



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

ÁREA JURIDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA

“EVALUACIÓN ADMINISTRATIVA, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE LA METODOLOGÍA CANVAS, PARA PROPONER EL PLAN DE NEGOCIOS EN EL HOSTAL JIREH, EN LA CIUDAD MATRIZ DEL CANTÓN TENA, PROVINCIA DE NAPO.”

Tesis previa a optar el Título de
Ingeniera en Administración
Turística.

AUTORA: Sandra Milena Sánchez Yauripoma

DIRECTOR DE TESIS: Ing. Washington Enrique Villacís Zapata Mg. Sc.

Loja - Ecuador

2016

AUTORIZACIÓN DEL DIRECTOR DE TESIS

Ing. Washington Enrique Villacís Zapata Mg. sc.

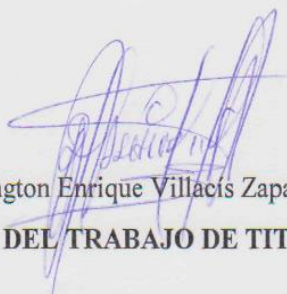
**DOCENTE DE LA CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN
TURÍSTICA DEL PLAN DE CONTINGENCIA DE LA UNIVERSIDAD
NACIONAL DE LOJA, SEDE TENA.**

CERTIFICA

Que la presente tesis titulada “EVALUACIÓN ADMINISTRATIVA, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE LA METODOLOGÍA CANVAS, PARA PROPONER EL PLAN DE NEGOCIOS EN EL HOSTAL JIREH, EN LA CIUDAD MATRIZ DEL CANTÓN TENA, PROVINCIA DE NAPO.” desarrollada por la señora Sandra Milena Sánchez Yauripoma, ha sido elaborada bajo mi dirección y cumple con los requisitos de fondo y de forma que exigen los respectivos reglamentos e instructivos.

Por ello autorizo su presentación y sustentación.

Tena, 08 de Diciembre de 2015

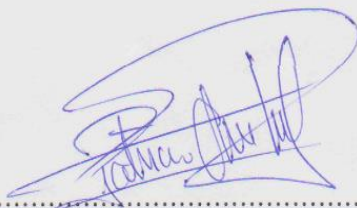

Ing. Washington Enrique Villacís Zapata Mg. Sc
DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR

Tena, 19 de Abril de 2016

Los miembros del Tribunal de Grado abajo firmantes, certificamos que el trabajo de titulación denominado, **“EVALUACIÓN ADMINISTRATIVA, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE LA METODOLOGÍA CANVAS, PARA PROPONER EL PLAN DE NEGOCIOS EN EL HOSTAL JIREH, EN LA CIUDAD MATRIZ DEL CANTÓN TENA, PROVINCIA DE NAPO.”** Presentada por la señora **Sandra Milena Sánchez Yauripoma**, de la carrera de Ingeniería en Administración Turística de la Universidad Nacional de Loja sede Tena , ha sido corregida y revisada; por lo que autorizamos su presentación.

Atentamente,



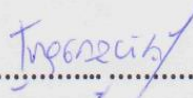
.....
LIC. DIEGO PATRICIO CHIRIBOGA COCA., MG.SC.

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL



.....
ING. JORGE FABIÁN YÁNEZ
PALACIOS., MG.SC.

MIEMBRO DEL TRIBUNAL



.....
ING. FAUSTO RAMIRO GARCIA
VASCO., MG.SC.

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

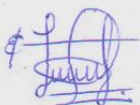
AUTORÍA

Yo, **SANDRA MILENA SÁNCHEZ YAURIPOMA**, declaro ser autora del presente Trabajo de Titulación y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales por el contenido de la misma.

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

AUTORA: Sandra Milena Sánchez Yauripoma

FIRMA:



CÉDULA: 0604476077

FECHA: Loja, 21 de Abril de 2016

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

Yo, **Sandra Milena Sánchez Yauripoma**, declaro ser autora del Trabajo de Titulación denominado **“EVALUACIÓN ADMINISTRATIVA, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE LA METODOLOGÍA CANVAS, PARA PROPONER EL PLAN DE NEGOCIOS EN EL HOSTAL JIREH, EN LA CIUDAD MATRIZ DEL CANTÓN TENA, PROVINCIA DE NAPO.”** como requisito para optar por 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 producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el repositorio Digital Institucional.

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el Repositorio Digital Institucional, en las redes informáticas del país y del exterior, con las cuales tengan convenios 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 21 días del mes de abril del 2016 firma la Autora:

AUTORA: Sandra Milena Sánchez Yauripoma

FIRMA 

DIRECCIÓN: Calle Rubén Lerzon y Av. Del Chofer

CÉDULA: 0604476077

CORREO ELECTRONICO: sandyokey@hotmail.com

TELÉFONO: 2846457

CELULAR: 0987732885

DATOS COMPLEMENTARIOS

Director de tesis: Ing. Washington Enrique Villacís Zapata Mg. Sc

Tribunal de grado:

Lic. Diego Patricio Chiriboga Coca., MG.SC. (Presidente)

Ing. Jorge Fabián Yáñez Palacios., MG.SC. (Miembro)

Ing. Fausto Ramiro García Vasco., MG.SC. (Miembro)

DEDICATORIA

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

A mi familia quienes por ellos soy lo que soy. A mi mama y mi papa gracias por su apoyo, consejos, comprensión, amor, ayuda en los momentos difíciles, y por ayudarme con los recursos necesarios para poder culminar mi carrera. Me han dado todo lo que soy como persona, mis valores, mis principios, mi carácter, mi empeño, mi perseverancia, etc.

A mis hermanos por estar siempre presentes, acompañándome para poderme realizar. Sin duda agradecer a mi esposo y mi hermoso hijo quienes han sido mi motor, mi motivación, mi inspiración y felicidad para seguir adelante.

Sandra Milena Sánchez Yauripoma

AGRADECIMIENTO

Primero Le agradezco a Dios por haberme acompañado y guiado a lo largo de mi carrera, por ser mi fortaleza en los momentos de debilidad y por brindarme una vida llena de aprendizajes, experiencias y sobre todo felicidad.

Segundo le doy gracias a mis padres por apoyarme en todo momento, por los valores que me han inculcado, y por haberme dado la oportunidad de tener una excelente educación en el transcurso de mi vida. Sobre todo por ser un excelente ejemplo de vida a seguir.

A la UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA por darme la oportunidad de haber seguido estudiando y culminar mi estudio profesional.

A mi director de tesis, Ing. Washington Villacis por su esfuerzo y dedicación, quien con sus conocimientos, su experiencia, su paciencia y su motivación ha logrado en mí que pueda terminar mi tesis con éxito.

A la coordinadora de carrera Ing. Lorena Yáñez quien supo guiarnos durante toda nuestra carrera profesional; de igual manera al Lic. Diego Chiriboga. También me gustaría agradecer a mis profesores durante toda mi carrera profesional porque todos han aportado con un granito de arena a mi formación.

Además son muchas las personas que han formado parte de mi vida profesional a las que me encantaría agradecerles su amistad, consejos, apoyo, ánimo y compañía en los momentos más difíciles de mi vida. Algunas están aquí conmigo y otras no, pero sin importar en donde estén quiero darles las gracias por formar parte de mí, por todo lo que me han brindado y por todas sus bendiciones.

Sandra Milena Sánchez Yauripoma

ÍNDICE DE CONTENIDOS

No	Contenido	Pág.
	PORTADA.....	i
	AUTORIZACIÓN	ii
	CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR	iii
	AUTORÍA.....	iv
	CARTA DE AUTORIZACIÓN.....	v
	DEDICATORIA	vi
	AGRADECIMIENTO	vii
	ÍNDICE DE CONTENIDOS	viii
	ÍNDICE DE TABLAS	xiii
	ÍNDICE DE FIGURAS.....	xvi
	ÍNDICE DE CUADROS.....	xvii
	ÍNDICE DE ANEXOS.....	xviii
A.	TÍTULO.....	1
B.	RESUMEN.....	2
	ABSTRACT	3
C.	INTRODUCCIÓN	4
D.	REVISIÓN DE LITERATURA	6
4.1	Evaluación Administrativa	6
4.1.1	Planeación	7
4.1.2	Organización e Integración	9
4.1.3	Dirección	10
4.14	El Control y la Evaluación.....	11
4.2	Metodología CANVAS	12
4.2.1	Segmentación.....	13
4.2.2	Propuesta de Valor.....	16

4.2.3	Canales de Comunicación y Distribución.....	17
4.2.4	Clientes	18
4.2.5	Fuentes Económicas.....	20
4.2.6	Recursos.....	21
4.2.7	Actividades Clave	23
4.2.8	Socios Clave.....	24
4.2.9	Costos.....	25
4.3	Plan de Negocios	26
4.3.1	Propósitos del Plan de Negocios.....	27
4.3.2	Elementos del Plan de Negocios	28
4.4	Marco Legal.....	30
4.5	Marco Conceptual.....	34
E.	MATERIALES Y MÉTODOS	36
5.1.	Materiales	36
5.1.1.	Equipo	36
5.1.2.	Insumos	36
5.2.	Métodos	37
5.2.1	Ubicación del área de estudio	37
5.2.1.	Ubicación Política.....	37
5.3.	Aspectos Biofísicos y Climáticos	40
5.3.1	Aspectos Biofísicos.....	40
5.3.2	Aspectos Climáticos.....	46
5.4	Tipo de Investigación	49
5.5	Realizar el Diagnóstico Situacional del Área de Estudio	49
5.5.1	Recolección de Información	50
5.5.2	Análisis e Interpretación de Encuestas.....	52
5.5.3	Inventario de Atractivos Turísticos de la ciudad Matriz del cantón Tena	53

5.6	Establecer la Evaluación Administrativa al Hostal Jireh, mediante la aplicación de la Metodología CANVAS.....	53
5.6.1	Segmentación de Mercado	54
5.6.2	Propuesta de Valor	54
5.6.3	Canales de Distribución	54
5.6.4	Clientes	54
5.6.5	Fuentes Económicas.....	55
5.6.6	Recursos Clave.....	55
5.6.7	Actividades Clave	55
5.6.8	Socios Clave.....	55
5.6.9	Costos.....	56
5.7	Determinar el Diseño del Plan de Negocios en el Hostal Jireh	56
5.7.1	Segmentación de Mercado	56
5.7.2	Propuesta de Valor	56
5.7.3	Canales de Distribución	57
5.7.4	Clientes	57
5.7.5	Fuentes Económicas.....	57
5.7.6	Recursos Clave.....	57
5.7.7	Actividades Clave	58
5.7.8	Socios Clave.....	58
5.7.9	Costos.....	58
5.8	Organizar la Socialización del Plan de Negocios en el Hostal Jireh	59
F.	RESULTADOS	60
6.1	Realizar el Diagnóstico Situacional del Área de Estudio.	60
6.1.1	Recolección de Información	60
6.1.2	Análisis e Interpretación de las Encuestas	71
6.1.3	Inventario de Atractivos Turísticos.....	83

6.2	Establecer la Evaluación Administrativa al Hostal Jireh, mediante la Aplicación de la Metodología CANVAS.	85
6.2.1	Segmentación de Mercado	85
6.2.2	Propuesta de Valor	86
6.2.3	Canales de Distribución	88
6.2.4	Clientes	88
6.2.5	Fuentes Económicas.....	88
6.2.6	Recursos Clave.....	89
6.2.7	Actividades Clave	90
6.2.8	Socios Clave.....	90
6.2.9	Costos.....	91
6.3	Determinar el Diseño del Plan de Negocios en el Hostal Jireh	92
6.3.1	Segmentación de Mercado.....	92
6.3.2	Propuesta de Valor	94
6.3.3	Canales de Comunicación y Distribución.....	104
6.3.4	Clientes	106
6.3.5	Fuentes Económicas.....	106
6.3.6	Recursos Clave.....	108
6.3.7	Actividades Clave	115
6.3.8	Socios Clave.....	120
6.3.9	Costos.....	120
6.4	Organizar la Socialización del Plan de Negocios en el Hostal Jireh	131
G.	DISCUSIÓN	135
7.1	Realizar el Diagnóstico Situacional del Área de Estudio	135
7.2	Establecer la Evaluación Administrativa al Hostal Jireh, mediante la aplicación de la Metodología CANVAS.....	136
7.3	Determinar el Diseño del Plan de Negocios en el Hostal Jireh	137
H.	CONCLUSIONES.....	139

I.	RECOMENDACIONES	140
J.	BIBLIOGRAFÍA.....	141
K.	ANEXOS.....	144

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla No.	Descripción	Pág.
Tabla 1	Mecanismo de Fijación de precios.....	21
Tabla 2	Hidrología de la ciudad matriz del cantón Tena	40
Tabla 3	Tipos de suelo de la ciudad matriz del cantón Tena	41
Tabla 4	Relieve de la ciudad matriz del cantón Tena	42
Tabla 5	Flora de la ciudad matriz del cantón Tena	43
Tabla 6	Inventario de Mamíferos de la ciudad matriz del cantón Tena.....	44
Tabla 7	Inventario de Reptiles de la ciudad matriz del cantón Tena	45
Tabla 8	Inventario de Anfibios de la ciudad matriz del cantón Tena	45
Tabla 9	Inventario de Aves de la ciudad matriz del cantón Tena	45
Tabla 10	Precipitación media mensual en estación Tena (2014).....	46
Tabla 11	Humedad Relativa Año 2013	47
Tabla 12	Temperatura Promedio (2014).....	48
Tabla 13	Composición de la Población por Edad	63
Tabla 14	Composición de la población por Sexo.....	64
Tabla 15	Indicadores de Educación	66
Tabla 16	Gasto Promedio Diario de Turistas	70
Tabla 17	Población de la Investigación	71
Tabla 18	Muestra de la Investigación	72
Tabla 19	Género de los Turistas.....	73
Tabla 20	Procedencia de los Turistas.....	74
Tabla 21	Clase de Turismo	75
Tabla 22	Frecuencia de visita a ciudad matriz del cantón Tena	76
Tabla 23	Condición Prioritaria al momento de la elección de un establecimiento hotelero.....	77
Tabla 24	Tarifa día de hospedaje	78
Tabla 25	Servicios Complementarios	79
Tabla 26	Medios de Comunicación	80
Tabla 27	Conocimiento o referencias sobre Hostal Jireh.....	81
Tabla 28	Hospedaje en Hostal Jireh.....	82
Tabla 29	Fichas de Caracterización Patrimonial Cultural del cantón Tena	85

Tabla 30	Inventario Manifestaciones Culturales del cantón Tena.....	85
Tabla 31	Fuentes Económicas 2014.....	89
Tabla 32	Balance de Resultados 2014	91
Tabla 33	Equipamiento de las habitaciones	95
Tabla 34	Capacidad Total Diaria	107
Tabla 35	Capacidad Anual del Hostal.....	107
Tabla 36	Infraestructura Hostal Jireh.....	108
Tabla 37	Distribución del Hostal Jireh	108
Tabla 38	Características del Crédito	115
Tabla 39	Tabla de amortización Crédito.....	115
Tabla 40	Socios Estratégicos	120
Tabla 41	Presupuesto de Inversión	121
Tabla 42	Equipamiento	121
Tabla 43	Equipos de Computación	121
Tabla 44	Señalética	122
Tabla 45	Resumen Inversión Fija	122
Tabla 46	Inversión Diferida	122
Tabla 47	Resumen Costos del Proyecto.....	123
Tabla 48	Insumos Directos	123
Tabla 49	Implementos de Aseo.....	124
Tabla 50	Insumos de Limpieza	124
Tabla 51	Lencería.....	124
Tabla 52	Servicios Básicos	125
Tabla 53	Gastos Personal	125
Tabla 54	Mano de Obra Directa.....	125
Tabla 55	Gastos Personal Administrativo.....	126
Tabla 56	Provisión Beneficios Sociales.....	126
Tabla 57	Suministros de Oficina.....	126
Tabla 58	Edificios	126
Tabla 59	Depreciación Activos Fijos.....	126
Tabla 60	Amortización.....	127
Tabla 61	Gastos de Ventas.....	127
Tabla 62	Estado de Producción Proyectado.....	128
Tabla 63	Estado de Pérdidas y Ganancias	129

Tabla 64	Flujo de Fondos.....	130
Tabla 65	TIR Y VAN.....	131
Tabla 66	Equipamiento requerido para la socialización	131

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura No.	Descripción	Pág.
Figura 1	Proceso Administrativo	7
Figura 2	Lienzo de modelo de negocio CANVAS	13
Figura 3	Logotipo Actual	87
Figura 4	Organigrama Actual Hostal Jireh	90
Figura 5	Proceso de Reserva	99
Figura 6	Proceso de Check In	99
Figura 7	Disponibilidad de Habitaciones	100
Figura 8	Solicitud de Implementos	100
Figura 9	Control de Asistencia.....	101
Figura 10	Organigrama Hostal Jireh	109
Figura 11	Marca y Slogan	117
Figura 12	Logotipo Hostal Jireh	119

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro No.	Descripción	Pág.
Cuadro 1	Resumen Atractivos Turísticos Naturales del cantón Tena.....	83
Cuadro 2	Inventario de Atractivos Turísticos Naturales del cantón Tena	84
Cuadro 3	Descripción Logotipo Actual Hostal Jireh	87
Cuadro 4	Segmentación del Mercado	92
Cuadro 5	Hostales de Segunda y Tercera Categoría del cantón Tena	93
Cuadro 6	Señalética de Identificación Departamentos Hostal Jireh	102
Cuadro 7	Señales Informativas	103
Cuadro 8	Agencias de viaje registradas en ciudad matriz del cantón Tena...	105
Cuadro 9	Descripción Puesto Propietaria	110
Cuadro 10	Descripción Puesto Administrador.....	111
Cuadro 11	Descripción Puesto de Recepcionista.....	112
Cuadro 12	Descripción Puesto Camarero	113
Cuadro 13	Descripción Puesto Conserje.....	114
Cuadro 14	Descripción Marca y Slogan	118
Cuadro 15	Descripción Logotipo	119
Cuadro 16	Nómina de Asistentes	133

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1	Ficha de Levantamiento Atractivo Turístico	144
Anexo 2	Formulario de Reserva	147
Anexo 3	Formulario de Ingreso	148
Anexo 4	Reporte de Disponibilidad	149
Anexo 5	Hoja de Requisiciones	150
Anexo 6	Inventario de lencería	151
Anexo 7	Isla del Amor	152
Anexo 8	Cascada Wagra Cocha	155
Anexo 9	Cascada de Wachi Yaku	158
Anexo 10	Cascada de Latas	161
Anexo 11	Playa Guiña Chimbana	164
Anexo 12	Playa Peñas Coloradas	167
Anexo 13	Playa de los Monos	170
Anexo 14	Mirador El Ceibo	173
Anexo 15	Caverna de Latas	176
Anexo 16	Playa Chocita del Río	179
Anexo 17	Ficha Tradiciones y Expresiones Orales	182
Anexo 18	Ficha Patrimonio Cultural Inmaterial	186
Anexo 19	Ficha Festividades cantón Tena	190
Anexo 20	Ficha Cavernas Jumandy	195
Anexo 21	Artesanía Kichwa	199
Anexo 22	Formato de Encuesta	203
Anexo 23	Presentación de Diapositivas para socialización	207
Anexo 24	Registro de Firmas Socialización	209
Anexo 25	Fotografías	210

A. TÍTULO

“EVALUACIÓN ADMINISTRATIVA, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE LA METODOLOGÍA CANVAS, PARA PROPONER EL PLAN DE NEGOCIOS EN EL HOSTAL JIREH, EN LA CIUDAD MATRIZ DEL CANTÓN TENA, PROVINCIA DE NAPO.”

B. RESUMEN

La ciudad matriz del cantón Tena cuenta con una gran variedad de establecimientos hoteleros entre ellos hostales de diferentes categorías. Hostal Jireh no cuenta con un Plan de Negocios que permita conocer el mercado al que se dirigen y establecer objetivos y estrategias que mejoren el servicio, la calidad y los ingresos económicos. Esta es la causa para que turistas que visitan la ciudad desconozcan su existencia y en caso de utilizar sus servicios no vuelvan a visitarlo o elijan otros sitios en la siguiente ocasión. El presente trabajo investigativo pretende contribuir a la solución de la problemática planteada con la “Evaluación Administrativa, Mediante la Aplicación de la Metodología Canvas, para proponer el Plan de Negocios en el Hostal Jireh, en la ciudad matriz del cantón Tena, provincia de Napo” para lo cual se plantearon los siguientes objetivos: Realizar el diagnóstico situacional del área de estudio; establecer la evaluación administrativa al hostal Jireh, mediante la aplicación de la metodología CANVAS; Determinar el diseño del plan de negocios en el Hostal Jireh y Organizar la socialización del Plan de Negocios en el hostal jireh. El diseño de la investigación fue no experimental bibliográfico y de campo, se emplearon los métodos, inductivo-deductivo y estadístico, como instrumentos de investigación se realizaron fichas para el levantamiento de Inventarios Turísticos y 123 encuestas aplicadas a los habitantes y turistas, entre los resultados más relevantes se determinó que el plan de negocios ofrece una utilidad neta de USD 57.565, 54 en el Estado de Resultados para el primer año, lo cual puede considerarse un resultado positivo que aportará al crecimiento económico significativo de Hostal Jireh. Se determinó un VAN de USD 186.489,81 y un TIR de 71%. Lo que establece como conclusión final que la realización de esta propuesta es factible.

Palabras Clave: Metodología CANVAS, Plan de Negocios, Segmentación, Propuesta de Valor, Canales, Clientes, Fuentes Económicas, Recursos, Actividades Claves, Socios, Clave, Costos.

ABSTRACT

The city of Canton Tena matrix has a variety of hotels including hotels of different categories. Hostel Jireh doesn't have a business plan that lets know the market to which it is addressed and to establish objectives and strategies that improve service, quality and income economical. This is the reason for tourists who visit the city don't know about the existence of this hostel and in case tourists visit the hostel, they do not wish to come back and prefer to choose another place to stay. This research study seeks to find solution to the problem with the "administrative evaluation, through the application of the CANVAS methodology to propose the business plan at the hostel Jireh, in the Matrix Canton Tena, Province of Napo." For which the followings objectives were established: conduct the situational diagnose of the study area; set the administrative evaluation of hostel Jireh through the application of the CANVAS methodology; determine the design of the business plan of hostel Jireh and organize the socialization of business plan. The design of the research was not experimental and of field, the method was used inductive-deductive and statistical, as research tools, forms were made to keep inventory of tourists and 123 surveys were performed among tourists and inhabitants, among the most relevant results, it was found that the business plan offers a net income of \$ 57.565, 54 years, for which it is determined that the application of this methodology is beneficial and generates growth for this hostel. It is determining a VAN of \$ 186.489,81 and an TIR of 71 %. Which establishes as a final conclusion that the realization of this proposal is feasible.

Palabras clave: Metodology CANVAS, Business plan, Segmentation, Value proposal, Channels, customers, economic sources, Resources Key Activities, Partners, Key, Costs.

C. INTRODUCCIÓN

El crecimiento del Turismo en el Ecuador ha sido significativo gracias a las campañas incentivadas por el Ministerio de Turismo, para captar un mercado internacional y nacional, motivando a turistas nacionales y extranjeros a conocer y explorar el país. Del mismo modo, el sector, público, privado y comunitario del país ha coordinado esfuerzos para lograr que el turismo evolucione hasta convertirse en un eje dinamizador de la economía mejorando la calidad de vida de las personas que directa o indirectamente pertenecen a este sector y propendiendo a la satisfacción de la demanda turística actual.

El trabajo investigativo propone la Evaluación Administrativa en el Hostal Jireh, en la ciudad matriz del cantón Tena, provincia de Napo, un establecimiento hotelero de tercera categoría, cuenta con más de 6 años de funcionamiento, ubicado cerca de la zona de mayor flujo turístico y a pocas cuadras del Terminal Terrestre, debido a la imperante necesidad actual de que todos los establecimientos que brindan servicios de atención al cliente cuenten con estándares de calidad con el fin de generar excelente servicio y satisfacción en el cliente local, nacional e internacional que acudan y soliciten los servicios de este establecimiento hotelero, por lo que es necesario mediante la aplicación de la metodología CANVAS proponer un Plan de Negocios.

El Objetivo General : Establecer la Evaluación Administrativa, mediante la aplicación de la metodología CANVAS, para proponer el Plan de negocios en el Hostal Jireh, en la ciudad matriz del cantón Tena, provincia de Napo; y los objetivos específicos fueron: Realizar el diagnóstico situacional del área de estudio, establecer la evaluación administrativa al hostal Jireh, mediante la aplicación de la metodología CANVAS, determinar el diseño del plan de negocios en el Hostal Jireh y organizar la socialización del Plan de Negocios en el Hostal Jireh.

El trabajo investigativo está estructurado de la siguiente manera:

Se inicia con la sección A en la que se expone el título que contiene las dos variables y delimitación de la investigación.

La Sección B expone el resumen en el que se realiza una breve exposición de la problemática, los objetivos planteados, los principales resultados encontrados y la metodología empleada.

En la sección C se presenta la introducción al tema investigado, su estructura y la metodología empleada para la realización del mismo, realizando una breve descripción sobre el contenido.

La sección D comprende la Revisión de Literatura de los principales temas que se desarrollan durante el trabajo investigativo, exponiendo los fundamentos teóricos y las investigaciones previas relevantes de otros autores.

Los Materiales y Métodos, son expuestos en la sección E, partiendo de la descripción de la ubicación política y geográfica del área de estudio, posteriormente los materiales a utilizarse para el desarrollo de la investigación, se describen los métodos empleados para cada objetivo planteado.

En la sección F, los resultados obtenidos en la investigación son presentados desarrollando los procedimientos de la Evaluación Administrativa y el Plan de Negocios con base en la metodología CANVAS.

La sección G contiene la discusión acerca de los resultados obtenidos en la investigación y su relación con las secciones anteriormente expuestas.

En la sección H e I se plantean las conclusiones y recomendaciones, respectivamente.

Para finalizar se da a conocer la bibliografía y se presentan los anexos.

D. REVISIÓN DE LITERATURA

4.1 Evaluación Administrativa

En términos generales, la evaluación se define como “. Acto de comparar y enjuiciar datos del control (reales) con datos esperados del plan (ideas), en un tiempo y espacio dado, para encontrar causas de comportamiento e introducir enmiendas necesarias y oportunas.

La evaluación administrativa consiste en enjuiciar los resultados obtenidos de la aplicación de medidas de cambio a las organizaciones. Impone, determinar los índices de eficiencia y de eficacia de los resultados. (Koontz & Wheirich, Administración: Una Perspectiva Global, 2010)

Toda evaluación administrativa parte de un Diagnóstico Situacional, el mismo que de acuerdo al criterio de (Sistema Editorial Universitario Centroamericano , 2009) Es la identificación, descripción y análisis evaluativo de la situación actual de la organización o del proceso en función de los resultados que se esperan y que fueron planteados en la misión. Es a la vez una mirada sistémica y contextual, retrospectiva y prospectiva, descriptiva y evaluativa.

El diagnóstico situacional de la empresa se realizaría con el propósito de identificar las oportunidades de mejoramiento y las necesidades de fortalecimiento para facilitar el desarrollo de la estrategia general de la empresa y su organización funcional.

La eficiencia es un índice de menor costo de producir un bien o un servicio por unidad de factor empleado, respecto a lo planeado o a normas establecidas. La eficacia es un índice de mayor logro de objetivos o metas por unidad de tiempo, respecto a lo planeado.

Para (Cámara, 2013) esta valoración se hace confrontando los logros obtenidos con los logros que se esperaban alcanzar a un mismo momento y localización. Es enfrentar el dato real o resultado de la ejecución con el dato ideal planeado, y cuestionarse por qué no resulta igual y busca las causas para corregir en la práctica o a futuro en la ejecución de las medidas de cambio. Si los datos fueran iguales, también hay que investigar las causas, para verificar que son el resultado de un proceso normal y racional y que pueden servir de “modelo” para futuras acciones. El conocimiento del proceso administrativo es de vital importancia dentro de una empresa ya que si no se ejecuta cada uno de los pasos como son la planeación, organización, dirección y control no funcionaría adecuadamente, también es fundamental tener una buena comunicación dentro de la empresa ya que una comunicación exitosa contribuirá a la correcta toma de decisiones.

Figura 1 Proceso Administrativo



Fuente: <http://www.gestiopolis.com/proceso-administrativo-planeacion-organizacion-direccion-y-control/>

4.1.1 Planeación

Cuando la administración se concibe como un proceso, la planeación es la primera función que se realiza.

Para (Koontz & Wheirich, 2010), Planear implica proyectar en forma consciente la acción futura, por tanto, es un proceso intelectual que requiere tiempo, atención y dedicación suficiente para establecerlos resultados que se esperan y la forma en que se pretende lograrlos.

A pesar de que la planeación se orienta hacia el futuro, siempre es necesario tener en cuenta el análisis de hechos e informaciones relevantes del presente y pasado, para elegir entre diversas alternativas el curso de acción que represente un alto grado de éxito en la consecución de los fines de un organismo social; puesto que el éxito difícilmente puede llegar de improviso. El ejecutar acciones según el vaivén de las circunstancias y sin ningún plan, es trabajar a ciegas.

Actualmente, el interés y la necesidad de planear se derivan del hecho de que todo organismo social opera en un medio que constantemente está experimentando cambios tecnológicos, económicos, políticos, sociales y culturales, a los que debe adaptarse; hay organizaciones que obtienen provecho de esos cambios y otras que sucumben por no considerar debidamente su influencia al planear.

Los principios de la Planeación de acuerdo al criterio de (Munch Galindo & García Jimenez, 2007) son:

- **Factibilidad.**- Lo que se planea debe ser realizable; la planeación debe apegarse a la realidad y a las condiciones objetivas que actúan en el medio ambiente, por lo tanto no deben hacerse planes que sean demasiado optimistas o ambiciosos y que no se puedan lograr.
- **Objetividad y Cuantificación.**- Cuando se planea es necesario basarse en datos reales (estadísticas, estudios de mercado, etc.), razonamientos precisos y exactos, y nunca en opiniones subjetivas, especulaciones o cálculos arbitrarios. También llamado Principio de Precisión. La cuantificación facilita la ejecución y evaluación del progreso de los planes (Ya sea en tiempo, dinero, cantidades, porcentajes, etc.).

- **Flexibilidad.**- Al elaborar un plan, es conveniente establecer márgenes de holgura que permitan afrontar situaciones imprevistas, y que proporcionen nuevos cursos de acción que se ajusten fácilmente a las condiciones.
- **Unidad.**- Todos los planes específicos de la empresa deben integrarse a un plan general, y dirigirse al logro de los propósitos y objetivos generales, de tal manera que sean consistentes en cuanto a su enfoque, y armónicos en cuanto a su equilibrio e interrelación que debe existir entre estos.
- **Cambio de Estrategias.**- Cuando un plan se extiende con relación al tiempo (largo plazo), será necesario rehacerlo completamente. Esto se refiere a que la empresa tendrá que modificar los cursos de acción, y consecuentemente las políticas, programas, procedimientos y presupuestos sin abandonar los objetivos.

4.1.2 Organización e Integración

De acuerdo al criterio de (Robbins & Coulter, 2010) Pocos temas de administración han experimentado tantos cambios en los últimos años como la estructura organizacional y el cómo organizar. Los gerentes están reevaluando los métodos tradicionales para encontrar nuevos diseños estructurales que ayuden y faciliten el trabajo de los empleados en la organización.

La estructura organizacional es la distribución formal de los puestos de una organización. Esta estructura, que puede ser representada visualmente en un organigrama que tiene muchos propósitos.

En el organigrama se definen los puestos de trabajo con sus tareas y responsabilidades, la organización de las líneas de autoridad, comunicación, coordinación entre dependencias. También define los requerimientos cualidades y conocimientos que exige cada cargo, además las necesidades de mejoramiento o

de formación de los operarios o trabajadores, los planes de capacitación o formación en relación con las necesidades de puestos y de trabajadores y por ultimo las comunicaciones necesarias.

Para (Robbins & Coulter, 2010) los principales propósitos de organizar son:

- Dividir el trabajo a realizarse en tareas específicas y departamentos
- Asignar tareas y responsabilidades asociadas con puestos individuales
- Coordinar diversas tareas organizacionales
- Agrupar puestos en unidades
- Establecer relaciones entre individuos, grupos, departamentos
- Establecer líneas formales de autoridad
- Asignar y utilizar recursos de la institución.

El crear o cambiar un diseño organizacional implica un proceso con respecto a seis elementos claves: especialización del trabajo, departamentalización, cadena de mando, tramo de control, centralización y descentralización y formalización.

4.1.3 Dirección

La dirección es la función del proceso administrativo a través de la cual se logra la realización efectiva de todo lo planificado o planeado. Según cita (Koontz & Wheirich, 2010) para (Fayol, 1972), “La dirección general está encargada de conducir a la empresa a su objeto, procurando sacar el mejor partido posible de los recursos de que dispone”, es decir la dirección es hacer funcionar a la empresa con el máximo de rendimiento.

La dirección del trabajo está basada en un estudio de tiempo y movimientos del trabajo de los obreros, con una organización de tiempo militar. Las ordenes se transmiten por jerarquía, del director general = a los jefes de servicio, = a los jefes de talleres, = a los jefes de equipo.

Esta función administrativa consiste en “Lograr que todos los miembros del grupo alcancen el objetivo, de acuerdo con los planes y con la organización trazados por el jefe administrativo”. De la misma forma establece que “La dirección es la función de guiar y de supervisar a los subordinados, orientarlos, darles la información necesaria para que puedan realizar todas las acciones para alcanzar los objetivos y metas propuestas”(Koontz & Wheirich, 2010). La dirección como fase del proceso de la administración, es a su vez, un proceso complejo que consiste en tomar decisiones para planificar, organizar, coordinar, hacer ejecutar y controlar los actos o acciones de los individuos dentro de su institución.

En este paso se logra que la planeación y la organización entren en acción. Ahora es necesario contar con que cada trabajador quiera y pueda hacer el trabajo de manera correcta, para esto debe coordinar los trabajos, motivar a su personal, y orientarlos en sus labores.

Se debe recordar que se trabaja con seres humanos no con máquinas así que más le valdrá ser un líder que un jefe. Líder es quien conociendo las características de su gente da respuestas a sus necesidades y moviliza su voluntad su capacidad de acción y sus potencialidades a la consecución de los objetivos que se ha propuesto.

Hay que Tomar conciencia que la comunicación es su principal herramienta para tomar buenas decisiones y para la delegación correcta de responsabilidades.

4.14 El Control y la Evaluación

“Controlar es comprobar que lo que se está haciendo si está de acuerdo con lo planeado dirigido a los objetivos y a través de los programas propuestos”

Se debe controlar el manejo del dinero, el tiempo, la calidad el desempeño de los trabajadores, el mantenimiento, los inventarios etc.

De acuerdo a lo expresado por (Robbins & Coulter, 2010) “El proceso de control es un proceso de tres pasos en el que se mide el desempeño real, se compara éste con un estándar y se toman acciones administrativas para corregir cualquier desviación o hacerse cargo de los estándares inadecuados”

Para controlar usted necesita contar con información y esa información la puede obtener del paso de planeación en el diseño del programa de trabajo. Igualmente la observación es un buen método de control.

Finalmente la evaluación le permite sacar partido de lo realizado en un periodo más largo de tiempo al poder conocer cuáles son sus puntos débiles y sus fortalezas y lo principal para verificar si se cumplieron los objetivos y si se llegó a las metas.

El último paso su éxito depende de la calidad de los primeros, es decir que si se tuvieron una buena planeación, una buena organización y una buena dirección lo más seguro es que el control y evaluación sean positivos.

Los pasos que deben cumplirse necesariamente para lograr un proceso de control efectivo son: la medición, la comparación y la toma de decisiones administrativas.

4.2 Metodología CANVAS

Uno de los puntos más importantes de la idea de (OSTERWALDER, 2004) fue la simplificación de la metodología. Aunque inicialmente su propuesta fue publicada en su tesis doctoral sobre ontología de los modelos de negocio, cuando apareció oficialmente el libro acerca del modelo CANVAS.

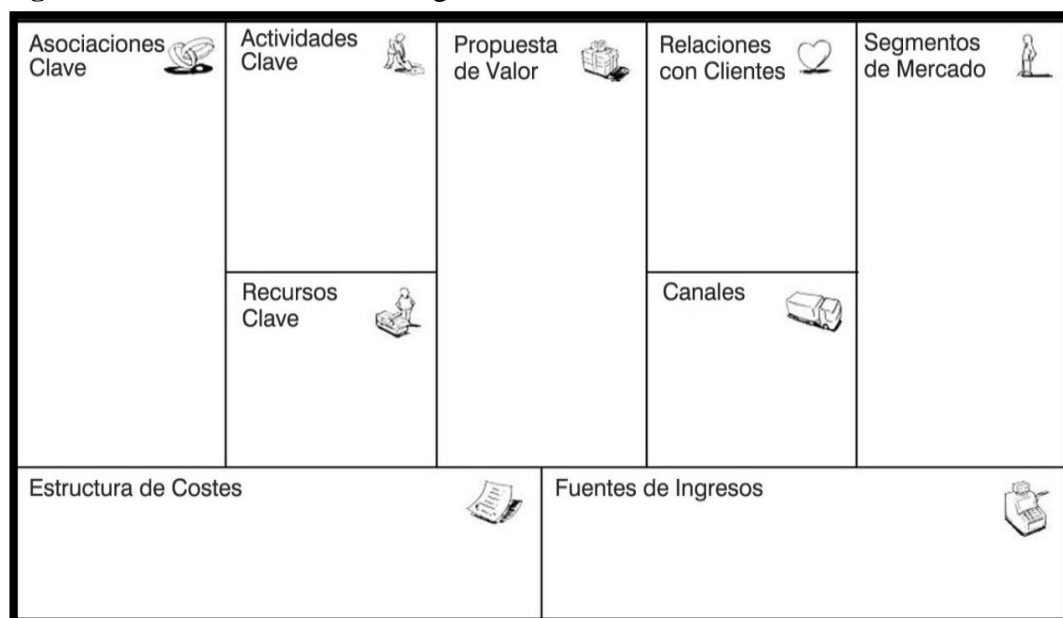
(OSTERWALDER, 2004) Propone la metodología de innovación y diseño en un lienzo denominado CANVAS con 9 elementos que parten de determinar la oferta de valor frente a la segmentación de clientes de la empresa u organización,

para secuencialmente determinara los canales de distribución y las relaciones que se generarán con los clientes.

Estos pasos llevan a establecer los beneficios e ingresos que permiten especificar los recursos y actividades que han de emplearse en este modelo de negocio.

Con la información obtenida se procede a calcular los costos que implica la ejecución de este proceso y se establecen las alianzas estratégicas necesarias con otras empresas para operar exitosamente.

Figura 2 Lienzo de modelo de negocio CANVAS



Fuente: (OSTERWALDER, 2004)

Los 9 pasos a seguirse para implementar un Modelo de Negocios mediante esta metodología son:

4.2.1 Segmentación

Segmentar los clientes, para conocer el nicho de mercado y las oportunidades de nuestro negocio.

De acuerdo a lo definido por Segmentar un mercado es descomponer el mercado potencial total de un producto o servicio en un número de sub-conjuntos lo más homogéneos posibles, con el fin de permitir a la empresa adaptar su política de Marketing a cada uno de los sub-conjuntos. Un buen conocimiento del mercado y del comportamiento del consumidor constituye la primera etapa de la puesta en marcha de una política de Marketing. (Peñalver, 2009)

La segmentación de mercados es una estrategia utilizada para dividir el mercado en distintos grupos de compradores que se estima requieren productos diferentes o marketing mix distinto. De ésta forma la empresa incrementa su rentabilidad. La segmentación implica la partición del mercado en subconjuntos homogéneos en términos de necesidades y de motivaciones de compra, susceptibles de constituir mercados potenciales distintos. (Corporación Internacional de Marketing, 2012).

De acuerdo al criterio de (Nicolau, 2013) Los destinos y las organizaciones turísticas deben identificar distintos criterios de segmentación que les permite detectar los segmentos existentes en el mercado. Cabe indicar que la aplicación de múltiples criterios puede dar lugar a los denominados nichos de mercado, que representan subsegmentos con características muy específicas. Los criterios de segmentación básicos son:

- a. Criterios relativos al beneficio buscado por el consumidor. Es decir, ¿por qué una persona ha elegido un destino turístico, o un hotel? ¿Qué espera obtener?
- b. Criterios relativos al comportamiento de consumo. Esto es, ¿qué cantidad consume? ¿cuándo?
- c. Criterios relativos a las características del consumidor. Aquí tienen cabida tanto las características sociodemográficas como las psicográficas (estilos de vida y personalidad).

No existe una sola forma de segmentar el mercado, la empresa debe probar diversas variables solas y combinadas, con la esperanza de encontrar la mejor forma de concebir la estructura de mercado. Las principales variables que se pueden utilizar para segmentar los mercados de consumidores son las variables

geográficas, demográficas, psicográficas y de comportamiento fijadas por (Kotler & Amstrong, 2008).

- **Segmentación Geográfica.**- Este tipo de segmentación requiere que el mercado se divida en varias unidades geográficas, como naciones, provincias, ciudades o barrios. Puede que una empresa decida operar en una o más áreas geográficas o quizás en todas, pero debe fijarse en las diferencias de necesidades y deseos según las áreas.
- **Segmentación Demográfica.**- Es la división del mercado en grupos basados en variables como la edad, género, tamaño de la familia, ciclo de vida, nivel de ingreso, profesión, educación, religión, raza y nacionalidad. Una de las razones para hacerlo es que las diferencias en necesidades, deseos y tasas de uso a menudo están a menudo estrechamente relacionadas con las variables demográficas.
- **Segmentación Psicográfica.**- En esta segmentación los clientes se dividen en grupos según su clase social, estilo de vida o personalidad. Varias personas que pertenecen al mismo grupo demográfico pueden tener perfiles psicográficos muy diferentes.
- **Segmentación por Conducta.**- En este tipo de segmentación los clientes se dividen en grupos según sus conocimientos, actitudes, costumbres o sus repuestas a un producto.

Se cree que las variables conductuales constituyen el mejor punto de partida para la elaboración de los segmentos de mercado, ya que estudian los beneficios requeridos, el estatus del usuario, estatus de lealtad, grado de disposición a comprar y actitud.

Hay que tomar en consideración que después de segmentar, para tener utilidad, los segmentos de mercado deben poseer las siguientes características mencionadas por (Blackwell, Miniard, & EngelL, 2006):

- **Mensurabilidad.**- Referente al grado en que pueden medirse el tamaño y poder adquisitivo de los segmentos.
- **Accesibilidad.**- El grado en el cual los segmentos pueden alcanzarse y atenderse.
- **Sustancialidad.**- El grado en el cual los segmentos son lo bastante amplios o lucrativos.
- **Procesabilidad.**- El grado en el cual es posible diseñar programas eficaces para atraer y satisfacer a estos segmentos.

4.2.2 Propuesta de Valor

El objetivo es de definir el valor creado para cada Segmento de clientes describiendo los productos y servicios que se ofrecen a cada uno. Para cada propuesta de valor hay que añadir el producto o servicio más importante y el nivel de servicio. Estas primeras dos partes son el núcleo del modelo de negocio.

Definir bien la propuesta de valor, en otras palabras, saber por qué somos innovadores y qué nos diferencia de nuestra competencia y nos acerca a potenciales clientes. (OSTERWALDER, 2004).

La propuesta de valor es la razón por la que los clientes deciden sobre una empresa u otra. Algunas propuestas pueden ser innovadoras y representar una oferta nueva, otras pueden ser similares a otros productos existentes pero con más funciones o atributos.

Es necesario determinar ¿Qué valor le damos a los clientes? ¿Qué problema o necesidad de nuestros clientes estamos ayudando a resolver o satisfacer? Entre los atributos o funciones que deben considerarse en una propuesta de valor están:

- Novedad
- Rendimiento
- Personalización
- Demostrar un trabajo bien hecho
- Diseño
- Estatus de la Marca
- Precio
- Reducción de Costo
- Reducción de Riesgo
- Accesibilidad
- Conveniencia
- Usabilidad

4.2.3 Canales de Comunicación y Distribución

“Canal de marketing (también llamado canal de distribución), es el conjunto de organizaciones independientes que participan el proceso de poner un producto o servicio a disposición del consumidor final o de un usuario industrial (Kotler & Armstrong, 2008).O bien: “Una serie de organizaciones interdependientes que facilitan la transferencia de la propiedad sobre los productos conforme estos se mueven del fabricante hasta el usuario de negocios o el consumidor.”(Lamb, Hair, & Daniel, 2006).

También: “Los canales de comercialización pueden ser considerados como conjuntos de organizaciones interdependientes que intervienen en el proceso por el cual un producto o servicio está disponible para el consumo.”(Louis, 2008).

Los miembros del canal de marketing o de distribución, deberán realizar diferentes funciones para satisfacer la demanda de los consumidores finales o industriales, que según (Louis, 2008):

- Información: obtención de ésta mediante estrategias de inteligencia de marketing o de investigación de mercados que tengan como propósito el estudio del entorno de marketing para planear el intercambio de bienes y servicios.
- Promoción: difusión de las ofertas de los productos o servicios.
- Contacto: búsqueda de compradores para los productos o servicios.
- Negociar: lograr acuerdos en relación con el precio y volumen de ventas.
- Distribución: transportar y almacenar los productos o servicios.

4.2.4 Clientes

De acuerdo a la definición de (Corporación Internacional de Marketing, 2012) Cliente es "Término que define a la persona u organización que realiza una compra. Puede estar comprando en su nombre, y disfrutar personalmente del bien adquirido, o comprar para otro, como el caso de los artículos infantiles. Resulta la parte de la población más importante de la compañía.

Según el modelo CANVAS se pueden distinguir dos grupos de relaciones que categorizan la relación de la empresa u organización con sus clientes:

a. Relaciones que una empresa mantiene con un segmento.

Son aquellas que la empresa estimula para poder conseguir algún objetivo planteado. Estas son:

- **Captación de clientes.-** Es la forma por la cual se seduce al segmento objetivo, para que prefieran una empresa antes que a la competencia.
- **Fidelización de clientes.-** Es la forma con la cual se mantiene a los clientes satisfechos y se genera identificación, compromiso y entusiasmo voluntario que asume una persona/trabajador/cliente con la organización/negocio.

- **Estimulación de la venta.-** Es la forma con la cual se busca hacer crecer al negocio con los clientes actuales a través de un mayor volumen de venta.

b. Relaciones que los clientes quieren o necesitan tener con la empresa.

Según el modelo CANVAS propuesto por (OSTERWALDER, 2004) son 6:

- **Asistencia personal.-** El cliente puede comunicarse con una persona para tratar, desde un ejecutivo, un jefe o tú mismo si es necesario.
- **Asistencia personal exclusiva.-** El cliente tiene una persona que se dedica exclusivamente a su atención.
- **Autoservicio.-** el cliente puede solucionar por su propia cuenta los requerimientos o inconvenientes que se presenten. Para esto debe contar con los sistemas que permitan la gestión.
- **Servicios automáticos.-** similares al autoservicio, con la diferencia de que toda la resolución de requerimientos o inconvenientes está gestionada de antemano, con lo que el cliente obtiene de manera más cómoda las respuestas que necesite.
- **Comunidades.-** Los clientes disponen de un sistema que les permite comunicarse unos con otros, con lo cual pueden buscar soluciones en conjunto.
- **Creación colectiva.-** la empresa espera la colaboración de los clientes para el desarrollo de sus productos y servicios. Este tipo de relaciones no es tradicional, pero de a poco se está volviendo una tendencia.

La clave en la gestión de las relaciones es, como siempre, encontrar el punto óptimo que permita generar la mayor cantidad de valor para el cliente reportando

la mayor cantidad de beneficio para tu negocio, y por lo mismo es fundamental desarrollar de antemano una estrategia.

4.2.5 Fuentes Económicas

Determinar las fuentes económicas o ingresos de nuestra idea de negocio, un aspecto fundamental si queremos tener éxito. (OSTERWALDER, 2004)

La fuente económica o ingresos no son la ganancia que obtiene la organización por el éxito del proyecto, sino que es el flujo de dinero que entra al negocio. La diferencia radica en que las ganancias (o utilidades) son determinados por la fórmula $Ganancia = Ingresos - Costos$.

Los ingresos son lo que la organización recibe de sus clientes por entregarles productos y servicios de valor, pero desarrollar valor tiene costos, por lo tanto si no los consideras para determinar tus utilidades tendrás muchos problemas.

Habiendo aclarado el término se determina, que según el modelo CANVAS existen 2 tipos diferentes de fuentes de ingresos, citados por (CREASCION, 2015):

- a. “Ingresos por transacciones derivadas de pagos puntuales de clientes”; o dicho de otra forma, ingresos por compras puntuales o pagos por atenciones específicas (de una sola vez, o sea puntuales). Este tipo de ingresos agrupa por ejemplo a: venta de propiedades, permisos para usar licencias, publicidad, aunque pueden haber otros.

- b. “Ingresos recurrentes derivados de pagos periódicos realizados a cambio del suministro de una propuesta de valor o servicio de post venta de atención al cliente”; o dicho de otra forma, ingresos constantes por ofrecer un servicio constante, ya sea porque tienes un contrato a largo plazo, porque tu asesoría técnica está contemplada dentro de la oferta, por uso de sistemas, o porque así lo decidieron el cliente y la organización.

Los ingresos que se obtienen están determinados por otro factor: el precio. El precio es un elemento clave para que los clientes escojan un producto o servicio, y su determinación es clave para el negocio

Dentro de los mecanismos de fijación de precios según el modelo CANVAS se sugieren las principales características consideradas para esto. Los precios según expone (CREASCION, 2015) pueden ser:

- **Fijos.-** Los precios predefinidos se basan en variables estáticas, y se Determinan estadísticamente. Suena más complejo de lo que parece. Se trata de recopilar antecedentes históricos de los precios de venta del producto o servicio (lo cual deberías haber hecho mientras investigabas tu mercado objetivo) y poder entender a que se deben sus variaciones.
- **Dinámicos.-** Los precios cambian en función del mercado.

Tabla 1 Mecanismo de Fijación de precios

FIJO		DINÁMICO	
Lista de precios fija	Precios fijos para productos, servicios y otras propuestas de valor individuales.	Negociación	Se negocia entre dos o más socios y depende del poder de negociación.
Según características del producto	Depende de la cantidad o calidad de la propuesta de valor.	Gestión de Rentabilidad	Depende del inventario y del momento de la compra.
Según segmento de mercado	Depende de las características de un segmento de mercado.	Mercado en Tiempo real	Se establece dinámicamente en función de la oferta y la demanda.
Según Volumen	Depende de la cantidad adquirida.	Subastas	Se determina en una licitación.

Fuente: <http://es.paperblog.com/lecciones-para-emprendedores-fuentes-de-ingresos-1602334/>

4.2.6 Recursos

Identificar los activos y recursos clave que necesitaremos como piezas imprescindibles en el engranaje de la idea empresarial. (OSTERWALDER, 2004).

Antes de que los gerentes puedan organizar y dirigir mientras se implementan los objetivos deben tener recursos, los cuales constituyen los activos de la organización, sean estos financieros, físicos, humanos e intangibles.

En la metodología CANVAS, se aplican cuatro técnicas para la asignación de recursos están son presupuestación, calendarización, análisis de rentabilidad y Programación lineal.

- **Presupuestación:** (Robbins & Coulter, 2010) presenta un presupuesto como un plan numérico para asignar recursos a actividades específicas. Los presupuestos son herramientas útiles para la asignación de recursos y para guiar el trabajo en diversos departamentos o niveles de una organización.
- **Calendarización:** (Robbins & Coulter, 2010) considera que este aspecto comprende el detalle de las actividades que se van a realizar, el orden en el que deben hacerse y cuando deben terminarse. Entre las principales herramientas de la calendarización cuentan las Gráficas de Gantt, las gráficas de Carga y las redes PERT.
- **Análisis de Rentabilidad:** De acuerdo a lo establecido por (Robbins & Coulter, 2010) es un cálculo sencillo pero muy importante debido a que establece la relación con los ingresos, los costos y las utilidades.

La rentabilidad de una organización se presenta cuando sus ingresos fijos totales son suficientes para igualar o superar sus costos totales.

- **Programación Lineal:** Es una técnica para solucionar problemas de asignación de recursos que requiere que haya recursos limitados, su objetivo principal es la optimización de resultados y requiere que existan formas alternativas de combinación de recursos con relación lineal de las variables.

4.2.7 Actividades Clave

Implementar las actividades clave que darán valor a nuestra marca, y saber las estrategias necesarias para potenciarlas. (OSTERWALDER, 2004)

Al igual que los recursos, las actividades clave son aquellas que deben ser identificadas desde el inicio.

El negocio desarrollará una gran cantidad de acciones todos los días, pero siempre habrá algunas que definen la operación del proyecto y el valor que se agrega.

Al igual que con los recursos clave, no existe una fórmula mágica para determinar las actividades clave, pero en este caso el modelo CANVAS entrega una clasificación de ellas que aporta bastante a su identificación.

La clasificación de actividades clave según el modelo CANVAS, las divide en tres categorías principales expuestas en el sitio web de (CREASCION, 2015), estas son:

- **Producción.**- clasifica a aquellas actividades que están orientadas a crear productos en grandes cantidades. Se considera el diseño y la capacidad de fabricación como las más importantes.
- **Resolución de problemas.**- Como su nombre lo dice, son aquellas actividades que buscan soluciones para los clientes. Por lo general las empresas de servicios se encuentran en esta categorización.
- **Plataforma/red.**- considera a aquellas empresas que tienen como fin principal ofertar los servicios que ocupen estos recursos. En este sentido las actividades incluidas en esta categoría son aquellas que se ocupan del correcto funcionamiento de la plataforma. Mantenimiento, procesos, arquitectura de datos son algunos ejemplos.

4.2.8 Socios Clave

Tener en cuenta los socios clave con los que se van a establecer contactos y alianzas para el negocio. En otras palabras, definir las estrategias de networking con potenciales socios o proveedores, entre otras figuras importantes. (OSTERWALDER, 2004)

Considerando que es imposible abarcar cada uno de los aspectos de los negocios, las asociaciones nacen con la misma necesidad que las sociedades: protección, seguridad, comercio y ayuda mutua.

Las asociaciones se generan cuando otra empresa tiene algo que la otra organización necesita y viceversa.

Los 4 tipos de asociaciones clave según el modelo CANVAS, son:

- **Relaciones cliente-proveedor.**- Creadas para asegurar el suministro de materias primas e insumos.
- **Alianzas entre empresas no competidoras.**- Suceden todo el tiempo, sobre todo cuando tienen productos dependientes (té y azúcar por ejemplo).
- **Alianzas entre empresas competidoras.**- Se da principalmente cuando las dos empresas están en un mercado con muchos riesgos, por lo que se unen para poder prevenirlos (2 empresas de investigación que invierten en un telescopio gigante, lo desarrollan juntos pero sus investigaciones son independientes).
- **Empresas conjuntas que crean nuevos negocios.**- Dos empresas con diferentes negocios se unen para innovar (un caso muy famoso es el de Apple con Nike y la aplicación Nike+Ipod que permite incluir sensores para medir la actividad biológica mientras corres).

4.2.9 Costos

Marcar las estructuras de costes, para llegar a saber el precio que tendrá que pagar el cliente por adquirir el bien o servicio que ofrecerá nuestra idea de negocio. (OSTERWALDER, 2004)

Incluye los costos de la creación y entrega de valor, el mantenimiento de relaciones con los clientes y la generación de todos los ingresos. La estructura puede ser:

1. Impulsada por el costo.- siempre intenta minimizar costos pues la propuesta de valor es de bajo precio, se alcanza un alto grado de automatización.
2. Impulsada por el valor.- empresas menos preocupadas por el costo de que conlleva su modelo de negocio, más sí están centrados en la creación de valor. Tiene en cuenta detalles como la atención personal para cada cliente.

Para (BACA URBINA, 2004) “El objetivo esencial de la misma es comunicar información financiera y no financiera a la administración a efecto de que esta pueda ejercer la planeación el control y la evaluación de los productos”.

El análisis del costo es sumamente importante ya que el mismo mide el sacrificio económico en el que se haya incurrido para alcanzar las metas de una organización. Los costos de las operaciones de una organización pueden diferenciarse entre costos fijos y variables.

- **Costos Fijos.-** “Son aquellos cuyo monto total no se modifica de acuerdo con la actividad de producción. En otras palabras, se puede decir que los Costos Fijos varían con el tiempo más que con la actividad; es decir, se presentarán durante un periodo de tiempo aun cuando no haya alguna actividad de producción”. (Bolten, 2001)

- **Costos Variables.-** Es aquel que se modifica de acuerdo a variaciones del volumen de producción (o nivel de actividad), se trate tanto de bienes como de servicios.

Por lo que puede deducirse que, si el nivel de actividad decrece, estos costos decrecen, mientras que si el nivel de actividad aumenta, también lo hace esta clase de costos.

4.3 Plan de Negocios

El plan de negocio, también llamado plan de empresa, es un documento que especifica, al negocio que se pretende iniciar o que ya se ha iniciado. Aquí se expone el propósito general de la empresa, y los estudios de mercado, técnico, financiero y de organización, incluyendo los canales de comercialización, el precio, la distribución, el modelo de negocio, la ingeniería, la localización, el organigrama de la organización, la estructura de capital, la evaluación financiera, las fuentes de financiamiento, el personal necesario junto con su método de selección, la filosofía de la empresa, los aspectos legales, y su plan de salida. (CHAIN, 2005).

De acuerdo al criterio de (WEINBERGER, 2009) hacer un plan de negocios no es una tarea sencilla. Implica un gran esfuerzo adicional por parte del empresario y muchas horas de trabajo de todo un equipo de personas. Pero este esfuerzo podría determinar la diferencia entre el éxito y el fracaso de una iniciativa empresarial y sin lugar a dudas prepara a la empresa para ingresar a competir con mayores posibilidades de crecimiento y desarrollo.

Por lo general, lo complejo que puede ser un plan de negocios es directamente proporcional a la complejidad de la empresa, e inversamente proporcional al conocimiento y experiencia que tenga el empresario de la empresa y de la industria en la que se encuentre.

4.3.1 Propósitos del Plan de Negocios

El propósito de un plan de negocios es evaluar la factibilidad de una posible inversión, conociendo lo que implica llevar a cabo cuantificando rentabilidad y riesgos. Una vez que el interesado en invertir o ejecutar la idea de negocios esté totalmente convencido del éxito de ésta, el segundo objetivo es la captación de fondos para el desarrollo del proyecto. Desde un punto de vista interno, el plan de negocios permite que los promotores de la empresa planeen en forma estructurada, establezcan objetivos y puntos de referencia para una posterior evaluación.

Para (CHAIN, 2005) La ventaja de un plan de negocios es que facilita la interpretación de las distintas circunstancias donde se van a desarrollar las actividades de la empresa. Teniendo en cuenta la complejidad y dinámica de los mercados actuales, ninguna empresa puede crecer y competir sin tener en cuenta las variables que intervienen y realizar un análisis integral para verificar si el emprendimiento es o no factible. Por otra parte es necesario señalar que siempre está presente en todo negocio el riesgo y la incertidumbre asociados con el éxito o fracaso del mismo.

La planificación contribuye a resolver un número importante de problemas que tienen las pequeñas y medianas empresas, como por ejemplo:

- Falta de capital de inversión y acceso a las fuentes de financiamiento.
- Prever situaciones que afectan la rentabilidad.
- Introducir en forma eficaz nuevos productos y servicios al mercado.
- Establecer y aplicar normas de producción y control de calidad.
- Falta de estrategias de marketing.

Las razones por las que se decide realizar un plan de negocios son:

- Verificar que un negocio sea viable desde el punto de vista económico y financiero antes de su realización.

- Detectar y prevenir problemas antes de que ocurran, ahorrando tiempo y dinero.
- Determinar necesidades de recursos con anticipación.
- Examinar el desempeño de un negocio en marcha. - Tasar una empresa para la venta.
- Conducir y buscar la forma más eficiente de poner en marcha un emprendimiento.
- Respalda la solicitud de crédito a una entidad financiera.

Teniendo en cuenta la complejidad y dinámica de los mercados actuales, ninguna empresa puede crecer y competir sin tener en cuenta las variables que intervienen y realizar un análisis integral para verificar si el emprendimiento es o no factible. Por otra parte es necesario señalar que siempre está presente en todo negocio el riesgo y la incertidumbre asociados con el éxito o fracaso del mismo.

El plan de negocios es una herramienta de gestión sujeta a una revisión permanente, porque la realidad donde actúa la empresa tiene la particularidad de ser por naturaleza, dinámica y cambiante.

4.3.2 Elementos del Plan de Negocios

De acuerdo a lo expuesto por (GUERRERO, 2014) Un plan de negocios típico contiene ocho secciones separadas, cada una sirve para un propósito especial:

- **La Empresa.-** Se debe aclarar qué es lo que se está formando y cuáles son las pretensiones al formarlo, también aclarar también de quién es la propiedad de la empresa, cómo está estructurada y bajo qué modelo funciona. Es aconsejable incluir una reseña histórica del inicio de la empresa. Se señala la ubicación de las instalaciones de la empresa.

- **El Producto.-** Debe realizarse la descripción de los productos y realizar una comparación competitiva. También se puede señalar la fuente de los productos y la tecnología que utiliza. Es recomendable proyectar los productos futuros.

Es importante recordar que la lógica de los negocios es que se contratan competencia pero no se compran capacidades sino productos. Se determina también la sostenibilidad, la competencia y los productos sustitutos. Es necesario conocer el ciclo del producto y de hecho debe asumir esta función como algo dinámico.

- **Análisis del Mercado.-** Comprende un análisis industrial, en el que se evalúan los participantes que tiene la industria y los patrones de distribución que se manejan en el sector. Se debe incluir las características de la competencia y los patrones de compra de los consumidores. Así mismo, identificar específicamente a sus competidores principales y directos. El otro punto, es incluir la estrategia de segmentación y acción sobre el mercado objetivo. El documento debe demostrar que se ha evaluado la necesidad del mercado, sus tendencias y su crecimiento.
- **Estrategia y su Implantación.-** Se realiza una descripción de dónde está, dónde va y a dónde quiere llegar la empresa. Se desarrollan estrategias de crecimiento y se señala de forma clara las ventajas competitivas. Pueden incluirse la estrategia de mercadeo, la estrategia de posicionamiento, la estrategia de fijación de precios, de promoción, de distribución, y cómo aprovechará sus alianzas estratégicas.
- **La Administración.-** Describe la estructura organizacional y el equipo directivo especificando las responsabilidades de los individuos. Se exponen cuáles son los vacíos de su equipo y detalle el plan para el crecimiento de su personal. Lo más importante es que su documento pueda transmitir que el equipo vale la pena y así crear una relación de confianza con el cliente, inversionista o socio.

- **Plan Financiero.-** Incluye los supuestos más importantes y los indicadores financieros claves (estados financieros). Se realiza el cálculo y el análisis del punto de equilibrio, una proyección de pérdidas y ganancias, un flujo de caja proyectado y los índices del negocio.
- **Resumen Ejecutivo.-** En un máximo de dos páginas se redacta un resumen coherente con los objetivos, la función y las claves del éxito de su negocio, como niveles de venta, presencia internacional y penetración de nuevos mercados.

Es necesario suministrar la mayor cantidad de información, en forma concisa y sin usar el lenguaje técnico de los procesos de producción, sino el lenguaje de los negocios con el que proyecte solidez.

- **Resumen Financiero.-** A manera de apéndice, se incluye un resumen financiero con los totales del ejercicio, para que el lector pueda consultarlo rápidamente en un primer acercamiento a la propuesta.

4.4 Marco Legal

4.4.1 Reglamento General de Actividades Turísticas:

Art. 1. Alojamientos.- Son alojamientos los establecimientos dedicados de modo habitual, mediante precio, a proporcionar a las personas alojamiento con o sin otros servicios complementarios. El Ministerio de Turismo autorizará la apertura, funcionamiento y clausura de los alojamientos.

Art. 2. Categorías.- La categoría de los establecimientos hoteleros será fijada por el Ministerio de Turismo por medio del distintivo de la estrella, en cinco, cuatro, tres, dos y una estrella, correspondientes a lujo, primera, segunda, tercera y cuarta categorías. Para el efecto, se atenderá a las disposiciones de este reglamento, a las características y calidad de las instalaciones y a los servicios que presten. En la

entrada de los alojamientos, en la propaganda impresa y en los comprobantes de pago, se consignará en forma expresa la categoría de los mismos.

Art. 5. Placas distintivas.- Todos los alojamientos deberán exhibir junto a la entrada principal la placa distintiva que consistirá en un cuadrado de metal en el que sobre fondo azul turquesa figurarán, en blanco, la letra o letras correspondientes a la actividad que desarrolle el establecimiento, así como las estrellas que indiquen su categoría. El Ministerio de Turismo diseñará y elaborará dichas placas y las pondrá a disposición de los usuarios, previo al pago de su valor.

Art. 6. Uso de denominaciones.- Ningún establecimiento de alojamiento podrá usar denominación o indicativos distintos de los que le correspondan por su grupo y subgrupo, ni otra categoría que aquella que les fuera asignada.

Art. 7. Modificaciones en los establecimientos.- Toda modificación en la estructura, características o sistema de administración de los establecimientos, que pueda afectar a su clasificación, deberá ser notificada previamente para su aprobación al Ministerio de Turismo.

Sección 5

HOSTALES Y PENSIONES

Art. 17. Hostal.- Es hostal todo establecimiento hotelero que, mediante precio, preste al público en general servicios de alojamiento y alimentación y cuya capacidad no sea mayor de veintinueve ni menor de doce habitaciones.

Sección 10

DISPOSICIONES GENERALES

Art. 54. No discriminación.- Todos los alojamientos serán de libre acceso al público en general, quedando prohibida cualquier discriminación en la admisión. No obstante, estos establecimientos se reservarán el derecho de no admitir a quienes incumplan las normas básicas de convivencia, moralidad y decencia.

Art. 55. Recepción y conserjería.- La recepción y la conserjería constituirán el centro de relación con los clientes para efectos administrativos, de asistencia y de información. Salvo que sean asumidas por otros departamentos, corresponde a la recepción, aparte de otras funciones, atender las reservas de alojamiento, formalizar el hospedaje, recibir a los clientes, cerciorarse de su identidad exigiéndoles la presentación de los correspondientes documentos, inscribirlos en la tarjeta de registro, asignarles habitación, atender las reclamaciones, expedir facturas y percibir el importe de las mismas. Igualmente serán funciones de la recepción y de la conserjería, de haber esta última, custodiar las llaves de las habitaciones, recibir, guardar y entregar a los huéspedes la correspondencia así como los avisos o mensajes que reciban, cuidar de la recepción y entrega de equipajes y cumplir, en lo posible, los encargos de los clientes. Estará a cargo del Conserje de noche el servicio de despertador, cuando no exista servicio nocturno de telefonista.

Art. 56. Servicio de pisos.- El servicio de pisos cuidará de las habitaciones de modo que estén preparadas y limpias en el momento de ser ocupadas por los huéspedes.

Art. 58. Servicio telefónico.- El personal encargado del servicio telefónico, cuidará de anotar las llamadas que reciban los huéspedes y ponerlas en su conocimiento a la brevedad posible, directamente o a través de recepción o de conserjería, de haberla. El personal mencionado llevará el control de las conferencias locales, interprovinciales y al exterior que efectúen los clientes, expidiendo al término de cada una de ellas comprobante de su duración y el valor de las mismas.

Art. 59. Servicio de custodia de dinero.- Los establecimientos de alojamiento, de acuerdo a su categoría. Prestarán el servicio de custodia de dinero y objetos de valor que para tal efecto les sean entregados por los huéspedes, como constancia de lo cual se les conferirá el correspondiente recibo, siendo responsables los alojamientos de la pérdida o deterioro de esos bienes. En todas las habitaciones, apartamentos o suites, en un lugar visible, deberá constar la indicación, al menos en dos idiomas español e inglés, de que el establecimiento no se responsabiliza del

dinero u objetos de valor que no sean depositados en la forma establecida en el presente artículo.

Art. 62. Personal uniformado.- Todo el personal de servicio de las distintas dependencias vestirá uniforme de acuerdo con el servicio que preste y según los usos y costumbres en la industria hotelera. Se distinguirán por su correcta presentación y se esmerarán en atender a la clientela con la máxima amabilidad y cortesía. De manera especial, el personal encargado de la preparación y elaboración de las comidas cuidará de la limpieza de su atuendo y deberá vestir el uniforme tradicional, debiendo además portar todos los documentos exigidos por las autoridades de salud y otros organismos competentes.

Art. 64. Condiciones de higiene.- Todas las dependencias e instalaciones de los alojamientos deberán encontrarse en perfectas condiciones de higiene y cumplir rigurosamente las normas sobre sanidad dictadas por los organismos competentes.

Art. 69. Precios.- Los precios de los diferentes servicios que presten los alojamientos deberán ser aprobados por el Ministerio de Turismo, para lo cual los establecimientos presentarán la correspondiente solicitud por duplicado hasta el mes de septiembre de cada año. Los precios autorizados para cada año no podrán ser alterados durante el transcurso del mismo sino por razones de fuerza mayor o caso fortuito debidamente aceptadas por el Ministerio de Turismo. El Ministerio de Turismo fijará un precio máximo para los distintos tipos de habitaciones en función de su capacidad y de los servicios de que estén dotadas. Antes de la admisión de un cliente se le deberá notificar el precio de los diferentes servicios. La falta de esta notificación lleva aparejada la obligación del alojamiento de facturar por el precio mínimo para el tipo de habitación que ocupe el cliente.

Art. 74. Jornada hotelera.- La jornada hotelera terminará a las catorce horas de cada día. El cliente que no abandone a dicha hora la habitación que ocupa, se entenderá que prolonga su estadía un día más. Si una vez anunciada su marcha o cumplido el plazo de estadía convenida, el cliente pretendiere prolongar su permanencia, el establecimiento podrá no aceptar la continuación del hospedaje si tuviera comprometida la habitación para otro cliente.

4.5 Marco Conceptual

Alojar.- Hospedar, aposentar.

Asentamientos.- Lugar donde se asienta o establece una persona o una comunidad.

Camarero.- Persona que sirve a los clientes en bares, restaurantes, hoteles o establecimientos similares. Certificación: Garantía que asegura la certeza o autenticidad de algo.

Competencia.- Situación patrimonial en la cual los agentes económicos tienen la libertad de ofrecer bienes y servicios aptos en el mercado, y de elegir a quién compran o adquieren estos bienes y servicios. En general, esto se traduce por una situación en la cual, para un bien determinado, existen una pluralidad de ofertantes y una pluralidad de demandantes.

Conserjería.- Lugar que ocupa el conserje en el edificio en el que ejerce su oficio. Demanda: Pedido de mercancías o bienes sujeto al pago de una cantidad determinada.

Hostal.- Es hostal todo establecimiento hotelero que, mediante precio, preste al público en general servicios de alojamiento y alimentación y cuya capacidad no sea mayor de veintinueve ni menor de doce habitaciones.

Huéspedes.- Persona alojada en casa ajena, en un hospedaje o pensión. Inversión: Acción de destinar los bienes de capital a obtener algún beneficio.

Legislación.- Conjunto de las leyes de un Estado, o que versan sobre una materia determinada.

MINTUR.- Ministerio de Turismo

Oferta.- Cantidad de bienes o servicios que se ofrecen al mercado a un precio dado.

Recepción.- En hoteles y centros de reunión, lugar de inscripción e información.

Servicios.- Conjunto de actividades que buscan responder a una o más necesidades de un cliente.

E. MATERIALES Y MÉTODOS

5.1. Materiales

Para el desarrollo del presente trabajo investigativo se emplearon los siguientes materiales.

5.1.1. Equipo

- Computadora Portátil
- Computador de Mesa
- Impresora
- Cámara Fotográfica
- Copiadora

5.1.2. Insumos

- Calculadora
- Perforadora
- Grapadora
- Mapas
- Cartografía
- Fichas de Inventario Turístico
- Fichas Bibliográficas
- Fichas mnemotécnicas
- Tinta para impresora
- Baterías

5.2. Métodos

5.2.1 Ubicación del área de estudio

El hostel Jireh, está ubicado en la calle Rubén Lerzon y Avenida del Chofer, las mismas que se sitúan en el sector circundante del Terminal Terrestre de Tena y a pocos metros de la Av. 15 de Noviembre, que es la principal arteria vial que comunica la zona norte y sur de la ciudad.

Mapa 1 Ubicación del Área de Estudio



5.2.1. Ubicación Política

La ciudad matriz del cantón Tena se encuentra bajo la administración del GAD Municipal de Tena. El cantón Tena está ubicado al Sur de la provincia de Napo, tiene una superficie de 3.897,41 km².

Está integrado por 7 parroquias rurales: Ahuano con 416,85 km². Chontapunta con 971,71 km², Pano con 798,56 km², Puerto Misahuallí con 348,40 km², Puerto Napo con 214,97 km², San Juan de Muyuna con 162,87 km², Tálag con 918,31 km² y la parroquia urbana Tena con 77,69 km².

La ciudad de Tena pertenece a la parroquia urbana Tena, la cual se subdivide en barrios. La ciudad es el centro político de la provincia, alberga los principales organismos gubernamentales, culturales y comerciales de la provincia de Napo.

Mapa 2 Ubicación Política del cantón Tena



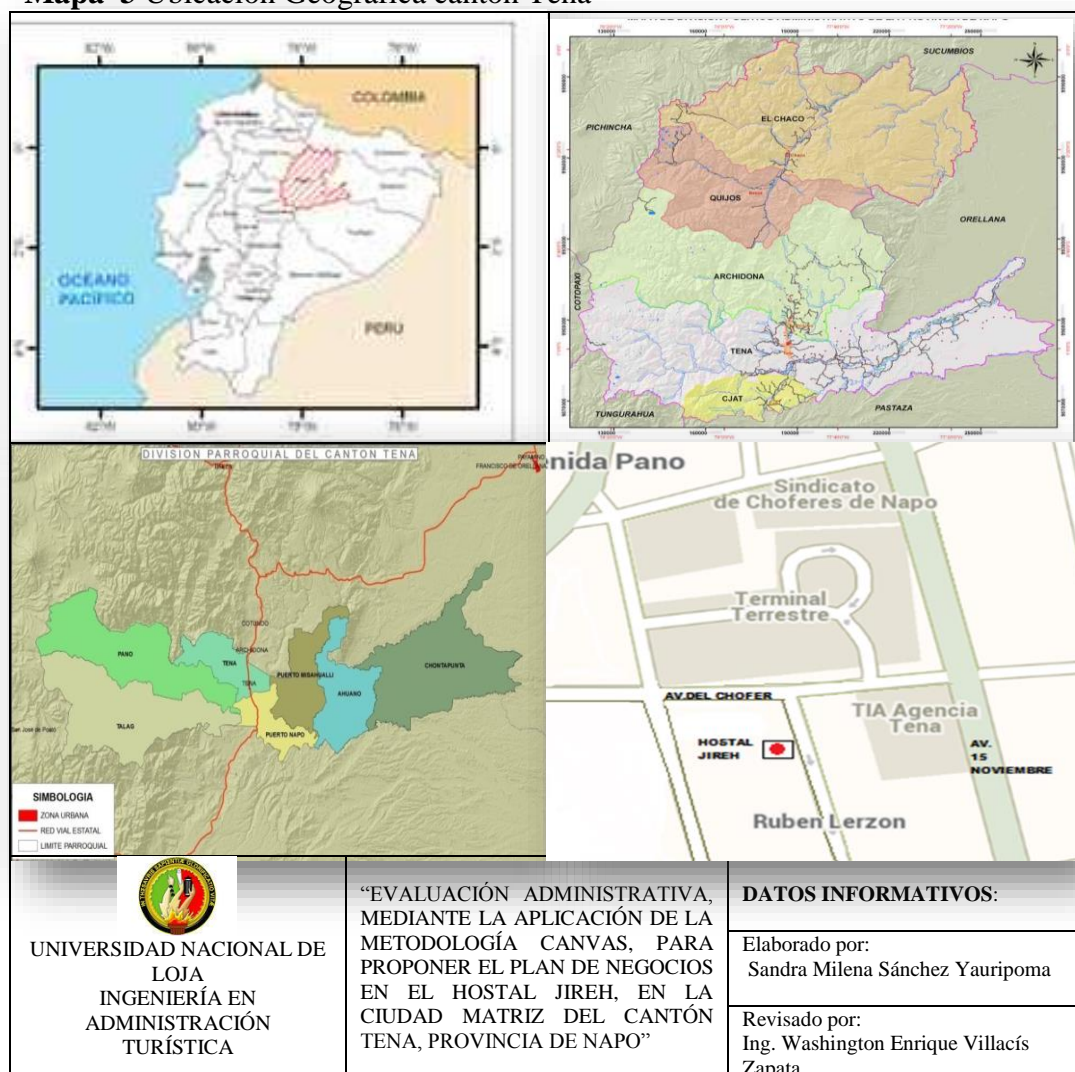
Sus límites políticos son:

- Al Norte: con los cantones Archidona y Loreto.
- Al Sur: con los cantones Baños de Agua Santa, Carlos Julio Arosemena Tola, y Arajuno.
- Al Este con el cantón Orellana.
- Al oeste con los cantones Latacunga, Salcedo, Santiago de Pillaro y Patate. (GAD Municipal de Tena, 2014).

5.2.3 Ubicación Geográfica

El Cantón Tena se encuentra localizado en el centro occidente de la Región Amazónica ecuatoriana al sur de la provincia de Napo, sobre las vertientes externas de la Cordillera de los Andes hacia las formaciones cordilleranas subandinas extendiéndose a la llanura amazónica. Se ubica en un rango altitudinal que va desde los 800 msnm en la parroquia Chontapunta hasta los 4.840 msnm. (Volcán Quilindaña). Sus coordenadas geográficas son: 204135 X y 9885371 Y.

Mapa 3 Ubicación Geográfica cantón Tena



5.3. Aspectos Biofísicos y Climáticos

5.3.1 Aspectos Biofísicos

El GADM-Tena, 2014 cuenta con una superficie de 3.897,41 km² además de estar integrada por 6 parroquias rurales y 1 parroquia urbana, la parroquia de Tena. Entre los aspectos que se consideraron relevantes para este trabajo de investigación se desarrollaron aquellos considerados como parte del medio abiótico y el medio biótico.

1) Medio Abiótico

A. Hidrología

El cuerpo hidrológico de Tena se encuentra conformado por 3 cuencas, 9 subcuencas y 52 microcuencas, destacándose la presencia de la cuenca del río Napo. (GAD Municipal de Tena, 2013).

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

Las cuencas hidrográficas y sus afluentes se resumen en la siguiente tabla:

Tabla 2 Hidrología de la ciudad matriz del cantón Tena

No	CUENCAS HIDROGRÁFICAS	AFLUENTES
1	Cuenca del río Quijos	Río Quijos y sus afluentes
2	Cuenca del río Misahuallí	Misahuallí y sus afluentes
3	Cuenca del Río Napo	Río Jatunyaku, Anzu y afluentes

Fuente: (GAD Municipal de Tena, 2011)

Elaborado por: La Autora

B. Suelo

En la ciudad matriz del cantón Tena los suelos son de tres tipos: inceptisoles, entisoles e histosoles.

La mayor cobertura del cantón (73,88%) está representada por los inceptisoles que presentan características de un tipo de suelo característico de las regiones tropicales con colores pardos y rojizos más o menos bien drenados.

Estos suelos poseen limitaciones físicas como una baja capacidad agroproductiva, tratando de mantener la cobertura vegetal y dar protección forestal.

Los entisoles (13,23%) son las áreas aptas para el cultivo que están cercanas a los poblados a lo largo de las riberas de los ríos y terrazas altas y medias. Los histosoles (12,89%) son suelos de origen volcánico típicos de climas fríos, de color negro, textura limosa, con alto contenido de materia orgánica y una fuerte susceptibilidad a la erosión. (GAD Municipal de Tena, 2011)

Tabla 3 Tipos de suelo de la ciudad matriz del cantón Tena

Tipo de Suelo	Cobertura
Inceptisoles	73,88%
Entisoles	13,23%
Histosoles	12,89%

Fuente: (GAD Municipal de Tena, 2011)

Elaborado por: La Autora

C. Relieve

El cantón tiene 2 zonas geológicas: la Cordillera de los Andes (Real) entre los 2.500 msnm y los 5.700 msnm de altura donde están las altas montañas con crestas agudas y la zona subandina con el sistema montañoso de la cordillera Galeras profundizándose hasta río Napo. En la parte baja se encuentra la depresión Pastaza a partir de límite del río Napo hacia el Sur.

De acuerdo a las características geológicas del área se pueden distinguir potencialidades en torno a la existencia de abundante de calizas sobre la

subcuenca del río Misahuallí considerada como el mejor depósito de la región oriental en calidad y cantidad, las arenas y gravas en las terrazas, cauces y flujos de materiales volcánicos en las estribaciones de la cordillera y cursos superiores de los ríos Napo, Anzu, Jatunyacu.

Geomorfológicamente el cantón Tena se divide de oeste a este en 5 grandes zonas diferenciadas entre sí desde la zona de la cordillera real que corresponde a la vertiente andina alta que es en superficie el mayor relieve cantonal con el 44%, seguida de los relieves colinadas de la cuenca amazónica (19,27%), que bordean la ribera del río Napo inmediatamente después del piedemonte andino (15,03%) que comprende los relieves submontañosos de los alrededores de la cabecera cantonal y Chontapunta.

Otro de los relieves representativos constituye las vertientes andinas de los ríos Tena, Misahuallí y las vertientes de la Cordillera de Galeras. Por último se señala a los relieves de la cuenca amazónica baja o plana que cubre los bordes de los cauces de los ríos Tena, Jatunyacu, Anzu, Huambuno, Bueno y Napo que se constituyen en las zonas más productivas.

Tabla 4 Relieve de la ciudad matriz del cantón Tena

RELIEVE	ÁREA	PORCENTAJE
Vertiente Andina Alta	169.143,34	44,01%
Cuenca Amazónica Colinada	74.046,52	19,27%
Piedemonte Andino	57.760,63	15,03%
Vertiente Andina	37.707,89	9,81%
Cuenca Amazónica	35.696,30	9,29%

Fuente: (GAD Municipal de Tena, 2011)

Elaborado por: La Autora

2) Medio Biótico

A. Flora

La forma alargada del cantón, en sentido este-oeste, otorga a Tena una privilegiada distribución de ecosistemas, desde los páramos de almohadillas sobre los 4.000 msnm hasta los bosques amazónicos bajo los 600 msnm. Esta

característica le otorga al cantón una gran variedad de ecosistemas que posibilita hábitats para una gran diversidad de especies de flora y su correspondiente fauna.

La diversidad florística es mayor en las áreas bajo la cota de los 800 msnm en el bosque primario sobre las colinas con más de 250 especies de árboles por hectárea. Las Principales Especies de Flora de la zona, se exponen a continuación:

Tabla 5 Flora de la ciudad matriz del cantón Tena

No.	NOMBRE COMÚN	NOMBRE CIENTÍFICO	FAMILIA
1	Ají	<i>Capsicumannuum</i>	SOLIONACEAE
2	Avío	<i>Pouteriacaimiti</i>	SAPOTACEAE
3	Bromelia	<i>Bromeliaplumieria</i>	BROMELIACEAE
4	Cacao	<i>Theobroma cacao</i>	MALVACEAE
5	Canelo	<i>Drimyswinteri</i>	WINTERACEAE
6	Cedro	<i>Cedrela montana</i>	MELIACEAE
7	Ceibo	<i>Ceiba trischistandra</i>	BOMBONACEAE
8	Chukchuwaso	<i>Maytenuskrukovii</i>	CELASTRECEAE
9	Chonta	<i>Bactrisgasipaes</i>	ARECACEAE
10	Guaba	<i>Inga feuillei</i>	FABACEAE
11	Guayaba	<i>Psidiumguajaba</i>	MYRTACEAE
12	Guayacán	<i>Tabebuiachrysantha</i>	BIGNONIACEAE
13	Guayusa	<i>Ilexguayusa</i>	AQUIFOLEACEAE
14	Heliconia	<i>Heliconia rostrata</i>	HELICONIACEAE
15	Hierba Luisa	<i>Aloysacitrodora</i>	VERBENACEAE
16	Limón	<i>Citrus limonums</i>	RUTACEAE
17	Maíz	<i>Zea mays</i>	POACEA
18	Maní de árbol	<i>Arachishipoagea</i>	FABACEAE
19	Matapalo	<i>Cecropiaapp.</i>	CECOPIACEAE
20	Naranja	<i>Citrus cinsensis</i>	RUTACEAE
21	Naranjilla	<i>Solanumquitoense</i>	SOLANACEAE
22	Ortiga	<i>Ureracaracasana</i>	URTICACEAE
23	Papaya	<i>Carica papaya</i>	CARICACEAE
24	Plátano	<i>Musa paradisiaca</i>	MUSACEAE
25	S. de drago	<i>Crotonlecleri</i>	EUPHORBIACEAE
26	Toronja	<i>Citrus paradasi</i>	RUTACEAE
27	Uña de gato	<i>Uncariatomentosa</i>	RUBIACEAE
28	Yuca	<i>Manihotesculenta</i>	EUPHORBIACEAE

Fuente: (GAD Municipal de Tena, 2014)

Elaborado por: La Autora

De acuerdo a lo que establece (GAD Municipal de Tena, 2014) la ciudad matriz del cantón Tena posee áreas naturales de alto valor de conservación así como de un alto grado de biodiversidad, que ocupan una superficie total de 190.096,014 Ha correspondiente a las áreas con categorías de conservación, esto corresponde a 48,75% del territorio, de las cuales las áreas del Patrimonio Natural de Áreas Protegidas (PANE) ocupan el 37,37%; los bosques protectores (BVP) el

4,09%; el patrimonio forestal del estado (PFE) el 6,76% y los bosques protectores privados el 0,53%.

B. Fauna

Las condiciones biogeográficas de la región de las reserva de biosfera Sumaco permiten la existencia de una gran riqueza faunística, esto debido a la gran variedad de pisos altitudinales, nichos ecológicos y hábitats tanto del trópico húmedo amazónico, como de las estribaciones orientales de los Andes y las cordilleras subandinas, por estas condiciones la fauna en Tena es diversa, característica del trópico húmedo de la Amazonía Alta. Para esta investigación se consideraron las especies más representativas de mamíferos, reptiles, anfibios y aves existentes en la ciudad de Tena, las mismas que se exponen considerando su nombre común, nombre científico y la familia a la cual pertenecen, las mismas que fueron organizadas en tablas considerando el orden alfabético del nombre común.

Tabla 6 Inventario de Mamíferos de la ciudad matriz del cantón Tena

No	Nombre Común	Nombre Científico	Familia
1	Armadillo de nueve bandas	<i>Dasypus novemcinctus</i>	DASYPODIDAE
2	Armadillo gigante	<i>Priodontes maximus</i>	DASYPODIDAE
3	Cabeza de mate	<i>Eira barbara</i>	MUSTELIDAE
4	Capibara	<i>Hydrochaeris drochaeris</i>	CAVIIDAE
5	Conejo	<i>Sylvilagus brasiliensis</i>	LEPORIDAE
6	Guanta	<i>Agouti paca</i>	CUNICULIDAE
7	Jaguarundi	<i>Pumayago uarouandi</i>	FELIDAE
8	Mashu	<i>Nasua nasua</i>	PROCYONIDAE
9	Mono araña	<i>Ateles belzebuth</i>	ATELIDAE
10	Mono barizo	<i>Saimiris ciureus</i>	CEBIDAE
11	Mono chichico	<i>Saguinus nigricollis</i>	CALLITRICHIDAE
12	Mono chorongo	<i>Lagothrix lagotricha</i>	ATELIDAE
13	Mono nocturno	<i>Aotus vociferans</i>	AOTIDAE
14	Monos capuchinos, mico	<i>Cebus bifrons</i>	CEBIDAE
15	Murciélago	<i>Eptesicus brasiliensis</i>	VESPERTILIONINAE
16	Nutria	<i>Lontra longicaudis</i>	MUSTELIDAE
17	Oso de anteojos	<i>Tremarctos ornatus</i>	URSIDAE
18	Oso hormiguero	<i>Myrmecophaga tridactyla</i>	MYMECOPHAGIDAE
19	Pecaridecollar	<i>Pecari tajacu</i>	TAYASSUIDAE
20	Puma	<i>Puma concolor</i>	FELIDAE
21	Sahino	<i>Tayassu pecari</i>	TAYASSUIDAE
22	Tapir	<i>Tapirus terrestris</i>	TAPIRIDAE
23	Tigrillo	<i>Leopardus pardalis</i>	FELIDAE
24	Venado	<i>Mazama americana</i>	CERVIDAE

Fuente: (JARAMILLO, 2012)

Elaborado por: La autora

Tabla 7 Inventario de Reptiles de la ciudad matriz del cantón Tena

No	Nombre Común	Nombre Científico	Familia
1	Anaconda	<i>Eunectes murinus</i>	BOIDAE
2	Boa	<i>Boa constrictor</i>	BOIDAE
3	Caimán enano	<i>Paleoschustrigonatus</i>	ALLIGATORIDAE
4	Caimán negro	<i>Melanosuchusniger</i>	ALLIGATORIDAE
5	Cocodrilo de anteojos	<i>Caiman crocodilus</i>	ALLIGATORIDAE
6	Culebra Ciega	<i>Blanuscieneresus</i>	AMPHISBAENIDAE
7	Equis	<i>Bothropsatrox</i>	VIPERIDAE
8	Falsacoral	<i>Oxyrhopuspetola</i>	COLUBRIDAE
9	Lagartija grande	<i>Tupinamisteguixin</i>	TEIIDAE
10	Serpiente Chonta	<i>Clelia clelia</i>	COLUBRIDAE

Fuente: (JARAMILLO, 2012)

Elaborado por: La autora

Tabla 8 Inventario de Anfibios de la ciudad matriz del cantón Tena

No	Nombre Común	Nombre Científico	Familia
1	Cecilia Oriental	<i>Caecilia orientalis</i>	CAECILIDAE
2	Cutín Amazónico	<i>Prismantis altamazonicus</i>	STRABOMANTIDAE
3	Rana común	<i>Hyla hyla</i>	HYLIDAE
4	Rana Gualag	<i>Levtodantylus pentadactylus</i>	LEPTODACTYLIDAE
5	Salamandra Amazónica	<i>Bolitoglossaaltamazonica</i>	PLETHODONTIDAE
6	Salamandra palmeada	<i>Bolitoglossa palmeada</i>	PLETHODONTIDAE
7	Salmandra ecuatoriana	<i>Bolitoglossa ecuatoriana</i>	PLETHODONTIDAE
8	Sapo común	<i>Bufo spinosus</i>	BUFONIDAE

Fuente: (JARAMILLO, 2012)

Elaborado por: La autora

Tabla 9 Inventario de Aves de la ciudad matriz del cantón Tena

No	Nombre Común	Nombre Científico	Familia
1	Águilaarpía	<i>Harpia harpyja</i>	ACCIPITRIDAE
2	Águila pescadora	<i>Pandion haliaetus</i>	PANDIONIDAE
3	Chachalacajaspada	<i>Ortalis guttata</i>	CRACIDAE
4	Colibrí ermitañobarbi blanco	<i>Phaethornis hispidus</i>	TROCHILIDAE
5	Colibrí ermitaño piqui grande	<i>Phaethornis malaris</i>	TROCHILIDAE
6	Colibrí ermitaño piquirrecto	<i>Phaethornis bourcieri</i>	TROCHILIDAE
7	Colibrí ermitaño rojizo	<i>Phaethornis ruber</i>	TROCHILIDAE
8	Gallina zonegro	<i>Coragyps atratus</i>	CATHARTIDAE
9	Gallo de lapeña	<i>Rupicola</i>	COTINGIDAE
10	Garrapatero	<i>Crotophaga ani</i>	CUCULIDAE
11	Garrapatero mayor	<i>Crotophaga major</i>	CUCULIDAE
12	Gavilánsa bañero o caminero	<i>Buteo magnirostris</i>	ACCIPITRIDAE
13	Gaviotín amazónico	<i>Sterna superciliaris</i>	STERNIDAE
14	Halcón cazamurciélagos	<i>Falco ruficularis</i>	FALCONIDAE
15	Jacana carunculada	<i>Jacana jacana</i>	JACANIDAE
16	Mondete	<i>Notho craxurumutum</i>	CRACIDAE
17	Paloma	<i>Columba cayennensis</i>	COLUMBIDAE
18	Paloma	<i>Columba plúmbea</i>	COLUMBIDAE
19	Paloma	<i>Columba subvinacea</i>	COLUMBIDAE
20	Paloma domestica	<i>Columba livia</i>	COLUMBIDAE
21	Paujil	<i>Mitris alvini</i>	CRACIDAE
22	Pava de monte	<i>Penelope jacquacu</i>	CRACIDAE

Fuente : (JARAMILLO, 2012)

Elaborado por: La autora

5.3.2 Aspectos Climáticos

La ciudad matriz del cantón Tena se ubica en la parte baja y alta de la Provincia de Napo, presenta humedad constante y lluvias casi todo el año, la cantidad máxima de lluvia se produce en las estribaciones de la cordillera donde se condensan las grandes masas de vapor que trae el viento desde el Amazonas. Su clima cálido húmedo se modera en gran medida por la influencia de estos dos ríos (Pano y Tena), cuyas orillas ofrecen sus arenas y aguas cristalinas. Por su ubicación geográfica cuenta con varios pisos climáticos.

a. Precipitación

Las máximas precipitaciones se presentan en los meses de mayo, junio y julio, señalándose que en el mes de abril se producen los más altos niveles de precipitación, pero de forma esporádica; de ahí que, es en el mes de junio donde se registran las máximas actividades lluviosas, con niveles que llegan hasta los 462,8 mm; en promedio, en el período entre 1991 a 2005.

El promedio mensual, en la estación del antiguo aeropuerto del Tena, es de 275 mm. Los meses secos o de escasa actividad lluviosa son: diciembre, enero y febrero; y el promedio mínimo de precipitaciones es de 219 mm, registrado en el mes de febrero.

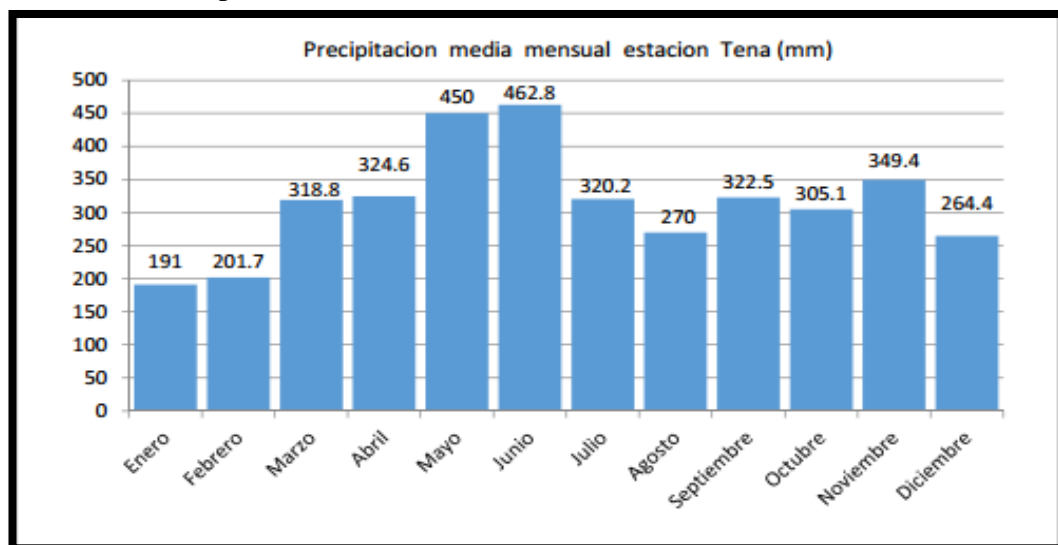
Tabla 10 Precipitación media mensual en estación Tena (2014)

MES	PRECIPITACIÓN MEDIA MENSUAL(mm ³)
Enero	191
Febrero	201,7
Marzo	318,8
Abril	324,6
Mayo	450,0
Junio	462,8
Julio	320,2
Agosto	270,0
Septiembre	322,5
Octubre	305,1
Noviembre	349,4
Diciembre	264,4

Fuente : (GAD Municipal de Tena, 2014)

Elaborado por: La autora

Gráfico 1 Precipitación Mensual Tena (2014)



Fuente : (GAD Municipal de Tena, 2014)

b. Humedad Relativa

Según información obtenida de (INAMHI, 2013) se desprende que los meses de mayor porcentaje de humedad relativa son los meses de Marzo y Junio, cuyo valor medio es de 90,27% de humedad, en cambio los más secos son los de Septiembre y Octubre con un valor medio de 87,73%, lo que implica que en la ciudad matriz del cantón Tena, se tenga un valor medio mensual de 89,15%, lo que implica que la zona sea húmeda.

Tabla 11 Humedad Relativa Año 2013

MES	Humedad Relativa %
Enero	89.64%
Febrero	89.64%
Marzo	90.27%
Abril	89.09%
Mayo	89.13%
Junio	90.27%
Julio	89.73%
Agosto	89.18%
Septiembre	88.18%
Octubre	87.73%
Noviembre	88.27%
Diciembre	88.64%

Fuente: (JARAMILLO, 2012)

Elaborado por: La autora

C. Heliofania

En la zona donde se dispone de información, el número de horas de sol por año oscila alrededor de 900 lo que da un promedio mensual de 75 horas y un diario de 2,5 horas. Considerando que el movimiento de las masas nubosas es relativamente uniforme en toda la zona de estudio se cree que los valores son aceptables. (INAMHI, 2008).

D. Temperatura

El GADM-Tena 2014 mediante análisis de los registros climatológicos de temperatura realizados determinó que la temperatura promedio mensual es de 24 °C para la ciudad del Tena, y cuyos meses de máxima temperatura son: Diciembre y Enero, sus valores medios mensuales están entre los 24 a 25 °C. Los meses de menor temperatura son: Junio y Julio, donde se registra una media mensual de 24,4 °C. Las temperaturas en la ciudad de Tena se mantienen muy templadas a lo largo de todo el año. Su temperatura máxima es de 28°C y su mínima de 9°C. Su temperatura media anual es de 25°C.

Tabla 12 Temperatura Promedio (2014)

MES	Temperatura promedio Mensual °C
Enero	24.43°C
Febrero	24.13°C
Marzo	23.93°C
Abril	23.86°C
Mayo	23.84°C
Junio	23.41°C
Julio	23.43°C
Agosto	23.61°C
Septiembre	24.11°C
Octubre	24.28°C
Noviembre	24.46°C
Diciembre	24.48°C

Fuente:(JARAMILLO, 2012)

Elaborado por: La autora

5.4 Tipo de Investigación

De acuerdo a las características y naturaleza administrativa del objeto de estudio determinado, se considera pertinente asumir el diseño de investigación no experimental, por cuanto el proceso se desarrolló en el hostel Jireh y la función de la autora consistió en la descripción de las variables: Evaluación Administrativa y Plan de Negocio, que se investigan tal como se presentan en la realidad. En ningún momento la autora tuvo la posibilidad de manipular las variables intervinientes en el proceso investigativo.

Se empleó el diseño bibliográfico en la elaboración del marco teórico para lo cual se utilizó herramientas documentales de apoyo que generaron información relevante para el tema de estudio, las mismas que permitieron conocer las principales teorías sobre evaluación administrativa, la metodología CANVAS, la industria hotelera, su evolución y estructura organizacional, entre otros temas.

Entre las fuentes bibliográficas que se utilizaron cuentan: libros, revistas digitales, documentos de sitios web, reglamentos, blogs especializados.

Es una Investigación de Campo, porque aplica el concepto previamente expuesto de investigación, para lo cual fue necesario la realización de encuestas dirigidas a la población objeto de estudio, que en este caso específico, se investigaron una muestra turística de población de la ciudad matriz del cantón Tena y de los turistas nacionales e internacionales que la visitan, debido a que son los principales actores dentro de la actividad de servicios del hostel.

5.5 Realizar el Diagnóstico Situacional del Área de Estudio

Para el desarrollo del primer objetivo se realizaron gestiones que permitieron recabar la información requerida para el diagnóstico situacional planteado como objetivo de la investigación:

5.5.1 Recolección de Información

Para la delimitación del área de estudio se consideró la información contenida en el Plan de Ordenamiento (GAD Municipal de Tena, 2014), mediante la cual se pudo determinar la extensión y límites del cantón Tena. Los aspectos investigados fueron: historia, población, educación, cultura, medio ambiente y ecosistemas, agricultura, economía, turismo, red vial y transporte.

a. Historia

Para fundamentar la reseña histórica de la ciudad matriz del cantón Tena, se extrajeron datos de (Ministerio de Turismo, 2013) e información relevante de los estudios de (FLACSO, 2013)

b. Población

Se expone la información relativa al número de habitantes, crecimiento poblacional, composición poblacional publicados por (INEC, 2010) de acuerdo al último Censo de Población y Vivienda, y por (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Tena, 2014) en la Actualización del Plan de Ordenamiento Territorial.

c. Educación

Para conocer el nivel de escolaridad y educación existentes en Tena, se tomó como base la información pertinente comprendida en la Actualización del Plan de Ordenamiento Territorial, (SENPLADES, 2013) e (INEC, 2010).

Para el establecimiento de los indicadores de educación se recurrieron a los registros de la Dirección Distrital de Tena, como entidad responsable de la educación en el área de estudio.

d. Cultura

(FLACSO, 2013) Proporciona las bases para la caracterización de la cultura de la ciudad matriz del cantón Tena, de cuyo compendio se extrajo y organizó la información más relevante. Se consideraron además los aportes realizados por (Fundación Bioparques, 2011).

e. Medio Ambiente y Ecosistemas

Se tomó como base la información contenida en el (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Tena, 2014) en el que se establecen las características ecológicas de la ciudad matriz del cantón Tena.

f. Agricultura.

Los datos relacionados con la actividad agrícola de la ciudad matriz del cantón Tena, se consideró la información de (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Tena, 2014) obteniéndose información acerca de los principales productos cultivados y comercializados, su superficie de cultivo y el rendimiento promedio de las áreas cultivadas.

g. Economía

La información relativa al aspecto económico de la ciudad matriz del cantón Tena, fue obtenida de los datos compilados por (INEC, 2010) en el resumen de los resultados obtenidos en el último Censo de Población publicados en Fascículo Napo, y aquellos que constan en la Actualización del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Tena, 2014); para lo cual se determinaron los sectores productivos de mayor importancia y la estructura actual de la Población Económicamente Activa.

h. Turismo

Para conocer el desarrollo de la actividad turística de la ciudad matriz del cantón Tena, se recurrió a los datos contenidos en (Ministerio de Turismo, 2014) y los datos censales del Fascículo Napo de (INEC, 2010). Con el fin de obtener datos de los hoteles catastrados en la parroquia de Puerto Napo, se consideraron los datos de los catastros de Turismo de (Ministerio de Turismo, 2015). Se realizó además el levantamiento del inventario turístico de Tena, con la metodología de (Ministerio de Turismo , 2009).

i. Red Vial y Transporte.

Para obtener los datos de la de red vial y transporte, se empleó la información contenida en la Actualización del Plan de Ordenamiento Territorial de (GAD Municipal de Tena, 2013).

5.5.2 Análisis e Interpretación de Encuestas

El levantamiento de información para la realización del diagnóstico situacional, se desarrolló en base a la aplicación de un cuestionario estructurado de diez preguntas cerradas que fueron aplicadas a la muestra de población sujeta a la investigación. El proceso empleado para la determinación de la población y muestra fue el siguiente:

- Se organizaron los datos obtenidos de (INEC, 2010) y el Registro del Hostal Jireh en una tabla, determinando el porcentaje representativo de cada uno en el universo de la población.
- Para el cálculo se aplicó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{P.Q.N}{(N-1) \frac{E^2}{K^2} + P.Q}$$

Dónde:

<p>n = Tamaño de la muestra</p> <p>P.Q = Constantes de varianza (0.25)</p> <p>N = Tamaño de la población.</p> <p>E = Error máximo admisible 9%</p> <p>K = Coeficiente de correlación (2)</p> <p>N – 1 = Corrección paramétrica.</p>

Desde la aplicación de la encuesta hasta el análisis de la información se realiza un proceso de tabulación y organización de la información obtenida en la aplicación de los instrumentos de investigación.

5.5.3 Inventario de Atractivos Turísticos de la ciudad Matriz del cantón Tena

En la realización del levantamiento de los principales atractivos naturales de la ciudad matriz del cantón Tena, se procedió con la metodología propuesta por (Ministerio de Turismo , 2009) procediéndose con la categorización, evaluación y jerarquización de los atractivos turísticos existentes.

Las fichas para el levantamiento de atractivos turísticos naturales, se realizaron con base a la metodología implementado por (Ministerio de Turismo , 2009) y para manifestaciones culturales con base en los formatos elaborados por el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural.

5.6 Establecer la Evaluación Administrativa al Hostal Jireh, mediante la aplicación de la Metodología CANVAS

Para la evaluación Administrativa se consideraron los nueve factores del Lienzo de Negocios presentado por (OSTERWALDER, 2004), los mismos que

permitieron conocer el resultado de la actual situación de Hostal Jireh, mediante el análisis de los siguientes puntos:

5.6.1 Segmentación de Mercado

Para evaluar la segmentación de hostal Jireh se consideró el grupo de personas y organizaciones a quienes Hostal Jireh presta sus servicios y dirige sus esfuerzos organizacionales.

5.6.2 Propuesta de Valor

Dentro de la propuesta de valor se estableció la intangibilidad, inseparabilidad, variabilidad y atributos del servicio que actualmente presta hostal Jireh.

5.6.3 Canales de Distribución

Se realizó el análisis del sistema de distribución del Hostal Jireh, estableciéndose los canales que se empleaban tradicionalmente para llegar con el servicio hasta el cliente.

5.6.4 Clientes

Se determinaron las relaciones existentes con los clientes actuales del Hostal Jireh, identificando el modo en el que la administración se relaciona con ellos a corto, mediano y largo plazo.

5.6.5 Fuentes Económicas

Se identificaron las fuentes actuales de ingreso de Hostal Jireh:

- Ingreso Alojamiento Turistas Nacionales
- Ingreso Alojamiento Turistas Extranjeros

5.6.6 Recursos Clave

Los recursos clave considerados de acuerdo a lo establecida para la metodología CANVAS por (OSTERWALDER, 2004) fueron:

- Financiamiento
- Terreno e Infraestructura
- Talento Humano

5.6.7 Actividades Clave

Se realizó la identificación de las actividades clave existentes en hostal Jireh, mediante observación directa y de acuerdo al criterio establecido por (OSTERWALDER, 2004).

5.6.8 Socios Clave

Para la determinación de socios clave de Hostal Jireh, se determinaron los actuales contactos y alianzas para el negocio, definiendo cuales son las estrategias que se mantienen para el trato con potenciales socios o proveedores.

5.6.9 Costos

Para el presente plan de negocios se consideraron los costos directos e indirectos en los que incurrió la empresa, los mismos que se ven reflejados en el estado de pérdidas y ganancias.

5.7 Determinar el Diseño del Plan de Negocios en el Hostal Jireh

Para la determinación del diseño del Plan de Negocios de Hostal Jireh se consideró la aplicación de la metodología CANVAS, contempló la ejecución de los nueve pasos sugeridos por (OSTERWALDER, 2004) para el desarrollo de un Modelo de Negocios. La metodología empleada para desarrollar cada uno de los pasos propuestos, se expone a continuación:

5.7.1 Segmentación de Mercado

Para la segmentación se tomaron como referencia los aspectos geográficos, demográficos, psicográficos y conductuales del mercado de Hostal Jireh.

La selección del segmento permitió conocer el tipo de cliente al que se dirigirán los esfuerzos organizacionales, con lo cual se identificó la competencia existente en la ciudad matriz del cantón Tena.

5.7.2 Propuesta de Valor

Dentro de la propuesta de valor se estableció la planeación estratégica definida para la propuesta de Plan de Negocios considerando la misión, visión, objetivos, imagen corporativa, políticas de comunicación, infraestructura, productos y servicios a implementarse.

5.7.3 Canales de Distribución

Se realizó el análisis del sistema de distribución del Hostal Jireh para establecer posteriormente los más indicados para la propuesta de Plan de Negocios para esta empresa.

Los canales seleccionados fueron el canal directo y el canal detallista.

5.7.4 Clientes

Una vez identificada la necesidad de adquirir nuevos clientes y retener los clientes actuales, se definió el tipo de relación que se espera tener con cada uno de los clientes, considerando el Costo de estas relaciones. Para lo cual se determinaron los Gastos de Ventas.

5.7.5 Fuentes Económicas

Se identificaron las fuentes actuales de ingreso de Hostal Jireh estableciendo la capacidad diaria, mensual y anual de Hostal Jireh, en pax y en dólares. Esta información fue empleada como parte del análisis financiero.

5.7.6 Recursos Clave

Los recursos claves considerados de acuerdo a lo establecido para la metodología CANVAS por (OSTERWALDER, 2004) fueron:

- Forma de Financiamiento
- Terreno e Infraestructura
- Talento Humano

5.7.7 Actividades Clave

Las actividades claves propuestas para el Plan de Negocios de Hostal Jireh, según la Metodología CANVAS, fueron:

- Reservaciones
- Check In
- Check Out
- Disponibilidad de Habitaciones
- Solicitud de Implementos
- Control de Asistencia

5.7.8 Socios Clave

Para la determinación de socios clave del Hostal Jireh, se establecieron contactos y alianzas para el negocio, definiendo las estrategias con potenciales socios o proveedores, para lo cual fue necesario considerar el tipo de empresa con el cual se requiere realizar la alianza estratégica, el fin social y el producto o servicio requerido para dar cumplimiento al Plan de Negocios propuesto.

5.7.9 Costos

Para el plan de negocios se realizó el análisis financiero correspondiente que parte de la elaboración del presupuesto de inversión, el resumen de costos directos e indirectos del proyecto.

El análisis de costos proporcionó la información básica para la elaboración del Estado de Producción Proyectado y el Estado de Pérdidas y Ganancias que permitió establecer la utilidad neta del ejercicio económico correspondiente al primer año de ejecución del Plan de Negocios.

5.8 Organizar la Socialización del Plan de Negocios en el Hostal Jireh

5.8.1 Planeación del evento de socialización del Plan de Negocios de Hostal Jireh

Para la planeación del evento se determinó el equipamiento requerido y se estructuró el contenido de la exposición

5.8.2 Elaboración de lista de Asistentes

Para la elaboración del listado de asistentes se consideraron las autoridades de turismo de la ciudad matriz del cantón Tena, los socios clave de Hostal Jireh y las personas que prestan sus servicios en este establecimiento.

5.8.3 Elaboración de Diapositivas para la socialización del Plan de Negocios

La elaboración de las diapositivas para la socialización del Plan de Negocios se realizó en Power Point, las mismas que contienen la información más importante de los resultados del trabajo investigativo realizado.

F. RESULTADOS

6.1 Realizar el Diagnóstico Situacional del Área de Estudio.

6.1.1 Recolección de Información

La zona de estudio del trabajo de investigación cuenta con área de 3.904,3 Km.², de acuerdo a lo establecido en la sección Metodología, se consideraron los siguientes aspectos:

a. Historia

En los tiempos que los españoles fundaron las ciudades de Archidona, Ávila y Alcalá del Río Dorado, se repartieron las tierras, incluidos los indígenas que allí habitaban, para su explotación y beneficio. Ante esta circunstancia los indígenas cansados de soportar los excesos de los españoles huyeron hacia la selva; escogieron las orillas de los ríos Tena, Pano y Napo para formar sus centros poblados.

Con la llegada de los misioneros Jesuitas estas concentraciones humanas tomaron los nombres de Tena, Puerto Napo, San Javier (actualmente Puerto Misahuallí), Ahuano, Santa Rosa, entre otras. Fueron pueblos que pertenecían al radio de influencia de Archidona.

Los Quijos, en determinado momento de la historia, perdieron su idioma original y pasaron a formar parte de los Kichwas o yumbos. Los grupos Kichwas se diferenciaban unos a otros tomando el nombre del lugar donde habitaban, así teníamos los Panos, Misahuallís, Ongotas, Ahuanos etc. (FLACSO, 2013)

En el tiempo de la conquista española el cantón Tena formó parte del territorio de la Gobernación de Quijos; en los primeros años de república fue parte

de la provincia de Pichincha como parte integrante del cantón Quijos. Desde los años de 1861 se crea la provincia de Oriente y este territorio entra a formar parte de ella. El nombre de cantón Napo se mantiene hasta el 30 de abril de 1969.

En que pasa a denominarse Tena. Siendo Presidente del Concejo el señor Miguel Gutiérrez, decreta el 15 de noviembre como fecha aniversario de fundación Tenense. Las festividades año a año se celebra gracias al programa que elabora la Ilustre. Municipalidad mediante la Ordenanza N° 03-88, quien establece un Comité Permanente de Fiestas, mediante una asamblea general convocada a los distintos representantes de las instituciones y organismos. (Ministerio de Turismo, 2013)

Entre los hechos históricos más relevantes, se pueden citar en orden cronológico.

Año 1560.- Gil Ramírez Dávalos mediante ordenanza fundó a San Juan de Dos Ríos de Tena. Los españoles para su exclusivo beneficio, se repartieron tierras e indios, éstos huyeron hacia la selva, escogiendo las orillas de los ríos Tena, Pano o Napo, Santa Rosa, nombres asumidos con la llegada de los españoles, para formar sus centros poblados.

Año 1578.- Se produjo el levantamiento indígena y los blancos abandonaron estos lugares. Pocos se atrevieron a volver. Tena era la población más pequeña con apenas 26 personas.

Año 1787.- En el gobierno de Quijos, existían 3.264 habitantes, de los cuales 58 eran blancos, 3.203 eran indígenas dependientes de las encomiendas, 2 indígenas libres y el esclavo.

Año 1822.- Si bien en este año el Ecuador se independiza de España, en el oriente, los NAPO RUNAS continúan formando parte de una administración religiosa.

Año 1891.- Se construyó la iglesia del Vicariato en el poblado Tena.

Año 1892.- Se revelaron los indígenas contra los misioneros jesuitas, logrando destruir la sede misional. La expulsión de padres jesuitas, significó un reordenamiento inminente de las relaciones blanco – mestizas.

La explotación del caucho provocó la migración de colonos hasta la zona fronteriza con el Perú, generando la movilización obligada muchos de trabajadores indígenas.

Año 1922.- Llegaron a Tena las primeras misioneras Josefinas

Año 1924.- Arriban a esta ciudad las Hermanas Doroteas.

Año 1927.- Llegan a Dos Ríos los misioneros Evangélicos.

Año 1936.- Se consolidan los caminos de herradura en los tramos: Pifo. Papallacta; Baeza-Cosanga; Hurcusiqui-Jondachi; Archidona- Tena.

Año 1947.- Los Josefinos crean el primer colegio llamándolo como San José.

Año 1948.- Aterriza el primer avión en Tena, fue de la empresa Alas de Socorro de la Misión Evangélica de Shell.

Año 1954.- Se construye el hospital José María Velasco Ibarra.

Año 1958.- Se crea el primer Jardín de infantes Madre Imelda.

Año 1970.- Se inicia la explotación petrolera.

Año 1964.- Se Termina la carretera Puyo – Tena.

Año 1972.- Se terminan los puentes sobre los ríos Misahuallí, Tena y Napo.

Año 1974.- Se termina el tramo Baeza – Tena.

Las fechas cívicas cantonales que se celebran en Tena, son:

15 de Noviembre de 1560: Fundación de Tena

30 de abril de 1959: Cantonización de Tena

b. Población

De acuerdo al VI Censo de Población y V de Vivienda (2010) la población del Tena está compuesta por 60.880 habitantes.

La población de Tena ha crecido en el período intercensal 1990-2001, a un ritmo del 3,0% promedio anual; mientras que del período intercensal 2001-2010 ha crecido en un promedio anual del 2,7%, se puede decir que las tasas de natalidad han disminuido debido a la imposición de nuevos modelos económicos en los últimos años, por lo que la subsistencia de los habitantes se ha vuelto cada vez más compleja. (INEC, 2010). La distribución de la población por edad es la que se expone en la tabla que sigue:

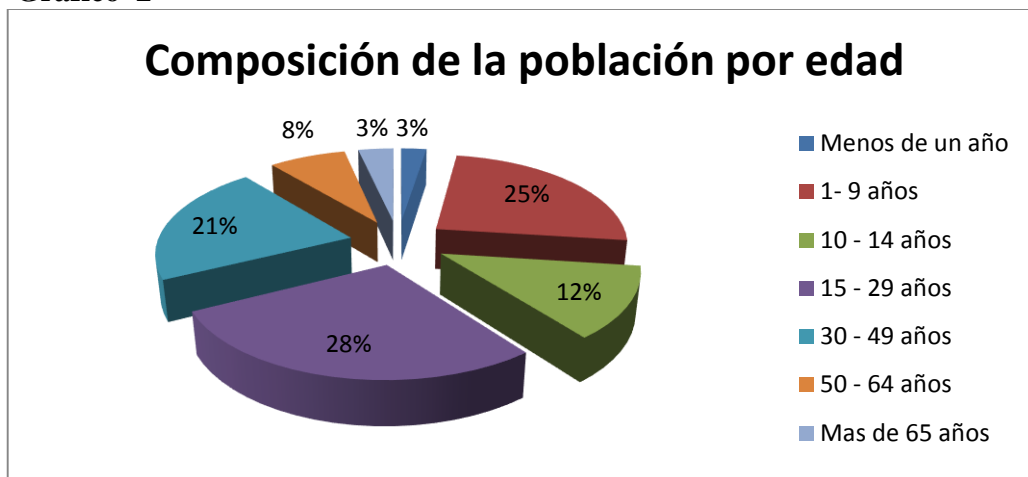
Tabla 13 Composición de la Población por Edad

Edad	No de personas
Menos de un año	1.519,00
1- 9 años	14.941,00
10 – 14 años	7.606,00
15 – 29 años	17.099,00
30 – 49 años	12.991,00
50 – 64 años	4.608,00
Más de 65 años	2.116,00
TOTAL	60.880,00

Fuente: INEC (2010)

Elaborado por: La autora

Gráfico 2



Fuente: INEC (2010)

La población predominante en Tena corresponde al 28% que pertenece a un rango de edad entre 15 y 29 años, seguida por un segmento que abarca niños entre 1 y 9 años de edad con un 21% y adultos que tienen entre 30 y 49 años.

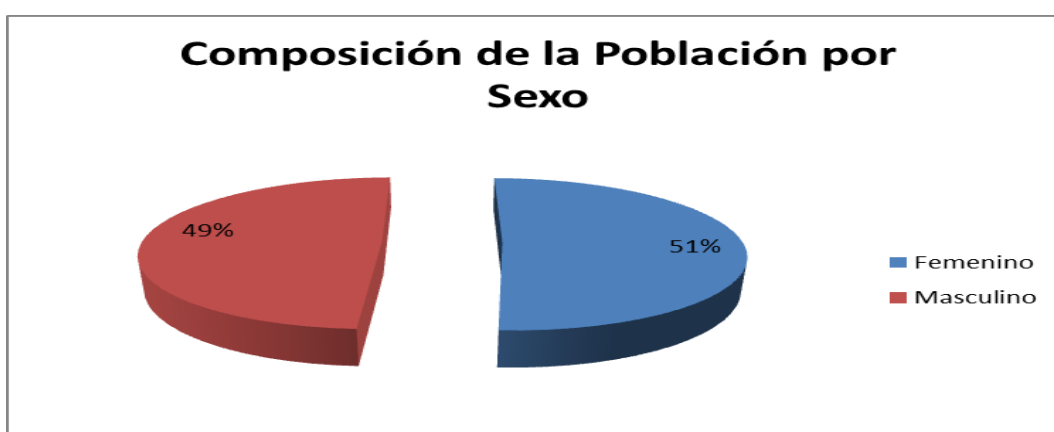
Tabla 14 Composición de la población por Sexo

Sexo	No de personas
Femenino	30.943,00
Masculino	29.937,00
TOTAL	60.880,00

Fuente: INEC (2010)

Elaborado por: La Autora

Gráfico 3 Composición de la Población por Sexo



Fuente: INEC (2010)

Elaborado por: La Autora

Según los datos del INEC (2010) el 49% de los habitantes son de género masculino y el 51% son de género femenino.

c. Educación

A nivel nacional, con la implementación de los procesos de planificación territorial se ha establecido un nuevo modelo de gestión de la educación, con una estructura que permita cumplir con las metas establecidas a nivel nacional: Tena se encuentra dentro de la Zona de Planificación 2 del Ministerio de Educación de Ecuador las entidades responsables de la gestión son: Zonal 2 del Ministerio de Educación, Distrito Educativo Tena, y 4 circuitos educativos.

El número promedio de años lectivos aprobados por la población adulta en instituciones de educación formal en todos los niveles resume las deficiencias que ha tenido el sistema educativo nacional en cuanto a ofrecer acceso a la educación básica a todos los ecuatorianos.

De acuerdo al censo 2010 el grado de escolaridad de la ciudad matriz del cantón Tena es del 11.5% incrementándose un 4,7%, en relación al censo del 2001 que era del 6.8%.

Para el 2001 los estudiantes tenían en promedio 6 – 7 años de estudio logrando culminar la primaria, mientras que para el 2010 este nivel de escolaridad es altamente significativo, los años de estudios son aproximadamente de 10 – 11 años, alcanzando ya el bachillerato.

En la ciudad matriz del cantón Tena se puede evidenciar una regularidad gracias a que hoy en día se está priorizando a los sectores más pobres y sobre todo se está dando atención al área rural, ya que es ahí donde se genera la producción.

Los principales indicadores de educación, se resumen en la siguiente tabla.

Tabla 15 Indicadores de Educación

VARIABLE	PARÁMETRO	%	PARÁMETRO	%
Régimen Educativo	Fiscal Fisco misional	93%	Particular	7%
Ubicación Provincial	Tena	58.90%	Otros Cantones	41.10%
Estudiantes Matriculados	Tena	61.60%	Otros Cantones	38.40%
Establecimientos Fiscales por Área	Urbana	27%	Rural	73%
Establecimientos Fisco misionales por Área	Urbana	42%	Rural	58%
Establecimientos Particulares por Área	Urbana	100%	Rural	0%

Fuente: Distrito Educativo Tena (2014)

Elaborado por: La Autora

d. Cultura

La ciudad matriz del cantón Tena está conformada por una población diversa y multiétnica de los cuales 1.937 son blancos, 21.695 mestizos, 35.750 indígenas, 983 afroecuatorianos y 515 otros, según los datos proporcionados por el censo de (INEC, 2010). Las nacionalidades indígenas asentadas en este territorio son: los kichwas amazónicos, los huaoranis y shuars.

El asentamiento de un sinnúmero de culturas y pueblos, cuya identidad y dominio del entorno natural fue su característica más significativa de la cultura de Tena. Las evidencias arqueológicas de la zona dan cuenta de asentamientos milenarios, que debieron adecuarse a las condiciones del hábitat para la supervivencia.

La población Kichwa aporta con elementos culturales que deben ser rescatados, valorizados y aplicados dentro de los parámetros occidentales y en particular para la conservación del área, considerando la información aportada por (Fundación Bioparques, 2011), puede extraerse que:

- La mayoría de las prácticas de producción realizadas por las comunidades sustentable de los recursos naturales. Por ejemplo, el manejo integrado agroforestal en forma comunitaria, complementado con la caza, pesca y recolección de productos no maderables del bosque con fines alimenticios, medicinales, para construcción de viviendas, artesanía, etc.

- La artesanía incorpora elementos culturales y de la naturaleza. Los kichwas han utilizado los elementos de la naturaleza para elaborar su vestimenta, construcción de vivienda, elaboración de canoas y artesanía utilitaria.
- La medicina tradicional está vinculada al conocimiento y adaptación de la población indígena a la Amazonía, tiene dominio sobre las enfermedades propias del medio, que deben ser aprovechadas por la medicina occidental, con una justa valoración del conocimiento indígena.
- El conocimiento ancestral desarrollado por las comunidades indígenas sobre el uso de los recursos del bosque, especialmente para medicina y alimentación, aporta al desarrollo de la farmacología y principios activos de los recursos genéticos y constituye un gran potencial para el impulso de la economía de la región.

Estos elementos antropológicos y culturales junto con los atractivos naturales que constituyen el patrimonio de las poblaciones, aportan a dimensionar la riqueza de Tena, a nivel tanto del turismo como a nivel de la antropología, geología, historia, ecología, y la medicina, entre otras

e. Medio Ambiente y Ecosistemas

La diversidad y complejidad de sus ecosistemas se refleja en las características morfológicas y climatológicas. Sus escenarios paisajísticos se pueden agrupar entre zonas de: cordillera, piedemonte y llanura amazónica. Dichos escenarios se presentan desde los nevados y volcanes como el Antisana, Cayambe y Sangay, pasando por los páramos, los bosques nublados de la cordillera real y las estribaciones orientales, hasta los bosques siempre verdes e inundables en la llanura amazónica. Sus ríos, lagos y lagunas se destacan en mantener el equilibrio natural y constituyen un gran potencial de vida y recursos para los seres vivos.

El ecosistema amazónico, en especial su bosque lluvioso tropical, es considerado uno de los hábitats vegetales y animales más ricos y complejos del mundo. La característica más importante de la región es la existencia de una prolífica flora y fauna junto con extraordinarias variaciones de macro y micro-hábitats, por lo que es considerado un ecosistema de gran interés local y global. (INIAP, 2013)

f. Agricultura

El potencial agropecuario de la Región Amazónica Ecuatoriana, en su conjunto, es limitado; sólo algunos cultivos pueden adaptarse fácilmente a las condiciones climáticas extremas y la pobre vocación agrícola de los suelos. A estos factores se suma la ausencia de apoyo a la producción, como crédito, generación y transferencia de tecnología, la carencia de infraestructura como vías de comunicación y la capacidad de almacenamiento. En este contexto, el pequeño agricultor amazónico ha desarrollado sus actividades agroproductivas, sin disponer de las herramientas necesarias para mejorar su producción y productividad, y es en estos aspectos donde se debe destacar el rol de la investigación y transferencia de tecnología. (INIAP, 2013)

De acuerdo a datos INEC 2001 y 2010, la agricultura tiene un crecimiento 1,79% en relación al 2001, este aspecto se lo puede visibilizar sobre todo en las parroquias de Ahuano, Chontapunta y Napo; mientras que en la ciudad matriz del cantón Tena, existe un decrecimiento de 1,5% superando a lo relacionado con los otros sectores. Esta información permite categorizar el uso de suelo con la finalidad de:

- Preservar áreas
- Definir las áreas rurales destinadas para a la producción de cultivos destinadas a seguridad alimentaria
- Establecer las áreas de transición: es decir espacios entre lo rural y urbano

Esta actividad económica se desarrolla mayoritariamente en el sector rural 27,53%, mientras que el 7,98% de esta actividad se la realiza en el sector urbano;

esta dinámica económica está destinada sobre todo a la producción de alimentos de subsistencia de las familias del sector rural en un 60%, y solo el 40% restante de los productos destinados con mayor énfasis a la comercialización a nivel local, provincial, nacional e internacional.

Entre los principales productos de subsistencia están: yuca, plátano, frutas, peces (tilapia y cachamas) y aves de corral; mientras que los productos destinados a la comercialización interna y de exportación son: cacao, café, wayusa.

g. Situación Socio Económica

A pesar del crecimiento económico importante que ha tenido el país en los últimos 8 años, la economía de la ciudad matriz del cantón Tena no se ha desarrollado en igual proporción; de acuerdo a datos del INEC 2010, la economía local depende en su mayoría de dos grandes actividades:

- Actividades generadas principalmente en el sector primario (agricultura/ganadería, pesca) 36,6% sobre todo en el área rural como parte de la economía de subsistencia;
- Actividades del sector comercio y servicio, teniendo peso importante el sector público 16%, y el 9,6% en actividades de Comercio al por mayor y menor.

h. Turismo

A partir de la información disponible en (GAD Municipal de Tena, 2014) se observa que desde el punto de vista territorial existe una concentración de la oferta de establecimientos de alojamiento y restauración en la ciudad del Tena. La mayor parte se distribuyen a lo largo de las principales arterias de comunicación de la ciudad de Tena.

El análisis de los servicios turísticos a partir del Catastro permite caracterizar la oferta turística como diversificada por categorías y tipologías (hostales, residencias, cabañas y restaurantes conforman la parte más significativa). Pero en

todas las modalidades se repite la concentración territorial en la ciudad de Tena especialmente en pensiones, hostales y residencias.

El resto de parroquias presentan deficiencias significativas en cuanto a oferta de alojamientos y restauración, excepto dentro de la categoría de “cabañas”.

Esta realidad se acomoda al diferente perfil de la demanda, y a su acomodación al reparto de los recursos y las iniciativas empresariales, ya que existe un segmento orientado hacia un turismo en el entorno natural, con servicios de alojamiento en espacios de elevado valor ecológico. Sin embargo esta situación no va acompañada de oferta complementaria para cubrir otras necesidades del turista.

Existe por tanto una hiperconcentración de la actividad turística en la ciudad de Tena, que puede entenderse como una fortaleza, pero también como un conflicto que genera un desigual reparto de las posibilidades de generar riqueza en el resto del cantón. Dentro de los datos relevantes de la actividad turística de Tena en el año 2014 se presenta el gasto promedio por turistas, considerando el número de turistas nacionales y extranjeros que realizaron actividades turísticas en el área de estudio de acuerdo al (Ministerio de Turismo, 2015).

Tabla 16 Gasto Promedio Diario de Turistas

Promedio USD	Porcentaje	Número de Turistas	Total \$
22,5	42%	4.8468,00	1.090.539,45
28	21%	2.4234,00	678.557,88
33	18%	2.0772,00	685.481,94
36	19%	2.1926,00	789.342,84
	Total	11.5401,00	3.243.922,11

Fuente: (Ministerio de Turismo, 2015)

Elaborado por: La Autora

i. Red Vial y Transporte

Dentro de la ciudad matriz del cantón Tena el sistema secundario de vías es lastre y que tiene que ser mantenido regularmente lo cual ocasiona que se asigne recursos económicos, mecánicos y de personal constantemente.

En el sistema vial secundario se ha realizado un mejoramiento en la capa de rodadura con asfalto, especialmente a las cabeceras parroquias como son: - Puerto Misahuallí, - Puerto Napo, - Ahuano, - Pano, - Tálag y – Muyuna.

Esto ha repercutido en la calidad de transporte, ha disminuido los tiempos de recorrido, así como, también en los costos de mantenimientos de los vehículos y consumo de combustibles fósiles.

6.1.2 Análisis e Interpretación de las Encuestas

Para la determinación de la muestra con la fórmula propuesta en la sección metodología se obtuvo que la población de investigación esté constituida por los siguientes sujetos sociales:

Tabla 17 Población de la Investigación

SECTOR INVESTIGADO	FRECUENCIA	%
Gerente Propietaria y empleados que laboran en el Hostal	6	0.81%
Turistas Nacionales	521	0.81%
Turistas Internacionales	2.963	4.88%
Población de la ciudad matriz del cantón Tena	60.885	93.50%
TOTAL	64.374	100%

Fuente: Hostal JIREH

Elaborado por: La Autora

De la población de 64.374, se obtuvo una muestra representativa con la que se obtuvieron los siguientes datos:

$n = ?$ $P.Q = 0.25$ $N = 64374$ $E = 9\%$ $K = 2$ $N - 1 = 64373$

Remplazando los datos en la formula, se obtuvo:

$$n = \frac{(0,25)(64.374)}{(64.374 - 1) \frac{0,09^2}{2^2} + 0,25} \rightarrow n = \frac{16.093,5}{(64.373) \frac{0,0081}{4} + 0,25}$$

$$n = \frac{16.093,5}{(64.373)(0,002025) + 0,25} \rightarrow n = \frac{16.093,5}{130,35 + 0,25}$$

$$n = \frac{16.093,5}{130,85} \qquad n = 122,99$$

n=123 Encuestas

Por lo que se aplicaron las 123 encuestas a la población determinada como muestra para la investigación.

Tabla 18 Muestra de la Investigación

SECTOR INVESTIGADO	FRECUENCIA	%
Gerente Propietaria y Empleados que laboran en el Hostal	1	0.81%
Turistas Nacionales	1	0.81%
Turistas Internacionales	6	4.88%
Población de la ciudad matriz del cantón Tena	115	93.50%
TOTAL	123	100%

Fuente: Hostal JIREH
 Elaborado por: La Autora

Las diez preguntas que constaron en el cuestionario estructurado de la encuesta fueron tabuladas, organizadas en tablas con frecuencia y porcentaje y sometidas a un análisis e interpretación individual.

Para la organización, tabulación y representación de datos se empleó la estadística descriptiva, realizándose un análisis cualitativo y cuantitativo de los datos obtenidos en la aplicación de los instrumentos de investigación.

PREGUNTA 1 Género de los Turistas

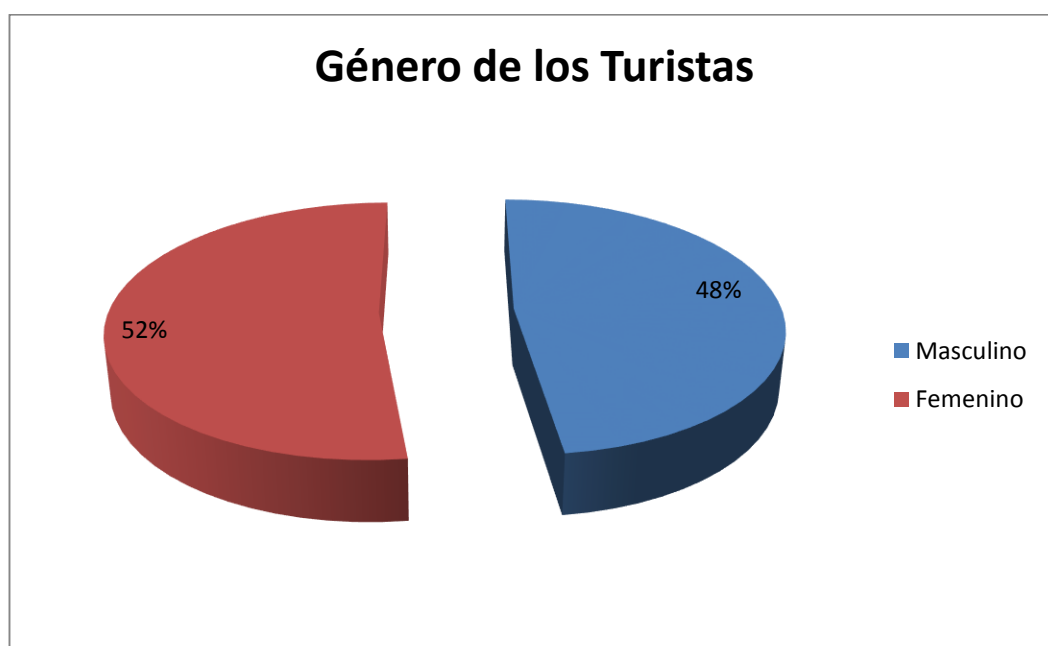
Tabla 19 Género de los Turistas

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Femenino	64	52%
Masculino	59	48%
TOTAL	123	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: La autora

Gráfico 4



Fuente: Encuestas

Elaborado por: La autora

Interpretación: De acuerdo a lo expuesto en el gráfico 4, el 52% de la muestra encuestada pertenece al género femenino, el 48% al género masculino, por lo que puede determinarse que no hay una predominancia significativa de un género sobre el otro en este indicador, esto se debe a que los turistas nacionales y extranjeros que visitan la ciudad matriz del Cantòn Tena se encuentran en igualdad de condiciones y sin limitaciones ni restricciones al momento de elegir este lugar como destino turístico.

Pregunta 2: Procedencia de los Turistas

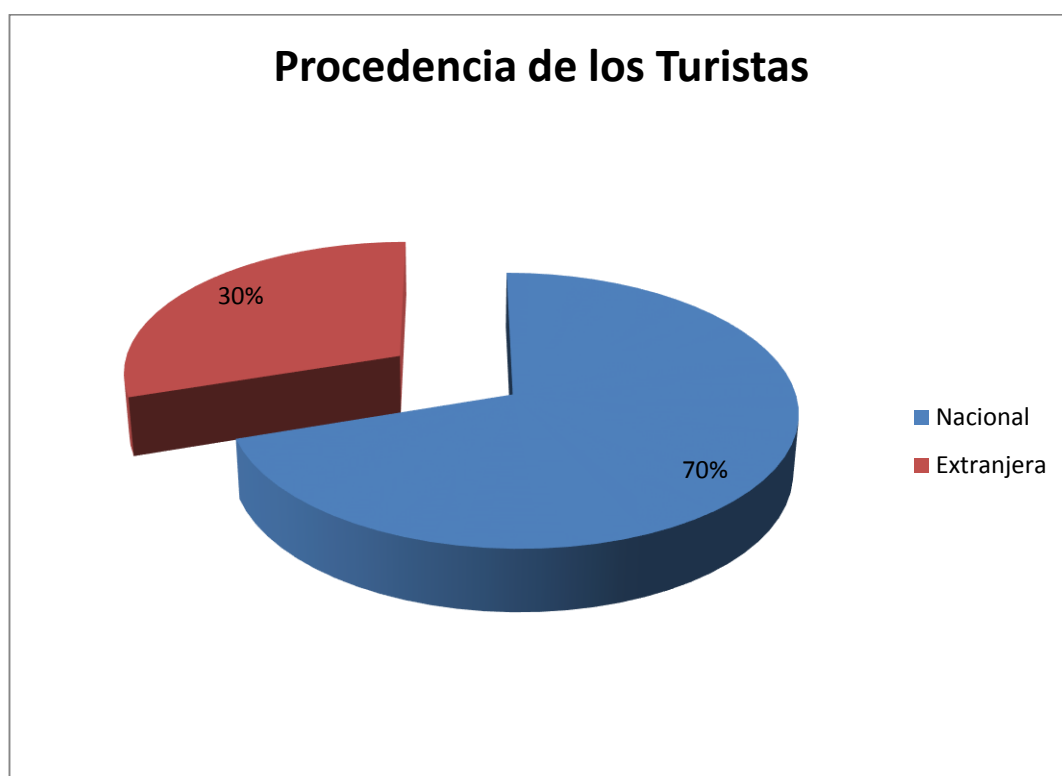
Tabla 20 Procedencia de los Turistas

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nacional	86	70%
Extranjera	37	30%
TOTAL	123	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: La autora

Gráfico 5



Fuente: Encuestas

Elaborado por: La autora

Interpretación: Al realizar la interpretación del gráfico 5 se conoció que el 70% de la muestra encuestada declaró ser de procedencia nacional, y el 30% de procedencia extranjera. Por lo que se determinó que la mayoría de turistas que visitan la ciudad matriz de Canton Tena son turistas internos, debido a la poca promoción internacional que se realiza de los atractivos naturales y las manifestaciones culturales existentes, por parte de las autoridades locales y el Ministerio de Turismo.

Pregunta 3: ¿Qué clase de turismo realiza cuando visita la Ciudad Matriz del Canton Tena, Provincia de Napo?

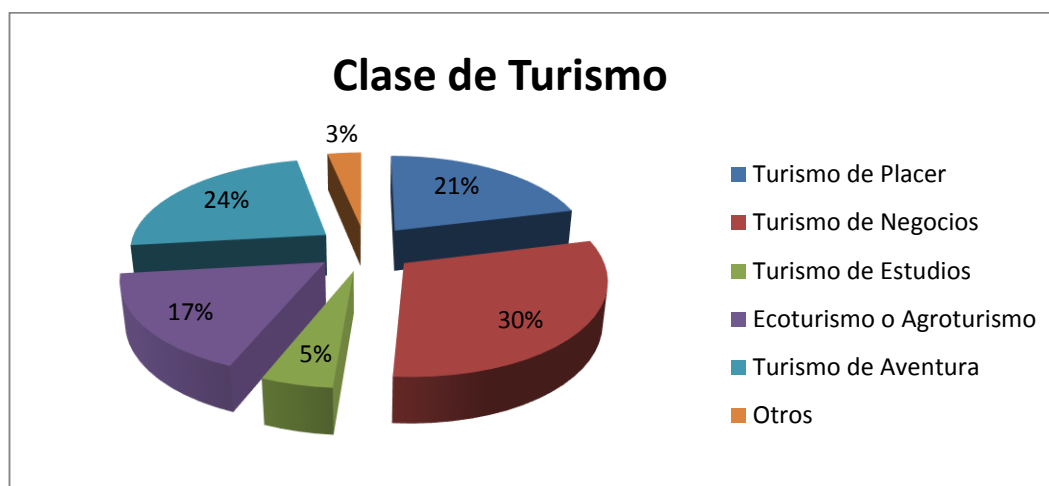
Tabla 21 Clase de Turismo

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Turismo de Negocios	37	30%
Turismo de Aventura	29	24%
Turismo de Placer	26	21%
Ecoturismo o Agroturismo	21	17%
Turismo de Estudios	6	5%
Otros	4	3%
TOTAL	123	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: La autora

Gráfico 6



Fuente: Encuestas

Elaborado por: La autora

Interpretación: De la interpretación del gráfico 6 se desprende que al responder esta pregunta el 30% de los encuestados optó por el Turismo de Negocios en la parroquia Tena, el 24% Turismo de Aventura, el 21% realiza Turismo de Placer, el 17% de Ecoturismo o Agroturismo, el 5% por Turismo de Estudio, y el 3% respondió Otros. El turismo de negocios es practicado por comerciantes de procedencia nacional que realizan distribución de productos u ofrecen servicios para clientes locales, sean estos personas naturales o jurídicas, el turismo de aventura es frecuente también debido a la proliferación de operadoras de turismo y agencias de viaje que ofrecen paquetes de turismo afines a este tipo de turismo.

Pregunta 4 ¿Con que frecuencia se hospeda en la ciudad matriz del cantón Tena?

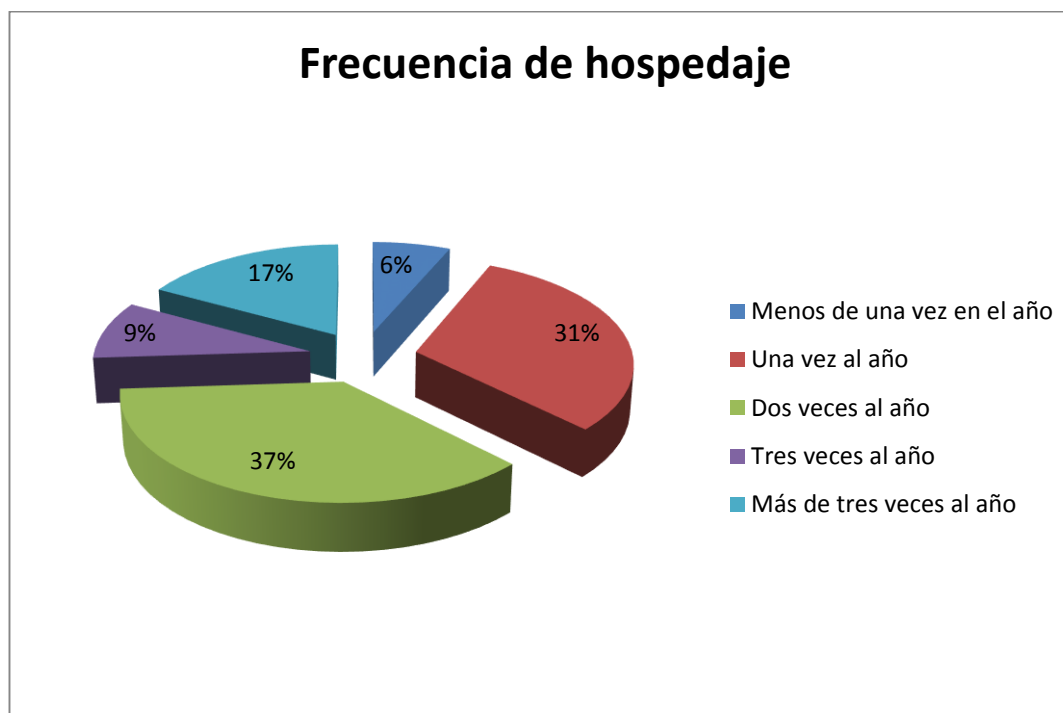
Tabla 22 Frecuencia de visita a ciudad matriz del cantón Tena

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Dos veces al año	45	37%
Una vez al año	38	31%
Más de tres veces al año	21	17%
Tres veces al año	11	9%
Menos de una vez al año	8	6%
TOTAL	123	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: La autora

Gráfico 7



Fuente: Encuestas

Elaborado por: La autora

Interpretación: De acuerdo a la representación estadística del gráfico 7, el 37% de los encuestados declaró hospedarse dos veces al año, el 31% lo hace solo una vez al año, el 17% la visitan más de tres veces al año, el 9% tres veces y el 6% lo hacen menos de una vez al año. Por lo que se puede deducir que la mayoría de turistas visitan más de dos veces al año la ciudad matriz del cantón Tena y se hospedan en un establecimiento hotelero en este lugar.

Pregunta 5 ¿Cuál es la condición prioritaria al momento de elegir un establecimiento hotelero para hospedarse?

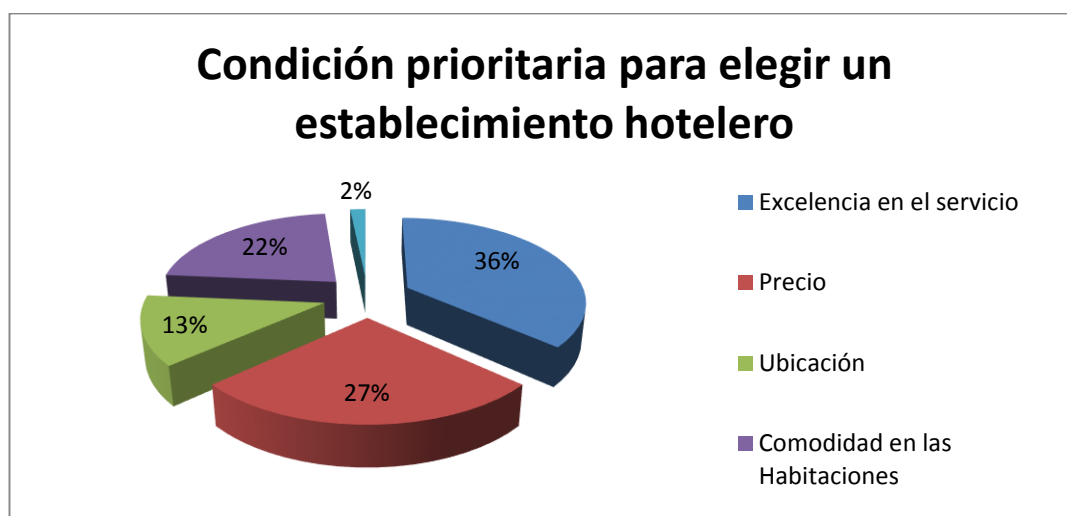
Tabla 23 Condición Prioritaria al momento de la elección de un establecimiento hotelero

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Excelencia en el servicio	45	36%
Precio	33	27%
Comodidad en las Habitaciones	27	22%
Ubicación	16	13%
Servicios Complementarios	2	2%
TOTAL	123	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: La autora

Gráfico 8



Fuente: Encuestas

Elaborado por: La autora

Interpretación: Considerando la información contenida en el gráfico 8, el 36% de los encuestados la condición prioritaria al momento de la elección de un establecimiento hotelero es la excelencia en el servicio, el 27% declaró que esta condición es el precio, el 22% la comodidad en las habitaciones, el 13% se definió por la ubicación y el 2% los servicios complementarios. Por lo que se destacan la excelencia en el servicio, el precio y la comodidad en las habitaciones como condiciones prioritarias a ser consideradas.

PREGUNTA 6: ¿Qué valor considera usted apropiado como tarifa de hospedaje diaria?

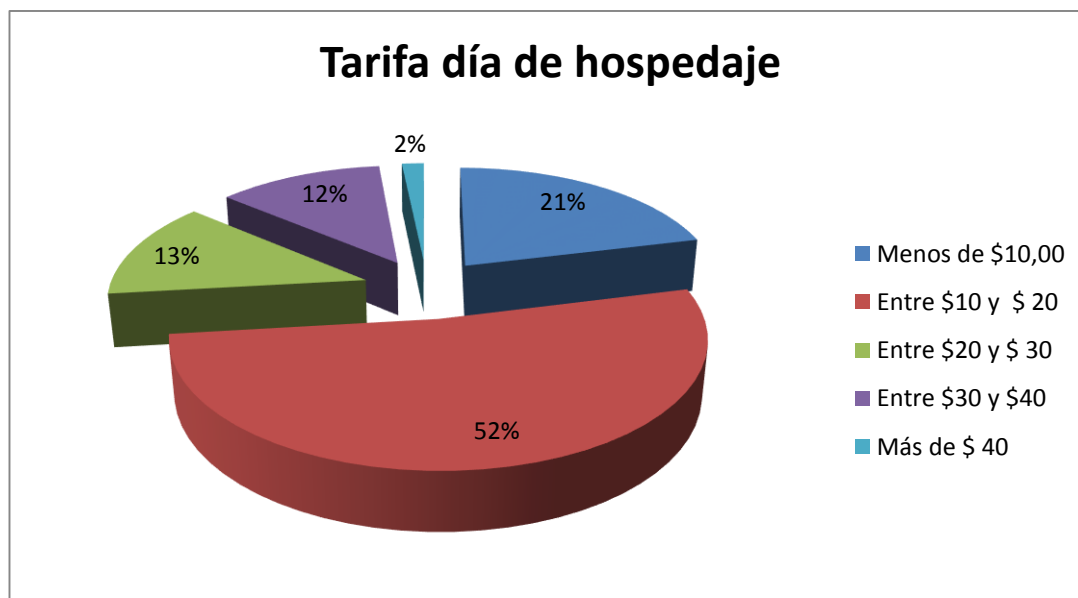
Tabla 24 Tarifa día de hospedaje

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Entre \$10 y \$ 20	64	52%
Menos de \$10,00	26	21%
Entre \$20 y \$ 30	16	13%
Entre \$30 y \$40	15	12%
Más de \$ 40	2	2%
TOTAL	123	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: La autora

Gráfico 9



Fuente: Encuestas

Elaborado por: La autora

Interpretación: Del análisis del gráfico 9 se desprende que el 52% de los encuestados consideró apropiada la tarifa de entre \$10 y \$20 dólares por hospedaje diario, el 21% menos de \$10, el 13% entre \$20 y \$30, el 12% entre \$30 y \$40 y finalmente un 2% está dispuesto a pagar más de \$40.00. Por lo que se deduce que el rango de entre \$10 y \$20 dólares fijados como valor diario de hospedaje tiene predominante aceptación. Este dato debe ser tomado en cuenta al momento de elaborar el Plan de Negocios para Hostal Jireh en la fijación de precios.

Pregunta 7: ¿Qué servicios complementarios consideran que deben implementarse en un hostel?

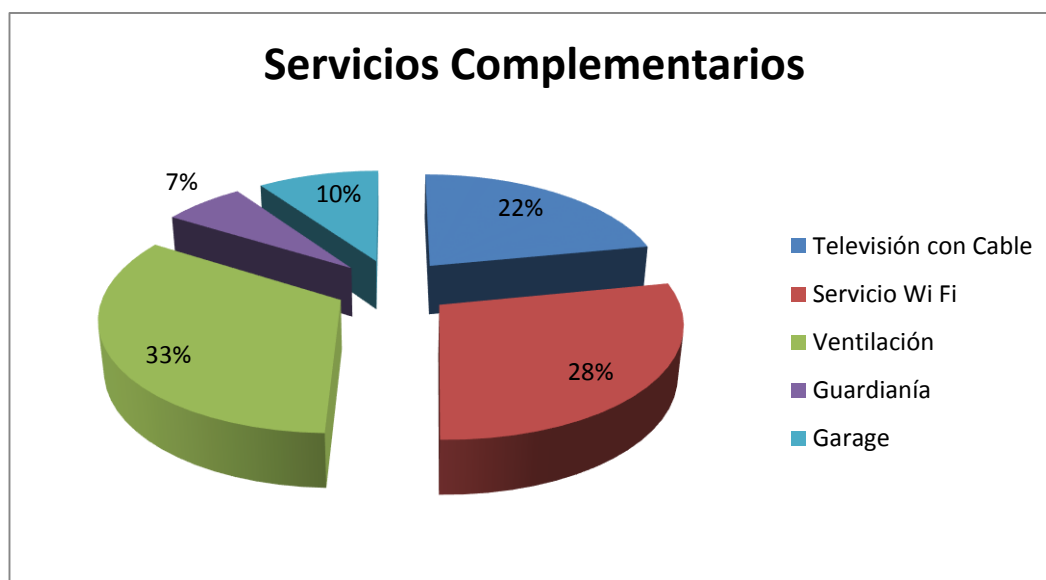
Tabla 25 Servicios Complementarios

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Ventilación	41	33%
Servicio Wi Fi	35	28%
Televisión con Cable	27	22%
Garaje	12	10%
Guardianía	8	7%
TOTAL	123	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: La autora

Gráfico 10



Fuente: Encuestas

Elaborado por: La autora

Interpretación: De acuerdo a lo expuesto en el gráfico 10 se interpreta que el 33% de los encuestados manifestó tener preferencia por la ventilación como servicio complementario, el 28% el servicio de wifi, el 22% televisión con cable, el 10% consideró la disponibilidad del servicio de garaje y el 7% la guardianía. Se determinó de acuerdo a los resultados que los servicios complementarios con mayor aceptación son la ventilación, la televisión con cable y el servicio de internet con wifi.

PREGUNTA 8: ¿A través de qué medios de comunicación se informa usted sobre los establecimientos hoteleros y los servicios que ofrecen?

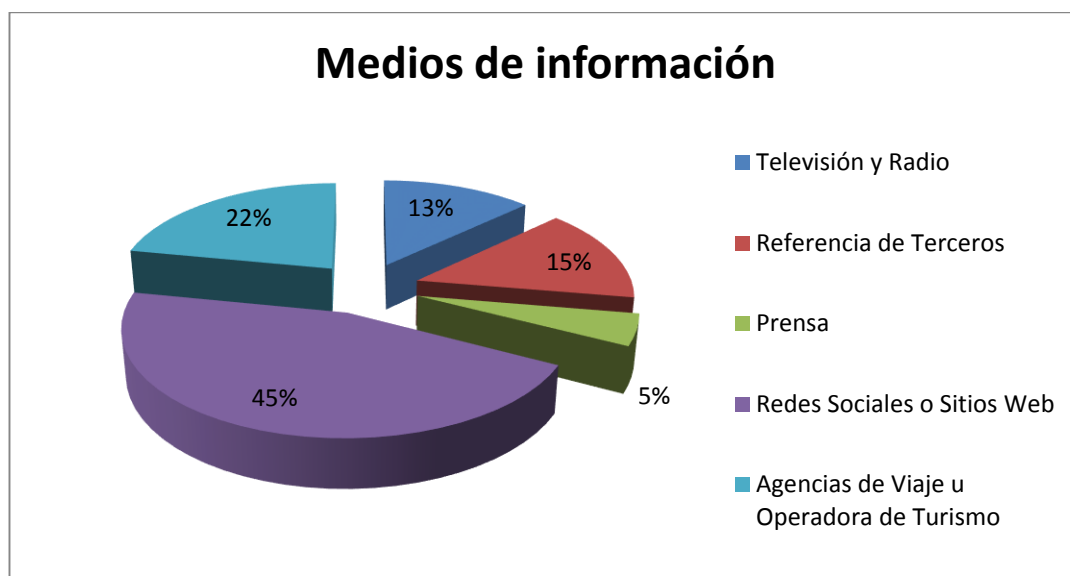
Tabla 26 Medios de Comunicación

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Redes Sociales o Sitios Web	56	45%
Agencias de Viaje u Operadora de Turismo	27	22%
Referencia de Terceros	18	15%
Televisión y Radio	16	13%
Prensa	6	5%
TOTAL	123	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: La autora

Gráfico 11



Fuente: Encuestas

Elaborado por: La autora

Interpretación: Haciendo referencia al gráfico 11 se interpreta que el 45% de los encuestados informó que los medios de comunicación que emplea para obtener información sobre los sitios hoteleros son las redes sociales o páginas web, el 22% declaró hacerlo mediante agencias de viaje u operadoras de turismo, el 15% lo hace por referencia de terceros, el 13% mediante televisión y radio, el 5% se informa por la prensa. Por lo que se establece que las redes sociales y las páginas web son las más indicadas para realizar cualquier tipo de promoción o publicidad de Hostal Jireh, debido a la frecuencia de uso en la actualidad.

Pregunta 9: ¿Usted ha visitado o tiene referencias de Hostal Jireh en la ciudad matriz del Cantón Tena, Provincia de Napo?

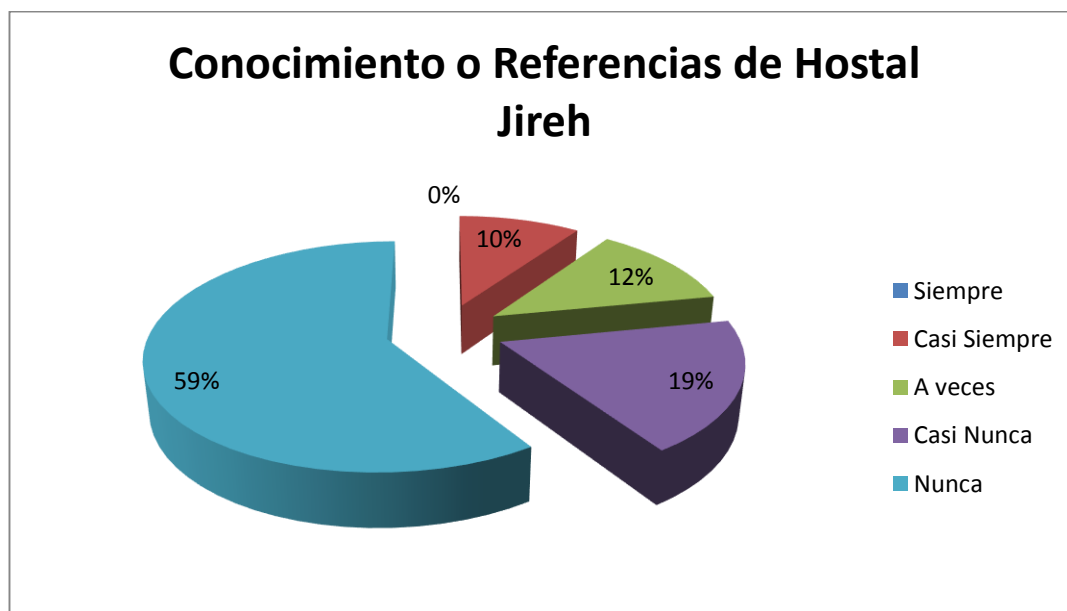
Tabla 27 Conocimiento o referencias sobre Hostal Jireh

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nunca	73	59%
Casi Nunca	23	19%
A veces	15	12%
Casi Siempre	12	10%
Siempre	0	0%
TOTAL	123	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: La autora

Gráfico 12



Fuente: Encuestas

Elaborado por: La autora

Interpretación: De acuerdo a lo expuesto en el gráfico 12 se deduce que el 59% de los turistas encuestados respondió nunca tener conocimiento acerca de Hostal Jireh o haber tenido referencias sobre el mismo, el 19% respondió que casi Nunca, el 12% A veces y el 10% casi siempre. Por lo que se concluye que es necesario dar a conocer al Hostal Jireh y los servicios que ofrece. Determinándose que en el Plan de Negocios deben plantearse estrategias para dar a conocer Hostal Jireh a los turistas nacionales, extranjeros y la población de la ciudad matriz del cantón Tena.

Pregunta 10 ¿Se ha hospedado usted en Hostal Jireh?

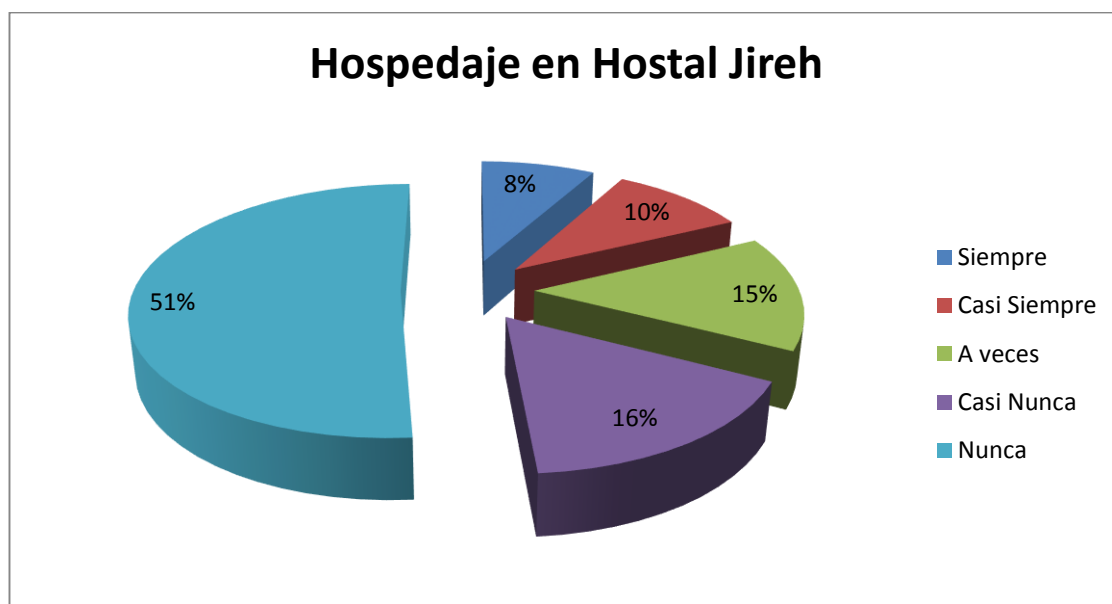
Tabla 28 Hospedaje en Hostal Jireh

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nunca	63	51%
Casi Nunca	20	16%
A veces	18	15%
Casi Siempre	12	10%
Siempre	10	8%
TOTAL	123	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: La autora

Gráfico 13



Fuente: Encuestas

Elaborado por: La autora

Interpretación: Considerando lo expuesto en el gráfico 13 se interpreta que el 51% de los encuestados respondió nunca haberse hospedado en Hostal Jireh, el 16% casi nunca, el 15% a veces, el 10% se hospeda en el hostel casi siempre y el 8% lo hace siempre. Por lo que se pudo conocer que existe un gran porcentaje de turistas nacionales y extranjeros que no se hospedan en el Hostal a pesar de su ubicación cercana al Terminal Terrestre y a encontrarse en el corazón comercial de la ciudad. Por lo que el plan de negocios contribuirá a mejorar el ingreso de turistas al establecimiento con base al estudio de las necesidades de la demanda mediante los nueve pasos de la metodología CANVAS.

6.1.3 Inventario de Atractivos Turísticos de la ciudad Matriz del cantón Tena

Haciendo referencia a los atractivos turísticos Naturales de Tena, (Ministerio de Turismo, 2013) identificó, categorizó y jerarquizó 40 atractivos naturales.

Cuadro 1 Resumen Atractivos Turísticos Naturales del cantón Tena

No	NOMBRE	JERARQUÍA	TIPO	SUBTIPO
1	Cascada de Alto Pusuno	II	Río	Cascada
2	Cascada de Achi Yaku	II	Río	Cascada
3	Cascada Waira Pungo	II	Río	Cascada
4	Cascada Wagra Cocha	II	Río	Cascada
5	Cascada Pimpilala	II	Río	Cascada
6	Cascada Río Blanco	II	Río	Cascada
7	Cascada Rimak Pakcha	II	Río	Cascada
8	Cascada Allukus	II	Río	Cascada
9	Cascada Yutzupino Alto	II	Río	Cascada
10	Cascada de Latas	II	Río	Cascada
11	Cascada Waska Yaku	II	Río	Cascada
12	Cascada Wachi Yaku	II	Río	Cascada
13	Caverna Iji Changa	II	Fenómeno Espeleológico	Caverna
14	Caverna del Duende	II	Fenómeno Espeleológico	Caverna
15	Caverna y Saladero Purku	II	Fenómeno Espeleológico	Caverna
16	Caverna Secay	II	Fenómeno Espeleológico	Caverna
17	Refugio de los Padres Jesuitas	II	Fenómeno Espeleológico	Caverna
18	Caverna de Latas	II	Fenómeno Espeleológico	Caverna
19	Playa de los Monos	III	Área Protegida	Balneario
20	Chocitas del Río	II	Río	Balneario
21	Playa Peñas Coloradas	II	Río	Balneario
22	Balneario Guinea Chimbana	II	Río	Balneario
23	Balneario Isla del Amor	II	Río	Balneario
24	Balneario La Soga	II	Río	Balneario
25	Balneario Verde Cocha	II	Río	Balneario
26	Balneario Inchi Yaki	II	Río	Balneario
27	El Calvario	II	Montaña	Mirador
28	El Ceibo	II	Loma	Mirador
29	Mirador de Muyuna	II	Colina	Mirador
30	Isla de las Pavas	II	Ambiente Lacustre	Pantanal
31	Estero de los Caimanes Blancos	II	Ambiente Lacustre	Pantanal
32	Saladero de Pericos Rayo Rumi	II	Desfiladero	Saladero
33	Parque Nacional Sumaco Napo – Galeras	III	Área Protegida	Parque Nacional
34	Bosque Protector Venecia	II	Área Protegida	Parque Nacional
35	Estación Biológica Jatun Sacha	II	Área Protegida	Estación Biológica
36	Parque Amazónico “La Isla”	II	Área Protegida	Área de Recreación

...Continuación

No	NOMBRE	JERARQUÍA	TIPO	SUBTIPO
				Biologica
37	Huertos Familiares Kalari	II	Bosque	Cacaotal
38	Jungla del Chocolate	II	Bosque	Cacaotal
39	Misahuellí	II	Río	Balneario
40	WaysaYaku	II	Río	Balneario

Fuente: (Ministerio de Turismo, 2013)

Elaborado por: La autora

Considerando los atractivos naturales con mayor influencia dentro del área de estudio de la ciudad matriz del cantón Tena se realizó el levantamiento de diez atractivos naturales, los mismos que se exponen en la siguiente tabla:

Cuadro 2 Inventario de Atractivos Turísticos Naturales del cantón Tena

No	NOMBRE	CATEGORÍA	JERARQUÍA	LOCALIZACIÓN	OBSERVACIÓN
1	Balneario "Isla del Amor"	Sitio Natural	II	Barrio Amazonas	Anexo 7
2	Cascada Wagra Cocha	Sitio Natural	II	Bajo Onota"	Anexo 8
3	Cascada Wachi Yaku	Sitio Natural	II	Bajo Onota	Anexo 9
4	Cascada de Latas	Sitio Natural	III	Vía Puerto Misahuallí	Anexo 10
5	Playa Guiña Chimbana	Sitio Natural	II	Vía al Pano	Anexo 11
6	Playa Peñas Coloradas	Sitio Natural	II	San Pedro	Anexo 12
7	Playa de los Monos	Sitio Natural	III	Puerto Misahuallí	Anexo 13
8	Mirador El Ceibo	Sitio Natural	I	Yutzupino	Anexo 14
9	Caverna de Latas	Sitio Natural	II	Misahuallí	Anexo 15
10	Playa Chocita del Río	Sitio Natural	II	Apayacu	Anexo 16

Elaborado por: La autora

De acuerdo a (Abaco, 2011) Sistema de Información para la Gestión del Patrimonio Cultural, Información del Patrimonio Cultural para la Provincia de Napo", auspiciado por el gobierno Nacional de la República del Ecuador, Ministerio Coordinador de Patrimonio, Instituto Nacional de Patrimonio Cultural y la Asociación de Municipalidades del Ecuador; se cuenta la siguiente información:

Tabla 29 Fichas de Caracterización Patrimonial Cultural del cantón Tena

Cantón	Bienes Arqueológicos – Yacimientos	Documental - Archivos	Documental – Biblioteca	Inmaterial	Muebles	Inmuebles
Tena	26	27	3	7	3	21

Fuente: (Abaco, 2011)

Elaborado por: La autora

Considerando las manifestaciones culturales más representativas del cantón Tena se procedió a realizar el levantamiento de cinco de ellas.

Tabla 30 Inventario Manifestaciones Culturales del cantón Tena

No.	Manifestación Cultural	Categoría	Localidad	Observación
1	Leyendas del Cantón Tena	Expresiones y Tradiciones Orales	Tena	Anexo 17
2	Danza Kichwa	Artes del Espectáculo	Tena	Anexo 18
3	Festividades del Cantón Tena	Usos Sociales, Rituales y Actos Festivos	Tena	Anexo 19
4	Cavernas Jumandy	Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo	Tena	Anexo 20
5	Artesanía Kichwa	Técnicas Artesanales Tradicionales	Tena	Anexo 21

Elaborado por: La autora

6.2 Establecer la Evaluación Administrativa al Hostal Jireh, mediante la Aplicación de la Metodología CANVAS.

6.2.1 Segmentación de Mercado

Al no contar con un Plan de Negocios, Hostal Jireh no ha realizado una segmentación de clientes que le permita determinar a qué segmento debe dirigir sus esfuerzos organizacionales para incrementar su participación en el mercado.

6.2.2 Propuesta de Valor

Dentro de la actual propuesta de valor se identificaron las siguientes cualidades que oferta el servicio de hospedaje de Hostal Jireh.

- **Intangibilidad.-** Los Servicios que presta el Hostal Jireh en la atención a los huéspedes o clientes del hostel son intangibles, por tal motivo el talento humano se encarga de prestar servicios al cliente con la finalidad de reflejar en las actividades diarias la filosofía empresarial del hostel.
- **Inseparabilidad.-** El Hostal Jireh cuenta con personal capacitado, que realiza eficientemente todas sus funciones cubriendo todas las necesidades de nuestros huéspedes, al mismo tiempo que lo requieren.
- **Variabilidad.-** Es necesario realizar una estandarización de los servicios del Hostal Jireh para poder disminuir la variabilidad con el propósito de que los servicios del hotel sean de calidad y amabilidad.
- **Carácter de Perecedero.-** Los servicios del Hostal Jireh se prestan en un momento concreto no pudiendo almacenarse para un consumo posterior.
- **Identidad Organizativa.-** En la actualidad Hostal Jireh no ha establecido una planificación estratégica, ni acciones para construir una identidad corporativa, sin embargo los propietarios emplean los siguientes atributos.
- **Marca o Nombre del Negocio.-** Hostal Jireh
- **Logotipo.-** El logotipo fue creado por personas cercanas a los propietarios y no obedece a ninguna regla de diseño, teniendo poca relación con la identidad que se deseaba proyectar al momento de su diseño, con orientación a demostrar la inclinación religiosa de la propietaria.

Figura 3 Logotipo Actual



Fuente: Propietaria Hostal Jireh

- **Descripción del Logotipo:** Las principales características del logotipo actual de Hostal Jireh, se describen en el siguiente cuadro.

Cuadro 3 Descripción Logotipo Actual Hostal Jireh

DESCRIPCIÓN	CARACTERÍSTICAS
COLOR PRINCIPAL	Naranja
COLORES SECUNDARIOS	Blanco Negro Amarillo Azul Rojo Negro
SÍMBOLOS (ISOTIPO)	La paloma de la paz El triángulo, símbolo de la trinidad Las estrellas que representan (Padre, Hijo y Espíritu Santo) La bandera del Ecuador
TIPOGRAFÍA	Helvética

Elaborado por: La autora

- **Misión:** Debido a la falta de conocimientos de administración estratégica de la propietaria, Hostal Jireh no ha establecido una misión que oriente el diario accionar de la organización.

- **Visión:** La visión de Hostal Jireh a corto, mediano y largo plazo no ha sido establecidas por la propietaria de Hostal Jireh.
- **Valores Corporativos:** El talento humano que labora en Hostal Jireh no ha sido informado de los valores corporativos que deben regir su comportamiento éticos en las funciones que realiza.
- **Políticas de Comunicación:** No existen políticas de comunicación determinadas, ni delegación de autoridad formal entre la propietaria y las personas que prestan sus servicios en Hostal Jireh.

6.2.3 Canales de Distribución

La evaluación administrativa permitió determinar que en Hostal Jireh no se han definido canales de distribución. El servicio es contratado por el huésped en la recepción del Hostal. Por lo que se considera que el único canal empleado es el canal directo en el que la contratación de servicio se realiza cuando el cliente contrata el servicio de hospedaje en la recepción del hotel.

6.2.4 Clientes

No se han establecido estrategias para retener o captar nuevos clientes en hostal Jireh.

6.2.5 Fuentes Económicas

Se identificaron las fuentes actuales de ingreso de Hostal Jireh estableciendo la capacidad diaria, mensual y anual de Hostal Jireh, en pax y en dólares. Esta información fue empleada como parte del análisis financiero.

En el año 2014 los registros de hospedaje de Hostal Jireh permitieron establecer que durante el período comprendido desde Enero hasta Diciembre, los ingresos económicos respondieron al siguiente detalle.

Tabla 31 Fuentes Económicas 2014

INGRESO	VALOR \$
Ingreso de Actividades Ordinarias	9.583,36

Fuente: Estado de Resultados Hostal Jireh 2014

Elaborado por: La autora

Este valor fue determinado en el Estado de Resultados declarado para el primer semestre del ejercicio económico 2014.

6.2.6 Recursos Clave

Los recursos clave considerados de acuerdo a la situación actual de Hostal Jireh, son:

a. Formas de Financiamiento

El financiamiento de las operaciones de Hostal Jireh es cubierto por recursos de la propietaria, los mismos que provienen de los ingresos producidos por los servicios de hospedaje contratados por turistas nacionales y extranjeros.

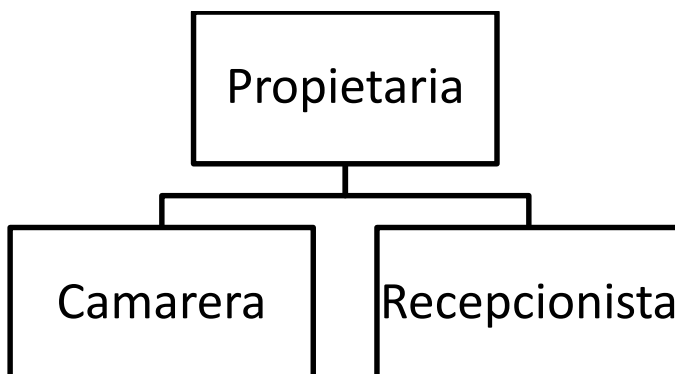
En la actualidad, la propietaria no mantiene créditos pendientes con instituciones financieras.

b. Talento Humano

El talento humano que presta sus servicios en hostal Jireh no cuenta con un manual de funciones, ni delegación de funciones por escrito, existe rotación de funciones, de acuerdo a las circunstancias personales u organizacionales que se suscitan a diario.

Actualmente la estructura organizacional de Hostal Jireh, es la que a continuación se expone:

Figura 4 Organigrama Actual Hostal Jireh



Elaborado por: La autora

6.2.7 Actividades Clave

Las actividades existentes en Hostal Jireh en la actualidad son:

- Financiamiento
- Imagen Corporativa

Ninguna de las actividades cuenta con un protocolo u orden establecido para su cumplimiento.

6.2.8 Socios Clave

La administración de Hostal Jireh, no ha establecido contactos ni alianzas para el negocio, en las que se definan estrategias con potenciales socios o proveedores, de productos o servicios.

Por lo que no se han determinado con exactitud los socios claves para el Plan de Negocios de este establecimiento.

6.2.9 Costos

Los costos anuales de Hostal Jireh son los que se presentan en el Estado de Resultados del período 2014, el mismo que fue elaborado por una empresa de Contabilidad Externa, al ser un establecimiento obligado a llevar la contabilidad de acuerdo a lo que determina el Servicio de Rentas Internas- SRI.

El Balance de Resultados expone los ingresos y gastos en los que incurrió la propietaria del hostel durante el período 2014, para así establecer la utilidad obtenida al concluir el ejercicio económico.

Tabla 32 Balance de Resultados 2014

YAUROPOMA YAUROPOMA PETRONA		
BALANCE DE RESULTADOS		
DESDE 01/01/2014 AL 01/06/2014		
Código	NOMBRE DE LA CUENTA	SALDO
4.	INGRESOS	9.583,36
4.1	INGRESOS DE ACTIVIDADES ORDINARIOS	9.583,36
4.1.01.01.001	Ventas Netas 0%	9.586,05
4.1.01.01.001	Servicios 12%	2,69
5.	EGRESOS Y GASTOS	1.698,38
5.2	Gastos	1.698,38
5.2.01	Gastos de Ventas	1.476,16
5.2.01.08	Mantenimientos y Reparaciones	329,08
5.2.01.08.001	Mantenimientos y Reparaciones	329,08
5.2.01.08.001	Repuestos de Vehículos	329,08
5.2.01.08.001	Agua	169,51
5.2.01.08.002	Energía Eléctrica	57,84
5.2.01.08.004	Telecomunicaciones	396,41
5.2.01.26	OTROS GASTOS	523,32
5.2.01.26.001	OTROS GASTOS	523,32
5.2.01.26.001	Otros Servicios	87,05
5.2.01.26.001	Materiales de Limpieza	115,71
5.2.01.26.001	Honorarios Profesionales	111,11
5.2.02.19	Servicios	209,45
5.2.02.19	IMPUESTOS, CONTRIBUCIONES Y OTROS	222,22
5.2.02.19.001	Impuestos Municipales	222,22
		-7.884,98
	UTILIDAD	7.884,98

Fuente: Balance de Resultados Hostal Jireh (2014)

Elaborado por: La autora

Los costos asumidos para la operación se reflejan en los egresos y gastos en los que ha incurrido Hostal Jireh durante el primer semestre del año 2014, ascienden a 1.698,38 y la utilidad neta generada en este ejercicio económico fue de 7.884,98

6.3 Determinar el Diseño del Plan de Negocios en el Hostal Jireh

6.3.1 Segmentación de Mercado

Para el plan de negocios del Hostal Jireh se definieron variables específicas para determinar el segmento del mercado al que enfocará sus esfuerzos la empresa. Las características y criterios seleccionados para la segmentación de mercado y la descripción de los resultados obtenidos se exponen en el Cuadro 4

Cuadro 4 Segmentación del Mercado

CARACTERÍSTICA	DESCRIPCIÓN
GEOGRÁFICA	
Interior	Turistas nacionales provenientes de las cuatro regiones del país
Exterior	Turistas extranjeros
DEMOGRÁFICA	
Edad	De toda edad
Sexo	Femenino, masculino
Ocupación	Estudiantes, profesionales, negociantes autónomos, etc.
PSICOGRÁFICA	
Estatus	Medio
CONDUCTUAL	
Motivos	Ecoturismo, turismo de aventura, turismo familiar, turismo de negocios.

Elaborado por: La autora

La segmentación de mercado realizada permitió conocer el tipo del cliente al que se dirigirán los esfuerzos del Plan de Negocios, por lo que pudo establecerse que el segmento de clientes de Hostal Jireh son los turistas nacionales y extranjeros sin distinción de edad ni género; pertenecientes a un estatus medio con ocupaciones tales como estudiantes, profesionales o negociantes que visitan la ciudad matriz del cantón Tena para realizar actividades relacionadas con el

ecoturismo, turismo de aventura, turismo familiar o turismo de negocios, entre otros

Una vez establecido el segmento se procedió a identificar la competencia en la ciudad matriz del cantón Tena, determinándose que de acuerdo a los Catastros 2015 de (Ministerio de Turismo, 2015), por lo que se consideró competencia directa a los hostales de segunda y tercera categoría con permiso de funcionamiento vigente. Estos establecimientos se exponen en la tabla que sigue.

Cuadro 5 Hostales de Segunda y Tercera Categoría del cantón Tena

No	Actividad Turística	Tipo De Actividad	Nombre	Categoría	Habitaciones	Plazas Habitaciones
1	Alojamiento	Hostal	Tucán Real	Segunda	19	69
2	Alojamiento	Hostal	D'Angelo	Segunda	12	25
3	Alojamiento	Hostal	Bito Onko	Segunda	22	44
4	Alojamiento	Hostal	Puma Rosa	Segunda	19	48
5	Alojamiento	Hostal	Travellers Lodging	Segunda	26	56
6	Alojamiento	Hostal	Vista Hermosa	Segunda	22	50
7	Alojamiento	Hostal	Flor De Canela	Segunda	14	48
8	Alojamiento	Hostal	A Welcome Braek	Tercera	12	32
9	Alojamiento	Hostal	Juan Manuel	Tercera	14	34
10	Alojamiento	Hostal	Villa Belen	Tercera	12	25
11	Alojamiento	Hostal	Laurita	Tercera	20	40
12	Alojamiento	Hostal	Erika	Tercera	25	42
13	Alojamiento	Hostal	Sirenis Amazonia	Tercera	16	43
14	Alojamiento	Hostal	Perla Del Oriente	Tercera	13	12
15	Alojamiento	Hostal	Gold	Tercera	16	41
16	Alojamiento	Hostal	Bambu	Tercera	13	60
17	Alojamiento	Hostal	Tropical House	Tercera	18	42
18	Alojamiento	Hostal	Tena Ñauí	Tercera	8	21
19	Alojamiento	Hostal Residencia	Pakay	Segunda	12	32
20	Alojamiento	Hostal Residencia	Canela	Segunda	12	26

Continúa...

...Continuación

No	Actividad Turística	Tipo De Actividad	Nombre	Categoría	Habitaciones	Plazas Habitaciones
21	Alojamiento	Hostal Residencia	Austria	Segunda	13	30
22	Alojamiento	Hostal Residencia	Anturios Los	Segunda	21	48
23	Alojamiento	Hostal Residencia	Jireh	Tercera	22	57
24	Alojamiento	Hostal Residencia	Media Noche	Tercera	17	24
25	Alojamiento	Hostal Residencia	Brisas Del Río	Tercera	12	30
26	Alojamiento	Hostal Residencia	Sumac Sisa	Tercera	12	23
27	Alojamiento	Hostal Residencia	Amazonas	Tercera	16	32
28	Alojamiento	Hostal Residencia	Yasuni	Tercera	13	25
29	Alojamiento	Hostal Residencia	Limoncocha	Tercera	12	24
30	Alojamiento	Hostal Residencia	Cambahuasi	Tercera	20	52
31	Alojamiento	Hostal Residencia	Oro Azul	Tercera	20	40
32	Alojamiento	Hostal Residencia	Kasslu-Him	Tercera	12	38
33	Alojamiento	Hostal Residencia	Leman's	Tercera	16	49
TOTAL					531	1.262

Fuente: Catastro Ministerio de Turismo

Elaborado por: La autora

6.3.2 Propuesta de Valor

Atributos del Servicio:

El principal atributo que posee el Hostal Jireh es el proceso de cambio y mejoramiento continuo de los servicios para satisfacer las necesidades de nuestros huéspedes.

El hostel proyecta a sus huéspedes un ambiente familiar, confortable y seguro, con innovaciones constantes y excelencia en el servicio. Sus habitaciones cuentan con el siguiente equipamiento:

Tabla 33 Equipamiento de las habitaciones

EQUIPAMIENTO Y MOBILIARIO		SERVICIOS
CANT.	DESCRIPCIÓN	DESCRIPCIÓN
1	Cama	Baño Privado
1	Mesa	Servicio de Televisión por cable
1	Silla	Ventilación
1	Mueble para organizar la ropa del huésped	Arreglo de Habitaciones
1	Televisor	
1	Espejo	
1	Control Remoto	
1	Kit de Ingreso (papel higiénico, shampoo, jabón)	

Elaborado por: La autora

Dentro de la propuesta de valor de Hostal Jireh, se consideraron la elección de una filosofía empresarial, dentro de la cual se establecieron la misión, visión y políticas de comunicación de la empresa.

a. Misión

Ofrecer servicios integrales de excelencia en alojamiento a nuestros huéspedes en un ambiente familiar y agradable, ofreciendo confort y atención personalizada, amparados en un mejoramiento continuo y creando clientes leales y satisfechos manteniendo su prestigio y alta demanda de servicios de calidad.

b. Visión

En el 2020, Hostal Jireh se posiciona como el principal establecimiento hotelero de Tena liderando el campo de la hotelería y turismo, a través de un servicio de calidad, excelencia, de mejorar permanentemente la infraestructura, de consolidar un equipo conjunto de trabajo, cualificado que promueva el desarrollo, progreso y éxito de nuestra empresa, ser capaces de entregar a nuestros clientes experiencias de servicios satisfactorias, confiables e innovadoras.

c. Objetivos

- Cumplir con las necesidades de cada uno de nuestros clientes, brindándoles productos y servicios de alta calidad.
- Crear conciencia de efectividad y eficiencia en nuestros colaboradores, para de esta manera trabajar en armonía.

d. Valores Corporativos

Honestidad.- Hostal Jireh debe contar con talento humano, que cumpla con responsabilidad y transparencia, cada una de las actividades, donde la comunidad, proveedores y clientes externos e internos, se sientan satisfechos, por su calidez, Generando confianza a través de procesos claramente definidos.

Confianza.- La mayor parte de la estrategia involucra al personal que labora en Hostal Jireh, ya que de él depende el grado de confiabilidad, y debe actuar con honradez en cada una de las actividades, para generar confianza y credibilidad, ante las personas que visitan este lugar.

Responsabilidad.- Hostal Jireh está respaldado por sus talento humano, tiene la capacidad de tomar decisiones y asumir sus consecuencias, puntualidad y cumplir con las funciones y tareas encomendadas

Calidad.- Brindar a nuestros clientes un servicio con aptitud, apoyados por talento humano altamente calificado buscando la excelencia en todos nuestros procesos, con los más altos estándares de calidad dentro de una adecuada infraestructura.

Identidad.- Hostal Jireh será identificado por su excelencia y buena imagen, el cual se ve reflejado en el buen servicio, la pulcritud y orden de nuestras instalaciones, también porque se preocupa la calidad y el buen servicio, requieren nuestros clientes.

Calidez.- La eficiencia del personal, hace de Hostal Jireh, un sitio agradable, alegre y confiable, que le transmite a todos los clientes, confianza para que se sientan como en casa.

Compromiso.- Un hostel debe comprometerse con dedicación y honestidad, a través de sus colaboradores, buscando satisfacer a los clientes con eficiencia y calidez, comprometidos con la elegancia y confort, para beneficio de los mismos, quienes son nuestra razón de ser.

Urbanidad.- La cortesía y el respeto a los clientes, forman parte de los valores y principios, de los cuales los funcionarios deben acogerse, ya que estos son la imagen de la empresa prestadora de un servicio a disposición del cliente.

e. Valor Agregado:

La excelencia en atención al cliente es el valor agregado considerado para Hostal Jireh en el Plan de Negocios, pues el cumplimiento de los procedimientos adecuados en las actividades clave determinadas para el establecimientos garantizan la satisfacción del cliente y su potencial preferencia frente a los servicios ofertados por la competencia.

f. Políticas de Comunicación

La comunicación interna dentro de Hostal Jireh, juega un papel muy importante, pues es la clave de la motivación en el personal, ya que ésta logra que las personas puedan transmitir lo que sienten y piensan, al mismo tiempo pueden aportar alternativas de solución a problemas, puesto que; sus ideas son valoradas y consideradas en la toma de decisiones.

g. Procedimientos:

Los procedimientos a implementarse en Hostal Jireh, son los que se exponen a continuación:

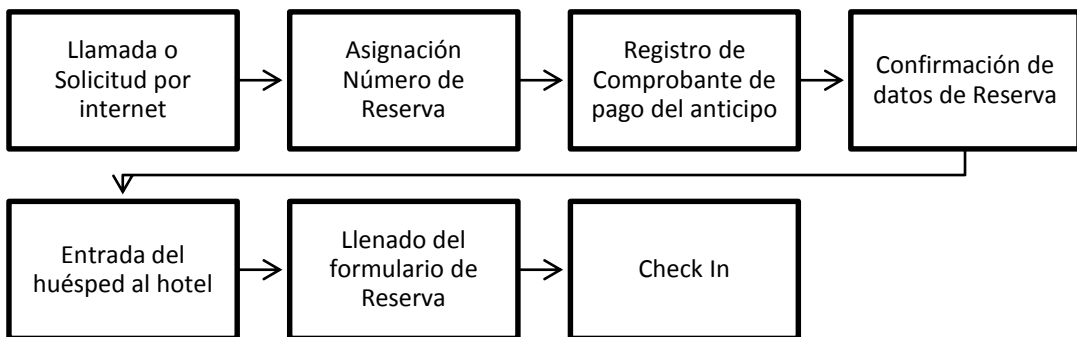
1) **Reservaciones, Bienvenida y Check in**

- Al recibir una reserva telefónica o vía internet el o la recepcionista de turno tiene la obligación de llenar un formulario de reserva el cual se registrarán todos los datos de la persona que solicita una habitación.
- El recepcionista asignará al futuro huésped un número de reserva mediante el cual el cliente podrá dar seguimiento a su reserva en el caso de que se necesite confirmación, cambio o anulación de la misma.
- Al formulario se anexará, un comprobante de pago con el anticipo que el cliente tendrá que enviar para confirmar su reserva.
- El formulario de reserva se incluye en el anexo 2
- En el momento que un huésped ingrese al hostel, se llenará una tarjeta de registro, en la cual se confirmará los datos de la reserva, siempre y cuando el huésped hubiera reservado las habitaciones previamente.
- En el caso de que el huésped no cuente con reservación y exista disponibilidad de las habitaciones solicitadas, se procederá directamente al registro del formulario de ingreso.
- El formulario debe ser llenado por el cliente con letra legible, y el recepcionista debe estar capacitado para responder cualquier duda o interrogante que surja al momento de llenar el formulario.
- Los recepcionistas serán los responsables del manejo de estos documentos, los cuales estarán impresos en libretines numerados secuencialmente. Este proceso permitirá tener un mayor control del ingreso de huéspedes en el Hostal.
- Al finalizar su turno, cada recepcionista deberá elaborar un reporte de las habitaciones que han sido vendidas, con las tarifas cobradas y la fecha de

ingreso y salida del huésped. Además de otro reporte en el que estará indicado las reservaciones pendientes.

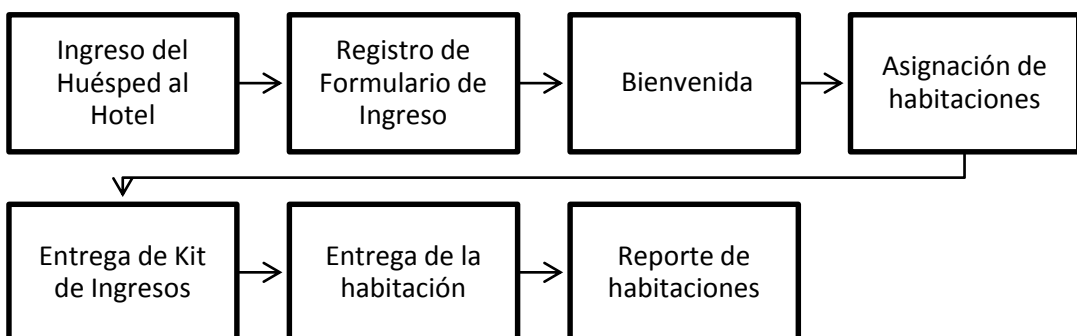
- Los mismos que serán registrados electrónicamente para tener un control de las ventas, además de contar con un registro de cuántos huéspedes han llegado al hotel. Estos documentos contribuirán a que a final del año, la propietaria pueda realizar un pronóstico de ventas acertado y tomar acciones para captar a un mayor número de huéspedes.

Figura 5 Proceso de Reserva



Elaborado por: La autora

Figura 6 Proceso de Check In

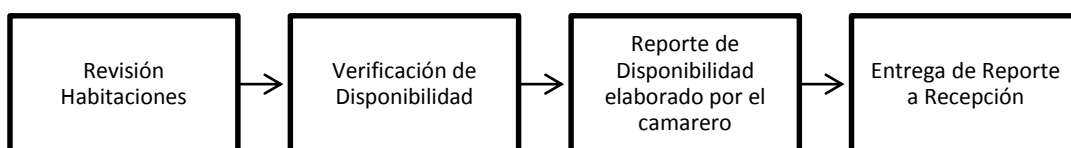


Elaborado por: La autora

2) Disponibilidad de Habitaciones

- Para dar a conocer el estado de las habitaciones y su disponibilidad, los camareros de turno deberán elaborar un reporte basándose en el formato que consta en el anexo 4.
- El reporte elaborado por el camarero será entregado al recepcionista, para que de esta manera los encargados sepan que habitaciones están listas para ser utilizadas.

Figura 7 Disponibilidad de Habitaciones

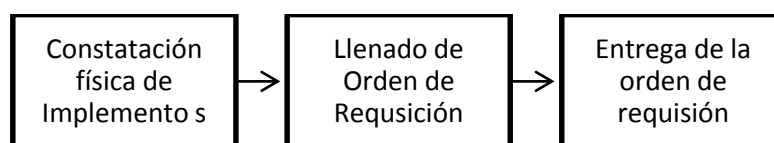


Elaborado por: La autora

3) Solicitud de Implementos

Para solicitar algún implemento que necesite para elaborar su trabajo, cada departamento del hotel, deberá llenar una orden de requisición. Con esta orden se llevará un control anual de la cantidad de material de trabajo que ha sido ocupado. El formato de las Órdenes de requisición consta en el Anexo 5, y el inventario de lencería cuyo formato consta en el anexo 6

Figura 8 Solicitud de Implementos



Elaborado por: La autora

4) Control de Asistencia

El administrador será que tiene a su cargo la administración del Talento Humano del Hostal Jireh, para tener un control sobre las asistencia y cumplimiento de obligaciones y turnos del personal que labora en la empresa, mantendrá un control diario de asistencia que servirá como base para la elaboración de los roles de pago mensuales.

Figura 9 Control de Asistencia



Elaborado por: La autora

5) Infraestructura

1) Habitaciones

Considerando las condiciones arquitectónicas de la infraestructura de Hostal Jireh se consideraron las siguientes mejoras:

Los equipos de ventilación de acuerdo a la propuesta son reemplazados por equipos más potentes y que generan menor ruido para mejorar el confort del huésped durante su estadía.

Se implementó un televisor LCD de 32 pulgadas en cada una de las habitaciones el mismo que fue conectado al decodificador de servicio de televisión por cable.





Tanto las televisiones como los equipos de ventilación cuentan con control remoto.

2) Señalización

La señalización propuesta para el Plan de Negocios se realiza con el propósito de que el huésped y los empleados tengan una mejor accesibilidad a las instalaciones. El diseño de cada uno de los letreros de identificación de área cuenta con el logotipo del hostel y se diseñaron en un fondo negro con tipografía blanca para lograr un mejor efecto visual.

Para lo cual se proponen letreros de identificación de los principales departamentos o áreas existentes en el Hostel, estos son: Recepción, Utilería, Oficina y Zonas Wi Fi.

Cuadro 6 Señalética de Identificación Departamentos Hostel Jireh

Cant.	Área/	Ubicación	Letrero
1	Recepción	Entrada principal del Hostel, junto al counter de atención al cliente donde desarrollan sus funciones las recepcionistas	
1	Oficina	Se instalará en la oficina administrativa de hostel Jireh.	
1	Utilería	Se colocará en la puerta del cuarto en el que se almacena la utilería y artículos de limpieza.	
3	Zona Wifi	Indica las zonas en las que Hostel Jireh ofrece cobertura gratis de internet inalámbrico	

Elaborado por: La autora

La señalética informativa cumple con los colores y el tamaño estandarizado para este tipo de señales informativas para: zonas húmedas, área de fumadores, salidas de emergencia, ubicación de extintores y zona de relax.

Cuadro 7 Señales Informativas

Cant.	SEÑALÉTICA	DESCRIPCIÓN	LETRERO
3	Zonas húmedas.	Letrero plástico plegable (Español /Inglés)	
3	Área de fumadores.	Etiqueta con pictograma autoadhesivo fabricado en vinilo 120mm x180 mm	
4	Salidas de emergencia.	Etiqueta con pictograma autoadhesivo fabricado en vinilo 400mm x 450 mm	
4	Ubicación de extintores.	Etiqueta con pictograma autoadhesivo fabricado en vinilo 114mm x 114 mm	
4	Zona de Relax	Etiqueta con pictograma autoadhesivo fabricado en vinilo 400mm x 450 mm	

Elaborado por: La autora

6) Productos y Servicios a Implementarse

Hostal Jireh consideró la implementación de zonas de wifi libre para los clientes, ya que no solamente atiende a huéspedes que llegan por vacacionar, sino que también reciben a personas que llegan a la ciudad por negocios.

Esto proporciona mayor comodidad para el huésped, ya que no tendrá que salir al centro de la ciudad para poder contar con el servicio de internet. Además, éste servicio estará disponible las veinticuatro horas del día.

Las televisiones con tecnología LCD se implementarán además en cada habitación las mismas que tendrán conexión con un plan de TV cable.

Se consideró también necesaria la implementación de aparatos de ventilación con mayor potencia que permitan mayor comodidad del turista que se hospeda en el hostal.

6.3.3 Canales de Comunicación y Distribución

El sistema de distribución considerado en el presente plan de negocios comprende dos canales

El canal detallista de Hostal Jireh está compuesto por veinte agencias de viaje registradas en Tena. El sistema de distribución considerado en el presente plan de negocios comprende dos canales.

- 1) **Canal directo:** Este canal comprende la comercialización directamente de servicios desde el productor hasta el usuario. Aplicado a la realidad de HOSTAL JIREH se realiza cuando los clientes del hotel realizan reservaciones vía telefónica o acuden directamente al hostal. Para el canal directo se considera la contratación directamente en recepción o mediante la fan page de Facebook creada, también las reservas realizadas mediante llamada telefónica.

- 2) **Canal detallista:** HOSTAL JIREH comercializará sus servicios a través de mediadores detallista entre el productor y el consumidor final es decir por medio de las agencias de viaje, operadoras de turismo y otros capacitados legalmente para tales fines; estrategias que se hacen pertinentes debido a que turistas nacionales y extranjeros realizan sus viajes de turismo contratando agencias de viaje. Las operadoras de turismo y agencias de viaje que mantengan trato como socios estratégicos de Hostal Jireh tendrán una comisión del 7% de las ventas contratadas por este medio.

Cuadro 8 Agencias de viaje registradas en ciudad matriz del cantón Tena

No	Prov.	Cantón	Nombre Comercial	Representante	Categoría
1	Napo	Tena	Amarongachi	Corral Patricia	Operadora
2	Napo	Tena	Runa Ñambi	Tomas Rivadeneyra	Operadora
3	Napo	Tena	RiverPeople	Bernardo Proaño Castillo	Operadora
4	Napo	Tena	Rios Ecuador & Turismo White Wathertour	Nonchog Stephen Michael	Operadora
5	Napo	Tena	Aquaxtreme	Robles Romero Franklin Daniel	Operadora
6	Napo	Tena	Mundo Puma Cia. Ltda.	Mundo Puma Cia. Ltda.	Operadora
7	Napo	Tena	Pakaytours Cia. Ltda	Inga Sensen schMidt	Operadora
8	Napo	Tena	Anecumentours Viajes S.A.	AlessioBarili	Operadora
9	Napo	Tena	Caveman Adventures Operadora De Turismo S.A	Charpentier Stacey Andres Felipe	Operadora
10	Napo	Tena	Adventure River Amazonas	Tamayo Tapuy Estuardo Maxi	Operadora
11	Napo	Tena	Mayantika Cia. Ltda.	Jose Luis AlvarezVasserot	Operadora
12	Napo	Tena	Tena Adventure River	Andy Cerda Cesar Javier	Operadora
13	Napo	Tena	Torrent Duck	Arias Rosero Juan Gabriel	Operadora
14	Napo	Tena	Misahualli	Lastra Lasso Carlos Humberto	Operadora
15	Napo	Tena	Selva Verde	Zapata Barahona Luis Floresmilo	Operadora
16	Napo	Tena	Teorumi	Rivadeneyra Teodoro	Operadora
17	Napo	Tena	Ecuador Jungle Chocolat Cia. Ltda.	Elizabeht Mary Hendley	Operadora
18	Napo	Tena	Ñucanchi Pakcha Cia. Ltda	Andy Aguinda Jacobo Jose	Operadora
19	Napo	Tena	Agencia De Viajes Ecoselva Pepe Tapia C.Ltda	Tapia Gonzales José Elias	Operadora
20	Napo	Tena	GarenoTravel Cia. Ltda	AguindaTapuy Pedro Antonio	Operadora

Fuente: Catastro Ministerio de Turismo

Elaborado por: La autora

6.3.4 Clientes

La administración realizará actualizaciones y modificaciones necesarias de la página web del hostel Jireh, enfocándose en la misión de la organización, siendo más llamativos para el cliente y a su vez cubriendo su preferencia al estilo familiar que buscaba.

Se va a crear cuentas de red social como son: Facebook y Twitter, para que la gente esté mejor informada de los servicios y novedades que tiene el Hostal Jireh, en estas páginas las personas podrán emitir sus comentarios y sugerencias con el propósito de conocer lo que piensan para tomar decisiones y si lo requieren realizar sugerencias a nuestro servicio. Como estas redes sociales son páginas gratuitas no implicaría costo de implementación.

Para el trato con intermediarios se realizarán convenios con agencias de viaje que prestan sus servicios en la ciudad matriz del cantón Tena y la provincia de Napo.

6.3.5 Fuentes Económicas

Determinar las fuentes económicas es un aspecto fundamental si se desea tener éxito en la implementación del Plan de Negocio.

En hostel Jireh se han identificado las siguientes fuentes de ingreso:

- Ingreso Alojamiento Turistas Nacionales
- Ingreso Alojamiento Turistas Extranjeros

Para lo cual se realizó la siguiente proyección de ingresos, bajo las siguientes consideraciones:

- El costo de hospedaje por habitación matrimonial es de \$18.00, mientras que las habitaciones dobles, triples y cuádruples tienen un valor de \$ 10.00 por persona.
- El check in no tiene un horario establecido, pero su valor diario máximo se realiza con un máximo de 24 horas por día de alojamiento, que no exceda la hora establecida para el check out.
- Se fija la hora del check out a las 13h00, a partir del cual se considerará la cancelación de un día adicional.
- El cálculo de la capacidad del hotel se realiza considerando 360 días laborables.

Tabla 34 Capacidad Total Diaria

Tipo De Habitación	No De Habitaciones	Capacidad (Pax)	Valor Unitario (\$)	Capacidad Total Diaria
Matrimonial	10	20	9	180
Doble	5	10	10	100
Triple	6	18	10	180
Cuádruple	1	4	10	40
TOTAL	22	52		500

Elaborado por: La autora

Tabla 35 Capacidad Anual del Hostal

CAPACIDAD ANUAL DEL HOSTAL		
CAPACIDAD DIARIA (PAX)	DÍAS DEL AÑO	CAPACIDAD ANUAL
52	360	18.720,00
CAPACIDAD DIARIA (\$)	DÍAS DEL AÑO	CAPACIDAD ANUAL
500	360	180.000,00

Elaborado por: La autora

El presupuesto de Ventas considerando la aplicación del Plan de Negocios es la siguiente, la misma que se proyecta a cinco años considerando el 5% de crecimiento.

6.3.6 Recursos Clave

a. Forma de Financiamiento

El financiamiento para el Plan de Negocios de Hostal Jireh, fue gestionado por la propietaria del Hostal mediante la consecución de microcréditos obtenidos de una entidad bancaria privada. Los aspectos considerados para el financiamiento son:

- Crédito de Entidades Bancarias

b. Terreno e infraestructura

El hostal Jireh, cuenta con un terreno con una superficie de 553 m² ubicado en las calles Rubén Lerson y Víctor Hugo Sanmiguel. La infraestructura del Hostal Jireh es la que consta a continuación en el cuadro de áreas.

Tabla 36 Infraestructura Hostal Jireh

Piso	Circulación m ²	Garaje m ²	Gradas m ²	Área Útil m ²
Planta Baja	7,00	45,00	11,00	230,00
1 PISO	47,00	0,00	11,00	255,00
2 PISO	26,00	0,00	11,00	255,00
TOTAL	80,00	0,00	11,00	740,00

Fuente: Planta Arquitectónica Hostal Jireh (2004)

Elaborado por: La autora

El establecimiento cuenta con 22 habitaciones con acomodamiento matrimonial, doble, triple y cuádruple. La distribución del acomodamiento es la siguiente:

Tabla 37 Distribución del Hostal Jireh

Tipo de Habitación	No de habitaciones	No Camas /personas por habitación	No Pax
Matrimonial	10	2	20
Doble	5	2	10
Triple	6	3	18
Cuádruple	1	4	4
TOTAL			52

Fuente: Planta Arquitectónica Hostal Jireh (2004)

Elaborado por: La autora

c. Talento Humano

El Talento Humano de Hostal Jireh, estará organizado en tres niveles jerárquicos, los mismos que se pueden visualizar en el siguiente organigrama.

Figura 10 Organigrama Hostal Jireh



Elaborado por: La autora

Descripción de Puestos:

Para la descripción de puestos se emplearon cuadros en los que se describen las funciones, tareas, responsabilidades, atribuciones, relaciones internas, relaciones externas y perfil del puesto para el personal. Los puestos a describirse son:

- Propietaria
- Administrador
- Recepcionistas
- Camareros
- Conserje

Cuadro 9 Descripción Puesto Propietaria

Puesto:	Propietaria	Categoría:	Propietaria
Salario bruto anual:	Utilidad Generada en el ejercicio económico		
Salario bruto mensual:	-----	No. De pagas: 0	
Puesto del que depende		Ninguno	
Localización del puesto de trabajo en el organigrama:			
Reporta a la propietaria - Dirige a las áreas operativas			
FUNCIONES	Aprobación de la Planificación Anual.		
RESPONSABILIDADES	<ul style="list-style-type: none"> • Repartición Utilidad Generada en el Ejercicio Económico • Declaraciones SRI • Tramitación de permisos y patentes • Pago de Predios 		
RELACIONES	Motivo	Frecuencia	Puesto
INTERNAS	Supervisión	Semanal	Administrador
	Supervisión	Mensual	Conserje
RELACIONES	Motivo	Frecuencia	Puesto
EXTERNAS	Permisos y Patentes	Anual	GAD Municipal de Tena
	Medir satisfacción	Mensual	Clientes

Elaborado por: La autora

Cuadro 10 Descripción Puesto Administrador

Puesto:	Administrador	Categoría:	Gerencia General
Salario bruto anual:	10.500,00		
Salario bruto mensual:	750,00	No. De pagas:	12
Puesto del que depende	Propietaria		
Localización del puesto de trabajo en el organigrama: Reporta a la propietaria - Dirige a las áreas operativas			
FUNCIONES	<ul style="list-style-type: none"> Planificación, organización y control del desarrollo de las actividades de las áreas operativas. Supervisión y dirección del desarrollo de las actividades Manejo y control de recursos Representación legal de la institución Administrar el Talento Humano 		
TAREAS	<ul style="list-style-type: none"> Diseñar el plan operativo anual Revisar y aprobar los informes de las distintas áreas Aprobar contratos de adquisiciones de bienes y servicios 		
RESPONSABILIDADES	<ul style="list-style-type: none"> Organizar reuniones mensuales con los empleados de Hostal Jireh para escuchar reclamos y sugerencias que permitan un mejoramiento continuo del servicio ofertado. Analizar y evaluar los reclamos y sugerencias emitidos por los huéspedes y proveedores del hostel. Negociar y organizar capacitación constante para los empleados del hostel en función de buscar la excelencia en el servicio ofertado. Difundir el Plan de negocios de Hostal Jireh y delegar responsabilidades para su ejecución y seguimiento. 		
ATRIBUCIONES	<ul style="list-style-type: none"> Revisar el reporte de disponibilidad de habitaciones Controlar el ingreso diario de efectivo en caja y realizar arqueos periódicos. Distribuir y controlar el uso de los implementos de limpieza. 		
RELACIONES INTERNAS	Motivo	Frecuencia	Puesto
	Varios	Semanal	Recepción
	Supervisión	Semanal	Camareros
	Supervisión	Semanal	Conserje
	Reporte	Mensual	Propietaria
RELACIONES EXTERNAS	Motivo	Frecuencia	Puesto
	Adquisiciones	Semanal	Proveedores
	Medir satisfacción	Mensual	Clientes
	Promoción	Semanal	Agencias de Viaje, Operadoras de Turismo, Empresa Pública y privada
Perfil del puesto	<ul style="list-style-type: none"> Título de Tercer Nivel en Administración de empresas Aptitud de servicio Capacidad de Trabajo en equipo Conocimiento de idiomas extranjeros Conocimiento de paquetes utilitarios de Office, internet y manejo de redes sociales. Liderazgo y capacidad de motivación 		

Elaborado por: La autora

Cuadro 11 Descripción Puesto de Recepcionista

Puesto:	Recepcionista	Categoría:	Restaurante
Salario bruto anual:	4.956,00		
Salario bruto mensual:	354,00	No. De pagas: 12	
Puesto del que depende	Administrador		
Localización del puesto de trabajo en el organigrama: Reporta al Administrador.			
FUNCIONES	<ul style="list-style-type: none"> Realizar el Check In y Check Out de los huéspedes que ingresen o salgan del hotel Recibir y archivar adecuadamente los reportes diarios de disponibilidad de habitaciones realizados por los camareros. Realizar las reservas con base en la información de los reportes diarios de disponibilidad de habitaciones. Elaborar al final del turno, los reportes con los check in. Check out, pagos y reservaciones registrados durante este período de tiempo. Manejo diario de Caja. 		
TAREAS	<ul style="list-style-type: none"> Registrar los ingresos y gastos de caja. Recibir y archivar adecuadamente los reportes diarios de disponibilidad de habitaciones realizados por los camareros. Realizar las reservas con base en la información de los reportes diarios de disponibilidad de habitaciones. Elaborar al final del turno, los reportes con los check in, Check out, pagos y reservaciones registrados durante este período de tiempo. Contestar las llamadas telefónicas Atender a los clientes que acuden al hotel Custodia del dinero en efectivo y especies. Disponer de la información oportuna y adecuada sobre su gestión. 		
ATRIBUCIONES	<ul style="list-style-type: none"> Reportar novedades presentadas al Administrador Administrar la información del Hostal mediante correo electrónico y redes sociales. Respetar el protocolo existente para el check in, check out y reservaciones. 		
RELACIONES INTERNAS	Motivo	Frecuencia	Puesto
	Reunión de trabajo	Semana	Administrador
	Manejo de caja	Diario	Administrador
	Reportes	Diario	Administrador
	Adquisiciones	Semana	Conserje
RELACIONES EXTERNAS	Motivo	Frecuencia	Puesto
	Atención al cliente	Diario	Clientes
	Adquisiciones	Semana	Proveedores
Perfil del puesto	Conocimiento básico de paquetes utilitarios, manejo de internet y redes sociales.		
	Conocimiento básico de inglés hablado y escrito.		
	Presentación impecable		
	Alto espíritu de servicio		
	Conocimiento de atractivos turísticos de la zona		

Elaborado por: La autora

Cuadro 12 Descripción Puesto Camarero

Puesto:	Camarero	Categoría:	Gerencia General
Salario bruto anual:	4.956,00		
Salario bruto mensual:	354,00	No. De pagas:	12
Puesto del que depende	Propietaria		
Localización del puesto de trabajo en el organigrama: Reporta a la propietaria - Dirige a las áreas operativas			
FUNCIONES	<ul style="list-style-type: none"> • Reportar la disponibilidad de habitaciones • Realizar el inventario de lencería • Reportar novedades al administrador y recepción 		
TAREAS	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar a diario la limpieza de las habitaciones ocupadas y libres del hostel. • Revisar el estado de entrega de las habitaciones al momento del Check In. • Revisar el estado de entrega de las habitaciones al momento del Check Out. • Limpieza de la lencería. 		
ATRIBUCIONES	<ul style="list-style-type: none"> • Revisar el reporte de disponibilidad de habitaciones. • Controlar el ingreso diario de efectivo en caja y realizar arqueos periódicos. • Distribuir y controlar el uso de los implementos de limpieza. 		
RELACIONES INTERNAS	Motivo	Frecuencia	Puesto
	Reporte	Diario	Recepción
	Reporte	Semanal	Administrador
	Solicitud de implementos	Semanal	Recepción
RELACIONES EXTERNAS	Motivo	Frecuencia	Puesto
	Check in / Check Out	Diaria	Clientes
	Medir satisfacción	Mensual	Recepción
	Promoción	Semanal	Agencias de Viaje, Operadoras de Turismo, Empresa Pública y privada
Perfil del puesto	<ul style="list-style-type: none"> • Buena presentación • Capacidad de Trabajo en equipo • Predisposición a capacitarse • Disponibilidad de horarios rotativos 		

Elaborado por: La autora

Cuadro 13 Descripción Puesto Conserje

Puesto:	Camarero	Categoría:	Gerencia General
Salario bruto anual:	10.500,00		
Salario bruto mensual:	354,00	No. De pagas: 12	
Puesto del que depende	Administración		
Localización del puesto de trabajo en el organigrama:			
Reporta al Administrador			
FUNCIONES	<ul style="list-style-type: none"> • Reportar a la Administración novedades encontradas. • Mantener en buen estado las instalaciones sanitarias, eléctricas y reparaciones menores. • Mantener un inventario de los productos e insumos de limpieza. 		
TAREAS	<ul style="list-style-type: none"> • Revisar instalaciones sanitarias y eléctricas. • Realizar reparaciones menores. • Reportar reparaciones que requieran contratación de servicios profesionales. 		
RELACIONES INTERNAS	Motivo	Frecuencia	Puesto
	Reporte	Diario	Recepción
	Reporte	Semanal	Administrador
	Solicitud de implementos	Semanal	Recepción
RELACIONES EXTERNAS	Motivo	Frecuencia	Puesto
	Reparaciones o mantenimiento	Eventual	Personal de mantenimiento y reparación contratado
Perfil del puesto	<ul style="list-style-type: none"> • Buena presentación. • Capacidad de Trabajo en equipo. • Predisposición a capacitarse. • Disponibilidad de tiempo completo. 		

Elaborado por: La autora

6.3.7 Actividades Clave

Para el Plan de Negocios se implementaron las siguientes actividades claves: financiamiento y la creación de una imagen corporativa

a. Financiamiento

El financiamiento de Hostal Jireh fue gestionado por la propietaria mediante microcrédito obtenido en una entidad financiera. Para la ejecución de las actividades descritas en el Plan de negocios propuesto en el presente trabajo investigativo fue necesario el financiamiento mediante microcrédito otorgado por Banco del Pichincha, el crédito cumple con las siguientes características:

Tabla 38 Características del Crédito

Entidad Financiera	Banco Pichincha
Tipo de Crédito	PYME
Plazo	60 meses
Tasa de Interés	11,23%
Monto	\$20.000,00

Fuente: Banco Pichincha (2015)

Elaborado por: La autora

La tabla de amortización es la que a continuación se expone:

Tabla 39 Tabla de amortización Crédito

Cuota	Fecha	Capital inicial	Amortización mensual de capital	Interés mensual	Total cuota financiera	Saldo Capital	Total a pagar
1	30/10/2015	\$ 20.000.00	\$ 249,98	\$ 187,20	\$ 437,18	\$ 19.750,02	\$ 437,18
2	29/11/2015	\$ 19,750.02	\$ 252,38	\$ 184,80	\$ 437,18	\$ 19.497,64	\$ 437,18
3	29/12/2015	\$ 19,497.64	\$ 254,78	\$ 182,40	\$ 437,18	\$ 19.242,86	\$ 437,18
4	28/01/2016	\$ 19,242.86	\$ 257,18	\$ 180,00	\$ 437,18	\$ 18.985,68	\$ 437,18
5	27/02/2016	\$ 18,985.68	\$ 259,58	\$ 177,60	\$ 437,18	\$ 18.726,10	\$ 437,18
6	28/03/2016	\$ 18,726.10	\$ 261,98	\$ 175,20	\$ 437,18	\$ 18.464,12	\$ 437,18
7	27/04/2016	\$ 18,464.12	\$ 264,38	\$ 172,80	\$ 437,18	\$ 18.199,74	\$ 437,18
8	27/05/2016	\$ 18,199.74	\$ 266,78	\$ 170,40	\$ 437,18	\$ 17.932,96	\$ 437,18
9	26/06/2016	\$ 17,932.96	\$ 269,18	\$ 168,00	\$ 437,18	\$ 17.663,78	\$ 437,18
10	26/07/2016	\$ 17,663.78	\$ 271,88	\$ 165,30	\$ 437,18	\$ 17.391,90	\$ 437,18
11	25/08/2016	\$ 17,391.90	\$ 274,28	\$ 162,90	\$ 437,18	\$ 17.117,62	\$ 437,18
12	24/09/2016	\$ 17,117.62	\$ 276,98	\$ 160,20	\$ 437,18	\$ 16.840,64	\$ 437,18
13	24/10/2016	\$ 16,840.64	\$ 279,68	\$ 157,50	\$ 437,18	\$ 16.560,96	\$ 437,18

...Continuación

Cuota	Fecha	Capital inicial	Amortización mensual de capital	Interés mensual	Total cuota financiera	Saldo Capital	Total a pagar
14	23/11/2016	\$ 16.560,96	\$ 282,08	\$ 155,10	\$ 437,18	\$ 16.278,88	\$ 437,18
15	23/12/2016	\$ 16.278,88	\$ 284,78	\$ 152,40	\$ 437,18	\$ 15.994,10	\$ 437,18
16	22/01/2017	\$ 15.994,10	\$ 287,48	\$ 149,70	\$ 437,18	\$ 15.706,62	\$ 437,18
17	21/02/2017	\$ 15.706,62	\$ 290,18	\$ 147,00	\$ 437,18	\$ 15.416,44	\$ 437,18
18	23/03/2017	\$ 15.416,44	\$ 292,88	\$ 144,30	\$ 437,18	\$ 15.123,56	\$ 437,18
19	22/04/2017	\$ 15.123,56	\$ 295,58	\$ 141,60	\$ 437,18	\$ 14.827,98	\$ 437,18
20	22/05/2017	\$ 14.827,98	\$ 298,28	\$ 138,90	\$ 437,18	\$ 14.529,70	\$ 437,18
21	21/06/2017	\$ 14.529,70	\$ 301,28	\$ 135,90	\$ 437,18	\$ 14.228,42	\$ 437,18
22	21/07/2017	\$ 14.228,42	\$ 303,98	\$ 133,20	\$ 437,18	\$ 13.924,44	\$ 437,18
23	20/08/2017	\$ 13.924,44	\$ 306,98	\$ 130,20	\$ 437,18	\$ 13.617,46	\$ 437,18
24	19/09/2017	\$ 13.617,46	\$ 309,68	\$ 127,50	\$ 437,18	\$ 13.307,78	\$ 437,18
25	19/10/2017	\$ 13.307,78	\$ 312,68	\$ 124,50	\$ 437,18	\$ 12.995,10	\$ 437,18
26	18/11/2017	\$ 12.995,10	\$ 315,68	\$ 121,50	\$ 437,18	\$ 12.679,42	\$ 437,18
27	18/12/2017	\$ 12.679,42	\$ 318,38	\$ 118,80	\$ 437,18	\$ 12.361,04	\$ 437,18
28	17/01/2018	\$ 12.361,04	\$ 321,38	\$ 115,80	\$ 437,18	\$ 12.039,66	\$ 437,18
29	16/02/2018	\$ 12.039,66	\$ 324,38	\$ 112,80	\$ 437,18	\$ 11.715,28	\$ 437,18
30	18/03/2018	\$ 11.715,28	\$ 327,38	\$ 109,80	\$ 437,18	\$ 11.387,90	\$ 437,18
31	17/04/2018	\$ 11.387,90	\$ 330,68	\$ 106,50	\$ 437,18	\$ 11.057,22	\$ 437,18
32	17/05/2018	\$ 11.057,22	\$ 333,68	\$ 103,50	\$ 437,18	\$ 10.723,54	\$ 437,18
33	16/06/2018	\$ 10.723,54	\$ 336,68	\$ 100,50	\$ 437,18	\$ 10.386,86	\$ 437,18
34	16/07/2018	\$ 10.386,86	\$ 339,98	\$ 97,20	\$ 437,18	\$ 10.046,88	\$ 437,18
35	15/08/2018	\$ 10.046,88	\$ 343,28	\$ 93,90	\$ 437,18	\$ 9.703,60	\$ 437,18
36	14/09/2018	\$ 9.703,60	\$ 346,28	\$ 90,90	\$ 437,18	\$ 9.357,32	\$ 437,18
37	14/10/2018	\$ 9.357,32	\$ 349,58	\$ 87,60	\$ 437,18	\$ 9.007,74	\$ 437,18
38	13/11/2018	\$ 9.007,74	\$ 352,88	\$ 84,30	\$ 437,18	\$ 8.654,86	\$ 437,18
39	13/12/2018	\$ 8.654,86	\$ 356,18	\$ 81,00	\$ 437,18	\$ 8.298,68	\$ 437,18
40	12/01/2019	\$ 8.298,68	\$ 359,48	\$ 77,70	\$ 437,18	\$ 7.939,20	\$ 437,18
41	11/02/2019	\$ 7.939,20	\$ 362,78	\$ 74,40	\$ 437,18	\$ 7.576,42	\$ 437,18
42	13/03/2019	\$ 7.576,42	\$ 366,38	\$ 70,80	\$ 437,18	\$ 7.210,04	\$ 437,18
43	12/04/2019	\$ 7.210,04	\$ 369,68	\$ 67,50	\$ 437,18	\$ 6.840,36	\$ 437,18
44	12/05/2019	\$ 6.840,36	\$ 373,28	\$ 63,90	\$ 437,18	\$ 6.467,08	\$ 437,18
45	11/06/2019	\$ 6.467,08	\$ 376,58	\$ 60,60	\$ 437,18	\$ 6.090,50	\$ 437,18
46	11/07/2019	\$ 6.090,50	\$ 380,18	\$ 57,00	\$ 437,18	\$ 5.710,32	\$ 437,18
47	10/08/2019	\$ 5.710,32	\$ 383,78	\$ 53,40	\$ 437,18	\$ 5.326,54	\$ 437,18
48	09/09/2019	\$ 5.326,54	\$ 387,38	\$ 49,80	\$ 437,18	\$ 4.939,16	\$ 437,18
49	09/10/2019	\$ 4.939,16	\$ 390,98	\$ 46,20	\$ 437,18	\$ 4.548,18	\$ 437,18
50	08/11/2019	\$ 4.548,18	\$ 394,58	\$ 42,60	\$ 437,18	\$ 4.153,60	\$ 437,18
51	08/12/2019	\$ 4.153,60	\$ 398,18	\$ 39,00	\$ 437,18	\$ 3.755,42	\$ 437,18
52	07/01/2020	\$ 3.755,42	\$ 402,08	\$ 35,10	\$ 437,18	\$ 3.353,34	\$ 437,18
53	06/02/2020	\$ 3.353,34	\$ 405,68	\$ 31,50	\$ 437,18	\$ 2.947,66	\$ 437,18
54	07/03/2020	\$ 2.947,66	\$ 409,58	\$ 27,60	\$ 437,18	\$ 2.538,08	\$ 437,18
55	06/04/2020	\$ 2.538,08	\$ 413,48	\$ 23,70	\$ 437,18	\$ 2.124,60	\$ 437,18

...Continuación

Cuota	Fecha	Capital inicial	Amortización mensual de capital	Interés mensual	Total cuota financiera	Saldo Capital	Total a pagar
56	06/05/2020	\$ 2.124,60	\$ 417,38	\$ 19,80	\$ 437,18	\$ 1.707,22	\$ 437,18
57	05/06/2020	\$ 1.707,22	\$ 421,28	\$ 15,90	\$ 437,18	\$ 1.285,94	\$ 437,18
58	05/07/2020	\$ 1.285,94	\$ 425,18	\$ 12,00	\$ 437,18	\$ 860,76	\$ 437,18
59	04/08/2020	\$ 860,76	\$ 429,08	\$ 8,10	\$ 437,18	\$ 431,68	\$ 437,18
60	03/09/2020	\$ 431,68	\$ 431,68	\$ 3,90	\$ 435,58	\$ 0.00	\$ 435,58

Fuente: Banco Pichincha (2015)

Elaborado por: La autora

b. Imagen Corporativa

El nombre es un recurso identificativo y permite diferenciar al establecimiento de la competencia, el nombre Jireh tiene un significado religioso de origen hebreo cuyo significado es “Dios Proveerá” de acuerdo a la tradición cristiana que profesa la propietaria del Hostal. El Slogan propuesto para Hostal Jireh es: “El Placer de Dormir” el mismo que se incluirá como parte de la imagen corporativa.

Figura 11 Marca y Slogan



Elaborado por: La autora



- **Descripción de la Imagen:**

El logotipo empleado está compuesto por un isotipo de la letra J contenida en una luna, símbolo de la nación hebreo, la misma que corresponde a la letra inicial del Hostal.

Los colores empleados corresponden a diferentes tonalidades de marrón que recuerdan el origen del nombre del Hostal y se relacionan con los colores del desierto que marcaron el éxodo hebreo. Complementado con una forma que emula el maná caído del cielo, con el que surgió la expresión antes mencionada.

El logotipo será incorporado como parte de la imagen corporativa y será utilizado en la papelería y material publicitario elaborado con fines promocionales.

Cuadro 14 Descripción Marca y Slogan

ELEMENTO	DESCRIPCIÓN
MARCA	
Hostal Jireh	Proviene del hebreo que puede traducirse como “Dios Proveerá”
ELEMENTO CLAVES DE LA MARCA	
Color de Fondo	
Color de Tipografía	
Tipografía	Miryad pro Bold
SÍMBOLOS	
	La letra J que representa a Jireh cuyo diseño emula la figura de una persona recibiendo algo que cae del cielo. Esta letra además representa la inicial del nombre que forma parte de la Marca de hostal Jireh cuyo significado es “Dios proveerá” de acuerdo a la tradición hebrea.
	Esta forma representa el maná caído del cielo y se encuentra contenido dentro la letra J inicial del nombre del Hostal y en sustitución de los puntos que conforman las letras j e i de la marca.
SLOGAN	
“El Placer de Dormir”	El slogan pretende captar la atención del cliente que relacionará la marca del hotel con la comodidad que el Hostal ofrece para el descanso estimulando la respuesta deseada en su mente.





Elaborado por: La autora

Figura 12 Logotipo Hostal Jireh



Elaborado por: La autora

Cuadro 15 Descripción Logotipo

ELEMENTO	DESCRIPCIÓN
MARCA	
Hostal Jireh	Proviene del hebreo que puede traducirse como “Dios Proveerá”
ELEMENTO CLAVES DEL LOGOTIPO	
Color de Principal	
Color Secundario	
Tipografía	Miryad pro Bold
SÍMBOLOS	
	La letra J que representa a Jireh cuyo diseño emula la figura de una persona recibiendo algo que cae del cielo. Esta letra además representa la inicial del nombre que forma parte de la Marca de hostel Jireh cuyo significado es “Dios proveerá” de acuerdo a la tradición hebrea.
	Isotipo en forma de hojuela que emula el maná que cayó del cielo durante el éxodo del pueblo hebreo y que es parte del origen del vocablo “Jireh”
	Para reforzar el significado del nombre del hotel se emplea la luna hebrea conocida como ya re aj y simboliza el inicio de nuevos tiempos
	Este isotipo representa ondas de agua que simbolizan el mar rojo y el triunfo de los hebreos como pueblo al que Dios siempre provee de gracia.

Elaborado por: La autora

6.3.8 Socios Clave

Para la determinación de los socios clave, se tomó en cuenta los proveedores y canal detallista con los que se debe establecer contactos y alianzas para el negocio. Definiendo las estrategias con potenciales socios o proveedores, entre otras figuras importantes. Para Hostal Jireh es necesario realizar alianzas estratégicas con socios clave dedicados a diferentes formas de prestación de servicios o comercialización de productos.

Las principales alianzas estratégicas requeridas por Hostal Jireh, son las que se describen a continuación:

Tabla 40 Socios Estratégicos

Tipo de Empresa	Fin social	Producto o Servicio Requerido
Servicios	Transporte Turístico	Transporte de Turistas dentro o fuera de la ciudad
Servicios	Agencias de Viaje /Operadoras de Turismo	Alojamiento de Grupos de Turistas
Servicios	Agencia Publicitaria	Publicidad y Material de Promoción
Productos	Distribuidora de Productos e Insumos de Aseo	Productos e Insumos de Aseo
Productos	Distribuidora de Menaje Hotelero	Sábanas, toallas, edredones, etc.

Fuente: Planta Arquitectónica Hostal Jireh (2004)

Elaborado por: La autora

6.3.9 Costos

Dentro de los costos se realiza el análisis financiero que implica la puesta en marcha del Plan de Negocio mediante la metodología CANVAS, el mismo que se describe a continuación:

Se inicia con el presupuesto de inversión en el que se determinan la inversión fija y la inversión diferida requerida, partiendo de la descripción de cada uno de los rubros considerados, su valor unitario, valor total y el porcentaje que representan en relación al presupuesto general elaborado.

A continuación se desglosan cada uno de los rubros con su respectivo cálculo.

Tabla 41 Presupuesto de Inversión

DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	PORCENTAJE
INVERSIÓN FIJA			
Equipamiento	14.040,00		
Equipo de Computación	4.000,00		
Señalética	960,00		
TOTAL INVERSIÓN FIJA		19.000,00	95,00%
INVERSIÓN DIFERIDA			
Plan de Negocios	1.000,00		
TOTAL INVERSIÓN DIFERIDA		1.000,00	5,00%
TOTAL INVERSIÓN		20.000,00	100%

Elaborado por: La autora

Dentro de la inversión en activos fijos se considera el equipamiento para las habitaciones del Hostal y el equipo de computación.

Tabla 42 Equipamiento

MAQUINARIA Y EQUIPOS

CANTIDAD	UNIDAD	DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO US\$	COSTO TOTAL US\$
22	Unidad	Televisores lcd de 32 pulgadas	520,00	11.440,00
22	Unidad	Soportes para pared para televisor	45,00	990,00
22	Unidad	Ventiladores	50,00	1.100,00
2	Unidad	Routers Internet inalámbrico	255,00	510,00
TOTAL EQUIPOS				14.040,00

Elaborado por: La autora

Tabla 43 Equipos de Computación

CANTIDAD	UNIDAD	DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO US\$	COSTO TOTAL US\$
3	u.	Computadoras	1.200,00	3.600,00
2	u	Impresoras	200,00	400,00
TOTAL EQUIPOS DE COMPUTACIÓN				4.000,00

Elaborado por: La autora

Tabla 44 Señalética

Señalética Identificativa			
Cant.	Área/	Costo Unitario	Costo Total
1	Recepción	60,00	60,00
1	Oficina	60,00	60,00
1	Utilería	60,00	60,00
3	Zona Wifi	60,00	180,00
Señalética Informativa			
3	Zonas húmedas.	45,00	135,00
3	Área de fumadores.	35,00	105,00
4	Salidas de emergencia.	35,00	140,00
4	Ubicación de extintores.	35,00	140,00
4	Zona de Relax	35,00	140,00
TOTAL			960,00

Elaborado por: La autora

Dentro de la investigación diferida se contemplan los gastos de investigación correspondientes a la elaboración del Plan de Negocios mediante la metodología CANVAS.

Tabla 45 Resumen Inversión Fija

INVERSIÓN FIJA	
Equipamiento	14.040,00
Equipo de Computación	4.000,00
Señalética	960,00
TOTAL INVERSIÓN FIJA	19.000,00

Elaborado por: La autora

Tabla 46 Inversión Diferida

INVERSIÓN DIFERIDA	
Plan de Negocios	1.000,00
TOTAL	1.000,00

Elaborado por: La autora

Adicionalmente se realizó un análisis de los costos directos e indirectos resultantes de la ejecución del proyecto, como se detalla a continuación, desglosando los costos indirectos en materiales e insumos.

Tabla 47 Resumen Costos del Proyecto

Costos Directos		9.360,00	
Insumos Directos	9.360,00		
Costos Indirectos		16.137,90	
Materiales			
Implementos de Aseo	1.846,40		
Insumos de limpieza	1.305,50		
Lencería	5.492,00		
Materiales	8.643,90		
Insumos			
Energía Eléctrica	1.494,00		
Agua Potable	900,00		
Servicio Telefónico	900,00		
Internet	4.200,00		
Insumos	7.494,00		
TOTAL			25.497,90

Elaborado por: La autora

Dentro de los Costos Directos se consideraron los insumos directos, empleados durante la estadía de los huéspedes, los mismos que son entregados al huésped en el momento del check in.

Los mismos que se adquieren considerando la capacidad máxima del hostel.

Tabla 48 Insumos Directos

CANTIDAD	UNIDAD	DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO US\$	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
1.560	Sachet	Shampoo	0,15	234,00	2.808,00
1.560	U	Jabón de tocador individual	0,10	156,00	1.872,00
1.560	rollo	papel higiénico	0,25	390,00	4.680,00
TOTAL INSUMOS DIRECTOS				780,00	9.360,00

Elaborado por: La autora

En los costos indirectos se determinaron los materiales e insumos que intervienen de manera indirecta en la prestación de servicios.

Tabla 49 Implementos de Aseo

CANTID AD	UNID AD	DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO US\$	COSTO TOTAL US\$
36	u.	Escobas plástico	4,30	154,80
36	u	Trapeadores para piso	5,60	201,60
36	u	escobillas para baño	2,50	90,00
4	u	Estaciones para clasificación de basura	80,00	320,00
72	u	paños para polvo	15,00	1.080,00
TOTAL IMPLEMENTOS DE ASEO				1.846,40

Elaborado por: La autora

Tabla 50 Insumos de Limpieza

CANTID AD	UNIDA D	DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO US\$	COSTO TOTAL US\$
100	Doc.	fundas de basura grandes	2,50	250,00
100	Doc.	fundas de basura para baño	1,20	120,00
48	U	Papel higiénico uso institucional	3,50	168,00
50	Galón	jabón líquido	6,50	325,00
50	Galón	desinfectante	5,60	280,00
50	Kg	Detergente	3,00	150,00
10	Galón	suavizante de ropa	1,25	12,50
TOTAL INSUMOS DE LIMPIEZA				1.305,50

Elaborado por: La autora

Tabla 51 Lencería

CANTID AD	UNID AD	DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO US\$	COSTO TOTAL US\$
90	juegos	sábanas 2 plazas con logotipo del hostel	30	2.700,00
60	juegos	sábanas 1 1/2 plaza con logotipo del hostel	25	1.500,00
52	U	toallas de mano con logotipo del hostel	3,5	182,00
52	U	toallas de baño con logotipo del hostel	15	780,00
66	U	pies de baño	5,00	330,00
TOTAL LENCERIA				5.492,00

Elaborado por: La autora

Tabla 52 Servicios Básicos

CANTIDAD	UNIDAD	DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO US\$	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
1500	Kwh	Energía Eléctrica EEASA	0,08	124,50	1.494,00
2500	m3	Agua potable	0,03	75,00	900,00
1500	Min	Servicio Telefónico CNT	0,05	75,00	900,00
1	U	Plan de internet cobertura wifi institucional	350,00	350,00	4.200,00
TOTAL SERVICIOS BÁSICOS				624,50	7.494,00

Elaborado por: La autora

Los gastos de personal corresponden a la Mano de Obra Directa y personal administrativo, considerando el 9.35% de aporte personal al IESS que se deduce, para calcular el valor líquido a recibir mensualmente, que multiplicado por 12 nos permite calcular el valor anual correspondiente a cada persona que labora en Hostal Jireh.

Tabla 53 Gastos Personal

CARGO	VALOR MENSUAL	APORTE PERSONAL IESS 9,35%	VALOR A RECIBIR	VALOR ANUAL
Administrador	750,00	70,13	679,88	8.158,50
Conserje	354,00	33,10	320,90	3.850,81
Camarero 1	354,00	33,10	320,90	3.850,81
Camarero 2	354,00	33,10	320,90	3.850,81
Recepcionista 1	354,00	33,10	320,90	3.850,81
Recepcionista 2	354,00	33,10	320,90	3.850,81
TOTAL	4.602,00	434,89	4.167,11	35.114,18

Elaborado por: La autora

Tabla 54 Mano de Obra Directa

CARGO	VALOR MENSUAL	APORTE PERSONAL IESS 9,35%	VALOR A RECIBIR	VALOR ANUAL
Conserje	354,00	33,10	320,90	3.850,81
Camarero 1	354,00	33,10	320,90	3.850,81
Camarero 2	354,00	33,10	320,90	3.850,81
TOTAL	1.062,00	99,30	962,70	11.552,43

Elaborado por: La autora

Tabla 55 Gastos Personal Administrativo

CARGO	VALOR MENSUAL	APORTE PERSONAL IESS 9,35%	VALOR A RECIBIR	VALOR ANUAL
Administrador	750,00	70,13	679,88	8.158,50
Recepcionista 1	354,00	33,10	320,90	3.850,81
Recepcionista 2	354,00	33,10	320,90	3.850,81
TOTAL	1.458,00	136,33	1.321,68	15.860,12

Elaborado por: La autora

Tabla 56 Provisión Beneficios Sociales

PUESTOS	CARGO	INGRESO	APORTE IESS 11,15%	XIII	XIV	VACACIONES	TOTAL PROVISIONES
1	Gerente	750,00	1.003,50	750,00	354,00	375,00	2.482,50
1	Conserje	354,00	473,65	354,00	354,00	177,00	1.358,65
2	Recepcionista	708,00	947,30	708,00	354,00	354,00	2.363,30
2	Camareros	708,00	947,30	708,00	354,00	354,00	2.363,30
	TOTAL	2.520,00	3.371,76	2.520,00	1.416,00	1.260,00	8.567,76

Elaborado por: La autora

Tabla 57 Suministros de Oficina

CANTIDAD	UNIDAD	DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL
5	u	Resmas de papel	4,5	22,50
12	u	cartuchos para impresora	12	144,00
TOTAL SERVICIOS BÁSICOS				166,50

Elaborado por: La autora

Tabla 58 Edificios

CANTIDAD	UNIDAD	DESCRIPCIÓN	COSTO TOTAL US\$
1	Edificio	Tres plantas, hormigón	290.622,20

Fuente: Valoración GAD Municipal de Tena

Elaborado por: La autora

Tabla 59 Depreciación Activos Fijos

ACTIVO	VALOR	%	AÑOS VIDA UTIL	VALOR RESIDUAL	DEPREC. MENSUAL	DEPREC. ANUAL
Edificios	290.622,20	5%	20	29.062,22	1.089,83	13.078,00
Equipamiento	14.040,00	10%	10	1.404	105,30	1.263,60
Equipo de Computación	4.000,00	33,33%	3	400,00	100,00	1.200,00
TOTAL ACTIVOS FIJOS	308.662,20				1.295,13	15.541,60

Elaborado por: La autora

Tabla 60 Amortización

AMORTIZACIÓN ACTIVOS DIFERIDOS		AÑOS	AMORTIZACIÓN MENSUAL	AMORTIZACIÓN ANUAL
Plan de negocios	1.000,00	5	16.67	200.00
TOTAL	1.000,00		16.67	200.00

Elaborado por: La autora

Tabla 61 Gastos de Ventas

	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Comisión Agencias de Viaje y operadoras de Turismo	1.417,5	17.010,00
Creación Logotipo	50,00	50,00
Creación Página Web	300,00	300,00
Mantenimiento Fan Page Facebook	30	360,00
TOTAL	380,00	17.720,00

Elaborado por: La autora

Tabla 62 Estado de Producción Proyectado

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
A. MATERIALES DIRECTOS					
Insumos Directos	9.360,00	9703,51	10059,63	10428,82	10811,56
TOTAL	9.360,00	9703,51	10059,63	10428,82	10811,56
B. MANO DE OBRA DIRECTA					
Conserje	3.850,81	3.992,14	4.138,65	4.290,54	4.448,00
Camarero 1	3.850,81	3.992,14	4.138,65	4.290,54	4.448,00
Camarero 2	3.850,81	3.992,14	4.138,65	4.290,54	4.448,00
TOTAL	11.552,43	11.976,41	12.415,94	12.871,61	13.344,00
C. COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN					
Costos Indirectos					
Implementos de Aseo	1.846,40	1.914,16	1.984,41	2.057,24	2.132,74
Insumos de Limpieza	1.305,50	1.353,41	1.403,08	1.454,58	1.507,96
Lencería	5.492,00	5.693,56	5.902,51	6.119,13	6.343,70
SUBTOTAL	8.643,90	8.961,13	9.290,00	9.630,95	9.984,40
Servicios Básicos					
Energía Eléctrica EEASA	1.494,00	1.548,83	1.605,67	1.664,60	1.725,69
Agua potable	900,00	933,03	967,27	1.002,77	1.039,57
Servicio Telefónico CNT	900,00	933,03	967,27	1.002,77	1.039,57
Plan de internet cobertura wifi CNT	4.200,00	4.354,14	4.513,94	4.679,60	4.851,34
SUBTOTAL	7.494,00	7.769,03	8.054,15	8.349,74	8.656,18
TOTAL	16.137,90	16.730,16	17.344,16	17.980,69	18.640,58
COSTO DE PRODUCCIÓN A+B+C	37.050,33	38.410,08	39.819,73	41.281,12	42.796,13
D. GASTOS ADMINISTRATIVOS					
Sueldos de Personal de Administración	15.860,12	16.442,19	17.045,62	17.671,19	18.319,73
Depreciación Activos Fijos	15.541,60	16.111,98	16.703,29	17.316,30	17.951,80
Provisión Beneficios Sociales	8.567,76	8.882,20	9.208,17	9.546,11	9.896,46
Amortización Activos Diferidos	200,00	207,34	214,95	222,84	231,02
Suministros de oficina	166,50	172,61	178,95	185,51	192,32
TOTAL	40.335,98	41.816,31	43.350,97	44.941,95	46.591,32
E. GASTOS DE VENTAS					
Comisión Agencias de Viaje y operadoras de Turismo	17.010,00	17.634,27	18.281,44	18.952,37	19.647,93
Creación Logotipo	50,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Creación Página Web	300,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Mantenimiento Fan Page Facebook	360,00	373,21	386,91	401,11	415,83
TOTAL	17.720,00	18.007,48	18.668,35	19.353,48	20.063,75
COSTOS OPERACIONALES (A+B+C+D+E)	95.106,31	98.233,88	101.839,06	105.576,55	109.451,21

Elaborado por: La autora

Tabla 63 Estado de Pérdidas y Ganancias

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS OPERACIONALES					
INGRESOS TURISTAS	180.000,00	186.606,00	195.936,30	205.733,12	216.019,77
TOTAL INGRESOS	180.000,00	186.606,00	195.936,30	205.733,12	216.019,77
(-) COSTO DE VENTAS					
Insumos Directos	9.360,00	9.703,51	10.059,63	10.428,82	10.811,56
Conserje	3.850,81	3.992,13	4.138,65	4.290,53	4.448,00
Camarero 1	3.850,81	3.992,13	4.138,65	4.290,53	4.448,00
Camarero 2	3.850,81	3.992,13	4.138,65	4.290,53	4.448,00
Implementos de Aseo	1.846,40	1.914,16	1.984,41	2.057,24	2.132,74
Insumos de Limpieza	1.305,50	1.353,41	1.403,08	1.454,58	1.507,96
Lencería	5.492,00	5.693,56	5.902,51	6.119,13	6.343,70
Energía Eléctrica EEASA	1.494,00	1.548,83	1.605,67	1.664,60	1.725,69
Agua potable	900,00	933,03	967,27	1.002,77	1.039,57
Servicio Telefónico CNT	900,00	933,03	967,27	1.002,77	1.039,57
Plan de internet cobertura wifi	4.200,00	4.354,14	4.513,94	4.679,60	4.851,34
TOTAL COSTO DE VENTAS	37.050,33	38.410,08	39.819,73	41.281,11	42.796,13
(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	142.949,67	148.195,92	156.116,57	164.452,00	173.223,64
(-) GASTOS OPERACIONALES					
GASTOS ADMINISTRATIVOS					
Sueldos de Personal de Administración	15.860,12	16.442,19	17.045,61	17.671,19	18.319,72
Depreciación Activos Fijos	15.541,60	16.111,98	16.703,29	17.316,30	17.951,80
Provisión Beneficios Sociales	8.567,76	8.882,20	9.208,17	9.546,11	9.896,46
Amortización Activos Diferidos	200,00	207,34	214,95	222,84	231,02
Suministros de oficina	166,50	172,61	178,95	185,51	192,32
SUBTOTAL	40.335,98	41.816,31	43.350,97	44.941,95	46.591,32
GASTOS DE VENTAS					
Comisión Agencias de Viaje y operadoras de Turismo	17.010,00	17.634,27	18.281,44	18.952,37	19.647,93
Creación Logotipo	50,00	51,84	53,74	55,71	57,75
Creación Página Web	300,00	311,01	322,42	334,26	346,52
Mantenimiento Fan Page Facebook	360,00	373,21	386,91	401,11	415,83
SUBTOTAL	17.720,00	18.370,32	19.044,51	19.743,45	20.468,03
TOTAL GASTOS OPERACIONALES	58.055,98	60.186,64	62.395,49	64.685,40	67.059,36
(=) UTILIDAD OPERACIONAL	84.893,69	88.009,29	93.721,09	99.766,60	106.164,29
(-) GASTOS NO OPERACIONALES					
Interes Bancario	5.218,20	4.284,00	3.557,70	2.070,90	764,10
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS Y PARTICIPACION DE TRABAJADORES	79.675,49	83.725,29	90.163,39	97.695,70	105.400,19
(-) PARTICIPACIÓN DE TRABAJADORES	11.951,32	12.558,79	13.524,51	14.654,36	15.810,03
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	67.724,16	71.166,49	76.638,88	83.041,35	89.590,16
(-) IMPUESTOS	10.158,62	17.791,62	19.159,72	20.760,34	22.397,54
(=) UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	57.565,54	53.374,87	57.479,16	62.281,01	67.192,62

Elaborado por: La autora

Tabla 64 Flujo de Fondos

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS OPERACIONALES						
CRÉDITO BANCARIO						
INGRESO TURISTAS		180.000,00	189.000,00	198.450,00	208.372,50	218.791,13
TOTAL INGRESOS		180.000,00	189.000,00	198.450,00	208.372,50	218.791,13
(-) EGRESOS						
GASTOS DESEMBOLSABLES						
COSTO DE VENTAS						
Insumos Directos		9.360,00	9.703,51	10.059,63	10.428,82	10.811,56
Conserje		3.850,81	3.992,14	4.138,65	4.290,54	4.448,00
Camarero 1		3.850,81	3.992,14	4.138,65	4.290,54	4.448,00
Camarero 2		3.850,81	3.992,14	4.138,65	4.290,54	4.448,00
Implementos de Aseo		1.846,40	1.914,16	1.984,41	2.057,24	2.132,74
Insumos de Limpieza		1.305,50	1.353,41	1.403,08	1.454,58	1.507,96
Lencería		5.492,00	5.693,56	5.902,51	6.119,13	6.343,70
Energía Eléctrica EEASA		1.494,00	1.548,83	1.605,67	1.664,60	1.725,69
Agua potable		900,00	933,03	967,27	1.002,77	1.039,57
Servicio Telefónico CNT		900,00	933,03	967,27	1.002,77	1.039,57
Plan de internet cobertura wifi		4.200,00	4.354,14	4.513,94	4.679,60	4.851,34
TOTAL COSTO DE VENTAS		37.050,33	38.410,08	39.819,73	41.281,12	42.796,13
GASTOS ADMINISTRATIVOS						
Sueldos de Personal de Administración		15.860,12	16.442,19	17.045,62	17.671,19	18.319,73
Depreciación Activos Fijos		15.541,60	16.111,98	16.703,29	17.316,30	17.951,80
Provisión Beneficios Sociales		8.567,76	8.882,20	9.208,17	9.546,11	9.896,46
Amortización Activos Diferidos		200,00	207,34	214,95	222,84	231,02
Suministros de oficina		166,50	172,61	178,95	185,51	192,32
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS		40.335,98	41.816,31	43.350,97	44.941,95	46.591,32
GASTOS DE VENTAS						
Comisión Agencias de Viaje y operadoras de Turismo		17.010,00	17.634,27	18.281,44	18.952,37	19.647,93
Creación Logotipo		50,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Creación Página Web		300,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Mantenimiento Fan Page Facebook		360,00	373,21	386,91	401,11	415,83
TOTAL GASTOS DE VENTAS		17.720,00	18.007,48	18.668,35	19.353,48	20.063,75
TOTAL COSTOS Y GASTOS DESEMBOLSABLES		95.106,31	98.233,88	101.839,06	105.576,55	109.451,21
GASTOS NO DESEMBOLSABLES						
Depreciación Activos Fijos		15.541,60	16.111,98	16.703,29	17.316,30	17.951,80
Amortización Activos Diferidos		200,00	200,00	200,00	200,00	200,00
SUBTOTAL		15.741,60	16.311,98	16.903,29	17.516,30	18.151,80
TOTAL EGRESOS		110.847,91	114.545,85	118.742,35	123.092,85	127.603,02
FLUJO GENERADO		69.152,09	74.454,15	79.707,65	85.279,65	91.188,11
(-) PARTICIPACIÓN DE TRABAJADORES		10.372,81	11.168,12	11.956,15	12.791,95	13.678,22
(-) IMPUESTOS		2.593,20	2.792,03	2.989,04	3.197,99	3.419,55
(+) Depreciación Activos Fijos		15.541,60	16.111,98	16.703,29	17.316,30	17.951,80
(+) Amortización Activos Diferidos		200,00	207,34	214,95	222,84	231,02
FLUJO NETO		71.927,67	76.813,31	81.680,70	86.828,85	92.273,16
(-) Inversiones Fijas	-96.699,64					
(-) Inversiones Diferidas	-5.000,00					
		-101.699,64				

Elaborado por: La autora

Tabla 65 TIR Y VAN

Número de períodos	5
Tipo de períodos	años
TASA DE DESCUENTO	10%

PERÍODO	FLUJO DE FONDOS	VALOR ACTUAL NETO
AÑO 0	-101699,64	-101699,64
AÑO 1	71927,67	65388,79
AÑO 2	76813,31	63482,07
AÑO 3	81680,70	61367,92
AÑO 4	86828,85	59305,27
AÑO 5	92273,16	57294,37

VAN	\$ 186.489,81
TIR	71%

Elaborado por: La autora

6.4 Organizar la Socialización del Plan de Negocios en el Hostal Jireh

6.4.1 Planeación del evento de socialización del Plan de Negocios de Hostal Jireh

Para la planeación del evento se determinó el equipamiento requerido y se estructuró el contenido de la exposición

Equipamiento Requerido

Tabla 66 Equipamiento requerido para la socialización

CANTIDAD	EQUIPO	CARACTERÍSTICAS
1	Computadora portátil	Sistema Operativo Windows
1	Proyector de Imagen (In focus)	Marca Epson, 768 pixeles
1	Pantalla	Proyección de imágenes in focus
1	Cámara fotográfica	Marca Sony 16 megapíxeles

Elaborado por: La autora

FECHA: 15 de Junio de 2015

LUGAR: RECEPCIÓN HOSTAL JIREH

El Plan de negocios basado en los nueve puntos de la metodología CANVAS, presentado por la proponente, fue revisado y autorizado por la propietaria de Hostal Jireh, previa a su socialización.

En el evento de socialización la proponente expondrá el alcance y los beneficios de los cambios propuestos y la nueva metodología de administración del establecimiento hotelero. Posteriormente se hará la entrega del documento escrito a la propietaria, personal que labora en el hotel de manera directa e indirecta y a los socios con los que se mantendrá alianzas estratégicas.

BIENVENIDA

“ A nombre de la propietaria y administradora del Hostal Jireh, reciban una cordial bienvenida a la socialización de los resultados de la Evaluación Administrativa mediante la aplicación de la Metodología CANVAS para proponer el Plan de Negocios en el Hostal Jireh, en la ciudad matriz del cantón Tena, provincia de Napo.”

Para facilitar su comprensión acerca de cada uno de los nuevos aspectos de la Metodología CANVAS en los que está basado el Plan de Negocios, se presenta este manual en el que encontrará la información necesaria para emprender este lienzo de negocios cuya aplicación práctica beneficiará a todas las personas que de manera directa o indirecta proveen o reciben productos y servicios de este establecimiento hotelero

“Bienvenido a Hostal Jireh, contamos con su valioso aporte para el éxito de nuestros objetivos organizacionales”

Contenido de la Exposición

- Intervención de la Propietaria: Señora Petrona Yauripoma Yauripoma
 - ✓ Reseña Histórica de Hostal Jireh

- ✓ Significado del Nombre
- Intervención de la Administradora (Proponente del Plan de Negocios)
 - ✓ Logotipo
 - ✓ Misión
 - ✓ Visión
 - ✓ Objetivos
 - ✓ FODA
- Exposición de los nueve pasos de la Metodología CANVAS
- Intervención de Autoridad delegada del Ministerio de Turismo
- Entrega del documento oficial que contiene el Plan de Negocios de Hostal Jireh, mediante la aplicación de la metodología CANVAS.
- Clausura

6.4.2 Elaboración de lista de Asistentes

Para la elaboración del listado de asistentes se consideraron las autoridades de turismo de la ciudad matriz del cantón Tena, los socios clave de Hostal Jireh y las personas que prestan sus servicios en este establecimiento.

Cuadro 16 Nómina de Asistentes

PERSONAL QUE LABORA EN HOSTAL JIREH	
Nombre	Cargo
Ing. Natalia Escobar	Contadora
Sandra Milena Sánchez Yauripoma	Proponente – Administradora
José Daniel Sánchez Yauripoma	Recepcionistas
Juan José Pérez Sánchez	
Anirley García Bolaños	Camareros
Jorge Luis Tapia Bastidas	
José Sánchez Morocho	Conserje
PROVEEDORES	
Representante Tena visión	Servicio de TV Cable
Representante SALVA SELVA	Proveedor de Internet Wi Fi
Representante de La Feria del Aseo	Productos de Aseo
AUTORIDADES INVITADAS	
Nombre	Cargo
Lic. Tania Suasnavas	COORDINADORA DE TURISMO ZONA

Elaborado por: La autora

6.4.3 Elaboración de Diapositivas para la socialización del Plan de Negocios

La elaboración de las diapositivas para la socialización del Plan de Negocios se realizó en Power Point, las mismas que contienen la información más importante de los resultados del presente trabajo investigativo. Las mismas que constan en el anexo 23.

G. DISCUSIÓN

7.1 Realizar el Diagnóstico Situacional del Área de Estudio

De acuerdo al criterio de (Sistema Editorial Universitario Centroamericano , 2009) El diagnóstico situacional es la identificación, descripción y análisis evaluativo de la situación actual de la organización o del proceso en función de los resultados que se esperan y que fueron planteados.

Considerando este criterio, así como la complejidad y dinámica de los mercados actuales, ninguna empresa puede crecer y competir sin tener en cuenta las variables que intervienen y realizar este diagnóstico para verificar si el emprendimiento es o no factible.

La propuesta del Plan de negocios mediante la aplicación de la metodología CANVAS para hostel Jireh parte del diagnóstico situacional, que se desarrolló en tres etapas: La recolección de información, el Análisis e Interpretación de las Encuestas y el Inventario de Atractivos Turísticos.

Dentro de la Recolección de Información se consideró la información proporcionada por el (INEC, 2010) analizando los aspectos más relevantes acerca del análisis situacional del área de estudio Se pudo determinar que en la Ciudad Matriz del Cantón Tena existen 60.880 habitantes, cuyo porcentaje mayoritario se encuentra en el segmento comprendido entre 15 y 29 años de edad. Al analizar las condiciones socioeconómicas de la población, se estableció que el sector del comercio y servicio tienen un peso importante en el sector económico de la población.

Uno de los aspectos más complicados de la investigación exploratoria y de campo fue la falta de fuentes de información secundarias actualizadas acerca de los aspectos investigados. Tal es el caso de aspectos del Componente Biofísico y Climático del cantón Tena.

Se analizaron además los principales aspectos biofísicos y climáticos, se estipuló que la principal arteria fluvial es el río Napo, los suelos son de tres tipos: inceptisoles, entisoles e histosoles. Existen dos zonas geológicas definidas la perteneciente a la Cordillera de los Andes y la cordillera de Galeras.

Al realizar la identificación, evaluación y jerarquización, en relación con el Inventario de Atractivos Turísticos realizado (Ministerio de Turismo, 2013), se pudo confrontar la información y verificar que los datos contenidos en el resumen de los atractivos no coinciden con el levantamiento de información realizada, pues se han modificado condiciones tales como el acceso, infraestructura o acceso a los servicios básicos, por lo que también se registró un cambio en la jerarquía a la que pertenecen.

El análisis e interpretación de encuestas permitió conocer que el turismo más practicado es el turismo de negocios con un 30%, seguido por el turismo de aventura con un 24%. Entre las condiciones prioritarias al momento de elegir un establecimiento hotelero el 36% de los encuestados optó por la excelencia en el servicio y el 27% por el precio. Estos resultados fueron considerados al momento de diseñar el Plan de negocios para Hostal Jireh.

Se tomaron como base además los resultados procedentes de los servicios complementarios que deben ofertarse, presentándose preferencias marcadas por la ventilación con un 33%, el servicio wifi con un 28% y la televisión por cable con un 22%.

7.2 Establecer la Evaluación Administrativa al Hostal Jireh, mediante la Aplicación de la Metodología CANVAS

Los pasos propuesto por (OSTERWALDER, 2004) llevan a establecer los beneficios e ingresos que permiten especificar los recursos y actividades que han de emplearse en la metodología CANVAS.

Para la evaluación administrativa aplicando los nueve pasos de la metodología CANVAS, determinándose que en la actualidad Hostal Jireh, al no contar con un Plan de Negocios, realiza sus actividades empíricamente y no ha realizado evaluaciones administrativas anteriores.

Reflejándose en el análisis de cada uno de los aspectos del lienzo de negocios, en los que se estableció una actividad casi nula. Excepto por el análisis de Costos que refleja una utilidad de \$7.884,98 en el ejercicio del período Enero – Junio de 2014.

No existe una estructura orgánica definida ni se han definido los canales de distribución, relaciones con clientes, alianzas estratégicas con proveedores o las fuentes de financiamiento que permitan la implementación de un Plan de Negocios debido a la falta de conocimiento de la propietaria de Hostal Jireh.

7.3 Determinar el Diseño del Plan de Negocios en el Hostal Jireh

Mediante la elaboración del Plan de Negocios el mismo que fue diseñado de acuerdo a los pasos propuestos por (OSTERWALDER, 2004) quien propone la metodología de innovación y diseño en un lienzo denominado CANVAS con 9 elementos que parten de determinar la oferta de valor frente a la segmentación de clientes de la empresa u organización, para secuencialmente determinara los canales de distribución y las relaciones que se generarán con los clientes.

Se realizaron importantes propuestas para cumplir con el objetivo propuesto. Dentro de la descripción del negocio: la misión permitió delinear las principales actividades y fundamentos del accionar de Hostal Jireh, con base en la cual se pudo proyectar la visión de la misma en un período de 5 años; se definieron además las principales políticas y procedimientos.

La segmentación de mercado permitió conocer el segmento de turistas nacionales y extranjeros a los que se dirigirán los esfuerzos organizacionales de la administración Hostal Jireh.

El análisis de Costos de Producción, inicia con la segmentación de mercado, para luego establecer la propuesta de valor que constituye la esencia del Plan de Negocios, se identificaron además los recursos claves necesarios para el éxito del Plan de Negocios y las Actividades Claves necesarias para cumplirlas, definiendo adicionalmente los socios claves y las alianzas estratégicas necesarias.

El análisis de costos incluyó la elaboración de presupuestos que arrojó un resultado de 20.00.00 como presupuesto de inversión y un estado de producción proyectado de USD 95.106,31 en el primer año, el mismo que permitió la elaboración el Estado de pérdidas y ganancias proyectado a cinco años considerando un 3.67% de inflación anual , el mismo que arrojó una utilidad neta de USD 57.565, 54 en el Estado de Resultados de para el primer año, lo cual puede considerarse un resultado positivo que aportará al crecimiento económico significativo de Hostal Jireh. Se determinó un VAN de USD 186.489,81 y un TIR de 71%. Lo que establece como conclusión final que la realización de esta propuesta es factible.

H. CONCLUSIONES

- El diagnóstico situacional del área de estudio permitió determinar que Hostal Jireh no está ajustado a los cambios actuales que involucran aspectos de innovación tecnológica y satisfacción de las necesidades de los clientes mediante infraestructura y servicios de mayor valor agregado, que ha afectado negativamente su situación frente a competidores que cuentan con mayor capacidad.
- La evaluación administrativa, permitió determinar los problemas, análisis de alternativas y planificación del Plan de negocios, para la realización de mejoras en los procesos administrativos, operativos y financieros, así como en las instalaciones de Hostal Jireh.
- Con la aplicación de los nueve elementos de la metodología CANVAS se determinó que el presupuesto de inversión de este proyecto asciende a \$20.000, y su implementación produce un resultado positivo reflejado en la una utilidad neta de USD 57.565, 54 en el Estado de Resultados de para el primer año, lo cual puede considerarse un resultado positivo que aportará al crecimiento económico significativo de Hostal Jireh. Se determinó un VAN de USD 186.489,81 y un TIR de 71%. Lo que establece como conclusión final que la realización de esta propuesta es factible.
- La socialización de la propuesta permitió que la propietaria de Hostal Jireh, el personal que presta sus servicios en el establecimiento y los socios con quienes se realizará alianzas estratégicas conozcan el Plan de negocios, los cambios y beneficios que este aporta.

I. RECOMENDACIONES

- Llevar a cabo el desarrollo de la presente propuesta con el fin de mejorar la rentabilidad del negocio y ofrecer un servicio de calidad los clientes se sentirían más cómodos, satisfechos y conformes, logrando establecer en el corto y largo plazo, una relación más estrecha, que en un futuro lo pudiera convertir en el hostel de su preferencia..
- Realizar evaluaciones administrativas periódicas para establecer posibles errores que en la práctica serían más evidentes, especialmente en la prestación del servicio de registro y salida del hostel, cobros y atención al cliente que pudieran demorar y por ende causar molestias al cliente. Por esto, se podría realizar una encuesta de retroalimentación que ayude a identificar el nivel de satisfacción de los clientes y sugerencias para mejorar los servicios ofrecidos.
- Dar mantenimiento de la infraestructura e innovación en los servicios constante y periódicamente, para reflejar una buena imagen del hotel fundamentada en la preocupación de su administración y personal por garantizar una plena satisfacción del cliente, a través de una estadía ágil, cortesía y eficiencia.
- Poner en práctica el Plan de Negocio, los aportes y recomendaciones expuestos en el proceso de socialización del presente proyecto, puesto que garantiza una rentabilidad estable y un posicionamiento dentro del sector turístico y hotelero de la ciudad matriz del cantón Tena y la provincia.

J. BIBLIOGRAFÍA

- Corporación Financiera Nacional. (2014). *¿Cómo elaborar un Plan de Negocios?* Quito: CFN.
- GAD Municipal de Tena. (2013). *Plan de Ordenamiento Territorial*. Tena.
- BACA URBINA, G. (2004). *Evaluación de Proyectos*.
- Blackwell, R., Miniard, P., & Engell, J. (2006). *Comportamiento del Consumidor*; Ediciones Thomson.
- Bolten, S. (2001). *Administración Financiera*. México: Limusa.
- Cámara, L. (12 de 12 de 2013). *La Evaluación Administrativa*. Obtenido de <http://leocamara07.blogspot.com/2013/12/la-evaluacion-administrativa.html>
- CHAIN, N. (2005). *Criterios de Evaluación de Proyectos*. Mc. Graw Hill.
- Corporación Internacional de Marketing. (2012). *Diccionario de Marketing*. Ediciones Cultural.
- CREASCION. (2015). *Tecnologías e Innovaciones que crean el futuro*. Obtenido de <http://creascion.com/conociendo-el-modelo-canvas-parte-6-ingresos/>
- Dirección de Comunicación/Ministerio Coordinador de Patrimonio. (2012). *Napo Guía Cultural*. Quito, Pichincha, Ecuador: El Silencio.
- GAD Municipal de Tena. (11 de Septiembre de 2011). PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL DE TENA 2011. Tena, Napo, Ecuador.
- GAD Municipal de Tena. (2012). *Resumen del Plan de Ordenamiento Territorial del GAD Municipal de Tena*.
- GAD Municipal de Tena. (2014). *Actualización Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial*. Tena.
- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Tena. (2014). *Actualización del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial*. Tena.
- Gobierno Autonomo Descentralizado Provincial de Napo. (24 de 09 de 2013). Recuperado el 10 de 04 de 2014, de <http://www.napo.gob.ec/gadnapo2013/index.php/la-provincia/division-politica>

- Grande, I. (2005). *Marketing de los Servicios*. Madrid : ESIC EDICIONES.
- GUERRERO, M. (2014). *Elementos y desarrollo del Plan de negocios*. Obtenido de <http://www.gestiopolis.com/canales/emprededora/articulos/28/eldepn.htm>
- INAMHI. (2008). *Anuario Meterológico*. Quito.
- INEC. (2010). *Fascículo Provincial de Napo*. Recuperado el 11 de 04 de 2014, de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/napo.pdf>
- INIAP. (2013). *MEJORAMIENTO Y RECUPERACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN, SOBERANÍA, SEGURIDAD ALIMENTARIA Y DESARROLLO AGROPECUARIO SOSTENIBLE EN LA AMAZONÍA ECUATORIANA*. Palora: MAGAP.
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICA Y CENSOS. (2010). www.ecuadorencifras.gob.ec. Recuperado el 22 de MARZO de 2014, de [www.ecuadorencifras.gob.ec: http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/napo.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/napo.pdf)
- JARAMILLO, G. (2012). *Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Sostenible del cantón Tena, provincia de Napo*. Riobamba: ESPOCH.
- Koontz, H. (1998). *Administración: Una Perspectiva Global*.
- Koontz, H., & Wheirich, H. (2010). *Administración: Una Perspectiva Global*. México: Mc. Graw Hill.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2008). *Fundamentos de Marketing* (Octava ed.). Prentice Hall.
- Lamb, Hair, & Daniel, M. (2006). *Fundamentos de Marketing*. Thomson.
- Louis, S. (2008). *Canales de Comercialización*.
- Ministerio de Turismo . (2009). *Manual de Inventario Turístico*. Quito.
- MINISTERIO DE TURISMO . (2015). *Catastro de Transporte Turístico*.
- Ministerio de Turismo. (2010). *Catastro de Agencias de Viaje* .
- Ministerio de Turismo. (2013). *Inventario de Atractivos cantón Tena*. Tena: MINTUR.
- Ministerio de Turismo. (2015). *Catastros de Turismo* .

- Munch Galindo, L., & García Jimenez, J. (2007). *Fundamentos de Administración*. México: Trillas.
- Nicolau, J. L. (2013). *Segmentación y Posicionamiento Turístico*. Alicante: Universidad de Alicante .
- OSTERWALDER, F. (2004). *Ontología de los Modelos de Negocios*.
- Peñalver, P. (01 de 11 de 2009). *Estudio de Mercado*.
- Robbins, S., & Coulter, M. (2010). *Administración* . México: Prentice Hall.
- WEINBERGER, K. (2009). *¿Cómo diseñar un plan de negocios competitivo?*
Obtenido de www.articuloz.com/...negocios.../negociacioncomercial-plan-denegocio-en-entidades-latinoamericanas-667967.html.

K. ANEXOS

Anexo 1 Ficha de Levantamiento Atractivo Turístico



REGISTRO DE DATOS DE LOS ATRACTIVOS TURISTICOS

FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURISTICOS MINISTERIO DE TURISMO

1. DATOS GENERALES			
ENCUESTADOR:		FICHA No.....	
SUPERVISOR EVALUADOR:.....		FECHA:.....	
NOMBRE DEL ATRACTIVO:			
PROPIETARIO:			
CATEGORIA:		TIPO:	SUBTIPO:.....
2. UBICACION		LATITUD:	LONGITUD:
PROVINCIA:	CANTON:.....	LOCALIDAD:.....	
CALLE:.....	NUMERO:.....	TRANSVERSAL:.....	
3. CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO			
NOMBRE DEL POBLADO:.....		DISTANCIA(km):.....	
NOMBRE DEL POBLADO:.....		DISTANCIA(Km):.....	
4. CARACTERISTICAS FISICAS DEL ATRACTIVO			
C A L I D A D	V A L O R I N T R I N S E C O	ALTURA_(m.s.n.m.):.....	TEMPERATURA (°C):.....
		LATITUD.....	LONGITUD.....
		PRECIPITACION PLUVIOMETRICA (cm ²):.....	

A P O Y O	RUTAS DE BUSES DE SDE Poblaciones cercanas:	
	NOMBRE DE LA RUTA:	
	DE SDE:	HASTA:
	FRECUENCIA:	
	DISTANCIA:	
	9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA	
	AGUA	
	POTABLE	<input type="checkbox"/>
	ENTUBADA	<input type="checkbox"/>
	TRATADA	<input type="checkbox"/>
DE POZO	<input type="checkbox"/>	
NO EXISTE	<input type="checkbox"/>	
OTROS	<input type="checkbox"/>	
ENERGÍA ELÉCTRICA		
SISTEMA INTERCONECTADO	<input type="checkbox"/>	
GENERADOR	<input type="checkbox"/>	
NO EXISTE	<input type="checkbox"/>	
OTROS	<input type="checkbox"/>	
ALCANTARILLADO		
RED PÚBLICA	<input type="checkbox"/>	
POZO OREGO	<input type="checkbox"/>	
POZO SEPTICO	<input type="checkbox"/>	
NO EXISTE	<input type="checkbox"/>	
OTROS	<input type="checkbox"/>	
PRECIO		
SI	<input type="checkbox"/>	
NO	<input type="checkbox"/>	
ENTRADA LIBRE	<input type="checkbox"/>	
OTROS	<input type="checkbox"/>	
Observación :		
.....		
10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS		
NOMBRES	DISTANCIA	
11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO		
LOCAL	<input type="checkbox"/>	
NACIONAL	<input type="checkbox"/>	
PROVINCIAL	<input type="checkbox"/>	
INTERNACIONAL	<input type="checkbox"/>	
Otros:	<input type="checkbox"/>	
Certifico que los datos constantes en estas Hojas son verídicos _____ FIRMA: SUPERVISOR EVALUADOR		

Anexo 2 Formulario de Reserva

		Formulario de Reserva No			
		000000000			
APELLIDOS		NOMBRES			
FECHA DE LLEGADA	HORA DE LLEGADA	HORA DE SALIDA	HORA DE SALIDA		
.....		
			
PROCEDENCIA		Nacional		Extranjera	
TIPO DE HABITACIÓN		TARIFA			
.....				
FORMA DE PAGO		Efectivo	Tarjeta de Crédito	Transferencia	Depósito Bancario
Solicitado por				
Teléfonos de Contactos				
Correo electrónico				
RESPONSABLE DE LA RESERVA				

Anexo 3 Formulario de Ingreso

		Formulario de Ingreso No			
		000000000			
FECHA:				
APELLIDOS		NOMBRES			
Cédula o Pasaporte	Lugar de Procedencia		
Nacionalidad	Dirección		
FECHA DE LLEGADA	HORA DE LLEGADA	HORA DE SALIDA	HORA DE SALIDA		
.....		
		...			
FORMA DE PAGO		Efectivo	Tarjeta de Crédito	Transferencia	Depósito Bancario
Teléfonos de Contactos				
Correo electrónico				
RESPONSABLE DE LA RESERVA				




Anexo 5 Hoja de Requisiciones

			HOJA DE REQUISICIONES	
SOLICITADO POR				
FECHA:				
PRODUCTO	CANTIDAD		UNIDAD	
	Solicitada	Entregada	Solicitada	Entregada
Despachado por:				
Recibido por:				

Anexo 6 Inventario de lencería

			Fecha		
Artículo	Cantidad	Habitación	Lavandería	Baja	Total
Almohadas					
Toalla de manos					
Toalla de baño					
Pie de baño					
Sábana Bajera					
Sábana Encimera					
Edredones					

Anexo 7 Isla del Amor

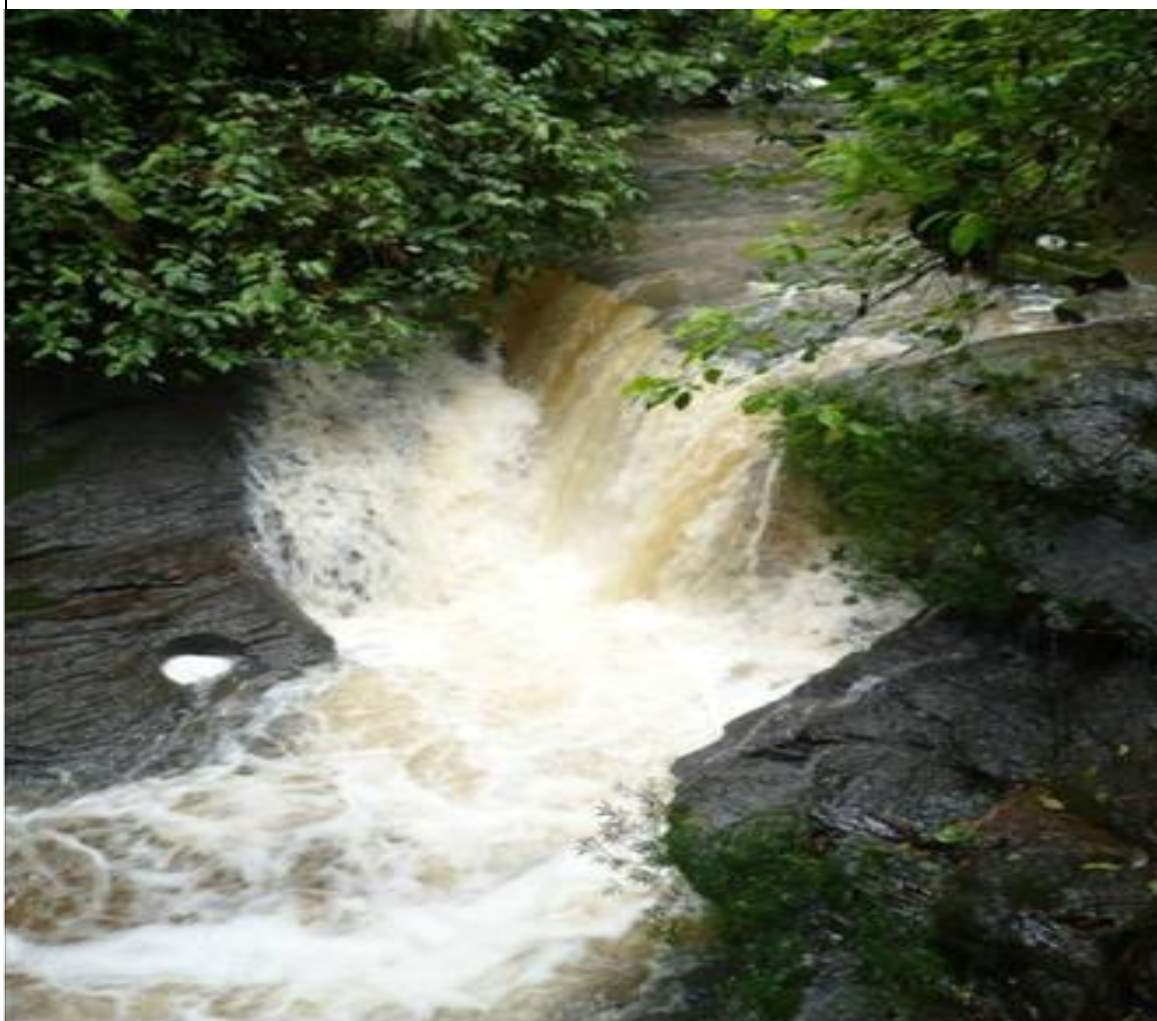
		REGISTRO DE DATOS DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS			
FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS					
1. DATOS GENERALES					
ENCUESTADOR:	Sandra Sánchez	Ficha:	1		
SUPERVISOR EVALUADOR:	Ing. Washington Villacís	Fecha:	10/11/2015		
NOMBRE DEL ATRACTIVO:	ISLA DEL AMOR				
PROPIETARIO:					
CATEGORÍA:	Sitios Naturales	Tipo:	Rio	Subtipo:	Playa
2. UBICACIÓN					
LATITUD:	00° 59'30" de latitud Sur	LONGITUD:	77° 49' 14" de longitud Oeste		
PROVINCIA:	Napo	CANTÓN:	Tena		
LOCALIDAD:	Parroquia Tena - Amazonas				
CALLE:	Barrio Amazonas	TRANSVERSAL:	S/N		
3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO					
NOMBRE DEL POBLADO:	Ciudad de Tena	DISTANCIA:	500 m		
NOMBRE DEL POBLADO:		DISTANCIA:			
4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO					
ALTURA (m.s.n.m):	513 m.s.n.m.	TEMPERATURA (°C):	22 a 26°C		
PRECIPITACIÓN PLUVIOMÉTRICA (mm3):	3200 a 4000 mm. anuales				
5. FOTOGRAFÍA					
					

6. VALOR INTRÍNSECO:											
La Isla del Amor es un lugar muy hermoso, sus aguas es de color un poco verdoso; además la parte en donde los turistas pueden descansar, realizar cocinados, jugar y tomar el sol se encuentra al margen derecho del rio; incluso hay una choza grande que es utilizado como discoteca para bailar los fines de semana todo esto cuenta con una dimensión aproximadamente de 80 m. de largo y 80 m. de ancho. las dimensiones aproximadas del rio es: 70 m. de largo, 30 m. de ancho y 2,5 m. de profundidad; también podemos observar especies vegetales que se encuentran en este lugar en las cuales son: paja toquilla, balsa, guabas, yutzos etc. la arena que es un color habano con piedras pequeñas											
7. VALOR EXTRÍNSECO:											
Cerca a este lugar ahí niños y jóvenes que están acostumbrados a colgar una soga en los arboles grandes en la cual se balancea por un tiempo y se lanzan al rio. A la isla del Amor acuden turistas locales, nacionales y extranjeros pero más que todo en los días feriados ahí un mayor número de visitante.											
8. USOS:											
Se puede realizar natación, tomar fotografías, hacer deportes, recreación y realizar caminatas etc.											
9. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO											
Alterado:			No alterado:			Deteriorado:					
En Proceso de Deterioro:			Conservado:								
Causas: Los turistas que llegan a este sitio tienen conocimiento que al salir no deben dejar votando basura en el suelo esto ayuda a mantener el lugar conservado.											
9.1 PATRIMONIO											
Nombre:			Fecha de Declaración:								
Categoría:			Patrimonio de la Humanidad:			Patrimonio del Ecuador:					
10. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO											
Alterado			No alterado			Deteriorado					
En Proceso de Deterioro			Conservado								
Causas: Porque se encuentra entre el área urbanizada se observa poca vegetación; además realizan deforestación, entre otras.											
11. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO											
TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VÍAS			TRANSPORTE	FRECUENCIAS				TEMPORALIDAD DE ACCESO	
		B	R	M		D	S	M	E		
TERRESTRE	ASFALTADO				BUS					DÍAS AL AÑO	
	LASTRADO				AUTOMOVIL					365	
	EMPEDRADO				4X4						
	SENDERO				TREN					DÍAS AL MES	
ACUATICO	MARITIMO				BARCO					Culturales	1 enero
					BOTE						31 diciembre
	FLUVIAL				CANOA					Naturales	
					OTROS						
AEREO					AVIÒN					HORAS AL DÍAS	
					AVIONETA						
					HELICOPTERO						
										Culturales	

OBSERVACIONES Para ingresar a la isla del amor tenemos dos entradas la primera es por el parque central del Tena en dirección al colegio técnico Juan 23; la segunda vía de acceso es por la vía terrestre con dirección al poblado Muyuna desde la ciudad de Tena hasta el km. 1; luego hay que caminar unos 20 minutos para llegar al sitio.			Naturales 09:00 17:00	
RUTA DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS				
NOMBRE DE LA RUTA: Línea 2 Transporte Urbano Rio Pano				
DESDE:	Malvinas	HASTA:	San Antonio	
FRECUENCIA:	15 min.	DISTANCIA:	2 km.	
12. INFRAESTRUCTURA BÁSICA				
AGUA				
POTABLE:		ENTUBADA:		TRATADA:
DE POZO:		NO EXISTE:		OTROS:
ENERGIA ELECTRICA				
SISTEMA INTERCONECTADO:		GENERADOR:		NO EXISTE:
OTROS:				
ALCANTARILLADO				
RED PÚBLICA:		POZO CIEGO:		POZO SÈPTICO:
NO EXISTE:		OTROS:		
PRECIOS				
SI		NO		ENTRADA LIBRE
OTROS				
OBSERVACION:				
13. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS				
NOMBRES:		DISTANCIAS:		
Balneario la Soga		600 m.		
La Catedral de la Ciudad del Tena		400 m.		
14. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO				
LOCAL:		NACIONAL:		PROVINCIAL:
INTERNACIONAL:		OTROS:		
VARIABLE	FACTOR			PUNTOS
CALIDAD	a)Valor intrínseco			10
	b)Valor extrínseco			8
	c)Entorno			8
	d)Estado de Conservación			8
	y/o Acceso			
APOYO	a)Acceso			5
	b)Servicios			4
	c)Asociación con otros atractivos			2
SIGNIFICADO	a)Local			2
	b)Provincial			
	c)Nacional			
	d)Internacional			
TOTAL				48
JERARQUIA II				

Anexo 8 Cascada Wagra Cocha




		FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS			
1. DATOS GENERALES					
ENCUESTADOR:	Sandra Sánchez	Ficha:	2		
SUPERVISOR EVALUADOR:	Ing. Washington Villacís	Fecha:	10/11/2015		
NOMBRE DEL ATRACTIVO:	CASCADA WAGRA COCHA (WAGRA YACU)				
PROPIETARIO:					
CATEGORÍA:	Sitios Naturales	Tipo:	Rio	Subtipo:	Cascada
2. UBICACIÓN					
LATITUD:	00° 59' 06" de latitud Sur y	LONGITUD:	77° 45' 44" de longitud Oeste		
PROVINCIA:	Napo	CANTÓN:	Tena		
LOCALIDAD:	Parroquia Tena - Comunidad de Bajo Ongota				
CALLE:	S/N	TRANSVERSAL:	S/N		
3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO					
NOMBRE DEL POBLADO:	Bajo Ongota	DISTANCIA:	2 km.		
NOMBRE DEL POBLADO:	Ciudad del Tena	DISTANCIA:	5 km.		
4. CARACTERÍSTICAS FISICAS DEL ATRACTIVO					
ALTURA (m.s.n.m):	525 m.s.n.m.	TEMPERATURA (°C):	22 a26°C		
PRECIPITACIÓN PLUVIOMÉTRICA (mm3):	3200 a4000 mm. anuales				
5. FOTOGRAFÍA					



6. VALOR INTRÍNSECO:											
<p>Al ingresar a este bello lugar se recorre por un bosque entre primario y secundario en buen estado de conservación podemos ver plantas medicinales como es sangre de drago, ayahuasca, uña de gato, guayusa etc. especies maderables como laurel, guarumo.</p> <p>Podemos observar de este atractivo una continuación de 5 saltos de agua en las cuales se presentan diferentes alturas el orden es: 2 m, 3 m, 2 m, 1,50 m, y 5 m.</p> <p>El ancho del recorrido del agua está entre los 4 m a 12 m de ancho; además las aguas son claras.</p>											
7. VALOR EXTRÍNSECO:											
<p>A este atractivo van pocos turistas; el bosque es parte primario y secundario, en lo cual esta área es intervenida por las personas para el cultivo alimenticios, productivos y pastos. Además se ha hecho un sendero algunas tienen rotulación como guía.</p>											
8. USOS:											
<p>En este sitio se pueden realizar caminatas, observación del bosque primario y secundario, fotografías y recreación.</p>											
9. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO											
Alterado:			No alterado:			Deteriorado:					
En Proceso de Deterioro:			Conservado:								
<p>Causas: La cascada no presenta ni un peligro o amenaza; además el flujo de agua no muestra indicios de peligro para su integridad.</p>											
9.1 PATRIMONIO											
Nombre:			Fecha de Declaración:								
Categoría:			Patrimonio de la Humanidad:			Patrimonio del Ecuador:					
10. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO											
Alterado			No alterado			Deteriorado					
En Proceso de Deterioro			Conservado								
<p>Causas: Se encuentra en proceso de deterioro porque a pesar de que es un área con una buena conservación ecológica nos damos cuenta que el entorno se deteriora debido a los numerosos cultivos que realizan las personas o suelos dedicados a pastos.</p>											
11. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO											
TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VÍAS			TRANSPORTE	FRECUENCIAS				TEMPORALIDAD DE ACCESO	
		B	R	M		D	S	M	E		
TERRESTRE	ASFALTADO				BUS					DÍAS AL AÑO	
	LASTRADO				AUTOMOVIL						365
	EMPEDRADO				4X4					DÍAS AL MES	
	SENDERO				TREN						
ACUATICO	MARITIMO				BARCO					Culturales	1enero
					BOTE						31 diciembre
	FLUVIAL				CANOA					Naturales	
					OTROS						
AEREO					AVIÓN					HORAS AL DÍAS	
					AVIONETA						
					HELICOPTERO						
										Culturales	

OBSERVACIONES Para ingresar a la Cascada Wagra cocha debemos trasladarnos en un automóvil hacia la comunidad de bajo Ongota por una carretera asfaltada y otra parte lastrada; debemos cruzar el río Misahuallí en canoa y luego caminar por un sendero hasta llegar a la cascada			Naturales 09:00 17:00	
RUTA DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS				
NOMBRE DE LA RUTA: Línea 2 Transporte Urbano Río Pano y Guacamayos				
DESDE:	Tena	HASTA:	Bajo Ongota	
FRECUENCIA:	30 min.	DISTANCIA:	3 km.	
12. INFRAESTRUCTURA BÁSICA				
AGUA				
POTABLE:		ENTUBADA:	TRATADA:	<input checked="" type="checkbox"/>
DE POZO:		NO EXISTE:	OTROS:	
ENERGIA ELECTRICA				
SISTEMA INTERCONECTADO:		GENERADOR:	NO EXISTE:	
OTROS:				
ALCANTARILLADO				
RED PÚBLICA:		POZO CIEGO:	POZO SÈPTICO:	<input checked="" type="checkbox"/>
NO EXISTE:		OTROS:		
PRECIOS				
SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	ENTRADA LIBRE	
OTROS				
OBSERVACIONES: Se cobra 0,50 centavos a cualquier visitantes				
13. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS				
NOMBRES:		DISTANCIAS:		
Saladero de aves (Río Misahuallí)		1.3 Km		
14. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO				
LOCAL:	<input checked="" type="checkbox"/>	NACIONAL:		PROVINCIAL:
INTERNACIONAL:		OTROS:		
VARIABLE	FACTOR		PUNTOS	
CALIDAD	a) Valor intrínseco		12	
	b) Valor extrínseco		8	
	c) Entorno		4	
	d) Estado de Conservación		10	
	y/o Acceso			
APOYO	a) Acceso		5	
	b) Servicios		4	
	c) Asociación con otros atractivos		1	
SIGNIFICADO	a) Local		2	
	b) Provincial			
	c) Nacional			
	d) Internacional			
TOTAL			46	
JERARQUIA II				




Anexo 9 Cascada de Wachi Yaku

		REGISTRO DE DATOS DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS			
FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS					
1. DATOS GENERALES					
ENCUESTADOR:	Sandra Sánchez	Ficha:	3		
SUPERVISOR EVALUADOR:	Ing. Washington Villacís	Fecha:	10/11/2015		
NOMBRE DEL ATRACTIVO:	CASCADA WACHI YACU				
PROPIETARIO:					
CATEGORÍA:	Sitios Naturales	Tipo:	Rio	Subtipo:	Cascada
2. UBICACIÓN					
LATITUD:	01° 02' 32" de latitud Sur	LONGITUD:	77° 50' 25" de longitud Oeste		
PROVINCIA:	Napo	CANTÓN:	Tena		
LOCALIDAD:	Vía Puerto Napo -Yutzupino				
CALLE:	S/N	TRANSVERSAL:	S/N		
3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO					
NOMBRE DEL POBLADO:	Puerto Napo	DISTANCIA:	4,5 km.		
NOMBRE DEL POBLADO:		DISTANCIA:			
4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO					
ALTURA (m.s.n.m):	571 m.s.n.m.	TEMPERATURA (°C):	22 a 26°C		
PRECIPITACIÓN PLUVIOMÉTRICA (mm3):	3200 a 4000 mm. anuales				
5. FOTOGRAFÍA					
					

6. VALOR INTRÍNSECO:											
<p>En este lugar el agua es transparente es un sitio muy tranquilo, además está rodeado de bosque primario en la cual se encuentra toda clase de vegetación.</p> <p>En este hermoso lugar encontramos dos cascadas la primera tiene una caída de agua de 10 m. aproximadamente el vado es de 2,5 m de diámetro y 2 m. de profundidad.</p> <p>En la segunda cascada se aprecia una doble caída de agua de 3 y 1,5 m. Además hay una pequeña caverna de 2m. De largo por 1,5 m. de alto la formación de esta caverna es rocosa tipo barro; incluso se observa la vegetación y rocas de distintos tamaños.</p>											
7. VALOR EXTRÍNSECO:											
<p>Algunas personas de esta comunidad cuentan que a esta cascada llegaban a realizar rituales shamánico.</p>											
8. USOS:											
<p>En este sitio se pueden realizar observación del paisaje, caminata por el bosque primario, fotografía, realizan shamanismo etc. y lo más importante baño en la cascada.</p>											
9. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO											
Alterado:			No alterado:			Deteriorado:					
En Proceso de Deterioro:			Conservado:								
<p>Causas: Aquí se puede observar que no hay actividad humana que perjudique el estado de la cascada</p>											
9.1 PATRIMONIO											
Nombre:			Fecha de Declaración:								
Categoría:			Patrimonio de la Humanidad:				Patrimonio del Ecuador:				
10. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO											
Alterado			No alterado			Deteriorado					
En Proceso de Deterioro			Conservado								
<p>Causas: Destrucción de bosques primarios, personas que se dedican a las actividades agropecuarias y mal uso de los espacios</p>											
11. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO											
TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VÍAS			TRANSPORTE	FRECUENCIAS				TEMPORALIDAD DE ACCESO	
		B	R	M		D	S	M	E		
TERRESTRE	ASFALTADO				BUS					DÍAS AL AÑO	
	LASTRADO				AUTOMOVIL					365	
	EMPEDRADO				4X4						
	SENDERO				TREN					DÍAS AL MES	
ACUATICO	MARITIMO				BARCO					Culturales	1enero
					BOTE						31 diciembre
	FLUVIAL				CANOA					Naturales	
					OTROS						
AEREO					AVIÒN					HORAS AL DÍAS	
					AVIONETA						
					HELICOPTERO						
										Culturales	

OBSERVACIONES Desde la comunidad de Yutzupino en dirección a 3 km encontramos el atractivo en la cual debemos caminar 2 horas los 300 m antes de llegar al atractivo son de topografía irregular en la cual se requiere de una persona que esté en un buen estado físico para poder llegar a esta hermosa cascada			Naturales 09:00 17:00	
RUTA DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS				
NOMBRE DE LA RUTA: transporte interprovincial y cooperativas de transporte urbano				
DESDE:	Tena	HASTA:	Puerto Misahuallí	
FRECUENCIA:	Cada hora	DISTANCIA:	22 km.	
12. INFRAESTRUCTURA BÁSICA				
AGUA				
POTABLE:		ENTUBADA:	<input checked="" type="checkbox"/>	TRATADA:
DE POZO:		NO EXISTE:	<input type="checkbox"/>	OTROS:
ENERGIA ELECTRICA				
SISTEMA INTERCONECTADO:	<input checked="" type="checkbox"/>	GENERADOR:	<input type="checkbox"/>	NO EXISTE:
OTROS:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ALCANTARILLADO				
RED PÚBLICA:	<input type="checkbox"/>	POZO CIEGO:	<input type="checkbox"/>	POZO SÈPTICO:
NO EXISTE:	<input checked="" type="checkbox"/>	OTROS:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
PRECIOS				
SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	ENTRADA LIBRE
OTROS	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
OBSERVACIONES:				
13. ASOCIACION CON OTROS ATRACTIVOS				
NOMBRES:		DISTANCIAS:		
Cascada Yutzupino Alto		3 Km		
14. DIFUSION DEL ATRACTIVO				
LOCAL:	<input type="checkbox"/>	NACIONAL:	<input checked="" type="checkbox"/>	PROVINCIAL:
INTERNACIONAL:	<input type="checkbox"/>	OTROS:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
VARIABLE	FACTOR			PUNTOS
CALIDAD	a)Valor intrínseco			9
	b)Valor extrínseco			10
	c)Entorno			3
	d)Estado de Conservación			5
	y/o Acceso			
APOYO	a)Acceso			3
	b)Servicios			0
	c)Asociación con otros atractivos			1
SIGNIFICADO	a)Local			
	b)Provincial			
	c)Nacional			7
	d)Internacional			
TOTAL				38
JERARQUIA II				




Anexo 10 Cascada de Latas

		REGISTRO DE DATOS DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS			
FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS					
1. DATOS GENERALES					
ENCUESTADOR:	Sandra Sánchez	Ficha:	4		
SUPERVISOR EVALUADOR:	Ing. Washington Villacís	Fecha:	10/11/2015		
NOMBRE DEL ATRACTIVO:	CASCADA DE LATAS				
PROPIETARIO:					
CATEGORÍA:	Sitios Naturales	Tipo:	Rio	Subtipo:	Cascada
2. UBICACIÓN					
LATITUD:	01° 01' 29" de latitud Sur	LONGITUD:	77° 43' 45" de longitud Oeste		
PROVINCIA:	Napo	CANTÓN:	Tena		
LOCALIDAD:	Vía Tena - Misahuallí(Sector 8 de Septiembre latas)				
CALLE:	Vía Tena - Misahuallí	TRANSVERSAL:	S/N		
3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO					
NOMBRE DEL POBLADO:	Puerto Napo	DISTANCIA:	7,8 km.		
NOMBRE DEL POBLADO:	Puerto Misahuallí	DISTANCIA:	7 km		
4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO					
ALTURA (m.s.n.m):	557 m.s.n.m.	TEMPERATURA (°C):	22 a26°C		
PRECIPITACIÓN PLUVIOMÉTRICA (mm3):	3200 a4000 mm. anuales				
5. FOTOGRAFÍA					
					

6. VALOR INTRÍNSECO:											
<p>En este atractivo podemos ver 3 sitios naturales muy hermosos la primera cascada está a 100 m de la vía con una caída de agua de 2,5 m y 1,5 m. de profundidad; la segunda es una formación geológica que tiene especie a un tobogán en la cual tiene 30 m. de largo y la última cascada es la más grande teniendo una hermosa caída de agua de 20 m. aproximadamente, la profundidad es de 2 m. además en esta última cascadas se puede apreciar piedras de gran tamaño en lo que dificulta el flujo de la corriente del rio.</p> <p>Cuando no llueve las aguas son cristalinas; se disfruta ver en este lugar gran vegetación en lo que corresponde a bosque primario y secundario.</p>											
7. VALOR EXTRÍNSECO:											
La cascada de latas tiene un valor muy importante para las personas que viven cerca del sector del atractivo ya que se realizan diferentes actividades turísticas en este sitio.											
8. USOS:											
En este sitio se puede realizar caminatas, interpretación de flora y fauna, fotografía, baño en la cascada, disfrutar del tobogán natural, observación del paisaje y por ultimo ver las diferentes mariposas que están en este atractivo.											
9. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO											
Alterado:			No alterado:			Deteriorado:					
En Proceso de Deterioro:			Conservado:								
<p>Causas:</p> <p>Se puede observar que no hay actividad humana que perjudique el estado de la cascada</p>											
9.1 PATRIMONIO											
Nombre:			Fecha de Declaración:								
Categoría:			Patrimonio de la Humanidad:			Patrimonio del Ecuador:					
10. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO											
Alterado			No alterado			Deteriorado					
En Proceso de Deterioro			Conservado								
<p>Causas:</p> <p>Deforestación, realizan cultivos agrícolas y crecimiento de la población.</p>											
11. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO											
TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VÍAS			TRANSPORTE	FRECUENCIA S				TEMPORALIDAD DE ACCESO	
		B	R	M		D	S	M	E		
TERRESTRE	ASFALTADO				BUS					DÍAS AL AÑO	
	LASTRADO				AUTOMOVIL					365	
	EMPEDRADO				4X4						
	SENDERO				TREN					DÍAS AL MES	
ACUATICO	MARITIMO				BARCO						1enero
					BOTE					Culturales	31 diciembre
	FLUVIAL				CANOA						Naturales
					OTROS						
AEREO					AVIÒN						HORAS AL DÍAS
					AVIONETA						
					HELICOPTERO						
											Culturales

OBSERVACIONES Para llegar a la cascada de latas saliendo de Tena en carro propio es de 20 minutos; por una vía asfaltada en buen estado.			Naturales 09:00 17:00	
RUTA DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS				
NOMBRE DE LA RUTA: Centinela del Tena y la Jumandy				
DESDE:	Tena	HASTA:	Puerto Misahuallí	
FRECUENCIA:	Cada hora	DISTANCIA:	22 km.	
12. INFRAESTRUCTURA BÁSICA				
AGUA				
POTABLE:		ENTUBADA:	<input checked="" type="checkbox"/>	TRATADA:
DE POZO:		NO EXISTE:	<input checked="" type="checkbox"/>	OTROS:
ENERGIA ELECTRICA				
SISTEMA INTERCONECTADO:	<input checked="" type="checkbox"/>	GENERADOR:		NO EXISTE:
OTROS:				
ALCANTARILLADO				
RED PÚBLICA:		POZO CIEGO:		POZO SÈPTICO:
NO EXISTE:		OTROS:		<input checked="" type="checkbox"/>
PRECIOS				
SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO		ENTRADA LIBRE
OTROS				
OBSERVACIONES: La entrada a la cascada de latas es de 2,00 dólares.				
13. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS				
NOMBRES:		DISTANCIAS:		
Rio Umbuni		100 m.		
Grutas de Latas		800 m.		
14. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO				
LOCAL:		NACIONAL:		PROVINCIAL:
INTERNACIONAL:	<input checked="" type="checkbox"/>	OTROS:		
VARIABLE	FACTOR		PUNTOS	
CALIDAD	a)Valor intrínseco		12	
	b)Valor extrínseco		12	
	c)Entorno		3	
	d)Estado de Conservación		10	
	y/o Acceso			
APOYO	a)Acceso		8	
	b)Servicios		6	
	c)Asociación con otros atractivos		3	
SIGNIFICADO	a)Local			
	b)Provincial			
	c)Nacional		7	
	d)Internacional			
TOTAL			61	
JERARQUIA III				



Anexo 11 Playa Guiña Chimbana

		REGISTRO DE DATOS DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS			
FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS					
1. DATOS GENERALES					
ENCUESTADOR:	Sandra Sánchez	Ficha:	5		
SUPERVISOR EVALUADOR:	Ing. Washington Villacís	Fecha:	10/11/2015		
NOMBRE DEL ATRACTIVO:	PLAYA GUIÑA CHIMBANA				
PROPIETARIO:					
CATEGORÍA:	Sitios Naturales	Tipo:	Rio	Subtipo:	Playa (Balneario)
2. UBICACIÓN					
LATITUD:	01° 00' 23" de latitud Sur	LONGITUD:	77° 50' 18" de longitud Oeste		
PROVINCIA:	Napo	CANTÓN:	Tena		
LOCALIDAD:	Parroquia Tena (comunidad Guiña Chimbana)				
CALLE:	Guiña Chimbana	TRANSVERSAL:	S/N		
3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO					
NOMBRE DEL POBLADO:	Poblado Guiña Chimbana	DISTANCIA:	300 m.		
NOMBRE DEL POBLADO:	Ciudad del Tena	DISTANCIA:	4 km.		
4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO					
ALTURA (m.s.n.m):	526 m.s.n.m.	TEMPERATURA (°C):	22 a 26°C		
PRECIPITACIÓN PLUVIOMÉTRICA (mm3):	3200 a 4000 mm. anuales				
5. FOTOGRAFÍA					
					

6. VALOR INTRÍNSECO:											
Este lugar es ideal para descansar en familia; la extensión de este río es 500 m. de largo por 150 m. de ancho. En esta playa encontramos formaciones de rocas, la arena es escasa; se aprecia además la vegetación.											
7. VALOR EXTRÍNSECO:											
En este lugar se puede realizar diferentes actividades turísticas.											
8. USOS:											
En este sitio podemos tomar fotografías, baño en el río y descanso.											
9. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO											
Alterado:			No alterado:			Deteriorado:					
En Proceso de Deterioro:			Conservado:								
Causas: Se probó que hay personas que extrae el material pétreo de esta playa en la cual es una amenaza para este atractivo.											
9.1 PATRIMONIO											
Nombre:			Fecha de Declaración:								
Categoría:			Patrimonio de la Humanidad:			Patrimonio del Ecuador:					
10. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO											
Alterado			No alterado			Deteriorado					
En Proceso de Deterioro			Conservado								
Causas: Debido al crecimiento de la población y a las diferentes actividades que realizan las personas el entorno está en proceso de deterioro.											
11. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO											
TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VÍAS			TRANSPORTE	FRECUENCIAS				TEMPORALIDAD DE ACCESO	
		B	R	M		D	S	M	E		
TERRESTRE	ASFALTADO				BUS					DÍAS AL AÑO	
	LASTRADO				AUTOMOVIL						365
	EMPEDRADO				4X4					DÍAS AL MES	
	SENDERO				TREN						
ACUATICO	MARITIMO				BARCO					Culturales	1enero
					BOTE						31 diciembre
	FLUVIAL				CANOA					Naturales	
					OTROS						
AEREO					AVIÒN					HORAS AL DÍAS	
					AVIONETA						
					HELICOPTERO						
										Culturales	
OBSERVACIONES											
Para llegar a este atractivo la carretera es asfaltada y luego hay que ingresar por una carretera lastrada a unos 500 m.											
Naturales											
09:00											
17:00											
RUTA DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS											
NOMBRE DE LA RUTA: Coop. de transporte Centinela de Tena y el transporte Río Pano											
DESDE:			Tena			HASTA:			Talag		
FRECUENCIA:			Cada 30 minutos			DISTANCIA:			3,5 km.		

12. INFRAESTRUCTURA BÁSICA			
AGUA			
POTABLE:		ENTUBADA:	<input checked="" type="checkbox"/>
DE POZO:		NO EXISTE:	<input type="checkbox"/>
TRATADA:			
OTROS:			
ENERGIA ELECTRICA			
SISTEMA INTERCONECTADO:	<input checked="" type="checkbox"/>	GENERADOR:	<input type="checkbox"/>
OTROS:			NO EXISTE:
ALCANTARILLADO			
RED PÚBLICA:	<input type="checkbox"/>	POZO CIEGO:	<input type="checkbox"/>
NO EXISTE:	<input type="checkbox"/>	OTROS:	<input type="checkbox"/>
POZO SÈPTICO:			
<input checked="" type="checkbox"/>			
PRECIOS			
SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>
OTROS			ENTRADA LIBRE
OBSERVACIONES:			
13. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS			
NOMBRES:		DISTANCIAS:	
Chocitas de Rio		1,8 km.	
Sapo rumí		4 km.	
14. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO			
LOCAL:	<input checked="" type="checkbox"/>	NACIONAL:	<input type="checkbox"/>
INTERNACIONAL:	<input type="checkbox"/>	OTROS:	<input type="checkbox"/>
		PROVINCIAL:	<input type="checkbox"/>
VARIABLE	FACTOR		PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco		8
	b) Valor extrínseco		10
	c) Entorno		3
	d) Estado de Conservación		3
	y/o Acceso		
APOYO	a) Acceso		8
	b) Servicios		0
	c) Asociación con otros atractivos		2
SIGNIFICADO	a) Local		2
	b) Provincial		
	c) Nacional		
	d) Internacional		
TOTAL			36
JERARQUÍA II			

Anexo 12 Playa Peñas Coloradas




		REGISTRO DE DATOS DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS			
FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS					
1. DATOS GENERALES					
ENCUESTADOR:	Sandra Sánchez	Ficha:	6		
SUPERVISOR EVALUADOR:	Ing. Washington Villacís	Fecha:	10/11/2015		
NOMBRE DEL ATRACTIVO:	PLAYA (PEÑAS COLORADAS)				
PROPIETARIO:					
CATEGORÍA:	Sitios Naturales	Tipo:	Rio	Subtipo:	Playa (Balneario)
2. UBICACIÓN					
LATITUD:	00° 59' 27" de latitud Sur	LONGITUD:	77° 50' 36" de longitud Oeste		
PROVINCIA:	Napo	CANTÓN:	Tena		
LOCALIDAD:	Parroquia Tena (Sector San Pedro)				
CALLE:	Sector San Pedro	TRANSVERSAL:	S/N		
3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO					
NOMBRE DEL POBLADO:	Poblado de San Antonio	DISTANCIA:	1 km.		
NOMBRE DEL POBLADO:	Poblado Muyuna	DISTANCIA:	2 km.		
4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO					
ALTURA (m.s.n.m.):	522 m.s.n.m.	TEMPERATURA (°C):	22 a 26°C		
PRECIPITACIÓN PLUVIOMÉTRICA (mm3):	3200 a 4000 mm. anuales				
5. FOTOGRAFÍA					



6. VALOR INTRÍNSECO:											
Este lugar es ideal para pasar en familia y amigos, la extensión del río es de 500 m. de largo por 80 m. de ancho. Alrededor de la playa se encuentran rocas de diferentes tamaños. Además en este lugar hay una choza con un bar en la cual brindan sus servicios cada fines de semana, hay una cancha para realizar deportes en lo que es fútbol y vóley.											
7. VALOR EXTRÍNSECO:											
En este lugar se puede realizar diferentes actividades en la cual este atractivo es específicamente turístico.											
8. USOS:											
Se realizan en este lugar deportes, natación, fotografía, parrilladas y actividades de esparcimiento.											
9. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO											
Alterado:			No alterado:			Deteriorado:					
En Proceso de Deterioro:			Conservado:								
Causas: No hay ninguna alteración en esta playa.											
9.1 PATRIMONIO											
Nombre:			Fecha de Declaración:								
Categoría:			Patrimonio de la Humanidad:			Patrimonio del Ecuador:					
10. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO											
Alterado			No alterado			Deteriorado					
En Proceso de Deterioro			Conservado								
Causas: Debido a la Tala de bosque, contaminación del río por parte de visitantes y basuras que son arrastradas por río de otro lugar.											
11. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO											
TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VÍAS			TRANSPORTE	FRECUENCIAS				TEMPORALIDAD DE ACCESO	
		B	R	M		D	S	M	E		
TERRESTRE	ASFALTADO				BUS					DÍAS AL AÑO	
	LASTRADO				AUTOMOVIL						365
	EMPEDRADO				4X4					DÍAS AL MES	
	SENDERO				TREN						
ACUATICO	MARITIMO				BARCO					Culturales	1enero
					BOTE						31 diciembre
	FLUVIAL				CANOA					Naturales	
					OTROS						
AEREO					AVIÒN					HORAS AL DÍAS	
					AVIONETA						
					HELICOPTERO						
										Culturales	
OBSERVACIONES Para llegar a este sitio se hace un recorrido de 2,5 km. por una carretera asfaltada.										Naturales	09:00 17:00
RUTA DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS											
NOMBRE DE LA RUTA: Coop. de transporte urbano río Pano línea 2											
DESDE:		Tena			HASTA:			San Pedro			

FRECUENCIA:	Cada 30 minutos	DISTANCIA:	2,5 km.
12. INFRAESTRUCTURA BÁSICA			
AGUA			
POTABLE:		ENTUBADA:	<input checked="" type="checkbox"/>
DE POZO:		NO EXISTE:	<input type="checkbox"/>
TRATADA:			
OTROS:			
ENERGIA ELECTRICA			
SISTEMA INTERCONECTADO:	<input checked="" type="checkbox"/>	GENERADOR:	
OTROS:			NO EXISTE:
ALCANTARILLADO			
RED PÚBLICA:		POZO CIEGO:	
NO EXISTE:		OTROS:	
POZO SÈPTICO:			
<input checked="" type="checkbox"/>			
PRECIOS			
SI		NO	<input checked="" type="checkbox"/>
OTROS			ENTRADA LIBRE
OBSERVACIONES:			
13. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS			
NOMBRES:		DISTANCIAS:	
La sogá		3,2 km.	
El petroglifo de Puma Rumí		3,9 km.	
14. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO			
LOCAL:	<input checked="" type="checkbox"/>	NACIONAL:	
INTERNACIONAL:		OTROS:	
PROVINCIAL:			
VARIABLE	FACTOR		PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco		8
	b) Valor extrínseco		8
	c) Entorno		8
	d) Estado de Conservación		8
	y/o Acceso		
APOYO	a) Acceso		8
	b) Servicios		2
	c) Asociación con otros atractivos		2
SIGNIFICADO	a) Local		2
	b) Provincial		
	c) Nacional		
	d) Internacional		
TOTAL			46
JERARQUIA II			

Anexo 13 Playa de los Monos

		REGISTRO DE DATOS DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS			
FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS					
1. DATOS GENERALES					
ENCUESTADOR:	Sandra Sánchez	Ficha:	7		
SUPERVISOR EVALUADOR:	Ing. Washington Villacís	Fecha:	10/11/2015		
NOMBRE DEL ATRACTIVO:	PLAYA DE LOS MONOS				
PROPIETARIO:					
CATEGORÍA:	Sitios Naturales	Tipo:	AREA PROTEGIDA	Subtipo:	Playa (Balneario)
2. UBICACIÓN					
LATITUD:	1° 02' 07" de latitud Sur	LONGITUD:	77° 39' 55" de longitud Oeste		
PROVINCIA:	Napo	CANTÓN:	Tena		
LOCALIDAD:	Parroquia Misahuallí (Pto. Misahuallí)				
CALLE:	Pto. Misahualli	TRANSVERSAL:	S/N		
3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO					
NOMBRE DEL POBLADO:	Pto. Napo	DISTANCIA:	16 km.		
NOMBRE DEL POBLADO:	Ciudad del tena	DISTANCIA:	21,5 km.		
4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO					
ALTURA (m.s.n.m):	395 m.s.n.m.	TEMPERATURA (°C):	22 a 26°C		
PRECIPITACIÓN PLUVIOMÉTRICA (mm3):	2800 a 3200 mm. anuales				
5. FOTOGRAFÍA					
					

6. VALOR INTRÍNSECO:											
<p>Este lugar es ideal para un buen descanso y esparcimiento con sus familias, está clasificado como área protegida.</p> <p>La playa tiene aproximadamente 700 m. de largo por 150 m. de ancho; se puede además observar una roca grande q está dentro del rio. En este lugar se realiza un viaje en canoa para disfrutar de un hermoso recorrido en la cual vemos muchos paisajes y poblaciones donde dan a conocer sus tradiciones.</p>											
7. VALOR EXTRÍNSECO:											
<p>La conservación de este atractivo es sumamente primordial por lo cual ha sido declarado como área protegida. Este atractivo acoge a muchos turistas nacionales y extranjeros etc.</p>											
8. USOS:											
<p>Se realizan en este lugar deportes, deportes acuáticos, natación, fotografía, parrilladas y actividades de esparcimiento.</p> <p>Además en esta playa se realiza el carnaval playero en la cual realizan un programa donde vienen diferentes cantantes.</p>											
9. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO											
Alterado:			No alterado:			Deteriorado:					
En Proceso de Deterioro:			Conservado:								
<p>Causas: No hay ninguna alteración en esta playa.</p>											
9.1 PATRIMONIO											
Nombre:			Fecha de Declaración:								
Categoría:			Patrimonio de la Humanidad:			Patrimonio del Ecuador:					
10. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO											
Alterado			No alterado			Deteriorado					
En Proceso de Deterioro			Conservado								
<p>Causas: Debido al crecimiento de turistas el lugar es expuesto a un proceso progresivo de deterioro.</p>											
11. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO											
TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VÍAS			TRANSPORTE	FRECUENCIAS				TEMPORALIDAD DE ACCESO	
		B	R	M		D	S	M	E		
TERRESTRE	ASFALTADO				BUS					DÍAS AL AÑO	
	LASTRADO				AUTOMOVIL					365	
	EMPEDRADO				4X4						
	SENDERO				TREN					DÍAS AL MES	
ACUATICO	MARITIMO				BARCO					Culturales	1enero
					BOTE						31 diciembre
	FLUVIAL				CANOA					Naturales	
					OTROS						
AEREO					AVIÒN					HORAS AL DÍAS	
					AVIONETA						
					HELICOPTERO						
OBSERVACIONES										Culturales	
										Naturales	09:00 17:00

Se puede ingresar a este atractivo mediante transporte fluvial en lo que puede ser botes, canoa y lanchas desde Pto. Napo se llega en 30 minutos.				
RUTA DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS				
NOMBRE DE LA RUTA: Centinela del Tena y la Jumandy				
DESDE:	Tena	HASTA:	Misahuallí	
FRECUENCIA:	45 minutos	DISTANCIA:	22 km.	
12. INFRAESTRUCTURA BÁSICA				
AGUA				
POTABLE:		ENTUBADA:		TRATADA:
DE POZO:		NO EXISTE:		OTROS:
ENERGIA ELECTRICA				
SISTEMA INTERCONECTADO:		GENERADOR:		NO EXISTE:
OTROS:				
ALCANTARILLADO				
RED PÚBLICA:		POZO CIEGO:		POZO SÈPTICO:
NO EXISTE:		OTROS:		
PRECIOS				
SI		NO		ENTRADA LIBRE
OTROS				
OBSERVACIONES:				
13. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS				
NOMBRES:		DISTANCIAS:		
Centro de Reproducción de Mariposas		2,6 km.		
Comunidad Shiripuno		1,4 km.		
14. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO				
LOCAL:		NACIONAL:		PROVINCIAL:
INTERNACIONAL:		OTROS:		
VARIABLE	FACTOR			PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco			13
	b) Valor extrínseco			13
	c) Entorno			6
	d) Estado de Conservación			8
	y/o Acceso			
APOYO	a) Acceso			8
	b) Servicios			8
	c) Asociación con otros atractivos			4
SIGNIFICADO	a) Local			
	b) Provincial			
	c) Nacional			
	d) Internacional			12
TOTAL				72
JERARQUIA III				




Anexo 14 Mirador El Ceibo

		REGISTRO DE DATOS DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS			
FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS					
1. DATOS GENERALES					
ENCUESTADOR:	Sandra Sánchez	Ficha:	8		
SUPERVISOR EVALUADOR:	Ing. Washington Villacís	Fecha:	10/11/2015		
NOMBRE DEL ATRACTIVO:	MIRADOR EL CEIBO				
PROPIETARIO:					
CATEGORÍA:	Sitios Naturales	Tipo:	Loma	Subtipo:	Mirador
2. UBICACIÓN					
LATITUD:	01° 02' 42" de latitud Sur	LONGITUD:	77° 48' 31" de longitud Oeste		
PROVINCIA:	Napo	CANTÓN:	Tena		
LOCALIDAD:	Parroquia Puerto Napo - Comunidad Yutzupino				
CALLE:	S/N	TRANSVERSAL:	S/N		
3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO					
NOMBRE DEL POBLADO:	Cabecera Parroquial Pto. Napo	DISTANCIA:	1,55 km.		
NOMBRE DEL POBLADO:	Cabecera Cantonal Tena	DISTANCIA:	8 km.		
4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO					
ALTURA (m.s.n.m):	508 m.s.n.m.	TEMPERATURA (°C):	22 a 26°C		
PRECIPITACIÓN PLUVIOMÉTRICA (mm3):	3200 a 4000 mm. anuales				
5. FOTOGRAFÍA					



RUTA DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS			
NOMBRE DE LA RUTA: transporte interprovincial (transporte baños, flota Pelileo etc.) y las coop. de transporte urbano (rio Pano, Guacamayo)			
DESDE:	Tena	HASTA:	Yutzupino
FRECUENCIA:	20 minutos	DISTANCIA:	8 km.
12. INFRAESTRUCTURA BÁSICA			
AGUA			
POTABLE:		ENTUBADA:	
DE POZO:		NO EXISTE:	
ENERGIA ELECTRICA			
SISTEMA INTERCONECTADO:		GENERADOR:	
OTROS:		NO EXISTE:	
ALCANTARILLADO			
RED PÚBLICA:		POZO CIEGO:	
NO EXISTE:		OTROS:	
PRECIOS			
SI		NO	
OTROS		ENTRADA LIBRE	
OBSERVACIONES:			
13. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS			
NOMBRES:		DISTANCIAS:	
Árbol el ceibo		80 m.	
Petroglifo Yachana Rumi		200 m.	
14. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO			
LOCAL:		NACIONAL:	
INTERNACIONAL:		OTROS:	
PROVINCIAL:			
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS	
CALIDAD	a)Valor intrínseco	4	
	b)Valor extrínseco	2	
	c)Entorno	3	
	d)Estado de Conservación	3	
	y/o Acceso		
APOYO	a)Acceso	8	
	b)Servicios	0	
	c)Asociación con otros atractivos	2	
SIGNIFICADO	a)Local	2	
	b)Provincial		
	c)Nacional		
	d)Internacional		
TOTAL		25	
JERARQUIA I			




Anexo 15 Caverna de Latas

		REGISTRO DE DATOS DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS			
FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS					
1. DATOS GENERALES					
ENCUESTADOR:	Sandra Sánchez	Ficha:	9		
SUPERVISOR EVALUADOR:	Ing. Washington Villacís	Fecha:	10/11/2015		
NOMBRE DEL ATRACTIVO:	CAVERNA DE LATAS				
PROPIETARIO:					
CATEGORÍA:	Sitios Naturales	Tipo:	Fenómenos Espeleológicos	Subtipo:	Caverna
2. UBICACIÓN					
LATITUD:	01° 01' 55" de latitud Sur	LONGITUD:	77° 44' 05" de longitud Oeste		
PROVINCIA:	Napo	CANTÓN:	Tena		
LOCALIDAD:	Vía Tena Misahuallí (sector 8 de septiembre -latas)				
CALLE:	Sector 8 de septiembre	TRANSVERSAL:	S/N		
3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO					
NOMBRE DEL POBLADO:	Pto. Napo	DISTANCIA:	7 km.		
NOMBRE DEL POBLADO:	Puerto Misahuallí	DISTANCIA:	7,5 km.		
4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO					
ALTURA (m.s.n.m):	433 m.s.n.m.	TEMPERATURA (°C):	22 a 26°C		
PRECIPITACIÓN PLUVIOMÉTRICA (mm3):	3200 a 4000 mm. anuales				
5. FOTOGRAFÍA					
					

6. VALOR INTRÍNSECO:										
<p>Esta caverna tiene aproximadamente 50 m. de largo, el ancho varia de 1 a 5 m. La altura es de 2,5m.</p> <p>La formación es de tipo rocosa de piedras caliza, en este lugar se puede apreciar una pequeña corriente de agua; además podemos ver las formaciones geológicas de estalagmitas y estalactitas estas formaciones es por la precipitación de los minerales contenidos en las aguas subterráneas que se filtran muy lento a través del techo de la cueva.</p> <p>En esta cueva solo hay una sola vía; en la cual se debe ingresar y salir por ahí mismo. También se observa especies de murciélagos, falso vampiros y otros insectos.</p>										
7. VALOR EXTRÍNSECO:										
En esta caverna algunos turistas piensan que habitan espíritus malignos. para poder ingresar a este sitio debemos usar botas, gorra, linterna, debe haber un guía, cámara.										
8. USOS:										
Historias espirituales, se puede realizar caminatas y fotografías.										
9. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO										
Alterado:			No alterado:			Deteriorado:				
En Proceso de Deterioro:			Conservado:							
Causas: En este lugar no se encuentro indicios de actividades q hayan causado daño al atractivo.										
9.1 PATRIMONIO										
Nombre:			Fecha de Declaración:							
Categoría:			Patrimonio de la Humanidad:			Patrimonio del Ecuador:				
10. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO										
Alterado			No alterado			Deteriorado				
En Proceso de Deterioro			Conservado							
Causas: Deforestación, cultivos agrícolas y crecimiento población.										
11. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO										
TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VÍAS			TRANSPORTE	FRECUENCIA S				TEMPORALIDAD DE ACCESO
		B	R	M		D	S	M	E	
TERRESTRE	ASFALTADO				BUS					DÍAS AL AÑO
	LASTRADO				AUTOMOVIL					
	EMPEDRADO				4X4					DÍAS AL MES
	SENDERO				TREN					
ACUATICO	MARITIMO				BARCO					Culturales
					BOTE					
	FLUVIAL				CANOA					Naturales
					OTROS					
AEREO					AVIÒN					HORAS AL DÍAS
					AVIONETA					
					HELICOPTERO					
										Culturales
OBSERVACIONES										
El recorrido desde Tena al atractivo es de 20 minutos en carro. El sitio se encuentra al margen izquierdo a 15 m de la vía en dirección a Puerto Misahualli.										
Naturales										
09:00 17:00										

RUTA DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS			
NOMBRE DE LA RUTA: Centinela del Tena y la Jumandy			
DESDE:	Tena	HASTA:	Puerto Misahualli
FRECUENCIA:	20 minutos	DISTANCIA:	9 km.
12. INFRAESTRUCTURA BÁSICA			
AGUA			
POTABLE:		ENTUBADA:	<input checked="" type="checkbox"/>
DE POZO:		NO EXISTE:	<input type="checkbox"/>
TRATADA:			
OTROS:			
ENERGIA ELECTRICA			
SISTEMA INTERCONECTADO:	<input checked="" type="checkbox"/>	GENERADOR:	<input type="checkbox"/>
NO EXISTE:			
OTROS:			
ALCANTARILLADO			
RED PÚBLICA:	<input type="checkbox"/>	POZO CIEGO:	<input type="checkbox"/>
POZO SÈPTICO:			
<input checked="" type="checkbox"/>			
NO EXISTE:			
OTROS:			
PRECIOS			
SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>
ENTRADA LIBRE			
OTROS			
OBSERVACIONES:			
La entrada a este lugar es de 0,50 centavos			
13. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS			
NOMBRES:		DISTANCIAS:	
Cascada de Latas		800 m.	
Rio Umbuni		100 m.	
14. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO			
LOCAL:	<input type="checkbox"/>	NACIONAL:	<input type="checkbox"/>
PROVINCIAL:			
<input type="checkbox"/>			
INTERNACIONAL:	<input checked="" type="checkbox"/>	OTROS:	
<input type="checkbox"/>			
VARIABLE	FACTOR		PUNTOS
CALIDAD	a)Valor intrínseco		7
	b)Valor extrínseco		5
	c)Entorno		3
	d)Estado de Conservación		5
	y/o Acceso		
APOYO	a)Acceso		3
	b)Servicios		6
	c)Asociación con otros atractivos		3
SIGNIFICADO	a)Local		
	b)Provincial		4
	c)Nacional		
	d)Internacional		
TOTAL			36
JERARQUÍA II			

Anexo 16 Playa Chocita del Río




		REGISTRO DE DATOS DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS			
FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS					
1. DATOS GENERALES					
ENCUESTADOR:	Sandra Sánchez	Ficha:	10		
SUPERVISOR EVALUADOR:	Ing. Washington Villacís	Fecha:	10/11/2015		
NOMBRE DEL ATRACTIVO:	CHOCITAS DEL RIO				
PROPIETARIO:					
CATEGORÍA:	Sitios Naturales	Tipo:	Rio	Subtipo:	Playa (balneario)
2. UBICACIÓN					
LATITUD:	1° 00' 29" de latitud Sur	LONGITUD:	77° 49' 39" de longitud Oeste		
PROVINCIA:	Napo	CANTÓN:	Tena		
LOCALIDAD:	Parroquia Tena - Sector Apayacu				
CALLE:	Sector Apayacu	TRANSVERSAL:	S/N		
3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO					
NOMBRE DEL POBLADO:	Ciudad del Tena	DISTANCIA:	3 km.		
NOMBRE DEL POBLADO:	Poblado de Pano	DISTANCIA:	5,6 km.		
4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO					
ALTURA (m.s.n.m):	517 m.s.n.m.	TEMPERATURA (°C):	22 a 26°C		
PRECIPITACIÓN PLUVIOMÉTRICA (mm3):	2800 a 3200 mm. anuales				
5. FOTOGRAFÍA					
					

6. VALOR INTRÍNSECO:											
Este atractivo es un lugar de descanso y de esparcimiento; el balneario está ubicado en el río Pano tiene aproximadamente 100 m. de largo por 40 m. de ancho de playa. El río del balneario alcanza los 25 m. de ancho y una profundidad moderada. Además observamos alrededor del río vegetación de tipo secundario.											
7. VALOR EXTRÍNSECO:											
En las chocitas del río se puede realizar actividades turísticas.											
8. USOS:											
En este sitio podemos realizar natación, descanso, recreación y fotografía.											
9. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO											
Alterado:			No alterado:			Deteriorado:					
En Proceso de Deterioro:			Conservado:								
Causas: En este lugar no se encuentran indicios que indiquen una amenaza al atractivo.											
9.1 PATRIMONIO											
Nombre:			Fecha de Declaración:								
Categoría:			Patrimonio de la Humanidad:			Patrimonio del Ecuador:					
10. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO											
Alterado			No alterado			Deteriorado					
En Proceso de Deterioro			Conservado								
Causas: Por la tala de árboles, afluencia de los turistas.											
11. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO											
TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VÍAS			TRANSPORTE	FRECUENCIAS				TEMPORALIDAD DE ACCESO	
		B	R	M		D	S	M	E		
TERRESTRE	ASFALTADO				BUS					DÍAS AL AÑO	
	LASTRADO				AUTOMOVIL						365
	EMPEDRADO				4X4					DÍAS AL MES	
	SENDERO				TREN						
ACUATICO	MARITIMO				BARCO					Culturales	1enero
					BOTE						31 diciembre
	FLUVIAL				CANOA					Naturales	
					OTROS						
AEREO					AVIÒN					HORAS AL DÍAS	
					AVIONETA						
					HELICOPTERO						
										Culturales	
OBSERVACIONES Para llegar al atractivo se ingresa por una carretera asfaltada y otra parte lastrada.										Naturales	09:00 17:00
RUTA DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS											
NOMBRE DE LA RUTA: Centinela del Tena.											

DESDE:	Tena	HASTA:	Talag
FRECUENCIA:	20 minutos	DISTANCIA:	3,1 km.
12. INFRAESTRUCTURA BÁSICA			
AGUA			
POTABLE:		ENTUBADA:	<input checked="" type="checkbox"/>
DE POZO:		NO EXISTE:	<input type="checkbox"/>
TRATADA:			
OTROS:			
ENERGIA ELECTRICA			
SISTEMA INTERCONECTADO:	<input checked="" type="checkbox"/>	GENERADOR:	<input type="checkbox"/>
OTROS:			NO EXISTE:
ALCANTARILLADO			
RED PÚBLICA:		POZO CIEGO:	<input type="checkbox"/>
NO EXISTE:		OTROS:	<input type="checkbox"/>
POZO SÈPTICO:			
<input checked="" type="checkbox"/>			
PRECIOS			
SI		NO	<input checked="" type="checkbox"/>
OTROS			ENTRADA LIBRE
OBSERVACIONES:			
13. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS			
NOMBRES:		DISTANCIAS:	
Caverna de los Padres Jesuitas		3,8 km.	
Cascada de Waska Yacu		6,5 km.	
14. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO			
LOCAL:	<input checked="" type="checkbox"/>	NACIONAL:	<input checked="" type="checkbox"/>
INTERNACIONAL:	<input type="checkbox"/>	OTROS:	<input type="checkbox"/>
PROVINCIAL:			
VARIABLE	FACTOR		PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco		6
	b) Valor extrínseco		6
	c) Entorno		7
	d) Estado de Conservación		6
	y/o Acceso		
APOYO	a) Acceso		8
	b) Servicios		6
	c) Asociación con otros atractivos		3
SIGNIFICADO	a) Local		2
	b) Provincial		
	c) Nacional		
	d) Internacional		
TOTAL			44
JERARQUIA II			

Anexo 17 Ficha Tradiciones y Expresiones Orales

FICHA PARA INVENTARIO DEL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL

 GOBIERNO NACIONAL DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR		 INPC Instituto Nacional de Patrimonio Cultural Ecuador	
INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL DIRECCIÓN DE INVENTARIO PATRIMONIAL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FICHA DE INVENTARIO A1 TRADICIONES Y EXPRESIONES ORALES			CÓDIGO IM-15-01-50- 001-15-000001
1. DATOS DE LOCALIZACIÓN			
Provincia: Napo Cantón: Tena			
Parroquia: Tena		Urbana <input checked="" type="checkbox"/>	Rural <input type="checkbox"/>
Localidad: Tena			
Coordenadas WGS84 Z17S-UTM: X 0° 59' 20.4" SY 77° 48' 57.24" oeste Z (Altitud) 510 m.s.n.m.			
2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL			
			
Descripción de la fotografía: LEYENDA DEL ORIGEN DEL RIO TENA			
Código fotográfico: 001.jpg			
3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN			
Denominación		Otra (s) denominación (es)	
Origen del río Tena		D1	Leyenda del río Tena y río Pano
		D2	
Grupo social		Lengua (s)	
Grupo Kichwa		L1	Kichwa
		L2	Español
Subámbito		Detalle del subámbito	
Leyenda		Se detalla el origen sobre la unión del río Tena y Pano.	

Breve reseña

Antiguamente años atrás donde se asientan la Parroquia de Pano Vivian varias familias, en la comunidad del calvario había nacido una hermosa niña llamada Tena y por otro lado el gran Curaca celebraba el nacimiento de su hijo en la cual le puso el nombre de Pano.

Estas dos personas crecieron con el pasar de los años en donde Tena se convirtió en una bellísima mujer y Pano en un hombre robusto y guerrero.

Un día Pano con un grupo de jóvenes salieron de caza, luego acamparon a la orilla de un rio y en ese lugar conoció a la bellísima Tena y se enamoraron perdidamente; los dos salieron por mucho tiempo en secreto.

Paso el tiempo y el padre de Tena se enteró del romance que tenía su hija con Pano y no acepto esa relación; por lo cual le prohibió que vuelva a ver a Pano. Pano siempre iba al lugar donde se encontraba con Tena pero ella dejo de ir a ese sitio, Pano se desesperó y tomo la decisión de suicidarse porque no podía ver al amor de su vida se lanzó al rio de las aguas turbulentas y luego Tena al enterarse de lo que había hecho Pano sintió un fuerte dolor y decidió seguir la misma suerte que había escogido su gran amor se lanzó al rio y bajo arrastrada por las corrientes del rio; en la cual se encontró con su amado que bajaba llorando su desgracia juntando los caudales de ambos ríos Tena y Pano de esta forma engendraron un solo rio el caudaloso Tena.

4. DESCRIPCIÓN

La historia nos relata que antiguamente había dos personas que nacieron en diferentes familias; en la cual a la niña le colocaron Tena y al niño Pano en donde estas personas crecieron y tena se convirtió en una mujer bella y Pano en un hombre fuerte y robusto.

Nos cuenta la historia que Pano era muy excelente en el manejo de las armas, en donde un día salió con un grupo de jóvenes para ir en busca de animales etc.

Pano y sus amigos de tanto caminar se cansaron así que decidieron acampar a la orilla de un rio repleto de carachama, antes de irse de ese lugar Pano escucho una melodiosa voz que le causo curiosidad ver de quién era y de repente apareció la mujer más bella Tena; en ese mismo instante ambos se enamoraron perdidamente.

Tena y Pano siempre se veían en un lindo lugar que era un gran árbol de caoba era un sitio discreto y alejado del pueblo en donde las personas no los podían ver; ellos pensaban que los padres nunca se iban a enterar de este hermoso romance q nació entre ellos, pero el secreto no duro mucho tiempo y el padre de Tena se enteró y prohibió a su hija para que no volviera a ver nunca más a Pano ya que el padre había comprometido a Tena con el hijo de un gran Curaca del rio Misahuallí.

Pano seguía hiendo al sitio en donde se veía con su amada pero ella nunca más volvió a ir; en la cual Pano se sintió solo en ese lugar y como Tena no lleo más al encuentro, el cayó en una gran depresión; los padres preocupados tuvieron que llamar a varios shamanes para que le ayudara a su hijo a ver qué era lo que tenía, un shaman decía que estaba poseído otro que alguien le había enviado una maldición, uno de los shamanes dijo que él estaba así es porque se había enamorado de una mujer pero era un amor prohibido.

Pasaron meses y la depresión fue tan fuerte que Pano ya no pudo seguir adelante porque ya no tenía noticias de su gran amor, el joven decidió quitarse su vida lanzándose al rio en donde las aguas eran turbulentas, fue arrastrado por las correntadas.

Tena se resignó a lo que el padre le había encomendado de no volver a ver a Pano, ella un día estaba tejiendo una canasta para poder llevar los productos que sacaba de la chacra, ese día

tena se enteró de lo que había hecho Pano y ella sintió un fuerte golpe en su corazón por la noticia; en la cual ella salió corriendo de su casa llorando y desconsolada.
 Tena agobiada se lanzó finalmente al río y corrió con la misma suerte de su amado fue arrastrada por la fuerte corriente.
 Al final Tena se encontró con su amado que bajaba llorando su desgracia juntando los caudales de ambos ríos Tena y Pano de esta forma engendraron un solo río.

Narración (versión 1)

N/S

Estructura Prosa Otro

Fecha o período		Fecha o período
x	Anual	15 de noviembre
	Continua	
	Ocasional	
	Otra	
Alcance		Detalle del alcance
x	Local	La leyenda sobre el origen del río Tena y Pano es conocida en el cantón Tena
	Provincial	
	Regional	
	Nacional	
	Internacional	
Uso simbólico		Descripción del uso simbólico
	Ritual	Es narrativo porque se relata el origen del río Tena a través de una historia en donde dos jóvenes Tena y Pano se unieron por amor y de esta forma engendraron un solo río.
	Festivo	
	Lúdico	
x	Narrativo	
	Otro	

5. PORTADORES/SOPORTES

Tipo	Nombre	Edad/Tiempo de actividad	Cargo, función o actividad	Dirección	Localidad
Individuos					
Colectividades	N/S	N/S	N/S	Cabecera de Tena	Tena
Instituciones					
Procedencia del saber		Detalle de la procedencia			
x	Padres-hijos	Esta leyenda viene antiguamente de la procedencia de los padres Kichwa en la cual ha sido contada a sus hijos.			
	Maestro-aprendiz				
	Centro capacitación				
	Otro				
Transmisión del saber		Detalle de la transmisión			
x	Padres-hijos	Los padres Kichwa transmitieron esta leyenda a sus hijos y ahora es contada de generación en generación.			
	Maestro-aprendiz				

	Centro capacitación				
	Otro				
6. VALORACIÓN					
Importancia para la comunidad					
<p>Para la comunidad esta leyenda es muy importante porque se relata una historia de un gran amor que nace de 2 jóvenes llamados Tena y Pano que murieron lanzándose al río porque el padre de Tena no aceptaba ese amor y para la comunidad esta leyenda es muy importante ya que de esta forma Pano y Tena engendraron un solo río el caudaloso Tena.</p>					
Sensibilidad al cambio					
	Alta	Como esta leyenda es contada por los adultos Kichwa es posible que no haya cambio en la historia ya que fue una leyenda de un gran amor.			
	Media				
x	Baja				
7. INTERLOCUTORES					
	Apellidos y nombres	Dirección	Teléfono	Sexo	Edad
	Pedro Andy Grefa	N/S	N/S	Masculino	58
8. ELEMENTOS RELACIONADOS					
	Ámbito	Subámbito	Detalle del subámbito	Código/Nombre	
	Tradiciones y expresión oral	Está vinculada a acontecimientos históricos reinterpretado por las comunidades Kichwa	S/N	Leyenda del origen río Tena.	
9. ANEXOS					
	Textos	Fotografías	Videos	Audio	
		001.jpg			
10. OBSERVACIONES					
<p>Esta leyenda fue narrada por un adulto llamado Pedro Andy Grefa en la cual conoce los cuentos, historias y tradiciones de la cultura Kichwa.</p>					
11. DATOS DE CONTROL					
Entidad investigadora. UNL					
Inventariado por: Sandra Sánchez			Fecha de inventario: 10/11/2015		
Revisado por: Ing. Washington Enrique Villacís Zapata Mg. Sc.			Fecha de revisión: 08/12/215		
Aprobado por: Ing. Washington Enrique Villacís Zapata Mg. Sc.			Fecha aprobación: 08/12/215		
Registro fotográfico: 001.jpg					

Anexo 18 Ficha Patrimonio Cultural Inmaterial

FICHA PARA INVENTARIO DEL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL

 GOBIERNO NACIONAL DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR	 INPC Instituto Nacional de Patrimonio Cultural Ecuador		
		INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL DIRECCIÓN DE INVENTARIO PATRIMONIAL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FICHA DE INVENTARIO A2 ARTES DEL ESPECTÁCULO	CÓDIGO
			IM- 15-01-50-002-15-000002

12.DATOS DE LOCALIZACIÓN

Provincia: Napo Cantón: Tena

Parroquia: Tena Urbana Rural

Localidad: Tena

Coordenadas WGS84Z17S-UTM: X (Este)0° 59' 20.4" SY (Norte) 77° 48' 57.24"oeste Z (Altitud)510 m.s.n.m.

13.FOTOGRAFÍA REFERENCIAL



Descripción de la fotografía: GRUPO DE DANZA MUSHUK KAWSAY

Código fotográfico: 002jpg

14.DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Denominación	Otra (s) denominación (es)	
Danza Autóctona.	D1	Danza Kichwa.
	D2	N/S
Grupo social	Lengua (s)	
Kichwa amazónico.	L1	Kichwa
	L2	
Subámbito	Detalle del subámbito	
Danza	Danza autóctona de la amazonia.	



15.DESCRIPCIÓN	
Origen	
<p>Este grupo se formó por parte del gobierno descentralizado Municipal de Tena, en donde están integrados jóvenes Kichwa.</p> <p>El GRUPO DE DANZA MUSHUK KAWSAY se formó por la necesidad de que en la provincia de Napo Cantón Tena realizan diversas festividades; en la cual este grupo en cada fiestas que se realizan siempre están presente ya que coloca en alto el nombre de la provincia de Napo, dando a conocer la danza Kichwa y sus costumbres.</p>	
Fecha o período	Detalle de la periodicidad
<input type="checkbox"/> Anual	Cuando hay fiestas en el Cantón Tena o invitación de otro lugar.
<input type="checkbox"/> Continua	
x <input checked="" type="checkbox"/> Ocasional	
<input type="checkbox"/> Otro	
Alcance	Detalle del alcance
<input type="checkbox"/> Local	El grupo de danza mushuk kawsay es muy reconocido por presentar danza autóctona de la amazonia y esto lleva a que participe a eventos a nivel Nacional.
<input type="checkbox"/> Provincial	
<input type="checkbox"/> Regional	
x <input checked="" type="checkbox"/> Nacional	
<input type="checkbox"/> Internacional	
Descripción de la manifestación	
<p>Como nos podemos dar cuenta La danza es muy importante en la cultura Kichwa; ya que es una tradición heredada de generación en generación en donde se permite expresar valores de la cultura Kichwa y su historia en la cual muestran sus costumbres y tradiciones.</p> <p>Años atrás la música y la danza la practicaban los padres en la cual contaban así la historia de sus ancestros. Además los padres enseñaban a sus hijos sobre la danza por lo que los movimientos corporales son muy importantes.</p> <p>Para poder seguir con nuestras costumbres y tradiciones de nuestra cultura Kichwa y seguir transmitiendo a nuestro hijos y demás personas en la cual podrían ser parte de esta tradición de danza Kichwa el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Tena decidió formar un grupo de danza en la cual puso de nombre Grupo de Danza Mushuk Kawsay.</p> <p>Este grupo de danza en cada fiesta que se realizan en la provincia de Napo Cantón Tena, da a conocer a los turistas la cultura, tradiciones, vestimenta en la cual expresan todo esto por medio de la danza.</p>	
<input type="checkbox"/> Prosa <input type="checkbox"/> Verso <input checked="" type="checkbox"/> Otro	

Elementos significativos						
Elementos		Tipo	Detalle del elemento			
E1	Vestimentas y música autóctona de la amazonia.	Vestuarios kichwa	Los vestuarios están elaborados por semillas de la zona y la música son instrumentaros autóctonas de la cultura kichwa.			
16.PORTADORES/SOPORTES						
Portadores/Soportes		Nombre	Edad/Tiempo de actividad	Cargo, función o actividad	Dirección	Localidad
Individuos						
Colectividades						
Instituciones		GAD TENA	10 años	Danza	Tena	Tena
Procedencia del saber		Detalle de la procedencia				
x	Padres-hijos	La danza es transmitida de padres a hijos ya que esta tradición viene de generación en generación para no olvidar sus costumbres y tradiciones.				
	Maestro-aprendiz					
	Centro capacitación					
	Otro					
Transmisión del saber		Detalle de la transmisión				
x	Padres-hijos	La danza es transmitida antiguamente por los padres en la cual nos enseña que la danza cumple un rol muy importante en donde da a conocer los movimientos corporales, nuestras costumbres y tradiciones.				
	Maestro-aprendiz					
	Centro capacitación					
	Otro					
17.VALORACIÓN						
Importancia para la comunidad						
Este grupo de danza es muy importante para el Cantón Tena; ya que a través de la danza dan a conocer los valores de la cultura Kichwa y sus costumbres; además este grupo de danza se presenta en cada fiesta que se realizan en el Cantón Tena y esto pone en alto a nuestra ciudad.						
Sensibilidad al cambio						
	Alta	La sensibilidad al cambio es media por lo que en la actualidad La danza kichwa ha ido mejorando.				
x	Media					
	Baja					
18.INTERLOCUTORES						
Apellidos y nombres		Dirección	Teléfono	Sexo	Edad	
Datos reservados						
19.ELEMENTOS RELACIONADOS						
Código/Nombre		Ámbito	Subámbito	Detalle del subámbito		
Espectáculo		Exposición de la danza	Danza	Demostración de la danza Kichwa		
20.ELEMENTOS RELACIONADOS						
Textos		Fotografías	Videos	Audio		

	002.jpg		
21. OBSERVACIONES			
22. DATOS DE CONTROL			
Entidad investigadora: Municipio de Tena			
Inventariado por: Sandra Sánchez		Fecha de inventario: 10-11-2015	
Revisado por: Ing. Washington Enrique Villacís Zapata Mg. Sc.		Fecha de revisión: 08/12/215	
Aprobado por: Ing. Washington Enrique Villacís Zapata Mg. Sc.		Fecha aprobación: 08/12/215	
Registro fotográfico: 002.jpg			

Anexo 19 Ficha Festividades cantón Tena

FICHA PARA INVENTARIO DEL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL

 GOBIERNO NACIONAL DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR		 INPC Instituto Nacional de Patrimonio Cultural Ecuador	
INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL DIRECCIÓN DE INVENTARIO PATRIMONIAL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FICHA DE INVENTARIO A3 USOS SOCIALES, RITUALES Y ACTOS FESTIVOS			CÓDIGO IM-15-01-50-003-15- 000003
23.DATOS DE LOCALIZACIÓN			
Provincia: Tena		Cantón: Tena	
Parroquia: TENA	Urbana <input checked="" type="checkbox"/>	Rural	<input type="checkbox"/>
Localidad: TENA			
Coordenadas WGS84 Z17S-UTM: X 00° 59' 4Y 77° 48' 45''Z (Altitud) 530 msnm			
24.FOTOGRAFÍA REFERENCIAL			
			
Descripción de la fotografía: Fiesta del Cantón Tena.			
Código fotográfico: 003.jpg			
25.DATOS DE IDENTIFICACIÓN			
Denominación		Otra (s) denominación (es)	
Fundación de San Juan de los dos ríos de		D1	Fiesta de san Juan de los dos ríos.

Tena.	D2	N/S
Grupo social	Otra (s) denominación (es)	
Mestizo, indígena	L1	Español, kichwas
	L2	N/S
Breve reseña		
<p>Este evento se realiza cada año, y la fiesta se da por la fundación de San Juan de los Dos Ríos; recibe su nombre así es porque la ciudad se encuentra bañada por los ríos Tena y Pano.</p> <p>El evento que se realiza es una manifestación cultural en donde siempre está programada desde el 7 hasta el 15 de noviembre.</p> <p>En estas fiestas se realizan muchas actividades en las cuales tenemos, el pregón, desfile cívico, cantantes, 4 x 4, las elecciones de las reinas del Tena y la elección de la Wuaysa Ishpingo Warmi; etc.</p> <p>En las elecciones de las reinas del Tena las aspirantes deben ser mujeres nacidas en el Cantón tena y las mujeres aspirantes a las Waysa Ishpingo Warmi debe ser de nacionalidad Kichwa.</p> <p>Las mujeres cuando están en el reinado son presentadas con diferentes vestimentas típicas; en la cual está acompañado con una danza y música típica Kichwa.</p> <p>Las mujeres Kichwa al dar su presentación en la elección de su reinado inician con una danza en la cual dan a conocer las costumbres y actividades más sobresalientes que ellos realizan por ejemplo labores en la chacra, shamanismo y la cacería, etc.</p> <p>Además el último día se realiza el desfile cívico en la cual muchos turistas se dirigen a observar lo que se presenta.</p>		
26.DESCRIPCIÓN		
Origen		
<p>San Juan de los dos ríos de Tena, es una ciudad del Ecuador, Provincia de Napo; además, es la cabecera cantonal del Cantón Tena.</p> <p>Está ubicada en la zona sur de la provincia sobre el valle del río Misahuallí a una altitud de 510 msnm, en la Región Amazónica del Ecuador. Posee un clima cálido-húmedo con temperatura promedio de 23 °C.</p> <p>En tena se siente la tranquilidad y amabilidad de la gente. El Cantón Tena cuenta con una diversidad de atractivos naturales y manifestaciones culturales que se ubican en cada una de las parroquias las mismas que poseen características especiales que permiten a los visitantes conocer su historia y tradiciones de las etnias Kichwa y Huaorani.</p> <p>El 15 de noviembre es la fecha de fundación de San Juan de los Dos Ríos de Tena, y fue fundado por el capitán Gil Ramírez Dávalos.</p> <p>Por esta razón el GAD Municipal de Tena cada año celebra la trayectoria histórica y desarrollo étnico cultural de la ciudad Kichwa-Castellana de San Juan de los Dos Ríos de Tena.</p> <p>En estas fiestas se realizan la elección de la reina del cantón Tena, una de las costumbres tradicionales es la elección de la reina del pueblo Kichwa.</p> <p>La fiesta comienza a las 4H00 de la madrugada en donde se realiza el tradicional Wuaysa Upina con las principales autoridades del cantón y la provincia, y las mujeres símbolos de la identidad Waysa-Ishpingo Warmi y pueblo en general, en este acto ancestral acompañado por un grupo de música kichwa, evocando a la pacha mama.</p> <p>Luego a las 4 de la tarde se inicia con el pregón de fiesta en donde todas las instituciones educativas presentan sus bailes con diferentes grupos; en la noche presentan los fuegos artificiales y realizan el festival artístico en la cancha del parque central con la participación de grupos artístico como Gerardo moran etc. y en representante de la música kichwa el grupo sharita, la orquesta Kichwa Sumak Takik etc. Esta espectacular programación se encuentra reflejada en la perpetuidad de la identidad para el presente y futuras generaciones del pueblo</p>		

napense.					
Fecha o período		Detalle de la periodicidad			
x	Anual	15 de noviembre de 1560 Fecha de Cantonización.			
	Continua				
	Ocasional				
	Otro				
Alcance		Detalle del alcance			
x	Local	En esta fecha de cantonización los habitantes se concentran en la Av. 15 de nov. Para observar el pregón que da inicio a las fiestas del cantón.			
	Provincial				
	Regional				
	Nacional				
	Internacional				
Preparativos		Detalle de actividades			
P1	Invitaciones a las diferentes instituciones, cronograma de la fiesta del Tena	Elección de la reina del Cantón Tena, elección de la Waysa Ishpingo Warmi, juegos deportivos, desfile cívico, pregón que da inicio a las fiestas, juegos pirotécnicos y cantantes.			
Descripción de la manifestación					
<p>Para los días de las fiestas que se realizan se ha previsto la participación masiva de instituciones públicas, privadas, organizaciones de servicio social y la población en general.</p> <p>Como vemos el evento se realiza cada año, y la fiesta se realiza es por la fundación de San Juan de los Dos Ríos y fue fundado por el capitán Gil Ramírez Dávalos.</p> <p>El evento que se realiza es una manifestación cultural en donde siempre está programada desde el 7 hasta el 15 de noviembre.</p> <p>En estas fiestas se realizan muchas actividades en las cuales tenemos, el pregón, desfile cívico, cantantes, 4 x 4, las elecciones de las reinas del Tena y la elección de la Waysa Ishpingo Warmi; etc.</p> <p>En las elecciones de las reinas del Tena las aspirantes deben ser mujeres nacidas en el Cantón tena y las mujeres aspirantes a las Waysa Ishpingo Warmi debe ser de nacionalidad Kichwa.</p> <p>Las mujeres cuando están en el reinado son presentadas con diferentes vestimentas típicas; en la cual está acompañado con una danza y música típica Kichwa.</p>					
Elementos significativos					
Nombre		Tipo	Detalle del elemento		
E 1	Fiestas del Tena	Festividades	15 de Noviembre de 1560 Fundación española de San Juan de los Dos Ríos de Tena.		
Estructura organizativa					
Nombre		Tipo	Detalle de la estructura		
O 1	GADMT	Institución.	El GADMT son los encargados en realizar las fiestas del cantón Tena, y también la participación masiva de instituciones públicas, privadas, organizaciones de servicio social y la población en general.		
27.PORTADORES/SOPORTES					
Tipo		Nombre	Cargo, función o actividad	Dirección	Localidad

GADMT	Prof. Ron Klever	Alcalde	Barrio central Juan Montalvo 277 y Abdón Calderón	Tena	
Procedencia del saber		Detalle de la procedencia			
	Padres-hijos	Las fiestas del Cantón Tena es una costumbre adquirida por la fundación Española del San Juan de los Dos Ríos de Tena que la realiza cada año el GADMT.			
	Maestro-aprendiz				
	Centro capacitación				
x	Otro				
Transmisión del saber		Detalle de la transmisión			
	Padres-hijos	Tradición desde la fundación del Cantón Tena en el que se realizan las festividades en las cuales se realizan la elección de la reina.			
	Maestro-aprendiz				
	Centro capacitación				
X	Otro				
28. VALORACIÓN					
Importancia para la comunidad					
Para la ciudad de Tena esta fiesta es muy importante ya que cada año recordamos la fundación española de San Juan de los Dos Ríos, en la cual en estas fiestas se realizan muchas actividades en donde se involucra la población de tena y se acogen muchos turistas de diferentes partes.					
Sensibilidad al cambio					
	Alta	Esta festividad que se realiza en la Ciudad de Tena es un elemento que garantiza la permanencia de esta manifestación cultural, ya que se realiza por motivos de la fundación de San Juan de los Dos ríos.			
	Media				
x	Baja				
29. INTERLOCUTORES					
Apellidos y nombres		Dirección	Teléfono	Sexo	Edad
Información reservada		S/N	S/N	S/N	S/N
30. ELEMENTOS RELACIONADOS					
Ámbito	Subámbito	Detalle del subámbito	Código/Nombre		
Actos festivos	Festividades	Elecciones de las reinas y pregón.	Fundación española de san Juan de los dos ríos de Tena		
31. ANEXOS					
Textos		Fotografías	Videos	Audio	
		Fotografías 003pg			
32. OBSERVACIONES					
33. DATOS DE CONTROL					

Entidad investigadora:	
Inventariado por: Sandra Sánchez	Fecha de inventario: 10-11-2015
Revisado por: Ing. Washington Enrique Villacís Zapata Mg. Sc.	Fecha de revisión: 08/12/215
Aprobado por: Ing. Washington Enrique Villacís Zapata Mg. Sc.	Fecha aprobación: 08/12/215
Registro fotográfico: 003.jpg	

FICHA PARA INVENTARIO DEL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL

 GOBIERNO NACIONAL DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR		 INPC Instituto Nacional de Patrimonio Cultural Ecuador	
INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL DIRECCIÓN DE INVENTARIO PATRIMONIAL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FICHA DE INVENTARIO A4 CONOCIMIENTOS Y USOS RELACIONADOS CON LA NATURALEZA Y EL UNIVERSO			CÓDIGO IM-15-01-50- 004-15-000004
34.DATOS DE LOCALIZACIÓN			
Provincia: Napo		Cantón: Archidona	
Parroquia: Archidona		Urbana <input type="checkbox"/>	Rural <input checked="" type="checkbox"/>
Localidad: Archidona			
Coordenadas 01° 04' 26" de latitud sur y 77° 57'.			
35.FOTOGRAFÍA REFERENCIAL			
			
Descripción de la fotografía: CAVERNAS DE JUMANDY			
Código fotográfico:004jpg			
36.DATOS DE IDENTIFICACIÓN			
Denominación	Otra (s) denominación (es)		
Caverna	D1	N/S	
	D2	N/S	
Grupo social	Lengua (s)		
Kichwa amazónico	L1	Kichwa	
	L2	Español	

Subámbito	Detalle del subámbito
Espacio simbólico	Observación de estalactitas y estalagmitas.
Breve reseña	
<p>Cuenta la leyenda que Jumandy el Gran Cacique de la Guerra se escondía en una cueva para que no le mataran los españoles porque el 29 de noviembre de 1578 quemó las ciudades de Ávila y Archidona.</p> <p>Por esta razón se escondió en una cueva y en la cual esta cueva lleva el nombre del gran guerrero CARVERNAS DE JUMANDY.</p> <p>Jumandy realizaba rituales y además planeaba otro ataque contra la colonización; pero luego fue capturado y asesinado por los españoles.</p> <p>Estas cuevas son formaciones naturales que no tienen fecha exacta de creación, pero que fueron descubiertas en 1561 por el misionero Pedro Porras. El las bautizó como las cavernas de Jumandy, recordando que fue desde este sitio desde donde el 'Gran Cacique de la Guerra' resistió la invasión española. Cuando el padre Porras encontró este lugar, estaba lleno de hachas y de instrumentos de guerra.</p> <p>Ahora en la actualidad las cavernas de Jumandy se han convertido en un complejo turístico que cuenta con toboganes, piscina de agua natural, espacios deportivos y cabañas para hospedaje.</p>	
37.DESCRIPCIÓN	
<p>Antiguamente la leyenda cuenta que el gran Cacique Jumandy fue el que descubrió las cavernas, que hoy llevan su nombre, CAVERNAS DE JUMANDY.</p> <p>Las cuevas se convirtieron en el refugio natural de los habitantes mientras que Jumandy luchaba por alejar a los conquistadores.</p> <p>En esta cueva ingresaron hombres, mujeres, niños y ancianos cargando yuca, plátano verde y chicha para alimentarse mientras los guerreros luchaban por su libertad.</p> <p>Jumandy en la cual significaba hombre sabio vio su futuro en un ritual donde él había muerto por esta razón el decidió enfrentarse; Jumandy se entregó a cambio de la libertad de su pueblo.</p> <p>En el año de 1961 el padre Pedro Porras pudo descubrir esta cueva en donde el gran cacique se escondía y pudo observar que había hachas, trampas etc.</p> <p>Las cavernas de Jumandy están ubicadas en la provincia del Napo, a 7 kilómetros de Tena. La aventura de recorrer esta caverna puede durar desde 30 minutos hasta ocho horas, por lo que tiene más de 20 caminos. Por esta razón las cavernas de Jumandy están en el segundo lugar de las cavernas más grandes del Ecuador, después de la Cueva de los Tayos.</p> <p>Al ingresar a estas cuevas Los turistas deben usar botas y linternas cuyo alquiler cuesta un dólar. Dentro de la cueva podemos observar murciélago, rocas grandes, estalagmitas y estalactitas en la cual se da por la acumulación de minerales a lo largo de los años y la acción del agua que gotea de las paredes de la caverna por esta razón se han formado figuras curiosas, en la cual tenemos el brócoli, la coliflor y el pene de Jumandy, que son formaciones naturales de las rocas. Esta parte se conoce como el bosque de Jumandy porque está lleno de estalactitas y estalagmitas. Cuando ingresan los turistas les pedimos que no topen las puntas de estas rocas porque interrumpirían un proceso de formación que tomaría años en volverse a formar.</p> <p>Al estar adentro de la cueva debemos pasar por una cuerda en la cual cada turista debe guardar sus cámaras en una funda o bolsa para evitar que se moje ya que debemos cruzar como tarzán sosteniéndonos con las dos manos para poder cruzar al otro lado ya que ese espacio es como una pequeña laguna.</p> <p>En el último tramo de la caverna hay una cascada en la que los turistas se benefician para llenarse de su energía. Debajo del agua hay un hoyo en el que los iwias, un grupo del Ejército,</p>	

entregaban y fortalecía su capacidad pulmonar. La prueba para los iwias o demonios de la selva consiste en sumergirse dentro de la cascada y sacar las rocas del fondo. Al salir de esta cueva se debe escalar por unas rocas en la cual es algo emocionante.

Fecha o período		Detalle de la periodicidad			
	Anual	La visitas a estas cavernas las realizan los turistas por diversión y conocer la historia del gran cacique Jumandy estas visitan las realizan todo los años pero cuando es feriado es donde llegan más turistas.			
x	Continua				
	Ocasional				
	Otro				
Alcance		Detalle del alcance			
	Local	Los turistas cuando llegan a la ciudad del Tena lo primero que van a visitar son las cavernas de Jumandy en la cual es conocido a nivel nacional e internacional.			
	Provincial				
	Regional				
x	Nacional				
x	Internacional				
Elementos		Tipo	Procedencia	Forma de adquisición	
E1	N/S	N/S	N/S	N/S	
Herramientas		Tipo	Procedencia	Forma de adquisición	
H1	N/S	N/S	N/S	N/S	
38.PORTADORES/SOPORTES					
Tipo	Nombre	Edad/Tiempo de actividad	Cargo, función o actividad	Dirección	Localidad
Individuos					
Colectividades					
Colectividades					
Instituciones	GADPN	N/S	Encargados de administrar el lugar	Km 5 vía Archidona Cotundo	Archidona
Procedencia del saber	Detalle de la procedencia				
	Padres-hijos	Las prácticas que se realizaban dentro de la cueva y las creencias son sagradas para la cultura kichwa y es una historia del gran cacique Jumandy.			
	Maestro-aprendiz				
	Centro capacitación				
x	Otro				
Transmisión del saber	Detalle de la procedencia				
	Padres-hijos	Como podemos ver históricamente la caverna de Jumandy es un lugar sagrado en el cual se podían realizar ritos y era como un escondite de Jumandy.			
	Maestro-aprendiz				
	Centro capacitación				
x	Otro				
39.VALORACIÓN					
Importancia para la comunidad					

Para la comunidad es importante ya que la cueva fue un lugar sagrado para el gran cacique Jumandy en la cual el permaneció escondido y planeando el ataque en contra de los españoles. La muerte del gran Jumandy dio a nombre de la CAVERNA DE JUMANDY en la cual hoy por hoy es un atractivo muy conocido; Por eso es importante para la población kichwa del cantón Archidona el lugar sigue siendo sagrado para toda la población que se asienta en el cantón Archidona.

Sensibilidad al cambio

	Alta	La cueva no presenta mayores cambios debido a que las personas que trabajan en ese lugar se están capacitando para el manejo del sitio y tratando de cuidar los espacios para que siga permaneciendo como un lugar sagrado.
x	Media	
	Baja	

40.INTERLOCUTORES

Apellidos y nombres	Dirección	Teléfono	Sexo	Edad
Manuel Cerda	Archidona	N/S	Masculino	58

41.ELEMENTOS RELACIONADOS

Código/Nombre	Ámbito	Subámbito	Detalle del subámbito
Fiesta de la chonta	Actos festivos	Festividades	Fiesta Ceremoniales

42.ANEXOS

Textos	Fotografías	Videos	Audio
	Fotografia 004.jpg		

43. OBSERVACIONES

44. DATOS DE CONTROL

Entidad investigadora:	
Inventariado por: Sandra Sánchez	Fecha de inventario: 10-11-2015
Revisado por: Ing. Washington Enrique Villacís Zapata Mg. Sc.	Fecha de revisión: 08/12/215
Aprobado por: Ing. Washington Enrique Villacís Zapata Mg. Sc.	Fecha aprobación: 08/12/215
Registro fotográfico: 004.jpg	

Anexo 21 Artesanía Kichwa

FICHA PARA INVENTARIO DEL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL

 GOBIERNO NACIONAL DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR		 INPC Instituto Nacional de Patrimonio Cultural Ecuador	
INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL DIRECCIÓN DE INVENTARIO PATRIMONIAL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FICHA DE INVENTARIO A5 TÉCNICAS ARTESANALES TRADICIONALES			CÓDIGO IM-15-01-50-005-15- 000005
45.DATOS DE LOCALIZACIÓN			
Provincia:		Cantón: Tena	
Provincia: Napo		Cantón: Tena	
Parroquia: Tena	Urbana <input type="checkbox"/>	Rural <input checked="" type="checkbox"/>	
Localidad: Tena			
Coordenadas WGS84Z17S-UTM: 0°59'20" de latitud Sur y 77°48'57" de longitud Oeste			
46.FOTOGRAFÍA REFERENCIAL			
			
Descripción de la fotografía:ARTES AMAZONICAS			
Código fotográfico:005jpg			
47.DATOS DE IDENTIFICACIÓN			
Denominación		Otra (s) denominación (es)	
Accesorios y confecciones amazónicas artesanales		D1	Bisutería kichwa
		D2	
Grupo social		Lengua (s)	

Kichwa amazónico		L1	Kichwa	
		L2	Español	
Subámbito		Detalle del subámbito		
Técnicas tradicionales		Accesorios con semillas de la zona		
Breve reseña				
<p>Nuestra amazonia tiene una diversidad de artesanías en semillas que son elaborados completamente a mano por artesanos Kichwa.</p> <p>ARTES AMAZONICAS Además de elaborar collares realizan platos de cerámica conocidos en kichwa como (Mukawas) y vasijas.</p> <p>Todo esto es la muestra de la habilidad de la tradición de las mujeres Kichwa en las que son ceramistas inspiradas a la fauna amazónica; ellas decoran finamente con colores extraídos de la misma selva.</p>				
48.DESCRIPCIÓN				
<p>Las mujeres kichwas tienen la habilidad de formar las semilla que son de diferentes colores que están ubicadas en el bosque amazónico; en la cual elaboran collares y pulseras que se unen con hilos de chambira.</p> <p>Además las mujeres Kichwa para añadirle más color a sus creaciones usan plumas de aves; elaboran trajes con semillas muy coloridas en las cuales utilizan semillas como es la anamora (color rojo y negro), san Pedro (color blanco y plomo), achira grande y pequeña (color negro), bulanti (Semillas grandes negras conocidas como ojo de venado), Matiri muyo, Shiguango muyo, Chambira y pita (fibras que se utiliza para los tejidos); etc.</p> <p>Además elaboran sostén y falda con semillas de la zona, utilizan tejidos con fibras vegetales o la corteza de un fruto llamado mate.</p> <p>Se puede apreciar el traje de paja toquilla en la cual consiste en un taparrabo sujetado con cuerdas de fibra, este traje lo utilizaban antiguamente hombres y mujeres. también se elabora el llanchama que es un traje en donde se extrae de la corteza de un árbol del cual lleva el mismo nombre, esto es utilizado antiguamente por las personas Kichwa. Actualmente el árbol de Llanchara se encuentra en peligro de extinción por lo que es escaso encontrarlo.</p>				
Fecha o período		Detalle de la periodicidad		
	Anual	Es una tradición que viene de la familia kichwa y es transmitida de generación a generación. Las mujeres kichwa realizan artesanías con semillas de la zona con el objetivo de mantener las tradiciones culturales y como estrategia para comercializar para que sirva como sustento económico de la familia.		
x	Continua			
	Ocasional			
	Otra			
Alcance		Detalle del alcance		
	Local	Las mujeres kichwa elaboran estas artesanías para comercializar en diferentes lugares sus productos y principalmente en fiestas tradicionales que se efectúa con el objetivo de comercializar y de que la gente conozca las vestimentas y demás accesorios que utilizan las personas kichwa.		
	Provincial			
	Regional			
x	Nacional			
	Internacional			
Productos		Descripción del producto	Uso	Detalle del uso
P1	Accesorios	Los accesorios son	Utilitario	Utilizar el accesorio

	Kichwa, cerámicas, trajes, collares, etc.	utilizados por personas para dar su presentación en las fiestas tradicionales.		comunica un reconocimiento de su identidad kichwa.
Técnica				
T1	N/S	N/S		
	Materiales	Tipo	Procedencia	Forma de Adquisición
M1	San pedro, Shiguango muyo, Matiri muyo, anamora chambira, etc.	Vegetal	Grandes arbustos	Producción propia
	Herramienta	Tipo	Procedencia	Forma de Adquisición
H1	N/S	N/S		
49.PORTADORES/SOPORTES				
	Tipo	Nombre	Edad/Tiempo de actividad	Dirección
	Individuos	Arte amazónico	20	Tena
	Colectividades			
	Instituciones			
	Procedencia del saber	Detalle de la procedencia		
x	Padres-hijos	La enseñanza va de padres a hijos por familia kichwa para que la cultura no se pierda.		
	Maestro-aprendiz			
	Centro capacitación			
	Otro			
	Transmisión del saber	Detalle de la transmisión		
x	Padres-hijos	La transmisión es por sus padres que va de generación a generación ya que es una técnica de aprendizaje para realizar artesanías con semillas de la zona en la cual se transmite conocimientos y técnicas para elaborar los accesorios de la vestimenta y cerámicas.		
	Maestro-aprendiz			
	Centro capacitación			
	Otro			
50.VALORACIÓN				
Importancia para la comunidad				
Es importante para la comunidad porque es una actividad realizada por familias kichwa en la cual pueden mostrar las costumbres y tradiciones a través de sus hermosas artesanías elaboradas con semillas de la zona; además es importante porque estos accesorios las comercializan y es una fuente económica de ingreso de estas personas. Estos accesorios son utilizados en las fiestas de la Ciudad de tena, en la elección de la reina.				

Sensibilidad al cambio					
	Alta	Porque la cultura kichwa se está actualizando a varios cambios en lo que se refiere a la elaboración de artesanías para una mejor fuente de ingreso.			
x	Media				
	Baja				
51.INTERLOCUTORES					
Apellidos y nombres		Dirección	Teléfono	Sexo	Edad
Información reservada		S/N	S/N	S/N	S/N
52.ELEMENTOS RELACIONADOS					
Código/Nombre		Ámbito	Subámbito	Detalle del subámbito	
N/S		N/S	N/S	N/S	
53.ANEXOS					
Textos		Fotografías	Videos	Audio	
		005.jpg			
54. OBSERVACIONES					
55. DATOS DE CONTROL					
Entidad investigadora:					
Inventariado por: Sandra Sánchez			Fecha de inventario: 10-11-2015		
Revisado por: Ing. Washington Enrique Villacís Zapata Mg. Sc.			Fecha de revisión: 08/12/215		
Aprobado por: Ing. Washington Enrique Villacís Zapata Mg. Sc.			Fecha aprobación: 08/12/215		
Registro fotográfico: 005.jpg					

Anexo 22 Formato de Encuesta



Encuesta

“EVALUACIÓN ADMINISTRATIVA, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE LA METODOLOGÍA CANVAS, PARA PROPONER EL PLAN DE NEGOCIOS EN EL HOSTAL JIREH, EN LA CIUDAD MATRIZ DEL CANTÓN TENA, PROVINCIA DE NAPO”

INSTRUCCIONES: Marque con una x según corresponda

PREGUNTA 1 Género de los Turistas

OPCIONES	
Femenino	
Masculino	
TOTAL	

Pregunta 2: Procedencia de los Turistas

OPCIONES	
Nacional	
Extranjera	
TOTAL	

PREGUNTA 3: ¿Qué clase de turismo realiza cuando visita la ciudad matriz del cantón Tena, provincia de Napo?

OPCIONES	
Turismo de Placer	
Turismo de Negocios	
Turismo de Estudios	
Ecoturismo o Agroturismo	
Turismo de Aventura	
Otros	

Pregunta 4 ¿Con que frecuencia se hospeda en la ciudad matriz del cantón Tena?

OPCIONES	
Menos de una vez en el año	
Una vez al año	
Dos veces al año	
Tres veces al año	
Más de tres veces al año	
TOTAL	

Pregunta 5 ¿Cuál es la condición prioritaria al momento de elegir un establecimiento hotelero para hospedarse?

OPCIONES	
Excelencia en el servicio	
Precio	
Ubicación	
Comodidad en las Habitaciones	
Servicios Complementarios	
TOTAL	

PREGUNTA 6: ¿Qué valor considera usted apropiado como tarifa de hospedaje diaria?

OPCIONES	
Menos de \$10,00	
Entre \$10 y \$ 20	
Entre \$20 y \$ 30	
Entre \$30 y \$40	
Más de \$ 40	

Pregunta 7: ¿Qué servicios complementarios consideran que deben implementarse en un hostel?

OPCIONES	
Televisión con Cable	
Servicio Wi Fi	
Ventilación	
Guardianía	
Garaje	
TOTAL	

PREGUNTA 8: ¿ A través de qué medios de comunicación se informa usted sobre los establecimientos hoteleros y los servicios que ofrecen?

OPCIONES	
Televisión y Radio	
Referencia de Terceros	
Prensa	
Redes Sociales o Sitios Web	
Agencias de Viaje u Operadora de Turismo	
TOTAL	

Pregunta 9: ¿Usted ha visitado o tiene referencias de Hostel Jireh de la ciudad matriz del cantón Tena, provincia de Napo?

OPCIONES	
Siempre	
Casi Siempre	
A veces	
Casi Nunca	
Nunca	
TOTAL	


Pregunta 10 ¿Se ha hospedado usted en Hostal Jireh?

OPCIONES	
Siempre	
Casi Siempre	
A veces	
Casi Nunca	
Nunca	
TOTAL	

¡Gracias por su atención!


Anexo 23 Presentación de Diapositivas para socialización

PLAN DE NEGOCIOS EN EL HOSTAL JIREH, EN LA CIUDAD MATRIZ DEL CANTÓN TENA, PROVINCIA DE NAPO.

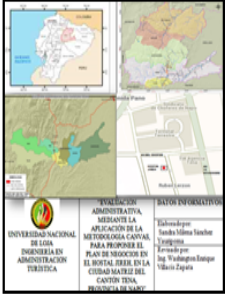


Tena - Ecuador
2015

Lienzo de Modelo de Negocio Metodología CANVAS




MÉTODOS Ubicación del Área de Estudio



El Hostal Jireh, se encuentra ubicada en la calle Rubén Lerzon y Avenida del Chofec.
La ciudad matriz del cantón Tena se encuentra bajo la administración del GAD Municipal de Tena. Al Sur de la provincia de Napo. Está integrado por 7 parroquias rurales y la parroquia urbana Tena con 77,69 km².

Determinar el Diseño del Plan de Negocios en el Hostal Jireh



Segmentación de Mercado

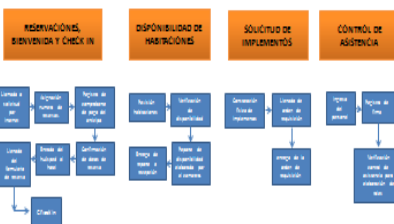
CARACTERÍSTICA	DESCRIPCIÓN
GEOGRÁFICA	
Interior	Turistas nacionales provenientes de las cuatro regiones del país
Exterior	Turistas extranjeros
DEMOGRÁFICA	
Edad	De mediana edad
Sexo	Varones, mujeres
Ocupación	Estudiantes, profesionales, negocios, autónomos, etc.
PSICOLÓGICA	
Estado	Viado
CONDUCTUAL	
Motivos	Escapismo, turismo de aventura, turismo familiar, turismo de negocios.

Una vez establecido nuestro segmento se procedió a identificar la competencia determinándose que de acuerdo a los Catastros 2015 de Ministerio de Turismo existen 33 establecimientos registrados en la ciudad matriz del cantón Tena.

Propuesta de Valor

Misión Ofrecer servicios integrales de estancia en alojamiento a nuestros huéspedes en un ambiente familiar y agradable, ofreciendo confort y atención personalizada, amparados en un mejoramiento continuo y creando clientes leales y satisfechos manteniendo el prestigio y alta demanda de servicios de calidad.	Visión En el 2020, Hostal Jireh se posiciona como el principal establecimiento turístico de Tena brindando campos de estancia y turismo a través de un servicio de calidad, atención de mayor personalamiento, la infraestructura de confort de trabajo, confort y alto de nuestra empresa, el objetivo de entregar a nuestros clientes experiencias de servicios satisfactorios, confiables e innovadoras.	Objetivos Institucionales Cumplir con las necesidades de cada uno de nuestros clientes brindando productos y servicios de alta calidad. Crear conciencia de efectividad y eficiencia en nuestros colaboradores, para de esta manera trabajar en armonía.	Valores Corporativos Honestidad Confianza Responsabilidad Calidad Identidad Compromiso Utilidad
--	---	---	---

Propuesta de Valor Procedimientos



Canales de Comunicación y Distribución

- Canal Directo
- Canal Detallista

Anexo 24 Registro de Firmas Socialización

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA



Socialización del Plan de Negocios en el Hostal Jireh.

NOMINA DE ASISTENTES.

PERSONAL QUE LABORA EN HOSTAL JIREH		
NOMBRES Y APELLIDOS	CARGO	FIRMA
Ing. Natalia Escobar	Contadora	
Sra. Sandra Milena Sánchez Yauripoma	Proponente Administradora	
Sr. José Daniel Sánchez Yauripoma	Recepcionista	
Sr. Juan José Pérez Sánchez	Recepcionista	
Sra. Anirley García Bolaños	Camarera	
Sr. Jorge Luis Tapia Bastidas	Camarero	
Sr. José Sánchez Morocho	Conserje	
PROVEEDORES		
Sr. Miguel Andrés Zambrano	Servicio de TV Cable	
Sr. Fausto Manuel Paredes	Proveedor de Internet Wi Fi	
Sr. Fabián Muñoz	Productos de Aseo	
AUTORIDAD INVITADA		
Lic. Tania Suasnavas	Coordinadora de Turismo Zona	

Anexo 25 Fotografías

Fotografía No 1 Encuesta Turistas Nacionales



Fotografía No 2 Encuesta Turistas en el hostel



Fotografía No 3 Encuesta Turistas Extranjeros



Fotografía No 4 Encuesta habitantes de Tena



Fotografía No 5 Evento de Socialización de Plan de Negocios



Fotografía No 6 Registro de Firmas Socialización

