamayo rojo Escarlata	Ara macao	Psittacidae	Psittaciformes	Aves
2	Guacamayo de Alas Verdes	Ara chloropterus	Psittacidae	Psittaciformes	Aves
3	Guacamayo Azulamarillo	Ara Ararauna	Psittacidae	Psittacidae	Aves
4	Loro frentirroja	Amazona autumnalis	Psittacidae	Psittaciformes	Aves
5	Loro Cabezazul	Pionus	Psittacidae	Psittaciformes	Ave

Fuente: Ficha Ambiental y Plan de Manejo Ambiental (PMA) Diciembre 2012- GADMFO
Elaborado por: Luz Isabel Ordóñez Guamán

Cuadro N° 14: Aves relevantes

N°	Nombre común	Nombre científico	Familia	Clase
1	Tucán o diostedé	Tucán del Chocó	piciformes	Aves
2	Mono de bolsillo	Titi cobrizo	Cebidae	Primates
3	Mono ardilla común	Mono Barizo	Cebidae	Primates
4	Mono chichico	Saguinus fuscicollis		Primates
5	Mono capuchino negro	Cebus apella		Primates
6	Mono Cotoncillo rojo	Callicebus discolor		Primates
7	Mono capuchino blanco	Cebus albifrons		Primates
8	Mono Chorongó	Mono lanudo de Humboldt	Lagothrix Lagothricha	Primates

Fuente: Ficha Ambiental y Plan de Manejo Ambiental (PMA) Diciembre 2012- GADMFO
Elaborado por: Luz Isabel Ordóñez Guamán

La región Amazónica del Ecuador representa casi el 50% del territorio nacional.

Ecuador es el tercer país con mayor número de especies de anfibios, el cuarto en aves y reptiles, el quinto en monos y mamíferos de la cuenca. Las tierras altas de la región han sido consideradas como un área de gran Biodiversidad y endemismo a escala global.

Entre las aves que están en peligro de extinción por su bello color, en sus plumas son los guacamayos, loros y tucanes.

Este Pez está en peligro de extinción, tiene una dimensión cerca de 3 metros de largo y un peso de más de 200 kilos, es el más grande de la cuenca del río Amazonas, hoy ya existen en las fincas que desarrollan la actividad de piscicultura en la feria en las fiestas cantonales y provinciales, son los que lo utilizan para la exhibición de estos ejemplares y la tilapia para realizar la pesca deportiva.

Especies de peces de agua dulce, Anfibios y reptiles. Mariposas

Clases de monos, loros, papagayos, delfines de río y caimanes son especies relevantes de fácil visión.

Entre los principales mamíferos tenemos:

- Jaguar
- Pantera
- Puma
- Ocelote o Tigrillo
- Jaguarundi
- Gato de los Andes
- Oso de anteojos
- Venados
- Cusumbo
- Tapir
- Tutamono
- Mono ardilla
- Chichico y titi pigmeo
- Capuchino y bracilargo
- Chorongo y aullador

De las aves que habitan en esta región se destacan:

- Tucán
- Guacamayo rojo
- Guacamayo azul
- Guacamayo amarillo

Los peces más comunes de R/A son el delfín del Amazonas y las pirañas.

En cuanto a reptiles y anfibios el Ecuador es un paraíso, pues cuenta con más especies de anfibios en el mundo, muchas de ellas son endémicas.

Se clasifican en tres grupos:

- Apoda: anfibios sin miembros
- Anuara: ranas y sapos
- Urodela o Caudata: salamandras y tritones

La cacería, la comercialización de la carne de monte, el tráfico de la vida silvestre (venta de animales silvestres como mascotas), la transformación o desaparición del hábitat, entre otros factores, están reduciendo de forma crítica las poblaciones de especies de fauna existentes en el cantón. Los animales más frecuentemente involucrados en estas actividades depredadoras son las guantas, guatusos, venados, monos, loros, tucanes y tortugas terrestres y acuáticas. Al momento al menos 15 especies de fauna existentes en el cantón se catalogan dentro de alguna categoría de amenaza o peligro de extinción.

6.1.2. Actividad turística

A pesar de la gran riqueza en atractivos naturales y culturales que existe en el cantón que se expresa a través de la exuberancia de su selva amazónica, la belleza de los paisajes fluviales, la diversidad de la flora y fauna, así como las costumbres, artesanías y gastronomía de las nacionalidades existentes, la actividad turística de Francisco de Orellana no había sido muy difundida ni desarrollada.

En los últimos años se ha venido haciendo un esfuerzo por identificar el potencial turístico del cantón. En la actualidad se tienen identificados un

total de 19 sitios turísticos naturales y 5 sitios turísticos culturales, localizados la mayoría de ellos en el área rural del cantón y se sigue trabajando en la identificación de otros nuevos.

La actividad turística que se ha venido realizando en el cantón se caracteriza por estar concentrada en empresas y operadoras turísticas que ofrecen paquetes cuyo destino final son cabañas ubicadas en la selva en los que por lo general no incluyen la estancia en el cantón Francisco de Orellana. Es por ello que se está trabajando en fortalecer el potencial de la ciudad mejorando su aspecto físico e implementando nueva infraestructura (Museo Arqueológico del Coca "MACCO", Zoológico Municipal, Terminal Terrestre, Parque Central, etc.).

A pesar de que el turismo comunitario es una interesante alternativa económica para las comunidades indígenas del cantón su oferta es todavía limitada. Existen en la actualidad 3 iniciativas localizadas en el área de influencia del Parque Nacional Yasuní, algunas de ellas todavía en una etapa inicial de emprendimiento. La más conocida y con mayor experiencia es la de "Napo Wildlife Center" administrada por la Comunidad kichwa Añango en la parroquia Alejandro Labaka. Actualmente son varias las comunidades del cantón que están desarrollando iniciativas de turismo comunitario con el fin de posicionarse como un destino turístico local, nacional e internacional.

6.1.3. Análisis de la Entrevista

Para seguir dando cumplimiento al primer objetivo y analizar la situación turística actual en la que se encuentra la Parroquia, fue necesario realizar un análisis interno de la misma para lo cual fue importante la aplicación de un cuestionario de entrevista, el mismo fue aplicado a tres personas como que fueron el presidente de la Junta Parroquial y a dos personas importantes de la misma

Luego de realizada la entrevista, se concluye que son bastantes las necesidades turísticas de medio ambiente y de turismo en el proyecto entre ellas el poseer un parque botánico, senderos, capacitación a la

gente de la comunidad en el tema productivo, turístico y capacitación en atención al turista en el arte culinario.

Las actividades que se podrían implementar para fortalecer la economía de la parroquia es un tener un puesto de información turista respecto al parque, de esta manera buscar la mejor forma de atender mejor al turista y dar así un mejor fortalecimiento organizativo de la gente del sector

6.1.4. Análisis de la Encuesta:

De acuerdo al universo que se escogió la población para el estudio y fue considerado la parroquia Puerto Francisco de Orellana, turistas nacionales y turistas extranjeros que visita la parroquia, las cuales fueron 115 encuestas que se representan en la tabulación de las siguientes preguntas:

Datos Informativos:

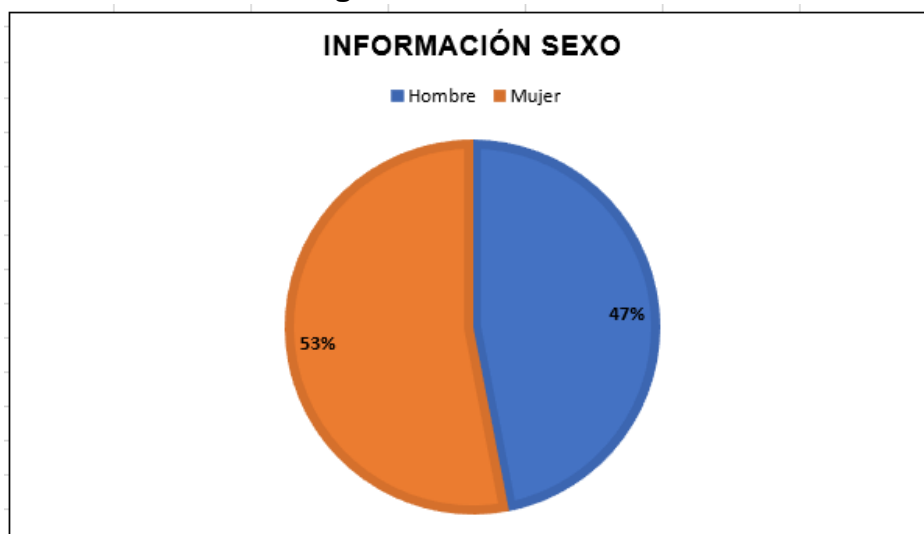
a) Sexo:

Cuadro N° 15: Sexo		
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Hombre	54	47%
Mujer	61	53%
Total	115	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Luz Isabel Ordóñez Guamán

Figura N° 1: Información Sexo



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Luz Isabel Ordóñez Guamán

Análisis e interpretación

Se verifica de acuerdo a la muestra que la mayoría de los encuestados son mujeres con un 53% a un 47% de hombres.

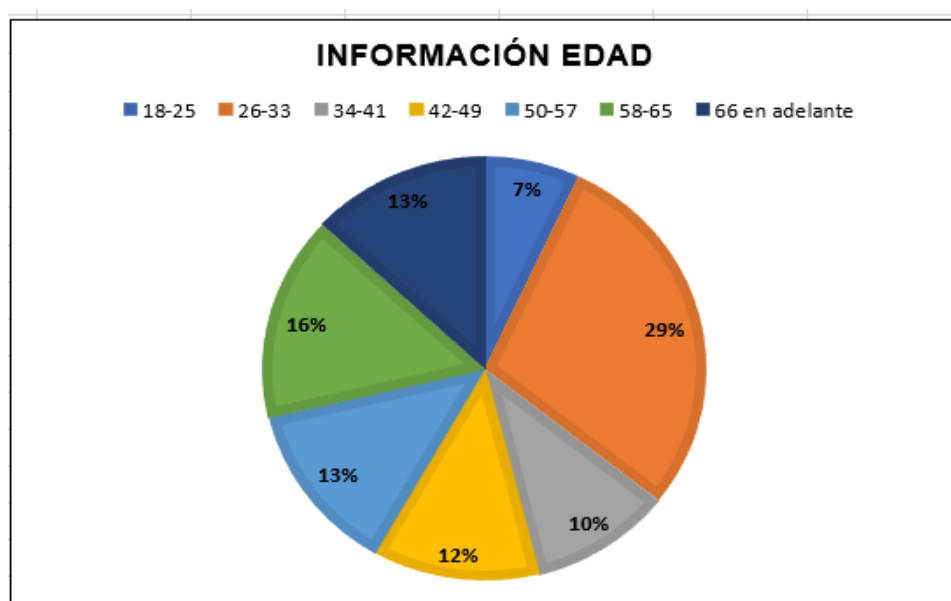
b) Edad:

Cuadro N° 16: Edad		
Variable	Frecuencia	Porcentaje
18– 25	8	7%
26 – 33	33	29%
34 – 41	12	10%
42 – 49	14	12%
50 – 57	15	13%
58 – 65	18	16%
66 en adelante	15	13%
Total	115	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Luz Isabel Ordóñez Guamán

Figura N° 2: Información Edad



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Luz Isabel Ordóñez Guamán

Análisis e Interpretación

Se analiza y se llega a los resultados que la población encuestada en su mayoría está en los 26 a los 33 años con un porcentaje de 29% y le sigue la población con una edad de 58 a 65 años con un porcentaje de 16%.

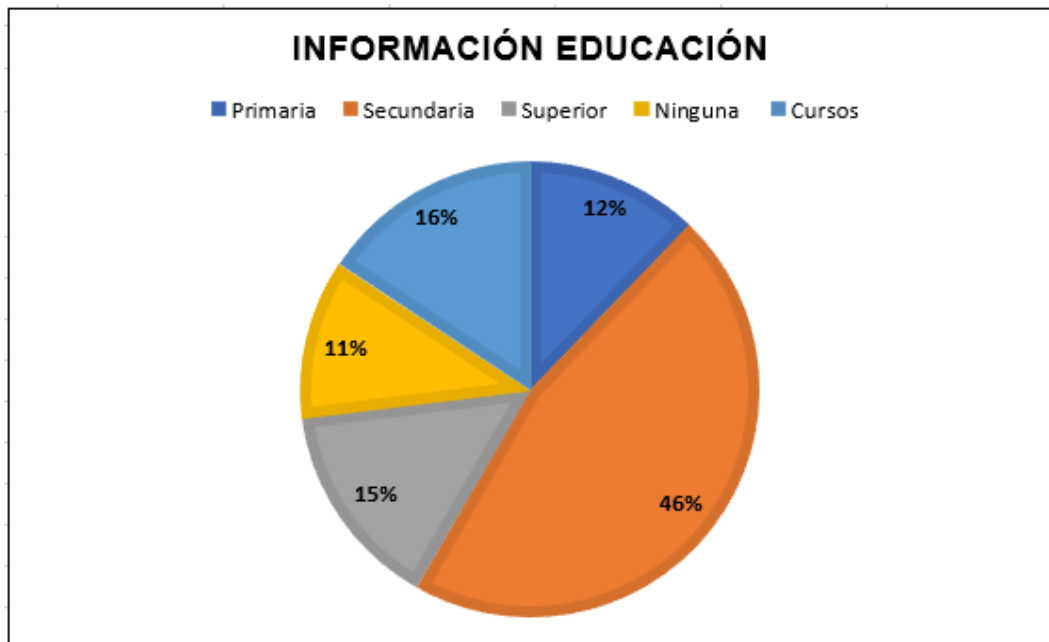
c) Nivel de Instrucción:

Cuadro N° 17: Edad		
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Primaria	14	12%
Secundaria	53	46%
Superior	17	15%
Ninguna	13	11%
Cursos	18	16%
Total	115	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Luz Isabel Ordóñez Guamán

Figura N° 3: Información Educación



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Luz Isabel Ordóñez Guamán

Análisis e Interpretación

De las encuestas aplicadas, el 46% tiene instrucción secundaria que es la mayoría, teniendo un analfabetismo o sin ninguna instrucción que es preocupante del 11%, el mismo que se verifica que se guio en las encuestas que se las impartió.

6.1.5. Resultados e interpretación de las encuestas aplicadas a los turistas.

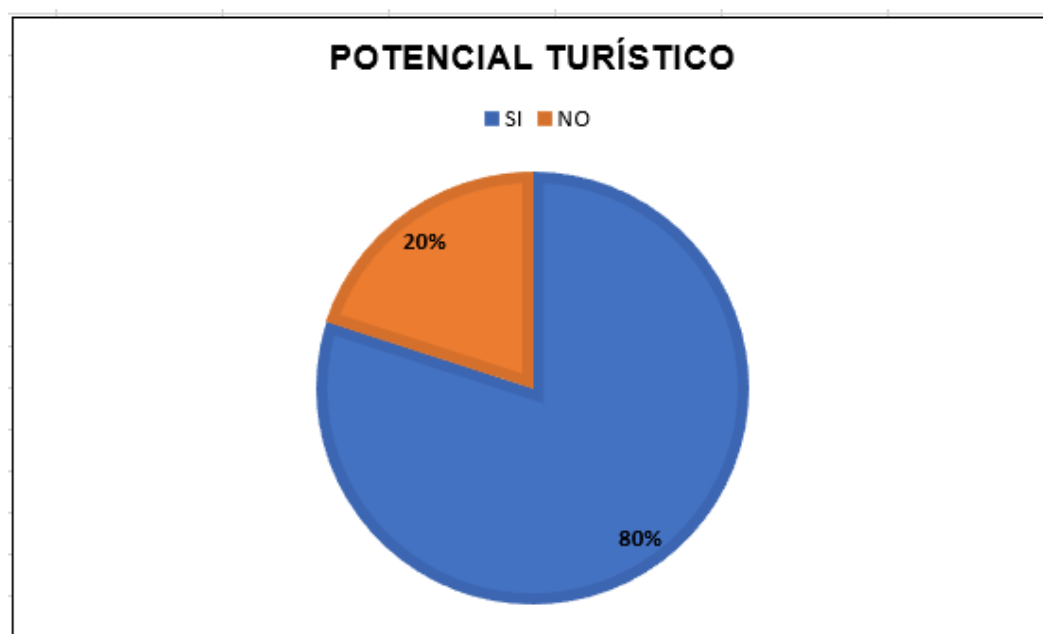
1.- ¿Cree usted que la Parroquia Puerto Francisco de Orellana posee un potencial turístico?

Cuadro N° 18: Potencial Turístico		
Variable	Frecuencia	Porcentaje
SI	92	80%
NO	23	20%
Total	115	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Luz Isabel Ordóñez Guamán

Figura N° 4: Potencial Turístico



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Luz Isabel Ordóñez Guamán

Análisis e Interpretación

De las 115 encuestas aplicadas, el 80% con respuesta SI, de la población afirmo y que es la mayoría, que la Parroquia Puerto Francisco de Orellana posee un potencial turístico.

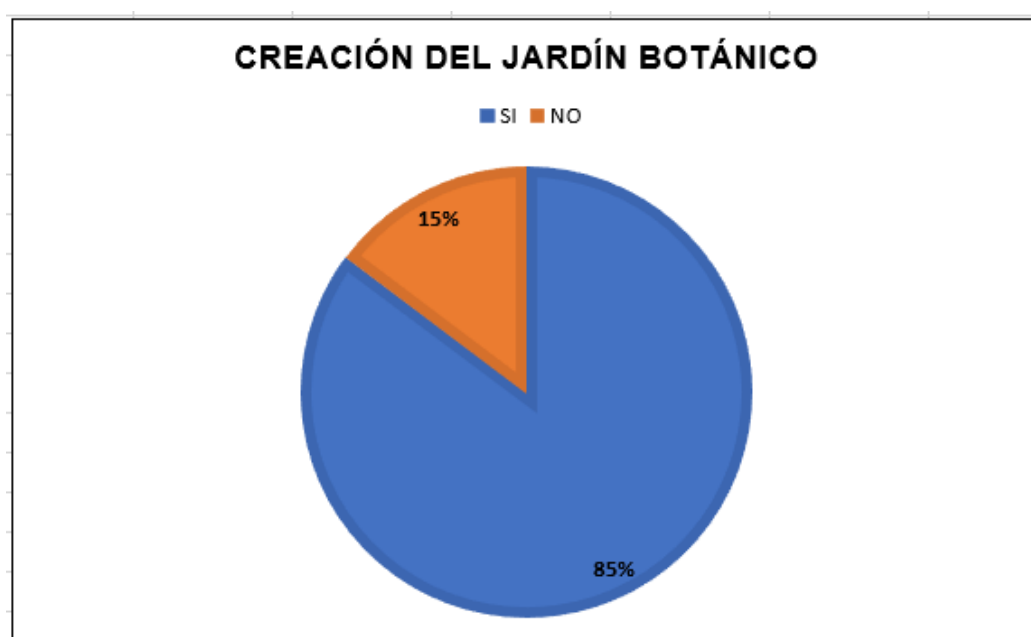
2.- ¿Considera usted que dentro de la Parroquia Puerto Francisco de Orellana es necesario la creación de un jardín botánico?

Cuadro N° 19: Es necesario la creación de un jardín botánico		
Variable	Frecuencia	Porcentaje
SI	98	85%
NO	17	15%
Total	115	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Luz Isabel Ordóñez Guamán

Figura N° 5: Creación del Jardín botánico



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Luz Isabel Ordóñez Guamán

Análisis e Interpretación

De las 115 encuestas aplicadas, el 85% con respuesta SI, de la población afirmo que se tiene la necesidad de crear dentro de la Parroquia Puerto Francisco de Orellana la creación de un jardín botánico, que también se puede considerar la demanda en un 85%.

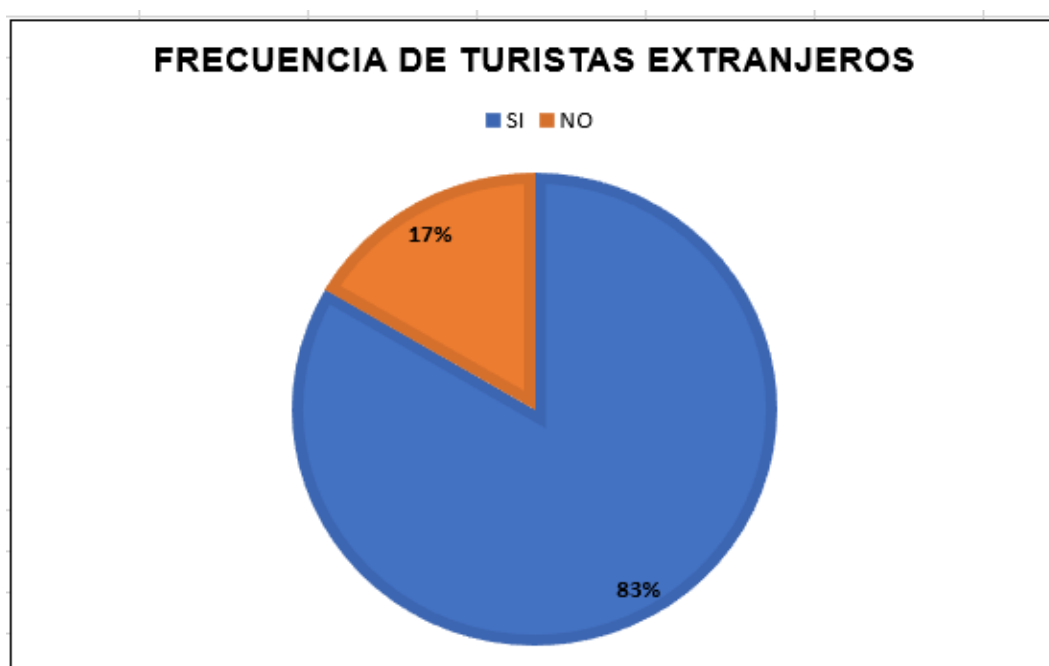
3.- ¿Con la creación del jardín botánico sería más frecuente la visita de turistas extranjeros en la Parroquia Puerto Francisco de Orellana?

Cuadro N° 20: Frecuencia de la visita de turistas extranjeros		
Variable	Frecuencia	Porcentaje
SI	96	83%
NO	19	17%
Total	115	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Luz Isabel Ordóñez Guamán

Figura N° 6: Frecuencia de Turistas Extranjeros



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Luz Isabel Ordóñez Guamán

Análisis e Interpretación

De las 115 encuestas aplicadas, el 83% con respuesta SI, su respuesta fue que sería más frecuente la visita de turistas extranjeros en la Parroquia Puerto Francisco de Orellana con la creación del jardín botánico, que también se puede considerar la demanda en un 83%.

4.- ¿En qué temporadas le gustaría visitar un jardín botánico?

Cuadro N° 21: Temporadas le gustaría visitar un jardín botánico		
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Vacaciones	57	50%
Feridos	51	44%
Tiempo Libre	7	6%
Total	115	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Luz Isabel Ordóñez Guamán

Figura N° 7: Temporadas en Visitar el Jardín Botánico



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Luz Isabel Ordóñez Guamán

Análisis e Interpretación

De las 115 encuestas aplicadas, con el 50% las respuestas de vacaciones prefieren en visitar el jardín botánico mientras con el 44% su visita será en el tiempo de feriados que es un buen porcentaje, sumando los dos en cambio con un número menor es el 6% que lo visitará en tiempo libre.

5.- ¿Qué tipo de recreación o que servicio quisiera tener en, al visitar un jardín botánico?

Cuadro N° 22: Tipo de Servicios le gustaría recibir		
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Restaurante	6	5%
Ventas de Productos	10	9%
Sendero Ecológico	34	30%
Ventas de plantas tradicionales	65	56%
Total	115	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Luz Isabel Ordóñez Guamán

Figura N° 8: Tipo de Recreación / Servicio



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Luz Isabel Ordóñez Guamán

Análisis e Interpretación

De las 115 encuestas aplicadas, se puede analizar que a la mayoría de encuestados les gustaría tener un local donde se venta plantas tradicionales con un 56% y un 30% contar con un sendero ecológico.

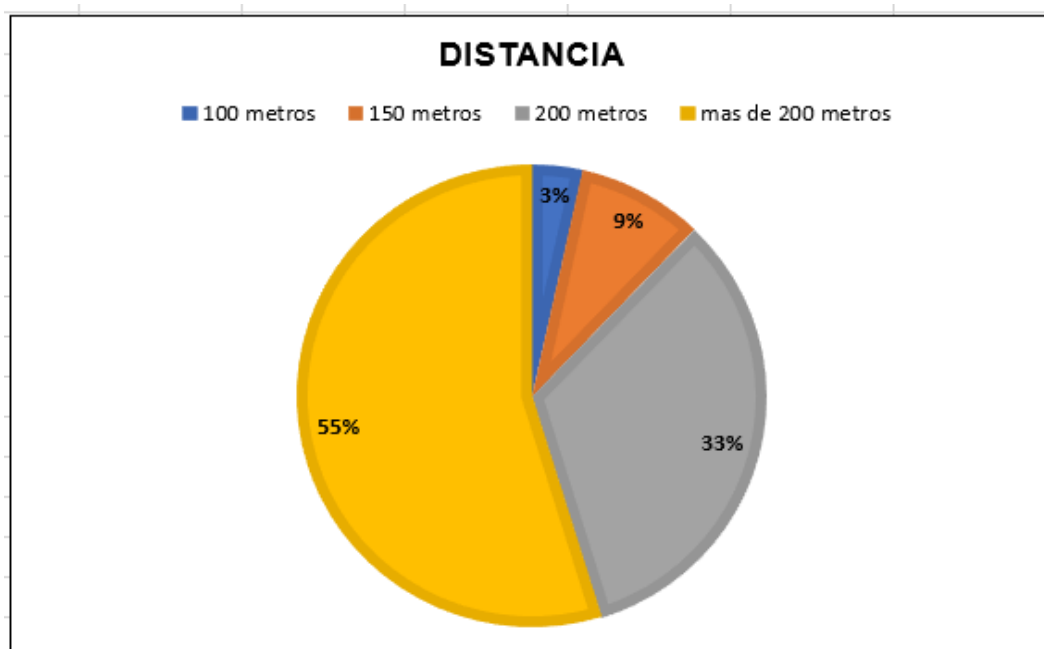
6.- ¿A qué distancia de la Av. Principal le gustaría que este ubicado el jardín botánico?

Cuadro N° 23: A qué distancia de la Av. Principal le gustaría que este ubicado		
Variable	Frecuencia	Porcentaje
100 metros	4	3%
150 metros	10	9%
200 metros	38	33%
más de 200 metros	63	55%
Total	115	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Luz Isabel Ordóñez Guamán

Figura N° 9: Distancia



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Luz Isabel Ordóñez Guamán

Análisis e Interpretación

De las 115 encuestas aplicadas, se puede analizar que a la mayoría de encuestados les gustaría que el jardín botánico debe estar ubicado a más de 200 metros que replantaría a un 55%.

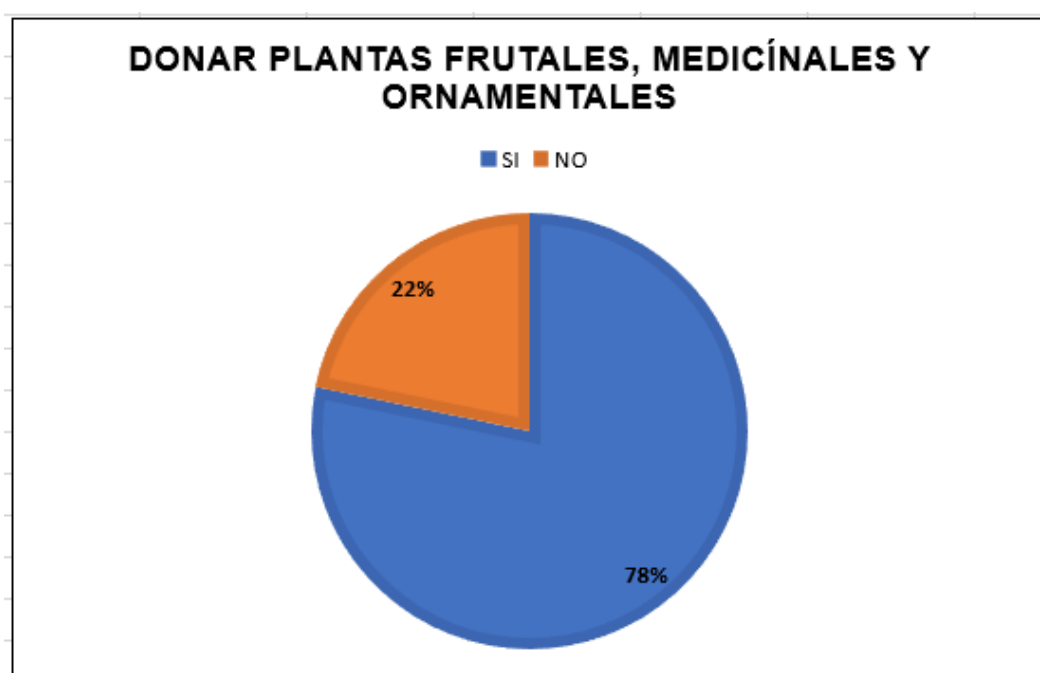
7.- ¿Le gustaría donar plantas frutales, medicinales y ornamentales para el jardín botánico?

Cuadro N° 24: Donar plantas frutales, medicinales y ornamentales		
Variable	Frecuencia	Porcentaje
SI	90	78%
NO	25	22%
Total	115	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Luz Isabel Ordóñez Guamán

Figura N° 10: Donar plantas frutales, medicinales y ornamentales



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Luz Isabel Ordóñez Guamán

Análisis e Interpretación

De las 115 encuestas aplicadas, el 78% con respuesta SI, su respuesta fue que le gustaría donar plantas frutales, medicinales y ornamentales para el jardín botánico que es muy bueno para cumplir ya con su creación.

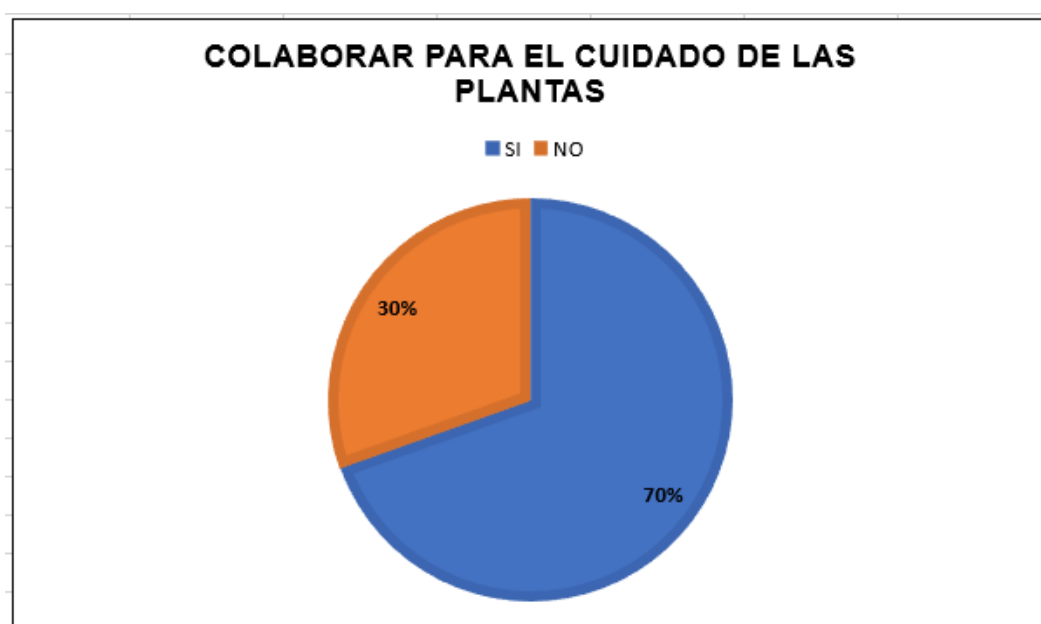
8.- ¿Le gustaría colaborar para el cuidado de las plantas del jardín botánico?

Cuadro N° 25: Colaborar para el cuidado de las plantas		
Variable	Frecuencia	Porcentaje
SI	80	70%
NO	35	30%
Total	115	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Luz Isabel Ordóñez Guamán

Figura N° 11: Colaborar para el cuidado de las plantas



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Luz Isabel Ordóñez Guamán

Análisis e Interpretación

De las 115 encuestas aplicadas, el 70% con respuesta SI, su respuesta fue que le gustaría colaborar para el cuidado de las plantas del jardín botánico esto significa que es muy bueno para apoyar con mano de obra y cumplir ya con su creación.

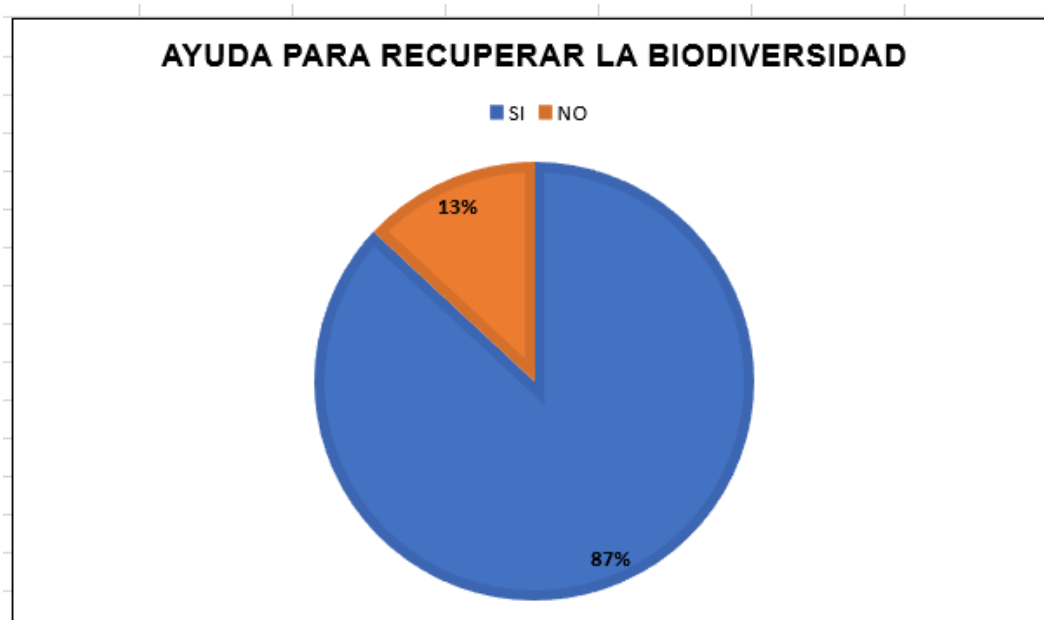
9.- ¿Cree usted que, con la creación de un jardín botánico, sería de gran ayuda para recuperar la biodiversidad?

Cuadro N° 26: Creación de un jardín botánico, sería de gran ayuda para recuperar la biodiversidad		
Variable	Frecuencia	Porcentaje
SI	100	87%
NO	15	13%
Total	115	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Luz Isabel Ordóñez Guamán

Figura N° 12: Ayuda para Recuperar la Biodiversidad



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Luz Isabel Ordóñez Guamán

Análisis e Interpretación

De las 115 encuestas aplicadas, 87% con respuesta SI, afirma que con la creación del jardín botánico sería de gran ayuda para recuperar la biodiversidad en el territorio.

10- ¿Le gustaría que el jardín botánico exista un centro de información?

Cuadro N° 27: En el jardín botánico exista un centro de información		
Variable	Frecuencia	Porcentaje
SI	89	77%
NO	26	23%
Total	115	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Luz Isabel Ordóñez Guamán

Figura N° 13: Exista un centro de Información



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Luz Isabel Ordóñez Guamán

Análisis e Interpretación

De las 115 encuestas aplicadas, 77% con respuesta SI, reafirma que con la creación del jardín botánico sería una alternativa que exista un centro de información en el lugar.

6.1.6. Análisis Matriz FODA

Cuadro N° 28: Análisis FODA DE LA PARROQUIA FRANCISCO DE ORELLANA

ANALISIS INTERNO
FORTALEZAS
<ul style="list-style-type: none">- Interés por parte de las autoridades de la parroquia en apoyar proyectos relacionados con el turismo rural.- La infraestructura de la parroquia se encuentra bien, lo que ayuda al posicionamiento de los mismos.- Buena posición geográfica para desarrollo del turismo ecológico.- Variedad gastronómica en la parroquia, gastronomía ancestral.- Variedad de cultivos propios de la parroquia.- Feria artesanal, gastronómica, medicinal, cultural que se realiza todos los años- Flora y Fauna Exuberante
DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none">- La vía de entrada a la parroquia no cuenta con señalización vial y turística.- No existe difusión y promoción de atractivos turísticos.- El acceso a los diferentes barrios de la parroquia se encuentra en mal estado.- Inexistencia de infraestructura turística lo cual implica menor ingreso a la parroquia.- Falta de una terminal de transporte urbano en la parroquia.- Escaso ingreso de transporte urbano a la parroquia e interno de la misma.- Falta de compromiso por parte de guías locales (reactivación) existen pocos guías turísticos capacitados- No existen proyectos para el desarrollo de la actividad turística- Falta de apoyo al desarrollo cultural de la parroquia (culturas de la localidad)

ANALISIS EXTERNO
OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> - Fortalecimiento turístico - Dar a conocer el potencial turístico con el que cuenta la parroquia, - Flora y Fauna - Difundir las costumbres y tradiciones de los antepasados de la parroquia. - Exteriorizar el proceso productivo, de artesanías, tejidos, medicina ancestral, agricultura, ganadería. - Incremento de personas dedicadas a la artesanía
AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> - Migración de personas por falta de facilidades para desarrollar sus actividades. - Pérdida de identidad cultural - Clima – Amazonia

Elaborado por: Luz Isabel Ordóñez Guamán

6.1.7. Análisis de la Matriz de estrategias F.O.D.A.

Una vez que se analizó cada uno de los componentes que integran los factores tanto internos como externos, como siguiente paso se elaboró una matriz derivada de las anteriores, con la finalidad de determinar las estrategias que permitieron llevar a cabo la propuesta del presente trabajo de investigación.

Cuadro N° 29: Matriz de estrategias F.O.D.A.

		FORTALEZAS	DEBILIDADES
<p>FACTORES INTERNOS</p>		<ol style="list-style-type: none"> 1. Interés por parte de las autoridades de la parroquia en apoyar proyectos relacionados con el turismo rural. 2. La infraestructura de la parroquia se encuentra bien, lo que ayuda al posicionamiento de los mismos. 3. Buena posición geográfica para desarrollo del turismo ecológico. 4. Variedad gastronómica en la parroquia, gastronomía ancestral. 5. Variedad de cultivos propios de la parroquia. 6. Feria artesanal, gastronómica, medicinal, cultural que se realiza todos los años 7. Flora y Fauna Exuberante 	<ol style="list-style-type: none"> 1. La vía de entrada a la parroquia no cuenta con señalización vial y turística. 2. No existe difusión y promoción de atractivos turísticos. 3. El acceso a los diferentes barrios de la parroquia se encuentra en mal estado. 4. Inexistencia de infraestructura turística lo cual implica menor ingreso a la parroquia. 5. Falta de una terminal de transporte urbano en la parroquia. 6. Escaso ingreso de transporte urbano a la parroquia e interno de la misma. 7. Falta de compromiso por parte de guías locales (reactivación) existen pocos guías turísticos capacitados 8. No existen proyectos para el desarrollo de la actividad turística 9. Falta de apoyo al desarrollo
	<p>FACTORES EXTERNOS</p>		

		cultural de la parroquia (culturas de la localidad)
OPORTUNIDADES	FO	DO
<ol style="list-style-type: none"> 1. Fortalecimiento turístico 2. Dar a conocer el potencial turístico con el que cuenta la parroquia, - Flora y Fauna. 3. Difundir las costumbres y tradiciones de los antepasados de la parroquia. 4. Exteriorizar el proceso productivo, de artesanías, tejidos, medicina ancestral, agricultura, ganadería. 5. Incremento de personas dedicadas a la artesanía 	F1, F2,F4, O1,O4,O5 Diseño del Jardín Botánico	<p>D2, D5,D4,O3O5 Creación de un punto de información para el Jardín Botánico</p> <p>D2, D5,D4,O3O5 Creación de una tienda de Plantas - Ornamentales</p>
AMENAZAS	FA	DA
<ol style="list-style-type: none"> 1. Migración de personas por falta de facilidades para desarrollar sus actividades. 2. Pérdida de identidad cultural 3. Clima – Amazonia 	F3, F6,A3,A2 Creación de un punto de información para el Jardín Botánico	D7, D2, A3 Creación del Guion Turístico del Jardín Botánico

Fuente: Trabajo de Campo

Elaborado por: Luz Isabel Ordóñez Guamán

6.2. Desarrollo del Plan de negocios

En el desarrollo de este se lo cumplió basándose plenamente en el **Método de Canvas** la cual para describir el plan de negocios se utilizarán los nueve pasos de esta metodología la cual es:

6.2.1. Propuesta de Valor

El Jardín Botánico “Guayusa”, estará conformado por plantas nativas de la zona tales como son: plantas alimenticias, ornamentales, y medicinales, el valor será accesible para cualquier persona que desee visitar el jardín contarán con una atención personalizada.

En el análisis se determinará el tamaño potencial del jardín que será de 5. ha, El establecimiento del jardín no incluye toda el área mencionada, para esto se concluirá hacerlo por etapas.

6.2.1.1. Etapa Primera: La primera etapa cuenta con un área de 3.16 ha en la cual se comenzará con la siembra de las especies del bosque húmedo tropical que será parte del jardín. Cabe mencionar que la Etapa I se encontrará los árboles frutales, el cual agregará una extensión de 1.4 ha, brindado un mayor atractivo al visitante debido a que las plantas medicinales exóticas de la Amazonía es un espacio destinado para la conservación de ciertos tipos de especies representativas de este ecosistema, y compartirá los mismos objetivos de conservación y educación. Cabe resaltar que esta siembra en un 90% está ya realizada, únicamente solo se necesita segmentarla o en otras palabras cumplir con divisiones o parcelas para que tenga claro las divisiones del jardín botánico.

6.2.1.2. Etapa Segunda: La segunda etapa será ya la construcción de punto de Información, la construcción de tienda de ventas de plantas – jardín y semillas ornamentales (proteger plantas nativas), y los senderos en sus diversas extensiones.

Este diseño y la construcción del mismo se basa en el objetivo específico # 2 en la cual se plasma el diseño del Jardín Botánico “Guayusa”.

a. Visión

El Jardín Botánico “Guayusa”, es un parque natural de Flora y Fauna comprometido con la naturaleza Amazónica, apoyándose en la innovación y la creatividad, para así dar a conocer y superar las expectativas de nuestros clientes en un buena conservación y vivencia con la naturaleza.

b. Misión

Ser reconocidos como el mejor Jardín botánico del país, con originalidad, solida, profesional, con calidad humana y principios éticos, que ofrece su naturaleza pura Amazónica de excelencia, capaz de desarrollar en cada uno de nuestros espacios naturales capacidad turística creativa a favor del cliente.

c. Figura N° 14: Logotipo



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Luz Isabel Ordóñez Guamán

6.2.2. Segmentos de Clientes

El Jardín Botánico “Guayusa”, se enfocará en la demanda de los habitantes del sector, turistas nacionales o extranjeros nacionales y extranjeros, etc.

Calculamos La demanda Real, Potencial y efectiva en base a los pobladores y visitantes de la Parroquia que será la demanda real y efectiva en un 100%, de lo cual con la pregunta si lo visitarían al Jardín botánico de acuerdo a la encuesta será del 85% que es.

Cuadro N° 30: Demanda Real	
SECTOR INVESTIGADO	Cantidad
Población de la parroquia Puerto Francisco de Orellana	45.163
Turistas nacionales	1.958
Turistas extranjeros	1.100
Total	48.221

Fuente: Trabajo de Campo

Elaborado por: Luz Isabel Ordóñez Guamán

6.2.2.1. Demanda Potencial

La demanda potencial del jardín botánico son las personas residentes en el Cantón Francisco de Orellana y turistas tanto nacionales como extranjeros que visitan el cantón.

Para determinar la demanda potencial se procedió en primer lugar a proyectar la población objeto de estudio para el año base que es el 2017, que según el INEC, la población de acuerdo al censo del 2010 es de 48.221 habitantes con una tasa de crecimiento del 4.0%.

Se utilizó la siguiente fórmula:

$$Pf = Db (1 + i)^n$$

De donde:

Pf = Población Futura

Db = Demanda base

I = Tasa de crecimiento

n = Número de períodos

$$Pf = Db (1 + i)^n$$

$$Pf = 48.221 (1 + 0.04)^6$$

$$Pf = 48.221 (1,27)$$

$$Pf = 61.015$$

Cuadro N° 31: Demanda Potencial	
Años	Demanda Potencial (4%)
0	61.015
1	63.456
2	64.357
3	65.271
4	66.197
5	67.137
6	68.091
7	69.058
8	70.038
9	71.033
10	72.041

Fuente: INEC 2010 Proyectado al 2017

Elaborado por: Luz Isabel Ordóñez Guamán

6.2.2.2. Demanda Real

Está constituida por la cantidad de bienes o servicios que se consumen o utilizan en el mercado. En el presente caso las personas que han visitado un jardín botánico es el 100% de los encuestados.

Cuadro N° 32: Demanda Real		
Años	Demanda Potencial (4%)	Demanda Real 100%
0	61.015	61.015
1	63.456	63.456
2	64.357	64.357
3	65.271	65.271
4	66.197	66.197
5	67.137	67.137
6	68.091	68.091
7	69.058	69.058
8	70.038	70.038
9	71.033	71.033
10	72.041	72.041

Fuente: INEC 2010 Proyectado al 2017

Elaborado por: Luz Isabel Ordóñez Guamán

6.2.2.3. Demanda Efectiva

La cantidad de bienes o servicios de la nueva unidad productiva, que son requeridos por el mercado, Está constituida por quienes tienen intención y capacidad de compra o van a utilizar el servicio, además forma parte de la demanda insatisfecha que puede ser atendida por la acción del proyecto

Cuadro N° 33: Demanda Efectiva					
Años	Demanda Potencial (4%)	Demanda Real 100%	Demanda Efectiva 85%	Veces que visita al año	Demanda Futura
0	61.015	61.015	51.863	2	103.726
1	63.456	63.456	57.110	2	114.220
2	64.357	64.357	57.921	2	115.842
3	65.271	65.271	58.743	2	117.487
4	66.197	66.197	59.578	2	119.155
5	67.137	67.137	60.424	2	120.847
6	68.091	68.091	61.282	2	122.563
7	69.058	69.058	62.152	2	124.304
8	70.038	70.038	63.034	2	126.069
9	71.033	71.033	63.930	2	127.859
10	72.041	72.041	64.837	2	129.675

Fuente: INEC 2010 Proyectado al 2017

Elaborado por: Luz Isabel Ordóñez Guamán

6.2.3. Oferta: Son los bienes, productos y servicios que se ofrecen al turista, los cuales conviertan su visita en una experiencia única.

En el lugar en donde se quiere implementar el Jardín Botánico no existe uno similar que ofrezca este tipo de servicios, por lo tanto, la oferta es ceo.

Que será su demanda de visitantes de 103.726 personas que lo visitarían.

6.2.4. Canales

El Jardín Botánico “Guayusa”, llegará a sus clientes potenciales de internet (páginas web, redes sociales, correos electrónicos), y medios masivos como son las vallas publicitarias y la radio entre otros.

El Jardín cuenta con la publicidad necesaria para cumplir y llegar a sus clientes potenciales lo cual significa a la vez la promoción y difusión del Jardín la misma que se representa en:

✚ Correo electrónico: jardinbotanicoquayusa@gmail.com

✚ Página Web: www.jardinbotanicoquayusa.com

✚ Celular: 593-098-253-7557

Página de Facebook: jardín botánico Guayusa

6.2.5. Relaciones con los Clientes

Las relaciones con los clientes del Jardín Botánico “Guayusa”, serán personales, automatizadas, a través de terceros, individuales, y colectivas. El éxito será hacer uso de todas las relaciones posibles con los clientes para que conozcan el servicio que brinda el jardín botánico.

A la vez se realizó dos construcciones propias al medio que es:

- ➔ La creación del Punto de Información del Jardín Botánico
- ➔ La Creación de una tienda de Plantas - Ornamentales del jardín botánico.

Lo cual se visualiza de la siguiente manera:

6.2.6. Recursos Clave

El jardín botánico “Guayusa”, contara con los siguientes recursos que son clave para lograr el éxito:

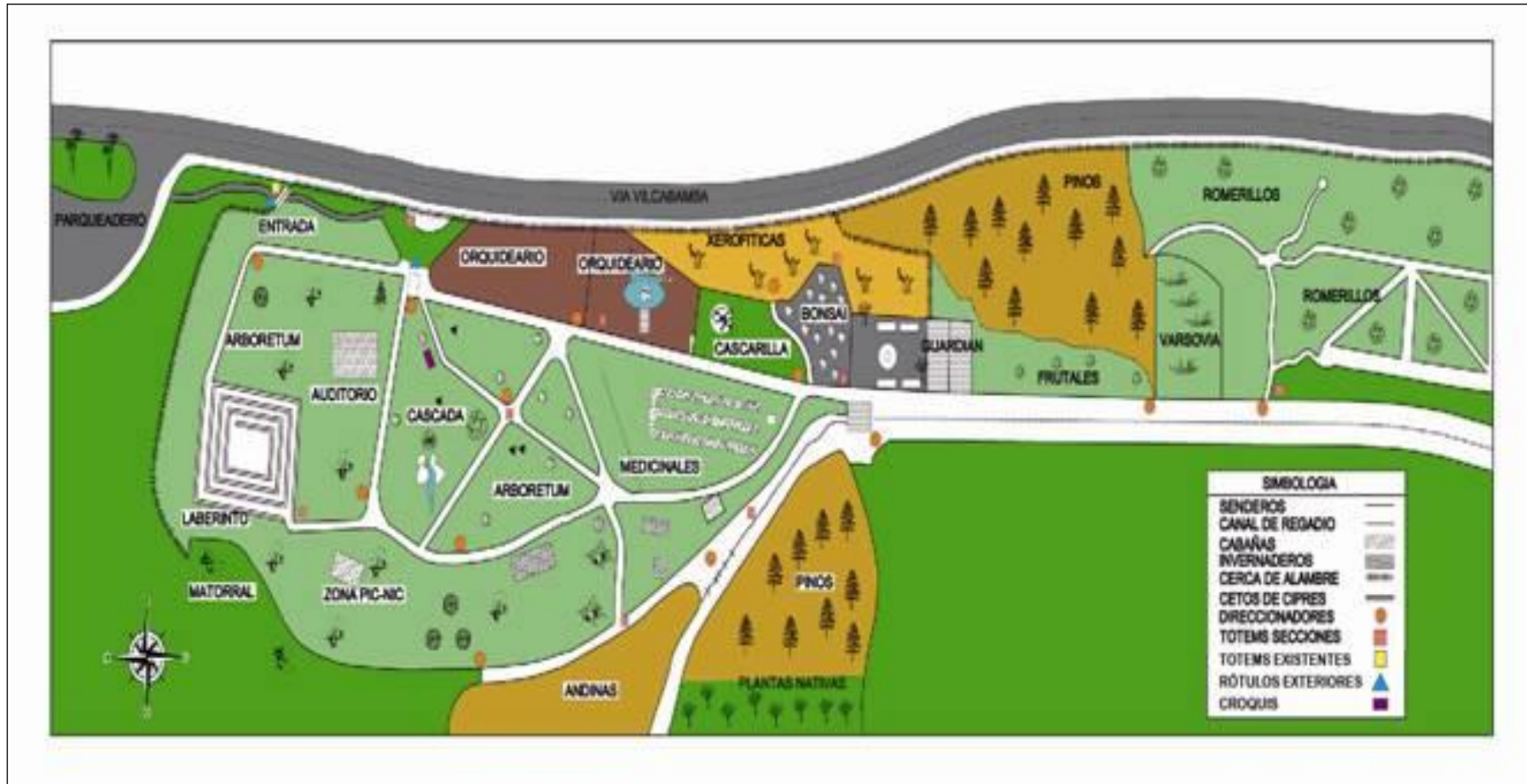
- **Económicos.** - dinero, suficiente para ocuparlo en gastos diarios o para cualquier emergencia que se presente.
- **Humanos.** - los trabajadores ellos son lo más importante para la empresa ya que ellos son la imagen de la misma porque son los que están en contacto directo con los clientes; entonces deben estar bien capacitados para brindar un servicio de calidad.

6.3. ESTUDIO TECNICO

6.3.1. Establecer el diseño del jardín botánico

Se estableció la ubicación del Jardín botánico y se determinó debido a la conveniencia del lugar tomando en cuenta el acceso, infraestructura y que no interfiera con los planes de crecimiento de la parroquia Puerto Francisco de Orellana. Según el estudio el sitio que mejor se adapta a estas condiciones es el área que se encuentra cerca a la bocana del río Coca, lo que permitirá dar un espacio para el establecimiento del jardín botánico. Además, dicha área está dentro de un espacio que brinda áreas de acceso disponibles y a su vez está cerca de lugares en donde los visitantes tienen las facilidades de servicios como el hotel Gran Coca, los visitantes pueden encontrar cafetería, hospedaje, piscinas, alimentación, espacios de recreación para el deporte y sala de reuniones.

Figura N° 15: Diseño del Jardín Botánico



Fuente: Trabajo de Campo
 Elaborado por: Luz Isabel Ordoñez Guamán

6.3.1.1. Diseño florístico

El diseño florístico está estructurado en criterios estéticos y funcionales, con el propósito de no malgastar los recursos disponibles. El diseño de jardín botánico está compuesto por bloques o grupos de plantas frutales que estas serán cultivadas, como la naranja, la mandarina, la lima limón, las diferentes clases de guabas, aguacate, limón real, mandarino, sutil, limón injerto este remplaza al sutil, caña dulce, papaya, achotillo, caimito, poma rosa, el cocos el borojó, la guayaba, el arazá, estas plantas son alimenticias y medicinales que estarían al alcance de los visitantes para el deleite de su paladar mientras realizan el recorrido por el jardín, que tienen características comunes o que brindan cierto aporte estético al lugar.

Las especies seleccionadas para el Jardín Botánico son exclusivas del sector, además de unas especies ornamentales y otras introducidas.

Las plantas identificadas son las siguientes:

- **El arazá (*eugenia stipitata*)**



Esta fruta se cultiva en mayores extensiones en la costa ecuatoriana, especialmente en el cantón La Concordia, aunque pequeñas plantaciones se formaron, con anterioridad (1982), en la Amazonía, principalmente en el Napo, Orellana, Sucumbíos y Pastaza. La producción se inicia al tercer año para estabilizarse el quinto, con

rendimientos que pueden alcanzar hasta las 14 toneladas por hectárea al año, dependiendo de la fertilización, abonamientos, cuidados fitosanitarios y manejo general. El período de producción puede alcanzar los 25 años. La recolección debe ser inmediata para no dejar madurar mucho la fruta.

Plantas ornamentales son:

Epifitas del Amazonas

La luz del sol que penetra hasta el suelo del bosque amazónico es tan baja, que pocas especies de plantas pueden vivir en el sotobosque. Esto ha dado lugar a la evolución de las plantas que pueden vivir encima de las ramas de los árboles: epífitas. Pueden crecer en los troncos, ramas, hojas, así como en la parte superior de otras epífitas. Así cada árbol es un ecosistema en sí mismo, con numerosas especies de plantas que crecen en él, como bromelias, orquídeas, aráceas, helechos, musgos y líquenes.

- **Bromelias del Amazonas**



Muchas bromelias acumulan agua en la base de sus hojas, que sirven como ambiente seguro para los anfibios. Bromelias Con más de 2.000 especies, las bromelias son muy prominentemente presentes en la amazonia ecuatoriana. A veces uno puede encontrarlas creciendo en el suelo, pero sobre todo como

Epífitas en las ramas de los árboles. Las hojas de las bromelias estas se desarrollan en forma de envolturas alrededor de los tallos de las plantas, creando pequeños espacios donde se acumula el agua de lluvia. Así a veces, una sola planta puede contener varios litros de agua. Cuando esos animales mueren, sus cuerpos se descomponen en minerales que sirven como fertilizantes para las plantas hospedantes. Como Bromelias vienen en varios colores como el morado, naranja, azul y rojo, cada vez más, se les venden como ornamentales. Naturalmente, usted conoce las Bromelias más conocida es la Piña, las heliconias y los platanillos son representantes del bosque húmedo tropical de la Amazonía por estas son especies de plantas nativas de la zona.

Huicundos, aguarango, achupalla, musgo gris y barba de viejo son los nombres comunes de algunas especies de bromelias, un tipo de plantas que crecen en el Ecuador y en el resto de América. Todas las bromelias son oriundas del continente americano, a excepción de una especie africana que crece en paredes verticales de roca, donde está a salvo de las fauces de algunas especies de mamíferos.

- **Orquídeas**



Ningún otro grupo de plantas con flores es tan grande como las orquídeas. Su número en la selva amazónica ya supera las 20.000 especies, la mayoría creciendo como epífitas en las ramas de los árboles.

Estas especies

Vienen en muchas formas y colores incluyendo verdes. Las

orquídeas se han convertido cada vez más en plantas para el sector hortícola ya que los clientes valoran la vida más larga de las flores, sus colores brillan y sus formas son hermosas.

Las plantas medicinales nativas más explotadas

Trece plantas medicinales con valor estratégico para el país demuestran la necesidad de protección legal efectiva para la conservación de las especies de consumo masivo.

Los vegetales son: zaragotona, floripondio, inchi, cascarilla o quina amarilla y roja, sangre de drago, nogal, Chuchuhuaso, canelo, uña de gato y bálsamo

Variedades y colores del floripondio

- **Guayusa, hojas de la amazonia ancestral**



Guayusa (*Ilex guayusa*) es un árbol pequeño que crece en la selva amazónica ecuatoriana lejanamente emparentado con la yerba mate. De sabor suave y aroma agradable, sus grandes hojas son ricas en cafeína y al mismo tiempo contienen L-teanina un aminoácido que transmite una sensación de agradable tranquilidad. La combinación de los dos crea un estímulo suave y

placentero.

Las hojas de guayusa han sido históricamente utilizadas por las tribus indígenas de la zona. Los quechuas la ofrecen como bebida de hospitalidad y bienvenida.

Entre los Shuar (jíbaros) la bebida de la guayusa es un hecho cotidiano y ritual al alba. Hervidas las hojas en una olla, beben mientras cuentan sueños e historias que refuerzan las costumbres y relaciones de comunidad. También se conoce como “vigilante nocturno”.

Uno de los problemas de esta es que en la extracción del látex se mata al árbol. Además, en el mercado informal el producto es adulterado con agua.

- **Sangre de drago**



La empresa estadounidense Shaman Farmaceutical y el Instituto Nacional Forestal y de Áreas Silvestres y Naturales (Inefan) actualmente discuten el que podría ser el primer contrato de acceso a recursos genéticos de una empresa particular con el Estado ecuatoriano. Las

comunidades indígenas involucradas también entrarían en la negociación. La Shaman extrajo por unos diez años la planta.

- **Ayahuasca:**



Es una palabra quechua que significa "liana o sogá de los espíritus". Se trata de un preparado hecho con plantas que crecen en el Amazonas: una es la ayahuasca - que es una liana- y otra es la chacruna -un arbusto de hojas verdes y alargadas-. Para llegar a la bebida final, la mezcla se cocina con agua durante varias horas.

Lo increíble es que hace cuatro mil años, y sin ningún conocimiento químico, las tribus amazónicas ya supieran que la combinación de estas plantas produce efectos que hoy son estudiados por antropólogos, psiquiatras y científicos de todo el mundo.

- **Uña de gato.**



Es una liana que crece en la Amazonía Ecuatoriana y en la Costa en forma silvestre. Es la más difundida a nivel internacional. Sus propiedades hacen levantar el sistema inmunológico y actúa como antiinflamatorio, se vende para tratar desde el dolor de cabeza y hasta el cáncer.

- **Chuchuhuaso**



Se utiliza como revitalizante, antirreumática y antiparasitaria, entre otros fines. Se la extrae en forma de un látex de un arbusto, cuyo árbol se puede destruir con la extracción.

Cascarilla. Contiene la química o compuesto. Es utilizada para curar el paludismo. Se la usa desde hace

tres siglos. Se sabe a qué crece, solo en las condiciones ambientales que existen en la región por lo que es muy difícil cultivarla en otros continentes. Por eso sigue saliendo del país y no hay información sobre su manejo ni la cantidad que se exporta.

Desde pues de cosecharla, la planta tarda mucho en regenerarse y volver a florecer.

- **Canela**



La canela es la zona interna de la corteza del canelo o *Cinnamomum verum*, árbol perteneciente a la familia de las Lauráceas, de 7 a 8 metros de altura que se cultiva en zonas tropicales.

Se caracteriza por poseer forma de ramas secas con tonos rojos, amarillentos o marrones, aroma agradable y sabor intenso entre dulce y

amargo.

La canela que presenta una mayor calidad es la que se encuentra en las ramas más jóvenes. Tras extraerla del árbol se deja secar en pequeños rollos (la canela en rama que encontramos en los mercados).

Árboles frutales como: el caimito, arazá, la cocona, la uva de monte, el achotillo, la caña dulce, la guaba, la naranja, mandarinas, la chirimoya, guanábana, toronja,

Las árboles frutales y medicinales van a ser otro componente de las especies representantes del bosque húmedo tropical, se incluirá información para los visitantes sobre sus diferentes usos. Otras plantas del grupo que estarán agrupadas son las representantes, del jardín botánico "Guayusa" todas las especies exóticas. Éstas servirán para dar una explicación a los visitantes del significado de las especies que no son originarias del bosque húmedo tropical. Otro grupo de plantas que forma parte de la estética son los lirios, las cuales se diferencia del resto de plantas por ser acuáticas y exóticas aportando color y armonía.

El sendero será cíclico rodeado por árboles que brindarán sombra y frescura a los visitantes del parque, y que a lo largo del recorrido el visitante encontrará lugares para poder descansar y admirar la belleza de este espacio natural. El recorrido por el jardín los visitantes podrán

apreciar todo el inventario botánico del jardín junto con un estudiante que será previamente capacitado para servir como guía. La interacción del guía con el visitante deberá ser una aventura, donde el visitante encuentre la información provista como algo fascinante, que no solo este concentrada en el mundo de las plantas, sino también en las relaciones de estas con los insectos y animales. Se trata que el recorrido del jardín sea un suceso, que sea un lugar lleno de sorpresas e incógnitas, que en cada segmento del jardín el visitante muestre interés y asombro por la naturaleza. Así, el visitante pueda asimilar los conocimientos y la importancia sobre la conservación y protección de los Recursos Naturales que se obtendrá en el jardín botánico.

6.3.2. Tamaño del jardín botánico

La medición del área como potencial para la implementación del jardín botánico fue levantado de datos con el sistema de posicionamiento global (GPS).

En el análisis se determinará el tamaño potencial del jardín que será de 10 ha, El establecimiento del jardín no incluye toda el área mencionada, para esto se concluirá hacerlo por etapas. La primera etapa cuenta con un área de 3.16 ha en la cual se comenzará con la siembra de las especies del bosque húmedo tropical que será parte del jardín. Cabe mencionar que la Etapa I se encontrará los árboles frutales, el cual agregará una extensión de 1.4 ha, brindado un mayor atractivo al visitante debido a que las plantas medicinales exóticas de la Amazonía es un espacio destinado para la conservación de ciertos tipos de especies representativas de este ecosistema, y compartirá los mismos objetivos de conservación y educación.

6.3.2.1. Capacidad de carga

Está determinada por el área total de senderos que tiene el jardín. El cálculo del área total del sendero; se realizó determinando el tamaño

lineal de senderos que es de 725.882 metros lineales, por un ancho de 1.80 metros, por lo tanto, el área total de senderos es de 1306.58 m².

Cuadro N° 34: Área total de senderos - Tamaño del sendero

Metros	Ancho de área m ²	Total
725.882 m	1.80 m	1306.58 m

Fuente: Trabajo de Campo

Elaborado por: Luz Isabel Ordóñez Guamán

Una persona requiere un metro cuadrado de sendero para circulación, por lo cual se puede determinar que cada metro cuadrado de sendero puede acoger a un visitante. Siguiendo la información anterior del área total del sendero, y considerando los aspectos técnicos que definen que por cada metro cuadrado se puede atender a un visitante, se estipuló que la capacidad de carga total del sitio es de 1306.58 visitantes.

Infraestructura según el estudio realizado en la determinación de la ubicación del jardín botánico se tomaron en cuenta factores como los que se presentan a continuación con el objetivo de adaptar el jardín con las facilidades con que ya se cuenta dentro del campus.

6.3.2.2. Accesibilidad

Según el diseño del jardín, éste se encuentra en un lugar accesible al público en general debido a los requerimientos mínimos que un visitante necesita para la visita. El acceso está localizado sobre la carretera, Ahí se pueden encontrar áreas de estacionamiento para una recreación La entrada al jardín estará ubicada por el primer sendero que entra a los árboles frutales, donde más adelante se unirán a varios senderos dentro del jardín que los lleva dentro del bosque húmedo. Así mismo, existen dentro del campus senderos que conducirán a las diferentes áreas de servicios de, comidas rápidas.

6.3.2.3. Centro de Información

Estará ubicado en la entrada de las instalaciones del jardín. Será un punto de información de las actividades del jardín. La información será brindada por estudiantes que se encuentren en un módulo creado para las

actividades del jardín. La información será divulgada por medio de trifolios que contendrán la información general del Jardín Botánico y de las características del bosque seco tropical y una breve descripción de las colecciones con que cuenta el jardín. El centro de información mantendrá el mismo estilo arquitectónico.

6.3.2.4. Infraestructura

Estará diseñado de acuerdo a los servicios que va a ofertar el Jardín botánico, en este caso: restaurante, baños y un orquideario.

6.4. Diseño del Jardín Botánico



Fuente: Diseños Arquitectónicos
Elaborado por: Luz Isabel Ordóñez Guamán

6.4.1. Capacidad Administrativa

Para que exista una buena administración y funcionamiento del Jardín, se debe contar con personal capacitado, para que las actividades de mantenimiento, guianza y administración sean distribuidas de la mejor manera. Las actividades son primordiales, pues de ellas depende brindar un servicio de calidad. El personal estará integrado del siguiente personal.

Cuadro N° 35: Personal Administrativo	
Cantidad	Descripción
1	Administrador
1	Guía
1	Conserje-Guardián
1	Chofer
1	Encargado de Mantenimiento

Fuente: Organigrama Estructural de la Empresa

Elaborado por: Luz Isabel Ordóñez Guamán

6.4.2. Capacidad Financiera

En cualquier tipo de proyecto empresarial es importante analizar las condiciones económico-financieras de que dispone para ello, esto significa determinar la capacidad para financiar la inversión, esto ya sea con capital propio o financiado por terceras personas (instituciones financieras).

Cuadro N° 36: Financiamiento		
DESCRIPCION	MONTO	PORCENTAJE
Aporte de los Socios	77.798,78	33%
Préstamo Corporación Financiera Nacional	160.000,00	67%
Total	237.798,78	100%

Fuente: Monto de la Inversión

Elaborado por: Luz Isabel Ordóñez Guamán

6.4.3. Localización

El primer punto a analizar será precisamente el que se refiere a la localización más adecuada para la instalación del Jardín Botánico. El estudio y análisis de la localización de los proyectos puede ser muy útil para determinar el éxito o fracaso de un negocio, ya que la decisión acerca de dónde ubicar el proyecto no solo considera criterios económicos, sino también criterios estratégicos, institucionales, técnicos, sociales, entre otros. Por lo tanto, el objetivo más importante, independientemente de la ubicación misma, es el de elegir aquel que conduzca a la maximización de la rentabilidad del proyecto entre las alternativas que se consideren factibles

6.5. LOCALIZACIÓN DEL JARDÍN BOTÁNICO.

6.5.1. Macro localización

La macro localización de los proyectos se refiere a la ubicación de la macro zona dentro de la cual se establecerá un determinado proyecto.

Factores determinantes de la Macro localización

- Localización del mercado de consumo;
- Fuentes de materias primas;
- Disponibilidad de mano de obra;
- Facilidades de transporte;
- Fuentes de suministro de agua;
- Disponibilidad de energía eléctrica y combustible;
- Disposiciones legales, fiscales o de política económica;
- Servicios públicos diversos;
- Condiciones climáticas.

El Jardín Botánico “Guayusa”, se ubicará a 1 kilómetro de la vía principal, en el sector Unión Imbabureña de la Parroquia Puerto Francisco de Orellana del Cantón Francisco de Orellana, provincia de Orellana.

Mapa N° 5: Mapa de la Provincia de Orellana



Fuente: Google Map

Elaborado por: Luz Isabel Ordóñez Guamán

6.5.2. Micro localización

Conjuga los aspectos relativos a los asentamientos humanos, identificación de actividades productivas, y determinación de centros de desarrollo, selección y

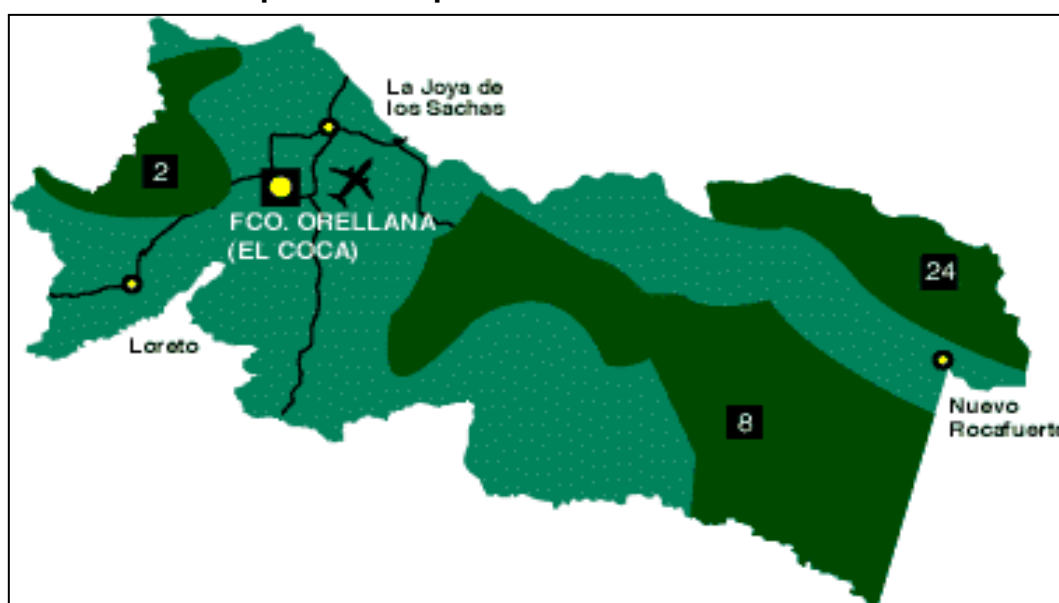
6.5.2.1. Factores determinantes de la Micro localización

En la micro localización influyen los siguientes factores: re-limitación precisa de las áreas, también denominado sitio, en que se localiza y operara el proyecto dentro de una macro zona.

- a) Tipo de edificio;
- b) Área requerida;
- c) Necesidades de líneas férreas, carreteras y otros medios;
- d) Consumo de agua, luz y energía;
- e) Volúmenes y residuos de agua;
- f) Otros contaminantes;
- g) Instalación y cimentación para equipo y maquinaria;
- h) Flujo y transporte de materias primas dentro de la planta.

El Jardín Botánico “Guayusa”, se ubicará a 1 kilómetro de la vía principal, en el sector Unión Imbabureña de la Parroquia Puerto Francisco de Orellana del Cantón Francisco de Orellana, provincia de Orellana.

Mapa N° 6: Mapa de Francisco de Orellana



Fuente: Plan de Desarrollo de Francisco de Orellana
Elaborado por: Luz Isabel Ordóñez Guamán

6.6. ESTUDIO LEGAL

6.6.1. Tipo de empresa

La empresa tiene como objeto el servicio turístico bajo la modalidad de jardín botánico y se constituye bajo la denominación legal de Compañía de Responsabilidad Limitada.

La pyme se legalizará bajo normas y regulaciones de las leyes del Ecuador

6.6.1.1. Requisitos para apertura del RUC (Registro Único del Contribuyente)

- ✓ Formulario RUC 01 A y RUC 01 B, suscritos por el representante legal.
- ✓ Original y copia de una planilla de un servicio certificada de la escritura pública de constitución.
- ✓ Original o copia certificada del nombramiento del representante legal, inscrito en el Registro Mercantil.
- ✓ Original y copia de la hoja de datos generales emitido por la Superintendencia de Compañías.
- ✓ Original y copia de cédula de identidad, certificado de votación del representante legal.
 - Original o copia de las cartas de servicios básicos de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción.
 - Original y copia del comprobante de pago del impuesto predial, puede corresponder al del año actual, o del inmediatamente anterior.
 - Original y copia del contrato de arrendamiento vigente a la fecha de inscripción

6.6.1.2. Requisitos para apertura del número patronal en el IESS.

La empresa también deberá afiliar a todos sus empleados al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social. Para lo cual se debe cumplir con algunos procedimientos para la obtención de los documentos:

- ✓ Contrato de trabajo inscrito ante el inspector de trabajo estando de acuerdo con todas las cláusulas escritas a favor de ambas partes el empleador y empleado.
- ✓ Cédula de identidad del representante legal de la compañía.
- ✓ RUC
- ✓ Posterior a todos estos pasos se procederá a la inscripción de cada uno de los empleados.
- ✓ Certificado bancario.

6.6.1.3. Requisitos para afiliación a la cámara de turismo

- ✓ Copia de la cedula de identidad del representante legal de la empresa.
- ✓ Copia del certificado de votación.
- ✓ RUC
- ✓ Patente municipal.
- ✓ Registro dl ministerio de turismo.
- ✓ Dos fotos tamaño carnet.

6.6.1.4. Requisitos para licencia anual de funcionamiento

- Solicitud de registro en el catastro turístico dirigida al señor alcalde.
- Certificado de registro conferido por el ministerio de turismo.
- Patente municipal actualizada.
- Certificado actualizado de afiliación a la Cámara de Turismo Provincial.
- Copia certificada del RUC.
- Lista de precios del establecimiento turístico.
- ✓ Fotocopia del título de propiedad o contrato de arrendamiento

6.6.1.5. Beneficios Legales

El código de la producción incentiva tributariamente a las nuevas empresas que se radiquen en el país con:

- La reducción progresiva de tres puntos porcentuales en el impuesto a la renta año 2014 es 22%.
- Los que se establecen para las zonas económicas de desarrollo

especial.

- La deducción para el cálculo del impuesto a la renta de la compensación adicional para el pago del salario digno por cada nuevo empleado.
- La exoneración del impuesto a la salida 5% de divisas para las operaciones de financiamiento externo;
- La exoneración del anticipo al impuesto a la renta por cinco años para toda inversión nueva.
- Para los sectores que contribuyan al cambio a la matriz energética, a la sustitución estratégica de importaciones, la exoneración total del impuesto a la renta por cinco años a las inversiones nuevas que se desarrollen en estos sectores.
- Para zonas deprimidas: se priorizará la nueva inversión otorgándole un beneficio.
- Fiscal mediante la deducción adicional del 100% del costo de contratación de nuevos trabajadores, por cinco años. Todo esto según el título III, capítulo I, Art. 24 del reglamento al Código de la Producción.
- Que las microempresa y pequeñas pueden ingresar al sistema nacional de contratación pública (Sercop). Según el capítulo III, título II, Art 55 del reglamento al Código de la Producción.
- Según el Capítulo II, Art. 62 del Reglamento del Código de la producción el estado apoyará al acceso de las pymes al financiamiento de la banca pública privada y estatal.
- Según el Art. 24 del Reglamento del Código de la producción el beneficio ambiental se da en un incentivo tributario como deducciones adicionales para el cálculo del impuesto a la renta, como mecanismos para incentivar la mejora de productividad, innovación y la producción eco-eficiente.

6.6.1.6. Obligaciones Legales.

Según el Código Tributario las empresas tienen la obligación de:

- Presentar la declaración del impuesto a la Renta.
- Presentar la declaración del impuesto al IVA, mensualmente.
- Presentar los anexos transaccionales mensuales (ATS).
- Anexos redep (relación dependencia) una vez al año en el mes febrero.

Según el Código Laboral las empresas tienen la obligación de:

- Afiliar a los trabajadores desde el primer día de trabajo al IESS.

Según la Constitución y el Código de la Producción es obligación de la empresa preservar el medio ambiente, así como promover el crecimiento sustentable de la economía, esto según Art. 3 de la Constitución del Ecuador.

6.6.1.7. Organigramas

Se define como la agrupación de la organización mediante la representación gráfica de la estructura, las interrelaciones, obligaciones y autoridad para visualizar la agrupación detallada dentro de ella.

(GAVILANES, 2012)

6.6.1.8. Niveles Jerárquicos

Son la dependencia y relación que tienen las personas dentro de la empresa.

➤ Nivel directivo

Las funciones principales son; legislar políticas, crear normas y procedimientos que debe seguir la organización. Así como también realizar reglamentos, decretar resoluciones que permitan el mejor desenvolvimiento administrativo y operacional de la empresa. Este organismo constituye el primer nivel jerárquico de la empresa, formado por la Junta General de socios u accionistas.

➤ **Nivel ejecutivo**

Es el segundo al mando de la organización, es el responsable del manejo de la organización, su función consistente en hacer cumplir las políticas, normas, reglamentos, leyes y procedimientos que disponga el nivel directivo. Así como también planificar, dirigir, organizar, orientar y controlar las tareas administrativas de la empresa.

Este nivel, se encarga de manejar Planes, Programas, Métodos y otras técnicas administrativas de alto nivel, en coordinación con el nivel operativo y auxiliares, para su ejecución. Velara el cumplimiento de las leyes y reglamento obligatorios y necesarios para el funcionamiento de la organización.

El nivel ejecutivo o directivo es unipersonal, cuando exista un Director o Gerente.

➤ **Nivel asesor**

No tiene autoridad en mando, únicamente aconseja, informa, prepara proyectos en materia jurídica, financiera, contable, industrial y demás áreas que tenga que ver con la empresa.

➤ **Nivel auxiliar o de apoyo**

Apoya a los otros niveles administrativos, en la prestación de servicios, en forma oportuna y eficiente. Apoya a los otros niveles administrativos, en la empresa.

➤ **Nivel operativo**

Constituye el nivel más importante de la empresa y es el responsable directo de la ejecución de las actividades básicas de la empresa, siendo el pilar de la producción y comercialización.

Tiene el segundo grado de autoridad y es responsable del cumplimiento de las actividades encomendadas a la unidad, bajo su mando puede delegar autoridad, más no responsabilidad.

➤ **Coordinaciones**

Tiene autoridad solo hacia sus dependientes y asesora, puede delegar autoridad, más no responsabilidad. Consiste en integrar las actividades de departamentos independientes para perseguir las metas de la organización con eficacia. El grado de coordinación dependerá de la naturaleza de las tareas realizadas y del grado de interdependencia que existe entre las personas de las diversas unidades

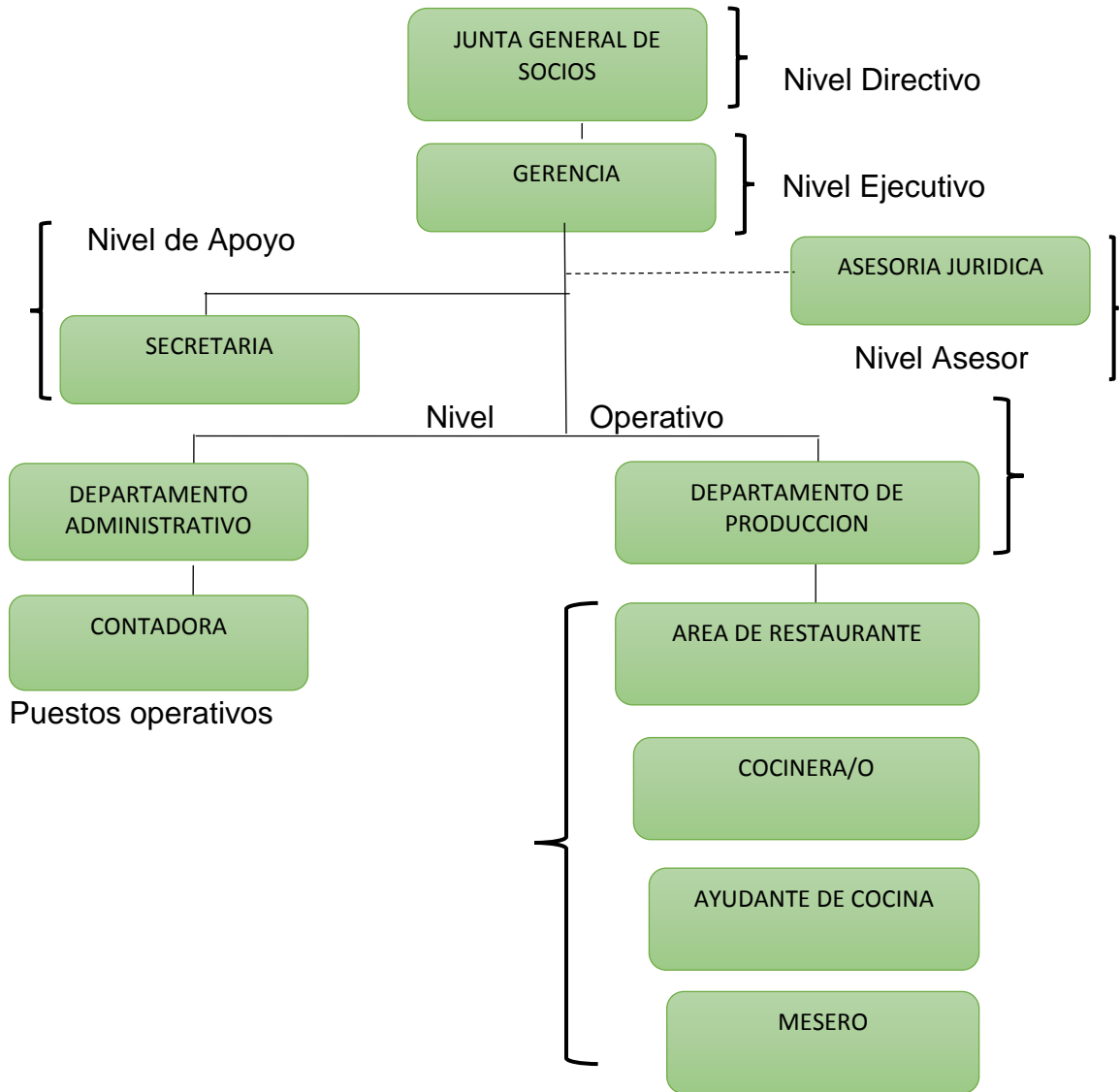
Cuando el intercambio de información es menos importante, el trabajo se puede efectuar con mayor eficiencia, con menos interacción entre departamentos o secciones.

Un grado importante de coordinación con toda probabilidad beneficiará un trabajo que no es rutinario ni pronosticable,

➤ **Puestos operativos**

Es la parte fundamental en la producción o realización de tareas primarias y/o. No tiene autoridad ni delega responsabilidad.

**6.6.2. ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DEL JARDIN BOTÁNICO
"GUAYUSA". CIA.LTDA**



Elaborado por: Luz Isabel Ordóñez Guamán

6.6.3. MANUAL DE FUNCIONES

Es un libro de intrusiones para el personal de una organización que describe vinculación, responsabilidad y actividades a desarrollar en un puesto o área específica para cada integrante de la organización.

JARDÍN BOTÁNICO “GUAYUSA”	
DESCRIPTIVO DE CARGO	
Nombre del puesto	Administrador
Áreas de responsabilidad	Administrador
Tiempo de trabajo	Ocho horas diarias
Naturaleza del trabajo: Control y coordinación de actividades del jardín botánico. Representación legal y extrajudicial de la Pyme.	
Funciones: <ul style="list-style-type: none">* Administrar y representar legalmente a la empresa.* Administrar la empresa.* Presentar a nombre de la empresa, ofertas en ferias de turismo.* Contratar empleados.* Contratar los prestadores de servicios y ocuparse de los pagos* Supervisar el trabajo de los funcionarios y empleados.* Motivación al personal que tiene a su cargo.* Planificación del trabajo.* Evaluar los comentarios y sugerencias de los visitantes.	
Características del puesto de trabajo: <ul style="list-style-type: none">* Responsabilidad.* Conducción con responsabilidad de cada uno de los departamentos de la empresa.* Responsabilidad en las decisiones administrativas y económicas.	
Dependencia: Jerárquicamente depende dueño del jardín botánico.	
Requisitos: <ul style="list-style-type: none">* Ingeniero en ecoturismo o carreras afines al turismo.* Conocimiento de manejo de empresas turísticas.* Conocimiento del idioma inglés.	

JARDÍN BOTÁNICO “GUAYUSA”	
DESCRIPTIVO DE CARGO	
Nombre del puesto	Secretaria
Áreas de responsabilidad	Secretaria
Tiempo de trabajo	Ocho horas diarias
Naturaleza del trabajo: Manejo de archivos y documentos, así como también hacer las veces de recepcionista.	
Funciones: <ul style="list-style-type: none"> * Realizar la redacción de los documentos y oficios de la empresa. * Receptar las comunicaciones internas como externas. * Coordinar actividades de la compañía que le sean asignadas. * Recibir y atender a los clientes. * Hacer reservas y vender el producto turístico. * Llevar un registro de turistas que visitan la empresa. * Atención y soluciones a problemas y quejas presentadas por los turistas. 	
Características del puesto de trabajo: <ul style="list-style-type: none"> *Responsabilidad en el cuidado de documentos. * Excelente capacidad para la reservación y venta de paquetes. * Excelente atención a clientes. 	
Requisitos: <ul style="list-style-type: none"> * Cursando estudios superiores en administración turística * Conocimiento idioma inglés * Experiencia mínima 2 años * Buenas relaciones humanas. 	
Dependencia: Jerárquicamente depende del gerente general	

JARDÍN BOTÁNICO “GUAYUSA”	
DESCRIPTIVO DE CARGO	
Nombre del puesto	Cocinero/a
Áreas de responsabilidad	Restaurante
Tiempo de trabajo	Ocho horas diarias
Naturaleza del trabajo: Preparación del menú para los visitantes al centro recreacional.	
Funciones: <ul style="list-style-type: none"> * Preparación de los platos típicos *Elaborar cartas y menús para el restaurante. * Compra de materia prima para la elaboración de los platos * Vigilar la limpieza, orden, actitudes y aptitudes personales. * Controlar los pedidos que realiza el cliente. * Seguir las normas de salubridad para la manipulación y preparación de alimentos. * Realizar el inventario de materiales, equipos, utensilios, que se utilizan en la cocina. 	
Características del puesto de trabajo: <ul style="list-style-type: none"> * Dirige la cocina y del buen funcionamiento del servicio de restaurante. * Confección de menú * Cuida que los platos que se sirvan 	
Requisitos: <ul style="list-style-type: none"> *Licenciado en gastronomía. * Conocimiento idioma Inglés * Buenas relaciones humanas. 	
Dependencia: Jerárquicamente depende del Administrador.	

JARDÍN BOTÁNICO “GUAYUSA” DESCRIPTIVO DE CARGO	
Nombre del puesto	Mesero
Áreas de responsabilidad	Restaurante
Tiempo de trabajo	Ocho horas diarias
Naturaleza del trabajo: Estar pendiente de los turistas que vienen consumir el servicio de restauración.	
Funciones: <ul style="list-style-type: none"> * Dar la bienvenida y recibir a los turistas. * Responsable del correcto montaje de las mesas. * Entregar la carta al cliente para que pueda informarse del menú que se ofrecen. * Tomar el pedido de los clientes para proceder a la elaboración. * Estar pendiente de que el plato que se sirve al cliente este de acuerdo al pedido. * Entregar al cliente la orden ya preparada. * Estar pendiente de requerimientos adicionales que el cliente requiera. * Recoger los platos luego que el cliente se haya servido. * Reportar al chef los comentarios de los clientes acerca del servicio y calidad de los alimentos y bebidas. 	
Características del puesto de trabajo: <ul style="list-style-type: none"> * Responsabilidad en su trabajo. * Trabajo en equipo. * Compañerismo. 	
Requisitos: <ul style="list-style-type: none"> * Un año de experiencia * Buena presencia. * Buenas relaciones humanas. * Conocimiento idioma inglés. 	
Dependencia: Jerárquicamente depende del Cocinero	

JARDÍN BOTÁNICO “GUAYUSA” DESCRIPTIVO DE CARGO	
Nombre del puesto	Jardinero (Mantenimiento)
Áreas de responsabilidad	Área Recreación
Tiempo de trabajo	Ocho horas diarias
Naturaleza del trabajo: Tener en buenas condiciones las áreas verdes y de recreación del jardín botánico.	
Funciones: <ul style="list-style-type: none"> * Cuidar los jardines. * Llevar un registro de poda de los jardines. * Mantener en buen estado la piscina y juegos infantiles 	
Características del puesto de trabajo: <ul style="list-style-type: none"> * Responsabilidad en su trabajo. * Trabajo en equipo. * Compañerismo. 	
Requisitos: <ul style="list-style-type: none"> * Instrucción: bachiller * Experiencia en el trabajo * Buenas relaciones humanas. 	
Dependencia: Jerárquicamente depende del Gerente	

JARDÍN BOTÁNICO “GUAYUSA” DESCRIPTIVO DE CARGO	
Nombre del puesto	Guardia
Áreas de responsabilidad	Área Recreación
Tiempo de trabajo	Ocho horas diarias
Naturaleza del trabajo: Realizar actividades de vigilancia, inspección, prevención y detección de anomalías al interior del jardín botánico.	
Funciones: <ul style="list-style-type: none"> * Atender y recibir a los clientes * Controla el cumplimiento de normas y disposiciones reglamentarias en el lugar * Efectúa rondas en el complejo turístico para prevenir y detectar robos, incendios mal uso de equipos o instalaciones en general. * Verifica el uso de iluminación con relación a las necesidades de control. * Registra novedades en el tiempo cumplido, e informa de anomalía 	
Características del puesto de trabajo: <ul style="list-style-type: none"> * Responsabilidad en su trabajo. * Trabajo en equipo. * Compañerismo. 	
Requisitos: <ul style="list-style-type: none"> * Instrucción: bachiller * Experiencia en el trabajo * Buenas relaciones humanas. 	
Dependencia: Jerárquicamente depende del Gerente	

6.7. ANALISIS ECONOMICO-FINANCIERO

6.7.1. INVERSION

La implementación del proyecto implica el uso de una serie de recursos, los cuales deben ser identificados en forma minuciosa, porque de ello depende que al momento de implementar el proyecto no surjan problemas, que al final podrían atentar contra la implementación del proyecto. Por tal motivo es importante que aquellos que promuevan una inversión conozcan profundamente lo que pretenden realizar o en todo caso profundicen sobre el tema si es que no hay un conocimiento total.

La inversión son los recursos necesarios para realizar el proyecto; por lo tanto, cuando hablamos de la inversión en un proyecto, estamos refiriéndonos a la cuantificación monetaria de todos los recursos que van a permitir la realización del proyecto.

En el proceso de determinar la inversión podemos clasificarla en:

Inversión Fija: Son aquellos recursos tangibles (terreno, muebles y enseres, maquinarias y equipos, etc.) y no tangibles (gastos de estudios, patente, gastos de constitución, etc.), necesarios para la realización del Proyecto

Terrenos: Es aquella erogación que se realiza por la compra del terreno para la implementación del Jardín Botánico, en el cantón Francisco de Orellana, que de acuerdo al GADM de la Provincia de Orellana, el costo del terreno por hectárea es de \$ 5.000.

Cuadro N° 37: Terreno				
Cantidad	Unidad de Medida	Descripción	Precio Unitario	Valor Total
10	Hectáreas	Terreno	5.000,00	50.000
TOTAL			5.000,00	50.000

Fuente: GAD Municipal de Francisco de Orellana

Elaborado por: Luz Isabel Ordóñez Guamán

Construcciones: Erogaciones que se realizan por metro cuadrado de construcción para los diferentes ambientes del Jardín Botánico, como es el área restaurant, administrativa, orquideario, semilleros, juegos infantiles, casetas de descanso, entre otros. El costo total asciende a \$.144.898.00.

Cuadro N° 38: Construcciones				
Cant.	Unidad de Medida	Descripción	Precio Unitario	Valor Total
50,00	M ²		120,00	6.000,00
184,37	M ²	Restaurante	250,00	46.092,00
105,60	M ²	Área Administrativa	250,00	26.400,00
18,75	M ²	Área de recolección de desechos	80,00	1.500,00
	M ² .	Fosa séptica		8.000,00
450,00	M ²	Caminarías y áreas de conexión	50	22.500,00
58,12	M ²	Orquideario	50	2.906,00
50,00	M ²	Semilleros	50	2.500,00
160,00	M ²	Juegos infantiles	150	24.000,00
33,33	M ²	Casetas de descanso	150	5.000,00
		TOTAL		144.898,00

Fuente: Cámara de la Construcción de Orellana

Elaborado por: Luz Isabel Ordóñez Guamán

Vehículo: Es la erogación que se realiza por la adquisición de un vehículo para actividades operativas del centro turístico. El costo total asciende a \$.22.000.

Cuadro N° 39: Vehículo				
Cant.	Unidad de Medida	Descripción	Precio Unitario	Valor Total
1	Unidad	Camioneta doble Cabina, Chevrolet, año 2017	22.000,00	22.000,00
		TOTAL		22.000,00

Fuente: Concesionaria Chevrolet

Elaborado por: Luz Isabel Ordóñez Guamán

Maquinaria y equipo para Restaurante: Son aquellos gastos que se realizan por la compra de maquinarias y equipos para el funcionamiento del restaurante. El costo total asciende a \$.1720.00

Cuadro N° 40: Maquinaria y Equipos Restaurant				
Cant.	Unidad de Medida	Descripción	Precio Unitario	Valor Total
1	Unidad	Cocina Industrial	420,00	420,00
1	Unidad	Licuada Oster	95,00	95,00
1	Unidad	Microondas industrial	150,00	150,00
1	Unidad	Congelador Horizontal	750,00	750,00
1	Unidad	Ollas industriales de 60 cm. Unco	120,00	120,00
1	Unidad	Pailas industriales grandes de aluminio	110,00	110,00
1	Unidad	Tostadora Continental	75,00	75,00
		TOTAL		1.720,00

Fuente: Mercado Libre Ecuador

Elaborado por: Luz Isabel Ordóñez Guamán

Muebles y Enseres para Restaurant: Son erogaciones que se realizan por la compra de muebles para adecuar el funcionamiento del Restaurante. El monto total asciende a \$ 3.015.00

Cuadro N° 41: Muebles y enseres Restaurant				
Can t.	Unidad de Medida	Descripción	Precio Unitario	Valor Total
8	unidad	Mesas de madera para cuatro, seis y ocho personas	90,00	720,00
40	unidad	Sillas de madera	48,00	1.920,00
1	unidad	Counter	280,00	280,00
1	unidad	Sillón giratorio	95,00	95,00
		TOTAL		3.015,00

Fuente: La Casa del Mueble

Elaborado por: Luz Isabel Ordóñez Guamán

Equipos para restaurante: Son aquellos gastos que se tienen que realizar para comprar equipos que permiten viabilizar la operatividad del Restaurante. El monto total asciende a \$ 332.00.

Cuadro N° 42: Equipos para el restaurant				
Cant.	Unidad de Medida	Descripción	Precio Unitario	Valor Total
1	unidad	Caja registradora	52,00	52,00
1	unidad	Teléfono	15,00	15,00
5	unidad	Ventiladores de pared	28,00	140,00
2	unidad	Ventiladores de techo	55,00	110,00
1	Unidad	Reloj de pared	15,00	15,00
		TOTAL		332,00

Fuente: Marcimex

Elaborado por: Luz Isabel Ordóñez Guamán

Equipos de Seguridad: Son aquellos gastos que se generan por concepto de equipos destinados a ser utilizados para la seguridad del centro turístico. El monto total asciende a \$ 355.00

Cuadro N° 43: Equipos de seguridad				
Cant.	Unidad de Medida	Descripción	Precio Unitario	Valor Total
5	Unidad	Extintores DE 10 LBS	22,00	110,00
1	Unidad	Alarmas de seguridad	120,00	120,00
1	Unidad	Alarmas de seguridad clientes en los juegos.	125,00	125,00
		TOTAL		355,00

Fuente: Mercado Libre Ecuador

Elaborado por: Luz Isabel Ordóñez Guamán

Muebles y Enseres de oficina: Son aquellos gastos que se generan por la adquisición de muebles para la oficina y poder operativizar las actividades administrativas. El costo total asciende a \$ 1160.00

Cuadro N° 44: Muebles y Enseres de Oficina				
Cantidad	Unidad de Medida	Descripción	Precio Unitario	Valor Total
1	unidad	Escritorios estilo gerente	185,00	185,00
1	unidad	Sillones giratorios	120,00	120,00
1	Unidad	Archivadores de 5 gavetas	135,00	135,00
1	Juego	Sala de oficina	450,00	450,00
6	Unidad	Sillas de oficina	45,00	270,00
		TOTAL		1.160,00

Fuente: La Casa del Mueble

Elaborado por: Luz Isabel Ordóñez Guamán

Equipos de computación: Son aquellos gastos que se ocasionan por la adquisición de equipos tecnológicos para viabilizar las operaciones financieras y contables de la empresa. El costo total asciende a \$ 740.00

Cuadro N° 45: Equipo de computación				
Cant.	Unidad de Medida	Descripción	Precio Unitario	Valor Total
1	unidad	Computadores de escritorio	650,00	650,00
1	unidad	Impresora	90,00	90,00
		TOTAL		740,00

Fuente: La Ganga

Elaborado por: Luz Isabel Ordóñez Guamán

Equipos de oficina. Son aquellas erogaciones que se ocasionan por la compra de equipos que faciliten el buen funcionamiento del centro turístico. El costo asciende a \$ 190,00

Cuadro N° 46: Equipo de oficina				
Cantidad	Unidad de Medida	Descripción	Precio Unitario	Valor Total
1	unidad	Sumadora	95,00	95,00
1	unidad	Ventilador pedestal	80,00	80,00
1	unidad	Teléfono	15,00	15,00
		TOTAL		190,00

Fuente: La Ganga

Elaborado por: Luz Isabel Ordóñez Guamán

Herramientas de Trabajo: Son desembolsos que se realizan por la adquisición de herramientas para mantener en óptimas condiciones el Jardín Botánico: El monto total asciende a \$ 6.770.00

Cuadro N° 47: Herramientas de Trabajo				
Cant.	Unidad de Medida	Descripción	Precio Unitario	Valor Total
10	unidad	Lampas	15,00	150,00
10	unidad	Lampones	15,00	150,00
10	unidad	Machetes	20,00	200,00
1	unidad	Podadoras de pasto	5.550,00	5.550,00
5	unidad	Tijeras	98,00	490,00
2	unidad	Bombas para insecticidas	115,00	230,00
		TOTAL		6.770,00

Fuente: Mercado Libre Ecuador

Elaborado por: Luz Isabel Ordóñez Guamán

Cuadro N° 48: Resumen Activos Fijos	
DESCRIPCION	VALOR TOTAL
Terrenos	50.000,00
Construcciones	144.898,00
Vehículos	22.000,00
Maquinaria restaurant	1.720,00
Muebles y Enseres Restaurant	3.015,00
Equipo: Restaurant	332,00
Equipos de Seguridad	355,00
Muebles y Enseres de Oficina	1.160,00
Equipo de computación	740,00
Equipo de oficina	190,00
Herramientas	6.770,00
TOTAL ACTIVOS FIJOS	231.180,00

Fuente: Presupuestos

Elaborado por: Luz Isabel Ordóñez Guamán

6.8. ACTIVOS DIFERIDOS

Los activos diferidos, a pesar de estar clasificados como un activo, no son otra cosa que unos gastos ya pagados, pero aún no utilizados, cuyo objetivo es no afectar la información financiera de la empresa en los periodos en los que aún no se han utilizado esos gastos.

Por diferentes circunstancias, la empresa decide comprar o pagar algunos gastos que no utilizará de forma inmediata, sino que los irá utilizando, consumiendo con el transcurso del tiempo, y mientras esto sucede, permanecen en calidad de activos.

En conclusión, son todos aquellos activos pagados por anticipado y que tienen que ser amortizados, que de acuerdo a la ley se amortizan para cinco años.

Capital de Trabajo: Son aquellos recursos que permiten que la empresa pueda iniciar sus actividades, entre los que tenemos mano de obra directa e indirecta, insumos, menaje entre otros, etc.

Mano de Obra: Son aquellos salarios que tienen que ser cancelados de acuerdo a lo que establece la Ley, y que se les cancelará los trabajadores que prestarán sus servicios en el área de recreación. El monto total anual asciende a \$ 17.900.36

Cuadro N° 49: Mano de Obra							
Cant.	Personal	Sueldo Unificado	Décimo III Sueldo	Décimo IV Sueldo	Aporte Patronal 12.15%	TOTAL A PAGAR MENSUAL	TOTAL A PAGAR ANUAL
2	Encargados de mantenimiento	386,00	32,17	32,17	46,90	497,23	11933,576
1	Guía	386,00	32,17	32,17	46,90	497,23	5966,788
	TOTAL					994,46	17.900,36

Fuente: Ministerio de Trabajo

Elaborado por: Luz Isabel Ordóñez Guamán

Mano de obra para Restaurante: Salarios que tienen que ser cancelados por el servicio que presta el personal en el restaurant y que debe estar en función de lo que establece la Ley. El monto total asciende a \$ 18.102.78

Cuadro N° 50: Mano de Obra Restaurante							
Cant	Personal	Sueldo Unificado	Décimo III Sueldo	Décimo IV Sueldo	Aporte Patronal 12.15%	TOTAL A PAGAR MENSUAL	TOTAL A PAGAR ANUAL
1	Cocinero/a	400,00	33,33	32,17	48,60	514,10	6.169,20
1	Ayudante de Cocina	386,00	32,17	32,17	46,90	497,23	5.966,79
1	Meseros	386,00	32,17	32,17	46,90	497,23	5.966,79
	TOTAL					1.508,56	18.102,78

Fuente: Ministerio de Trabajo

Elaborado por: Luz Isabel Ordóñez Guamán

Menaje de Cocina: Son aquellos desembolsos que se realizan para la adquisición de todo lo que corresponde a menaje para la utilización de quehaceres de la cocina y adecuar los espacios necesarios para el restaurante. El monto total asciende a \$. 628.93.

Cuadro N° 51: Menaje de cocina				
Cant	Unidad de Medida	Descripción	Precio Unitario	Valor Total
4	docenas	Vajilla para Restaurant	58,00	232,00
2	Juegos	Cubiertos (cucharas, tenedores, cuchillos) 42 piezas	37,99	75,98
5	docenas	vasos para jugo	5,85	29,25
1	docena	ensaladeras	2,00	2,00
2	Juegos	Pirex	27,00	54,00
2	Juegos	Cuchillos para cocina	21,00	42,00
2	Juegos	Cucharetas para cocina	8,35	16,70
24	unidades	manteles	6,00	144,00
10	Unidades	Floreros	1,25	12,50
10	Unidad	Azucareras	1,45	14,50
10	unidades	Saleros	0,30	3,00
10	unidades	Servilleteros	0,30	3,00
		TOTAL ANUAL		628,93
		TOTAL MENSUAL		52,41

Fuente: Mercado Libre Ecuador

Elaborado por: Luz Isabel Ordóñez Guamán

Energía Eléctrica: Es el costo que se cancela por el pago de energía eléctrica de 110 Watios, para las diferentes dependencias del centro turístico. El monto total asciende a \$ 216.00

Cuadro N° 52: Energía Eléctrica				
Cant.	Unidad de Medida	Descripción	Precio Unitario	Valor Mensual
1800	watio	Energía Eléctrica para restaurant	0,01	18,00
		TOTAL MENSUAL		18,00
		TOTAL ANUAL		216,00

Fuente: Empresa Eléctrica de Orellana

Elaborado por: Luz Isabel Ordóñez Guamán

Insumos de limpieza: Son todos aquellos gastos que se generan por la compra de insumos para mantener en condiciones higiénicas favorable para los clientes. El monto total asciende a \$ 57.30

Cuadro N° 53: Insumos de Limpieza				
Cant.	Unidad de Medida	Descripción	Precio Unitario	Valor Total
1	Galones	Desinfectantes	6,20	6,20
6	Unidad	Escobas para el restaurant	3,50	21,00
3	unidad	Trapeadores	4,00	12,00
1	metros	Franelas	1,50	1,50
2	unidad	Escobas grandes para limpieza del parque	8,30	16,60
		TOTAL ANUAL		57,30
		TOTAL MENSUAL		4,78

Fuente: Comisariato Familiar

Elaborado por: Luz Isabel Ordóñez Guamán

Insumos para alimentación: Son aquellos gastos que se generan por la adquisición de insumos para la alimentación y ofertar un servicio de calidad. El monto total asciende a \$ 1916.75.

Cuadro N° 54: Insumos para alimentación				
Cant.	Unidad de Mediad	Descripción	Precio Unitario	Valor Total
3	Quintales	Arroz	70,00	210,00
2	Quintales	Azúcar	55,00	110,00
15	Fundas Kilo	Sal:	0,95	14,25
1	Canecas	Aceite	120,00	120,00
5	Kilos	Especies	2,50	12,50
50	Kilos	Verduras	1,30	65,00
50	Kilos	Frutas	3,50	175,00
150	Kilos	Carnes Rojas	3,80	570,00
50	Kilos	Embutidos	2,00	100,00
250	Kilos	Pollo	1,50	375,00
50	Cubetas	Huevos	3,30	165,00
		TOTAL ANUAL		1.916,75
		TOTAL MENSUAL		159,73

Fuente: Comisariato Familiar

Elaborado por: Luz Isabel Ordóñez Guamán

Bebidas: Son aquellos gastos que se generan por la adquisición de bebidas para satisfacer las diferentes necesidades de los clientes. Este monto asciende a \$ 1.270.00.

Cuadro N° 55: Bebidas				
Cant.	Unidad de Mediad	Descripción	Precio Unitario	Valor Total
12	Pacas	Agua Mineral (24 unidades)	7,50	90,00
12	Pacas	Agua Embotellada (24 unidades)	6,00	72,00
100	Pacas	Cerveza Personal (12 unidades)	10,50	1.050,00
2	Cajas	Gatorade	15,00	30,00
10	cajas	Colas personales	2,80	28,00
		TOTAL ANUAL		1.270,00
		TOTAL MENSUAL		105,83

Fuente: Comisariato Familiar

Elaborado por: Luz Isabel Ordóñez Guamán

Gastos de Combustión: Son aquellos desembolsos que se realizan por concepto de compra de gas para las actividades de cocina. El costo total asciende a \$.32.00.

Cuadro N° 56: Gastos de combustión				
Cant.	Unidad de Mediad	Descripción	Precio Unitario	Valor Total
12	Cilindros	Gas	2,70	32,40
		TOTAL ANUAL		32,40
		TOTAL MENSUAL		2,70

Fuente: Distribuidoras de Gas de Francisco de Orellana

Elaborado por: Luz Isabel Ordóñez Guamán

Indumentaria: Son aquellas erogaciones que se originan por la adquisición de implementos para la seguridad en el momento de realizar sus actividades operativas. El monto total asciende a \$.192.00

Cuadro N° 57: Indumentaria				
Cantida d	Unidad de Mediad	Descripción	Precio Unitario	Valor Total
6	Unidades	Overoles	10,00	60,00
24	Pares	Guantes	4,00	96,00
12	Unidades	Gorras	0,50	6,00
6	Unidades	Delantales	5,00	30,00
		TOTAL ANUAL		192,00
		TOTAL MENSUAL		16,00

Fuente: AGA

Elaborado por: Luz Isabel Ordóñez Guamán

Cuadro N° 58: Resumen del Costo del Servicio		
DESCRIPCION	V/MENSUAL	V/ANUAL
Mano de obra	994,46	11.933,58
Mano de obra Restaurant	1.508,56	18.102,78
Menaje de cocina	52,41	628,93
Energía Eléctrica	18,00	216,00
Insumos de limpieza	4,78	57,30
Insumos de alimentación	159,73	1.916,75
Bebidas	105,83	1.270,00
Gastos de combustión	2,70	32,40
Indumentaria	16,00	192,00
TOTAL	2.862,48	34.349,73

Fuente: Presupuestos

Elaborado por: Luz Isabel Ordóñez Guamán

6.9. COSTOS OPERATIVOS

Son aquellos gastos que surgen de las actividades actuales de un negocio. Costos operativos en cualquier período de tiempo representa lo que le cuesta a una compañía hacer negocios, estos pueden ser: Gastos de Administración, Gastos de Venta, Gastos Financieros y otros gastos.

Para el determinar el monto de la inversión se tomará en consideración los gastos de administración y de venta.

6.9.1. Gastos de Administración

Conjunto de erogaciones incurridas en la dirección general de una empresa, en contraste con los gastos de una función más específica, como la de fabricación o la de ventas; no incluye la deducción de los ingresos.

Las partidas que se agrupan bajo este rubro varían de acuerdo con la naturaleza del negocio, aunque por regla general, abarcan los sueldos y salarios, los materiales y suministros de oficina y demás servicios generales de oficina.

6.9.2. Sueldos y Salarios

Son aquellos desembolsos que se le hace al personal que labora en el sector administrativo y que se encuentran supeditados por la Ley Orgánica de Servicio Civil y Carrera Administrativa, y los sueldos tienen que ser establecidos de acuerdo a la ley. El monto total de este rubro asciende a \$ 15.027.59

Cuadro N° 59: Sueldos y Salarios						
Cant.	Personal	Sueldo Unificado	Décimo III Sueldo	Décimo IV Sueldo	Aporte Patronal 12.15%	TOTAL A PAGAR MENSUAL
1	Administrador	600,00	50,00	32,17	72,90	755,07
1	Guardián	386,00	32,17	32,17	46,90	497,23
	TOTAL MENSUAL					1.252,30
	TOTAL ANUAL					15.027,59

Fuente: Tabla de sueldos y salarios

Elaborado por: Luz Isabel Ordóñez Guamán

Gastos de Internet: Son aquellos desembolsos que se realiza por concepto de pago a operadoras de este tipo de servicio, con la finalidad de dar un servicio de calidad al cliente. El monto total de este rubro asciende a \$ 600.00.

Gastos de Teléfono: Son erogaciones que se realizan por concepto de pago de teléfono, para realizar actividades de gestión y venta del servicio. El monto de este rubro asciende a \$ 336.00

Cuadro N° 60: Gastos de Teléfono			
Cantidad	Descripción	V7Mensual	V/Anual
	Pago de Teléfono	28,00	336,00
	TOTAL MENSUAL	28,00	336,00

Fuente: CNT-AGENCIA EL COCA

Elaborado por: Luz Isabel Ordóñez Guamán

Útiles de Oficina: Son aquellos desembolsos que se realizan por concepto de insumos de oficina para llevar a efecto las actividades administrativas. El monto total asciende a \$ 127.05

Cuadro N° 61: Útiles de oficina				
Cant	Unidad de Mediad	Descripción	Precio Unitario	Valor Total
2	Resmas	Papel boond (area recreativa, restaurant, hospedaje)	3,50	7,00
1	Caja	Esferos (rojo, azul, negro)	3,50	3,50
1	Caja	Lápices	2,00	2,00
1	Unidad	Borradores	0,25	0,25
1	Unidad	Engrapadora	6,00	6,00
1	Unidad	Perforadora	5,30	5,30
1	Unidad	Basurero	3,00	3,00
2	Juegos	Tinta para impresora	50,00	100,00
		TOTAL ANUAL		127,05
		TOTAL MENSUAL		10,59

Fuente: Papelería y Librería Amazonas

Elaborado por: Luz Isabel Ordóñez Guamán

Cuadro N° 62: Resumen Gastos de Administración		
DESCRIPCION	V/MENSUAL	V/ANUAL
Sueldos y Salarios	1.252,30	15.027,59
Gastos de Internet	50,00	600,00
Gastos de Teléfono	30,00	360,00
Útiles de oficina	10,59	127,05
TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	1.342,89	16.114,64

Fuente: Presupuestos

Elaborado por: Luz Isabel Ordóñez Guamán

Gasto de Venta: Los gastos de venta son los originados por las ventas o que se hacen para el fomento de éstas, en conclusión, son generadas en el departamento de ventas.

Gasto de combustible y lubricantes: Son aquellos gastos que se realizan por la adquisición de combustibles y lubricantes, para el mantenimiento del vehículo. Monto total \$ 1.454.00.

Cuadro N° 63: Gastos de Combustibles y Lubricantes			
Cant.	Descripción	P/unitario	V/Anual
800	Galones de Gasolina Eco a 1.48 c/g	1,48	1.184,00
6	Cambio de aceite	45,00	270,00
	TOTAL ANUAL		1.454,00
	TOTAL MENSUAL		121,17

Fuente: Gasolinera Rio Coca

Elaborado por: Luz Isabel Ordóñez Guamán

Útiles de oficina: Son aquellos gastos que se generan por la confección de factureros, para emitir de acuerdo lo que establece la Ley, las respectivas facturas. El monto total de este rubro asciende a \$ 49.00.

Cuadro N° 64: Útiles de oficina			
Cantidad	Descripción	P/unitario	V/Anual
5	Libretines de facturas	9,80	49,00
	TOTAL ANUAL		49,00
	TOTAL MENSUAL		4,08

Fuente: Imprenta Flores

Elaborado por: Luz Isabel Ordóñez Guamán

Publicidad: Son aquellos gastos que se generan por la difusión o divulgación de información sobre El Jardín Botánico, para posicionarlo en el mercado. El monto total de este rubro asciende a \$ 1850.00

Cuadro N° 65: Publicidad			
Cantidad	Descripción	P/unitario	V/Anual
1	Plan Anual de publicidad	500,00	500,00
2	Vallas publicitarias	500,00	1.000,00
1	Diseño de una página web	350,00	350,00
	TOTAL ANUAL		1.850,00
	TOTAL MENSUAL		154,17

Fuente: Medios de comunicación de la localidad

Elaborado por: Luz Isabel Ordóñez Guamán

Promoción: Son los gastos que se ocasionan por adquisición de incentivos a corto plazo, los mismos que permitirán incrementar el nivel de venta del servicio. El monto total asciende a \$ 408.00.

Cuadro N° 66: Promoción			
Cantidad	Descripción	P/unitario	V/Anual
24	Docenas de esferos	9,00	216,00
24	Docenas de llaveros	8,00	192,00
	TOTAL ANUAL		408,00
	TOTAL MENSUAL		34,00

Fuente: Imprenta Flores

Elaborado por: Luz Isabel Ordóñez Guamán

Cuadro N° 67: Resumen Gastos de Venta		
DESCRIPCION	V/Mensual	V/Anual
Combustibles y Lubricantes	121,17	1.454,00
Útiles de oficina	4,08	49,00
Publicidad	154,17	1.850,00
Promoción	34,00	408,00
TOTAL GASTOS DE VENTA	313,42	3.761,00

Fuente: Presupuestos

Elaborado por: Luz Isabel Ordóñez Guamán

Monto total de la Inversión: La inversión total del proyecto se la obtiene de la suma de la inversión fija, los activos diferidos o intangibles y el capital de trabajo.

Cuadro N° 68: Inversión			
DESCRIPCION	V/PARCIAL	V/TOTAL	MONTO TOTAL
ACTIVOS FIJOS			
Terrenos		50.000,00	
Construcciones		44.898,00	
Vehículos		22.000,00	
Maquinaria restaurant		1.720,00	
Muebles y Enseres Restaurant		3.015,00	
Equipo: Restaurant		332,00	
Equipos de Seguridad		355,00	
Muebles y Enseres de Oficina		1.160,00	
Equipo de computación		740,00	
Equipo de oficina		190,00	
Herramientas		6.770,00	
TOTAL ACTIVOS			231.180,00
ACTIVOS DIFERIDOS			
Estudios Preliminares		1.000,00	
Gastos de Constitución		1.000,00	
Puesta en marcha		100,00	
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS			2.100,00
CAPITAL DE TRABAJO (MENSUAL)			
Costo del Servicio			
Mano de obra	994,46		
Mano de obra Restaurant	1.508,56		
Menaje de cocina	52,41		
Energía Eléctrica	18,00		
Insumos de limpieza	4,78		
Insumos de alimentación	159,73		
Bebidas	105,83		
Gastos de combustión	2,70		
Indumentaria	16,00		

TOTAL COSTO DEL SERVICIO			2.862,48
COSTOS OPERATIVOS			
Gastos de Administración			
Sueldos y Salarios	1.252,30		
Gastos de Internet	50,00		
Gastos de Teléfono	30,00		
Útiles de oficina	10,59		
TOTAL GASTO DE ADMINISTRACION		1.342,89	
Gastos de Venta			
Combustibles y Lubricanes	121,17		
Útiles de oficina+	4,08		
Publicidad	154,17		
Promoción	34,00		
TOTAL GASTOS DE VENTA		313,42	
TOTAL COSTOS OPERATIVOS			1.656,31
MONTO TOTAL DE LA INVERSIÓN			237.798,78

Fuente: Presupuestos

Elaborado por: Luz Isabel Ordóñez Guamán

6.10. FINANCIAMIENTO

Entre las Fuentes Financieras que se pueden utilizar para un proyecto son:

6.10.1. Fuentes Internas: Es el uso de recursos propios o autogenerados, así tenemos: el aporte de socios, utilidades no distribuidas, incorporar a nuevos socios, etc.

6.10.2. Fuentes Externas: Es el uso de recursos de terceros, es decir endeudamiento, así tenemos: préstamo bancario, crédito con proveedores, leasing, prestamistas, etc.

El proyecto se financiará de la siguiente forma:

Cuadro N° 69: FINANCIAMIENTO		
DESCRIPCION	MONTO	PORCENTAJE
Aporte de los Socios	77.798,78	33%
Préstamo Corporación Financiera Nacional	160.000,00	67%
	237.798,78	100%

Fuente: Monto de la Inversión

Elaborado por: Luz Isabel Ordóñez Guamán

6.11. ANALISIS DE COSTOS

Para este tipo de análisis nos basamos en la contabilidad de costos, la misma que constituye una parte fundamental de la contabilidad general y constituye un subsistema que hace el manejo de los costos del servicio, a efecto de determinar el costo real del servicio o generar un bien o servicio.

6.12. DEPRECIACIONES

En el ámbito de la contabilidad y economía, el término **depreciación** se refiere a una disminución periódica del valor de un bien material o inmaterial. Esta depreciación puede derivarse de tres razones principales: el desgaste debido al uso, el paso del tiempo y la vejez. También se le puede llamar a estos tres tipos de depreciación; depreciación física, funcional y también obsolescencia. Para el presente caso, la depreciación se la calculará de acuerdo a lo que exige el Servicio de Rentas internas para presentar los estados financieros, con sus respectivos anexos, como es el método por porcentaje fijo.

Cuadro N° 70: Depreciaciones					
BIENES	MONTO	% DEPRECIACION	VIDA UTIL	DEPRECIACION ANUAL	VALOR EN LIBROS
Construcciones	144.898,00	5%	20 años	7.244,90	72.449,00
Vehículos	22.000,00	20%	5 años	4.400,00	-
Maquinaria restaurant	1.720,00	10%	10 años	172,00	
Muebles y Enseres Restaurant	3.015,00	10%	10 años	301,50	-
Equipo: Restaurant	332,00	10%	10 años	33,20	-
Equipos de Seguridad	355,00	10%	10 años	35,50	-
Muebles y Enseres de Oficina	1.160,00	10%	10 años	116,00	-
Equipo de computación	740,00	33%	3 años	244,20	7,40
Equipo de oficina	190,00	10%	10 años	19,00	-
Herramientas	6.770,00	20%	5 años	1.354,00	-
TOTAL				13.920,30	72.456,40

Fuente: Presupuestos

Elaborado por: Luz Isabel Ordóñez Guamán

6.13. REINVERSION EN ACTIVOS FIJOS

Cuando el bien ha terminado su vida útil, la empresa tiene que realizar la reinversión de un nuevo activo fijo, y dar de baja al que termino su período de vida, en este caso el equipo de computación.

Cuadro N° 71: Reinversión de Activos Fijos					
ACTIVOS	Monto	% de Dep.	Vida Util	Dep. Anual	V/Residual
Equipos de computación 4 año	814,00	33%	3 años	268,62	8,14
Equipos de computación 7 año	895,40	33%	3 años	295,48	8,95
Equipos de computación 10 año	984,94	33%	3 años	325,03	9,85
Reinversión de Vehículos 6 años	24.200,00	20%	5 años	4.840,00	-
Reinversión Herramientas	7.447,00	20%	5 años	1489,4	-

Fuente: Cuadro de depreciaciones

Elaborado por: Luz Isabel Ordóñez Guamán

6.14. AMORTIZACIÓN DEL CREDITO

Las amortizaciones son los abonos que se hacen para reducir el monto de dinero que se solicitó inicialmente en préstamo; es decir, los pagos que son amortizaciones no se usan para el pago de otros conceptos (como los intereses), únicamente para reducir el monto inicialmente solicitado en préstamo. Generalmente, estos abonos de dinero se hacen periódicamente; sin embargo, al igual que otras características de los créditos, pueden variar según el crédito. A medida que se realizan las amortizaciones, la cantidad de dinero que aún se debe disminuye a este dinero se le llama saldo, que viene a ser el dinero correspondiente al monto inicial solicitado que aún no se le ha reembolsado al prestamista.

Cuadro N° 72: Tabla de amortización					
Monto: 160.000,00					
Tasa de interés	11,83%				
Plazo	10 años				
Entidad Financiera	CFN				
Pagos: Anuales					
AÑOS	CAPITAL	INTERES	AMORTIZACION	DIVIDENDOS	VALOR EN LIBROS
0					160.000,0
1	160.000,0	18.928,00	16.000,00	34.928,00	144.000,0
2	144.000,0	17.035,20	16.000,00	33.035,20	128.000,0
3	128.000,0	15.142,40	16.000,00	31.142,40	112.000,0
4	112.000,0	13.249,60	16.000,00	29.249,60	96.000,00
5	96.000,00	11.356,80	16.000,00	27.356,80	80.000,00
6	80.000,00	9.464,00	16.000,00	25.464,00	64.000,00
7	64.000,00	7.571,20	16.000,00	23.571,20	48.000,00
8	48.000,00	5.678,40	16.000,00	21.678,40	32.000,00
9	32.000,00	3.785,60	16.000,00	19.785,60	16.000,00
10	16.000,00	1.892,80	16.000,00	17.892,80	0,00

Fuente: Corporación Financiera Nacional

Elaborado por: Luz Isabel Ordóñez Guamán

6.15. AMORTIZACION DE ACTIVOS DIFERIDOS

La amortización de activos diferidos no está sujetos a la vida útil de un bien, sino que, por lo general, se amortizan según se vayan utilizado. La amortización de acuerdo a la Ley se lo hace para cinco años.

Cuadro N° 73: Amortización Activos Diferidos		
DESCRIPCION	MONTO	AMORTIZACION
Estudios Preliminares	1.000,00	200,00
Gastos de Constitución	1.000,00	200,00
Puesta en marcha	100,00	20,00
TOTAL		420,00

Fuente: Presupuestos

Elaborado por: Luz Isabel Ordóñez Guamán

6.16. PRESUPUESTO PROFORMADO

Constituye una herramienta que permite determinar los costos totales de producción, y en base a ello poder determinar los costos unitarios de producción y a la vez poder clasificarlos en los diferentes tipos de costos.

Cuadro N° 74: Presupuesto Proformado

Rubros	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
COSTO DE PRODUCCIÓN										
Mano de obra	11.933,58	12.530,25	13.156,77	13.814,61	14.505,34	15.230,60	15.992,13	16.791,74	17.631,33	18.512,89
Mano de obra Restaurant	18.102,78	19.007,91	19.958,31	20.956,23	22.004,04	23.104,24	24.259,45	25.472,42	26.746,04	28.083,35
Menaje de cocina	628,93	660,38	693,40	728,07	764,47	802,69	842,83	884,97	929,22	975,68
Energía Eléctrica	216,00	226,80	238,14	250,05	262,55	275,68	289,46	303,93	319,13	335,09
Insumos de limpieza	57,30	60,17	63,17	66,33	69,65	73,13	76,79	80,63	84,66	88,89
Insumos de alimentación	1.916,75	2.012,59	2.113,22	2.218,88	2.329,82	2.446,31	2.568,63	2.697,06	2.831,91	2.973,51
Bebidas	1.270,00	1.333,50	1.400,18	1.470,18	1.543,69	1.620,88	1.701,92	1.787,02	1.876,37	1.970,19
Gastos de combustión	32,40	34,02	35,72	37,51	39,38	41,35	43,42	45,59	47,87	50,26
Indumentaria	192,00	201,60	211,68	222,26	233,38	245,05	257,30	270,16	283,67	297,86
Depreciación de Construcciones	7.244,00	7.244,00	7.244,00	7.244,00	7.244,00	7.244,00	7.244,00	7.244,00	7.244,00	7.244,00
Depreciación de Maquinaria restaurante	172,00	172,00	172,00	172,00	172,00	172,00	172,00	172,00	172,00	172,00
Depreciación de Vehículos	4.400,00	4.400,00	4.400,00	4.400,00	4.400,00	4.840,00	4.840,00	4.840,00	4.840,00	4.840,00
Dep. Muebles y Enseres Restaurant	301,50	301,50	301,50	301,50	301,50	301,50	301,50	301,50	301,50	301,50
Dep. Equipo: Restaurant	33,20	33,20	33,20	33,20	33,20	33,20	33,20	33,20	33,20	33,20
Dep. Herramientas	1.354,00	1.354,00	1.354,00	1.354,00	1.354,00	1.489,40	1.489,40	1.489,40	1.489,40	1.489,40
Dep. Equipos de Seguridad	35,50	35,50	35,50	35,50	35,50	35,50	35,50	35,50	35,50	35,50
TOTAL COSTO DEL SERVICIO	47.889,93	49.607,42	51.410,78	53.304,31	55.292,51	57.955,53	60.147,53	62.449,12	64.865,80	67.403,31
GASTOS DE OPERACIÓN										
Sueldos y Salarios	15.027,59	15.778,97	16.567,92	17.396,31	18.266,13	19.179,43	20.138,41	21.145,33	22.202,59	23.312,72
Gastos de Internet	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00
Gastos de Telefono	360,00	378,00	396,90	416,75	437,58	459,46	482,43	506,56	531,88	558,48
Utiles de oficina	127,05	133,40	140,07	147,08	154,43	162,15	170,26	178,77	187,71	197,10
Depreciación Muebles y Enseres	116,00	116,00	116,00	116,00	116,00	116,00	116,00	116,00	116,00	116,00
Depreciación Equipo de computación	244,20	244,20	244,20	268,62	268,62	268,62	295,48	295,48	295,48	325,03
Depreciación de Equipo de Oficina	19,00	19,00	19,00	19,00	19,00	19,00	19,00	19,00	19,00	19,00
TOTAL GASTOS ADMINISTR.	16.493,84	17.269,57	18.084,09	18.963,75	19.861,76	20.804,67	21.821,58	22.861,13	23.952,67	25.128,33
Gastos de ventas										
Combustibles y Lubricantes	1.454,00	1.526,70	1.603,04	1.683,19	1.767,35	1.855,71	1.948,50	2.045,92	2.148,22	2.255,63
Utiles de oficina	49,00	51,45	54,02	56,72	59,56	62,54	65,66	68,95	72,40	76,02
Publicidad	1.850,00	1.942,50	2.039,63	2.141,61	2.248,69	2.361,12	2.479,18	2.603,14	2.733,29	2.869,96
Promoción	408,00	428,40	449,82	472,31	495,93	520,72	546,76	574,10	602,80	632,94
TOTAL GASTOS DE VENTA	3.761,00	3.949,05	4.146,50	4.353,83	4.571,52	4.800,09	5.040,10	5.292,10	5.556,71	5.834,55
Gastos Financieros										
Intereses	18.928,00	17.035,20	15.142,40	13.249,60	11.356,80	9.464,00	7.571,20	5.678,40	3.785,60	1.892,80
TOTAL GASTOS FINANCIEROS	18.928,00	17.035,20	15.142,40	13.249,60	11.356,80	9.464,00	7.571,20	5.678,40	3.785,60	1.892,80
Otros Gastos										
Amortización de Activos Diferidos	420,00	420,00	420,00	420,00	420,00					
TOTAL OTROS GASTOS	420,00	420,00	420,00	420,00	420,00					
TOT. COSTO DE OPERACIÓN	39.602,84	38.673,82	37.792,99	36.987,18	36.210,08	35.068,76	34.432,88	33.831,64	33.294,98	32.855,67
COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN	87.492,77	88.281,24	89.203,77	90.291,49	91.502,59	93.024,29	94.580,40	96.280,76	98.160,77	100.258,98
Reinversión Equipo de Computación				814,00			895,00			984,00
Reinversión de Vehículos						24.200,00				
Reinversión de Herramientas						7.447,00				
TOTAL EGRESOS	87.492,77	88.281,24	89.203,77	91.105,49	91.502,59	124.671,29	95.475,40	96.280,76	98.160,77	101.242,98

Elaborado por: Luz Isabel Ordóñez Guamán

6.17. DETERMINACION DEL PRECIO DEL SERVICIO

El precio es la cantidad de bienes de cambio que una persona está dispuesta a ceder por un bien o servicio, en un tiempo, lugar y contexto específico

Para determinar el precio de un bien o servicio se lo puede realizar en función de:

- Precios con orientación al costo
- Precios con orientación a la demanda
- Precios orientados a la competencia.

Para el presente caso del Jardín Botánico “Guayusa”, los precios se lo determinarán en función a los costos de producción y en base a la competencia, o sea los precios que asignan los diferentes centros turísticos en la Provincia de Orellana. Por lo tanto, tenemos los siguientes ingresos

Ingresos por entradas

El centro turístico prestará sus servicios todos los 365 días del año, por lo tanto:

Lunes ingresan 50 personas

Martes ingresan 50 personas

Miércoles ingresan 50 personas

Jueves ingresan 100 personas

Viernes ingresan 100 personas

Sábado ingresan 150 personas

Domingo ingresan 200 personas

Dando un total 650 personas semanales esto por las 52 semanas =
33.800 personas al año (650 x 52 semanas = 33.800)

De este total de personas que ingresarán el 90% serán adultos que corresponde a un total de 30.420 y el 10% niño, que es un total de 3.380, por lo tanto, los precios van a diferir.

Cuadro N° 75: Establecimiento de ingresos por entradas							
AÑOS	No. Personas adultas	Precio de Venta	Ingresos Totales	No. Niños	Precio de Venta	Ingresos por entrada de niños	Ingresos Totales
1	30.420	2,00	62.530,00	3.380,00	0,50	1.690,00	64.220,00
2	30.420	2,50	77.909,00	3.380,00	0,55	1.859,00	79.768,00
3	30.420	3,00	93.288,00	3.380,00	0,60	2.028,00	95.316,00
4	30.420	3,50	108.667,00	3.380,00	0,65	2.197,00	110.864,00
5	30.420	4,00	124.046,00	3.380,00	0,70	2.366,00	126.412,00
6	30.420	4,50	139.425,00	3.380,00	0,75	2.535,00	141.960,00
7	30.420	5,00	154.804,00	3.380,00	0,80	2.704,00	157.508,00
8	30.420	5,50	170.183,00	3.380,00	0,85	2.873,00	173.056,00
9	30.420	6,00	185.562,00	3.380,00	0,90	3.042,00	188.604,00
10	30.420	6,50	200.941,00	3.380,00	0,95	3.211,00	204.152,00

Elaborado por: Luz Isabel Ordóñez Guamán

Ingresos por Restaurante

Los ingresos que se obtendrán por concepto de venta de alimentación se consideran lo siguiente:

De las 33.800 personas que ingresan al centro turístico:

Almuerzos: accederán 300 personas por semana x 52 semanas = 15.600 personas al año por \$.3.50 c/u nos daría un total de \$.54.600.00.

Platos a la Carta: Accederán 50 personas por semana x 52 semanas = 2.600 personas al año por \$.5.00 c/u nos daría un total de \$.13.000.00

Cuadro N° 76: Establecimiento de ingresos por restaurante.

AÑOS	No. Servicios	Ingresos (15,600 Almuerzos)	Ingresos (2600) Platos Fuertes	Ingresos por Alimentación
1	20.800	54.600	13.000,00	67.600,00
2	20.800	57.330	13.650,00	70.980,00
3	20.800	60.197	14.332,50	74.529,00
4	20.800	63.206	15.049,13	78.255,45
5	20.800	66.367	15.801,58	82.168,22
6	20.800	69.685	16.591,66	86.276,63
7	20.800	73.169	17.421,24	90.590,47
8	20.800	76.828	18.292,31	95.119,99
9	20.800	80.669	19.206,92	99.875,99
10	20.800	84.703	20.167,27	104.869,79

Elaborado por: Luz Isabel Ordóñez Guamán

Ingresos por plantas

Los ingresos por venta de plantas están determinados por el 10% de la población que ingresará al Jardín Botánico, ya que la mayoría de ellos son plantas medicinales.

Cuadro N° 77: Establecimiento de ingresos por venta de plantas			
AÑOS	No. De Servicios	Precio de Venta/hora	Ingresos Totales
1	3.380	2,00	6.760,00
2	3.380	2,50	8.450,00
3	3.380	3,00	10.140,00
4	3.380	3,50	11.830,00
5	3.380	4,00	13.520,00
6	3.380	4,50	15.210,00
7	3.380	5,00	16.900,00
8	3.380	5,50	18.590,00
9	3.380	6,00	20.280,00
10	3.380	6,50	21.970,00

Elaborado por: Luz Isabel Ordóñez Guamán

Ingresos por Bar

Los ingresos por concepto de bar estarán en función de que las del total de personas que ingresan al Jardín Botánico.

Cuadro N° 78: Establecimiento de ingresos por Bar			
AÑOS	No. Personas Servicios	Promedio de Venta USD	Ingresos Totales
1	13.520	1,0	13.520
2	13.520	1,5	20.280
3	13.520	2,0	27.040
4	13.520	2,5	33.800
5	13.520	3,0	40.560
6	13.520	3,5	47.320
7	13.520	4,0	54.080
8	13.520	4,5	60.840
9	13.520	5,0	67.600
10	13.520	5,5	74.360

Elaborado por: Luz Isabel Ordóñez Guamán

Cuadro N° 79: Resumen Ingresos Totales

AÑ OS	Ingreso por Entradas	Ingreso por Restaurant	Ingreso por Venta de plantas	Ingreso por Bar	TOTAL INGRESOS
1	64.220,00	67.600,00	6.760,00	13.520,00	152.100,00
2	79.768,00	70.980,00	8.450,00	20.280,00	179.478,00
3	95.316,00	74.529,00	10.140,00	27.040,00	207.025,00
4	110.864,00	78.255,45	11.830,00	33.800,00	234.749,45
5	126.412,00	82.168,22	13.520,00	40.560,00	262.660,22
6	141.960,00	86.276,63	15.210,00	47.320,00	290.766,63
7	157.508,00	90.590,47	16.900,00	54.080,00	319.078,47
8	173.056,00	95.119,99	18.590,00	60.840,00	347.605,99
9	188.604,00	99.875,99	20.280,00	67.600,00	376.359,99
10	204.152,00	104.869,79	21.970,00	74.360,00	405.351,79

Elaborado por: Luz Isabel Ordóñez Guamán

6.17.1. Costos

Es aquel gasto económico que representa la fabricación de un producto o la prestación de un servicio, al determinar el precio de producción, se puede establecer el precio de venta al público del bien o servicio en cuestión.

6.17.2. Clasificación de costos

6.17.2.1. Costos Fijos

Son aquellos costos que no son sensibles a cambios en los niveles de actividad de una empresa, sino que permanecen invariables antes esos cambios. Por lo tanto, en conclusión, tenemos que los costos fijos son aquello que no varían y se mantienen constantes exista o no producción, dentro estos costos tenemos: sueldos y salarios, arriendos, entre otros.

6.17.2.2. Costos Variables

Son los gastos que cambian en proporción de acuerdo a la actividad de una empresa, en conclusión, estos costos varían de acuerdo al nivel de producción. Dentro estos costos tenemos: materia prima, mano de obra, costos indirectos de producción entre otros.

6.17.2.3. Costos Totales

Es la suma de los costos fijos y los costos variables.

Cuadro N° 80: Clasificación de Costos

Rubros	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
COSTOS FIJOS										
Sueldos y Salarios	15.027,59	15.778,97	16.567,92	17.396,31	18.266,13	19.179,43	20.138,41	21.145,33	22.202,59	23.312,72
Amortización Activo Diferido	420,00	420,00	420,00	420,00	420,00					
Intereses	18.928,00	17.035,20	15.142,40	13.249,60	11.356,80	9.464,00	7.571,20	5.678,40	3.785,60	1.892,80
Publicidad	1.850,00	2.709,00	2.844,45	2.986,67	3.136,01	3.292,81	3.457,45	3.630,32	3.811,84	4.002,43
Útiles Oficina Gs. Administración	127,05	133,40	140,07	147,08	154,43	162,15	170,26	178,77	187,71	197,10
Gastos de internet	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00
Gasto de Telefono	360,00	315,00	330,75	347,29	364,65	382,88	402,03	422,13	443,24	465,40
Depreciación Construcciones	7.244,00	7.244,00	7.244,00	7.244,00	7.244,00	7.244,00	7.244,00	7.244,00	7.244,00	7.244,00
Depreciación Vehículos	4.400,00	4.400,00	4.400,00	4.400,00	4.400,00	4.840,00	4.840,00	4.840,00	4.840,00	4.840,00
Depreciación Maquinaria restaurant	172,00	172,00	172,00	172,00	172,00	172,00	172,00	172,00	172,00	172,00
Dep. Muebles y Enseres Restaurant	301,50	301,50	301,50	301,50	301,50	301,50	301,50	301,50	301,50	301,50
Dep. Equipo: Restaurant	33,20	33,20	33,20	33,20	33,20	33,20	33,20	33,20	33,20	33,20
Dep. Equipos de Seguridad	35,50	35,50	35,50	35,50	35,50	35,50	35,50	35,50	35,50	35,50
Depreciación Muebles y Enseres	116,00	116,00	116,00	116,00	116,00	116,00	116,00	116,00	116,00	116,00
Depreciación Equipo de computación	244,20	244,20	244,20	268,62	268,62	268,62	295,48	295,48	295,48	325,03
Depreciación de Equipo de Oficina	19,00	19,00	19,00	19,00	19,00	19,00	19,00	19,00	19,00	19,00
Depreciación de Herramientas	1.354,00	1.354,00	1.354,00	1.354,00	1.354,00	1.489,40	1.489,40	1.489,40	1.489,40	1.489,40
TOT. COSTOS FIJOS	51.232,04	50.910,97	49.964,99	49.090,77	48.241,84	47.600,50	46.885,42	46.201,03	45.577,05	45.046,07
COSTOS VARIABLES										
Mano de obra	11.933,58	18.366,03	19.284,33	20.248,55	21.260,98	22.324,03	23.440,23	24.612,24	25.842,85	27.135,00
Mano de obra Restaurant	18.102,78	27.807,59	29.197,97	30.657,87	32.190,76	33.800,30	35.490,32	37.264,83	39.128,07	41.084,48
Menaje de cocina	628,93	700,28	735,29	772,05	810,66	851,19	893,75	938,44	985,36	1.034,63
Energía Eléctrica	216,00	522,90	549,05	576,50	605,32	635,59	667,37	700,74	735,77	772,56
Gastos de combustion	32,40	264,60	277,83	291,72	306,31	321,62	337,70	354,59	372,32	390,93
Insumos de limpieza	57,30	129,78	136,27	143,08	150,24	157,75	165,64	173,92	182,61	191,74
Útiles de oficina ventas	49,00	205,80	216,09	226,89	238,24	250,15	262,66	275,79	289,58	304,06
Insumos de alimentación	1.916,75	3.818,33	4.009,24	4.209,70	4.420,19	4.641,20	4.873,26	5.116,92	5.372,77	5.641,41
Bebidas	1.270,00	1.425,90	1.497,20	1.572,05	1.650,66	1.733,19	1.819,85	1.910,84	2.006,38	2.106,70
Promoción	408,00	415,80	436,59	458,42	481,34	505,41	530,68	557,21	585,07	614,33
Combustibles y Lubricantes	1.454,00	529,03	555,48	583,26	612,42	643,04	675,19	708,95	744,40	781,62
Indumentaria	192,00	54.186,04	56.895,34	59.740,11	62.727,11	65.863,47	69.156,64	72.614,47	76.245,20	80.057,46
TOTAL COSTOS VARIABLES	36.260,73	54.186,04	56.895,34	59.740,11	62.727,11	65.863,47	69.156,64	72.614,47	76.245,20	80.057,46
TOTAL COSTO DE PRODUCCION	87.492,77	105.097,01	106.860,33	108.830,87	110.968,95	113.463,96	116.042,06	118.815,50	121.822,25	125.103,53

Elaborado por: Luz Isabel Ordóñez Guamán

6.18. ESTADO DE RESULTADOS O DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Todas las empresas, sea cual sea su tamaño necesitan obtener información sobre su desempeño para saber si han logrado resultados positivos, es decir, ganancias o si al contrario han sufrido pérdidas producto de su operación al finalizar un periodo determinado.

Y dado que el objetivo primordial de las organizaciones es maximizar las utilidades, es fundamental que te apoyes en herramientas que te permitan contar con información oportuna y confiable para la toma de decisiones.

El estado de resultados, también conocido como estado de ganancias y pérdidas es un reporte financiero que en base a un periodo determinado muestra de manera detallada los ingresos obtenidos, los gastos en el momento en que se producen y como consecuencia, el beneficio o pérdida que ha generado la empresa en dicho periodo de tiempo para analizar esta información y en base a esto, tomar decisiones de negocio.

Cuadro N° 81: Estado de Pérdidas y Ganancias

INGRESOS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ventas	152.100,00	179.478,00	207.025,00	234.749,45	262.660,22	290.766,63	319.078,47	347.605,99	376.359,99	405.351,79
Otros Ingresos			7,40			8,14			8,95	73.123,71
TOTAL DE INGRESOS	152.100,00	179.478,00	207.032,40	234.749,45	262.660,22	290.774,77	319.078,47	347.605,99	376.368,94	478.475,50
Costo del servicio	47.889,93	49.607,42	51.410,78	53.304,31	55.292,51	57.955,53	60.147,53	62.449,12	64.865,80	67.403,31
UTILIDAD BRUTA	104.210,07	129.870,58	155.621,62	181.445,14	207.367,71	232.819,24	258.930,94	285.156,87	311.503,14	411.072,19
Costo de operación	39.602,84	38.673,82	37.792,99	36.987,18	36.210,08	35.068,76	34.432,88	33.831,64	33.294,98	32.855,67
Reinversión equipo computación				814,00			895,40			984,94
Reinversión de Vehículos						24.200,00				
Reinversión de herramientas						7.447,00				
TOTAL COST. OPER. y REINV.	39.602,84	38.673,82	37.792,99	37.801,18	36.210,08	66.715,76	35.328,28	33.831,64	33.294,98	33.840,61
UTILIDAD OPERATIVA	64.607,23	91.196,76	117.828,63	143.643,96	171.157,63	166.103,48	223.602,66	251.325,23	278.208,16	377.231,58
15% utilidad trabajadores	9.691,08	13.679,51	17.674,29	21.546,59	25.673,64	24.915,52	33.540,40	37.698,78	41.731,22	56.584,74
UTILIDAD ANT.IMPTO	54.916,15	77.517,25	100.154,34	122.097,37	145.483,99	141.187,96	190.062,26	213.626,44	236.476,94	320.646,84
22% impuesto a la renta	12.081,55	17.053,79	22.033,95	26.861,42	32.006,48	31.061,35	41.813,70	46.997,82	52.024,93	70.542,31
UTILIDAD ANT.RESERVA	42.834,59	60.463,45	78.120,38	95.235,95	113.477,51	110.126,61	148.248,56	166.628,63	184.452,01	250.104,54
10% Reserva Legal	4.283,46	6.046,35	7.812,04	9.523,59	11.347,75	11.012,66	14.824,86	16.662,86	18.445,20	25.010,45
UTILIDAD LIQUIDA	38.551,13	54.417,11	70.308,34	85.712,35	102.129,76	99.113,95	133.423,71	149.965,76	166.006,81	225.094,08

Elaborado por: Luz Isabel Ordóñez Guamán

6.19. DETERMINACION DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

Para poder comprender mucho mejor el concepto de **PUNTO DE EQUILIBRIO**, se deben identificar los diferentes costos y gastos que intervienen en el proceso productivo. Para operar adecuadamente el punto de equilibrio es necesario comenzar por conocer que el costo se relaciona con el volumen de producción y que el gasto guarda una estrecha relación con las ventas. Tantos costos como gastos pueden ser fijos o variables (**Váquiro, 2017**).

Se entiende por **costos operativos de naturaleza fija** aquellos que no varían con el nivel de producción y que son recuperables dentro de la operación.

Por su parte los gastos operacionales fijos son aquellos que se requieren para poder colocar (vender) los productos o servicios en manos del consumidor final y que tienen una relación indirecta con la producción del bien o servicio que se ofrece. Siempre aparecerán produzcase o no la venta. También se puede decir que el gasto es lo que se requiere para poder recuperar el costo operacional. En el rubro de gastos de ventas (administrativos) fijos se encuentran entre otros: los sueldos y salarios, la depreciación de la planta física del área administrativa (se incluyen muebles y enseres) y todos aquellos que dependen exclusivamente del como, por ejemplo, la mano de obra, la materia prima y los costos indirectos.

6.20. PUNTO DE EQUILIBRIO

El análisis del **PUNTO DE EQUILIBRIO** estudia entonces la relación que existe entre costos y gastos fijos, costos y gastos variables, volumen de ventas y utilidades operacionales.

Se entiende por **PUNTO DE EQUILIBRIO** aquel nivel de producción y ventas que una empresa o negocio alcanza para lograr cubrir los costos y gastos con sus ingresos obtenidos. En otras palabras, a este nivel de producción y ventas la utilidad operacional es cero, o sea, que los ingresos son iguales a la sumatoria de los costos y gastos operacionales.

También el punto de equilibrio se considera como una herramienta útil para determinar el apalancamiento operativo que puede tener una empresa en un momento determinado.

EI PUNTO DE EQUILIBRIO se puede calcular tanto capacidad instalada, valores en dinero o unidades producidas. Algebraicamente el punto de equilibrio para unidades se calcula así:

1. En Función de la Capacidad Instalada

Se toma en consideración la capacidad del servicio, para en base a ello determinar el porcentaje de capacidad al que debe trabajar la empresa, cubriendo de esa forma los costos. Para determinar el punto de equilibrio en función de la capacidad instalada se utiliza la siguiente fórmula:

$$PE = \frac{CFT}{VT - CVT} \times 100$$

2. En Función de las Ventas o Ingresos

A través de este método se determina hasta cuanto la empresa tiene que dar el servicio para no perder ni ganar, para su cálculo se utiliza la siguiente fórmula:

$$PE = \frac{CFT}{1 - \frac{CVT}{VT}}$$

CFT = costo fijo total

CVT = costo variable total

VT = ventas totales

3. En Función del servicio

Determina hasta cuántas personas se tiene que dar el servicio para no tener pérdida ni ganancia. Su cálculo se lo realiza a través de la siguiente fórmula:

$$PE = \frac{CFT}{PVu - Cvu}$$

Pvu = Precio de Venta Unitario

Cvu = Costo Variable Unitario

$$CVu = \frac{CVT}{No. Unid. Prod.}$$

El **costo variable unitario (C.V.U)** se obtiene al dividir los costos variables totales entre el número de servicios ofertados; sin embargo, es muy común que se determine con mayor facilidad el costo variable unitario antes que los costos variables totales (por cuestión de descomposición de la unidad en costos).

4. Representación gráfica

Consiste en representar gráficamente las curvas de costos e ingresos en un plano cartesiano.

6.21. DETERMINACION DEL PUNTO DE EQUILIBRIO PARA EL PRIMER AÑO

1. En Función de la Capacidad Instalada

$$PE = \frac{CFT}{VT - CVT} \times 100$$

$$PE = (51232.04 / (152.100 - 36260.73)) \times 100$$

$$Pe = 44\%$$

2. En Función de las Ventas o Ingresos

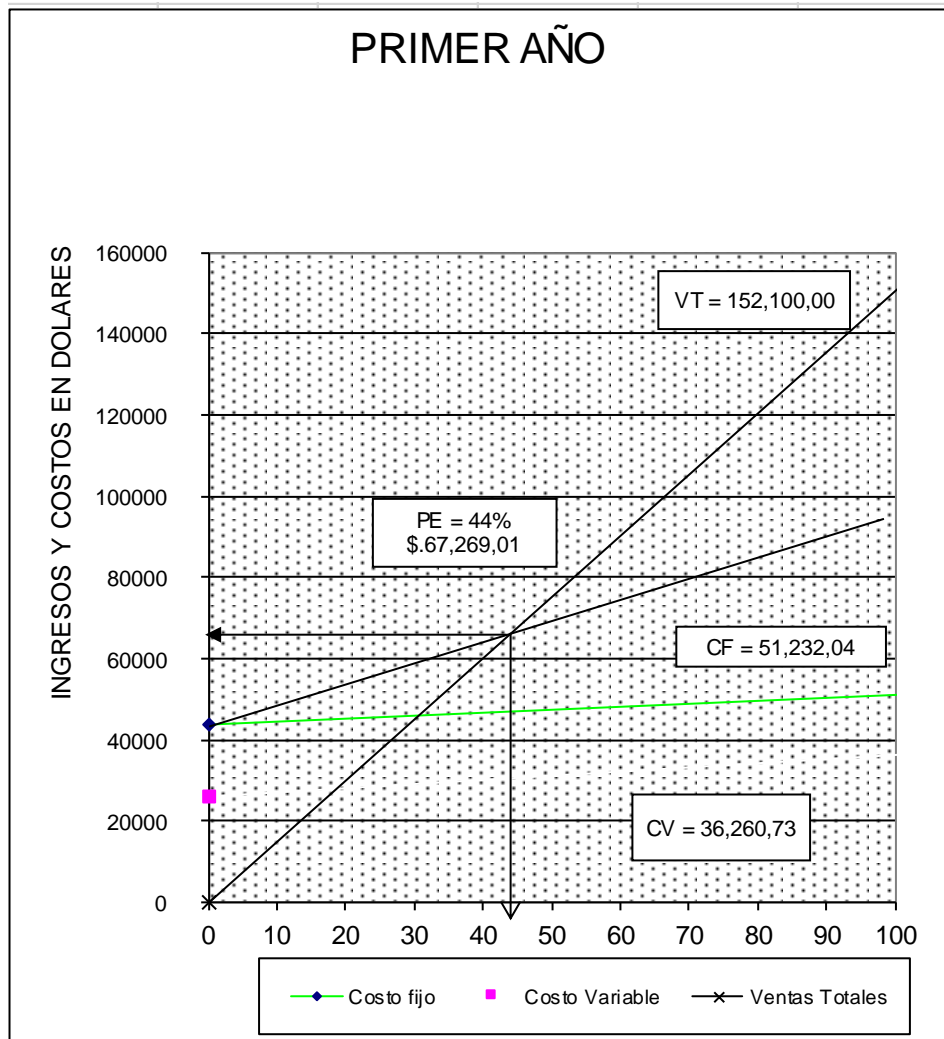
$$PE = \frac{CFT}{1 - \frac{CVT}{VT}}$$

$$PE = 51232.04 / 1 - (36260.73 / 152.100)$$

$$PE = \$67.269.01$$

Punto de equilibrio en función de las ventas y de la capacidad instalada

Figura N° 16 Punto de equilibrio en función de las ventas



Elaborado por: Luz Isabel Ordóñez Guamán

Cuadro N° 82: Determinación del Punto de Equilibrio					
AÑOS	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	INGRESOS	P.E. INGRESOS	P.E. CAP. INST.%
1	51.232,04	36.260,73	152.100,00	67.269,01	44%
2	50.910,97	54.186,04	179.478,00	72.928,85	41%
3	49.964,99	56.895,34	207.025,00	68.900,45	33%
4	49.090,77	59.740,11	234.749,45	65.848,09	28%
5	48.241,84	62.727,11	262.660,22	63.377,25	24%
6	47.600,50	65.863,47	290.766,63	61.540,42	21%
7	46.885,42	69.156,64	319.078,47	59.859,23	19%
8	46.201,03	72.614,47	347.605,99	58.400,91	17%
9	45.577,05	76.245,20	376.359,99	57.156,06	15%
10	45.046,07	80.057,46	405.351,79	56.132,26	14%

Elaborado por: Luz Isabel Ordóñez Guamán

g. DISCUSION

7.1. EVALUACION FINANCIERA

La evaluación financiera tiene como objetivo determinar los niveles de rentabilidad de un proyecto para lo cual se compara los ingresos que genera el proyecto con los costos en los que el proyecto incurre tomando en cuenta el costo de oportunidad de los fondos.

Por otro lado, también se debe determinar la estructura y condición de financiamiento, y a su vez la afectación del proyecto hacia las finanzas de la entidad, ya que esto determinará si la misma es sujeto de crédito ante la posible necesidad de financiamiento.

En general se puede decir que la evaluación financiera es el estudio que se hace de la información, que proporciona la contabilidad y toda la demás información disponible para tratar de determinar la situación financiera o sector específico de ésta.

Flujo de Caja

El valor futuro corresponde a los flujos de caja futuros del centro turístico, pero los flujos de caja inciertos, luego se los debe descontar de los flujos de caja esperados. En conclusión, el flujo de caja no es otra cosa que el dinero en efectivo con el cual dispone el centro turístico.

Cuadro N° 83: Flujo de Caja

INGRESOS		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ventas		152.100,00	179.478,00	207.025,00	234.749,45	262.660,22	290.766,63	319.078,47	347.605,99	376.359,99	405.351,79
Valor residual				7,40			8,14			8,95	73.123,71
Corporación Financiera	160.000,00										
Capital Propio	77.798,78										
TOTAL DE INGRESOS	237.798,78	152.100,00	179.478,00	207.032,40	234.749,45	262.660,22	290.774,77	319.078,47	347.605,99	376.368,94	478.475,50
EGRESOS											
Activo Fijo	231.180,00										
Activo Diferido	2.100,00										
Costo del servicio.	2.862,48	47.889,93	49.607,42	51.410,78	53.304,31	55.292,51	57.955,53	60.147,53	62.449,12	64.865,80	67.403,31
Costo de operación	1.656,31	39.602,84	38.673,82	37.792,99	36.987,18	36.210,08	35.068,76	34.432,88	33.831,64	33.294,98	32.855,67
Reinversión Equipo computación					814,00			895,40			984,94
Reinversión Vehículos							24.200,00				
Reinversión Herramientas							7.447,00				
EGRESO TOTAL	237.798,79	87.492,77	88.281,24	89.203,77	91.105,49	91.502,59	93.024,29	95.475,80	96.280,76	98.160,77	101.243,92
UTILIDAD ANTES PART. TRAB.		64.607,23	91.196,76	117.828,63	143.643,96	171.157,63	197.750,48	223.602,66	251.325,23	278.208,16	377.231,58
15% Utilidad Trabajadores		9.691,08	13.679,51	17.674,29	21.546,59	25.673,64	29.662,57	33.540,40	37.698,78	41.731,22	56.584,74
UTILIDAD ANT. IMPTO.		54.916,15	77.517,25	100.154,34	122.097,37	145.483,99	168.087,91	190.062,26	213.626,44	236.476,94	320.646,84
22% Impto a la Renta		12.081,55	17.053,79	22.033,95	26.861,42	32.006,48	36.979,34	41.813,70	46.997,82	52.024,93	70.542,31
UTILIDAD GRAVABLE		42.834,59	60.463,45	78.120,38	95.235,95	113.477,51	131.108,57	148.248,56	166.628,63	184.452,01	250.104,54
Amortización de diferidos		420,00	420,00	420,00	420,00	420,00					
Depreciaciones		13.919,40	13.919,40	13.919,40	13.943,82	13.943,82	14.519,22	14.546,08	14.546,08	14.546,08	14.575,63
UTILIDAD NETA		57.173,99	74.802,85	92.459,78	109.599,77	127.841,33	145.627,79	162.794,64	181.174,71	198.998,09	264.680,17
Amortización del crédito		16.000,00	16.000,00	16.000,00	16.000,00	16.000,00	16.000,00	16.000,00	16.000,00	16.000,00	16.000,00
FLUJO DE CAJA	0	41.173,99	58.802,85	76.459,78	93.599,77	111.841,33	129.627,79	146.794,64	165.174,71	182.998,09	248.680,17

Elaborado por: Luz Isabel Ordóñez Guamán

Tasa interna de retorno

La tasa interna de retorno (TIR), tiene como objetivo centrarse en la tasa de rendimiento de un proyecto. Cuando ambos aspectos entran en conflicto, la empresa debe maximizar su valor, y no su tasa de rendimiento.

La Tasa Interna de Retorno de un proyecto de inversión es la tasa de descuento (r), que hace que el valor actual de los flujos de beneficio (positivos) sea igual al valor actual de los flujos de inversión negativos.

La TIR tiene ventajas y desventajas las cuales son:

Ventajas:

- Toma en cuenta todos los flujos y su distribución en el tiempo.
- Sí pondera intrínsecamente la importancia de la inversión inicial.
- Si el TIR es mayor que K (Cálculo del costo de capital), se garantiza cubrir la inversión, el costo financiero y generar un excelente que incrementa la riqueza de la empresa.

Desventajas:

- No maximiza la ganancia, que es el objetivo de la empresa.
- No conduce a decisiones óptimas ante proyectos con vidas económicamente desiguales, por lo que no se recomienda usarlo.

Es posible que se presenten varios TIR en un solo proyecto.

Para calcular la TASA INTERNA DE RETORNO, se aplica la siguiente fórmula:

$$TIR = T_m + DT \left(\frac{VAN T_m}{VAN T_m - VAN T_M} \right)$$

En donde:

TIR = TASA INTERNA DE RETORNO.

T_m = TASA MENOR DE DESCUENTO PARA ACTUALIZACIÓN.

DT = DIFERENCIA DE TASA DE DESCUENTO PARA ACTUALIZACIÓN.

VAN Tm = VALOR ACTUAL DE LA TASA MENOR.

VAN TM = VALOR ACTUAL DE LA TASA MAYOR.

Criterios de decisión

Cuando se usa la TIR para tomar las decisiones de aceptar o rechazar, los criterios de decisión son los siguientes:

- Si la TIR es mayor que el costo de capital, se acepta el proyecto.
- Si la TIR es menor que el costo de capital, se rechaza el proyecto.

Estos criterios garantizan que la empresa gane por lo menos su rendimiento requerido. Este resultado debería aumentar el valor de mercado de la empresa y, por lo tanto, la riqueza de sus dueños.

Cuadro N° 84: Tasa Interna de Retorno

$$TIR = Tm + Dt \left(\frac{VAN_{MENOR}}{VAN_{MENOR} - VAN_{MAYOR}} \right)$$

ACTUALIZACION					
AÑOS	FLUJO NETO	FACTOR ACT.	VAN MENOR	FACTOR ACT.	VAN MAYOR
		33,00%		34,00%	
0	-237.798,78		-237.798,78		-237.798,78
1	41.173,99	0,751880	30.957,89	0,746269	30.726,86
2	58.802,85	0,565323	33.242,61	0,556917	32.748,30
3	76.459,78	0,425055	32.499,61	0,415610	31.777,42
4	93.599,77	0,319590	29.913,57	0,310156	29.030,57
5	111.841,33	0,240293	26.874,73	0,231460	25.886,80
6	129.627,79	0,180672	23.420,07	0,172731	22.390,79
7	146.794,64	0,135843	19.941,08	0,128904	18.922,42
8	165.174,71	0,102138	16.870,60	0,096197	15.889,31
9	182.998,09	0,076795	14.053,41	0,071789	13.137,22
10	248.680,17	0,057741	14.359,02	0,053574	13.322,73
			4.333,81		-3.966,36
		4333,81			
TIR = 33+ 1 (-----)					
4.333,81 + 3.966,36					
TIR =	33,52%				

Elaborado por: Luz Isabel Ordóñez Guamán

La tasa interna de retorno del 33.52% nos demuestra que mayor al costo de oportunidad del 11.85%, por lo tanto, el proyecto es factible

Valor Actual Neto o Valor presente

Valor actual neto (VAN) también conocido como Valor presente este es uno de los métodos financieros que tiene como objetivo tomar en cuenta los flujos de efectivo en función del tiempo.

Consiste en encontrar la diferencia entre el valor actualizado de los flujos de beneficio y el valor actualizado de las inversiones y otros egresos de efectivo. La tasa que éste utiliza para descontar los flujos es el rendimiento mínimo aceptable de la empresa (K), por debajo del cual los proyectos de inversión no deben ser ejecutados.

El valor presente neto (VPN) se obtiene restando la inversión inicial de un proyecto (FE_0) del valor presente de sus flujos de entrada de efectivo (FE_t) descontados a una tasa (k) equivalente al costo de capital de la empresa.

Criterios de decisión

- Cuando el VPN se usa para tomar decisiones de aceptación o rechazo, los criterios de decisión son los siguientes:
- Si el VPN es mayor que \$0, el proyecto se acepta.
- Si el VPN es menor que \$0, el proyecto se rechaza.
- Si el VPN es mayor que \$0, la empresa ganará un rendimiento mayor que su costo de capital. Esta acción debería aumentar el valor de mercado de la empresa y, por consiguiente, la riqueza de sus dueños en un monto igual al VPN. Para realizar el cálculo del VANP, se lo hace a través de la siguiente fórmula.

$$\text{VANP} = \sum \text{VA}(1 \text{ a } 10) - \text{INVERSIÓN}$$

Cuadro N° 85: Valor Actual Neto			
ACTUALIZACIÓN			
AÑOS	FLUJO NETO	FACTOR 11.83%	VALOR ACTUAL
	237.798,78		
1	41.173,99	0,8942	36.818,38
2	58.802,85	0,7996	47.019,90
3	76.459,78	0,7150	54.671,13
4	93.599,77	0,6394	59.846,87
5	111.841,33	0,5718	63.945,60
6	129.627,79	0,5113	66.274,76
7	146.794,64	0,4572	67.112,27
8	165.174,71	0,4088	67.526,92
9	182.998,09	0,3656	66.899,31
10	248.680,17	0,3269	81.293,89
			611.409,05
Inversión			396.899,52
$VANP = \sum VA(1 \text{ a } 10) - INVERSIÓN$			
VANP =	611409,05 - 237798,78		
VANP =	214.509,53		

Elaborado por: Luz Isabel Ordóñez Guamán

Al tener un VAN positivo significa que el valor de la empresa aumentará durante su etapa de operación.

7.2. RELACION BENEFICIO-COSTO

La **relación Beneficio/Costo (B/C)** toma los ingresos y egresos presentes netos del estado de resultado, para determinar cuáles son los **beneficios** por cada dólar que se sacrifica en el proyecto. Cuando se menciona los ingresos netos, se hace referencia a los ingresos que efectivamente se recibirán en los años proyectados.

Para realizar el cálculo de la R/B-C, se trae a valor presente los ingresos netos de efectivo asociados con el proyecto.

Se trae a valor presente los egresos netos de efectivo del proyecto.

Se establece la relación entre el VPN de los Ingresos y el VPN de los egresos.

Importante aclarar que en la B/C se debe tomar los precios sombra o precios de cuenta en lugar de los precios de mercado. Estos últimos no expresan necesariamente las oportunidades socio-económicas de toda la colectividad que se favorece con el proyecto, de ahí su revisión, o mejor, su conversión a precios sombra.

Criterios de decisión

- Si el resultado es mayor que 1, significa que los ingresos netos son superiores a los egresos netos.
- Si el resultado es igual a 1, los beneficios igualan a los sacrificios sin generar riqueza alguna. Por tal razón sería indiferente ejecutar o no el proyecto.

Cuadro N° 86: Relación Beneficio/Costo (actualización de ingresos)			
ACTUALIZACIÓN			
AÑOS	INGRESO ORIGINAL	FACTOR 11.85%	VALOR ACTUAL
1	152.100,00	0,8941	135.985,70
2	179.478,00	0,7993	143.462,78
3	207.025,00	0,7146	147.949,95
4	234.749,45	0,6389	149.989,42
5	262.660,22	0,5712	150.042,53
6	290.766,63	0,5107	148.500,75
7	319.078,47	0,4566	145.695,31
8	347.605,99	0,4082	141.905,54
9	376.359,99	0,3650	137.366,09
10	405.351,79	0,3263	132.273,31
	TOTAL		1.433.171,37

Elaborado por: Luz Isabel Ordóñez Guamán

Cuadro N° 87: Actualización de Egresos			
A C T U A L I Z A C I Ó N			
AÑOS	COSTO ORIGINAL	FACTOR 11.85%	VALOR ACTUAL
1	87.492,77	0,8941	78.223,31
2	88.281,24	0,7993	70.566,15
3	89.203,77	0,7146	63.749,27
4	91.105,49	0,6389	58.210,40
5	91.502,59	0,5712	52.270,12
6	124.671,29	0,5107	63.672,30
7	95.475,40	0,4566	43.595,29
8	96.280,76	0,4082	39.305,34
9	98.160,77	0,3650	35.827,30
10	101.242,98	0,3263	33.037,34
	TOTAL		538.456,82

Elaborado por: Luz Isabel Ordóñez Guamán

RBC = (Sumatoria de Ingresos Actualizados / Sumatoria de Costos Actualizados) -1

RBC = 2,661627284

RBC = 1,661627284

Esto significa que por cada dólar invertido se obtiene un dólar con sesenta y seis centavos de dólar americano de rentabilidad.

7.3. PERIODO DE RECUPERACION DE LA INVERSION

El periodo de recuperación de la inversión - PRI - es uno de los métodos que en el corto plazo puede tener el favoritismo de algunas personas a la hora de evaluar sus proyectos de inversión. Por su facilidad de cálculo y aplicación, el Periodo de Recuperación de la Inversión es considerado un indicador que mide tanto la liquidez del proyecto como también el riesgo relativo pues permite anticipar los eventos en el corto plazo.

El Período de Recuperación de la Inversión. Es un instrumento que permite medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su costo o inversión inicial.

Cómo se calcula el estado de Flujo Neto de Efectivo (FNE).

Para calcular los FNE debe acudir a los pronósticos tanto de la

inversión inicial como del estado de resultados del proyecto. La inversión inicial supone los diferentes desembolsos que hará la empresa en el momento de ejecutar el proyecto (año cero). Por ser desembolsos de dinero debe ir con signo negativo en el estado de FNE.

Del estado de resultados del proyecto (pronóstico), se toman los siguientes rubros con sus correspondientes valores: los resultados contables (utilidad o pérdida neta), la depreciación, las amortizaciones de activos diferidos y las provisiones. Estos resultados se suman entre sí y su resultado, positivo o negativo será el flujo neto de efectivo de cada periodo proyectado.

Cuadro N° 88: Período de Recuperación del Capital		
AÑOS	FLUJO NETO	FLUJO ACUM.
	(237.798,78)	
1	41.173,99	41.173,99
2	58.802,85	99.976,85
3	76.459,78	176.436,63
4	93.599,77	270.036,39
5	111.841,33	
6	129.627,79	
7	146.794,64	
8	165.174,71	
9	182.998,09	
10	248.680,17	

Elaborado por: Luz Isabel Ordóñez Guamán

PRC = Año q' supera inversión + (Inversión - Sumator. Prim.flujos / Flujo año q' sup.inv.)

$$PRC = 4 + ((237798,78- 270036,39)/93599,77)$$

$$PRC = 4 - 0,34441976 = 3.66$$

3 años

$$0,66 \times 12 =$$

7,92 7 meses

$$0,92 \times 30$$

27,6 28 días

Significa que la inversión se recupera en 3 años, 7 meses y 28 días.

7.4. ANALISIS DE SENSIBILIDAD

El **análisis de sensibilidad** es un término financiero, muy utilizado en las empresas para tomar decisiones de inversión, que consiste en calcular los nuevos flujos de caja y el VAN (en un proyecto, en un negocio, etc.), al cambiar una variable (la inversión inicial, la duración, los ingresos, la tasa de crecimiento de los ingresos, los costes, etc.) De este modo teniendo los nuevos flujos de caja y el nuevo VAN podremos calcular y mejorar nuestras estimaciones sobre el proyecto que vamos a comenzar en el caso de que esas variables cambiasen o existiesen errores de apreciación por nuestra parte en los datos iniciales.

Para hacer el análisis de sensibilidad tenemos que comparar el VAN antiguo con el VAN nuevo y nos dará un valor que al multiplicarlo por cien nos da el porcentaje de cambio.

El criterio de decisión basado en el análisis de sensibilidad es el siguiente: el coeficiente es > 1 el proyecto es sensible, los cambios reducen o anulan la rentabilidad.

Si el coeficiente es < 1 el proyecto no es sensible, los cambios no afectan la rentabilidad.

Si el coeficiente es $= 1$ no hay efectos sobre el proyecto.

Cuadro N° 89: Análisis de Sensibilidad con el incremento del 58,60 en los Costos

AÑOS	COSTO TOTAL	COSTO TOTAL	INGRESO	ACTUALIZACIÓN				
	ORIGINAL	ORIGINAL	ORIGINAL	FLUJO NETO	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL
		74,00%			25,00%		26,00%	
						-237.798,78		-237.798,78
1	87.492,77	152.237,42	152.100,00	-137,42	0,80000	-109,94	0,79365	-109,06
2	88.281,24	153.609,35	179.478,00	25.868,65	0,64000	16.555,93	0,62988	16.294,18
3	89.203,77	155.214,56	207.025,00	51.810,44	0,51200	26.526,95	0,49991	25.900,35
4	91.105,49	158.523,55	234.749,45	76.225,90	0,40960	31.222,13	0,39675	30.242,69
5	91.502,59	159.214,51	262.660,22	103.445,71	0,32768	33.897,09	0,31488	32.573,15
6	124.671,29	216.928,05	290.766,63	73.838,59	0,26214	19.356,34	0,24991	18.452,71
7	95.475,40	166.127,20	319.078,47	152.951,26	0,20972	32.076,20	0,19834	30.336,07
8	96.280,76	167.528,52	347.605,99	180.077,46	0,16777	30.211,99	0,15741	28.346,21
9	98.160,77	170.799,75	376.359,99	205.560,24	0,13422	27.589,83	0,12493	25.680,54
10	101.242,98	176.162,78	405.351,79	229.189,00	0,10737	24.608,98	0,09915	22.724,19
						4.136,72		-7.357,76

$$NTIR = T_m + Dt \left(\frac{VAN_{MENOR}}{VAN_{MENOR} - VAN_{MAYOR}} \right)$$

$$NTIR = 25 + 1 \left(\frac{4136,72}{4.136,72 - 7357,76} \right)$$

NTIR =	25,36%	TIR DEL PROYECTO =	33,52%
--------	--------	--------------------	--------

1) DIFERENCIA DE TIR	2) PORCENTAJE DE VARIACIÓN	3) SENSIBILIDAD
Dif.Tir. = Tir proy. - Nueva Tir	% Var. = (Dif. Tir / Tir del proy.) *100	Sensib. = % Var./ Nueva Tir
Dif.Tir.= 8,16%	% Var. = 24,35%	Sensibilidad = 0,9601315

Elaborado por: Luz Isabel Ordóñez Guamán

Cuadro N° 90: Análisis de Sensibilidad con la disminución del 26,60% en los Ingresos

AÑOS	COSTO TOTAL ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL
			30,00%		25,00%		26,00%	
						-237.798,78		-237.798,78
1	87.492,77	152.100,00	106.470,00	18.977,23	0,8000	15.181,78	0,7937	15.061,29
2	88.281,24	179.478,00	125.634,60	37.353,36	0,6400	23.906,15	0,6299	23.528,19
3	89.203,77	207.025,00	144.917,50	55.713,73	0,5120	28.525,43	0,4999	27.851,63
4	91.105,49	234.749,45	164.324,62	73.219,13	0,4096	29.990,55	0,3968	29.049,75
5	91.502,59	262.660,22	183.862,16	92.359,56	0,3277	30.264,38	0,3149	29.082,33
6	124.671,29	290.766,63	203.536,64	78.865,35	0,2621	20.674,08	0,2499	19.708,93
7	95.475,40	319.078,47	223.354,93	127.879,52	0,2097	26.818,28	0,1983	25.363,38
8	96.280,76	347.605,99	243.324,19	147.043,43	0,1678	24.669,79	0,1574	23.146,28
9	98.160,77	376.359,99	263.451,99	165.291,22	0,1342	22.185,01	0,1249	20.649,75
10	101.242,98	405.351,79	283.746,25	182.503,27	0,1074	19.596,14	0,0992	18.095,28
						4.012,82		-6.261,97

$$NTIR = Tm + Dt \left(\frac{VAN_{MENOR}}{VAN_{MENOR} - VAN_{MAYOR}} \right)$$

4.012,82

$$NTIR = 21+1 \left(\frac{4.012,82}{-6.261,97} \right)$$

4.012,82

- 6.261,97

NTIR = 25,39%

TIR DEL PROYECTO = 33,52%

1) DIFERENCIA DE TIR

Dif.Tir. = Tir proy. - Nueva Tir

Dif.Tir.= **8,13%**

2) PORCENTAJE DE VARIACIÓN

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

% Var. = **24,26%**

3) SENSIBILIDAD

Sensib. = % Var./ Nueva Tir

Sensibilidad = **0,9553695**

Elaborado por: Luz Isabel Ordóñez Guamán

h. CONCLUSIONES.

De acuerdo con el proyecto desarrollado se plantean las siguientes conclusiones:

- Se cuenta con el diseño para implementar un Jardín Botánico en la Parroquia Puerto Francisco de Orellana, debido a que existen especies de la zona muy importantes y que requieren protección, además de condiciones del clima y suelo que favorecen su prendimiento y crecimiento, así como el espacio físico que será para la siembra de las plantas alimenticias, maderables y medicinales por su sabia, hojas, cascara del tallo y raíces.
- La propuesta se plantea con la finalidad de rescatar toda la flora y la fauna del sector principalmente de la provincia de Orellana.
- La implementación del Jardín Botánico con fines turísticos y culturales tiene como meta que los turistas se recree en un ambiente natural y goce de la naturaleza brindada por la flora y a su vez culturre el valor y la conservación de las especies vegetales.
- Que, al realizar el análisis del estudio técnico, se cuenta con los espacios físicos, técnicos y tecnológicos para implementar el Jardín Botánico "Guayusa", así como la ubicación del mismo cuenta con todos los servicios necesarios y se encuentra en un lugar estratégico.
- Que de acuerdo al estudio económico-financiero, el monto de la inversión es de \$ 237.798.78 y que estará financiado por el aporte de los socios en un 33% y con financiamiento de la Corporación Financiera Nacional el 67%.
- Que la evaluación financiera arroja resultados favorables para que el proyecto pueda ser puesto en ejecución: LA TIR que representa el 33.52% que es mayor que el costo de oportunidad del 11.85%; el VAN que es mayor que la inversión en ese caso es de \$ 214.509.53 frente a \$ 237.798.78 que es la inversión; la Relación Beneficio-Costo que nos da una rentabilidad de \$ 1.66 por cada dólar invertido; la recuperación del capital que se realiza en 3 años, 7 meses y 28 días; y, el análisis de sensibilidad que nos determina que el proyecto no es sensible con incremento en los costos del 74% y una disminución en los ingresos del 30%.

i. RECOMENDACIONES

Se ha llegado a las siguientes recomendaciones:

- Mantener el Jardín Botánico con especies forestales y ornamentales, continuar con su implementación con las especies de acuerdo al diseño establecido.
- Realizar alianzas estratégicas con escuelas, colegios y en especial con universidades, para que visiten el Jardín Botánico.
- Que las autoridades cantonales y provinciales, brinden el apoyo necesario para la implementación de este tipo de emprendimientos y se puede coadyuvar al desarrollo del cantón, la provincia y el país en general.
- Que el personal que labore en el Jardín Botánico, se contrate de la localidad.
- Que el Jardín Botánico sea promocionado en una forma eficaz y efectiva para posicionarlo en el mercado local, cantonal, provincial, nacional e internacionalmente, por su autenticidad y variedad de especies y con el tiempo se lo declare Patrimonio Natural.

j. BIBLIOGRAFÍA

- ❖ Borello Antonio (2001). - El Plan de negocios
- ❖ Botanic Garden Conservation Internacional (BGCI). 2000. El Manual Técnico Darwin para Jardines Botánicos. Londres, Reino Unido. 4pg.
- ❖ Cajilema R. 2002. Caracterización botánica de especies en el campus de “El Zamorano”.
- ❖ Cevallos José. Ing. Poligrafiado de Botánica Sistemática. 2000
- ❖ Cifuentes Miguel. 2001. Capacidad de carga turística de las áreas de uso público del Monumento Nacional Guayabo. WWF Centroamérica – Costa Rica. 75pp.
- ❖ Cuvi, Pablo; Ecuador, Paso a Paso, Guía Turística; Editorial Norma S.A.; Colombia; 2000; Pág. 94, 95.
- ❖ Fernández, A. (2004). - Investigación y técnicas de mercado.
- ❖ INEC, VII Censo de Población y VI de Vivienda, 28 de Noviembre de 2010.
- ❖ Linares, E., Hernández, C. 2002. La Educación en los jardines botánicos: un mundo de ideas. México. 97 p.
- ❖ Mogens Thomsen. - El Plan de negocios dinámico, 2003
- ❖ Reyes Ponce, Agustín., Administración de Empresas., Edit. Limusa., México., 2008.
- ❖ Stutely Richard. - El Plan de negocios. - Una decisión inteligente, 2004
- ❖ Subdirección de gestión y desarrollo turístico iTUR – G.A.D.M.F.O
- ❖ Velasco Félix. - Aprender a elaborar un Plan de negocios, 2002
- ❖ Velásquez, Ramiro., Administración de Empresas., Edit. Norma S.A., Vol. 4., 2008.
- ❖ Viniegra Sergio. - Entendiendo el Plan de negocios, 2005

→ Netgrafía

- hardvard bussines press año 2009 crear un plan de negocios. 1ª edición: abril
- http://www.concyteq.edu.mx/amjb/repositorio/documentos/publ_esp/1_Jardines_Botanicos_Conceptos_Operacion_y_Manejo_2006.pdf

- http://www.concyteq.edu.mx/amjb/repositorio/documentos/publ_esp/1_Jardines_Botanicos_Conceptos_Operacion_y_Manejo_2006.pdf
- http://www.concyteq.edu.mx/amjb/repositorio/documentos/publ_esp/1_Jardines_Botanicos_Conceptos_Operacion_y_Manejo_2006.pdf
- http://www.concyteq.edu.mx/amjb/repositorio/documentos/publ_esp/1_Jardines_Botanicos_Conceptos_Operacion_y_Manejo_2006.pdf
- [ww.sev.gob.mx/servicios/publicaciones/serie_hcyt/jardines_botanicos.pdf](http://www.sev.gob.mx/servicios/publicaciones/serie_hcyt/jardines_botanicos.pdf)
- Líneas de latitud y longitud
- <http://www.monografias.com/trabajos81/geografia-general/geografia-general2.shtml#ixzz3delitkPC>
- <http://www.monografias.com/trabajos81/geografia-general/geografia-general2.shtml#ixzz3delitkPC>
- <http://www.monografias.com/trabajos81/geografia-general/geografia-general2.shtml#ixzz3del9fsCN>
- <http://www.planificacion.gob.ec/senplades-apoya-la-planificacion-de-las-nacionalidades-de-orellana/>
- <http://www.revistaohlala.com/1368508-que-es-la-huasca>
- <http://www.explored.com.ec/noticias-ecuador/trece-plantas-medicinales-en-peligro-105394.html>
- http://www.regmurcia.com/servlet/s.SI?sit=c,543,m,2719&r=ReP-20558-DETALLE_REPORTAJESPADRE 2009

k. ANEXOS

Anexo N° 1: Diseño de la Encuesta



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
FACULTAD JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA DE: INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA
ENCUESTA

Estimado amigo/a muy buenos días/buenas tardes, el objetivo de la encuesta es conocer su perspectiva para la creación del jardín botánico “Guayusa”, en la Parroquia Puerto Francisco de Orellana, por lo que necesitamos su mayor sinceridad al momento de responder a las preguntas, ya que de esta depende la viabilidad del proyecto.

DATOS INFORMATIVOS:	
1.- Género:	Masculino: <input type="checkbox"/> Femenino: <input type="checkbox"/>
2.- Edad: años
3.- Nivel de estudios:	Primaria: <input type="checkbox"/> Secundaria: <input type="checkbox"/>
Otros especifiquen

1.- ¿Cree usted que la Parroquia Puerto Francisco de Orellana posee un potencial turístico?

SI NO

2.- ¿Considera usted que dentro de la Parroquia Puerto Francisco de Orellana es necesario la creación de un jardín botánico?

SI NO

3.- ¿Con la creación del jardín botánico sería más frecuente la visita de turistas extranjeros en la Parroquia Puerto Francisco de Orellana?

SI NO

4.- En que temporadas le gustaría visitar un jardín botánico?

En vacaciones

En feriados

O tiempo libre

5.- ¿Qué tipo de alimentación le gustaría recibir, al visitar un jardín botánico?

Platos internacionales

Platos nacionales

Platos locales

Platos típicos

6.- ¿A qué distancia de la Av. Principal le gustaría que este ubicado el jardín botánico?

100 metros

150 metros

200 metros

Más de 200 metros

7.- ¿Le gustaría donar plantas frutales, medicinales y ornamentales para el jardín botánico?

SI

NO

8.- ¿Le gustaría colaborar para el cuidado de las plantas del jardín botánico?

SI

NO

9.- ¿Cree usted que, con la creación de un jardín botánico, sería de gran ayuda para recuperar la biodiversidad?

SI

NO

10.- ¿Le gustaría que el jardín botánico exista un centro de información?

SI

NO

¡GRACIAS POR SU GRATA ATENCIÓN!

Anexo N° 2: Fotografías del terrero del jardín botánico

Fotografía N°1: Registro de información del terreno



Fuente: Trabajo de Campo

Elaborado por: Luz Isabel Ordóñez Guamán

Fotografía N°2: Exploración del terreno



Fuente: Trabajo de Campo

Elaborado por: Luz Isabel Ordóñez Guamán

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CONTENIDO	PÁG.
PORTADA	I
CERTIFICACIÓN	II
AUTORÍA	III
CARTA DE AUTORIZACIÓN	IV
DEDICATORIA	V
AGRADECIMIENTO	VI
a. TÍTULO	1
b. RESUMEN	2
ABSTRACT	4
c. INTRODUCCIÓN	6
d. REVISIÓN DE LITERATURA	9
e. MATERIALES Y MÉTODOS	56
f. RESULTADOS	62
g. DISCUSIÓN	158
h. CONCLUSIONES	170
i. RECOMENDACIONES	171
j. BIBLIOGRAFÍA	172
k. ANEXOS	174
ÍNDICE DE CONTENIDOS	177