



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**  
**ÁREA JURIDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA**  
**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA**

**TITULO:**

**“PLAN DE NEGOCIOS, MEDIANTE EL ESTUDIO DE MERCADO,  
PARA PROPONER LA CREACIÓN DE LA COMPAÑÍA DE  
TRANSPORTE TERRESTRE TURÍSTICO TRANS GISEL TOUR CÍA.  
LTDA, EN LA PARROQUIA MATRIZ DEL CANTÓN TENA”**

*Tesis previa a optar el Título de  
Ingeniera en Administracion  
Turistica*

**AUTORA:** *Sara Natalia Jácome Castro*

**DIRECTOR DE TESIS:** *Lic. Diego Patricio Chiriboga Coca Mg. Sc.*

**LOJA - ECUADOR**

**2016**

## CERTIFICACIÓN

Lic., Mg. Sc.

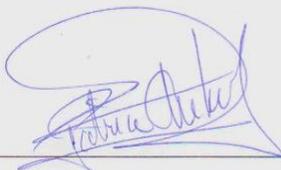
Diego Patricio Chiriboga Coca

DIRECTOR DEL INFORME FINAL DE TESIS

### CERTIFICA:

Que la presente tesis titulada **“PLAN DE NEGOCIOS, MEDIANTE EL ESTUDIO DE MERCADO, PARA PROPONER LA CREACIÓN DE LA COMPAÑÍA DE TRANSPORTE TERRESTRE TURÍSTICO TRANS GISEL TOUR CÍA. LTDA, EN LA PARROQUIA MATRIZ DEL CANTÓN TENA.”**, presentada por la egresada: **Sara Natalia Jácome Castro**, fue dirigida, orientada y revisada en todas sus partes, la misma que cumple con los requerimientos establecidos por la normativa pertinente para la graduación en la carrera de Ingeniería en Administración Turística de la Universidad Nacional de Loja, por lo cual autorizo su presentación

Loja, abril del 2016



---

Lic. Diego Patricio Chiriboga Coca, Mg. Sc.

**DIRECTOR DE TESIS**

Tena, 13 de abril de 2016

### CERTIFICACIÓN

Los miembros del Tribunal de Grado abajo firmantes, certificamos que el trabajo de titulación denominado, “**PLAN DE NEGOCIOS, MEDIANTE EL ESTUDIO DE MERCADO, PARA PROPONER LA CREACIÓN DE LA COMPAÑÍA DE TRANSPORTE TERRESTRE TURÍSTICO TRANS GISEL TOUR CÍA. LTDA, EN LA PARROQUIA MATRIZ DEL CANTÓN TENA**”, de la carrera de Ingeniería en Administración Turística de la Universidad Nacional de Loja, ha sido corregida y revisada; por lo que autorizamos su presentación.

Atentamente,

.....  
Ing. Washington Enrique Villacís Zapata., Mg.Sc.  
**PRESIDENTE DEL TRIBUNAL**

.....  
Ing. Betty Alexandra Jaramillo Tituaña., Mg.Sc  
**MIEMBRO DEL TRIBUNAL**

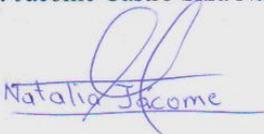
.....  
Ing. Fausto Ramiro García Vasco., Mg.Sc.  
**MIEMBRO DEL TRIBUNAL**

## AUTORÍA

Yo, **JÁCOME CASTRO SARA NATALIA**, declaro ser autora del presente Trabajo de Tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales por el contenido de la misma.

Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja, la publicación de mi Tesis en el Repositorio digital Institucional:

**AUTORA:** Jácome Castro Sara Natalia

**FIRMA:**  Natalia Jácome

**CÉDULA:** 150081834-7

**FECHA:** Loja 28 de abril de 2016

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

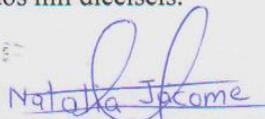
Yo, **Castro Jácome Sara Natalia**, declaro ser autora del Trabajo de Titulación denominado: **“PLAN DE NEGOCIOS, MEDIANTE EL ESTUDIO DE MERCADO, PARA PROPONER LA CREACIÓN DE LA COMPAÑÍA DE TRANSPORTE TERRESTRE TURÍSTICO TRANS S GISEL TOUR CÍA. LTDA, EN LA PARROQUIA MATRIZ DEL CANTÓN TENA”**, como requisito 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 RDI, 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 28 días del mes de abril del dos mil dieciséis.

**FIRMA**



**AUTORA:** Jácome Castro Sara Natalia

**CÉDULA:** 150081834-7

**DIRECCIÓN:** Tena, Barrio San Antonio, calle 1° de Mayo y Pedro Grefa

**CORREO ELECTRONICO:** prinssnaty85@gmail.com

**TELÉFONO:** 062887377

**CELULAR:** 0987772919

**DATOS COMPLEMENTARIOS**

**Director de tesis:** Lic. Diego Patricio Chiriboga Coca, Mg. Sc.

**TRIBUNAL DE GRADO:**

Ing. Washington Enrique Villacís Zapata., Mg.Sc. (Presidente)

Ing. Betty Alexandra Jaramillo Tituaña., Mg.Sc (Miembro)

Ing. Fausto Ramiro García Vasco., Mg.Sc. (Miembro)

## **DEDICATORIA**

### **A Jehová**

Por haberme permitido llegar hasta este punto y haberme dado salud y sabiduría, para lograr mis objetivos, además de su infinita bondad y amor.

### **A mi madre Martha Castro**

Por ser el pilar más importante, y una madre ejemplar, apoyado en todo momento, por sus consejos, sus valores, por la motivación constante que me ha permitido ser una persona de bien, pero más que nada, por su amor.

### **A mi hija Giselle Noemí**

Por tu afecto y cariño son los detonantes de mi felicidad, de mi esfuerzo, de mis ganas de buscar lo mejor para ti. Aún a tu corta edad, me has enseñado y me sigues enseñado muchas cosas de esta vida.

Te agradezco por ayudarme a encontrar el lado dulce y no amargo de la vida. Fuiste la motivación más grande para concluir con éxito este proyecto de Tesis.

### **A mis abuelitos Sr.Segundo Castro, Sra. Sara Sandoval**

Pese a que creía no tener ni haber tenido uno, me doy cuenta que siempre estuvo presente. Eres tu abuelito

Gracias por sus enseñanzas, por los mensajes de aliento y por sus maneras de instruirme para enfrentar esta vida.

### **A mi Tía Sra. Patricia Castro**

Por el apoyo que sin ella no hubiera comenzado esta meta.

**¡Gracias!**

Sara Natalia Jácome Castro

## **AGRADECIMIENTO**

A la Universidad Nacional de Loja por haber hecho posible cumplir el sueño de culminar mis estudios y proporcionarme las bases para desarrollarme exitosamente en mi futura vida profesional.

A mi Director de tesis, Lic. Diego Patricio Chiriboga Coca, Mg. Sc, por su constante apoyo y su valioso aporte.

Al Coordinador de Carrera, Ingeniero Washington Villacís Zapata, por su comprensión y paciencia.

A la Ingeniera Lorena Yáñez Palacios, quien supo guiarnos durante nuestra travesía estudiantil.

Sara Natalia Jácome Castro

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

<b>Contenido</b>	<b>Pág</b>
PORTADA.....	i
AUTORIZACIÓN .....	ii
CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR .....	iii
AUTORÍAiv	
CARTA DE AUTORIZACION .....	v
DEDICATORIA.....	vi
AGRADECIMIENTO .....	vii
ÍNDICE DE CONTENIDOS .....	viii
ÍNDICE DE CUADROS .....	xiii
ÍNDICE DE TABLAS .....	xiv
ÍNDICE DE FIGURAS .....	xvi
ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	xvii
ÍNDICE DE IMÁGENES .....	xviii
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xix
A. TÍTULO.....	1
B. RESUMEN.....	2
C. INTRODUCCIÓN.....	4
D. REVISIÓN DE LITERATURA.....	6
4.1 Plan de Negocios .....	6
4.1.1 Descripción del Negocio.....	7
4.1.2 Posicionamiento.....	12
4.1.3 Nichos de Mercado .....	15
4.1.4 Competencia .....	16
4.1.6 Costo de Producción y Ventas .....	17
4.1.7 Análisis de Costos y Gastos .....	17
4.1.8 Organización Administrativa .....	18

4.2	Estructura de la Compañía .....	19
4.2.1	Estructura Legal .....	19
4.2.2	Estructura Administrativa .....	20
4.3	Marco Legal .....	20
4.3.4	Instructivo que regula el Transporte Terrestre Turístico .....	24
4.3	Marco Conceptual .....	26
E.	MATERIALES Y METODOS .....	30
5.1.	Materiales .....	30
5.1.1.	Equipos .....	30
5.1.2	Insumos.....	30
5.2.	Métodos.....	31
5.2.1.	Ubicación del área de estudio .....	31
5.2.2.	Ubicación Política .....	32
5.3	Aspectos Biofísicos y Climáticos .....	34
5.3.1	Aspectos Biofísicos .....	34
5.3.2	Aspectos Climáticos .....	40
b.	Humedad relativa .....	41
c.	Temperatura .....	42
5.4	Tipo de Investigación .....	42
5.5	Determinar el Diagnóstico Situacional del Área de Estudio.....	43
5.5.1	Levantamiento Situacional del Área de Estudio .....	43
5.5.2	Análisis de Resultado de la Encuesta .....	44
a.	Población y Muestra .....	44
b.	Elaboración del Cuestionario de Encuesta.....	45
c.	Trabajo de Campo.....	45
d.	Procesamiento de Datos .....	46
e.	Análisis e Interpretación .....	46
5.5.3	Levantamiento de Atractivos Turísticos de la Parroquia Tena.....	46

5.6	Elaborar el plan de negocios, mediante el estudio de mercado, para proponer la creación de la Compañía de Transporte Terrestre Turístico Transs Gisel Tour Cía. Ltda. ....	48
5.6.1	Descripción del Negocio .....	48
5.6.2	Posicionamiento .....	48
a.	Diferenciación .....	49
b.	Plaza .....	49
c.	Oferta .....	49
d.	Demanda.....	49
5.6.3	Nichos de Mercado .....	50
5.6.4	Análisis de Precios .....	50
5.6.5	Costo de Producción y Ventas .....	50
5.6.6	Análisis de Costos y Gastos .....	50
5.6.7	Organización Administrativa .....	51
5.7	Determinar la estructura para la creación de la Compañía de Transporte Terrestre Turístico Transs Gisel Tour Cía. Ltda. ....	51
5.8	Organizar la socialización del Plan de Negocios con los miembros de la Compañía de Transporte Terrestre Turístico Transs Gisel Tour Cía. Ltda. ....	52
F.	RESULTADOS.....	53
6.1	Determinar el Diagnóstico Situacional del Área de Estudio. ....	53
6.1.1	Levantamiento Situacional del Área de Estudio .....	53
a.	Análisis Socio Económico del Cantón Tena.....	53
b.	Actividades Económicas que se desarrollan en el Cantón Tena.....	54
c.	Red Vial de Tena .....	55
6.1.2	Análisis del Resultado de las Encuestas.....	56
a.	Población y Muestra .....	56
b.	Elaboración del Cuestionario de Encuesta.....	57
c.	Trabajo de Campo.....	57
d.	Procesamiento de Datos .....	58

6.1.3 Levantamiento del Inventario Turístico de la Parroquia Tena .....	68
6.2 Elaborar el plan de negocios, mediante el estudio de mercado, para proponer creación de la Compañía de Transporte Terrestre Turístico Transs Gisel Tour Cía. Ltda.....	70
6.2.1 Descripción del Negocio.....	70
a. Misión.....	71
b. Visión.....	71
b. Objetivos Estratégicos.....	71
c. FODA .....	72
6.2.2 Posicionamiento.....	73
6.2.3 Nichos de Mercado.....	88
6.2.4 Análisis de Precios .....	89
6.2.5 Costo de Producción y Ventas .....	90
6.2.6 Análisis de Costos y Gastos .....	97
6.2.7 Organización Administrativa .....	103
6.3 Determinar la Estructura para la Creación de la Compañía de Transporte Terrestre Turístico Transs Gisel Tour Cía. Ltda. ....	104
6.3.1 Estructura Administrativa de la Compañía de Transporte Terrestre Turístico Transs Gisel Tour Cía. Ltda. ....	104
6.3.2 Estructura Legal de Compañía de Transporte Terrestre Turístico Transs Gisel Tour Cía. Ltda. ....	113
6.3.3 Resumen de Costos de Estructura Administrativa y Legal .....	118
G. DISCUSIÓN .....	121
7.1 Determinar el Diagnóstico Situacional del Área de Estudio.....	121
7.2 Elaborar el plan de negocios mediante el estudio de mercado para proponer la creación de la Compañía de Transporte Terrestre Turístico Transs Gisel Tour Cía. Ltda.....	122
7.3 Determinar la estructura para la creación de la Compañía de Transporte Terrestre Turístico Transs Gisel Tour Cía. Ltda. ....	125

<b>7.4 Organizar la socialización del plan de negocios con los miembros de la Compañía de Transporte Terrestre Turístico Transs Gisel Tour Cía. Ltda. ....</b>	<b>126</b>
<b>H. CONCLUSIONES .....</b>	<b>128</b>
<b>I. RECOMENDACIONES .....</b>	<b>129</b>
<b>J. BIBLIOGRAFÍA .....</b>	<b>130</b>
<b>k. ANEXOS.....</b>	<b>134</b>

## ÍNDICE DE CUADROS

<b>Nº.</b>	<b>Contenido</b>	<b>Pág.</b>
Cuadro 1	Minerales Metálicos Parroquia Tena.....	35
Cuadro 2	Flora de la Parroquia Tena .....	37
Cuadro 3	Inventario de Mamíferos de la Parroquia Tena .....	39
Cuadro 4	Inventario de Reptiles de la Parroquia Tena .....	39
Cuadro 5	Inventario de Anfibios de la Parroquia Tena.....	39
Cuadro 6	Inventario de Aves de la parroquia Tena.....	40
Cuadro 7	Manifestaciones Culturales de la Parroquia Tena .....	69
Cuadro 8	Sitios Naturales de la Parroquia Tena .....	69
Cuadro 9	Matriz FODA .....	72
Cuadro 10	Vehículos de la Compañía.....	73
Cuadro 11	Compañías que prestan servicios de Transporte Turístico .....	80
Cuadro 12	Cooperativas de Taxis que operan en Tena.....	85
Cuadro 13	Nómina de Asistentes .....	120

## ÍNDICE DE TABLAS

Nº.	Contenido	Pág
Tabla 1	Hidrología de la Parroquia Tena .....	34
Tabla 2	Tipos de suelo Parroquia Tena.....	36
Tabla 3	Precipitación Parroquia Tena .....	41
Tabla 4	Humedad relativa Parroquia Tena.....	41
Tabla 5	Temperatura Parroquia Tena.....	42
Tabla 6	Distribución PEA .....	54
Tabla 7	Población de la Investigación .....	56
Tabla 8	Población Encuestada .....	57
Tabla 9	Distribución de tiempo Trabajo de Campo Encuestas .....	57
Tabla 10	Procedencia de los Turistas.....	58
Tabla 11	Modalidad de viaje.....	59
Tabla 12	Frecuencia de viajes de turismo .....	60
Tabla 13	Empleo de servicio de Transporte Turístico .....	61
Tabla 14	Factores considerados al momento de contratar Transporte Terrestre Turístico .....	62
Tabla 15	Capacidad de las unidades .....	63
Tabla 16	Servicios en la unidad de Transporte Terrestre Turístico .....	64
Tabla 17	Características de una Compañía de Transporte Terrestre Turístico ....	65
Tabla 18	Asignación de presupuesto para Transporte Turístico.....	66
Tabla 19	Creación de Empresa de Transporte Terrestre Turístico .....	67
Tabla 20	Transfer Day .....	77
Tabla 21	Transfer Night.....	77
Tabla 22	City Tour.....	78
Tabla 23	Full Day.....	78
Tabla 24	Transporte Interparroquial Cooperativa Jumandi .....	82
Tabla 25	Transporte Interparroquial Cooperativa Expreso Napo .....	82
Tabla 26	Transporte Interparroquial de Tena.....	83
Tabla 27	Transporte Interparroquial Tena - Talag .....	83

Tabla 28 Transporte Interparroquial Tena - Ahuano .....	84
Tabla 29 Operadoras Turísticas del Cantón Tena .....	87
Tabla 30 Tarifas Compañías de Transporte Turístico.....	89
Tabla 31 Cuadro Tarifas Compañía Transporte Turístico Transs Gisel Cía. Ltda	89
Tabla 32 Presupuesto de Inversión .....	90
Tabla 33 Especificaciones del Crédito .....	90
Tabla 34 Tabla de Amortización Crédito.....	91
Tabla 35 Vehículo .....	92
Tabla 36 Maquinaria y Equipo.....	92
Tabla 37 Muebles y Enseres .....	93
Tabla 38 Equipo de Computación.....	93
Tabla 39 Resumen Inversión Fija .....	93
Tabla 40 Depreciación Activos de Inversión Fija.....	94
Tabla 41 Inversión Diferida .....	94
Tabla 42 Amortización Inversión Diferida .....	94
Tabla 43 Factores considerados para el presupuesto de venta.....	95
Tabla 44 Presupuesto de Ventas .....	95
Tabla 45 Costo de Producción .....	96
Tabla 46 Costos del Proyecto.....	97
Tabla 47 Costos Directos .....	97
Tabla 48 Suministros de oficina.....	98
Tabla 49 Artículos de limpieza .....	98
Tabla 50 Servicios básicos .....	98
Tabla 51 Gastos de Personal .....	99
Tabla 52 Beneficios Sociales .....	99
Tabla 53 Gastos de Ventas.....	99
Tabla 54 Estado de Resultados .....	100
Tabla 55 Flujo de Fondos.....	101
Tabla 56 Valor Actual Neto .....	102
Tabla 57 Período de Recuperación de Capital .....	102

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Nº.</b>	<b>Contenido</b>	<b>Pág.</b>
Figura 1	Componentes FODA .....	12
Figura 2	Mapa Ubicación del Área de Estudio .....	31
Figura 3	Mapa Ubicación Política .....	32
Figura 4	Mapa Ubicación Geográfica .....	33
Figura 5	Red Vial de Tena .....	55
Figura 6	Organigrama Estructural.....	103
Figura 7	Organigrama Funcional .....	103

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>N°.</b>	<b>Contenido</b>	<b>Pág.</b>
Gráfico 1	Procedencia de los turistas .....	58
Gráfico 2	Modalidad de viaje.....	59
Gráfico 3	Frecuencia de viajes de turismo .....	60
Gráfico 4	Servicio de Transporte Terrestre Turístico .....	61
Gráfico 5	Factores considerados al momento de contratar Transporte Terrestre Turístico .....	62
Gráfico 6	Capacidad de las unidades .....	63
Gráfico 7	Servicios en la unidad de Transporte Terrestre Turístico .....	64
Gráfico 8	Características de una Compañía de Transporte Terrestre Turístico ..	65
Gráfico 9	Asignación de presupuesto para Transporte Turístico.....	66
Gráfico 10	Creación de Empresa de Transporte Terrestre Turístico .....	67

## ÍNDICE DE IMÁGENES

<b>Nº.</b>	<b>Contenido</b>	<b>Pág.</b>
Imagen 1	Busetas Hyunday County .....	73
Imagen 2	Equipamiento interior.....	74
Imagen 3	Sistema de aire acondicionado .....	74
Imagen 4	Lámparas de lectura y ductos de aire .....	75
Imagen 5	Portamaletas interior .....	75
Imagen 6	Logotipo .....	76

## ÍNDICE DE ANEXOS

Nº.	Contenido	Pág.
Anexo 1	Formato de Encuesta .....	134
Anexo 2	Leyenda de la unión del Río Tena y del Río Pano .....	137
Anexo 3	Elección de la Reina Waysa Warmi .....	142
Anexo 4	Fundación Española de San Juan de los Dos Ríos de Tena .....	146
Anexo 5	Complejo Turístico Cavernas de Jumandi.....	150
Anexo 6	Artesanías Kichwa.....	154
Anexo 7	Isla del Amor .....	158
Anexo 8	La Soga.....	161
Anexo 9	Inchillaqui.....	164
Anexo 10	Peñas Coloradas.....	167
Anexo 11	Chocitas del Río .....	170
Anexo 12	MiradorMuyuna.....	173
Anexo 13	Mirador El Calvario.....	176
Anexo 14	Verde Cocha .....	179
Anexo 15	Latas .....	182
Anexo 16	Playa de los Monos.....	185
Anexo 17	Cotización Hyundai County .....	188
Anexo 18	Medidas vehículo de Pasajeros.....	189
Anexo 19	Pasos para la Constitución.....	190
Anexo 20	Documentos Personales Accionistas .....	191
Anexo 21	Bus de Compañía de Transporte Terrestre Turístico Trans Gisel Tour Cía. Ltda. ....	193
Anexo 22	Registro de Firmas Evento de Socialización .....	194
Anexo 23	Galería de Imágenes .....	195

## **A. TÍTULO**

**“PLAN DE NEGOCIOS, MEDIANTE EL ESTUDIO DE MERCADO, PARA PROPONER LA CREACIÓN DE LA COMPAÑÍA DE TRANSPORTE TERRESTRE TURÍSTICO TRANS GISEL TOUR CÍA. LTDA, EN LA PARROQUIA MATRIZ DEL CANTÓN TENA”**

## **B. RESUMEN**

En la parroquia matriz del Cantón Tena es notable la inexistencia de un servicio de transporte terrestre turístico adecuado, que facilite las actividades de turistas nacionales y extranjeros, por cuenta propia y aquellas operadas por agencias de viaje u operadoras de turismo, a pesar del uso de potenciales turísticos de la Amazonía ecuatoriana, por lo que se propone contribuir a la solución del problema con el tema de investigación titulado “Plan de Negocios, mediante el estudio de mercado, para proponer la creación de la Compañía de Transporte Terrestre Turístico Transs Gisel Tour Cía. Ltda, en la Parroquia Matriz del Cantón Tena”. Para su desarrollo se plantearon los siguientes objetivos: Determinar el diagnóstico situación actual del área de estudio; elaborar el plan de negocios, mediante el estudio de mercado, para proponer creación de la Compañía de Transporte Terrestre Turístico Transs Gisel Tour Cía. Ltda.; determinar la estructura para la creación de la Compañía de Transporte Terrestre Turístico Transs Gisel Tour Cía. Ltda. y Organizar la Socialización del Plan de Negocios con los miembros de la Compañía de Transporte Terrestre Turístico Transs Gisel Tour Cía. Ltda.; se realizó el levantamiento de Inventarios Turísticos y se aplicaron 156 encuestas, se optó por la fijación de precios de acuerdo a precios vigentes en tres empresas. El Estado de Pérdidas y Ganancias del primer año arrojaron una utilidad neta de 79.247,92 USD y un flujo de caja de 121.414,29. USD La aplicación de fórmulas arrojó un TIR del 40%, un VAN de 221.755,79 y 233.506,38 USD como punto de equilibrio, el período de recuperación de capital se fijó en el tercer año.

**Palabras Clave:** Plan de Negocios, Estudio de Mercado, Transporte Turístico, Compañía de Responsabilidad limitada.

## ABSTRACT

First Parish in Canton Tena has a remarkable lack of proper tourist service ground transportation to facilitate the activities of domestic and foreign tourists, on their own and those operated by travel agencies or tour operators, despite the potential use of tours of the Ecuadorian Amazon due to the existence of natural attractions and cultural events. These intend to contribute to the solution of the problem with the following research topic entitled, "business plan by market studio, to propose the creation of the trucking company Touristic Transs Gisel Tour Cía. Ltda. In the parish of Canton Tena Matrix" for its development they raised the following objectives: Determine current situation diagnosis of the study area; develop the Business Plan, through market research, to propose the creation of trucking company Touristic Gisel transs Tour Cía Ltda.; Determine the structure for the creation of the trucking company Touristic transs Gisel Tour Cía. Ltda, and Organize a Business Plan with the members of the trucking company Touristic "Gisel transs Tour Cía. Ltda." Tourist surveys were performed and 156 surveys were applied to domestic and foreign residents and tourists ,then the Business Plan financier determined that there is a great possibility to implement the transport company Touristic Land, which differs from the competition, so that you can cover a large number of tourist operators, which would be the market which will target their products and services. The Profit and Loss first year yielded a net profit of \$ 79,247.92 and 121,414.29 cash flow . USD The application of formulas yielded a 40% IRR , NPV of 221,755.79 and 233,506.38 USD as breakeven , the capital recovery period was set in the third year .

**Keywords:** Business Plan, Market Research, Transport Touristic, Limited Liability Company

## C. INTRODUCCIÓN

El desarrollo del trabajo investigativo pretende satisfacer la necesidad de transporte a turistas nacionales y extranjeros con medios de movilización adecuados, con características de calidad para diferenciar el tipo de transporte común, cumpliendo así inclusive con ciertas necesidades de información requeridas por un turista en el país, y que requiere movilización inmediata, oportuna y segura, para seguir de esta manera un itinerario concreto dentro de su estadía. Así como constituirá un importante aporte en la generación de fuentes de empleo y recursos económicos.

El plan de negocio, mediante el estudio de mercado permitirá que la compañía de Transporte Terrestre Turístico Transs. Gisel Cía. Ltda, puedan emprender un negocio rentable acorde con los principios que rigen el Buen Vivir en el país.

Se realizó además un importante aporte al sector turístico de la parroquia matriz Tena, poniendo en práctica los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos en la formación profesional como Ingeniero en Administración Turística de la Universidad Nacional de Loja.

Con el fin de dar solución al problema expuesto, se plantea el tema “Plan de Negocios, mediante estudio de mercado para proponer la Creación de la Compañía de Transporte Terrestre Turístico Transs Gisel Tour Cía. Ltda.

- **Objetivo General**
- Diseñar el Plan de Negocios, mediante el estudio de mercado, para proponer la creación de la Compañía de Transporte Terrestre Turístico Transs Gisel Tour Cía. Ltda, en la parroquia matriz del cantón Tena

- **Objetivos Específicos**

- Determinar el diagnóstico situación actual del área de estudio.
- Elaborar el plan de negocios, mediante el estudio de mercado, para proponer creación de la Compañía de Transporte Terrestre Turístico Transs Gisel Tour Cía. Ltda.
- Determinar la estructura para la creación de la Compañía de Transporte Terrestre Turístico Transs Gisel Tour Cía. Ltda.
- Organizar la socialización del plan de negocios con los miembros de la Compañía de Transporte Terrestre Turístico Transs Gisel Tour Cía. Ltda.

## **D. REVISIÓN DE LITERATURA**

### **4.1 Plan de Negocios**

El Plan de Negocios es una guía utilizada para poner en marcha una idea de negocio a concretar, además indica la factibilidad económica y comercial del mismo. Este documento debe tener una clara y concisa descripción y análisis de las perspectivas empresariales que tienen el o los accionistas de la futura empresa, ya que el capital a invertir puede ser considerable en algunos casos y un “paso en falso” puede hacer que una persona o un grupo de personas pierdan su dinero o de la inversión que la realice. (Contraloría General del Estado, 2011).

De esta manera el plan de negocios es un valioso instrumento que permite comunicar una idea de negocio para venderla u obtener inversiones si así se lo requiriere. Además podría utilizarse como una herramienta de uso interno dentro de las empresas ya constituidas, ya que los empresarios pueden diagnosticar la viabilidad de sus ideas y puntualizar si hay correcciones que realizar en el seguimiento de la puesta en marcha de su negocio. Un plan de negocios debe contener a más de los objetivos a cumplir, un plan de acción necesario para alcanzarlos. Por otra parte, es importante que esté elaborado de forma tal que permita ser actualizado de acuerdo a los cambios constantes que se presenten en el mercado y a la situación de la empresa.

Los diagnósticos constituyen la base para desarrollar el estudio de un fenómeno determinado, ofreciendo elementos para valorar la situación actual y a partir de este conocimiento implementar las posibles soluciones del problema. Desde este punto de vista, se ha identificado que el diagnóstico sirve para tres propósitos muy concretos

- Definir la situación actual del turismo en un espacio territorial determinado con sus oportunidades y limitaciones.

- Fundamentar las soluciones, la toma de decisiones, propuestas y estrategias de desarrollo con datos cuantitativos y cualitativos actualizados.
- Establecer una línea base que sirva para comparar la diferencia entre la
- situación del turismo antes y los resultados obtenidos después de la
- aplicación de acciones o estrategias de planificación turística.

En consecuencia, el éxito del diagnóstico y, del plan depende de que los datos y la información recogida sean coherentes con el enfoque, el nivel de planificación (escala territorial) y con los objetivos propuestos, sin embargo, los elementos del turismo que se deben examinar son finitos e identificables.(Ricaurte, 2009)

Es importante destacar la necesidad de que los empresarios incluyan información real ya que los supuestos o falsa información, no permitirán que el plan de negocios obtenga los resultados esperados.

#### **4.1.1 Descripción del Negocio**

La descripción del proyecto pretende introducir al lector al desarrollo del negocio, empresa o proyecto empresarial de vinculación con impacto social. (Santander, 2012).

Su finalidad es dar a conocer la naturaleza y descripción del proyecto a través de la estrategia del negocio considerando los siguientes elementos:

##### **a. Misión**

La misión es el motivo, propósito, fin o razón de ser de la existencia de una empresa u organización porque define: lo que pretende cumplir en su entorno o sistema social en el que actúa, lo que pretende hacer y para quién lo va a hacer.

Está influenciada en momentos concretos por algunos elementos como: la historia de la organización, las preferencias de la gerencia y/o de los propietarios, los

factores externos o del entorno, los recursos disponibles, y sus capacidades distintivas.

Complementando esta definición, citamos un concepto de los autores (Thompson & Strickland, 2012, pág. 67) que dice:

"Lo que una compañía trata de hacer en la actualidad por sus clientes a menudo se califica como la misión de la compañía. Una exposición de la misma a menudo es útil para ponderar el negocio en el cual se encuentra la compañía y las necesidades de los clientes a quienes trata de servir".

#### b. **Visión**

Para (Fleitman, 2010, pág. 8), en el mundo empresarial, la visión se define como el camino al cual se dirige la empresa a largo plazo y sirve de rumbo y aliciente para orientar las decisiones estratégicas de crecimiento junto a las de competitividad.

Según (Thompson & Strickland, 2012, pág. 69), el simple hecho de establecer con claridad lo que está haciendo el día de hoy no dice nada del futuro de la compañía, ni incorpora el sentido de un cambio necesario y de una dirección a largo plazo.

Hay un imperativo administrativo todavía mayor, el de considerar qué deberá hacer la compañía para satisfacer las necesidades de sus clientes el día de mañana y cómo deberá evolucionar la configuración de negocios para que pueda crecer y prosperar.

Por consiguiente, los administradores están obligados a ver más allá del negocio actual y pensar estratégicamente en el impacto de las nuevas tecnologías, de las necesidades y expectativas cambiantes de los clientes, de la aparición de nuevas condiciones del mercado y competitivas, etc.

Se deben hacer algunas consideraciones fundamentales acerca de hacia dónde quieren llevar a la compañía y desarrollar una visión de la clase de empresa en la cual creen que se debe convertir.

A modo de resumen, puede decirse que la visión de una empresa es una exposición clara que indica hacia dónde se dirige la empresa a largo plazo y en qué debe convertirse, tomando en cuenta el impacto de las nuevas tecnologías, de las necesidades y expectativas cambiantes de los clientes, de la aparición de nuevas condiciones del mercado, etc.

### **c. Objetivos Estratégicos**

El objetivo estratégico es la descripción del propósito a ser alcanzado, que es medido a través de indicadores y sus correspondientes metas, las cuales se establecen de acuerdo al periodo. El objetivo estratégico está compuesto por el propósito, los indicadores y las metas. (Centro Nacional de Planeamiento Estratégico Perú, 2014)

Para (Thompson & Strickland, 2012), los objetivos se podrán definir como los resultados específicos que pretende alcanzar una organización por medio del cumplimiento de su misión básica. Los objetivos son esenciales para el éxito de la organización porque establecen un curso, ayudan a la evaluación, revelan prioridades, permiten la coordinación y sientan las bases para planificar, organizar, motivar y controlar con eficiencia. Las estrategias son un medio para alcanzar los objetivos a largo plazo.

En resumen, de acuerdo al criterio de (David, 2008) los objetivos deben poseer las siguientes características:

- Alcanzables.
- Comprensibles.
- Deben ser cuantificados o expresados en cifras.
- Están ubicados en un horizonte temporal.
- Deben derivarse de las estrategias de la institución.

- No deben ser abstractos.
- Deben tener la capacidad de transformarse en tareas específicas.
- Deben posibilitar la concentración de recursos y esfuerzo.
- Deben ser múltiples.

Se establece entonces que los objetivos deben ser alcanzables; prácticos, realistas y comunicados con claridad para garantizar el éxito, ya que ayudan a las partes que están interesadas en su logro a comprender su papel dentro del futuro de la organización, estableciendo las prioridades de esta. Además, en gran parte representan el sentido y fin de la empresa, sentando una base la toma de decisiones acertadas por parte de gerentes y ejecutivos de alto mando.

#### **d. FODA**

El análisis FODA es una herramienta que permite analizar la situación competitiva de una organización, incluso de un país. Su principal función es detectar las relaciones entre las variables más importantes para así diseñar estrategias de desarrollo adecuadas, sobre la interpretación del ambiente interno y externo que es inherente a cada organización. (Churchill, 2006)

Dentro de cada uno de los ambientes (externo e interno) se discuten las principales variables que la afectan; en el ambiente externo encontramos las amenazas que son todas las variables negativas que afectan directa o indirectamente a la organización. Por otra parte, las oportunidades son aquellas que nos señalan las variables externas positivas a nuestra organización. Dentro del contexto interno encontraremos las fortalezas que benefician a nuestra organización y las debilidades que son aquellos factores que menoscaban las potencialidades de la organización. (Koontz & Wheirich, 2010)

La identificación del FODA es una actividad común de toda institución, lo que suele ignorarse es la combinación de estos factores (FODA integrado). Resulta útil considerar que el punto de partida de este modelo son las amenazas ya que en muchos casos las instituciones proceden en la planificación estratégica como

resultado de la percepción de crisis, problemas o amenazas, dejando de lado la interpretación y utilización de las oportunidades. (Koontz & Wheirich, 2010)

La matriz FODA o DAFO por sus siglas en español, es una herramienta de análisis que puede ser aplicada a cualquier situación, individuo, producto, empresa, etc., que esté actuando como objeto de estudio en un momento determinado del tiempo.

Es como si se tomara una “radiografía” de una situación puntual de lo particular que se esté estudiando. Las variables analizadas y lo que ellas representan en la matriz son particulares de ese momento. Luego de analizarlas, se deberán tomar decisiones estratégicas para mejorar la situación actual en el futuro.

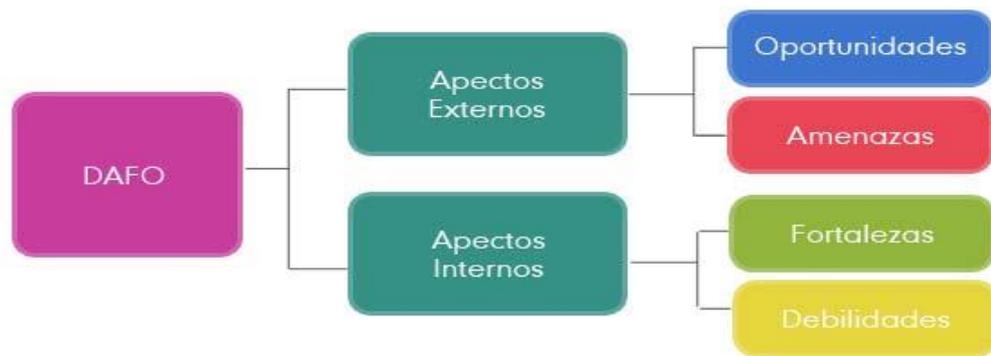
El objetivo primario del análisis FODA consiste en obtener conclusiones sobre la forma en que el objeto estudiado será capaz de afrontar los cambios y las turbulencias en el contexto, (oportunidades y amenazas) a partir de sus fortalezas y debilidades internas.

Ese constituye el primer paso esencial para realizar un correcto análisis FODA. Cumplido el mismo, el siguiente consiste en determinar las estrategias a seguir.

Para comenzar un análisis FODA se debe hacer una distinción crucial entre las cuatro variables por separado y determinar qué elementos corresponden a cada una.

A su vez, en cada punto del tiempo en que se realice dicho análisis, resultaría aconsejable no sólo construir la matriz FODA correspondiente al presente, sino también proyectar distintos escenarios de futuro con sus consiguientes matrices FODA y plantear estrategias alternativas.

**Figura 1** Componentes FODA



**Fuente:** [http://contenidosdigitales.ulp.edu.ar/exe/teoria\\_y\\_gestion2/anlisis\\_foda.html](http://contenidosdigitales.ulp.edu.ar/exe/teoria_y_gestion2/anlisis_foda.html)

Tanto las fortalezas como las debilidades son internas de la organización, por lo que es posible actuar directamente sobre ellas. En cambio las oportunidades y las amenazas son externas, y solo se puede influir sobre ellas modificando los aspectos internos.

#### 4.1.2 Posicionamiento

El Posicionamiento de Mercado consiste en la decisión, por parte de la empresa, acerca de los atributos que se pretende le sean conferidos a su producto por el público objetivo (Fernández, 2011).

Los aspectos de la definición del producto se analizan en función de las expectativas de venta y de rentabilidad, de la capacidad interna de la empresa, de la gama de productos, de la imagen adquirida, o del posicionamiento de otros productos de la competencia. (Churchill, 2006)

Otra definición más sencilla sería, el posicionamiento de un producto es la forma en que éste está definido por los consumidores en relación con ciertos atributos importantes, es decir, el lugar que ocupa en su mente en comparación con los competidores. (Fernández, 2011)

El posicionamiento de un producto o servicio depende mucho de los atributos que se le otorgue, considerando el lugar que debe ocupar en la mente de los

consumidores o usuarios, para lo cual es necesario considerar los beneficios que éste presenta en relación con la competencia y los productos o servicios sustitutos.

#### **a. Diferenciación**

La diferenciación es, de acuerdo al criterio de (Churchill, 2006) una estrategia de marketing que trata de resaltar las características del producto, sustanciales o simplemente accesorias, que pueden contribuir a que sea percibido como único.

Esto se hace con el fin de crear una situación de monopolio en el mercado (se pretende presentar el producto como distinto y dejar claro que no hay otro igual, de tal manera que si el consumidor desea un producto con esas características tiene que comprar precisamente el único que lo tiene.

Esta estrategia de marketing debe ser empleada para crear en la mente del consumidor o usuario una percepción clara que haga que diferencie el producto o servicio que ofrece la empresa frente a los que son ofertados por la competencia y que esta idea sea la que marque su decisión en el momento de la decisión de compra o cierre de trato.

La idea de adoptar la estrategia de la diferenciación es la de ofrecer un producto o servicio único, original y novedoso que permita que la empresa se distinga de la competencia, y sea el motivo por el cual los consumidores la prefieran.

#### **b. Plaza**

Es una estructura de negocios y de organizaciones interdependientes que va desde el punto del origen del producto hasta el consumidor.

Un canal de distribución está formado por personas y compañías que intervienen en la transferencia de la propiedad de un producto, a medida que este pasa del fabricante al consumidor final o al usuario industrial. (Koontz & Wheirich, 2010)

La plaza también puede entenderse como el lugar físico o área geográfica en la que se oferta el producto o servicio y la cadena existente para que este llegue desde el productor o fabricante hasta el consumidor o usuario.

**c. Oferta**

Tiene relación con el comportamiento de los productores, o vendedores. Refleja la disposición que tienen de ofrecer bienes o servicios a cambio de un pago o reconocimiento expresado en un precio.

La oferta de un determinado artículo se define como “las diferentes cantidades de productores estarán dispuestos a ofrecer en el mercado en función de los distintos niveles de precios posibles, en determinado tiempo (Kotler & Armstrong, 2008).”

La oferta es una de las fuerzas de mercado, y está establecida por el comportamiento de las personas en los mercados, los vendedores determinan el comportamiento de la oferta.

**d. Demanda**

Conozca cuál es la definición del término que tiene relación con la cantidad de bienes o servicios que el consumidor está dispuesto a adquirir a un precio dado y en un lugar establecido.

En términos generales, la demanda es una de las dos fuerzas que está presente en el mercado y representa la cantidad de productos o servicios que el público objetivo quiere y puede adquirir para satisfacer sus necesidades. (Kotler & Armstrong, 2008)

La demanda es otra de las fuerzas del mercado y se determina de acuerdo a factores tales como: el precio del mercado, el nivel de ingresos del consumidor, el precio de los bienes sustitutos y las preferencias o expectativas de los consumidores o usuarios.

### **4.1.3 Nichos de Mercado**

El mercado no solo se puede dividir en segmentos, sino también en nichos y en última instancia en individuos. En la medida en que una empresa vendedora subdivide un mercado al identificar características más singulares, los segmentos tienden a convertirse en un conjunto de nichos. (Kotler & Armstrong, 2008)

Las características de un nicho atractivo son las siguientes:

- Los clientes que constituyen el nicho tienen un conjunto de necesidades, en alguna medida, singular y complejo.
- Están dispuestos a pagar una prima a aquella empresa que mejor satisfaga sus necesidades.

Si pretende obtener el éxito, el mercadólogo especializado en nichos tendrá que especializar sus operaciones; y para otros competidores no resulta fácil atacar al líder del nicho.

#### **a. Segmentación de Mercado**

La segmentación de mercado es un proceso que consiste en dividir el mercado total de un bien o servicio en varios grupos más pequeños e internamente homogéneos. La esencia de la segmentación es conocer realmente a los consumidores. Uno de los elementos decisivos del éxito de una empresa es su capacidad de segmentar adecuadamente su mercado (Lambin, 2005).

La segmentación es también un esfuerzo por mejorar la precisión del marketing de una empresa. Es un proceso de agregación: agrupar en un segmento de mercado a personas con necesidades semejantes.

El segmento de mercado es un grupo relativamente grande y homogéneo de consumidores que se pueden identificar dentro de un mercado, que tienen deseos,

poder de compra, ubicación geográfica, actitudes de compra o hábitos de compra similares y que reaccionarán de modo parecido ante una mezcla de marketing. (Kotler & Amstrong, 2008)

#### **b. Mercado Meta**

Un mercado meta consiste en un conjunto de compradores que tienen necesidades o características comunes, a los cuales la compañía decide atender. (Kotler & Amstrong, 2008)

Puesto que los compradores tienen necesidades únicas, un vendedor vería potencialmente a cada comprador como un mercado meta. (Churchill, 2006)

#### **c. Mercado Potencial**

Es el conjunto de consumidores que podrían necesitar el bien o servicio que es materia del proyecto. El mercado potencial se determina después de haberlo segmentado.

### **4.1.4 Competencia**

La competencia es inherente a las relaciones entre los agentes económicos en el marco de una economía de mercado. Constituye el fundamento de la economía liberal. Se considera que una empresa es competitiva en la medida en que es capaz de resistir la competencia de otras empresas en el mercado. Es necesario que sus precios sean bajos a fin de estimular al máximo. (Enciclopedia de la Economía, 2014) Las decisiones de compra. .

Al multiplicarse, son éstas las que permiten obtener un beneficio suficiente. La competencia impide que productores y comerciantes obtengan amplios márgenes de beneficio.

#### **4.1.5 Análisis de Precios**

El precio es el valor monetario de un bien o servicio. Existen tres procedimientos principales para fijar los precios (Fernández, 2011): a partir de los costos, de acuerdo al potencial de ventas, de acuerdo a la competencia.

En la generalidad de los casos en el análisis de precios se tiende a establecer los costos variables y fijos unitarios, a los que se les agrega de modo arbitrario un porcentaje para el margen de utilidad, llegándose al precio. (Churchill, 2006)

#### **4.1.6 Costo de Producción y Ventas**

##### **a. Presupuesto**

Se llama presupuesto al cálculo y negociación anticipado de los ingresos y egresos de una actividad económica (personal, familiar, un negocio, una empresa, una oficina, un gobierno) durante un período, por lo general en forma anual. (Sullivan, Steven, & Pearson, 2005)

#### **4.1.7 Análisis de Costos y Gastos**

##### **a. Costos**

Suma de erogaciones en que se incurre para la adquisición de un bien o de un servicio, con la intención de que genere un ingreso o beneficio en el futuro. (Arnaut & Iberbrokers, 2011).

En la parte contable representan los recursos que se entregan o prometen entregar a cambio de un bien o un servicio.

## **b. Gastos**

Se denomina gasto a la partida contable que disminuye el beneficio o aumenta la pérdida de una entidad. Usualmente existen pequeñas diferencias conceptuales entre costo, gasto y pérdida, aunque pudieran parecer sinónimos. (Iturrioz, 2012)

En general se entiende por gasto al sacrificio económico para la adquisición de un bien o servicio, derivado de la operación normal de la organización, y que no se espera que pueda generar ingresos en el futuro. (Miranda, 2005)

### **4.1.8 Organización Administrativa**

La forma en la cual se encuentra organizada una empresa para cumplir con su gestión administrativa es un aspecto prioritario dentro del Plan de Negocios.

El Sistema de Organización Administrativa en el conjunto ordenado de normas, criterios y metodologías, que regulan el proceso de estructuración organizacional contribuyendo al logro de los objetivos institucionales. (Ministerio de Hacienda Bolivia, 2010)

#### **a. Organigrama Estructural**

Los Organigramas Estructurales son la representación gráfica de la estructura orgánica de una empresa u organización que refleja, en forma esquemática, la posición de las áreas que la integran. (Koontz & Wheirich, 2010)

También se considera como una representación esquemática de la estructura formal de la empresa, donde se destaca jerarquías, cargos y líneas de comunicación y presenta una visión inmeDÍAta y resumida de la forma de distribución de la misma. (Fleitman, 2010)

## **b. Organigrama Funcional**

Se define como una representación gráfica que incluye las principales funciones que tienen asignadas cada jerarquía, además de las unidades y sus interrelaciones. Este tipo de organigrama es de gran utilidad para capacitar al personal y presentar a la organización en forma general. (Koontz & Wheirich, 2010)

Incluyen las principales funciones que tienen asignadas, además de las unidades y sus interrelaciones. Este tipo de organigrama es de gran utilidad para capacitar al personal y presentar a la organización en forma general.

## **4.2 Estructura de la Compañía**

La estructura organizacional de una empresa u otro tipo de organización, es un concepto fundamentalmente jerárquico de subordinación dentro de las entidades que colaboran y contribuyen a servir a un objetivo común. (Kotler & Amstrong, 2008).

### **4.2.1 Estructura Legal**

Con base en las formalidades legales establecidas por (Agencia Nacional de Tránsito, 2008), se obtuvo que los requisitos necesarios para la creación de Una empresa de Transporte Terrestre Turístico.

Art. 20.- El servicio de transporte terrestre turístico será prestado únicamente por personas jurídicas debidamente constituidas y autorizadas por la ANT y que cuenten con el título vigente habilitante extendido por la entidad al amparo de las disposiciones contenida en las normas internacionales y nacionales vigentes en materia de transporte terrestre, tránsito y seguridad vial.

#### **4.2.2 Estructura Administrativa**

La Estructura Administrativa de una Compañía de Responsabilidad Limitada de acuerdo a lo que establece ( Superintendencia de Compañías, 1999) expresa:

**Art. 92.-** La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre tres o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirán, en todo caso, las palabras "Compañía Limitada" o su correspondiente abreviatura. Si se utilizare una denominación objetiva será una que no pueda confundirse con la de una compañía preexistente. Los términos comunes y los que sirven para determinar una clase de empresa, como "comercial", "industrial", "agrícola", "constructora", etc., no serán de uso exclusivo e irán acompañados de una expresión peculiar.

#### **4.3 Marco Legal**

Las buenas prácticas ambientales que se proponen para el transporte terrestre turístico, se fundamentan en el siguiente marco legal:

##### **4.3.1 Constitución de la República**

**Art. 340.-**El sistema nacional de inclusión y equidad social es el conjunto articulado y coordinado de sistemas, instituciones, políticas, normas, programas y servicios que aseguran el ejercicio, garantía y exigibilidad de los derechos reconocidos en la Constitución y el cumplimiento de los objetivos del régimen de desarrollo.

El sistema se articulará al Plan Nacional de Desarrollo y al sistema nacional descentralizado de planificación participativa; se guiará por los principios de universalidad, igualdad, equidad, progresividad, interculturalidad, solidaridad y no

discriminación; y funcionará bajo los criterios de calidad, eficiencia, eficacia, transparencia, responsabilidad y participación.

El sistema se compone de los ámbitos de la educación, salud, seguridad social, gestión de riesgos, cultura física y deporte, hábitat y vivienda, cultura, comunicación e información, disfrute del tiempo libre, ciencia y tecnología, población, seguridad humana y transporte.

### **Sección Duodécima Transporte**

**Art. 394.-** El Estado garantizará la libertad de transporte terrestre, aéreo, marítimo y fluvial dentro del territorio nacional, sin privilegios de ninguna naturaleza. La promoción del transporte público masivo y la adopción de una política de tarifas diferenciadas de transporte serán prioritarias. El Estado regulará el transporte terrestre, aéreo y acuático y las actividades aeroportuarias y portuarias.

#### **4.3.2 Ley Orgánica de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial**

Regula y controla el transporte, el tránsito y la seguridad vial protegiendo a las personas que se trasladan de un lugar a otro dentro del territorio ecuatoriano. La presente Ley se fundamenta en los siguientes principios generales: el derecho a la vida, al libre tránsito y la movilidad, la formalización del sector, lucha contra la corrupción, mejorar la calidad de vida del ciudadano, preservación del ambiente, desconcentración y descentralización.

**Art. 11.-** El Estado fomentará la participación ciudadana en el establecimiento de políticas nacionales de transporte terrestre, tránsito y seguridad vial que garanticen la interacción, sustentabilidad y permanencia de los sectores público, privado y social.

**Art. 12.-** La presente Ley establece los lineamientos generales, económicos y organizacionales de la movilidad a través del transporte terrestre, tránsito y seguridad vial y sus disposiciones son aplicables en todo el territorio nacional para: el

transporte terrestre, acoplados, teleféricos, funiculares, vehículos de actividades recreativas o turísticas, tranvías, metros y otros similares; la conducción y desplazamiento de vehículos a motor, de tracción humana, mecánica o animal; la movilidad peatonal; la conducción o traslado de semovientes y la seguridad vial.

## **Libro Segundo**

### **Título I de la Naturaleza y Objeto**

**Art. 46.-** El transporte terrestre automotor es un servicio público esencial y una actividad económica estratégica del Estado, que consiste en la movilización libre y segura de personas o de bienes de un lugar a otro, haciendo uso del sistema vial nacional, terminales terrestres y centros de transferencia de pasajeros y carga en el territorio ecuatoriano. Su organización es un elemento fundamental contra la informalidad, mejorar la competitividad y lograr el desarrollo productivo, económico y social del país, interconectado con la red vial internacional

#### **4.3.3 Reglamento de Transporte Terrestre Turístico del Ecuador**

El presente reglamento tiene por objeto regular la actividad del Transporte Terrestre Turístico a nivel nacional, definir el ámbito de competencia de las autoridades; y establecer las normas a las que se sujetarán las personas que se encuentran autorizadas por los órganos competentes que ejerzan en forma habitual esta actividad.

### **Capítulo I**

#### **Definición, Objeto y Ámbito de Competencia**

**Art. 1.** El presente reglamento tiene por objeto regular la actividad del Transporte Terrestre Turístico a nivel nacional, definir el ámbito de competencia de las autoridades y establecer las normas a las que se sujetarán las personas que se

encuentran autorizadas por los órganos competentes que ejerzan en forma habitual esta actividad.

**Art. 2.-** Se considera como "Transporte Terrestre Turístico", a la movilización de personas que tengan la condición de turistas de conformidad con la denominación otorgada por la Organización Mundial de Turismo, en vehículos de transporte terrestre debidamente habilitados, desde y hacia los establecimientos o sitios de interés turístico, con objetivos específicos de recreación, descanso o sano esparcimiento, mediante el pago acordado libremente por las partes, que contemplará el arriendo del vehículo, con chofer y la prestación del servicio.

El contrato de transporte terrestre turístico vincula exclusiva y directamente al contratante y a las personas naturales o jurídicas, que cuenten con los permisos otorgados por la Comisión Interinstitucional de Transporte Terrestre Turístico.

**Art. 6.-** La actividad del Transporte Terrestre Turístico podrá ser realizada por personas naturales o jurídicas legalmente reconocidas, las que deberán contar con los permisos otorgados por la Comisión Interinstitucional de Transporte Terrestre Turístico.

Ningún prestador de ninguna de las otras modalidades de transporte terrestre podrán realizar Transporte Terrestre Turístico, salvo en las excepciones contempladas en el artículo 20 de este reglamento.

**Art. 9.-** Es aquel que se presta a través de compañías de transporte terrestre debidamente habilitadas para trasladar turistas o excursionistas dentro del territorio nacional, ámbito que se sujetará a las disposiciones vigentes en materia de transporte terrestre, tránsito y seguridad vial y demás disposiciones emanadas por la Agencia Nacional de Tránsito.

#### **4.3.4 Instructivo que regula el Transporte Terrestre Turístico**

### **Capítulo II**

#### **De los Requisitos para ser Operadora de Transporte Terrestre Turístico**

**Art. 7.-** De conformidad con lo que dispone el artículo 79 de la Ley Orgánica de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial, en concordancia con la disposición general décimo novena, las operadoras de transporte terrestre turístico para realizar esta actividad, deberán constituirse en personas jurídicas, cuyo objeto social será exclusivo para la prestación del servicio de transporte terrestre turístico y no podrá prestar servicio en otra modalidad de transporte.

**Art. 8.-** Para el desarrollo de las actividades establecidas en el presente instructivo, las operadoras debe contar con los siguientes requisitos:

- a) Constitución Jurídica;
- b) Permiso de operación otorgado por la Comisión Nacional de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial;
- c) El conductor deberá ser titular de licencia profesional;
- d) Obtención del Registro de Turismo;
- e) Licencia única anual de funcionamiento;
- f) Deberán contar con la hoja de ruta u orden de trabajo para cada viaje o circuito; y,
- g) El cumplimiento de las demás normas aplicables.

#### **De los Vehículos**

**Art. 24.-** El transporte comercial de transporte terrestre turístico, se lo realizará a través del parque automotor integrado por vehículos que cumplan con las respectivas normas INEN y hayan sido legalmente autorizados para esta actividad, por la comisión nacional, los que deberán reunir las condiciones de seguridad, no contaminación, comodidad y accesibilidad, garantizando a los usuarios la eficiente prestación del servicio.

Las normas de homologación para los vehículos que se utilizarán para la prestación de este servicio, serán determinadas por la comisión nacional en coordinación con el INEN.

**Art. 25.-** Todos los vehículos deben cumplir con los requisitos y condiciones determinados en el presente instructivo, para que la autoridad de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial autorice su operación.

**Art. 27.-** La Comisión Nacional de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial, entregará un distintivo adhesivo que contendrá los siguientes datos: el Logotipo de la Comisión Nacional de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial, el número de permiso de operación, el número de registro vehicular, se colocará en cada una las puertas delanteras de los vehículos que se encuentren habilitados para operar en el Transporte Turístico, en el ámbito nacional, sin excepción alguna, con el objeto de evitar la informalidad en este tipo de servicio y facilitar el control por parte de la Dirección Nacional del Control del Tránsito y Seguridad Vial.

**Art. 28.-** Los vehículos autorizados para la prestación de servicios de esta modalidad de transporte, deberán cumplir con los requisitos establecidos en el Cuadro de Vida Útil vigente emitido por la Comisión Nacional de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial.

**Art. 29.-** El Ministerio de Turismo o los municipios descentralizados que hayan recibido las competencias turísticas, para renovar la licencia única anual de funcionamiento, deben solicitar el permiso de operación vigente, emitido por Comisión Nacional de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial.

**Art. 30. -** Para el servicio de Transporte Terrestre Turístico se autoriza los siguientes tipos de vehículos, los que deberán estar debidamente adecuados:

- a) Vehículos para todo terreno (camionetas, Jeep y otros) (excepto automóviles) \_  
1 a 6 pasajeros sentados.
- b) Furgonetas de 7 a 15 pasajeros sentados

- c) Busetas de 16 a 22 pasajeros sentados
- d) Microbús de 23 a 32 pasajeros sentados
- e) Buses 33 o más pasajeros sentados y,
- f) Especiales para turismo, calificados por la Comisión Nacional de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial.

**Art. 31.-**Con la finalidad de que el servicio prestado se desarrolle en condiciones de seguridad y confort, los vehículos deberán contar con los siguientes requisitos y accesorios mínimos:

- a) Cinturón de seguridad para cada uno de sus ocupantes, incluido el conductor;
- b) Equipo extintor, botiquín de primeros auxilios, triángulos de seguridad;
- c) Equipo de comunicación (celular y de onda corta) ;
- d) Equipo de perifoneo, a partir de furgonetas;
- e) Porta equipaje;
- f) Facilidad de acceso a personas discapacitadas y de la tercera edad en turismo especializado;
- g) Identificación visible al interior de la unidad (carné con fotografía) del conductor, con todos los datos de la operadora a la que pertenece;
- h) Documentación actualizada del chofer del vehículo como licencia profesional, matrícula del vehículo;
- i) Todos los vehículos destinados al transporte terrestre turístico, deberán cumplir con las normas técnicas que se expidan para el efecto, por parte del INEN y la Comisión Nacional de Transportes Terrestres, Tránsito y Seguridad Vial.

### **4.3 Marco Conceptual**

**Competencia.-**Es una 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.

**Competitividad.-** Es la capacidad de un proceso, empresa o sector de mantener o incrementar su participación en el mercado, nacional e internacional, de una forma que sea equitativa y sostenible

**Costos.-**Es el gasto económico que representa la fabricación de un producto o la prestación de un servicio. Al determinar el costo de producción, se puede establecer el precio de venta al público del bien en cuestión (el precio al público es la suma del costo más el beneficio).

**Demanda.-** Cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos en los diferentes precios del mercado por un consumidor o por el conjunto de consumidores (demanda total o de mercado).

**Diferenciación.-** Estrategia de marketing basada en crear una percepción de producto o servicio por parte del consumidor que lo diferencie claramente de los de la competencia.

**Estrategia.-** Conjunto de decisiones coordinadas que vinculan los objetivos de desarrollo con las acciones necesarias para lograrlos. Especifica los principales problemas que deben ser resueltos y las oportunidades que pueden aprovecharse.

**Mercado.-** Está formado por todos los consumidores o compradores actuales y potenciales de un determinado producto. El tamaño de un mercado, desde este punto de vista, guarda una estrecha relación con el número de compradores que deberían existir para una determinada oferta.

**Misión.-** Razón de ser de la empresa. Es la finalidad que explica la existencia de una organización y contiene, entre otros, información sobre los productos o servicios, los clientes, los valores esenciales de la organización, la tecnología utilizada, la imagen.

**Nicho de Mercado.-** Término de mercadotecnia utilizado para referirse a una porción de un segmento de mercado en la que los individuos poseen características

y necesidades homogéneas, y estas últimas no están del todo cubiertas por la oferta general del mercado.

**Objetivos Estratégicos.-** Fin que se da de dirigir una acción estratégicamente. Reglas de decisión que posibilitan guiar y medir el funcionamiento de la gestión administrativa de la organización para dar cumplimiento a su misión

**Oferta.-** Cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a vender a los distintos precios del mercado. Hay que diferenciar la oferta del término de una cantidad ofrecida, que hace referencia a la cantidad que los productores están dispuestos a vender a un determinado precio.

**Plaza.-** Es una estructura de negocios y de organizaciones interdependientes que va desde el punto del origen del producto hasta el consumidor.

**Precio.-** Valor asignado a la obtención de un bien o servicio o, más en general, una mercancía cualquiera.

**Ruta.-** Es la vía a seguir con un origen y un destino diferente, que sirve de base para la creación de los itinerarios. Lo que determina la ruta son una serie de valores paisajísticos, culturales, humanos y naturales, que realizan el centro lineal de atención.

**Segmentación.-** Proceso de dividir un mercado en grupos más pequeños que tengan características semejantes;

**Servicio.-** Resultado generado por actividades de la interface entre proveedor y cliente y /o internas del proveedor para satisfacer necesidades del cliente.

**Tour.-** Es un recorrido cuya duración no excede de 24 horas, se realiza de una misma localidad o sus alrededores más cercanos e incluye: transporte colectivo con o sin guía, entradas a monumentos o estacionamiento diversos en algunos casos pensión alimenticia.

**Ventaja Competitiva.-** Proviene de la fuente de la habilidad distintiva de una empresa.

**Visión.-** Resume los valores y aspiraciones de la organización, de forma genérica, sin especificaciones.

## **E. MATERIALES Y METODOS**

### **5.1. Materiales**

Para el desarrollo del trabajo investigativo se emplearon los siguientes materiales

#### **5.1.1. Equipos**

- Cámara fotográfica
- Equipo de Cómputo
- Impresora

#### **5.1.2 Insumos**

- Papel Bond
- Útiles de Escritorio
- Tinta para impresora
- Mapas
- Calculadora
- Flash Memory

## 5.2. Métodos

### 5.2.1. Ubicación del área de estudio

El cantón Tena cuenta con siete parroquias: Ahuano, Chonta Punta, Pano, Puerto Misahuallí, Puerto Napo, Talag y Tena. En cada una de estas existen varias comunidades tanto de colonos como de indígenas.

Tena limita al norte con: Archidona y Loreto (Orellana), al sur con: Arosemena Tola, Baños (Tungurahua), y Arajuno (Pastaza), al este con: Orellana y al Oeste con: Latacunga (Cotopaxi), Salcedo (Cotopaxi) y Baños (Tungurahua)

La oficina de la Compañía de Transporte Terrestre Turístico “Transs Gisel Tour Cía. Ltda, Se encuentra ubicado en el barrio Gil Ramírez Dávalos, en la intersección entre la Av. Pano y la calle Serafín Gutiérrez.

**Figura 2** Mapa Ubicación del Área de Estudio



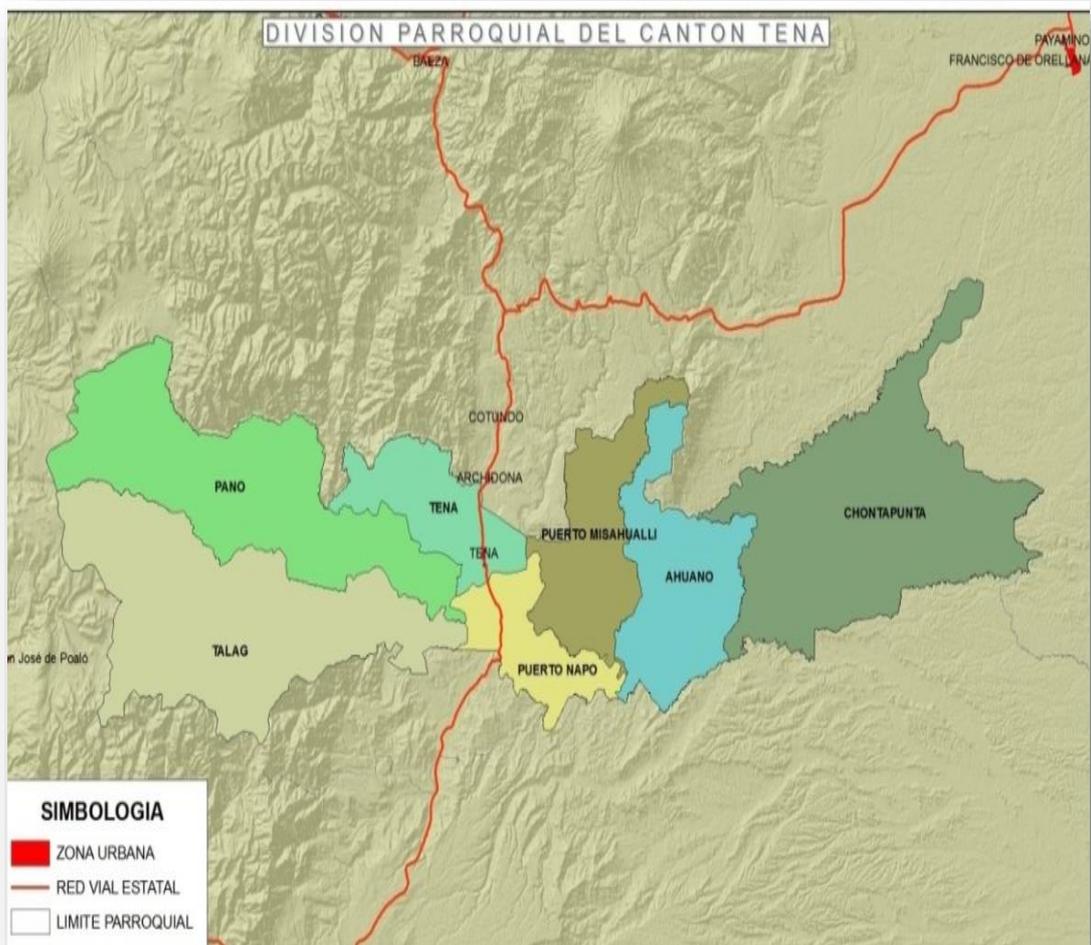
Fuente: Google Maps

### 5.2.2. Ubicación Política

El cantón Tena limita con los siguientes cantones:

- Norte: Archidona y Loreto (Orellana)
- Sur: Arosemena Tola, Baños (Tungurahua) y Arajuno (Pastaza)
- Este: Orellana(Orellana)
- Oeste: Latacunga (Cotopaxi), Salcedo (Cotopaxi) y Baños (Tungurahua)

**Figura 3** Mapa Ubicación Política



**Fuente:** GAD Municipal de Tena (2012)

### 5.2.3 Ubicación Geográfica

Tena está ubicada en:

Provincia: Napo

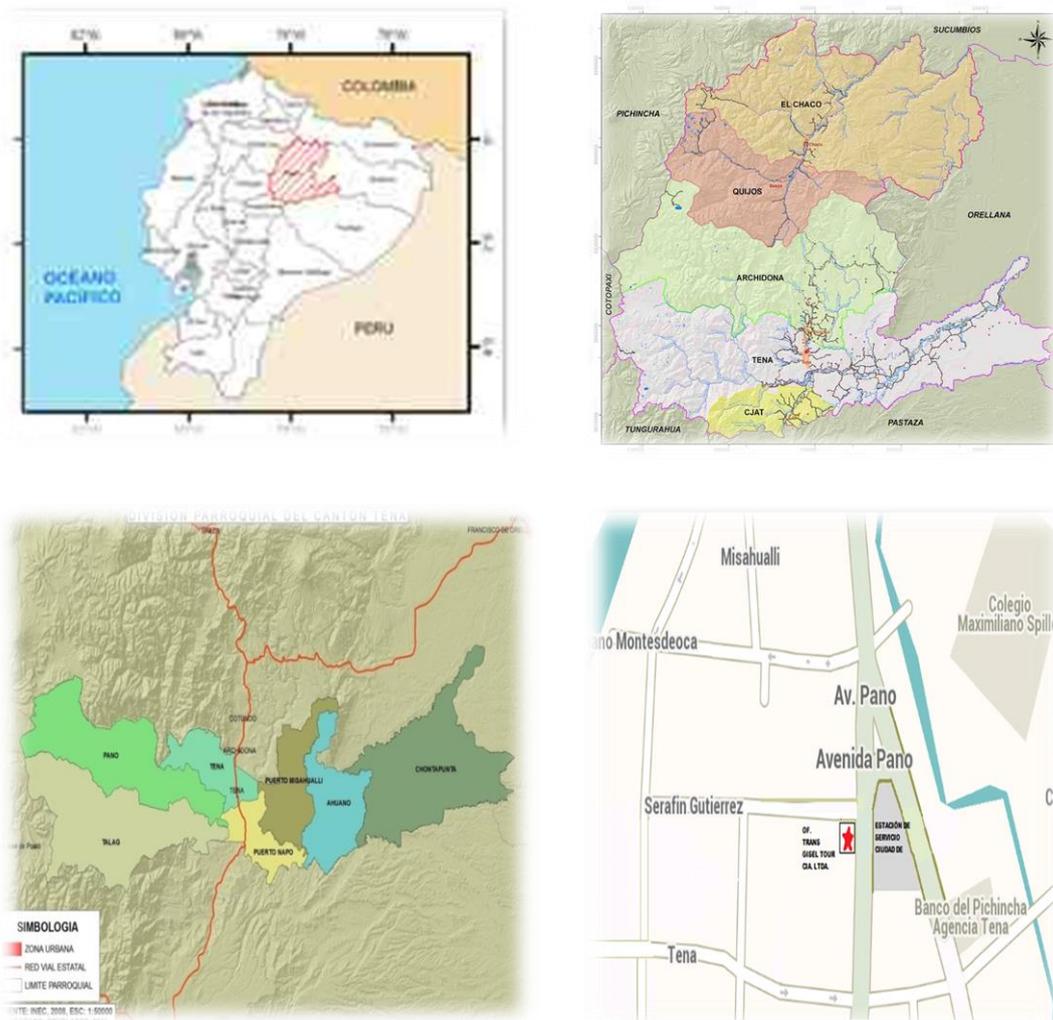
Cantón: Tena

Parroquia: Tena

Coordenadas: 204135 X y 9885371 Y

Altitud: 395 msnm

**Figura 4** Mapa Ubicación Geográfica



**Fuente:** (GAD Provincial de Napo, 2014)  
**Elaborado por:** La Autora

## 5.3 Aspectos Biofísicos y Climáticos

### 5.3.1 Aspectos Biofísicos

El GADM-Tena, 2014 considera una superficie de 3.897,41 km<sup>2</sup> además de estar integrada por 6 parroquias rurales y 1 parroquia urbana.

Entre los aspectos que se consideran importantes para este trabajo de investigación se desarrollan los siguientes:

#### a. Medio abiótico

##### Hidrología

El Ecuador posee 10 cuencas hidrográficas de las cuales 2 forman parte del cantón Tena siendo la cuenca del Río Napo la de mayor superficie con 389.273,70 Ha lo que representa el 99,80% del cantón y el 0,20% para la cuenca del Río Pastaza. En el territorio de tena existen 9 subcuencas y 52 microcuencas debido a la presencia de la cuenca del Río Napo. ( GAD Municipal de Tena, 2013)

Los principales ríos que se encuentran en el Cantón Tena son el Napo, Jatunyacu y Anzu todos originados en los páramos y estribaciones de la cordillera oriental, registrando una importante área lacustre para el Parque Nacional Llanganates. Los principales afluentes que se destacan son el Nushino, Huambuno y Misahualli que nacen en las estribaciones y en zonas de cordilleras subandinas con la característica de tener corrientes rápidas.

**Tabla 1** Hidrología de la Parroquia Tena

<b>CUENCA</b>	<b>% EXTENSIÓN</b>	<b>Has.</b>
Río Napo	99,80%	38.9273,70
Río Pastaza	0,20%	780,10
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>390.053,80</b>

Fuente: (GAD Provincial de Napo, 2014)

Elaborado por: La Autora

## Minerales Metálicos

Los ríos del cantón presentan una gran riqueza aurífera en sus lechos que se originan en la cordillera de los Andes y drenan sus aguas a través de las formaciones rocosas y presencia de vetas de cuarzo ricas en contenidos y que a través de los años se han depositado en las terrazas aluviales de las riberas de los Ríos Napo y sus afluentes, por ello los nativos de la zona se dedican a la recuperación de oro de forma artesanal después de las crecidas.

El GADM-Tena, 2014 establece la presencia de oro en los Ríos: Jatunyacu, Anzu, Napo, Verde Yacu, Huambuno. Además se registra indicios de otros metales como plomo, cobre, zinc, plata, antimonio, estaño y hierro, en la cordillera Real.

En cuanto a minerales no metálicos existe la presencia de calizas para la elaboración de cemento y calizas en 3 sitios de Puerto Napo (Godoy, Antares, Amazonas) y arenas Silíceas en Pununo, Puerto Misahuallí. Se ha detectado también ámbar y mármol en la vía Puerto Napo a Puerto Misahuallí.

**Cuadro 1** Minerales Metálicos Parroquia Tena

<b>MINERAL</b>	<b>YACIMIENTO</b>
Oro	Ríos: Jatunyaku, Anzu, Napo, Verde Yacu, Huambuno
Plomo, cobre, zinc, plata, antimonio, estaño, hierro	Cordillera Real
Calizas	Puerto Napo
Arenas Silíceas	Puerto Misahuallí
Ambar	Vía Puerto Napo a Misahuallí
Mármol	Vía Puerto Napo a Misahuallí

**Fuente:** (GAD Municipal de Tena, 2014)

**Elaborado por:** La Autora

## Suelo

En el cantón Tena existen 3 tipos de suelos: 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 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 2** Tipos de suelo Parroquia Tena

<b>TIPO DE SUELO</b>	<b>% COBERTURA</b>
Inceptisoles	73,88%
Entisoles	13,23%
Histosoles	12,89%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** (GAD Municipal de Tena, 2014)

**Elaborado por:** La Autora

### b. Medio biótico

#### Flora

La privilegiada ubicación del cantón Tena le otorga una distribución de ecosistemas, que van desde los páramos de almohadillas de los 4000 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. Siendo uno de los indicadores más importantes de la biodiversidad en la provincia de Napo y dentro de ella en el cantón Tena es la presencia de flora endémica es decir propia de la zona.

**Cuadro 2** Flora de la Parroquia Tena

N°	NOMBRE COMÚN	NOMBRE CIENTÍFICO	FAMILIA
1	Achiote silvestre	<i>Bixa cattapa</i>	BIXACEAE
2	Albahaca	<i>Hyptis sp.</i>	LAMIACEAE
3	Aliputu, ceibo	<i>Ceiba saumauma</i>	BOMBACEAE
4	Amiruca	<i>Psychotria viridis</i>	RUBIACEAE
5	Anona	<i>Rollinia mucosa</i>	ANNONACEAE
6	Araña kaspi	<i>CorDÍA nodosa</i>	BORAGINACEAE
7	Arbol suicida	<i>Tachygali sp.</i>	FABACEAE
8	Arus muyu	<i>Cupania sp.</i>	SAPINDACEAE
9	Asuchij	<i>Triplaris sp.</i>	POLIGONACEAE
10	Auru iru, caña agria	<i>Costus sp.</i>	COSTACEAE
11	Awano	<i>Swietenia macrophylla</i>	MELIACEAE
12	Ayawasa	<i>Banisteriopsis caapi</i>	MALPHIGACEAE
13	Batea	<i>Cabrlea canjerana</i>	MELIACEAE
14	Biyu panga	<i>Calathea sp.</i>	MARANTACEAE
15	Borojo	<i>Borojoa sp.</i>	RUBIACEAE
16	Bulanti, ojo de venado	<i>Mucuna sp.</i>	FABACEAE
17	Capirona	<i>Calycophyllum spruceanum</i>	RUBIACEAE
18	Carawaska, verraquillo	<i>Rollinia sp.</i>	ANNONACEAE
19	Cedro	<i>Cedrela odorata</i>	MELIACEAE
20	Ceibo	<i>Pochota sp.</i>	BOMBACEAE
21	Chonta duro	<i>Bactris gasipaes</i>	ARECACEAE
22	Chuchu sisa	<i>Drymonia sp.</i>	GESNERIACEAE
23	Chucu, mambla	<i>Erytrina ulei</i>	FABACEAE
24	Chugri yuyu	<i>Kalanchoe pinnata</i>	CRASSULACEAE
25	Chuto, pechiche	<i>Vitex cmosa</i>	VERBENACEAE
26	Culichij	<i>Acalyfa sp.</i>	EUPHORBIACEAE
27	Damoha	<i>Heliocarpus americanus</i>	TILIACEAE
28	Frutepan	<i>Artocarpus altilis</i>	MORACEAE
29	Guarango	<i>Acacia sp.</i>	FABACEAE
30	Guayaba	<i>Psidium guayaba</i>	MYRTACEAE
31	Guayaba agria	<i>Psidium sp.</i>	MYRTACEAE
32	Guayusa	<i>Ilex guayusa</i>	AQUIFOLIACEAE
33	Guineo, orito	<i>Musa sp.</i>	MUSACEAE
34	Higueron	<i>Ficus sp.</i>	MORACEAE
35	Isla tocota	<i>Guarea guidonia</i>	MELIACEAE
36	Kili	<i>Wittinia maynensis</i>	ARECACEAE
37	Kindi sisa	<i>Policourea semirasa</i>	RUBIACEAE
38	Kutun, balsa	<i>Ochroma pyramidale</i>	BOMBACEAE
39	Limon	<i>Citrus limomum</i>	RUTACEAE
40	Lisan, paja toquilla	<i>Carludovica palmata</i>	CYCLANTACEAE
41	Llantias, pumamaqui	<i>Shefflera morototoni</i>	ARALIACEAE
42	Malagri panga	<i>Siparuna sp.</i>	MONIMIACEAE
43	Mangallpa cachij	<i>Inga multinervis</i>	FABACEAE
44	Mani de arbol	<i>Caryodendron orinocense</i>	EUPHORBIACEAE
45	Marpindo rojo	<i>Cordolyne terminalis</i>	LILIACEAE
46	Matiri, cojojo	<i>Clavija procera</i>	TEOSPRASTACEAE
47	Millonaria	<i>Dieffenbachia sp.</i>	ARACEAE
48	Mindal	<i>Simira sp.</i>	RUBIACEAE
49	Orquidea	<i>Sobralia sp.</i>	ORCHIDACEAE
50	Pachaco	<i>Schizolobium parayba</i>	FABACEAE
51	Palo santo, animi	<i>Protium sp.</i>	BURSERACEAE
52	Palta, aguacate	<i>Persea americana</i>	LAURACEAE
53	Pamba tocota	<i>Guarea kunthiana</i>	MELIACEAE
54	Papanku	<i>Cyclanthus bipartitus</i>	CYCLANTACEAE

N°	NOMBRE COMÚN	NOMBRE CIENTÍFICO	FAMILIA
54	Papanku	<i>Cyclanthus bipartitus</i>	CYCLANTACEAE
55	Papaya chini	<i>Urtica sp.</i>	URTICACEAE
56	Paso	<i>Gustavia macarenensis</i>	LECYTHIDACEAE
57	Pata de vaca	<i>Bahunia tarapotensis</i>	FABACEAE
58	Peine de mono	<i>Apeiba aspera</i>	TILIACEAE
59	Picaungu	<i>Pourouma minor</i>	MORACEAE
60	Pilchi, calabaza	<i>Crescentia cujete</i>	BIGNONIACEAE
61	Pindo, caña brava	<i>Gynerium sagitatum</i>	POACEAE
62	Piton	<i>Grias neuberthii</i>	LECYTHIDACEAE
63	Puma muyu	<i>Casseea obovalis</i>	FLACOURTACEAE
64	Puma panga	<i>Calathea sp.</i>	MARANTACEAE
65	Pungara	<i>Garcinia macrophylla</i>	CLUSIACEAE
66	Pushiwa, pambil	<i>Iriarte deltoidea</i>	ARECACEAE
67	Sacha patas	<i>Pachira sp.</i>	BOMBAC.
68	Sangre de drago	<i>Corton lechleri</i>	EUPHORB.
69	Sapote	<i>Matisia cordata</i>	BOMBAC.
70	Shiguangu panga	<i>Renealmia sp.</i>	ZINGEBER.
71	Sindi	<i>Prunus sorbilis</i>	ROSACEAE
72	Tamburo	<i>Vochysia sp.</i>	VOCHYSIAC.
73	Tulan, platanillo	<i>Heliconia aemygdíAna</i>	HELICONEACEAE
74	Uchu putu, ceibo	<i>Ceiba pentandra</i>	BOMBACEAE
75	Uña de gato	<i>Uncaria guianensis</i>	RUBIACEAE
76	Uva de monte	<i>Pourouma cecropiifolia</i>	MORACEAE
77	Wambula	<i>Minquartha guianensis</i>	OLACACEAE
78	Wapa, doncel	<i>Virola sp.</i>	MYRISTICAESE
79	Yutzo grande	<i>Phitecelobium sp.</i>	FABACEAE
80	Yutzo, chiparro	<i>Calliandra angustifolia</i>	FABACEAE
81	Zarzaparrilla	<i>Smilax sp.</i>	LILIACEAE

**Fuente:** (Dirección de Comunicación/Ministerio Coordinador de Patrimonio, 2012)

**Elaborado por:** La Autora

## Fauna

El clima cálido del Piso Tropical Oriental, la humedad, la exuberante vegetación y otras condiciones ecológicas han propiciado hábitats variados en donde prolifera una gran diversidad de especies animales.

Es importante destacar que este piso forma parte de la provincia Biogeográfica Amazónica, caracterizada principalmente por su alta biodiversidad. Este piso es el más diverso de todos, en él habitan más de 1943 especies de vertebrados, siendo las aves y los peces. (Albuja, Almendariz, Barriga, Montalvo, Cáceres, & Román, 2012)

Las especies de fauna más representativas del cantón Tena, son las que se exponen en el cuadro.

**Cuadro 3** Inventario de Mamíferos de la Parroquia Tena

N°.	NOMBRE COMÚN	NOMBRE CIENTÍFICO	FAMILIA
1	Armadillo Gigante	<i>Priodontes maximus</i>	DASYPODIDAE
2	Cabeza de mate	<i>Eira barbara</i>	MUSTELIDAE
3	Capibara	<i>Hydrochoerus hydrochaeris</i>	CAVIIDAE
4	Cosumbo	<i>Potos Flavus</i>	PROCYONIDAE
5	Guanta	<i>Cuniculus paca</i>	CUNICULIDAE
6	Jaguar undi	<i>Puma yagouaroundi</i>	FELIDAE
7	Mono araña	<i>Ateles bel zebuth</i>	ATELIDAE
8	Mono chichico	<i>Saguinus nigricollis</i>	CALLITRICHIDAE
9	Mono chorongó	<i>Lagothrix lagotricha</i>	ATELIDAE
10	Mono nocturno	<i>Aotus vociferans</i>	AOTIDAE
11	Mono capuchino	<i>Cebus albifrons</i>	CEBIDAE
12	Murciélagó	<i>Eptesicus brasiliensis</i>	VESPERTILIONINAE
13	Nutria	<i>Lontra longicaudis</i>	MUSTELIDAE
14	Oso de anteojos	<i>Tremarctos ornatus</i>	URSIDAE
15	Oso hormiguero	<i>Myrmecophaga tridactyla</i>	MYMECOPHAGIDAE
16	Puma	<i>Puma concolor</i>	FELIDAE
17	Sahino	<i>Pecari Tajacu</i>	TAYASSUIDAE
18	Tapir	<i>Tapirus terrestris</i>	TAPIRIDAE
19	Tigrillo	<i>Leopardus pardalis</i>	FELIDAE
20	Venado	<i>Mazama americana</i>	CERVIDAE

**Fuente:** (Albuja, Almendariz, Barriga, Montalvo, Cáceres, & Román, 2012)

**Elaborado por:** La autora

**Cuadro 4** Inventario de Reptiles de la Parroquia Tena

N°.	NOMBRE COMÚN	NOMBRE CIENTÍFICO	FAMILIA
1	Anaconda	<i>Eunectes murinus</i>	BOIDAE
2	Boa	<i>Boa constrictor</i>	BOIDAE
3	Caimán enano	<i>Paleosuchus trigonatus</i>	ALLIGATORIDAE
4	Caimán negro	<i>Melanosochus niger</i>	ALLIGATORIDAE
5	Caiman de anteojos	<i>Caiman crocodilus</i>	ALLIGATORIDAE
6	Culebra Ciega	<i>Blanus cienereus</i>	AMPHISBAENIDAE
7	Equis	<i>Bothrops atrox</i>	VIPERIDAE
8	Falsa coral Amazonica	<i>Oxyrhopus petola digitalis</i>	COLUBRIDAE
9	Lagartija grande	<i>Tupinambis teguixin</i>	TEIIDAE
10	Serpiente Chonta	<i>Clelia clelia</i>	DIPSADIDAE

**Fuente:** (Albuja, Almendariz, Barriga, Montalvo, Cáceres, & Román, 2012)

**Elaborado por:** La autora

**Cuadro 5** Inventario de Anfibios de la Parroquia Tena

N°.	NOMBRE COMÚN	NOMBRE CIENTÍFICO	FAMILIA
1	Sapo Gigante	<i>Bufo marinus</i>	BUFONIDAE
2	Rana Cua	<i>Hyla palmipes</i>	HYLIDAE
3	Rana Gualag	<i>Leptodactylus pentadactylus</i>	LEPTODACTYLIDAE
4	Cutín Amazónico	<i>Prismantisalt amazonicus</i>	STRABOMANTIDAE
7	Salmandra ecuatoriana	<i>Bolitoglossa equatoriana</i>	PLETHODONTIDAE
8	Salmandra palmeada	<i>Bolitoglossa palmeada</i>	PLETHODONTIDAE
9	Salmandra Amazónica	<i>Bolitoglossaalt amazónica</i>	PLETHODONTIDAE
10	Cecilia Oriental	<i>Caecilia orientalis</i>	CAECILIDAE

**Fuente:** (Albuja, Almendariz, Barriga, Montalvo, Cáceres, & Román, 2012)

**Elaborado por:** La autora

**Cuadro 6** Inventario de Aves de la parroquia Tena

Nº.	NOMBRE COMÚN	NOMBRE CIENTÍFICO	FAMILIA
1	Águila arpía	<i>Harpia harpyja</i>	ACCIPITRIDAE
2	Águila pescadora	<i>Pandion haliaetus</i>	PANDIONIDAE
3	Chachala cajas peada	<i>Ortalis guttata</i>	CRACIDAE
4	Colibrí ermitaño barbiblanco	<i>Phaethornis hispidus</i>	TROCHILIDAE
5	Colibrí ermitaño piquirrecto	<i>Phaethornis bourcieri</i>	TROCHILIDAE
6	Colibrí ermitaño rojizo	<i>Phaethornis ruber</i>	TROCHILIDAE
7	Gallinazo negro	<i>Coragyps atratus</i>	CATHARTIDA
8	Gallo de la peña	<i>Rupicola</i>	COTINGIDAE
9	Garrapatero	<i>Crotoph agaani</i>	CUCULIDAE
10	Gavilán sabanero o caminero	<i>Buteo magnirostris</i>	ACCIPITRIDAE
11	Gaviotín amazónico	<i>Sternas uperciliaris</i>	STERNIDAE
12	Halcón caza murciélagos	<i>Falcoru figularis</i>	FALCONIDAE
13	Jacanacarun culada	<i>Jacana jacana</i>	JACANIDAE
14	Guacamayo	<i>Ara macao</i>	CRACIDAE
15	Guacamayo azuliamarillo	<i>Ara ararauna</i>	COLUMBIDAE
16	Loro de cabeza azul	<i>Pionus menstruus</i>	ANATIDAE
17	Loro Verde	<i>Amazona sp</i>	PSITTACIDAE
18	Amazana Alinarnja	<i>Amazana amazonico</i>	PSITTACIDAE
19	Buho Cuscungo	<i>Bubo virginianus</i>	STRIGIDAE
20	Buho de Anteojos	<i>Pulsatrix perpicillata</i>	STRIGIDAE
21	Pava de monte	<i>Penelope jacquacu</i>	CRACIDAE
22	Perdizzafiro	<i>Geotrygons apherina</i>	COLUMBIDAE
23	Tijereta	<i>Elanoides forficatus</i>	ACCIPITRIDAE
24	Tortolita menuda	<i>Columbin aminuta</i>	COLUMBIDAE
25	Vencejo	<i>Reinardas quamata</i>	APODIDAE
26	Vencejo de morete	<i>Tachorniss quamata</i>	APODIDAE

**Fuente:** (Albuja, Almendariz, Barriga, Montalvo, Cáceres, & Román, 2012)

**Elaborado por:** La autora

### 5.3.2 Aspectos Climáticos

Según el (GADM-Tena, 2014) en la Amazonia ecuatoriana la precipitación es relativamente constante durante todo el año. Con sus 115.745 Km<sup>2</sup> la Región Amazónica Ecuatoriana constituye el 2% de la Cuenca del Amazonas, la misma que se divide en 2 zonas climáticas de acuerdo a la clasificación de Köppen: Amazónico Húmedo y Amazónico Semi-húmedo cuyas características típicas en ambos casos son temperaturas altas y abundantes precipitaciones a lo largo de todo el año, con una alta humedad relativa, lo cual ha permitido la existencia de una abundante vegetación.

Los principales parámetros climáticos del Cantón Tena son:

### a. Precipitación

En el Cantón Tena 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.

El promedio mensual, en la estación del antiguo aeropuerto del Tena, es de 275 mm<sup>3</sup> Los meses secos o de escasa de lluvias son: diciembre, enero y febrero; y el promedio mínimo de precipitaciones es de 219 mm<sup>3</sup>, registrado en el mes de febrero.

**Tabla 3** Precipitación Parroquia Tena

Nivel de Precipitación	Meses	Promedio Precipitación mm <sup>3</sup>
Mínimo	Diciembre, Enero, Febrero	219,0 mm <sup>3</sup>
Máximo	Abril. Mayo Junio Julio	462,8 mm <sup>3</sup>
Promedio	Enero – Diciembre	219,0 mm <sup>3</sup>

Fuente: (GAD Municipal de Tena, 2014)

Elaborado por: La autora

### b. Humedad relativa

De la información analizada 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 el Cantón Tena se tenga un valor medio mensual de 89,15%, lo que implica que la zona sea húmeda.

**Tabla 4** Humedad Relativa Parroquia Tena

Nivel de Humedad	Meses	% Humedad
Máxima	Marzo y Junio	90,27%
Mínima	Septiembre Octubre	87,83%
Promedio	Enero – Diciembre	89,15%

Fuente: (GAD Municipal de Tena, 2014)

Elaborado por: La autora

### c. Temperatura

Del análisis de los registros climatológicos de temperatura realizados por el GADM-Tena 2014, se puede destacar 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 el Cantón 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 5** Temperatura Parroquia Tena

Temperatura	°C
Máxima	28 °C
Mínima	9 °C
Promedio	25 °C

**Fuente:** (GAD Municipal de Tena, 2014)

**Elaborado por:** La autora

### 5.4 Tipo de Investigación

El desarrollo de la investigación se sustentó en el siguiente tipo de investigación:

#### **Investigación Exploratoria**

Se empleó este tipo de investigación para tener un primer acercamiento con el mercado, es decir, obtener una serie de antecedentes o datos que permitió ampliar los conocimientos del sector de transporte terrestre turístico.

Para llevar a cabo el estudio exploratorio, se aplicaron procedimientos de Observación Directa.

## **Investigación Descriptiva**

Con la aplicación de este tipo de investigación se obtuvo una información a detalle de las características de la demanda, oferta y la estructura legal y administrativa requerida para el estudio de mercado y la elaboración del Plan de Negocios. La indagación consistió en aplicar encuestas y entrevistas estructuradas con anterioridad a una muestra representativa de la población, con la finalidad de analizar minuciosamente los resultados y orientar la toma de decisiones.

## **Investigación de Campo**

La investigación de campo consistió en el análisis sistemático de problemas relacionados con el Transporte Terrestre turístico en el lugar de los hechos, con el propósito de describirlos, interpretarlos, explicar sus causas y efectos para obtener información de acuerdo con los objetivos planteados.

### **5.5 Determinar el Diagnóstico Situacional del Área de Estudio.**

#### **5.5.1 Levantamiento Situacional del Área de Estudio**

Para realizar el levantamiento situacional del área de estudio, se procedió de la siguiente forma:

- a. **Análisis Socioeconómico.-** Se realizó la compilación de la información necesaria para el análisis socioeconómico del área de estudio con base en los datos contenidos en el Plan de Ordenamiento Territorial de (GAD Municipal de Tena, 2014) y en el Fascículo Provincial Napo de (INEC, 2010). De los cuales se extrajo la información concerniente a las actividades generadas en el sector primario y el sector de Comercio y Servicios en el Cantón Tena las mismas que permiten el desarrollo de la economía local.

- b. **Actividades Económicas.-** Se recopiló información de las actividades económicas que se desarrollan en la parroquia Tena mediante investigación bibliográfica del Plan de Ordenamiento Territorial de (GAD Municipal de Tena, 2014) y en el Fascículo Provincial Napo de (INEC, 2010). Para lo cual se expuso la distribución de la Población Económicamente Activa distribuida por actividad en el sector primario, secundario, terciario y otras actividades no especificadas.
- c. **Red Vial.-** Se obtuvo información de del Plan de Ordenamiento Territorial de (GAD Municipal de Tena, 2014) y (Agencia Nacional de Tránsito, 2008) para conocer el estado de las vías y la red vial existente en la parroquia Tena, cantón Tena, provincia de Napo, los principales tramos de esta red que repercuten en la calidad de transporte exponiendo además el nivel de intervención necesario para que se logre la prestación de un servicio satisfactorio.

### **5.5.2 Análisis de Resultado de la Encuesta**

Para el desarrollo de este análisis se desarrolló el siguiente proceso:

#### **a. Población y Muestra**

Para realizar la encuesta y conocer la población existente en la población de la parroquia de Tena y realizar el cálculo de la muestra se cumplió el siguiente procedimiento.

- Se obtuvo información del fascículo Napo elaborado por(INEC, 2010) para conocer la población existente en la parroquia Tena.
- Se obtuvo información existente en el Boletín de Estadísticas Turísticas publicado por (MINISTERIO DE TURISMO, 2009-2014)
- Se elaboró una tabla con la población determinada para la aplicación de la encuesta.
- Se aplicó la fórmula para la obtención de una muestra representativa a la que se le aplicará la encuesta.

- Se procedió a aplicar la fórmula para determinar una muestra representativa a la que se aplicará

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

Dónde:

- Calculó la muestra de la investigación y se elaboró el cuadro correspondiente.

#### **b. Elaboración del Cuestionario de Encuesta**

**Definió el objeto de la encuesta:** tomando en cuenta el problema que es el extraer información sobre el transporte turístico en la parroquia Tena, se enfocó la encuesta con preguntas directas a los habitantes de la comunidad y turistas nacionales y extranjeros para verificar los impactos que tiene el transporte terrestre turístico en cada uno de ellos.

**Elaboración del cuestionario:** Se estructuró el cuestionario de encuesta con 10 preguntas cerradas, cuyo formato consta en la sección anexos 1.

#### **c. Trabajo de Campo**

Con base a los datos obtenidos en la encuestas se dieron las indicaciones respectivas para que las personas encuestadas puedan llenar el formulario con la información requerida y se aplicó el cuestionario a 156 personas entre turistas nacionales, turistas extranjeros y habitantes de la parroquia Tena.

#### **d. Procesamiento de Datos**

Luego de aplicar y recolectar los instrumentos de investigación, se procedió al procesamiento de los datos, para lo cual fue necesario la planificación y ejecución de las siguientes actividades:

- Tabulación de la información empírica
- Cuantificación de la frecuencia de los datos
- Obtención de porcentajes
- Elaboración de Gráficos Estadísticos con la información obtenida

#### **e. Análisis e Interpretación**

Procedió con el análisis cuantitativo y la interpretación cualitativa de la información obtenida y representada mediante gráficos estadísticos, la cual se redactó continuación de cada una de las preguntas formuladas y de su correspondiente representación estadística.

### **5.5.3 Levantamiento de Atractivos Turísticos de la Parroquia Tena.**

Para el levantamiento de Atractivos Turísticos, se cumplieron dos fases:

#### **a. Primera Fase: Categorización de los Atractivos Turísticos**

En esta fase se cumplieron cinco etapas:

- Se cumplió con la investigación bibliográfica para definir, las categorías, tipos y subtipos a los que corresponden los atractivos turísticos de acuerdo a la metodología establecida por (Ministerio de Turismo, 2009)
- Se realizó trabajo de campo que consistió en la verificación in situ, de los atractivos turísticos existentes en la parroquia

- Se categorizaron los atractivos turísticos existentes en la parroquia Tena, ordenando y clasificando los sitios naturales y las manifestaciones culturales.
- Se registró la información en las fichas individuales de Inventario Turístico de cada atractivo.
- Se elaboró el cuadro de resumen de los sitios naturales y manifestaciones culturales que fueron registrados en el inventario turístico del trabajo investigativo

#### **b. Segunda Fase: Evaluación y Jerarquización**

Se cumplieron tres etapas:

- Se realizó la evaluación de los sitios naturales y manifestaciones culturales considerando la calidad, apoyo y significado de acuerdo a lo estipulado por (Ministerio de Turismo, 2009)
- Considerando la evaluación realizada en la etapa anterior se asignó a cada uno de los atractivos turísticos una jerarquía.
- Se registró la información en las fichas individuales de Inventario Turístico de cada atractivo.

## **5.6 Elaborar el plan de negocios, mediante el estudio de mercado, para proponer la creación de la Compañía de Transporte Terrestre Turístico Transs Gisel Tour Cía. Ltda.**

Para el desarrollo de este objetivo se aplicaron los siguientes métodos y técnicas: método analítico, para conocer los problemas relacionados con el transporte terrestre turístico que se producen en la zona de estudio; método descriptivo para recopilar información referente a la oferta y demanda de este servicio, así como también datos estadísticos de número de turistas que visitan a la zona de estudio.

La descripción de la metodología empleada en cada una de las fases de elaboración del plan de negocios es la que a continuación se describe

### **5.6.1 Descripción del Negocio**

Los elementos considerados en la descripción del negocio fueron la misión, visión y objetivos estratégicos que describen la filosofía empresarial con la que será creada La Compañía de Transporte Terrestre Turístico Transs Gisel Tour Cía. Ltda, Adicionalmente se realizó una matriz FODA que permitió analizar la situación competitiva, considerando el ambiente interno y externo en el que se desenvolverá la empresa.

### **5.6.2 Posicionamiento**

Para determinar el posicionamiento La Compañía de Transporte Terrestre Turístico Transs Gisel Tour Cía. Ltda, Se consideraron lo siguientes factores:

#### **a. Diferenciación**

En la que se resaltan las características del servicio prestado por la empresa, sustanciales o simplemente accesorias, que pueden contribuir a que éste sea percibido como único, para lo cual se realizó una descripción de las unidades elegidas para prestar el servicio de transporte terrestre turístico y su implementación en cuanto a su equipamiento interno, así como los atributos externos de cada una de las unidades.

#### **b. Plaza**

Se describen los canales de distribución directos e indirectos mediante los cuales se comercializarán los servicios de La Compañía de Transporte Terrestre Turístico Transs Gisel Tour Cía. Ltda.

#### **c. Oferta**

Para la determinación de la oferta se obtuvo información de los catastros existentes en Ministerio de Turismo, Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Tena y Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Napo. Para lo cual se consideraron como factores determinantes la competencia directa e indirecta existente, los productos sustitutos y los proveedores de servicios complementarios.

#### **d. Demanda**

Se analizaron dos aspectos de la demanda por un lado se consideraron todas las operadoras de turismo registradas en Ministerio de Turismo en la Provincia de Napo con base en el catastro registrado en este organismo para el año 2015.

### **5.6.3 Nichos de Mercado**

Para la determinación del Nicho de mercado de acuerdo al criterio de (Kotler & Armstrong, 2008) se consideraron la segmentación de mercado, el mercado meta y el mercado potencial.

### **5.6.4 Análisis de Precios**

Debido a que el servicio es ofertado por algunas empresas de Transporte Turístico Terrestre, se determinan los precios al margen de los que se encuentran en el mercado y están ofertados por la competencia, los precios que ofertará a sus clientes en el mercado; para este proceso se toma como referencia los costos de los productos a ofertar por la empresa en base a los costos establecidos por tres empresas competidoras, se aplicó el promedio de los precios de estas empresas. Para establecer el precio de los servicios de la Compañía de Transporte Terrestre Turístico Transs Gisel Tour Cía. Ltda.

### **5.6.5 Costo de Producción y Ventas**

Dentro del análisis del costo de producción y ventas se realizó el presupuesto correspondiente al período 2015 de la Compañía de Transporte Terrestre Turístico Transs Gisel Tour Cía. Ltda, Los presupuestos elaborados fueron: Presupuesto de Ventas y Presupuesto de Inversión.

### **5.6.6 Análisis de Costos y Gastos**

El análisis de costos y gastos comprendió los costos fijos y variables derivados de la constitución y creación de la Compañía de Transporte Terrestre Turístico Transs Gisel Tour Cía. Ltda.

### **5.6.7 Organización Administrativa**

En la organización administrativa se consideró la elaboración del organigrama estructural y funcional de la Compañía de Transporte Terrestre Turístico Transs Gisel Tour Cía. Ltda, describiendo además el perfil requerido para cada puesto y las funciones asignadas.

### **5.7 Determinar la estructura para la creación de la Compañía de Transporte Terrestre Turístico Transs Gisel Tour Cía. Ltda.**

Para determinar la estructura de la creación de la Compañía de Transporte Terrestre Turístico Transs Gisel Tour Cía. Ltda., Se estimó necesario determinar la estructura Legal y la Estructura Administrativa de la Compañía.

La estructura legal para el transporte terrestre turístico se basa en el siguiente marco legal:

- Ley Orgánica de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial
- Reglamento del Transporte Terrestre Turístico del Ecuador

Dentro de la estructura legal se determinaron los requerimientos solicitados por todos los organismos rectores del Transporte Terrestre Turístico, estos son:

- ✓ Agencia Nacional de Tránsito
- ✓ Ministerio de Turismo
- ✓ Servicio de Rentas Internas

La estructura Administrativa de la compañía comprende la organización y requisitos que deben cumplirse para la existencia de la Compañía de Responsabilidad Limitada, con base a lo que determina la legislación ecuatoriana.

## **5.8 Organizar la socialización del Plan de Negocios con los miembros de la Compañía de Transporte Terrestre Turístico Transs Gisel Tour Cía. Ltda.**

Para dar cumplimiento al objetivo se desarrolló el siguiente procedimiento:

- Planeación del evento de socialización del Plan de Negocios
- Elaboración de lista de Asistentes
- Elaboración de diapositivas para la socialización del Plan de Negocios
- Coordinación de actividades con autoridades para el evento de socialización

Se emplearon como instrumentos de investigación el listado de asistente y las diapositivas a exponerse en el proceso de socialización.

## **F. RESULTADOS**

### **6.1 Determinar el Diagnóstico Situacional del Área de Estudio.**

#### **6.1.1 Levantamiento Situacional del Área de Estudio**

Para el levantamiento situacional del área de estudio se consideraron el análisis socioeconómico del cantón Tena, las actividades económicas que se desarrollan y la red vial con la que cuenta el cantón Tena.

##### **a. Análisis Socio Económico del Cantón Tena**

Debido a su privilegiada ubicación, el Cantón Tena cuenta con tierras productivas que permiten generar actividades desarrolladas con el uso de suelo sobre todo en las parroquias rurales que conforman el cantón. La PEA está distribuida con el 58% en la Ciudad de Tena y el 42% en el sector rural. El 49,8% de la PEA realiza actividades en el sector económico terciario, y dentro de este grupo el 9,6% corresponde a las actividades de comercio al por mayor y menor y el 4% relacionado a servicios turísticos.

El 51% de la población es joven, entre 1 a 19 años, por tanto son potenciales demandadores de puesto de trabajo, ofertas educativas, laborales y de especialización de acuerdo a las potencialidades locales, permitiendo mejorar los procesos de investigación y el desarrollo del Cantón.

De acuerdo a lo expuesto, es prioritaria la necesidad de facilitar el buen desarrollo de estas acciones a través de la dotación de servicios básicos que mejoren los estándares de calidad de los servicios turísticos y comerciales del cantón generadores de economía.

## b. Actividades Económicas que se desarrollan en el Cantón Tena

De acuerdo a los Censos de población y vivienda de 2001 y 2010. La distribución de la Población económicamente activa del cantón por ramas de actividad, se encuentra distribuida de la siguiente manera:

**Tabla 6** Distribución PEA

SECTOR	CANTIDAD	PORCENTAJE
<b>1: SECTOR PRIMARIO</b>		
Agricultura, Ganadería, Silvicultura y Pesca	8.771	35,8
Explotación de Minas y Canteras	217	0,9
<b>Sub total</b>	<b>8.988</b>	<b>36,6</b>
<b>2: SECTOR SECUNDARIO</b>		
Industrias manufactureras	948	3,9
<b>Sub total</b>	<b>948</b>	<b>3,9</b>
<b>3: SECTOR TERCIARIO</b>		
Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado	59	0,2
Distribución de agua, alcantarillado y desechos	50	0,2
Construcción	1.540	6,3
Comercio al por mayor y menor	2.364	9,6
Transporte y almacenamiento	742	3,0
Actividades de alojamiento y servicio de comidas	825	3,4
Información y comunicación	198	0,8
Actividades financieras y de seguros	99	0,4
Actividades inmobiliarias	15	0,1
Actividades profesionales científicas y técnicas	247	1,0
Actividades de servicios administrativos y de apoyo	497	2,0
Administración pública y defensa	1.981	8,1
Enseñanza	1.993	8,1
Actividades de la atención de la salud humana	558	2,3
Artes, entretenimiento y recreación	90	0,4
Otras actividades de servicios	309	1,3
Actividades de los hogares como empleadores	646	2,6
Actividades de organizaciones y órganos extraterritoriales	2	0,0
<b>SUB TOTAL</b>	<b>12.215</b>	<b>49,8</b>
<b>4: OTRAS NO ESPECIFICADAS</b>		
No declarada	1648	6,7
Trabajador nuevo	730	3,0
<b>SUB TOTAL</b>	<b>2378</b>	<b>9,7</b>
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>24526</b>	<b>100</b>

Fuente: (INEC, 2010)

Elaborado por: La Autora

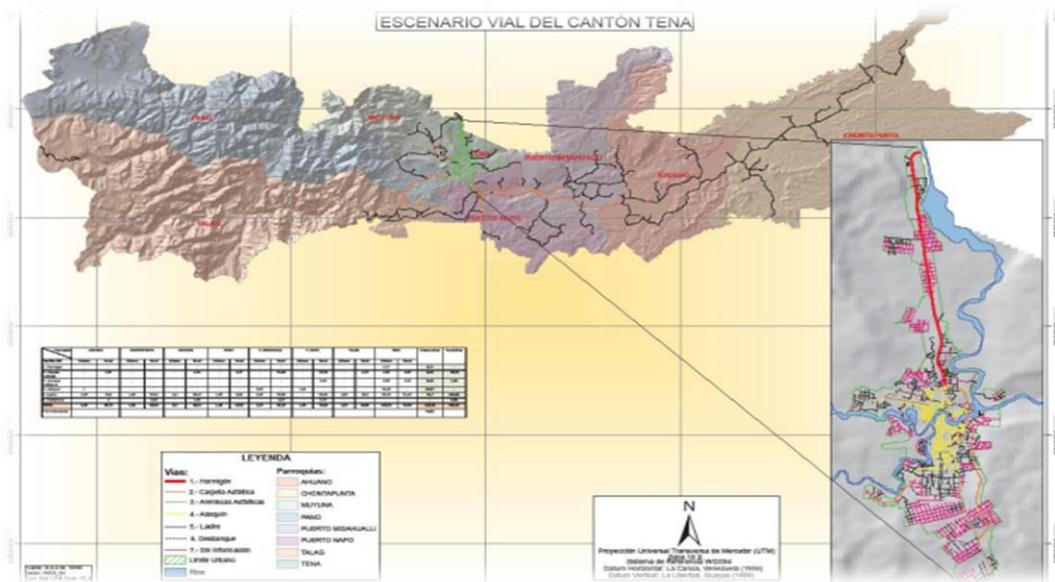
Al clasificar la actividad económica por rama de actividad principal, se aprecia que aquella de mayor importancia dentro del cantón es la agricultura, ganadería, silvicultura y pesca. La actividad de mayor proporción se realiza en el sector rural.

### c. Red Vial de Tena

Dentro del cantón 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 mantenimiento de los vehículos y consumo de combustibles fósiles. En la tabla siguiente se puede apreciar los tramos principales del sistema vial secundario su estado y el nivel de intervención que es necesario para que preste servicio satisfactorio.(GAD Municipal de Tena, 2012)

**Figura 5** Red Vial de Tena



**Fuente:** (GAD Municipal de Tena, 2014)

## 6.1.2 Análisis del Resultado de las Encuestas

### a. Población y Muestra

La población de investigación está constituida por los siguientes sujetos sociales:

**Tabla 7** Población de la Investigación

SECTOR INVESTIGADO	F
Turista Nacional	74.388
Turista Extranjero	21.763
Población parroquia Tena	33.934
<b>TOTAL</b>	<b>130.085</b>

Fuente: (INEC, 2010)

Elaborado por: La autora

Se aplicó la siguiente fórmula para determinar una muestra representativa a la que se aplicará

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

Dónde:

- n** = Tamaño de la muestra
- P.Q** = Constantes de varianza (0,25)
- N** = Tamaño de la población.
- E** = Error máximo admisible 8%
- K** = Coeficiente de correlación (2)
- N - 1** = Corrección paramétrica.

Los datos son los que a continuación se indican:

- n** = ?
- P.Q** = 0,25
- N** = 130.085
- E** = 8%
- K** = 2

Remplazando los datos en la formula, se obtiene:

$$n = \frac{(0,25)(130.085)}{(130.085 - 1) \frac{0,08^2}{2^2} + 0,25}$$

$$n = \frac{32.521,25}{(130.084) \frac{0,0064}{4} + 0,25}$$

$$n = \frac{32.521,25}{208,13 + 0,25}$$

$$n = \frac{32.521,25}{208,38} \quad n = 156,07$$

Por lo que se establece que deben aplicarse 156 encuestas a una muestra representativa del universo de la población.

**Tabla 8** Población Encuestada

SECTOR INVESTIGADO	NÚMERO DE ENCUESTAS
Turista Nacional	57
Turista Extranjero	16
Población parroquia Tena	83
<b>TOTAL</b>	<b>156</b>

Elaborado por: La autora

### b. Elaboración del Cuestionario de Encuesta

El cuestionario elaborado es el que consta en la sección Anexos 1.

### c. Trabajo de Campo

**Tabla 9** Distribución de Tiempo Trabajo de Campo Encuestas

Encuestas	Día 1	Día 2	Día 3	Total
Aplicadas	52	52	52	<b>156</b>
Responsable	Natalia Jácome	Natalia Jácome	Natalia Jácome	Natalia Jácome

Elaborado por: La autora

#### d. Procesamiento de Datos

Se realizó la tabulación de la información empírica obtenida de la aplicación de las 156 encuestas, y se realizó la respectiva cuantificación de la frecuencia de los datos, para la obtención de porcentajes con los que se elaboraron gráficos Estadísticos. Posteriormente estos datos fueron interpretados cuantitativa y cualitativamente.

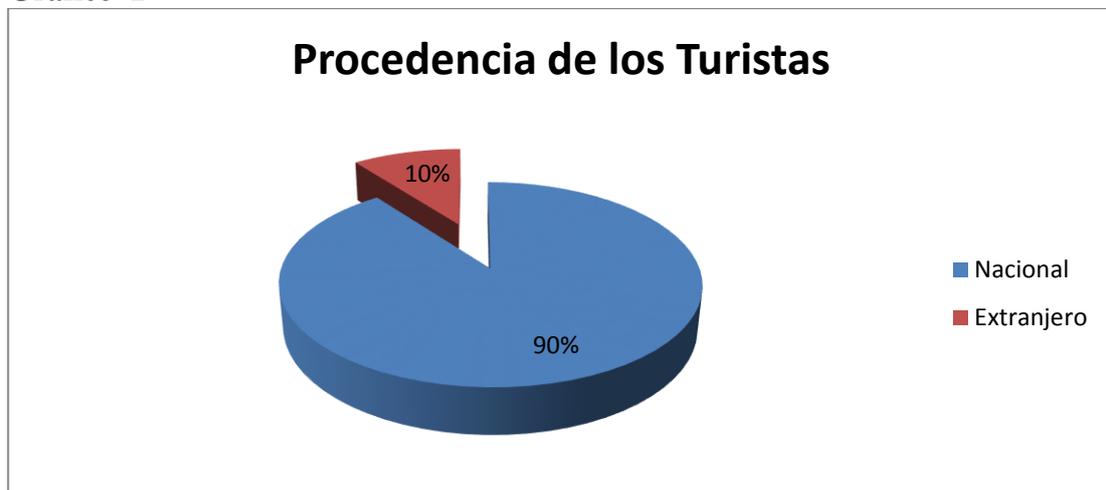
#### Pregunta 1: Procedencia de los Turistas

**Tabla 10** Procedencia de los Turistas

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nacional	140	90%
Extranjero	16	10%
<b>TOTAL</b>	<b>156</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: La autora

**Gráfico 1**



Elaborado por: La autora

**Interpretación:** De acuerdo al gráfico 1 se pudo determinar que el 90% de los encuestados es de procedencia nacional, el 10% es de procedencia extranjera.

Se interpreta entonces que la población encuestada es en su mayoría de procedencia nacional.

## Pregunta 2: ¿Bajo qué modalidad prefiere realizar sus viajes de turismo?

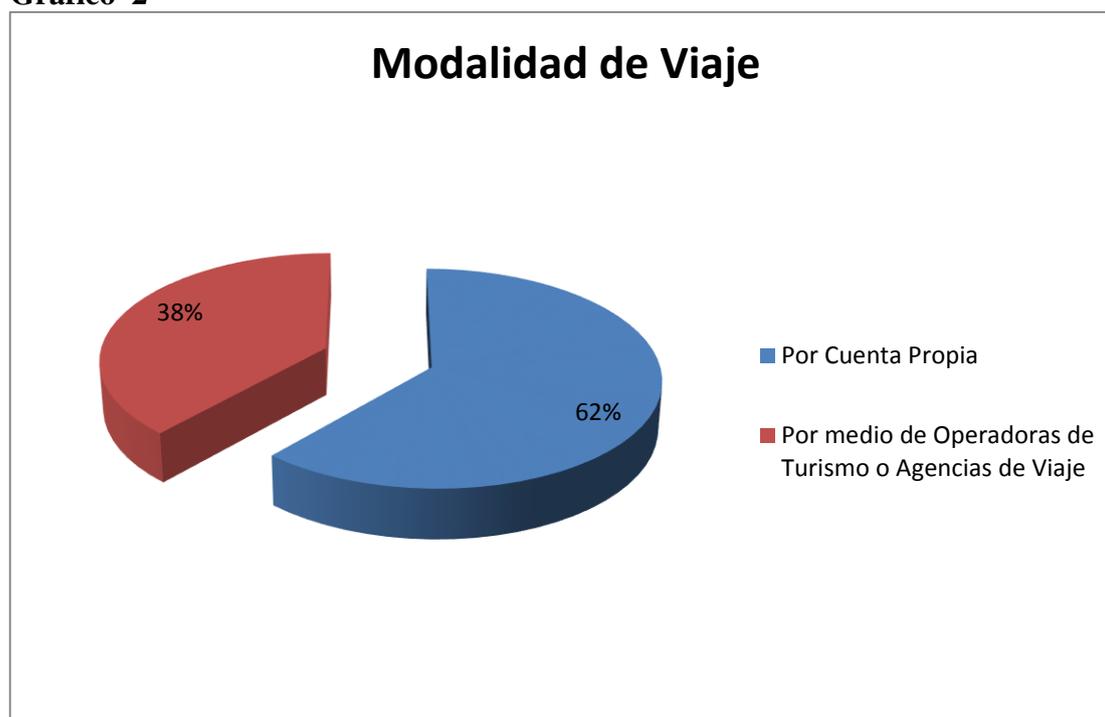
**Tabla 11** Modalidad de Viaje

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Por Cuenta Propia	96	62%
Por medio de Operadoras de Turismo o Agencias de Viaje	60	38%
<b>TOTAL</b>	<b>156</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora

**Gráfico 2**



Elaborado por: La autora

**Interpretación:** Al realizar la interpretación del gráfico 2, se estableció que el 62% de los encuestados respondió que prefiere realizar sus viajes de turismo por cuenta propia, el 38% tiene preferencia por las Operadoras de Turismo o Agencia de viajes para realizarlos.

Por lo que puede deducirse que aunque existe predominancia de los viajes realizados por cuenta propia, las operadoras de turismo o agencias de viajes cuentan con una importante acogida al momento de elegir la modalidad de viaje turístico.

**Pregunta 3: ¿Con qué frecuencia realiza viajes de turismo en el lapso de un año?**

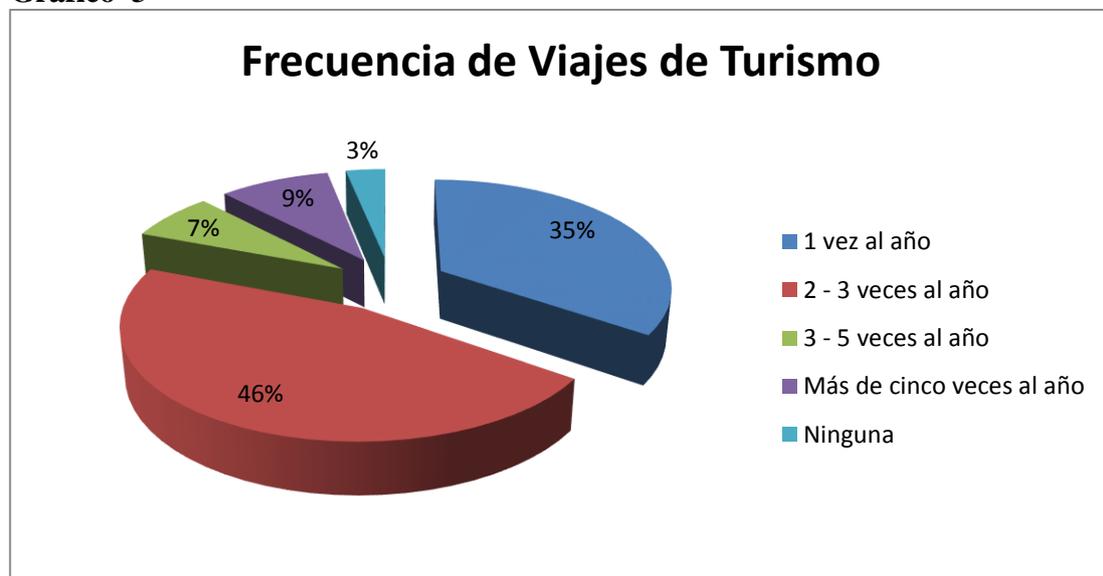
**Tabla 12** Frecuencia de viajes de turismo

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 vez al año	54	35%
2 - 3 veces al año	72	46%
3 - 5 veces al año	11	7%
Más de cinco veces al año	14	9%
Ninguna	5	3%
<b>TOTAL</b>	<b>156</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora

**Gráfico 3**



Elaborado por: La autora

**Interpretación:** Al interpretar el gráfico 3, se comprobó que el 46% de los encuestados respondió que realiza viajes de turismo de 2 a 3 veces por año, el 35% lo hace una vez al año, el 9% declaró hacerlo más de cinco veces al año, el 7% de 3 a 5 y el 3% manifestó que ninguna.

Por lo antes expuesto se deduce que la mayoría de encuestados realiza entre 1 y 5 viajes de turismo en el lapso de un año.

**Pregunta 4: Para sus viajes de turismo ¿Emplea usted el servicio de transporte terrestre turístico?**

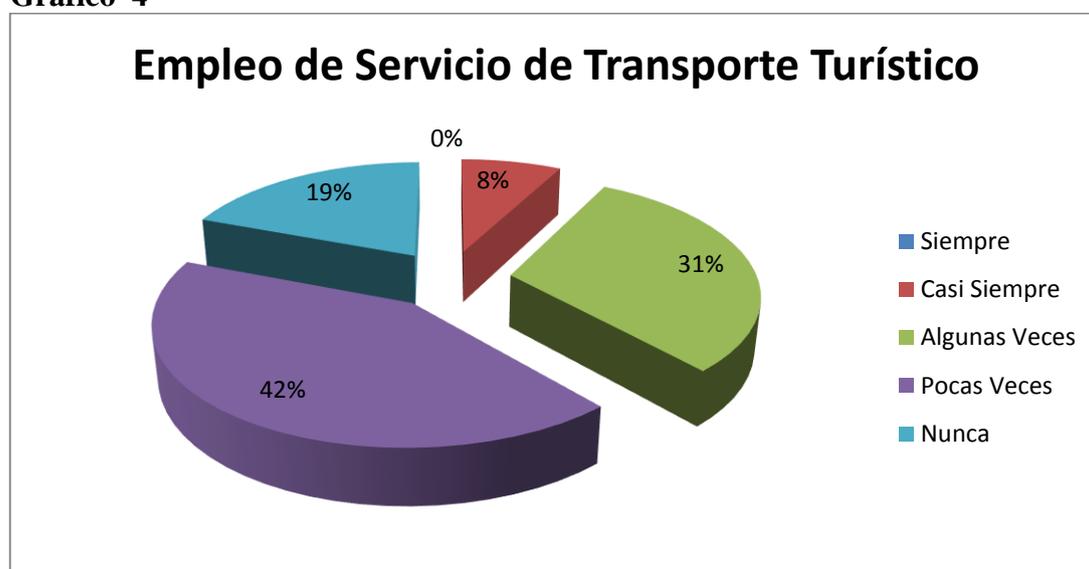
**Tabla 13** Empleo de Servicio de Transporte Turístico

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Siempre	0	0%
Casi Siempre	12	8%
Algunas Veces	48	31%
Pocas Veces	66	42%
Nunca	30	19%
<b>TOTAL</b>	<b>156</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora

**Gráfico 4**



Elaborado por: La autora

**Interpretación:** En el gráfico 4, las respuestas de los encuestados permitieron conocer que el 42% de los encuestados respondió que épocas veces emplea el servicio de transporte terrestre turístico en sus viajes de turismo, el 31% contestó que los hace algunas veces, el 19% que nunca lo hace y el 8% manifestó hacerlo casi siempre.

Se interpreta entonces que la población encuestada sí emplea el servicio de transporte terrestre turístico en sus viajes de turismo.

**Pregunta 5: ¿Qué factores considera más importantes al momento de contratar un servicio de transporte terrestre turístico?**

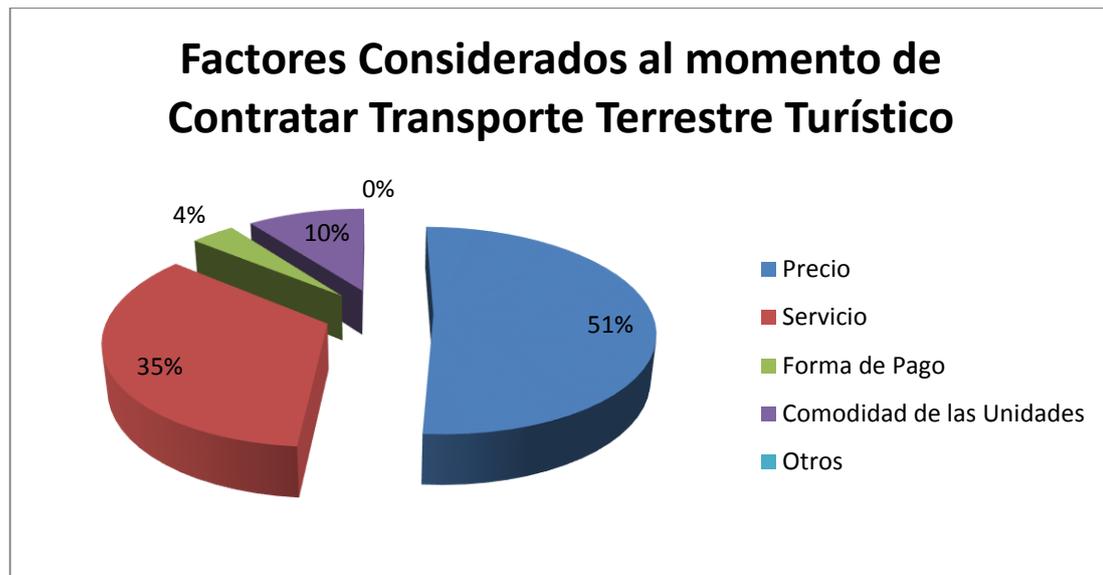
**Tabla 14** Factores Considerados al momento de Contratar Transporte Terrestre Turístico

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Precio	80	51%
Servicio	54	35%
Forma de Pago	6	4%
Comodidad de las Unidades	16	10%
Otros	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>156</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora

**Gráfico 5**



Elaborado por: La autora

**Interpretación** Lo expuesto en el gráfico 5 permitió establecer que el 51% de los encuestados respondió que el factor que considera más importantes al momento de contratar un servicio de transporte terrestre turístico es el precio, el 35% opinó que es el servicio, el 10% la comodidad de las unidades y el 4% la forma de pago.

Por lo que se determinó que los factores más importantes al momento de contratar el servicio de transporte terrestre turístico son el precio y el servicio.

**Pregunta 6: ¿Qué capacidad de vehículo consideras la más apropiada para los viajes de turismo?**

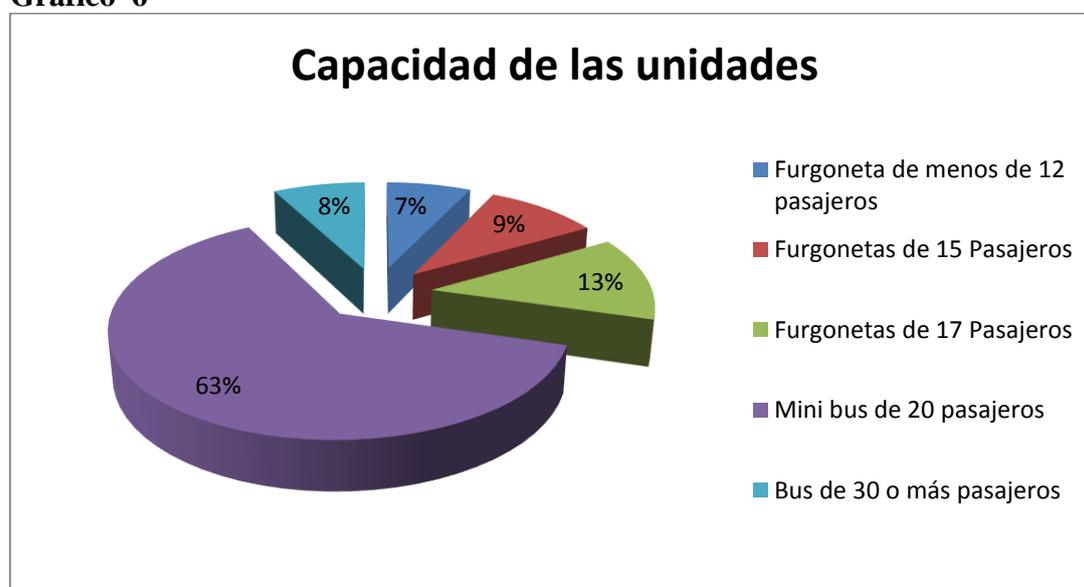
**Tabla 15** Capacidad de las Unidades

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Furgoneta de menos de 12 pasajeros	11	7%
Furgonetas de 15 Pasajeros	15	9%
Furgonetas de 17 Pasajeros	20	13%
Mini bus de 20 pasajeros	98	63%
Bus de 30 o más pasajeros	12	8%
<b>TOTAL</b>	<b>156</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora

**Gráfico 6**



Elaborado por: La autora

**Interpretación:** De la interpretación del gráfico 6 se desprende que el 63% de los encuestados consideró que la capacidad más apropiada para viajes de turismo es la que ofrecen los minibuses de 20 pasajeros, el 13% consideró que son las furgonetas de 17 pasajeros, el 9% las furgonetas de 15 pasajeros, el 8% los buses de 30 o más pasajeros y el 7% las furgonetas de menos de 12 pasajeros.

Se deduce entonces que las unidades con más aceptación entre los encuestados son los mini buses de 20 pasajeros.

**Pregunta 7: ¿Qué servicio considera usted que debe ser implementado preferentemente en las unidades de transporte terrestre turístico?**

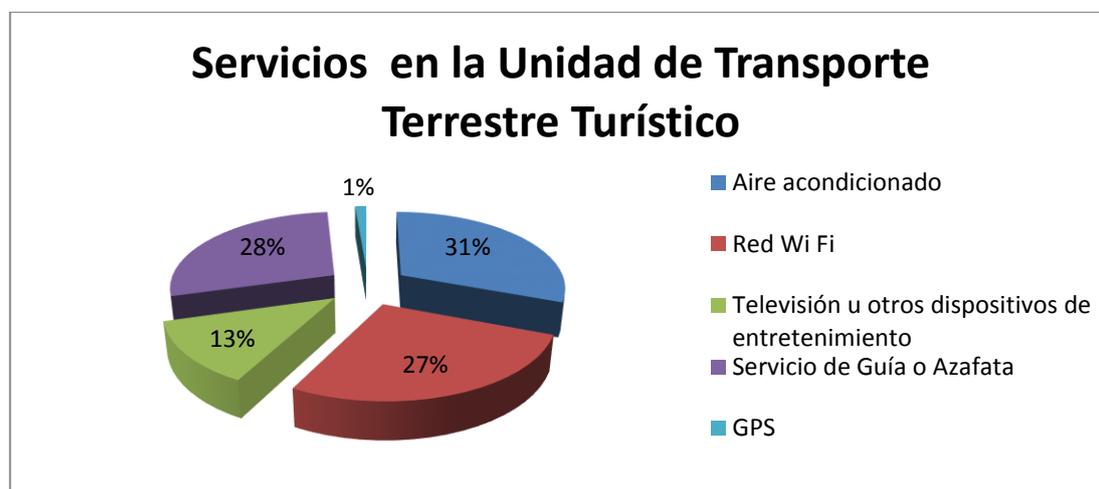
**Tabla 16** Servicios en la Unidad de Transporte Terrestre Turístico

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Aire acondicionado	48	31%
Red Wi Fi	42	27%
Televisión u otros dispositivos de entretenimiento	20	13%
Servicio de Guía o Azafata	44	28%
GPS	2	1%
<b>TOTAL</b>	<b>156</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora

**Gráfico 7**



Elaborado por: La autora

**Interpretación:** Mediante la interpretación del gráfico 7 se pudo estipular que el 31% de los encuestados consideró que el servicio más necesario a implementarse en la unidad de transporte terrestre turístico es el aire acondicionado, el 28% el servicio de guía o azafata en las unidades, el 27% la disponibilidad de una red wifi, el 13% la televisión u otros dispositivos de entretenimiento y el 1% el GPS.

. Se determinó que los servicios con mayor aceptación para implementarse en las unidades de transporte terrestre turístico son el aire acondicionado, el servicio de guía o azafata y la red wifi

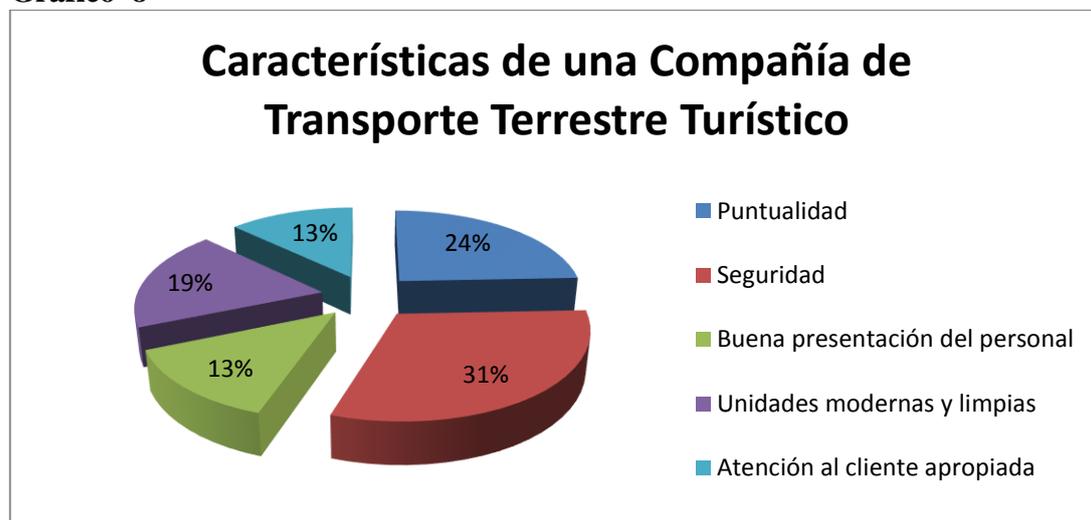
**Pregunta 8: De acuerdo a su criterio ¿Qué característica debe prevalecer en una compañía de transporte terrestre turístico para ofrecer un servicio de calidad a sus clientes?**

**Tabla 17** Características de una Compañía de Transporte Terrestre Turístico

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Puntualidad	38	24%
Seguridad	48	31%
Buena presentación del personal	21	13%
Unidades modernas y limpias	29	19%
Atención al cliente apropiada	20	13%
<b>TOTAL</b>	<b>156</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: La autora

**Gráfico 8**



Elaborado por: La autora

**Interpretación:** En el gráfico 8 se expone que el 31% de los encuestados consideró que la característica más importante en una compañía de transporte terrestre turístico es la seguridad, el 24% cree que es la seguridad, el 19% unidades modernas y limpias, el 13% la buena presentación del personal, un porcentaje similar la atención apropiada al cliente.

Por lo que se deduce que de acuerdo al criterio de los encuestados, todas las características enunciadas son importantes en una compañía de transporte terrestre turístico.

**Pregunta 9: ¿Estaría usted dispuesto a asignar un porcentaje de su presupuesto en viajes turísticos a la contratación de servicios de transporte turístico?**

**Tabla 18** Asignación de Presupuesto para transporte turístico

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Siempre	21	13%
Casi Siempre	57	37%
Algunas Veces	54	35%
Pocas Veces	24	15%
Nunca	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>156</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: La autora

**Gráfico 9**



Elaborado por: La autora

**Interpretación:** Al realizar la interpretación del gráfico 9, se considera que el 37% de los encuestados manifestó casi siempre estar de acuerdo en asignar un porcentaje de su presupuesto para la contratación de servicio de transporte terrestre turístico, el 35% consideró hacerlo algunas veces, el 15% hacerlo pocas veces y el 13% siempre.

Por lo que puede concluirse que los encuestados están dispuestos a asignar un porcentaje de su presupuesto en viajes turísticos para la contratación del servicio de transporte turístico.

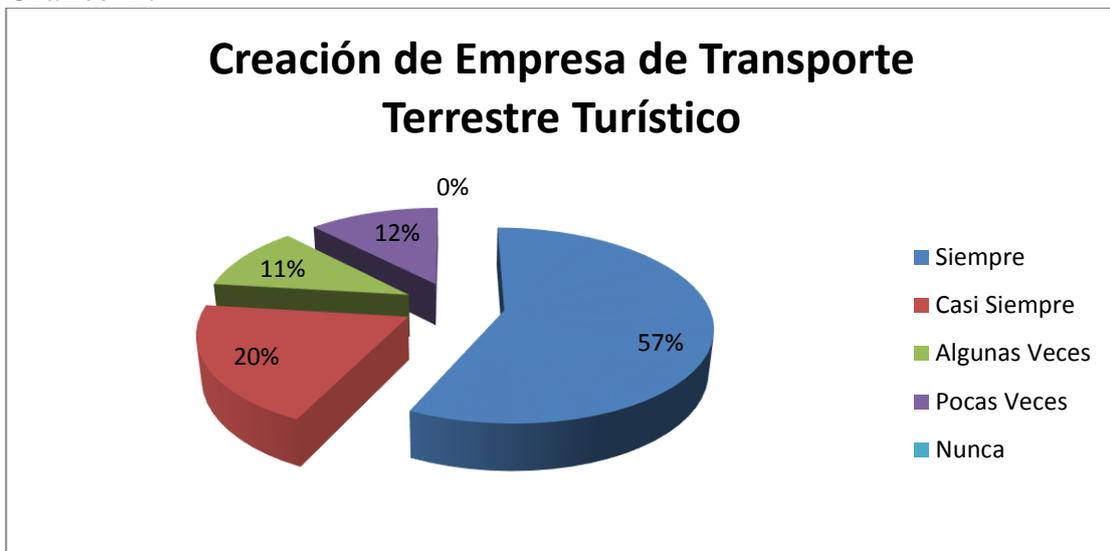
**Pregunta 10: ¿Cree usted que la creación de una empresa de transporte terrestre turístico en la parroquia matriz Tena, contribuirá al desarrollo turístico de la zona?**

**Tabla 19** Creación de Empresa de Transporte Terrestre Turístico

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Siempre	89	57%
Casi Siempre	31	20%
Algunas Veces	17	11%
Pocas Veces	19	12%
Nunca	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>156</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: La autora

**Gráfico 10**



Elaborado por: La autora

**Interpretación:** Con la interpretación del gráfico 10 se determinó que el 57% de los encuestados respondió considerar que siempre la creación de una empresa de transporte terrestre turístico contribuirá al desarrollo turístico de la zona, el 20% respondió casi siempre, el 12% pocas veces y el 11% algunas veces.

Se estipula entonces que la creación de una empresa de transporte terrestre turístico contribuirá al desarrollo turístico de la zona.

### **6.1.3 Levantamiento del Inventario Turístico de la Parroquia Tena**

#### **a. Primera Fase: Categorización de los atractivos turísticos**

Para cumplir con la fase de Categorización de los atractivos turísticos, se empleó la metodología propuesta por (Ministerio de Turismo, 2009), y la propuesta metodológica de (Instituto Nacional de Patrimonio Cultural, 2014) para lo cual se dividió los atractivos en dos grandes grupos:

- Sitios Naturales: Atractivos de valor paisajístico y reservas de flora y fauna.
- Manifestaciones Culturales: Conjunto de atractivos con un valor artístico, histórico y monumental.

Cada grupo a su vez se subdivide en tipos y subtipos, lo que permitió agrupar de forma más homogénea los diferentes elementos que pueden servir de base para la construcción de los diferentes productos y paquetes turísticos en el destino. El levantamiento consistió en identificación de cada uno de los atractivos turísticos del sector y su respectiva clasificación, la información detallada se recopiló, analizó y describió en fichas, de forma ordenada y con información real actualizada.

#### **Manifestaciones Culturales**

Con base en la metodología de (Instituto Nacional de Patrimonio Cultural, 2014) se realizó el levantamiento de las manifestaciones culturales existentes en la parroquia Tena, cuyas fichas se incluyen en la sección anexos. (Anexo 2-6)

#### **Sitios Naturales**

Se realizó el levantamiento de atractivos turísticos de acuerdo a lo que establece (Ministerio de Turismo, 2009), cuyas fichas se incluyen en la sección anexos (Anexo 7-16). Determinándose que existen dentro de la parroquia Tena 10 sitios naturales

**Cuadro 7** Manifestaciones Culturales de la Parroquia Tena

N°	NOMBRE	CATEGORÍA	REFERENCIA
1	Leyenda de Pano y Tena	Tradiciones y Expresiones Orales	Anexo 2
2	Elección de Waysa Warmi	Artes del Espectáculo	Anexo 3
3	Festividades del cantón Tena	Usos Sociales, Rituales y Actos Festivos.	Anexo 4
4	Complejo Turístico Jumandi	Conocimientos y usos del universo y la naturaleza	Anexo 5
5	Artesanía Kichwa	Técnicas Artesanales Tradicionales	Anexo 6

Elaborado por: La autora

### Sitios Naturales existentes en la parroquia Tena

**Cuadro 8** Sitios Naturales de la Parroquia Tena

N°.	NOMBRE	TIPO	ACTIVIDADES	REFER.
1	Isla del Amor	Río	Tubbing Kayaking Actividades recreativas acuáticas Fotografía Paisajística	Anexo 7
2	La Soga	Río	Tubbing Kayaking Actividades recreativas acuáticas Fotografía Paisajística	Anexo 8
3	Inchillaki	Río	Actividades recreativas acuáticas Fotografía Paisajística	Anexo 9
4	“Peñas Coloradas”	Río	Tubbing Kayaking Actividades recreativas acuáticas Fotografía Paisajística	Anexo 10
5	Chocita del Río	Río	Tubbing Kayaking Actividades recreativas acuáticas Fotografía Paisajística	Anexo 11
6	Mirador Muyuna	Mirador	Tubbing Actividades recreativas acuáticas Fotografía Paisajística	Anexo 12
7	Mirador El Calvario	Mirador	Tubbing Kayaking Actividades recreativas acuáticas Fotografía Paisajística	Anexo 13
8	Verde Cocha	Río	Canyoning o descenso Baños Fotografía Paisajística Caminata por bosque primario	Anexo 14
9	Latas	Cascada	Exploración de Cavernas	Anexo 15
10	Playa de los Monos	Río	Observación Paisajística Fotografía escénica Observación fauna Paseos en lancha	Anexo 17

Elaborado por: La autora

## **b. Segunda Fase: Evaluación y Jerarquización**

Los resultados de esta fase se registraron en las fichas de atractivos turísticos que constan en la sección Anexos. (Anexos 2 – 6)

### **6.2 Elaborar el plan de negocios, mediante el estudio de mercado, para proponer creación de la Compañía de Transporte Terrestre Turístico Transs Gisel Tour Cía. Ltda.**

#### **6.2.1 Descripción del Negocio**

El incremento de la demanda constituye un aspecto favorable para potenciar el servicio de transporte y mejorar la calidad de estos.

Entre las principales exigencias de los turistas nacionales y extranjeros en sus desplazamientos, se encuentran la calidad y los buenos precios, los mismos que han sido considerados como parte esencial del Plan de Negocios. Se debe considerar que en la mejora de la calidad del servicio de transporte ha influido también la fuerte competencia existente en este mercado que ha generado la necesidad de diferenciar sus servicios mediante reducción de costos y la oferta de una mayor calidad.

Surge así la idea de crear una empresa de transporte turístico que provea buses para pasajeros; con características que se adapten a la demanda turística nacional y extranjera que cubra rutas dentro y fuera del cantón Tena y en la Provincia de Napo,

La descripción de negocio de la Compañía de Transporte Terrestre Turístico Transs Gisel Tour Cía. Ltda, parte de la creación de una identidad corporativa con base en la planeación estratégica, para lo cual se analizaron los siguientes puntos: misión, visión, objetivos estratégicos y Matriz FODA.

### **a. Misión**

La misión delimita el campo de acción de la compañía y debe ser difundida en todos los niveles de la misma debido a que el accionar de cada una de las áreas esté encaminado a su cumplimiento.

Ser líderes en el servicio de transporte turístico en la Región Amazónica del Ecuador ofreciendo un servicio de calidad a los clientes, una fuente de trabajo estable a sus empleados, rendimientos atractivos para los accionistas y beneficios para la comunidad a la que pertenece la Compañía de Transporte Terrestre Turístico Transs Gisel Tour Cia. Ltda, con eficiencia, eficacia y efectividad.

### **b. Visión**

La visión permite una proyección futura de la Compañía de Transporte Terrestre Turístico Transs Gisel Tour Cía. Ltda, Dentro de un plazo determinado, la misma que obedece al siguiente enunciado:

“En los próximos 6 años la Compañía de Transporte Terrestre Turístico Transs Gisel Tour Cía. Ltda, Se habrá posicionado en el mercado turístico nacional como un referente de seguridad, mejoramiento continuo y excelencia en el servicio de transporte turístico terrestre”.

### **b. Objetivos Estratégicos**

- Lograr el posicionamiento de la empresa en el mercado nacional, como una empresa proveedora de servicio de transporte turístico, que contribuya al desarrollo del sector turístico en el Ecuador.
- Obtener un alto nivel de rentabilidad para la compañía
- Fortalecer la capacidad operativa de la empresa, con unidades de transporte modernas y equipadas con tecnología de punta.
- Seleccionar adecuadamente al personal y capacitarlo permanentemente.

### c. FODA

La elaboración de la matriz FODA comprende el análisis de las ventajas y las desventajas a las que se enfrenta la Compañía de Transporte Terrestre Turístico Trans Gisel Tour Cía. Ltda. En el medio interno y con relación al entorno. El medio interno presenta las fortalezas y debilidades existentes en el interior de la compañía, considerando su organización, su estructura y los recursos con los que cuenta. El medio externo expone las oportunidades y amenazas del entorno o medio externo relacionado con la competencia, las instituciones públicas y privadas del entorno, los proveedores y los clientes potenciales.

**Cuadro 9** Matriz FODA

<b>MEDIO INTERNO</b>	
<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Accionistas comprometidos con el mejoramiento continuo y la excelencia en el servicio</li> <li>• Unidades Modernas equipadas con tecnología de punta</li> <li>• Servicios de calidad y seguridad               <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Rastreo satelital</li> <li>✓ GPS</li> <li>✓ Wifi</li> </ul> </li> <li>• Talento humano capacitado para ofertar un servicio de calidad               <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Capacitación permanente</li> <li>✓ Perfil profesional adecuado</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Proceso de constitución de la Compañía aún sin concluir</li> <li>• No se han realizado estudios de mercado</li> <li>• Carencia de un Plan de Negocios</li> <li>• Inexistencia de una normativa interna o manual de funciones</li> <li>• Inexistencia de procesos que faciliten la consecución de permisos y consoliden la constitución de la compañía</li> </ul>
<b>MEDIO EXTERNO</b>	
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Competencia casi inexistente a nivel local, provincial y de la región amazónica</li> <li>• El transporte turístico es parte fundamental del sistema turístico</li> <li>• La demanda turística ha tenido un incremento considerable en los últimos años en la parroquia matriz Tena</li> <li>• Las Principales carreteras se encuentran en buenas condiciones de accesibilidad.</li> <li>• Reformas de ley que priorizan la vida y la naturaleza en el ejercicio del servicio de transportación turística</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La Compañía aún no cuenta con personería jurídica</li> <li>• Obstáculos en la concesión de permisos para compañías de transporte terrestre turístico en la Agencia Nacional de Tránsito</li> <li>• Falta de conocimiento de personal del GAD Municipal de Tena del proceso para la concesión de permisos</li> <li>• Competencia ilegal con empresas que prestan otro tipo de servicios (cooperativas de taxis, cooperativas de buses, transporte informal)</li> <li>• Falta de control policial a vehículos que transportan turistas dentro y fuera de la parroquia matriz Tena</li> </ul>

**Elaborado por:** La autora

## 6.2.2 Posicionamiento

### a. Diferenciación

La Compañía de Transporte Terrestre Turístico Transs Gisel Tour Cía. Ltda, optará por basar la diferenciación de servicios en la implementación de tecnología de punta en unidades modernas adecuadas a las necesidades de la demanda insatisfecha.

Las unidades con las que contará la compañía son las que se describen a continuación:

**Cuadro 10** Vehículos de la Compañía

CANTIDAD	TIPO DE VEHÍCULO	CAPACIDAD DE PASAJEROS	Modelo
4	Busetas Hyundai County	20	2015

**Elaborado por:** La Autora

**Fuente:** Accionistas Compañía de Transporte Terrestre Turístico Transs Gisel Tour Cía. Ltda.

Las busetas Hyundai County cuentan con un estilo sofisticado y único, que proyectan una imagen de armonía con extremos redondeados y líneas sencillas que crean un estilo futurista.

**Imagen 1** Busetas Hyundai County



**Fuente :** MERQUIAUTO

Para confort de los turistas los asientos con los que se encuentra equipada la furgoneta tienen un diseño ergonómico, estéticamente diseñados que ofrece comodidad al conductor y a los pasajeros.

### **Imagen 2** Equipamiento Interior



**Fuente:**MERQUIAUTO

El aire acondicionado está instalado para proveer en cada fila de asientos una salida individual de corriente con sus respectivos controles de regulación.

### **Imagen 3** Sistema de aire acondicionado



**Fuente:**MERQUIAUTO

Cada unidad contará además con ductos de aire acondicionado y lámparas de lectura para un viaje confortable y relajado.

**Imagen 4** Lámparas de lectura y ductos de aire



Fuente:MERQUIAUTO

Portamaletas interior, con amplio espacio para la comodidad de los pasajeros que portan equipaje de mano.

**Imagen 5** Portamaletas interior



Fuente:MERQUIAUTO

Con el fin de crear un posicionamiento firme en la mente de los usuarios mediante la creación de una imagen corporativa la Compañía de Transporte Terrestre Turístico Transs Gisel Tour Cía. Ltda, Empleará como instrumentos la Marca, el logotipo y el slogan, los mismos que guardan coherencia con la filosofía empresarial propuesta en el plan de negocios.

### **Marca**

La marca comercial de la Compañía es: “Transs Gisel Tour Cía. Ltda.”

## Logotipo

Dentro del diseño del logotipo se fusiona la marca y el logotipo que identifican a la empresa. El Logotipo creado tiene como base los colores empleados en la marca turística de Ecuador: “Ecuador ama la Vida” contrastando con el colibrí que es una de las aves emblemáticas de esta zona de la Amazonía, diseñado con los colores de la bandera de la provincia de Napo: amarillo, blanco, azul y rojo. Será empleado en la papelería, material publicitario, y como parte de la identidad corporativa de Compañía de Transporte Terrestre Turístico Transs Gisel Tour Cía. Ltda.

**Imagen 6** Logotipo Compañía de Transporte Terrestre Turístico “Transs Gisel Tour Cía. Ltda.”



**Elaborado por:** La autora

## Slogan

“Recorriendo el país que ama la vida”

## Paquetes Ofertados

**Tabla 20** Transfer Day

DURACIÓN	PAQUETE	RECORRIDO	TIEMPO	VALOR USD
2 Horas	PAQUETE 1	<b>Primera Parada</b> Iglesia Catedral de Tena Parque Intercultural Malecón Puente Atirantado  <b>Segunda Parada</b> Playa de los Monos (Puerto Misahuallí)  <b>Tercera Parada</b> (Mirador Av. Perimetral)	10 minutos 10 minutos 10 minutos 10 minutos  70 minutos  10 minutos	36,00
2 horas	PAQUETE 2	<b>Primera Parada</b> Parque Amazónico “La Isla”  <b>Segunda Parada</b> Cabañas Río Sol  <b>Tercera Parada</b> Malecón de la ciudad	60 minutos  40 minutos  20 minutos	36,00
2 horas	PAQUETE 3	Aeropuerto Ahuano – Hotel – Aeropuerto	120 minutos	36,00

Elaborado por: La autora

**Tabla 21** Transfer Night

DURACIÓN	PAQUETE	RECORRIDO	TIEMPO	VALOR USD
2 Horas	PAQUETE 1	<b>Primera Parada</b> Iglesia Catedral de Tena Parque Intercultural Malecón Puente Atirantado  <b>Segunda Parada</b> Playa de los Monos (Puerto Misahuallí)  <b>Tercera Parada</b> (Mirador Av. Perimetral)	10 minutos 10 minutos 10 minutos 10 minutos  70 minutos  10 minutos	36,00
2 horas	PAQUETE 2	<b>Primera Parada</b> Parque Amazónico “La Isla”  <b>Segunda Parada</b> Cabañas Río Sol  <b>Tercera Parada</b> Malecón de la ciudad	60 minutos  40 minutos  20 minutos	36,00
2 horas	PAQUETE 3	Aeropuerto Ahuano – Hotel Tena	120 minutos	36,00

Elaborado por: La autora

**Tabla 22** City Tour

DURACIÓN	PAQUETE	RECORRIDO	TIEMPO	VALOR USD
3 Horas	CITY TOUR TENA	Recorrido por los principales atractivos naturales y culturales de la ciudad de Tena, 6 paradas <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tres Atractivos Naturales</li> <li>• Tres Manifestaciones Culturales</li> </ul>	(30 minutos por atractivo)	69,00

Elaborado por: La autora

**Tabla 23** Full Day

DURACIÓN	PAQUETE	RECORRIDO	TIEMPO	VALOR USD
10 horas	PAQUETE 1	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tena - Aeropuerto Tababela</li> <li>• Aeropuerto Tababela-Tena</li> </ul>	5 horas 5 horas	145,00
10 horas	PAQUETE 2	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Traslado intercantonal ida y vuelta Tena – Chaco – Tena Tena – Baeza – Tena</li> </ul> Recorrido interno.	150 minutos 150 minutos 300 minutos	
10 horas	PAQUETE 3	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Interprovincial (paseos escolares o institucionales)</li> </ul>	10 horas	

Elaborado por: La autora

## b. Plaza

Las oficinas y centro de operaciones de Compañía de Transporte Terrestre Turístico Transs Gisel Tour Cía. Ltda, “Están ubicadas en la ciudad de Tena en el Sector del Terminal . En este lugar, funcionarán las oficinas y contará con un amplio garaje para que las unidades pertenecientes a la empresa cuenten con un lugar de parqueo mientras no estén operando y se pueda realizar reparaciones mecánicas y mantenimiento de las mismas; éstas pueden ser pertenecientes a la compañía o a los socios de la misma. El sistema de distribución tendrá dos canales

**Canal Directo – Forma Directa:** Este canal comprende la comercialización directamente de servicios desde el productor hasta el usuario. Aplicado a la realidad de Compañía de Transporte Terrestre Turístico Transs Gisel Tour Cía. Ltda, Los servicios de transporte terrestre turístico se comercializarán directamente con los usuarios que administran autónomamente sus viajes de turismo.

**Canal Detallista – Forma Indirecta:** Compañía de Transporte Terrestre Turístico Transs Gisel Tour Cía. Ltda, 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.

**c. Oferta**

Dentro del análisis de la oferta se consideraron factores tales como la competencia, los productos sustitutos y los proveedores.

**d. Competencia:**

Se establece como competencia de Compañía de Transporte Terrestre Turístico Transs Gisel Tour Cía. Ltda, a todas las empresas de transporte turístico terrestre o que oferten esta clase de servicio y que se encuentren legalmente constituidas, para esto se toma como referencia las empresas que se encuentran registradas en el Ministerio de Turismo.

Del total de 94 empresas registradas, 14 son de renta de vehículos y 80 empresas de transporte terrestre turístico , sin embargo de esta cantidad 47 pertenecen a operadoras de turismo que conjugan sus servicios con las operaciones y el transporte; y únicamente 33 ofertan netamente el servicio de transporte terrestre turístico que están registradas en el Ministerio de Turismo.

De esta manera se puede clasificar la competencia directa e indirecta, debido a que la primera infiere de mayor manera en las operaciones de la empresa ya que se dirigen al mismo mercado y ofertan el mismo servicio; en cambio la competencia indirecta no afecta directamente las actividades económicas de la empresa, pero intervienen de forma lateral en el mercado y en los posibles clientes.

**Competencia Directa:** Se establece como competencia directa de Compañía de Transporte Terrestre Turístico Transs Gisel Tour Cia. Ltda, a las 53 empresas registradas en el Ministerio de Turismo y que ofertan transporte terrestre turístico con domicilio en las provincias de Pichincha y Pastaza ya que estas son las mas Competitivas en el mercado.

En el análisis de competencia se consideró del (Ministerio de Turismo, 2009-2014)

**Cuadro 11** Compañías que prestan servicios de Transporte Turístico

N°	NOMBRE COMERCIAL	PROVINCIA
1	Christland Service And Company Cia. Ltda.	Pichincha
2	Transporte T. E Institucional Estysan C.A.	Pichincha
3	Operadora De Turismo Y Transporte Misterio De Info Cia. Ltda	Pichincha
4	Quinde Advent. Cia. Ltda.	Pichincha
5	Caminos Ecuador Ecuapaths Cia. Ltda.	Pichincha
6	Transportes Turísticos Green Heaven S.A.	Pichincha
7	Compañía De Transporte Especial	Pichincha
8	Equinoccial Explorer Equinexplorer S.A.	Pichincha
9	Compañía De Turismo Orienpetrotour S.A.	Pichincha
10	Buscharter S.A.	Pichincha
11	Compañía De Transporte Turístico Manuel Hidalgo E Hijos Y As	Pichincha
12	C.A. De Trans. Turístico E Internacional Tourquito S.A.	Pichincha
13	Annytour S.A.	Pichincha
14	Línea De Transportes Expreso Continental	Pichincha
15	Areia Tours Cia. Ltda.	Pichincha
16	Selva Viajes Ecuador Silvyviajes Cia. Ltda.	Pichincha
17	Rogeliopaula Tours S.A.	Pichincha
18	Compañía De Transportes De Turismo Transluat S.A.	Pichincha
19	Compañía De Transporte Turistico Visitecuador S.A.	Pichincha
20	Transportes Turisticos Vikingotour Cia. Ltda.	Pichincha
21	Juan Mogollon Cia. Ltda.	Pichincha
22	Exploracion Turistica S.A.	Pichincha
23	Tourvanfriend Cia. Ltda.	Pichincha

...continuación

N°	NOMBRE COMERCIAL	PROVINCIA
24	Zyrkan Correo Tour Ejecutivo S.A.	Pichincha
25	Damari Tour S.A.	Pichincha
26	Servicios Turisticos Milenium Tours S.A.	Pichincha
27	Exclusivans Cia. Ltda	Pichincha
28	Carrasco Pasmiño Trasportes De Turismo Cpt Cia.Ltda	Pichincha
29	Compañía De Transporte Turistico Airportmega S.A.	Pichincha
30	Aventuras Y Distraccion Turisticos "Andinatur" Cia. Ltda.	Pichincha
31	Protur S.A.	Pichincha
32	Trans Magic Cia. Ltda.	Pichincha
33	Girasoltour Cia. Ltda.	Pichincha
34	Compañía De Transporte Empresarial E Institucional Rio Bravo	Pichincha
35	Andean Transport Company Cia. Ltda.	Pichincha
36	Transporte Ecologico De Turistas Tet S.A.	Pichincha
37	Transelecto B.A. Cia. Ltda.	Pichincha
38	Jorge Ledesma Cia. Ltda.	Pichincha
39	Tourist Pasa S.A.	Pichincha
40	Salazar Moran Viajes Y Turismo Cia. Ltda.	Pichincha
41	Marco Tour Cia. Ltda.	Pichincha
42	Transporte Turistico Encumbrar Jaguyana S.A.	Pichincha
43	Geodesico Transporte Y Turismo Geodesitransatur Cia.Ltda.	Pichincha
44	Transporte Y Turismo Marcelo Albuja Cia.	Pichincha
45	Trans Rabbit S.A.	Pichincha
46	Santitours Servicios Turisticos S.A.	Pichincha
47	Flotur S.A.	Pichincha
48	Compañía De Transportes En Turismo Amazonia Tours S.A.	Pastaza
49	Operadores De Turismo Receptivo Y Servicios Convexos Achupal	Pichincha
50	Mokachinoexpres S.A.	Pichincha
51	Atlasopetrans Compañía De Transporte Tursitico S.A.	Pichincha
52	Corinantouring S A Compania De Transport	Pichincha
53	Compañía De Transporte Turismo Sol & Arena Transarensol S.A.	Pichincha

**Elaborado por:** La Autora

**Fuente :** Catastro Consolidado Nacional Ministerio de Turismo (2009-2014)

**Competencia Indirecta:** Como competencia indirecta, se consideran las 114 empresas Operadoras de Turismo que además de sus funciones específicas, ofertan servicio de transporte turístico terrestre en todo el país.

**Productos Sustitutos:** Los productos sustitutos identificados durante la investigación son el resto de compañías de transporte que opera en la parroquia matriz Tena y consecuentemente prestan este servicio a la ciudadanía en general y en varias ocasiones a turistas extranjeros. Estos son:

**Red Convencional de Transporte.-** Que está conformada por las líneas convencionales de transporte público operadas por buses urbanos que circulan en la parroquia Tena.

**Red de Transporte Interparroquial, Intercantonal e Interprovincial.-** Esta se compone de líneas buses pertenecientes a diferentes cooperativas de transporte que prestan este servicio

**Tabla 24** Transporte Interparroquial Cooperativa Jumandi

COOPERATIVA	RUTA	DESTINO	VALOR USD	HORARIO
Jumandi	Tena-Muyuna	San Antonio	0,30	05:45/19: 00 Frecuencia cada 30 min.
		San Pedro	0,30	
		La Y Huayrayacu	0,30	
		Huayrayacu	0,30	
		Muyuna	0,30	
		Tasayacu	0,30	
		Atacapi	0,35	

Fuente : Transporte Interparroquial Cooperativa Jumandi

Elaborado por: La Autora

**Tabla 25** Transporte Interparroquial Cooperativa Expreso Napo

COOPERATIVAS	RUTA	DESTINO	VALOR USD	HORARIO
Expreso Napo	Tena – Archidona	Tena -Archidona	0,50	Lunes-Domingo 07:45 / 20:00 Frecuencia cada 30 min
		Apuya Ent. Puni	0,50	
		La Y Santa Rosa	0,60	
		Rio Apangora	1,00	
		Punta del Puni	1,30	

Fuente : Transporte Interparroquial Cooperativa Expreso Napo

Elaborado por: La Autora

**Tabla 26** Transporte Interparroquial de Tena

COOPERATIVA	RUTA	DESTINO	VALOR USD	HORARIO
Centinela de Tena Jumandi	Tena- Misahuallí	Pto. Napo	0,30	Lunes-Domingo 06:00/19:00 . Frecuencia Hasta Cada 30: Min.
		Entrada Shingupino	0,35	
		San Ramon de Cuyaloma	0,35	
		Quilluyacu	0,35	
		Cascada de Latas	0,45	
		Valle Hermoso	0,40	
		Venecia - Escuela	0,50	
		Venecia - Colegio	0,50	
		Misahualli	0,60	
		Pununo	0,80	

**Fuente :** Transporte Interparroquial Cooperativa Centinela de Tena/Jumandy

**Elaborado por:** La Autora

**Tabla 27** Transporte Interparroquial Tena - Talag

COOPERATIVA	RUTA	DESTINO	VALOR USD	HORARIO
Centinela De Tena Jumandy	Tena-Talag	Pano	\$ 0,30	Lunes-Domingo 05:00 / 19:00 Frecuencia cada 45 min.
		Sapo Rumi	\$ 0,30	
		Uchuculin	\$ 0,35	
		Alto Talag	\$ 0,55	
		ShanDÍA	\$ 0,60	
		Centro Talag	\$ 0,60	
		Bajo Talag	\$ 0,70	
		Serena	\$ 0,75	

**Fuente :** Transporte Interparroquial Cooperativa Centinela de Tena/Jumandy

**Elaborado por:** La Autora

**Tabla 28** Transporte Interparroquial Tena - Ahuano

COOPERATIVA	RUTA	DESTINO	VALOR USD	HORARIO
CENTINELA DE TENA JUMANDY	TENA	Pto. Napo	0.30	Lunes-Domingo 06:00/19:00 . Frecuencia Hasta Cada 30: Min.
		Atahualpa	0.30	
		Sindy	0.40	
		Venecia – Shalcana	0.50	
		La Y Misahualli	0.65	
		Chichico Rumi	0.70	
		Jatun Sacha	0.80	
		La Y Ahuano	1.00	
		Sancudo	1.00	
		Colonia Bolivar	1.00	
	Punta Rio Napo	1.20		
	TENA	Puente Rio Arajuno	1.20	04:00 / 06:30 / 09:00 / 10:00 / 11:30 / 13:00 / 14:30 / 18:00.
		Campococha	1.30	
		Santa Rosa	2.00	
		Ñucanchi Llacta (Km28)	2.50	
		Colonia Los Ríos	3.00	

**Fuente :** Transporte Interparroquial Cooperativa Centinela de Tena/Jumandy

**Elaborado por:** La Autora

### **Taxis.**

Actualmente en la parroquia matriz Tena existen 11 cooperativas de taxi registradas, ubicadas en el sector norte, centro y sur de la ciudad las mismas que prestan servicios de transporte a pasajeros en automóviles o camionetas.

Las cooperativas de taxi que prestan sus servicios en la parroquia Tena, se mencionan a continuación, incluyendo datos de su dirección, teléfono y el número de unidades con las que cuentan.

**Cuadro 12** Cooperativas de Taxis que operan en Tena

N°.	TRANSPORTE DE TAXIS - TENA 2015			
	COOPERATIVA	DIRECCIÓN	TELEFONO	UNIDADES
1	12 de Febrero	Av Abdon Calderon y Amazonas	06-2887-174	20
2	15 de Noviembre	1. Av. 15 de Nov.frente al SRI 2. Av. Simón Bolívar, junto al Mercado Central	06-2887-294 Wilson Frías <b>GERENTE</b>	64
3	Aeropuerto	Av. Muyuna junto al MIES.	06-2870-081 Wilmer Lazo <b>GERENTE</b>	19
4	Central Tena	Av.Juan Leon Mera junto al Parque Intercultural	06-2886-426	20
5	Espea	Ex – ESPEA	06-2870-210	15
6	Estrella Del Oriente	Av. 15 de Nov. junto a la Corte Suprema	06-2887-426	17
7	Flor Canela	Av. Eloy Alfaro, Frente al Hospital Tena	06-2853-210	13
8	Pururay	Av. Pano y Huachiyacu		10
9	San Juan	Av. del Chofer junto al Tía	06-2846-315 Raúl Silva <b>GERENTE</b>	46
10	Terminal Terrestre	Av. 15 de Nov. junto al Terminal Terrestre	06-2888-279 Víctor Vega <b>GERENTE</b>	46
11	Cotrakin	Muyuna, junto a la Casa Comunal	06-2858-306 César Mamallacta <b>GERENTE</b>	10

**Fuente:** (Secretaria Cooperativas de Taxis, 2015)

**Elaborado por:** La Autora

## Proveedores

Los proveedores de vehículos, repuestos e insumos de las empresas de transporte turístico terrestre se encuentran ubicados en diferentes lugares del país y sus ofertas antes de ser considerados como proveedores fijos serán analizadas considerando el precio y las formas de financiamiento que se adecúen a las necesidades de Compañía de Transporte Terrestre Turístico Transs Gisel Tour Cia. Ltda.

En el caso de los concesionarios, existen varios en el mercado que ofertan vehículos con distintas características, en diferentes marcas y para varios usos. En este caso se toma como referencia 6 concesionarios que ofertan marcas reconocidas a nivel de país.

En lo relacionado a repuestos, insumos y combustible, las empresas de transporte firmará acuerdos comerciales con proveedores de estos productos y servicios; en la parroquia matriz Tena existen varias casas comercializadoras de lubricantes, combustibles, llantas y repuestos.

#### **e. Demanda**

La determinación de la demanda permitirá conocer las necesidades del sector al cual el proyecto estará dirigido, tratando de esta manera cubrir los requerimientos que la demanda exige en el producto transporte turístico, haciendo de estos resultados una oportunidad de negocio.

Se determinó que la demanda de Compañía de Transporte Terrestre Turístico Transs Gisel Tour Cia. Ltda. Está constituida por las Agencias de viaje en el Cantón Tena.

La determinación de la demanda de Agencias de Viaje se la realizó con base en la información proporcionada por (Ministerio de Turismo, 2015) en el Catastro de Agencias de Viaje mediante el cual se pudo conocer que se encuentran registradas 20 agencias de viajes, pertenecientes a la categoría operadoras de turismo, las cuales se encuentran en un 71% en la ciudad del Tena y el 29% restante en Puerto Misahualli.

La mayor parte de las agencias de viaje que operan en Tena son minoristas, pero a pesar de ello se han establecido alianzas estratégicas con operadores turísticos mayoristas cuyas oficinas principales generalmente se localizan en la ciudad de Quito.

**Tabla 29** Operadoras Turísticas del cantón Tena

N°	CANTÓN	NOMBRE	PROPIETARIO	DIRECCIÓN	CATEGORÍA
1	Tena	Amarongachi	Amarongachi Cia.Ltda.	Av 15 de Noviembre 438 y 9 de Octubre	Operadora
2	Tena	Runa Ñambi	Runa Ñambi Cia. Ltda.	Calle Francisco de Orellana DÍAgonal al Parque La Isla	Operadora
3	Tena	River People	River People Cia.Ltda	Av 15 De Noviembre Y 9 De Octubre	Operadora
4	Tena	Ríos Ecuador & Turismo White Wathertour	Ríos Ecuador & Turismo White Wathertour Cia.Ltda	Calle Tarqui y DÍAz de Pineda	Operadora
5	Tena	Aquaxtreme	Aquaxtreme Cia.Ltda	Av 15 De Noviembre y 9 de Octubre	Operadora
6	Tena	Mundo Puma Cia. Ltda.	Mundo Puma Cia. Ltda.	Mariana Montesdeoca y 15 de Noviembre	Operadora
7	Tena	Pakaytours Cia.Ltda	Pakaytours Cia.Ltdat	Coop. de Vicienda 30 de Dic. Calle Antisana	Operadora
8	Tena	Anecumentours Viajes S.A.	Anecumentours Viajes S.A	Vía Canoa y Yaku	Operadora
9	Tena	Caveman Adventures Operadora De Turismo S.A	Caveman Adventures Operadora de Turismo S.A	Av Francisco de Orallana 268 Y 9 de Octubre	Operadora
10	Tena	Adventure River Amazonas	Adventureriver Amazonas Cia.Ltda	Av Francisco de Orellana	Operadora
11	Tena	Mayantika Cia. Ltda.	Compañía de Operaciones Turísticas Mayantika Cia. Ltda.	Calle Cesar Augusto Rueda, frente al Hotel Los Yutzos	Operadora
12	Tena	Tena Adventure River	Tena Adventure River Tena Cia. Ltda.	Av. Francisco de Orellana y 9 de Octubre	Operadora
13	Tena	Torrent Duck	Torrent Duck Touroperadora Cia.Ltda	Calle Alejandro Ribadeneyra 341 y las Palmas	Operadora
14	Tena	Misahualli	Agencia de Viajes Operadora Misahualli Cia.Ltda.	Vía A Pununo	Operadora
15	Tena	Selva Verde	Selva Verde S.A	Calle Juan Arteaga, frente al Parque Central	Operadora
16	Tena	Teorumi	Teorumi Cia. Ltda.	Calle Guillermo Rivadeneyra y Jose Santander	Operadora
17	Tena	Ecuador Jungle Chocolat Cia.Ltda.	Ecuador Jungle Chocolat Cia.Ltda.	Comunidad Pukauroco junto a la Escuela	Operadora

Continúa...

... Continuación.

N°	CANTÓN	NOMBRE	PROPIETARIO	DIRECCIÓN	CATEGORÍA
18	Tena	Ñucanchi Pakcha Cia. Ltda	Ñucanchi Pakcha Cia. Ltda	Juana Arteaga Y Napo	Operadora
19	Tena	AgenciadeViajes Ecoselva Pepe Tapia C.Ltda	Agencia De Viajes Ecoselva Pepe Tapia C.Ltda	Jose Antonio Santander S/N Y Jaime Rivadeneira	Operadora
20	Tena	Gareno Travel Cia. Ltda	Gareno Travel Cia. Ltda	Av. Simón Bolívar 173 Y Av. Jumandy	Operadora

Fuente : Catastro Consolidado Ministerio de Turismo (2015)

Elaborado por: La Autora

### 6.2.3 Nichos de Mercado

#### a. Segmentación de Mercado

El tipo de segmentación empleada fue el de segmentación geográfica, debido a que las características permiten determinar la ubicación general del objetivo para la aplicación de una encuesta, lo cual facilita la obtención de información acerca de las necesidades del mercado de la empresa. Para segmentar el mercado se ha tomado como referencia el mercado meta y el mercado potencial.

#### b. Mercado Meta

El mercado meta de la Compañía de Transporte Terrestre Turístico Transs Gisel Tour Cia. Ltda. Son las 20 Operadoras de Turismo que se encuentran habilitadas y operando en Tena, las mismas que constan en el registro del Ministerio de Turismo; las mismas que para ofertar sus productos y servicios requieren de transporte turístico fuera y dentro de la ciudad de Quito.

#### c. Mercado Potencial

Se determina como mercado potencial las Operadoras de Turismo registradas por (Ministerio de Turismo, 2015) en el Catastro de Agencias de viaje en el Ecuador.

#### 6.2.4 Análisis de Precios

Para el análisis de precios se consideran los valores ofertados por algunas empresas de Transporte Turístico Terrestre de la Compañía de Transporte Terrestre Turístico Transs Gisel Tour Cia. Ltda. Estos precios servirán como base para la fijación de los precios que ofertará la compañía a sus clientes en el mercado.

Para este proceso se toma como referencia los precios de los productos a ofertar por la empresa en base a los costos establecidos por tres empresas competidoras, estableciendo un valor promedio de la comparación de los ofertados.

Mediante el cálculo de un valor promedio de los tres ofertados se fija el valor para cada uno de los paquetes ofertados por la compañía, tomando en consideración los resultados obtenidos en la aplicación de las encuestas.

**Tabla 30** Tarifas Compañías de Transporte Turístico

Trans Rabbit S.A.	37,00	40,00	67,00	140,00	15,00
Santitours Servicios Turísticos S.A.	31,00	34,00	65,00	135,00	20,00
CÍA.de Trans en Turismo Amazonia Tours S.A.	40,00	43,00	75,00	160,00	25,00
<b>TARIFA PROMEDIO</b>	<b>36,00</b>	<b>39,00</b>	<b>69,00</b>	<b>145,00</b>	<b>20,00</b>

**Fuente:** Proformas Compañía de Turismo

**Elaborado por:** La Autora

Por lo que una vez analizados los valores de las tarifas actuales de la competencia directa, la Compañía de Transporte Terrestre Turístico Transs Gisel Tour Cia. Ltda, fija para su operación los siguientes precios, que son el resultado de la aplicación del promedio de las tarifas de las tres tarifas de la Competencia.

**Tabla 31** Cuadro de Tarifas Compañía de Transporte Turístico Transs Gisel Cía. Ltda.

<b>Compañía de Transporte</b>	<b>Tranfer Day (2 horas)</b>	<b>Transfer Night (2 horas)</b>	<b>City Tour (3 horas)</b>	<b>Full Day</b>	<b>Hora Adicional</b>
Compañía de Transporte Terrestre Turístico "Transs Gisel Tour Cia. Ltda	36,00	39,00	69,00	145,00	20,00

**Elaborado por:** La Autora

## 6.2.5 Costo de Producción y Ventas

Dentro del análisis del costo de producción y ventas se realizó el presupuesto correspondiente al período 2015 de la Compañía de Transporte Terrestre Turístico Transs Gisel Tour Cía. Ltda.

Para la determinación del costo de producción se determinó inicialmente la inversión fija y diferida requerida para el proyecto, de acuerdo al detalle que a continuación se expone:

**Tabla 32** Presupuesto de Inversión

DESCRIPCIÓN	VALOR USD	VALOR TOTAL USD
<b>INVERSIÓN FIJA</b>		
Vehículos	255.960,00	
Maquinaria y Equipo	5.700,00	
Muebles y Enseres	2.130,00	
Equipo de Computación	1.740,00	
<b>TOTAL INVERSIÓN FIJA</b>		<b>265.530,00</b>
<b>INVERSIÓN DIFERIDA</b>		
Gastos de Constitución	2.000,00	
Gastos de Investigación	1.500,00	
<b>TOTAL INVERSIÓN DIFERIDA</b>		<b>3.500,00</b>
<b>TOTAL INVERSIÓN</b>		<b>269.030,00</b>

Elaborado por: La Autora

El valor de los vehículos es cubierto por los accionistas al momento de la Constitución de la Compañía y los gastos de los otros rubros correspondientes a Inversión fija son cubiertos por un crédito obtenido de una entidad financiera,

**Tabla 33** Especificaciones del Crédito

<b>INSTIT. FINANCIERA</b>	Cooperativa San Francisco		
<b>MONTO</b>	15.000,00		
<b>TASA</b>	14,00%	T..EFECTIVA	14,9342%
<b>PLAZO</b>	5años		
<b>GRACIA</b>	0años		
<b>FECHA DE INICIO</b>	06/01/2016		
<b>MONEDA</b>	DOLARES		
<b>Número de períodos</b>	60 para amortizar capital		

Elaborado por: La Autora

**Tabla 34** Tabla de Amortización Crédito

N°.	VENCIMIENTO	SALDO	INTERES	PRINCIPAL	DIVIDENDO
0		15.000,00			
1	05-feb-2016	14.750,00	175,00	250,00	425,00
2	06-mar-2016	14.500,00	172,08	250,00	422,08
3	05-abr-2016	14.250,00	169,17	250,00	419,17
4	05-may-2016	14.000,00	166,25	250,00	416,25
5	04-jun-2016	13.750,00	163,33	250,00	413,33
6	04-jul-2016	13.500,00	160,42	250,00	410,42
7	03-ago-2016	13.250,00	157,50	250,00	407,50
8	02-sep-2016	13.000,00	154,58	250,00	404,58
9	02-oct-2016	12.750,00	151,67	250,00	401,67
10	01-nov-2016	12.500,00	148,75	250,00	398,75
11	01-dic-2016	12.250,00	145,83	250,00	395,83
12	31-dic-2016	12.000,00	142,92	250,00	392,92
13	30-ene-2017	11.750,00	140,00	250,00	390,00
14	01-mar-2017	11.500,00	137,08	250,00	387,08
15	31-mar-2017	11.250,00	134,17	250,00	384,17
16	30-abr-2017	11.000,00	131,25	250,00	381,25
17	30-may-2017	10.750,00	128,33	250,00	378,33
18	29-jun-2017	10.500,00	125,42	250,00	375,42
19	29-jul-2017	10.250,00	122,50	250,00	372,50
20	28-ago-2017	10.000,00	119,58	250,00	369,58
21	27-sep-2017	9.750,00	116,67	250,00	366,67
22	27-oct-2017	9.500,00	113,75	250,00	363,75
23	26-nov-2017	9.250,00	110,83	250,00	360,83
24	26-dic-2017	9.000,00	107,92	250,00	357,92
25	25-ene-2018	8.750,00	105,00	250,00	355,00
26	24-feb-2018	8.500,00	102,08	250,00	352,08
27	26-mar-2018	8.250,00	99,17	250,00	349,17
28	25-abr-2018	8.000,00	96,25	250,00	346,25
29	25-may-2018	7.750,00	93,33	250,00	343,33
30	24-jun-2018	7.500,00	90,42	250,00	340,42
31	24-jul-2018	7.250,00	87,50	250,00	337,50
32	23-ago-2018	7.000,00	84,58	250,00	334,58
33	22-sep-2018	6.750,00	81,67	250,00	331,67
34	22-oct-2018	6.500,00	78,75	250,00	328,75
35	21-nov-2018	6.250,00	75,83	250,00	325,83
36	21-dic-2018	6.000,00	72,92	250,00	322,92
37	20-ene-2019	5.750,00	70,00	250,00	320,00
38	19-feb-2019	5.500,00	67,08	250,00	317,08
39	21-mar-2019	5.250,00	64,17	250,00	314,17
40	20-abr-2019	5.000,00	61,25	250,00	311,25
41	20-may-2019	4.750,00	58,33	250,00	308,33
42	19-jun-2019	4.500,00	55,42	250,00	305,42
43	19-jul-2019	4.250,00	52,50	250,00	302,50
44	18-ago-2019	4.000,00	49,58	250,00	299,58
45	17-sep-2019	3.750,00	46,67	250,00	296,67
46	17-oct-2019	3.500,00	43,75	250,00	293,75
47	16-nov-2019	3.250,00	40,83	250,00	290,83
48	16-dic-2019	3.000,00	37,92	250,00	287,92

N°.	VENCIMIENTO	SALDO	INTERES	PRINCIPAL	DIVIDENDO
49	15-ene-2020	2.750,00	35,00	250,00	285,00
50	14-feb-2020	2.500,00	32,08	250,00	282,08
51	15-mar-2020	2.250,00	29,17	250,00	279,17
52	14-abr-2020	2.000,00	26,25	250,00	276,25
53	14-may-2020	1.750,00	23,33	250,00	273,33
54	13-jun-2020	1.500,00	20,42	250,00	270,42
55	13-jul-2020	1.250,00	17,50	250,00	267,50
56	12-ago-2020	1.000,00	14,58	250,00	264,58
57	11-sep-2020	750,00	11,67	250,00	261,67
58	11-oct-2020	500,00	8,75	250,00	258,75
59	10-nov-2020	250,00	5,83	250,00	255,83
60	10-dic-2020	0,00	2,92	250,00	252,92

Elaborado por: La Autora

El detalle de los rubros considerados para la inversión fija son los siguientes:

**Tabla 35** Vehículo

CANT.	UNIDAD	DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO USD	COSTO TOTAL USD
4	U.	Mini Bus, Hyundai County	63.990,00	255.960,00
<b>TOTALVEHÍCULOS</b>				<b>255.960,00</b>

Elaborado por: La Autora

**Tabla 36** Maquinaria y Equipo

CANT.	UNIDAD	DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO USD	COSTO TOTAL USD
1	U	Base de Radio	1.200,00	1.200,00
6	U.	Radios Portátiles	150,00	900,00
5	U.	GPS	120,00	600,00
4	U	Lcd 32 Pulgadas	550,00	2.200,00
4	U	Sistema De Rastreo Satelital	200,00	800,00
<b>Total Equipamiento</b>				<b>5.700,00</b>

Elaborado por: La Autora

**Tabla 37** Muebles y Enseres

CANT.	UNIDAD	DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO USD	COSTO TOTAL USD
1	U.	Escritorio gerente	250,00	250,00
1	U	Mesa de reuniones	300,00	300,00
1	U	Counter para recepción	275,00	275,00
1	U	Silla secretaria	58,00	58,00
6	U	Sillas para sala de reuniones	25,00	150,00
1	U	Archivador	315,00	315,00
2	U	Sillones tripersonales	175,00	350,00
24	U	Sillas apilables	18,00	432,00
<b>Total Muebles y Enseres</b>				<b>2.130,00</b>

Elaborado por: La Autora

**Tabla 38** Equipo de Computación

CANT	UNIDAD	DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO USD	COSTO TOTAL USD
1	U.	Computadora	1.400,00	1.400,00
1	U	Impresora	340,00	340,00
<b>TOTAL EQUIPOS</b>				<b>1.740,00</b>

Elaborado por: La Autora

Por lo que la inversión requerida en activos fijos para el proyecto se resume en la siguiente tabla:

**Tabla 39** Resumen Inversión Fija

DESCRIPCIÓN	VALOR USD
Vehículos	255.960,00
Maquinaria y Equipo	5.700,00
Muebles y Enseres	2.130,00
Equipo de Computación	1.740,00
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>	<b>265.530,00</b>

Elaborado por: La Autora

Con el fin de obtener información para la elaboración de estados financieros y flujo de efectivo se realizó la depreciación correspondiente considerando el porcentaje de depreciación relacionado con la vida útil de cada uno de los grupos de activos existentes.

**Tabla 40** Depreciación Activos de Inversión fija

DESCRIPCIÓN	VALOR USD	% DEPREC	AÑOS VIDA UTIL	VALOR RESIDUAL	DEPREC. MENSUAL	DEPREC. ANUAL
Vehículos	255.960,00	20%	5	25.596,00	959,85	11.518,20
Maquinaria y Equipo	5.700,00	10%	10	570,00	42,75	513,00
Muebles y Enseres	2.130,00	10%	10	213,00	15,98	191,70
Equipo de Computación	1.740,00	33,33%	3	174,00	43,50	522,00
<b>TOTAL</b>	<b>265.530,00</b>				<b>1.062,08</b>	<b>12.744,90</b>

Elaborado por: La Autora

Para la inversión diferida se consideraron los gastos necesarios para la constitución de la empresa y el valor correspondiente a los gastos de investigación y operación que requirió el Plan de Negocios para la creación de la Compañía de Transporte Terrestre Turístico Transs Gisel Tour Cía. Ltda.

**Tabla 41** Inversión Diferida

INVERSIÓN DIFERIDA	
Gastos de Constitución	2.000,00
Gastos de Investigación	1.500,00
<b>TOTAL</b>	<b>3.500,00</b>

Elaborado por: La Autora

Para la inversión diferida se consideraron los gastos de amortización a 5 años causados por los activos diferidos de manera mensual y anual, como a continuación se describe:

**Tabla 42** Amortización Inversión Diferida

AMORTIZACIÓN ACTIVOS DIFERIDOS		AÑOS	AMORTIZACIÓN MENSUAL USD	AMORTIZACIÓN ANUAL USD
Gastos de Constitución	2.000,00	5	33,33	400,00
Gastos de Investigación	1.500,00	5	25,00	300,00
<b>TOTAL</b>	<b>3.500,00</b>		<b>58,33</b>	<b>700,00</b>

Elaborado por: La Autora

Presupuesto de Venta, se elaboró considerando 360 días laborables para las cuatro unidades con las que cuenta la Compañía de Transporte Terrestre Turístico Transs Gisel Tour Cía. Ltda.

Se calculó un total de 180 operaciones por unidad de cada uno de los paquetes ofertados por la compañía para cada una de las cuatro unidades pertenecientes a la empresa. Para la proyección de ventas se consideró un crecimiento anual del 5%.

**Tabla 43** Factores considerados para el presupuesto de venta

PAQUETE	VALOR USD	CANTIDAD	UNIDADES
Tranfer Day (2 horas)	36,00	180	4
Transfer Night (2 horas)	39,00	180	4
City Tour (3 horas)	69,00	180	4
Full Day (10 horas)	145,00	180	4

Elaborado por: La Autora

**Tabla 44** Presupuesto de Ventas

PRODUCTO	USD	U.	VIAJES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Transfer Night	39,00	4	180	28.080,00	29.484,00	30.958,20	32.506,11	34.131,42
City Tour	69,00	4	180	49.680,00	52.164,00	54.772,20	57.510,81	60.386,35
Full Day	145,00	4	180	104.400,00	109.620,00	115.101,00	120.856,05	126.898,85
<b>TOTAL</b>				<b>208.080,00</b>	<b>218.484,00</b>	<b>229.408,20</b>	<b>240.878,61</b>	<b>252.922,54</b>

Elaborado por: La Autora.

El Costo de producción es el que a continuación se expone, el mismo que se ha proyectado a cinco años, considerando una inflación anual del 5% :

**Tabla 45** Costo de Producción

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>A. MATERIALES DIRECTOS</b>					
Insumos Directos	8.320,00	8.736,00	9.172,80	9.631,44	10.113,01
<b>TOTAL</b>	<b>8.320,00</b>	<b>8.736,00</b>	<b>9.172,80</b>	<b>9.631,44</b>	<b>10.113,01</b>
<b>B. COSTOS DIRECTOS</b>					
Insumos Indirectos	620,20	651,21	683,77	717,96	753,86
<b>SUBTOTAL</b>	<b>620,20</b>	<b>651,21</b>	<b>683,77</b>	<b>717,96</b>	<b>753,86</b>
Servicios Básicos					
Energía Eléctrica EEASA	298,80	313,74	329,43	345,90	363,19
Agua Potable	180,00	189,00	198,45	208,37	218,79
Servicio Básico CNT	600,00	630,00	661,50	694,58	729,30
Plan de Internet Cobertura Wifi Cnt	480,00	504,00	529,20	555,66	583,44
<b>SUBTOTAL</b>	<b>1.558,80</b>	<b>1.636,74</b>	<b>1.718,58</b>	<b>1.804,51</b>	<b>1.894,72</b>
<b>TOTAL</b>	<b>10.499,00</b>	<b>11.023,95</b>	<b>11.575,15</b>	<b>12.153,91</b>	<b>12.761,59</b>
<b>COSTO DE PRODUCCIÓN A+B</b>	<b>19.439,20</b>	<b>20.411,16</b>	<b>21.431,72</b>	<b>22.503,31</b>	<b>23.628,46</b>
<b>C. GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>					
Sueldos de Personal de Administración	55.224,00	57.985,20	60.884,46	63.928,68	67.125,12
Depreciación Activos Fijos	12.744,90	13.382,15	14.051,25	14.753,81	15.491,51
Provisión Beneficios Sociales	12.706,48	13.341,80	14.008,89	14.709,34	15.444,81
Amortización Activos Diferidos	700,00	735,00	771,75	810,34	850,85
<b>TOTAL</b>	<b>81.375,38</b>	<b>85.444,15</b>	<b>89.716,35</b>	<b>94.202,17</b>	<b>98.912,29</b>
<b>D. GASTOS DE VENTAS</b>					
Comisión Agencias de Viaje	10.404,00	10.924,20	11.470,41	12.043,93	12.646,13
<b>TOTAL</b>	<b>10.404,00</b>	<b>10.924,20</b>	<b>11.470,41</b>	<b>12.043,93</b>	<b>12.646,13</b>
<b>COSTO DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS (C+D)</b>	<b>91.779,38</b>	<b>96.368,35</b>	<b>101.186,76</b>	<b>106.246,10</b>	<b>111.558,42</b>
<b>COSTOS OPERACIONALES (A+B+C+D)</b>	<b>111.218,58</b>	<b>116.779,51</b>	<b>122.618,48</b>	<b>128.749,41</b>	<b>135.186,88</b>

Elaborado por: La Autora.

## 6.2.6 Análisis de Costos y Gastos

Dentro de los gastos en los que se incurrirá en el proyecto se considerarán los costos directos e indirectos en los que incurre el proyecto y los gastos administrativos y gastos de ventas anuales.

**Tabla 46** Costos del Proyecto

DESCRIPCIÓN	VALOR USD	COSTO ANUAL
<b>Costos Directos</b>		
Insumos Directos	8.320,00	<b>8.320,00</b>
<b>Costos Indirectos</b>		
<b>Insumos</b>		
Insumos de Oficina	284,00	
Artículos de Limpieza	336,20	
<b>Materiales Indirectos</b>	<b>620,20</b>	
<b>Servicios Básicos</b>		
Energía Eléctrica	298,80	
Agua Potable	180,00	
Servicio Telefónico	600,00	
Internet	480,00	
<b>Insumos</b>	<b>1.558,80</b>	
<b>SUBTOTAL</b>		<b>2.179,00</b>
<b>TOTAL</b>		<b>10.499,00</b>

Elaborado por: La Autora.

**Tabla 47** Costos Directos

CANT.	U.	DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO USD	COSTO MENSUAL USD
400	GL	Gasolina Super	2,50	1.000,00
16	GL	Refrigerante	7,50	120,00
16	U	Llantas Rin 16	200,00	3.200,00
4	U	Repuestos (provisión anual)	1.000,00	4.000,00
<b>TOTAL EQUIPOS</b>				<b>8.320,00</b>

Elaborado por: La Autora.

Dentro de los Costos Indirectos se consideraron como insumos directos, los suministros de oficina y los artículos de limpieza y adicionalmente los servicios básicos requeridos.

**Tabla 48** Suministros de Oficina

CANT.	U.	DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO USD	COSTO TOTAL USD
12	Resmas	Papel bond	4,00	48,00
12	U	Cartuchos de tinta	12,00	144,00
1	Caja de 24 unidades	Esferos	12,00	12,00
2	Cajas 12 unidades	Tiza líquida	10,00	20,00
24	Cajas	Clips	1,00	24,00
24	Cajas	Grapas	1,50	36,00
<b>TOTAL SUMINISTROS DE OFICINA</b>				<b>284,00</b>

Elaborado por: La Autora.

**Tabla 49** Artículos de limpieza

CANT.	U.	DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO USD	COSTO TOTAL USD
4	U.	Escobas	3,50	14,00
4	U	Trapeadores	5,00	20,00
1	U	Estación para basura	65,00	65,00
12	Docenas	Fundas plásticas	2,50	30,00
12	U	Papel higiénico uso institucional	3,50	42,00
4	Galones	Jabón líquido	6,50	26,00
12	Galones	Desinfectante	5,60	67,20
48	U	Aromatizantes	1,50	72,00
<b>TOTAL ARTÍCULOS DE LIMPIEZA</b>				<b>336,20</b>

Elaborado por: La Autora.

**Tabla 50** Servicios Básicos

CANT.	U.	DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO USD	COSTO MENSUAL USD	COSTO ANUAL USD
300	Kwh	Energía Eléctrica EEASA	0,08	24,90	298,80
500	mm <sup>3</sup>	Agua potable	0,03	15,00	180,00
1000	min	Servicio Telefónico CNT	0,05	50,00	600,00
1	u	Plan de internet cobertura wifi CNT	40,00	40,00	480,00
<b>TOTAL SERVICIOS BÁSICOS</b>				<b>129,90</b>	<b>1.558,80</b>

Elaborado por: La Autora.

Los gastos de personal corresponden a los valores percibidos por el personal que labora en la Compañía de Transporte Terrestre Turístico Trans Gisel Tour Cia. Ltda. Según el rol de pagos que a continuación se expone.

**Tabla 51** Gastos de Personal

CANTIDAD	CARGO	VALOR MENSUAL USD	VALOR ANUAL USD
1	Gerente General	1.062,00	12.744,00
4	Coordinadores Departamentales	708,00	8.496,00
1	Contador /Financiero	708,00	8.496,00
1	Asistente Financiero	354,00	4.248,00
1	Gestor de Ventas	354,00	4.248,00
1	Asistente de Chofer	354,00	4.248,00
4	Choferes	708,00	8.496,00
4	Guías Turísticos	354,00	4.248,00
	<b>TOTAL</b>	<b>4.602,00</b>	<b>55.224,00</b>

Elaborado por: La Autora.

De acuerdo a lo que establece la legislación laboral del país, se realizaron las provisiones para cubrir los beneficios sociales previstos.

**Tabla 52** Beneficios Sociales

CARGO	TOTAL INGRESO	APORTE PAT.IESS 11,15%	DÉCIMO III	DÉCIMO IV	VACAC.	TOTAL USD
Gerente General	1.062,00	1.420,96	1.062,00	354,00	531,00	3.367,96
Coordinadores	708,00	947,30	708,00	354,00	354,00	2.363,30
Contador /Financiero	708,00	947,30	708,00	947,30	708,00	947,30
Asistente Financiero	354,00	473,65	354,00	473,65	354,00	473,65
Gestor de Ventas	354,00	473,65	354,00	473,65	354,00	473,65
Choferes	708,00	947,30	708,00	354,00	354,00	2.363,30
Asitente de Cjofer	354,00	473,65	354,00	354,00	177,00	1.358,65
Guías Turísticos	354,00	473,65	354,00	354,00	177,00	1.358,65
<b>TOTAL</b>	<b>4.602,00</b>	<b>6.157,48</b>	<b>4.602,00</b>	<b>3.664,61</b>	<b>3.009,00</b>	<b>12.706,48</b>

Elaborado por: La Autora.

Para los Gastos de Ventas se consideró el 5% asignado a como comisión a las Agencias de Viaje, empleadas como canal detallista de la empresa, considerando el total de ventas anuales.

**Tabla 53** Gastos de Ventas

RUBRO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Comisión Agencias de Turismo	867,00	10.404,00
<b>TOTAL</b>	<b>867,00</b>	<b>10.404,00</b>

Elaborado por: La Autora.

**Tabla 54** Estado de Resultados

	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>INGRESOS OPERACIONALES</b>					
Tranfer Day 2 horas	25.920,00	27.216,00	28.576,80	30.005,64	31.505,92
Transfer Night 2 horas	28.080,00	29.484,00	30.958,20	32506,11	34.131,42
City Tour 3 horas	49.680,00	52.164,00	54.772,20	57510,81	60.386,35
Full Day 10 horas	104.400,00	109.620,00	115.101,00	120.856,05	126.898,85
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>208.080,00</b>	<b>218.484,00</b>	<b>229.408,20</b>	<b>240.878,61</b>	<b>252.922,54</b>
(-) COSTO DE VENTAS					
Materiales Directos	8.320,00	8.625,34	8.941,89	9270,06	9610,27
Materiales Indirectos	620,2	642,96	666,56	691,02	716,38
<b>TOTAL COSTO DE VENTAS</b>	<b>8.940,20</b>	<b>9.268,30</b>	<b>9.608,45</b>	<b>9.961,08</b>	<b>10.326,65</b>
(=) Utilidad Bruta En Ventas	<b>199.139,80</b>	<b>209.215,70</b>	<b>219.799,75</b>	<b>230.917,53</b>	<b>242.595,89</b>
(-) Gastos Operacionales					
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>					
Sueldos de Personal	55.224,00	57.250,72	59.351,82	61530,03	63788,19
Depreciación Activos Fijos	12.744,90	13.212,64	13.697,54	14200,24	14721,39
Provisión Beneficios Sociales	12.706,48	13.172,80	13.656,25	14157,43	14677,01
Amortización Activos Diferidos	700	725,69	752,32	779,93	808,56
<b>SUBTOTAL</b>	<b>81.375,38</b>	<b>84.361,85</b>	<b>87.457,93</b>	<b>90.667,63</b>	<b>93.995,15</b>
<b>GASTOS DE VENTAS</b>					
Comisión Agencia de Viajes 5%	10.404,00	10.924,20	11.470,41	12.043,93	12.646,13
<b>SUBTOTAL</b>	<b>10.404,00</b>	<b>10.924,20</b>	<b>11.470,41</b>	<b>12.043,93</b>	<b>12.646,13</b>
Total Gastos Operacionales	91.779,38	95.286,05	98.928,34	102.711,56	106.641,28
(=) Utilidad Operacional	<b>107.360,42</b>	<b>113.929,65</b>	<b>120.871,41</b>	<b>128.205,97</b>	<b>135.954,61</b>
(-) Gastos no Operacionales					
Interés Bancario	1.414,00	1.484,70	1.558,94	1.636,88	1.718,73
(=) Utilidad Antes de Impuestos Y Participación De Trabajadores	105.946,42	111.243,74	116.805,93	122.646,22	128.778,54
(-) Participación de Trabajadores	15.891,96	16.686,56	17.520,89	18.396,93	19.316,78
(=) Utilidad Antes de Impuestos	90.054,46	94.557,18	99.285,04	104.249,29	109.461,76
(-) Impuestos	10.806,53	11.346,86	11.914,20	12.509,91	13.135,41
<b>(=) Utilidad Neta del Ejercicio</b>	<b>79.247,92</b>	<b>83.210,32</b>	<b>87.370,83</b>	<b>91.739,38</b>	<b>96.326,34</b>

Elaborado por: La Autora.

**Tabla 55** Flujo de Fondos

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>INGRESOS OPERACIONALES</b>						
CRÉDITO BANCARIO	15.000,00					
APORTE SOCIOS	255.960,00					
<b>TOTAL INGRESOS</b>		<b>208.080,00</b>	<b>218.484,00</b>	<b>229.408,20</b>	<b>240.878,61</b>	<b>252.922,54</b>
<b>(-) EGRESOS</b>						
<b>GASTOS DESEMBOLESABLES</b>						
<b>COSTO DE VENTAS</b>						
Materiales Directos		8.320,00	8.625,34	8.941,89	9.270,06	9.610,27
Materiales Indirectos		620,20	642,96	666,56	691,02	716,38
<b>TOTAL COSTO DEVENTAS</b>		<b>8.940,20</b>	<b>9.268,30</b>	<b>9.608,45</b>	<b>9.961,08</b>	<b>10.326,65</b>
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>						
Sueldos de Personal		55.224,00	57.250,72	59.351,82	61.530,03	63.788,19
Depreciación Activos Fijos		12.744,90	13.212,64	13.697,54	14.200,24	14.721,39
Provisión Beneficios Sociales		12.706,48	13.172,80	13.656,25	14.157,43	14.677,01
Amortización Activos Diferidos		700,00	725,69	752,32	779,93	808,56
<b>TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>		<b>81.375,38</b>	<b>84.361,85</b>	<b>87.457,93</b>	<b>90.667,63</b>	<b>93.995,15</b>
<b>GASTOS DE VENTAS</b>						
Comisión Agencias de Turismo		10.404,00	10.924,20	11.470,41	12.043,93	12.646,13
<b>TOTAL GASTOS DE VENTAS</b>		<b>10.404,00</b>	<b>10.924,20</b>	<b>11.470,41</b>	<b>12.043,93</b>	<b>12.646,13</b>
<b>TOTAL COSTOS Y GASTOS DESEMBOLESABLES</b>		<b>100.719,58</b>	<b>104.554,35</b>	<b>108.536,79</b>	<b>112.672,64</b>	<b>116.967,93</b>
<b>GASTOS NO DESEMBOLESABLES</b>						
Depreciación Activos Fijos		12.744,90	13.212,64	13.697,54	14.200,24	14.721,39
Amortización Activos Diferidos		700,00	725,69	752,32	779,93	808,56
		13.444,90	13.938,33	14.449,86	14.980,17	15.529,95
<b>TOTAL EGRESOS</b>		<b>114.164,48</b>	<b>118.492,68</b>	<b>122.986,65</b>	<b>127.652,81</b>	<b>132.497,88</b>
<b>FLUJO GENERADO</b>		<b>93.915,52</b>	<b>99.991,32</b>	<b>106.421,55</b>	<b>113.225,80</b>	<b>120.424,66</b>
<b>(-) PARTICIPACIÓN DE TRABAJADORES</b>		<b>14.087,33</b>	<b>14.998,70</b>	<b>15.963,23</b>	<b>16.983,87</b>	<b>18.063,70</b>
<b>(-) IMPUESTOS</b>		<b>40.586,10</b>	<b>42.667,14</b>	<b>44.854,14</b>	<b>47.152,47</b>	<b>49.567,75</b>
(+) Depreciación Activos Fijos		2.903,59	3.010,15	3.120,63	3.235,15	3.353,88
(+) Amortización Activos Diferidos		1.000,00	1.036,70	1.074,75	1.114,19	1.155,08
<b>FLUJO NETO</b>		<b>121.414,29</b>	<b>128.696,46</b>	<b>136.387,20</b>	<b>144.508,59</b>	<b>153.083,79</b>
<b>(-) Inversiones Fijas</b>	265.530,00					
<b>(-) Inversiones Diferidas</b>	3.500,00					

Elaborado por: La Autora.

Con los datos obtenidos en el flujo de fondos se obtuvo el Valor Actual neto para cinco años con unatasa de descuento del 10%.

**Tabla 56** Valor Actual Neto

NÚMERO DE PERÍODOS	5
TIPO DE PERÍODOS	años
TASA DE DESCUENTO	10%

PERÍODO	FLUJO DE FONDOS	VALOR ACTUAL NETO
AÑO 0	-269.030,00	-269.030,00
AÑO 1	121.414,29	110.376,63
AÑO 2	128.696,46	106.360,71
AÑO 3	136.387,20	102.469,73
AÑO 4	144.508,59	98.701,31
AÑO 5	153.083,79	95.052,99

<b>VAN</b>	<b>221.755,79</b>
<b>TIR</b>	<b>40%</b>
<b>PUNTO DE EQUILIBRIO</b>	<b>233.506,38</b>

Elaborado por: La Autora.

**Tabla 57** Período de Recuperación de Capital

PERÍODO	FLUJO DE FONDOS	FLUJO ACUMULADO
AÑO 0	-269030,00	-269030,00
AÑO 1	121414,29	-147615,71
AÑO 2	128696,46	<b>-18919,25</b>
AÑO 3	136387,20	<b>117467,96</b>
AÑO 4	144508,59	261976,55
AÑO 5	153083,79	415060,34

El capital se recupera en el tercer año de ejecución del proyecto.

## 6.2.7 Organización Administrativa

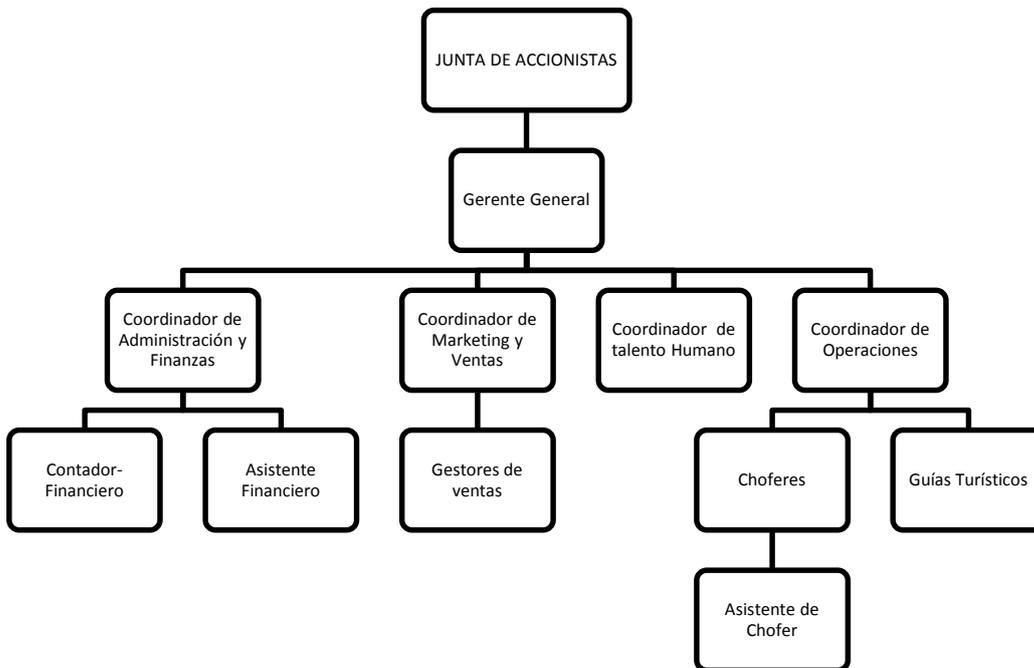
Dentro de la organización administrativa se contempló la elaboración de un organigrama estructural y un organigrama funcional de la Compañía de Transporte Terrestre Turístico Transs Gisel Tour Cia. Ltda, Los mismo que son expuestos en las ilustraciones que pueden visualizarse en el organigrama estructural creado como parte del Plan de Negocios, en el mismo que se reflejan las líneas de autoridad.

**Figura 6** Organigrama Estructural



Elaborado por: La Autora

**Figura 7** Organigrama Funcional



Elaborado por: La Autora

### **6.3 Determinar la Estructura para la Creación de la Compañía de Transporte Terrestre Turístico Transs Gisel Tour Cía. Ltda.**

#### **6.3.1 Estructura Administrativa de la Compañía de Transporte Terrestre Turístico Transs Gisel Tour Cía. Ltda.**

La Compañía de Transporte Terrestre Turístico Transs Gisel Tour Cía. Ltda, Ha sido creada de acuerdo al siguiente organigrama estructural.

El personal de la empresa o colaboradores son el principal capital de una empresa para su buen desarrollo y administración, por tanto en Compañía de Transporte Terrestre Turístico Transs Gisel Tour Cía. Ltda. El perfil del personal es el que a continuación se detalla.

##### **a. Gerente General**

###### **Perfil Profesional**

- Profesional con formación de tercer nivel en Administración de Empresas Turísticas, Administración de Empresas o Ingeniería Comercial.
- Dominio del idioma inglés en 70% (de manera oral, escrita y entendimiento).
- Edad fluctuante entre los 25 y 45 años de edad.
- Contar con 5 años de experiencia en operadoras de turismo y empresas de transporte turístico.
- Manejo avanzado de Paquetes utilitarios de computación y navegación de internet.
- Conocimientos sólidos relacionados con: planificación estratégica, administración por procesos, gestión de calidad, conocimiento actualizado de legislación laboral, tributaria, de transporte y turística.
- Liderazgo y capacidad de manejo de conflictos
- Poder de negociación y comunicación.

- Habilidad para relacionarse con el resto del personal y lograr que haya un ambiente estable de trabajo.

### **Funciones**

- Planificar, revisar y ejecutar las operaciones, ventas, marketing, asuntos administrativos y financieros de la empresa.
- Diseñar, desarrollar y evaluar estrategias que permitan alcanzar ventajas competitivas con carácter sostenible en base a los recursos poseídos por la empresa.
- Supervisar la gestión de calidad en los procesos del talento humano de la compañía.
- Es el eje fundamental para el cumplimiento de las metas y objetivos de la empresa.
- Es responsable de la toma de decisiones y de dárselas a conocer a la junta de accionistas.
- Es la imagen de la empresa ante los clientes, empresas públicas o privadas, entidades del medio turístico, etc.

### **b. Coordinador de Administración y Finanzas**

#### **Perfil Profesional**

- Profesional de tercer nivel en Administración de Empresas, Ingeniería Comercial, Ingeniería Financiera o carreras afines.
- Su edad debe fluctuar entre los 35 a 50 años de edad, con experiencia en empresas similares no menos de 5 años.
- Dominio del idioma inglés en un 70%.
- Persona asertiva con capacidad de trabajo en equipo, excelente habilidad de análisis y resolución de problemas, don de gente para tratar con clientes internos y externos.
- Debe ser hábil con el manejo de personal, Microsoft Office (Excel avanzado), conocimiento avanzado de la legislación tributaria, laboral, de

transporte y turística, análisis y contrato de seguros, manejo y elaboración de nómina, sólidos conocimientos de costos, manejo de efectivo, escuela de caja.

**Funciones:**

- Responsable de la selección, control y supervisión de los servicios generales y proveedores.
- Gestor del análisis de estados financieros y de balances, presupuestos, pólizas contables, integración de cuentas, reportes anuales y auditorías.
- Controlar y supervisar el bienestar del personal de la empresa
- Gestor directo de cuidar y proteger la información de los documentos administrativos, comerciales y laborales que se generen en la empresa.
- Es quien debe pagar puntualmente los sueldos a los trabajadores, impuestos, tasas y obligaciones contraídas por la empresa con los proveedores.

**c. Contador Financiero**

**Perfil Profesional**

- Profesional de tercer nivel en Contabilidad y Auditoría
- Su edad debe fluctuar entre los 35 a 50 años de edad, con experiencia en empresas similares no menos de 5 años.
- Dominio de software contable
- Capacidad de Toma de decisiones
- Conocimiento avanzado de legislación tributaria
- Cinco años de experiencia en áreas afines

**Funciones:**

- Responsable de la elaboración de estados financieros
- Declaraciones al SRI de impuestos mensuales y semestrales
- Declaración del Impuesto a la Renta

- Firma autorizada en instituciones bancarias
- Es quien debe pagar puntualmente los sueldos a los trabajadores, impuestos, tasas y obligaciones contraídas por la empresa con los proveedores.

**d. Asistente Financiero**

**Perfil Profesional**

- Bachiller en Contabilidad
- Su edad debe fluctuar entre los 20 a 30 años de edad, con experiencia mínima de 2 años en cargos similares
- Dominio de software contable
- Conocimiento de legislación tributaria

**Funciones:**

- Elaboración de órdenes de pago
- Kardex y existencias
- Llenado de formularios
- Trámites bancarios

**e. Coordinador de Marketing y Ventas**

**Perfil Profesional**

- Profesional universitario en Marketing, Administración de Empresas Turísticas e Ingeniería Comercial.
- Hombre o mujer cuya edad debe fluctuar entre los 25 a 35 años de edad.
- Hablar, escribir y entender perfectamente el idioma inglés y un segundo idioma a más del español.
- Debe tener disponibilidad de tiempo para viajar fuera y dentro del país.
- Con experiencia de 5 años o más en el mercado turístico.
- Poseer capacidad de negociación

- Amplios conocimientos en manejo de internet, paquetes utilitarios y base de datos, ventas, promoción, publicidad, posicionamiento y desarrollo de productos.
- Persona proactiva, comunicativa y con liderazgo participativo, con vocación de servir al cliente y capaz de trabajar en equipo y bajo presión.

### **Funciones**

- Debe desarrollar las estrategias de marketing de la empresa.
- Responsable directo de alianzas estratégicas y acuerdos comerciales.
- Controlar los canales de ventas en la empresa.
- Supervisar la calidad del servicio ofertado al cliente.
- Contactar al cliente y recibir sus sugerencias, quejas, opiniones etc., manejarlos de tal forma que el cliente se sienta complacido con el servicio.
- Elaborar, enviar, verificar el material promocional de la empresa, éste debe ser entregado a los choferes.

### **f. Gestor de Ventas**

#### **Perfil Profesional**

- Profesional con tecnología en Administración Turística, Marketing y Ventas o Relaciones Públicas.
- Hombre o mujer cuya edad debe fluctuar entre los 23 a 35 años de edad, con experiencia en empresas similares no menos de 3 años.
- Hablar, entender y escribir en un 80% el idioma inglés.
- Excelente presencia y facilidad de comunicación.
- Debe tener conocimientos de la dinámica del turismo receptivo y el transporte turístico terrestre.
- Tener vastos conocimientos en el manejo de internet y (compra y venta de productos o de servicios a través de medios electrónicos, tales como Internet y otras redes informáticas).
- Debe tener disponibilidad de tiempo para viajar fuera y dentro del país.

- Persona proactiva, comunicativa y con liderazgo participativo, con vocación de servir al cliente y capaz de trabajar en equipo y bajo presión.

### **Funciones**

- Contactar y atender potenciales clientes y socios estratégicos.
- Buscar constantemente oportunidades de negocios.
- Promocionar y vender los servicios ofertados por la empresa.
- Generar actividad comercial e ingresos económicos para la empresa.
- Crear y mantener como propiedad de la empresa una base de datos confidencial.

## **g. Coordinador de Talento Humano**

### **Perfil Profesional**

- Ingeniero en Administración o carreras afines.
- Su edad debe fluctuar entre los 25 a 40 años de edad
- 5 años de experiencia en cargos similares
- Con conocimientos en gestión de sistemas de talento humanos
- Capacidad para elaborar manuales y herramientas que normen el control interno de la compañía
- Persona proactiva, comunicativa y con liderazgo participativo, con vocación de servir al cliente y capaz de trabajar en equipo y bajo presión.

### **Funciones**

- Responsable directa de la gestión de talento humano.
- Aplicación de sanciones e incentivos
- Manejar los roles de pago.
- Crear manuales, reglamentos y vigilar su aplicación correcta
- Reportar al a gerencia las novedades suscitadas

## **h. Coordinador de Operaciones**

### **Perfil Profesional**

- Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas.
- Dominio del idioma inglés hablado y escrito 100%.
- Su edad debe fluctuar entre los 25 a 35 años de edad
- 5 años de experiencia en operadoras de turismo o empresas de transporte turístico terrestre.
- Con conocimientos en gestión de calidad, legislación de transporte y turismo.
- Buen manejo de sistemas de comunicación, mapas y conocimiento acerca de carreteras, vías alternas y caminos vecinales.
- Conocimiento sobre vehículos, capacidades y equipamientos de los mismos, repuestos y tecnología.
- Persona proactiva, comunicativa y con liderazgo participativo, con vocación de servir al cliente y capaz de trabajar en equipo y bajo presión.

### **Funciones**

- Responsable directa de la programación, desarrollo y control de las actividades DIÁRIAS relacionadas con los circuitos de transporte.
- Controlar la calidad del servicio en las unidades de transporte, su buen funcionamiento y el desempeño que los choferes tienen en sus puestos de trabajo.
- Verificar si los implementos y sistemas tecnológicos de las unidades están en óptimas condiciones.
- Contactar proveedores de repuestos e insumos para el mantenimiento de las unidades de transporte.
- Reportar al departamento financiero el cambio o reparación de repuestos y mantenimiento mecánico en las unidades de transporte

## **i. Choferes**

### **Perfil Profesional**

- Choferes profesionales en conducción de transporte turístico terrestre.
- Su edad debe fluctuar entre los 30 y 50 años de edad, con al menos 10 años de experiencia trabajando para operadoras de turismo o empresas de transporte turístico.
- Debe poseer licencia de conducir tipo E o profesional, la cual debe estar vigente.
- Buen conocimiento acerca de carreteras, caminos vecinales, vías alternas, etc.
- Reconocimiento de hoteles y restaurantes (ubicación y clasificación).
- Manejo de sistemas de comunicación y uso de mapas.
- Vastos conocimientos sobre mecánica y repuestos.
- Debe ser dinámico y tener excelentes relaciones interpersonales, capaz de trabajar bajo presión y manejo de conflictos.

### **Funciones:**

- Es el representante directo de la empresa ante el cliente y ante los consumidores finales del servicio (los pasajeros).
- Responsable de ofrecer un servicio con cortesía y amabilidad.
- Elegir rutas alternativas en caso de inconvenientes o factores ajenos a la operación programada por el operador de turismo (levantamientos, deslaves, repavimentación, etc.).
- Reportar al departamento de operaciones el cambio de repuestos o reparación en las unidades de transporte.
- Mantener las unidades limpias y presentables en todo momento, más aún cuando éstas estén en cualquier ruta.

## **j. Asistente de Chofer**

### **Perfil Profesional**

- Choferes profesionales en conducción de transporte turístico terrestre.
- Su edad debe fluctuar entre los 25-40 años de edad, con al menos 2 años de experiencia trabajando para operadoras de turismo o empresas de transporte turístico.
- Debe poseer licencia de conducir tipo D1 la cual debe estar vigente.
- Buen conocimiento acerca de carreteras, caminos vecinales, vías alternas, etc.
- Reconocimiento de hoteles y restaurantes (ubicación y clasificación).
- Manejo de sistemas de comunicación y uso de mapas.
- Conocimientos básicos sobre mecánica y repuestos.
- Capacidad de Trabajo en equipo

### **Funciones:**

- Reemplazar al chofer en viajes largos o en su ausencia.
- Responsable de ofrecer un servicio con cortesía y amabilidad.
- Elegir rutas alternativas en caso de inconvenientes o factores ajenos a la operación programada por el operador de turismo (levantamientos, deslaves, repavimentación, etc.).
- Mantener las unidades limpias y presentables en todo momento, más aún cuando éstas estén en cualquier ruta.

## **k. Guía Turísticos**

### **Perfil Profesional**

- Formación en Turismo o áreas afines
- Su edad debe fluctuar entre los 25-40 años de edad
- Dominio del idioma inglés en un 100%
- Conocimientos de idioma Kichwa

- Bases de idiomas extranjeros (Alemán – Francés)
- Buen conocimiento acerca de carreteras, caminos vecinales, vías alternas, etc.
- Reconocimiento de hoteles y restaurantes (ubicación y clasificación).
- Manejo de sistemas de comunicación y uso de mapas.
- Licencia de Guía Turístico a nivel nacional
- Manejo de grupos grandes de turistas
- Capacidad de trabajo en equipo
- Facilidad de palabra

**Funciones:**

- Guiar a los turistas durante a los recorridos
- Coordinar con el chofer o su asistente la ruta diseñada para los paquetes
- Dar indicaciones a los turistas
- Fijar los horarios de los recorridos

**6.3.2 Estructura Legal de Compañía de Transporte Terrestre Turístico Transs Gisel Tour Cía. Ltda.**

**a. Constitución**

La Compañía de Transporte Terrestre Turístico Transs Gisel Tour Cía. Ltda, se constituirá como una empresa de Responsabilidad Limitada con cuatro socios que aportarán capital tangible y monetario para el desarrollo de la misma; según el

Art. 93 Reformado de la Ley de Compañías este tipo de empresas, se contrae entre tres o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirá, en todo caso, las palabras Compañía Limitada o su correspondiente abreviatura. Si se utilizare una denominación adjetiva, será una que no pueda confundirse con la de una compañía preexistente.

La compañía de responsabilidad limitada es siempre mercantil. El mínimo de socios es tres y el máximo quince, los cónyuges entre si no pueden comparecer juntos a la constitución de una compañía de responsabilidad limitada. El capital suscrito de la compañía no podrá ser menor de cuatrocientos dólares, y deberá estar pagado al momento de otorgarse la escritura de constitución, por lo menos el cincuenta por ciento y el saldo en el plazo de un año.

En el protocolo de escrituras públicas a su cargo, sírvase insertar una de constitución de compañía de responsabilidad limitada, al tenor de las cláusulas siguientes:

**PRIMERA.- COMPARECIENTES Y DECLARACIÓN DE VOLUNTAD**  
Intervienen en la celebración de este contrato, los señores: CASTRO SANDOVAL BENJAMÍN FERNANDO, CASTRO SANDOVAL ROSA MARÍA, CASTRO SANDOVAL ANA PATRICIA, JÁCOME CASTRO SARA NATALIA; los comparecientes manifiestan ser ecuatorianos, mayores de edad, casados los dos primeros y solteros los dos últimos, domiciliados en esta ciudad; y, declaran su voluntad de constituir, como en efecto constituyen, la compañía de responsabilidad limitada denominada Compañía de Transporte Terrestre Turístico Transs Gisel Tour Cía. Ltda, la misma que se registrará por las leyes ecuatorianas; de manera especial, por la Ley de Compañías, sus reglamentos y los siguientes estatutos.

**SEGUNDA.- Estatutos De Compañía De Transporte Terrestre Turístico Transs Gisel Tour Cía. Ltda.**

**CAPÍTULO PRIMERO DENOMINACIÓN. NACIONALIDAD, DOMICILIO, FINALIDADES Y PLAZO DE DURACIÓN**

**ARTÍCULO UNO.-** Constituyese en la ciudad de Tena, con domicilio en el mismo lugar, provincia de Napo. República del Ecuador, de nacionalidad ecuatoriana, la compañía de Transporte Terrestre Turístico Transs Gisel Tour Cía. Ltda.

ARTÍCULO DOS.- La compañía tiene por objeto y finalidad, ofrecer el servicio de transporte turístico terrestre. La compañía podrá por sí o por otra persona natural o jurídica intervenir en la negociación del servicio con sus clientes.

ARTÍCULO TRES.- La compañía podrá solicitar préstamos internos o externos para el mejor cumplimiento de su finalidad.

ARTÍCULO CUATRO.- El plazo de duración del contrato social de la compañía es de treinta años, a contarse de la fecha de Inscripción del domicilio principal de la compañía; puede prorrogarse por resolución de la junta general de socios, la que será convocada expresamente para deliberar sobre el particular.

La compañía podrá disolverse antes, si así lo resolviere la Junta general de socios en la forma prevista en estos estatutos y en la Ley de Compañías.

## CAPÍTULO SEGUNDO DEL CAPITAL SOCIAL, DE LAS PARTICIPACIONES Y DE LA RESERVA LEGAL ARTÍCULO CINCO.-

El capital social de la compañía es de 255.960,00 dólares, dividido en doscientas cincuenta y cinco mil novecientas sesenta participaciones de un dólar cada una, que estarán representadas por el certificado de aportación correspondiente de conformidad con la ley y estos estatutos, certificado que será firmado por el gerente de la compañía. El capital está íntegramente suscrito y pagado en numerarlo en la forma y proporción que se especifica en las declaraciones.

ARTÍCULO SEIS.- La compañía puede aumentar el capital social, por resolución de la Junta general de socios, con el consentimiento de las dos terceras partes del capital social, en la forma prevista en la Ley y, en tal caso los socios tendrán derecho preferente para suscribir el aumento en proporción a sus aportes sociales, salvo resolución en contrario de la Junta general de socios.

ARTÍCULO SIETE.- Todas las participaciones son de Igual calidad, los socios fundadores no se reservan beneficio especial alguno.

ARTÍCULO OCHO.- En las Juntas Generales para efectos de votación cada participación dará al socio el derecho a un voto.

### CAPÍTULO TERCERO

DECLARACIONES.- El capital con el que se constituye la Compañía de Transporte Terrestre Turístico Transs Gisel Tour Cía. Ltda, ha sido suscrito y pagado en su totalidad en la siguiente forma: el señor Castro Sandoval Benjamín Fernando sesenta y tres mil novecientos noventa participaciones, con un valor total de sesenta y tres mil novecientos noventa dólares; la señora Castro Sandoval María Rosa sesenta y tres mil novecientos noventa de un dólar cada una, con un valor de sesenta y tres mil novecientos noventa dólares; la señorita Castro Sandoval Ana Patricia sesenta y tres mil novecientos noventa participaciones de un dólar cada una, con un valor de sesenta y tres mil novecientos noventa dólares; la señorita Jácome Castro Sara Natalia sesenta y tres mil novecientos noventa participaciones de un dólar cada una, con un valor total de sesenta y tres mil novecientos noventa dólares; TOTAL sesenta y tres mil novecientos noventa participaciones de un dólar cada una, que dan un total de doscientas cincuenta y cinco mil novecientas sesenta participaciones de un dólar que representan doscientas cincuenta y cinco mil novecientas sesenta dólares; que sería el capital económico monetario las mismas que ha sido depositado en dinero en efectivo en la cuenta n° 4209690350 del Banco del Pichincha Agencia Tena para la compra de cuatro Mini Bus, Hyundai County capacidad de 20 pasajeros.

Los socios de la compañía por unanimidad nombran a la señorita Sara Natalia Jácome Castro como Administradora para que se encargue de los trámites pertinentes, encaminados a la aprobación de la escritura constitutiva de la compañía y demás procesos legales y administrativos, y a la señora Rosa María Castro Sandoval como Gerente y representante legal de la compañía sobre quien pesa obligaciones administrativas de la misma.

Hasta aquí la minuta. Usted señor Notario sírvase agregar las cláusulas de estilo para su validez. Atentamente,

## **b. Requisitos para la inscripción en el Ministerio de Turismo**

De acuerdo a lo que establece el Ministerio de Turismo Los requisitos a presentar adjunto a la solicitud de Registro de Transporte Terrestre Turístico, en la Solicitud de Registro de Transporte Terrestre Turístico, son:

- 1) Permiso de Operación otorgado por la Comisión Nacional de Transporte Terrestre y Seguridad Vial.
- 2) Copia Certificada de la escritura de Constitución de la Compañía, debidamente inscrita en el Registro Mercantil y sus reformas, en caso de haberlas.
- 3) Copia del Nombramiento del Representante Legal, debidamente inscrito en el Registro Mercantil.
- 4) Copia de Registro Único de Contribuyentes, R.U.C.
- 5) Copia a color de la Cédula de Identidad del Representante Legal.
- 6) Copia del Comprobante de Votación del Representante Legal.
- 7) Certificado del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI), de no encontrarse registrada la razón social o denominación social o nombre comercial del establecimiento.
- 8) Copia de la Matrícula de cada vehículo.
- 9) Copia del pago del impuesto preDÍAl o contrato de arrendamiento del local debidamente registrado.
- 10) Inventario valorado de los activos de la empresa, firmado bajo la responsabilidad del representante legal, sobre los valores declarados.
- 11) Declaración de activos fijos para cancelación del 1 por mil, debidamente suscrita por el Representante Legal o apoderado de la empresa.
- 12) Formulario del Ministerio de Turismo.

### 6.3.3 Resumen de Costos de Estructura Administrativa y Legal

Tabla 58 Resumen de Costos de Estructura Administrativa y Legal

PASOS	ENTIDADES	ACTIVIDADES	COSTO USD
1	Superintendencia de Compañías	Reserva de Nombre	0,00
2	Notaría del Cantón Tena	Elaboración de Minuta	100,00
3	Banco de Pichincha Agencia Tena	Apertura de Cuenta	200,00
4.	Agencia Nacional de Tránsito	Formulario para Constitución Jurídica	0,00
5.	Agencia Nacional de Tránsito	Entrega de solicitudes y estudio de factibilidad, revisión y calificación de documentos por parte de autoridades y emisión del informe previo favorable	0,00
6.	Notaría del Cantón Tena	Escritura Pública de Constitución	1.000,00
7	Superintendencia de Compañías	Entrega de informes previos favorables y escritura pública de constitución, resolución de aprobación para la constitución de la compañía	0,00
8	Revista “Paraíso”	Publicación de extracto con la resolución	100,00
9	GAD Municipal de Tena	Registro y pago de patentes para exoneración	300,00
10	Cámara de Turismo de Napo	Afiliación	300,00
<b>TOTAL</b>			<b>2.000,00</b>

Elaborado por: La Autora

### 6.4 Organizar la Socialización del Plan de Negocios con los miembros de la Compañía de Transporte Terrestre Turístico Transs Gisel Tour Cía. Ltda.

**Propósito:** Proponer la creación de la Compañía de Transporte Terrestre Turístico Transs. Gisel Tour Cía. Ltda., en la parroquia Matriz Tena.

#### Productos

- Plan de Negocios
- Creación de Compañía de Transporte Terrestre Turístico Transs Gisel Tour Cía. Ltda.

**Objetivo General del Plan de Negocios:** Diseñar e implementarla metodología necesaria para la creación de la Compañía de Transporte Terrestre Turístico Trans Gisel Tour Cía. Ltda, proveyendo un acompañamiento técnico en los procesos de constitución y autorización de funcionamiento.

**Tabla 59 Equipamiento requerido**

<b>CANTIDAD</b>	<b>EQUIPO</b>	<b>CARACTERÍSTICAS</b>
1	In focus	Marca Epson, resolución XGA, resolución 768 pixeles,
1	Computadora	Marca Hewlett Packard, Modelo Pavilion G60-125NR
1	Pantalla	100 pulgadas
1	Micrófono inalámbrico	Marca Panasonic

**Elaborado por:** La autora

### **Informe de la Socialización**

Este evento se desarrolló en la Sala de Eventos de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Acción Campesina” – COOPAC, con el siguiente orden del día:

- Apertura de la Reunión Informativa por parte de la Gerencia general
- Intervención del Representante del Ministerio de Turismo, en calidad de Autoridad Turística Nacional.
- Intervención de la Dra. Fernanda Landázuri, Coordinadora Zonal de Tránsito, como autoridad de Transporte Terrestre Turístico.
- Presentación de la Estructura Administrativa y Estructura Legal **de** la Compañía de Transporte Terrestre Turístico Trans Gisel Tour Cía. Ltda.
- Participación entre junta de accionistas, talento humano de la compañía, autoridades invitadas.

### **Cuadro 13** Nómina de Asistentes

<b>ACCIONISTAS DE LA COMPAÑÍA DE TRANSPORTE TERRESTRE TURÍSTICO “TRANSS GISEL TOUR CÍA. LTDA.”</b>	
<b>Nombre</b>	<b>Cargo</b>
Castro Sandoval Benjamín Fernando	Accionista
Jácome Castro Sara Natalia	Accionista
Castro Sandoval Rosa María	Accionista
Castro Sandoval Ana Patricia	Accionista
<b>TALENTO HUMANO</b>	
Gerente General	
Coordinador de Administración y Finanzas	
Contador - Financiero	
Asistente – financiero	
Coordinador de Marketing y Ventas	
Gestor de ventas	
Coordinador de Talento Humano	
Asistente de Talento Humano	
Coordinador de Operaciones	
Choferes	
Guías Turísticos Nativos	
<b>AUTORIDADES INVITADAS</b>	
<b>Nombre</b>	<b>Cargo</b>
Dra. Fernanda Landázuri Polanco	COORDINADORA ZONAL DE LA COMISIÓN NACIONAL DE TRÁNSITO
Lic. Tania Suasnavas	COORDINADOR DEL MINISTERIO DE TURISMO ZONA 2
Ing. Campo Elías Rosales	GOBERNADOR DE NAPO
Mayor Samuel Jiménez	COMANDANTE DE POLICIA NAPO No 20
Magister María Soledad Shiguango	DIRECTORA DISTRITAL DE EDUCACIÓN

**Elaborado por:** La Autora

### **Recomendaciones del informe de socialización**

- Que la realización de esta propuesta, sea considerada por los accionistas para concretar la creación de la Compañía de Transporte Terrestre Turístico Transs Gisel Tour Cía. Ltda.
- Coordinar esfuerzos con autoridades locales y zonales para impulsar proyectos turísticos innovadores encaminados al progreso turístico del cantón y la región Amazónica.

## G. DISCUSIÓN

### 7.1 Determinar el Diagnóstico Situacional del Área de Estudio.

Considerando el criterio de (Ricaurte, 2009) que considera que el éxito del diagnóstico y por lo tanto, del plan de negocios depende de que los datos y la información recogida sean coherentes con el enfoque, el nivel de planificación (escala territorial) y con los objetivos propuestos.

Dentro de la ubicación del área de estudio se estudiaron los principales aspectos biofísicos y climáticos, en el medio abiótico y biótico.

Se investigó la hidrología en la que se determinó que la cuenca del Río Napo es la de mayor superficie en el cantón Tena, el mineral más abundante en los ríos es el oro que representa el eje de la actividad minera de manera artesanal y mediante concesiones.

Se hizo además el levantamiento de información de la flora y fauna existente. Las especies más representativas de flora son el matapalo, el cacao, la guayaba, el limón y la sangre de drago. En la fauna el inventario de mamíferos permitió identificar especies como el armadillo, el cuchucho, la guatusa, la guanta y el venado; dentro de los reptiles y anfibios más representativos están el caimán de anteojos, las lagartijas, ranas, serpientes y tortugas; en el inventario de aves se pueden mencionar el guacamayo, algunas variedades de loros, el garrapatero, el tucán, los gallinazos y el garrapatero.

Al analizar el inventario turístico para el Cantón Tena, se pudo conocer que en la parroquia matriz Tena se localizaron 10 atractivos naturales y 5 manifestaciones culturales. El desarrollo de esta etapa de la investigación permitió determinar que los valores correspondientes a la evaluación y jerarquización de los atractivos no es coherente con el levantamiento de información realizado por la autora. Los atractivos turísticos inventariados se ubicaron en la jerarquía II y III..

Se realizó un análisis socio- económico del cantón Tena, en el que se estableció que la economía de Tena depende en su mayoría de dos grandes actividades: las que se generan en el sector primario y las pertenecientes al sector de comercio y servicio.

Se debe destacar que en el GAD Municipal de Tena no existe un inventario turístico actualizado de la parroquia Tena, ni del cantón. Tampoco se dispuso de mapas actualizados que faciliten la ubicación del área de estudio.

Otro de los puntos críticos del diagnóstico situacional fue la obtención de información acerca de los permisos, debido a que las instituciones rectoras del transporte turístico como son la Agencia Nacional de Tránsito, el Ministerio de Turismo y el GAD Municipal de Tena no han establecido parámetros para la consecución de los mismos, debido a que hasta la fecha en la provincia de Napo no se encuentra ninguna persona natural o jurídica autorizada para la realización de esta actividad turística.

## **7.2 Elaborar el plan de negocios mediante el estudio de mercado para proponer la creación de la Compañía de Transporte Terrestre Turístico Transs Gisel Tour Cía. Ltda.**

Retomando lo que determina (Andrade, 2011) el Plan de Negocios, debe tener una clara y concisa descripción y análisis de las perspectivas empresariales que tienen el o los accionistas de la futura empresa, ya que el capital a invertir puede ser considerable en algunos casos y un “paso en falso” puede hacer que una persona o un grupo de personas pierdan su dinero.

Previo a la elaboración del Plan de negocios, se realizó un estudio de mercado. Para el estudio de mercado fue necesario la aplicación de 156 encuestas a turistas nacionales y extranjeros, para obtener información del mercado al cual va a dirigirse la compañía

Los resultados más relevantes son los que a continuación se exponen:

La mayoría de encuestados coincidió en considerar que es necesario el uso de transporte terrestre turístico en las actividades de turismo que realiza.

Se pudo determinar además que un porcentaje representativo de turistas nacionales y extranjeros no utilizan vehículo propio para el desarrollo de sus viajes de turismo.

Dentro de los factores determinantes considerados por los turistas al momento de elegir el modo de transporte se notó una marcada predominancia del precio y el servicio.

Se conoció también que las personas encuestadas consideraron necesario que las unidades en las que se transportan tengan capacidad para más de veinte personas.

Se estableció también que dentro de las comodidades requeridas más solicitadas se encuentran el aire acondicionado, el servicio wi fi y la presencia de un guía turístico o azafata.

Por tanto existe una gran posibilidad de implementar una empresa de Transporte Turístico Terrestre que se diferencie de la competencia existente, para que pueda abarcar un gran número de operadoras turísticas, que serían el mercado al cual va a dirigir sus productos y servicios; lo importante es que la formación de la compañía pueda lograr el posicionamiento de mercado mediante una oferta diferenciada.

Para la fijación de precios, se consideraron tres mecanismos para realizar este procedimiento: a partir de los costos, de acuerdo al potencial de ventas, de acuerdo a la competencia. Por lo que se optó por la fijación de precios de acuerdo a los precios vigentes en tres empresas de la competencia, aplicando una tarifa que refleje un valor promedio para paquetes de Transfer Day, Transfer Night, City Tour, Full Day y Hora Adicional. Mediante el cual se calculó el presupuesto de ventas para el primer

año que reflejó un valor de 208.080,00 USD y una proyección a cinco años con el 5% de crecimiento anual

El presupuesto permitió conocer que la inversión fija y diferida del proyecto ascienden a 269.030,00, USD los mismos que serán cubiertos por los accionistas de la empresa y un crédito obtenido de una entidad financiera.

Los costos comprenden la suma de erogaciones en que se incurre para la adquisición de un bien o de un servicio, con la intención de que genere un ingreso o beneficio en el futuro. Y los gastos que representan el sacrificio económico para la adquisición de un bien o servicio, derivado de la operación normal de la organización, y que no se espera que pueda generar ingresos en el futuro.

Se elaboró el estado de Costo de producción del servicio, con una proyección para cinco años, determinándose que los costos operacionales del primer año tienen un valor de \$111.218,58 USD a partir del cual se proyectaron los costos para cinco años, con una tasa de 5%

El Estado de Pérdidas y Ganancias del primer año arrojaron una utilidad neta de 79.247,92 USD y un flujo de caja de 121.414,29 USD. La aplicación de fórmulas arrojó un TIR del 40%, un VAN de 221.755,79 y 233.506,38 USD como punto de equilibrio, el período de recuperación de capital se fijó en el tercer año.

### **7.3 Determinar la estructura para la creación de la Compañía de Transporte Terrestre Turístico Transs Gisel Tour Cía. Ltda.**

Para dar cumplimiento al Tercer Objetivo se diseñó la estructura administrativa y legal de la Compañía.

En la estructura administrativa se priorizó el organigrama estructural de la Compañía de Transporte Terrestre Turístico Transs Gisel Tour Cía. Ltda, El mismo que de acuerdo al criterio de (Koontz & Wheirich, 2010) son la representación gráfica de la estructura orgánica de una empresa u organización que refleja, en forma esquemática, la posición de las áreas que la integran.

Este organigrama consta de cuatro niveles jerárquicos donde se destaca jerarquías, cargos y líneas de comunicación y presenta una visión inmediata y resumida de la forma de distribución de la misma.

En cuanto a la estructura legal el artículo 20 del Reglamento de Transporte Terrestre Turístico determina que el servicio de transporte terrestre turístico será prestado únicamente por personas jurídicas debidamente constituidas y autorizadas por la ANT y que cuenten con el título vigente habilitante extendido por la entidad al amparo de las disposiciones contenida en las normas internacionales y nacionales vigentes en materia de transporte terrestre, tránsito y seguridad vial.

Con base en las formalidades legales establecidas por la Agencia Nacional de Tránsito , se reunieron los requisitos necesarios para la creación de una empresa de Transporte Terrestre Turístico.

La estructura Administrativa Estructura Administrativa de una Compañía de Responsabilidad Limitada de acuerdo a lo que establece Superintendencia de Compañías en su artículo 92 expresa: La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre tres o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirá, en todo

caso, las palabras "Compañía Limitada" o su correspondiente abreviatura. Si se utilizare una denominación objetiva será una que no pueda confundirse con la de una compañía preexistente. Los términos comunes y los que sirven para determinar una clase de empresa, como "comercial", "industrial", "agrícola", "constructora", etc., no serán de uso exclusivo e irán acompañados de una expresión peculiar.

Por lo que de acuerdo al criterio de los accionistas la Compañía de Transporte Terrestre Turístico Transs Gisel Tour Cía. Ltda, decidieron optar por la figura de Compañía de Responsabilidad Limitada para la constitución de la misma.

Es relevante considerar que existe desinformación en los organismos encargada de la concesión de permisos para la creación de la Compañía de Transporte Terrestre Turístico. En el GAD Municipal de Tena, no se encuentra un departamento o funcionario encargado de la concesión de este tipo de permisos, razón por la cual no se han establecido los requisitos mínimos para cumplir con esta fase. Lo mismo ocurre en la Delegación Zonal de la Comisión de Tránsito, en la que la única información obtenida fue la imposibilidad de acceder a este tipo de permisos.

#### **7.4 Organizar la socialización del plan de negocios con los miembros de la Compañía de Transporte Terrestre Turístico Transs Gisel Tour Cía. Ltda.**

La socialización del Plan de Negocios con los Miembros de la Compañía de Transporte Terrestre Turístico Transs Gisel Tour Cía. Ltda, se realizó con el objetivo de diseñar e implementar la metodología necesaria para la creación de la misma, proveyendo un acompañamiento técnico en los procesos de constitución y autorización de funcionamiento.

El informe de socialización permitió conocer las principales recomendaciones entre las que cuentan como más relevantes:

- Que la realización de esta propuesta, sea considerada por los accionistas para concretar la creación de la Compañía de Transporte Terrestre Turístico Transs Gisel Tour Cía. Ltda.
- Coordinar esfuerzos con autoridades locales y zonales para impulsar proyectos turísticos innovadores encaminados al progreso turístico del cantón y la región Amazónica.
- Ampliar la difusión de eventos de esta naturaleza, para involucramiento y compromiso de autoridades e interesados en el desarrollo socioeconómico de la zona mediante el impulso de proyectos turístico.

## H. CONCLUSIONES

- En la etapa de diagnóstico se determinó que al realizar el inventario turístico se pudo conocer que en la parroquia matriz Tena se localizaron 10 atractivos naturales y 5 manifestaciones culturales, cuyo levantamiento se realizó mediante la metodología y fichas de inventario que establece (Ministerio de Turismo, 2009) e (Instituto Nacional de Patrimonio Cultural, 2014), por lo que el proyecto representa una pauta para la creación de una empresa de transporte terrestre turístico, la misma que presenta valores agregados para distinguirlas de la competencia.
- Los resultados más relevantes en la aplicación de 156 encuestas previa a la elaboración del plan de negocios, se determinó que es necesario el uso de transporte terrestre turístico en las actividades de turismo, los turistas nacionales y extranjeros no utilizan vehículo propio para el desarrollo de sus viajes de turismo y al momento de elegir el modo de transporte se notó una marcada predominancia del servicio frente a las otras opciones como son precio y la forma de pago, dentro de las comodidades requeridas más solicitadas se encuentran el aire acondicionado, el servicio wi fi y la presencia de un guía turístico o azafata.
- El Estado de Pérdidas y Ganancias del primer año arrojaron una utilidad neta de 79.247,92 USD y un flujo de caja de 121.414,29. USD La aplicación de fórmulas arrojó un TIR del 40%, un VAN de USD 221.755,79 y 233.506,38 USD como punto de equilibrio, el período de recuperación de capital se fijó en el tercer año..
- Se determinó que la Compañía de Transporte “Trans Gisel Tour” se constituirá como una Compañía de Responsabilidad Limitada con el aporte de cuatro socios que aportarán con el capital social de la misma.

## **I. RECOMENDACIONES**

- Considerar los resultados obtenidos al aplicar los instrumentos de investigación para lograr el posicionamiento de Compañía de Transporte Trans Gisel Tour en la implementación de las unidades y diferenciación de servicios ofertados. (Asamblea Nacional del Ecuador, 2008)
- Aplicar el plan de negocios para la creación de Compañía de Transporte Trans Gisel Tour con el fin de optimizar los procesos y recursos necesarios para el cumplimiento de la misión, visión y objetivos institucionales. En vista de que el VAN, la Tasa Interna de Retorno, la Relación Costo Beneficio y la sensibilidad del proyecto son favorables.
- Cumplir con los trámites legales y administrativos para proponer la creación de Compañía de Transporte “Trans Gisel Tour” como Compañía de Responsabilidad Limitada con el aporte de cuatro socios.
- Considerar los aportes y recomendaciones expuestos en el proceso de socialización del proyecto, puesto que garantiza una rentabilidad estable y un posicionamiento dentro del transporte turístico de la zona.

## J. BIBLIOGRAFÍA

- Agencia Nacional de Tránsito. (2008). *Reglamento de Transporte Terrestre Turístico*. Quito.
- Albuja, L., Almendariz, A., Barriga, R., Montalvo, L., Cáceres, F., & Román, J. (2012). *Fauna de Vertebrados del Ecuador*. Quito: Escuela Politécnica Nacional.
- Andrade, C. (2011). *Empresa de Transporte Turístico Terrestre "Ecuador sobre Ruedas"*. Quito: Universidad de Especialidades Turísticas.
- Arnaut, & Iberbrokers. (2011). *Modelo de Plan de Negocios*. México.
- Asamblea Nacional del Ecuador. (2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Montecristi: Ediciones Legales.
- Churchill, G. (2006). *Investigación de Mercado*. México: Thompson Editores.
- David, F. (2008). *Conceptos de Administración Estratégica*. México: Editoril Pearson Educación.
- Dirección de Comunicación/Ministerio Coordinador de Patrimonio. (2012). *Napo Guía Cultural*. Quito, Pichincha, Ecuador: El Silencio.
- Enciclopedia de la Economía. (2014). *Economía48*. Obtenido de <http://www.economia48.com/spa/d/competencia/competencia.htm>
- Fernández, A. (2011). *Investigación de mercados*. Madrid. España: Civitas.
- Fleitman, J. (2010). *Cómo Empezar una Empresa Exitosa*.
- GAD Municipal de Tena. (2013). *Plan de Ordenamiento Territorial*. Tena.
- 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.
- Instituto Nacional de Patrimonio Cultural. (2014). Dirección Nacional de Patrimonio Cultural.
- 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.
- Lambin, J. (2005). *Marketing Estratégico*. Mc. Graw Hill.
- Miisterio de Turismo . (2009-2014). *Catastro de Transporte Turístico* : MINTUR.
- Ministerio de Hacienda Bolivia. (2010). *Sistema de Organización Administrativa*. La Paz.
- Ministerio de Turismo . (2009). *Manual de Inventario Turístico*. Quito.
- Ministerio de Turismo. (2015). *Catastro de Agencias de Viaje* .
- Ministerio de Turismo. (2013). *Inventario de Atractivos cantón Tena*. Tena: MINTUR.
- Miranda, J. (2005). *Gestión de Proyectos, Identificación, Formulación y Evaluación*. Bogotá: MM Editores.
- Ricaurte. (2009). *Manual para el DÍagnóstico Turístico Local*. Guayaquil : Ediciones Ecuador.
- Superintendencia de Compañías. (1999). *Ley de Compañías*. Quito: Ediciones Ecuador.
- Sullivan, Steven, & Pearson. (2005). *Economía: Principios en Acción*.
- Thompson, & Strickland. (2012). *Administración Estratégica, Conceptos y Casos*. Mc. Graw Hill.

## LINCOGRAFÍA

- Amazonia Turistica. (MARZO de 2014). *AMAZONIA TURISTICA*. Recuperado el 22 de MARZO de 2014, de <http://www.amazoniaturistica.com>:  
[http://www.amazoniaturistica.com/index.php?option=com\\_content&view=article&id=44:rutas-tristicas&catid=42:atractivos-turisticos&Itemid=69](http://www.amazoniaturistica.com/index.php?option=com_content&view=article&id=44:rutas-tristicas&catid=42:atractivos-turisticos&Itemid=69)
- Asociacion de Municipalidades del Ecuador. (12 de SEPTIEMBRE de 2011). *www.ame.gob.ec*. Recuperado el 22 de MARZO de 2014, de [www.ame.gob.ec](http://www.ame.gob.ec): <http://www.ame.gob.ec/ame/>
- Carrasquero, Domingo;. (2004). Recuperado el 24 de Abril de 2014, de <http://www.gestiopolis.com/recursos3/docs/mar/estmktpref.htm>
- Centro Nacional de Planeamiento Estratégico Perú. (2014). *CEPLAN*. Recuperado el 2014 de 04 de 05, de <http://www.ceplan.gob.pe/directiva-planeamiento/objetivos-estrategicos-indicadores-metas>
- Enciclopedia de la Economía. (2014). *Economía48*. Obtenido de <http://www.economia48.com/spa/d/competencia/competencia.htm>
- 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>
- INEC. (2010). *Fascículo Provincial de Napo*. Recuperado el 11 de 04 de 2014, de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manualateral/Resultados-provinciales/napo.pdf>
- 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/Manualateral/Resultados-provinciales/napo.pdf):  
<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manualateral/Resultados-provinciales/napo.pdf>
- Iturrioz, J. (2012). *Diccionario Económico*. Obtenido de <http://www.expansion.com/diccionario-economico/tasa-interna-de-retorno-o-rentabilidad-tir.html>
- Manual "Introduccion a la Gestion Ambiental Municipal"*. (Enero de 2004). Recuperado el 21 de Abril de 2014, de <http://www.ceda.org.ec/descargas/biblioteca/Manual%20de%20Introduccion%20a%20la%20Gestion%20Ambienta%20Municipal.pdf>

Organizacion Mundial de Turismo. (s.f.). Obtenido de  
<http://www2.unwto.org/es/content/acerca-de-la-omt>

Powered by Hoang Ngoc Anh & Verde Milenio. (2009). *Asociacion Ecuatoriana de Ecoturismo*. Recuperado el 10 de Abril de 2014, de  
<http://www.ecoturismo.org.ec/es/objetivoasec.html>

Red Indígena de Comunidades del Ato Napo para la convivencia Intercultural y Ecoturismo. (s.f.). Recuperado el 10 de Abril de 2014, de  
<http://www.redturs.org/inicio/docu/ecuador/ricancie.doc>.

Santander. (2012). *www.premiossantander.com*. Recuperado el 2014 de 04 de 04, de  
Guía de Plan de Negocios:  
[http://www.premiossantander.com/2012/pdfs/guia\\_plan\\_2011.pdf](http://www.premiossantander.com/2012/pdfs/guia_plan_2011.pdf)

The International Ecotourism Society. (1990-2012). Recuperado el 07 de Abril de 2014, de <http://www.ecotourism.org/ties-ecotourism-esp%C3%B1ol>

**k. ANEXOS**  
**Anexo 1** Formato de Encuesta



**Objetivo:**

Conocer la opinión de los pobladores, turistas nacionales y extranjeros acerca de la Creación de la Compañía de Transporte Terrestre Turístico Transs Gisel Tour Cia. Ltda, en la Parroquia Matriz del Cantón Tena.

**Instrucciones:**

Marque la Respuesta, según su criterio.

**Pregunta 1: Procedencia de los Turistas**

<b>OPCIONES</b>	<b>RESPUESTA</b>
Nacional	
Extranjero	

**Pregunta 2: ¿Bajo qué modalidad prefiere realizar sus viajes de turismo?**

<b>OPCIONES</b>	<b>RESPUESTA</b>
Por Cuenta Propia	
Por medio de Operadoras de Turismo o Agencias de Viaje	

**Pregunta 3: ¿Con qué frecuencia realiza viajes de turismo en el lapso de un año?**

<b>OPCIONES</b>	<b>RESPUESTA</b>
1 vez al año	
2 - 3 veces al año	
3 - 5 veces al año	
Más de cinco veces al año	
Ninguna	

**Pregunta 4: Para sus viajes de turismo ¿Emplea usted el servicio de transporte terrestre turístico?**

<b>OPCIONES</b>	<b>FRECUENCIA</b>
Siempre	
Casi Siempre	
Algunas Veces	
Pocas Veces	
Nunca	

**Pregunta 5: ¿Qué factores considera más importantes al momento de contratar un servicio de transporte terrestre turístico?**

<b>OPCIONES</b>	<b>RESPUESTA</b>
Precio	
Servicio	
Forma de Pago	
Comodidad de las Unidades	
Otros	
<b>TOTAL</b>	

**Pregunta 6: ¿Qué capacidad de vehículo consideras la más apropiada para los viajes de turismo?**

<b>OPCIONES</b>	<b>RESPUESTA</b>
Furgoneta de menos de 12 pasajeros	
Furgonetas de 15 Pasajeros	
Furgonetas de 17 Pasajeros	
Mini bus de 20 pasajeros	
Bus de 30 o más pasajeros	

**Pregunta 7: ¿Qué servicio considera usted que debe ser implementado preferentemente en las unidades de transporte terrestre turístico?**

<b>OPCIONES</b>	<b>RESPUESTA</b>
Aire acondicionado	
Red Wi Fi	
Televisión u otros dispositivos de entretenimiento	
Servicio de Guía o Azafata	
GPS	

**Pregunta 8: De acuerdo a su criterio ¿Qué característica debe prevalecer en una compañía de transporte terrestre turístico para ofrecer un servicio de calidad a sus clientes?**

<b>OPCIONES</b>	<b>RESPUESTA</b>
Puntualidad	
Seguridad	
Buena presentación del personal	
Unidades modernas y limpias	
Atención al cliente apropiada	
<b>TOTAL</b>	

**Pregunta 9: ¿Estaría usted dispuesto a asignar un porcentaje de su presupuesto en viajes turísticos a la contratación de servicios de transporte turístico?**

<b>OPCIONES</b>	<b>RESPUESTA</b>
Siempre	21
Casi Siempre	57
Algunas Veces	54
Pocas Veces	24
Nunca	0
<b>TOTAL</b>	<b>156</b>

**Pregunta 10: ¿Cree usted que la creación de una empresa de transporte terrestre turístico en la parroquia matriz Tena, contribuirá al desarrollo turístico de la zona?**

<b>OPCIONES</b>	<b>RESPUESTA</b>
Siempre	
Casi Siempre	
Algunas Veces	
Pocas Veces	
Nunca	

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN.**

**Anexo 2** Leyenda de la unión del Río Tena y del Río Pano

 GOBIERNO NACIONAL DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR		
<b>INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL</b> DIRECCIÓN DE INVENTARIO PATRIMONIAL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL <b>FICHA DE INVENTARIO</b> <b>A1 TRADICIONES Y EXPRESIONES ORALES</b>		<b>CÓDIGO</b>  IM-15-01-50-0001- 15-000001
<b>1. DATOS DE LOCALIZACIÓN</b>		
Provincia:	Napó	Cantón: Tena
Parroquia:	Tena	Urbana <input checked="" type="checkbox"/> Rural <input type="checkbox"/>
Localidad:	Tena	
Coordenadas WGS84 Z17S-UTM: X 0°59' 20.4" S Y 77° 48' 57.24" oeste Z (Altitud) 510 msnm		
<b>2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL</b>		
		
Descripción de la fotografía: Río Tena y Pano.		
Código fotográfico: DSC02834		

<b>3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN</b>		
<b>Denominación</b>	<b>Otra (s) denominación (es)</b>	
<b>Leyenda de la Unión del río Tena y del río Pano</b>	D1	Historia del río Tena y río Pano
	D2	
<b>Grupo social</b>	<b>Lengua (s)</b>	
Grupo étnico kichwa	L1	Kichwa
	L2	Español
<b>Su ámbito</b>	<b>Detalle del su ámbito</b>	
Leyendas	Leyenda de la Unión del río Tena y del río Pano	
<b>Breve reseña</b>		
<p>En la provincia de Napo en la Parroquia Tena se encontraba viviendo una mujer hermosa llamada Tena; por otro lado en la Parroquia de Pano se encontraba un hombre llamado Pano el cual era robusto y salió de caza y de repente se encontró con la bellísima Tena y se enamoraron perdidamente mucho tiempo salieron en secreto . pero el padre de Tena se enteró de su relación que tenía su hija con Pano y no acepto por lo cual no permitió que se vuelvan a ver, Pano desesperado tomo la decisión de suicidarse para acabar con su vida, escogió lanzarse al río de aguas turbulentas, Tena se enteró de lo que había pasado con Pano agobiada por un inmenso dolor decidió seguir la suerte de su amado; huyó de la casa de sus padres, corrió y se lanzó finalmente al agua y bajó arrastrada por la fuerte corriente, al final se encontró con su amado, que bajaba llorando su desgracia, fundido con las aguas del río, que había tomado el nombre de Pano, y ella rendida de amor lo acogió en sus brazos, juntando los caudales de ambos ríos, que se hicieron uno para toda la eternidad. Pano y Tena de esta forma engendraron un solo río.</p>		
<b>4. DESCRIPCIÓN</b>		
<p>Muchísimos años antes de la sublevación del gran cacique Jumandi, más arriba de donde actualmente se asienta la parroquia del Pano, vivían unas doscientas familias quijos, procedentes de lo que es actualmente Archidona. Cuando se inicia esta narración el gran Curaca, celebra el nacimiento de su hijo, a quien puso por nombre Pano; mientras que en la comunidad del Calvario, llenando de felicidad a la familia del gran cacique nacía una hermosísima niña, a la que le pusieron por nombre Tena. El tiempo pasó veloz, como vuelo de azulejo y Pano y Tena crecieron, transformándose ella en una bellísima mujer y él en un robusto guerrero. Pano hombre diestro en el manejo de las armas, con un grupo de jóvenes de su edad, participaba en una larga partida de caza. Cruzaron buscando animales, lomas y planicies, llenas de guaduales, pasos y pitones; era la época que maduraba la guaba y la chonta, las guantas y las guatusas se escabullían gordas y satisfechas. Los muchachos cansados por el esfuerzo realizado, acamparon a la orilla de un río repleto de carachamas. Cuando estaban tomándose el último mate de chicha, tintineó como campanilla de fiesta, un alegre coro de risas femeninas. Era la hermosísima Tena que con un grupo de compañeras, tomaban desnudas un baño en un remanso del río. De este inesperado encuentro nació un intenso amor entre Tena y Pano y comenzaron a verse diariamente en un hermoso lugar junto a un gran árbol de caoba, ubicado en un recodo del río, sitio discreto y alejado de la murmuración. Pero como ningún secreto dura mucho tiempo, el padre de Tena se enteró del romance y prohibió terminantemente que continúen las citas clandestinas. Tena estaba prometida por su padre, al hijo de un gran Curaca de las cabeceras del río Misahuallí.</p> <p>A partir de ese día, cuando Pano emocionado y tembloroso llegaba al lugar de sus encuentros amorosos, este siempre estaba solitario, hasta las aves que anidaban el gran árbol de caoba, se habían alejado del sector. El enamorado joven cayó en un estado de mutismo y depresión, el vigor de su juventud se extinguió rápidamente, sin que existiera enfermedad visible. Los shamanes se reunieron para tomar ayahuasca y estudiar el caso. Uno dijo que un poderoso</p>		

banco (brujo mayor) de una comarca cercana le había enviado un mortal virote (dardo-maldición). Otro aventuró la posibilidad, de que el cuerpo del joven estuviera poseído por un maligno supay (DÍAblo-demonio). Un tercero sostuvo, que Pano simplemente estaba enamorado de una bella y esquiva princesa. Pero a pesar de este último DÍagnóstico y a la terapia que le impusieron, el desconocido mal iba minando la salud del joven.

Pano ante la falta total de noticias de su amada, decidió inmolarse cometiendo suicidio para acabar con su vida, escogió lanzarse al río de aguas turbulentas y así desaparecer para siempre de la tierra. Tal como lo planificó lo hizo; saltando de una saliente cayó en lo más profundo del río y mientras era arrastrado por la correntada y giraba con los remolinos, iba llorando lastimeramente su desgracia. Las piedras y las garzas, las apangoras y carachamas, los yutzos y los pindos, las ranas y los grillos, todos se enteraron de su pena y dolor.

Una lluviosa tarde, cuando Tena triste y resignada a su suerte, tejía monótonamente sin ninguna prisa ni ilusión, una ashanga (canasta) para transportar los productos de la chacra, un pingullo pishco (ave de mal agüero) que se posó en una rama cercana con su canto aflautado, le contó el triste final de Pano. Tena agobiada por un inmenso dolor decidió seguir la suerte de su amado; huyó de la casa de sus padres, corrió y corrió por senderos y barrancos, por playas y lodazales y cuando ya no pudo más, se lanzó finalmente al agua y bajó arrastrada por la fuerte correntada, golpeándose contra las piedras y tostándose con el sol en los remansos.

Un hermoso día lleno de sol y mariposas se encontró con su amado, que bajaba llorando su desgracia, fundido con las aguas del río, que había tomado el nombre de Pano, y ella rendida de amor lo acogió en sus brazos, juntando los caudales de ambos ríos, que se hicieron uno para toda la eternidad. Pano y Tena de esta forma engendraron un solo río: El caudaloso Tena, que desde entonces corre alegre y rumoroso lamiendo las blancas playas y las orillas llenas de guabas, guayabas y orquídeas fragantes.

#### Narración (versión 1)

N/S

**Estructura**  Verso **Prosa**  **Otro**

Fecha o período		Fecha o período
	Anual	S/N
	Continua	
x	Ocasional	
	Otra	
Alcance		Detalle del alcance
x	Local	Esta historia solo se lo conoce en el cantón Tena, principalmente en la parroquia de Tena
	Provincial	
	Regional	
	Nacional	
	Internacional	
Uso simbólico		Descripción del uso simbólico
	Ritual	La leyenda del origen del río Tena se da por la unión del río Tena y río Pano ya que la unión se da en la cabecera de Tena.
	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					
<b>Procedencia del saber</b>	<b>Detalle de la procedencia</b>				
x	Padres-hijos	Esta leyenda ha sido contada por el pueblo kichwa			
	Maestro-aprendiz				
	Centro capacitación				
	Otro				
<b>Transmisión del saber</b>	<b>Detalle de la transmisión</b>				
x	Padres-hijos	Esta leyenda fue transmitida antiguamente por el pueblo kichwa, ya que ha sido transmitida de generación en generación.			
	Maestro-aprendiz				
	Centro capacitación				
	Otro				
6. VALORACIÓN					
<b>Importancia para la comunidad</b>					
En esta historia se relata sobre el verdadero amor que se dio en dos jóvenes llamados Pano y Tena; ambos murieron lanzándose al río; para la comunidad esta historia es muy importante ya que Pano y Tena de esta forma engendraron un solo río y la unión se dio en la cabecera de Tena.					
<b>Sensibilidad al cambio</b>					
	Alta	Al ser una leyenda que mantiene los adultos mayores es posible que no haiga cambio en la historia ya que fue una historia de amor que se dio en dos jóvenes.			
	MeDÍA				
x	Baja				
7. INTERLOCUTORES					
<b>Apellidos y nombres</b>		<b>Dirección</b>	<b>Teléfono</b>	<b>Sexo</b>	<b>Edad</b>
N/S		N/S	N/S	N/S	N/S
8. ELEMENTOS RELACIONADOS					
<b>Ámbito</b>	<b>Su ámbito</b>	<b>Detalle del subámbito</b>		<b>Código/Nombre</b>	
Tradiciones y expresión oral	Memoria local vinculada a acontecimientos históricos reinterpretado por las comunidades	S/N		Leyenda del origen río Tena.	

<b>9. ANEXOS</b>			
<b>Textos</b>	<b>Fotografías</b>	<b>Videos</b>	<b>Audio</b>
	<b>DSC02834</b>		
<b>10. OBSERVACIONES</b>			
La leyenda fue narrada por un adulto mayor que conoce los cuentos y tradiciones de la cultura kichwa			
<b>11. DATOS DE CONTROL</b>			
<b>Entidad investigadora. UNL</b>			
<b>Inventariado por:</b> Sara Natalia Jácome Castro		<b>Fecha de inventario:</b> 2015/10/03	
<b>Revisado por:</b> Lic. Diego Patricio Chiriboga Coca Mg. Sc.		<b>Fecha de revisión:</b> 2015/11/10	
<b>Aprobado por:</b> Lic. Diego Patricio Chiriboga Coca Mg. Sc.		<b>Fecha aprobación:</b> 2015/11/10	
<b>Registro fotográfico:</b>			

**Anexo 3** Elección de la Reina Waysa Warmi

**FICHA PARA INVENTARIO DEL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL**

	GOBIERNO NACIONAL DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR		<b>CÓDIGO</b>
<b>INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL</b> DIRECCIÓN DE INVENTARIO PATRIMONIAL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL <b>FICHA DE INVENTARIO</b> <b>A2 ARTES DEL ESPECTÁCULO</b>			IM- 15-01-50-0002- 15-000002
<b>12.DATOS DE LOCALIZACIÓN</b>			
<b>Provincia:</b> Napo		<b>Cantón:</b> Tena	
<b>Parroquia:</b> Tena		<b>Urbana</b> <input checked="" type="checkbox"/>	<b>Rural</b> <input type="checkbox"/>
<b>Localidad:</b> Tena			
<b>Coordenadas WGS84Z17S-UTM: X (Este)00° 59' 4 Y (Norte) 77°48' 45'' O</b>			
<b>Z (Altitud) 530 msnm</b>			
<b>13.FOTOGRAFÍA REFERENCIAL</b>			
			
<b>Descripción de la fotografía: WAYSA WARMI</b>			
<b>Código fotográfico: DSC02824</b>			

14.DATOS DE IDENTIFICACIÓN		
<b>Denominación</b>		<b>Otra (s) denominación (es)</b>
Elección de la Reina Waysa Warmi		D1 Elección de la Reina Kichwa
		D2 N/S
<b>Grupo social</b>		<b>Lengua (s)</b>
Kichwa amazónico		L1 Kichwa - Español
		L2
<b>Subámbito</b>		<b>Detalle del subámbito</b>
Danza		Danza Kichwa
15.DESCRIPCIÓN		
<b>Origen</b>		
<p>Este evento es una Manifestación Cultural, programada entre el 7 al 15 de Noviembre de cada año, para celebrar las fiestas de Fundación de San Juan de los Dos Ríos de Tena, como evento cultural del tipo étnico. Se dispone que las aspirantes deben ser nacidas en el Cantón Tena y pertenezcan al pueblo Kichwa. En el evento mismo se realiza 2 o más presentaciones con diferentes vestimentas típicas (Traje de Pacha y Punicotona principalmente), esto siempre acompañado de danzas y música típica Kichwa. También las jóvenes Kichwas representan (mientras bailan y danzan) las costumbres y actividades más sobresalientes que les identifican como nacionalidad, como por ejemplo: Las labores en la chacra, el nacimiento de los hijos, shamanismo, la cacería, etc.</p>		
<b>Fecha o período</b>		<b>Detalle de la periodicidad</b>
x	Anual	Presentación de la danza kichwa amazónico, para la Elección de la Waysa Warmi.
	Continua	
	Ocasional	
	Otro	
<b>Alcance</b>		<b>Detalle del alcance</b>
	Local	Las chicas que participan son de las parroquias del Tena. Tena, Muyuna. Talag. Pano, Puerto Napo, Puerto Misahualli, Ongota.
x	Provincial	
	Regional	
	Nacional	
	Internacional	
Descripción de la manifestación		
<p>Es tradicional la elección de la "Waysa Warmi", en representación de la mujer nativa, el significado de Wayusa en Kichwa es planta aromática que se da en el sector y se produce en gran cantidad, constituyéndose en una manifestación típica.</p> <p>Cabe mencionar que el objetivo de la "Waysa "Warmi" es: Resaltar y dar a conocer las fuente de cultura y tradiciones que tiene el cantón representado por el pueblo Kichwa del Cantón y la Provincia.</p> <p>También mostrar a los visitantes que nuestro país es pluri-étnico y pluri-cultural con acento particular en el Cantón Tena.</p>		

Estructura					
Prosa <input type="checkbox"/>		Verso <input type="checkbox"/>		Otro <input checked="" type="checkbox"/>	
Elementos significativos					
Elementos	Tipo	Detalle del elemento			
E1	Vestimentas tradicional y música autóctona de Napo	Vestuarios kichwa	Las vestimentas están hechas de semillas de la zona y la música son instrumentos autóctonos de la cultura kichwa		
16. PORTADORES/SOPORTES					
Portadores/Soportes	Nombre	Edad/Tiempo de actividad	Cargo, función o actividad	Dirección	Localidad
Individuos					
Colectividades					
Instituciones	G.A.D.M.T	100 años	Alcalde	Barrio Central, Calle Juan Montalvo 277 y Abdón	Tena
Procedencia del saber	Detalle de la procedencia				
<input type="checkbox"/>	Padres-hijos	La elección de la Waysa Warmi. se lo desarrolla cada 15 de noviembre			
<input type="checkbox"/>	Maestro-aprendiz				
<input type="checkbox"/>	Centro capacitación				
<input checked="" type="checkbox"/>	Otro				
Transmisión del saber	Detalle de la transmisión				
<input type="checkbox"/>	Padres-hijos	Tradición desde la Fundación del cantón Tena en el que se realiza la elección de la Waysa Warmi, que representa a las mujeres kichwas del cantón Tena.			
<input type="checkbox"/>	Maestro-aprendiz				
<input type="checkbox"/>	Centro capacitación				
<input checked="" type="checkbox"/>	Otro				
17. VALORACIÓN					
Importancia para la comunidad					
Actividad social					
Sensibilidad al cambio					
<input type="checkbox"/>	Alta	La música kichwa en la actualidad es una de las manifestaciones integradas y a la sociedad por acciones del sector público y privado que están generando en preservar los conocimientos artísticos.			
<input type="checkbox"/>	MeDÍA				
<input checked="" type="checkbox"/>	Baja				
18. INTERLOCUTORES					
Apellidos y nombres	Dirección	Teléfono	Sexo	Edad	
Datos reservados					

19.ELEMENTOS RELACIONADOS			
Código/Nombre	Ámbito	Subámbito	Detalle del subámbito
20.ELEMENTOS RELACIONADOS			
Textos	Fotografías	Videos	Audio
	DSC02824		
21. OBSERVACIONES			
Es Tradición la Elección de la Waysa Warmi, que representa a las mujeres kichwas del cantón Tena.			
22. DATOS DE CONTROL			
Entidad investigadora: UNL			
Inventariado por: Sara Natalia Jácome Castro		Fecha de inventario: 2015/10/12	
Revisado por: Lic. Diego Patricio Chiriboga Coca Mg. Sc.		Fecha de revisión: 2015/11/30	
Aprobado por: Lic. Diego Patricio Chiriboga Coca Mg. Sc.		Fecha aprobación: 2015/11/30	
Registro fotográfico:			

**Anexo 4** Fundación Española de San Juan de los Dos Ríos de Tena



GOBIERNO NACIONAL DE  
LA REPUBLICA DEL 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-15-01-50-0003-15-  
000003

**23. DATOS DE LOCALIZACIÓN**

<b>Provincia:</b>	Tena	<b>Cantón:</b>	Tena
<b>Parroquia:</b>	Tena	<b>Urbana</b>	<input checked="" type="checkbox"/> <b>Rural</b> <input type="checkbox"/>
<b>Localidad:</b>	Tena		

**Coordenadas WGS84 Z17S-UTM: X 00° 59' 4 Y 77° 48' 45'' Z (Altitud) 530 msnm**

**24. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL**



**Descripción de la fotografía: PREGÓN DE LA FESTIVIDADES**

**Código fotográfico: p11/11/1516.58**

**25. DATOS DE IDENTIFICACIÓN**

<b>Denominación</b>	<b>Otra (s) denominación (es)</b>	
Fundación de San Juan de los dos ríos de	D1	Fiestas del cantón Tena

Tena	D2	N/S
<b>Grupo social</b>		<b>Otra (s) denominación (es)</b>
Mestizo, indígena	L1	Español, kichwas
	L2	N/S
<b>Breve reseña</b>		
<p>El 15 de noviembre de 1560 como fecha de fundación de San Juan de los Dos Ríos de Tena 145 años, por Ordenanza Municipal del 4 de septiembre de 1960 que establece el 15 de Noviembre como fecha para recordar la Fundación Española de la ciudad de Tena; así, se mantiene 1560 como año de Fundación y al Capitán Gil Ramírez Dávalos como su fundador, por tal motivo se celebra la trayectoria histórica y desarrollo étnico cultural de la ciudad Kichwa-Castellana de San Juan de los Dos Ríos de Tena</p>		
<b>26.DESCRIPCIÓN</b>		
<b>Origen</b>		
<p>El 15 de noviembre de 1560 como fecha de fundación de San Juan de los Dos Ríos de Tena, por Ordenanza Municipal del 4 de septiembre de 1960 que establece el 15 de Noviembre como fecha para recordar la Fundación Española de la ciudad de Tena; así, se mantiene 1560 como año de Fundación y al Capitán Gil Ramírez Dávalos como su fundador, por tal motivo se celebra la trayectoria histórica y desarrollo étnico cultural de la ciudad Kichwa-Castellana de San Juan de los Dos Ríos de Tena, el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Tena cada año celebra su fundación, con la Elección de la Reina del cantón Tena, cultural ancestral, como una de las costumbres tradicionales de nuestra nacionalidad y pueblo Kichwa, 4H00 de la madrugada se realiza el tradicional Wuayusa 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, entonando el sentimiento del pueblo kichwa, evocando a la pacha mama, festival artístico artesanal intercultural, con la participación de grupos artísticos como: Sharita representante de la música kichwa, la orquesta kichwa "Sumak Takik" con ritmo bailable, durante todo el día las manos hábiles de los artesanos estarán demostrando la belleza del encanto amazónico, esta espectacular programación se encuentra reflejado en la perpetuidad de la identidad para el presente y futuras generaciones del pueblo Napence.</p>		
<b>Fecha o período</b>		<b>Detalle de la periodicidad</b>
x	Anual	15 de noviembre fiestas del cantón Tena
	Continua	
	Ocasional	
	Otro	
<b>Alcance</b>		<b>Detalle del alcance</b>
x	Local	En las Festividades del Cantón Tena 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	
<b>Preparativos</b>		<b>Detalle de actividades</b>
P1	Invitaciones Cronograma de fiestas	Programas cívicos, culturales, deportivos, elección de la Reina del Cantón, la tradicional elección de la Ñusta Warmi, en representación de la mujer nativa.
<b>Descripción de la Manifestación</b>		
<p>La ciudad de Tena denominada por muchos historiadores como San Juan de los Dos Ríos de Tena, recibe su nombre porque la ciudad se encuentra bañada por los ríos Tena y Pano.</p>		

<p>Tena a pequeña ciudad ordenada y dividida por dos el ríos. La tranquilidad y amabilidad de su gente se siente en sus estrechas calles.</p> <p>Para estos ocho días de fiesta se ha previsto la participación masiva de instituciones públicas, privadas, organizaciones de servicio social y la población en general.</p> <p>MeDÍAnte una ordenanza municipal se fijó su fecha de fundación española el 15 de noviembre de 1560 y está ubicado al suroeste de la Provincia de Napo. La 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.</p> <p>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>						
<b>Elementos significativos</b>						
	<b>Nombre</b>	<b>Tipo</b>	<b>Detalle del elemento</b>			
E1	Fiestas del Tena	Festividades	Fundación española de San Juan de los Dos Ríos de Tena el 15 de Noviembre de 1560			
<b>Estructura organizativa</b>						
	<b>Nombre</b>	<b>Tipo</b>	<b>Detalle de la estructura</b>			
O1	GADMT	Festividades	El Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Tena son los encargados de las fiestas del cantón.			
<b>27.PORTADORES/SOPORTES</b>						
	<b>Tipo</b>	<b>Nombre</b>	<b>Cargo, función o actividad</b>	<b>Dirección</b>	<b>Localidad</b>	
		El Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Tena	Prof. Ron Klever	Alcalde	Barrio central Juan Montalvo 277 y Abdón Calderón	Tena
	<b>Procedencia del saber</b>		<b>Detalle de la procedencia</b>			
	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					
	<b>Transmisión del saber</b>		<b>Detalle de la transmisión</b>			
	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					
<b>28.VALORACIÓN</b>						
<b>Importancia para la comunidad</b>						
La fiesta de Cantonización de Tena es muy importante para los habitantes ya que cada año						

recordamos la fundación Española de San Juan de dos Ríos; en la cual se realizan muchas actividades que se le involucran a la población del Tena.				
<b>Sensibilidad al cambio</b>				
	Alta	Las festividades que se realiza sobre la cantonización de Tena es un elemento que garantiza la permanencia de esta manifestación cultural		
	MeDÍA			
x	Baja			
<b>29.INTERLOCUTORES</b>				
<b>Apellidos y nombres</b>	<b>Dirección</b>	<b>Teléfono</b>	<b>Sexo</b>	<b>Edad</b>
Información reservada	S/N	S/N	S/N	S/N
<b>30.ELEMENTOS RELACIONADOS</b>				
<b>Ámbito</b>	<b>Subámbito</b>	<b>Detalle del subámbito</b>	<b>Código/Nombre</b>	
Actos festivos	Festividades	Elecciones de las reinas	Fundación española de los dos ríos de Tena	
<b>31.ANEXOS</b>				
<b>Textos</b>	<b>Fotografías</b>	<b>Videos</b>	<b>Audio</b>	
	Fotografías p11/11/1516.58			
<b>32. OBSERVACIONES</b>				
Estas Festividades ya son Tradicionales para el cantón del Tena				
<b>33. DATOS DE CONTROL</b>				
<b>Entidad investigadora: UNL</b>				
<b>Inventariado por:</b> Sara Natalia Jácome Castro		<b>Fecha de inventario:</b> 2015-10-10		
<b>Revisado por:</b> Lic. Diego Patricio Chiriboga Coca Mg. Sc.		<b>Fecha de revisión:</b> 2015-10-30		
<b>Aprobado por:</b> Lic. Diego Patricio Chiriboga Coca Mg. Sc.		<b>Fecha aprobación:</b> 2015-10-30		
<b>Registro fotográfico:</b>				

Anexo 5 Complejo Turístico Cavernas de Jumandi



GOBIERNO NACIONAL DE  
LA REPUBLICA DEL 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-15-01-50-0004-  
15-000004

**34.DATOS DE LOCALIZACIÓN**

**Provincia:** Napo **Cantón:** Archidona

**Parroquia:** Archidona **Urbana**  **Rural**

**Localidad:** Archidona

**Coordenadas WGS84Z17S-UTM: X (Este) Y (Norte) Z (Altitud)**

**35.FOTOGRAFÍA REFERENCIAL**



**Descripción de la fotografía: COMPLEJO TURÍSTICO CAVERNAS DE JUMANDI**

**Código fotográfico:DSC2834**

36.DATOS DE IDENTIFICACIÓN				
<b>Denominación</b>		<b>Otra (s) denominación (es)</b>		
<b>COMPLEJO TURÍSTICO CAVERNAS DE JUMANDI</b>		D1	N/S	
		D2	N/S	
<b>Grupo social</b>		<b>Lengua (s)</b>		
Kichwa Amazónico		L1	Kichwa	
		L2	<b>Español</b>	
<b>Subámbito</b>		<b>Detalle del subámbito</b>		
Espacio simbólico		N/S		
Breve reseña				
<p>El complejo Turístico Cavernas de Jumandi es un lugar donde el líder guerrero Kichwa se escondía después de haber quemado la ciudad de Archidona en 29 de noviembre de 1578. se escondió en ese lugar para no ser atrapado por los españoles en el cual realizaba rituales y planeaba otro ataque contra la colonización e de los españoles</p>				
37.DESCRIPCIÓN				
<p>Las formaciones rocosas doradas aparecen por cientos. Hay figuras que se asemejan a imágenes de santos, animales, aves, plantas, partes corporales o instrumentos musicales. Parecería que las manos de un artista milenario las hubiera tallado bajo la tierra, para que pocos puedan verlas, acariciarlas y extasiarse con su belleza</p> <p>El acceso a las cavernas está escondido en medio de la frondosa selva y las piscinas, toboganes, bares y cabañas de un complejo administrado por el Consejo Provincial de Napo, a 5 km de la población de Archidona</p> <p>Las cavernas además de guarida del cacique, era un sitio de recogimiento espiritual. Era común que los shamanes acudan a las cavernas para realizar sus rituales, entrar en contacto con los espíritus y voces interiores así como en sus días de ayuno para purificar alma y cuerpo.</p>				
Fecha o período		Detalle de la periodicidad		
	Anual	La visita la Cavernas se realiza por motivo turístico, se realiza todo los años pero cuando hay más afluencia es cuando en feriado.		
x	Continua			
	Ocasional			
	Otro			
Alcance		Detalle del alcance		
	Local	Cuando los turistas vienen a la amazonia lo primero que visitan es las cavernas de Jumandi un sitio conocido a nivel nacional.		
	Provincial			
	Regional			
x	Nacional			
	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	Encargada de administrar el lugar	Km5 vía Archidona Cotundo	Archidona
<b>Procedencia del saber</b>	<b>Detalle de la procedencia</b>				
	Padres-hijos	Las prácticas y creencias que se realizó son sagradas para la cultura kichwa y son históricas.			
	Maestro-aprendiz				
	Centro capacitación				
x	Otro				
<b>Transmisión del saber</b>	<b>Detalle de la procedencia</b>				
	Padres-hijos	Históricamente se ha conocido a las cuevas como lugares sagrados en el cual pueden realizar ritos en las noches.			
	Maestro-aprendiz				
	Centro capacitación				
x	Otro				
39.VALORACIÓN					
<b>Importancia para la comunidad</b>					
Es un lugar sagrado para toda la población kichwa del cantón Archidona y al ser un lugar donde el líder Jumandi permaneció escondido y planeando la liberación de la opresión de los españoles, el lugar sigue siendo sagrado para toda la población que se asienta en el cantón Archidona.					
<b>Sensibilidad al cambio</b>					
	Alta	Las Cavernas no enfrenta mayores cambio debido que la población que allí se está capacitado para el cuidado y manejo del sitio y tratando de genera espacios para que siga permaneciendo como un lugar sagrado.			
x	MeDÍA				
	Baja				
40.INTERLOCUTORES					
<b>Apellidos y nombres</b>		<b>Dirección</b>	<b>Teléfono</b>	<b>Sexo</b>	<b>Edad</b>
Pedro Grefa		Archidona	N/S	Masculino	65
41.ELEMENTOS RELACIONADOS					
<b>Código/Nombre</b>	<b>Ámbito</b>	<b>Subámbito</b>	<b>Detalle del subámbito</b>		
Fiesta de la chonta	Usos sociales ,rituales y actos festivos	fiestas	Fiesta Ceremoniales		
42.ANEXOS					
<b>Textos</b>		<b>Fotografías</b>	<b>Videos</b>	<b>Audio</b>	
		Fotografía DSC2834			

<b>43. OBSERVACIONES</b>	
El Complejo Turístico Cavernas de Jumandi Sus Pisinan Son del agua que proviene del río.	
<b>44. DATOS DE CONTROL</b>	
<b>Entidad investigadora: UNL</b>	
<b>Inventariado por:</b> Sara Natalia Jácome Castro	<b>Fecha de inventario:</b> 2015-10-16
<b>Revisado por:</b> Lic. Diego Patricio Chiriboga Coca Mg. Sc.	<b>Fecha de revisión:</b> 2015-10-30
<b>Aprobado por:</b> Lic. Diego Patricio Chiriboga Coca Mg. Sc.	<b>Fecha aprobación:</b> 2015-10-30
<b>Registro fotográfico:</b>	

Anexo 6 Artesanías Kichwa

 GOBIERNO NACIONAL DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR	 INPC Instituto Nacional de Patrimonio Cultural Ecuador	
		<b>CÓDIGO</b> IM-15-01-50-0005-15- 000005
<b>INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL</b> <b>DIRECCIÓN DE INVENTARIO PATRIMONIAL</b> <b>PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL</b> <b>FICHA DE INVENTARIO</b> <b>A5 TÉCNICAS ARTESANALES TRADICIONALES</b>		
<b>45. DATOS DE LOCALIZACIÓN</b>		
Provincia: Napo	Cantón: Tena	
Parroquia: Tena	Urbana <input type="checkbox"/>	Rural <input checked="" type="checkbox"/>
Localidad: Tena		
Coordenadas WGS84 Z17S-UTM: X 00° 59' 4 Y 77° 48' 45" Z (Altitud) 530 msnm		
<b>46. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL</b>		
		
Descripción de la fotografía: Amazonia Ecuador Artesanías Kichwa Yuramuyo		
Código fotográfico: DSC2828		

47.DATOS DE IDENTIFICACIÓN		
Denominación		Otra (s) denominación (es)
Confección de artesanías amazonias y accesorios.		D1 Confección de traje típicos
		D2
Grupo social		Lengua (s)
Kichwa Amazónico		L1 Kichwa
		L2 <b>español</b>
Subámbito		Detalle del subámbito
Técnicas tradicionales		Artesanías
Breve reseña		
<p>Las artesanías de la cultura kichwa son confeccionadas desde la antigüedad por las madres de familia mientras que los padres se dedicaban la casa y la pesca, por ende esta actividad era realizada por las mujeres quienes confeccionaban, las artesanías de semillas.</p>		
48.DESCRIPCIÓN		
<p>Las mujeres kichwas transforman las semillas multicolores que encuentran en el bosque en vistosos collares y pulseras que se unen con hilos de chambira, una planta del bosque. Para añadirle más color a sus creaciones usan plumas de aves. Las ofertas de artesanías incluyen las lanzas, faldas collares manillas.</p> <p>Estos trajes elaborados de semillas muy coloridas como:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Anamora (color rojo y negro).</li> <li>• San Pedro (color blanco y plomo).</li> <li>• Calmito muyo (color café claro y oscuro).</li> <li>• Achira grande y pequeña (color negro).</li> <li>• Shiguango muyo (color negro).</li> <li>• Matiri muyo (Trozos pequeños de bambú o guadua).</li> <li>• Bulanti (Semillas grandes negras conocidas como ojo de venado).</li> <li>• Chambira y pita (fibras que se utiliza para los tejidos)</li> </ul> <p>En la actualidad el traje típico de la etnia Kichwa fue generalizando de tal manera que los cambios se dan con el propósito de salvarlos del olvido y así poder conservarlos para las generaciones siguientes.</p>		
Fecha o período		Detalle de la periodicidad
	Anual	Es una tradición que la familia lo mantiene transmitiendo los conocimientos de generación a generación. la iniciativa para gestar esta manifestación lo hicieron los jefes de la familia 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
x	Local	El proceso de elaboración de las artesanías los hace para comercializar localmente en el cantón y en fiestas tradicionales que se efectúa con el objetivo de comercializar y de que la gente conozca las vestimentas y accesorios que utilizan las personas de la cultura Kichwa.
	Provincial	
	Regional	
	Nacional	
	Internacional	

Productos		Descripción del producto	Uso	Detalle del uso	
<b>P1</b>	Accesorios de la cultura kichwa	Son accesorios que utilizan las personas en fiesta tradicionales como collar ,manillas, lanza, faldas, coronas	Utilitario	Utilizar el accesorio infunde un sentimiento de identidad cultural.	
<b>Técnica</b>					
<b>T1</b>	Trenzado		manual		
<b>Materiales</b>		<b>Tipo</b>	<b>Procedencia</b>	<b>Forma de Adquisición</b>	
<b>M1</b>	Anamora, san pedro, calmito muyu,shiguango muyu,achira bulanti, chambira.	Vegetal	Arbustos	Producción propia	
<b>Herramienta</b>		<b>Tipo</b>	<b>Procedencia</b>	<b>Forma de Adquisición</b>	
<b>H1</b>	Pinza, perforadora				
<b>49.PORTADORES/SOPORTES</b>					
<b>Tipo</b>		<b>Nombre</b>	<b>Edad/Tiempo de actividad</b>	<b>Dirección</b>	<b>Localidad</b>
Individuos					
Colectividades			15	Tena	Tena
Instituciones					
<b>Procedencia del saber</b>		<b>Detalle de la procedencia</b>			
x	Padres-hijos	Fue Heredado por sus Padre			
	Maestro-aprendiz				
	Centro capacitación				
	Otro				
<b>Transmisión del saber</b>		<b>Detalle de la transmisión</b>			
x	Padres-hijos	El aprendizaje de la técnica para realizar estas artesanías realiza constante mente para actualizar los conocimientos y las técnicas para elaborar los accesorios.			
	Maestro-aprendiz				
	Centro capacitación				
	Otro				
<b>50.VALORACIÓN</b>					
<b>Importancia para la comunidad</b>					
<p>La importancia que tiene realizar esta actividad para las familias es de carácter social al poder mostrar las costumbres y tradiciones atreves de la elaboración de accesorios y vestimenta autóctonos de la cultura kichwa.</p> <p>También es importante mencionar que es unas de su fuentes económicas es la comercialización de las artesanías.</p>					

<b>Sensibilidad al cambio</b>					
	Alta	La cultura kichwa se está a culturizando adoptando la cultura occidental, por ello solo esta manifestación cultural solo está sobreviviendo por el beneficio económico que provee a las familias			
x	MeDÍA				
	Baja				
<b>51.INTERLOCUTORES</b>					
<b>Apellidos y nombres</b>		<b>Dirección</b>	<b>Teléfono</b>	<b>Sexo</b>	<b>Edad</b>
Información reservada		S/N	S/N	S/N	S/N
<b>52.ELEMENTOS RELACIONADOS</b>					
<b>Código/Nombre</b>	<b>Ámbito</b>	<b>Subámbito</b>	<b>Detalle del subámbito</b>		
N/S	N/S	N/S	N/S		
<b>53.ANEXOS</b>					
<b>Textos</b>		<b>Fotografías</b>	<b>Videos</b>	<b>Audio</b>	
		DSC2828			
<b>54. OBSERVACIONES</b>					
Las artesanías cada día tienen más acogida.					
<b>55. DATOS DE CONTROL</b>					
<b>Entidad investigadora: UNL</b>					
<b>Inventariado por:</b> Sara Natalia Jácome Castro			<b>Fecha de inventario:</b> 2015-10-25		
<b>Revisado por:</b> Lic. Diego Patricio Chiriboga Coca Mg. Sc.			<b>Fecha de revisión:</b> 2015-10-30		
<b>Aprobado por:</b> Lic. Diego Patricio Chiriboga Coca Mg. Sc.			<b>Fecha aprobación:</b> 2015-10-30		
<b>Registro fotográfico:</b>					

## Anexo 7 Isla del Amor

 <b>MINISTERIO DE TURISMO</b>		<b>REGISTRO DE DATOS DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS</b>				
<b>FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS</b>						
<b>1. DATOS GENERALES</b>						
ENCUESTADOR:	Sara Natalia Jácome Castro			Ficha:	1	
SUPERVISOR EVALUADOR:				Fecha:	03/10/2015	
NOMBRE DEL ATRACTIVO:	<b>LA ISLA DEL AMOR</b>					
PROPIETARIO:						
CATEGORÍA:	Sitios Naturales	Tipo:	Ríos	Subtipo:	Rivera	
<b>2. UBICACIÓN</b>						
LATITUD:	00°59'30" de latitud Sur		LONGITUD:	77° 49' 14" de longitud Oeste		
PROVINCIA:	Napo		CANTÓN:	Tena		
LOCALIDAD:	Barrio Aeropuerto 1					
CALLE:	José María Urbina		TRANSVERSAL:	s/n		
<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO</b>						
NOMBRE DEL POBLADO:	Barrio Central		DISTANCIA:	400 m		
NOMBRE DEL POBLADO:	Barrio Bellavista Baja		DISTANCIA:	500 m		
<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b>						
ALTURA (msnm):	513		TEMPERATURA (°C):	22°C a 26°C		
PRECIPITACIÓN PLUVIOMÉTRICA			3200 a 4000 mm <sup>3</sup> anuales			
<b>5. FOTOGRAFÍA</b>						
						

6. VALOR INTRÍNSECO:										
Este sitio natural de tipo río tiene un caudal regular de aguas de color verdoso; las dimensiones aproximadas del balneario son las siguientes: largo 70 m., ancho 30 m., profundidad del vado 2,5 m. La parte firme de la playa, se encuentra en el margen derecho en donde los visitantes pueden descansar y tomar sol, tienen dimensiones aproximadas de 80 m de largo y 80 m de ancho., en la que se encuentra arena de color un tanto blanquizco con piedras pequeñas.										
7. VALOR EXTRÍNSECO:										
Los visitantes acuden con mayor influencia los fines de semana y los días feriados y de lunes a viernes en un menor cantidad de concurrencias de bañistas;										
8. USOS:										
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Natación</li> <li>• Recreación</li> <li>• Fotografía</li> <li>• Caminata</li> </ul>										
9. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO										
Alterado:			No alterado:			Deteriorado:				
En Proceso de Deterioro:			Conservado:							
Causas: Realizan mantenimientos periódicos los propietarios.										
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: crecimiento poblacional, avance de la frontera agrícola, tala de árboles, inundaciones										
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				AUTOMÓVIL					365
	EMPEDRADO				4X4					
	SENDERO				TREN					DÍAS AL MES
ACUÁTICO	MARÍTIMO				BARCO					Culturales
					BOTE					
	FLUVIAL				CANOA					Naturales
					OTROS					Enero diciembre
AÉREO					AVIÓN					HORAS AL DÍAS
					AVIONETA					
					HELICÓPTERO					
										Culturales

<b>OBSERVACIONES:</b> Sé puede acceder desde el parque central del Tena, en dirección suroeste por una carretera lastrada en buen estado, a 500 m., unos 15 minutos caminando y en automóvil unos 5 minutos. Otra vía de acceso es por la vía terrestres, asfaltada en buen estado e dirección al poblado de Muyuna desde el Tena, hasta el Km. 1 y luego caminando por una vía tipo tierra unos 500 m en dirección sur, 20 minutos dura la caminata.		Naturales	09:00 17:00
<b>RUTA DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS</b>			
NOMBRE DE LA RUTA: Línea 2 San Antonio			
DESDE:	Barrio Central	HASTA: Barrio San Antonio	
FRECUENCIA:	15min	DISTANCIA:	2km
<b>12. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>			
<b>AGUA</b>			
POTABLE:		ENTUBADA:	<input checked="" type="checkbox"/>
DE POZO:		NO EXISTE:	<input type="checkbox"/>
<b>ENERGÍA ELÉCTRICA</b>			
SISTEMA INTERCONECTADO:	<input checked="" type="checkbox"/>	GENERADOR:	<input type="checkbox"/>
OTROS:	<input type="checkbox"/>	NO EXISTE:	<input type="checkbox"/>
<b>ALCANTARILLADO</b>			
RED PÚBLICA:	<input type="checkbox"/>	POZO CIEGO:	<input type="checkbox"/>
NO EXISTE:	<input type="checkbox"/>	OTROS:	<input type="checkbox"/>
<b>PRECIO</b>			
SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>
OTROS	<input type="checkbox"/>	ENTRADA LIBRE	<input checked="" type="checkbox"/>
<b>13. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS</b>			
NOMBRES:		DISTANCIAS:	
La Catedral de Tena		400m	
Balneario la Soga		600 m	
<b>14. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO</b>			
LOCAL:	<input checked="" type="checkbox"/>	NACIONAL:	<input type="checkbox"/>
		PROVINCIAL:	<input type="checkbox"/>
<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>	<b>PUNTOS</b>	
<b>CALIDAD</b>	a)Valor intrínseco	8	
	b)Valor extrínseco	8	
	c)Entorno	7	
	d)Estado de Conservación	7	
	y/o Acceso		
<b>APOYO</b>	a)Acceso	6	
	b)Servicios	2	
	c)Asociación con otros atractivos	3	
<b>SIGNIFICADO</b>	a)Local	2	
	b)Provincial		
	c)Nacional		
	d)Internacional		
<b>TOTAL</b>		<b>41</b>	
<b>JERARQUÍAII</b>			

## Anexo 8 La Soga

 <b>MINISTERIO DE TURISMO</b>		<b>REGISTRO DE DATOS DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS</b>				
<b>FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS</b>						
<b>1. DATOS GENERALES</b>						
ENCUESTADOR:	Sara Natalia Jácome Castro		Ficha:	2		
SUPERVISOR EVALUADOR:			Fecha:	04/10/2015		
NOMBRE DEL ATRACTIVO:	<b>La Soga</b>					
PROPIETARIO:	Familia Andy					
CATEGORÍA :	Sitios Naturales	Tipo:	Ríos	Subtipo:	Rivera	
<b>2. UBICACIÓN</b>						
LATITUD:	00° 59' 26" de latitud Sur		LONGITUD:	77° 49' 33" de longitud Oeste		
PROVINCIA:	Napó		CANTÓN:	Tena		
LOCALIDAD:	Canoa Yaku					
CALLE:	S/N		TRANSVERSAL:	S/N		
<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO</b>						
NOMBRE DEL POBLADO:	Barrio San Antonio		DISTANCIA:	500 m		
NOMBRE DEL POBLADO:	Barrio Central		DISTANCIA:	2 km		
<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b>						
ALTURA (msnm):	522		TEMPERATURA (° C)	22 °C a 26 °C		
PRECIPITACIÓN PLUVIOMÉTRICA			3200 a 4000 mm <sup>3</sup> anuales			
<b>5. FOTOGRAFÍA</b>						
						

6. VALOR INTRÍNSECO:											
Es un sitio natural con un caudal regular de aguas de color verdoso; las dimensiones que forma en este sitio el vado es 100 m de largo, 25 m de ancho y 2.8 m profundidad. La parte firme que forma la playa a lo largo del balneario tiene 35 m de ancho, en su mayor parte compuesta de arena de color blanquizo y en menor cantidad por piedras pequeñas que se encuentran a lo largo de la rivera; en el río se puede apreciar especies de peces pequeños.											
7. VALOR EXTRÍNSECO:											
Es visitado por los habitantes locales y por los turistas nacionales, en su mayoría los fines de semana y los días feriados; según entrevista a vendedores de alimentos en este sector se estima que aproximadamente llegan 300 visitas cada fin de semana, y entre semana acuden en un menor número; los niños y jóvenes se suben al borde derecho de la rivera para lanzarse (5 m de altura al río), vado (2.8 m de profundidad).											
8. USOS:											
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fútbol.</li> <li>• Vóley.</li> <li>• Natación.</li> <li>• Camping.</li> <li>• Caminata.</li> <li>• Fotografía.</li> </ul>											
9. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO											
Alterado:			No alterado:			Deteriorado:					
En Proceso de Deterioro:			Conservado:								
Causas: Realizan mantenimientos periódicos los propietarios.											
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: inundaciones, crecimiento poblacional, tala de árboles.											
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				AUTOMÓVIL					365	
	EMPEDRADO				4X4						
	SENDERO				TREN					DÍAS AL MES	
ACUÁTICO	MARÍTIMO				BARCO					Culturales	
					BOTE					es	
	FLUVIAL				CANOA					Naturales	Enero diciembre
					OTROS					es	
AÉREO					AVIÓN					HORAS AL DÍAS	
					AVIONETA						
					HELICÓPTERO						
										Culturales	
<b>OBSERVACIONES:</b> Se encuentra en el Vía a Muyuna, Barrio San Antonio, se										Naturales	09:00

ingresa por el lado izquierdo 500 m aproximadamente en sector Canoa Yaku-Tena.			17:00	
<b>RUTA DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS</b>				
NOMBRE DE LA RUTA: Línea 2 San Antonio				
DESDE:	San Jorge	HASTA:	San Antonio	
FRECUENCIA:	15 min	DISTANCIA:	4 km	
<b>12. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>				
AGUA				
POTABLE:		ENTUBADA:		TRATADA:
DE POZO:		NO EXISTE:		OTROS:
<b>ENERGÍA ELÉCTRICA</b>				
SISTEMA INTERCONECTADO:		GENERADOR:		NO EXISTE:
OTROS:				
<b>ALCANTARILLADO</b>				
RED PÚBLICA:		POZO CIEGO:		POZO SÉPTICO
NO EXISTE:		OTROS:		
<b>PRECIO</b>				
SI		NO		ENTRADA LIBRE
OTROS				
<b>13. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVO</b>				
NOMBRES:		DISTANCIAS:		
Balneario Isla del Amor		600m		
La Catedral del Tena		1 Km.		
<b>14. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO</b>				
LOCAL:		NACIONAL:		PROVINCIAL:
INTERNACIONAL:		OTROS:		
<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>		<b>PUNTOS</b>	
<b>CALIDAD</b>	a)Valor intrínseco		8	
	b)Valor extrínseco		10	
	c)Entorno		6	
	d)Estado de Conservación		6	
	y/o Acceso			
<b>APOYO</b>	a)Acceso		6	
	b)Servicios		6	
	c)Asociación con otros atractivos		3	
<b>SIGNIFICADO</b>	a)Local		0	
	b)Provincial		4	
	c)Nacional			
	d)Internacional			
<b>TOTAL</b>			<b>49</b>	
<b>JERARQUÍAII</b>				

## Anexo 9 Inchillaqui

 <b>MINISTERIO DE TURISMO</b>		<b>REGISTRO DE DATOS DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS</b>					
<b>FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS</b>							
<b>1. DATOS GENERALES</b>							
ENCUESTADOR:	Sara Natalia Jácome Castro			Ficha:	3		
SUPERVISOR EVALUADOR:				Fecha:	10/10/2015		
NOMBRE DEL ATRACTIVO:	<b>INCHILLAQUI</b>						
PROPIETARIO:							
CATEGORÍA:	Sitios Naturales	Tipo:	Ríos	Subtipo:	Rivera		
<b>2. UBICACIÓN</b>							
LATITUD:	00° 54' 49" de latitud Sur		LONGITUD:	77° 49' 41" de longitud Oeste			
PROVINCIA:	Napo		CANTÓN:	Tena			
LOCALIDAD:	San Antonio						
CALLE:	12 de febrero		TRANSVERSAL:	s/n			
<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO</b>							
NOMBRE DEL POBLADO:	Barrio San Antonio		DISTANCIA:	500 m			
NOMBRE DEL POBLADO:	Cabecera Tena		DISTANCIA:	2 km			
<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b>							
ALTURA (msnm):	588		TEMPERATURA (°C):	22°C a 26°C			
PRECIPITACIÓN PLUVIOMÉTRICA mm <sup>3</sup> ):			3200 a 4000 mm <sup>3</sup> anuales				
<b>5. FOTOGRAFÍA</b>							
							

6. VALOR INTRÍNSECO:											
Se origina en el río que lleva su mismo nombre; el lecho forma 2 vados bien definido: la primera de 10 m de diámetro y la profundidad de 0,5 a 1,5 m; el segundo vado (30 x 20 m), profundidad de 1 m.; en la pared rocosa se encuentra una pequeña cavidad de (4x2.5 m) y 1,5 m de altura. La parte firme de la playa, se encuentra en el margen derecho en donde los visitantes pueden descansar, jugar y tomar sol; tienen dimensiones aproximadas de 80 x 50 m., en la que se encuentra arena de color un tanto blanquizo con piedras pequeñas.											
7. VALOR EXTRÍNSECO:											
Este atractivo natural acuden los pobladores locales los fines de semana y los días feriados en un mayor número, y de lunes a viernes en menor concurrencia de bañistas.											
8. USOS:											
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Natación.</li> <li>• Caminata.</li> <li>• Fotografía.</li> </ul>											
9. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO											
Alterado:			No alterado:			Deteriorado:					
En Proceso de Deterioro:			Conservado:								
Causas: Por encontrarse dentro del área urbanizada se puede apreciar muy poca vegetación, el avance de la frontera agrícola, la deforestación, entre otros.											
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 que los visitantes colocan grafitis en la pared rocosa y dejan desperdicios inorgánicos (fundas, botellas).											
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				AUTOMÓVIL					365	
	EMPEDRADO				4X4						
	SENDERO				TREN					DÍAS AL MES	
ACUÁTICO	MARÍTIMO				BARCO					Culturales	
					BOTE						
	FLUVIAL				CANOA					Naturales	Enero diciembre
					OTROS						
AÉREO					AVIÓN					HORAS AL DÍAS	
				AVIONETA							
				HELICÓPTERO							
										Culturales	

<b>OBSERVACIONES:</b> Sé puede acceder al atractivo por vía terrestre asfaltada (Troncal Amazónica E45), ruta Tena-Archidona, en buen estado hasta el Km. 7; luego a margen izquierdo en dirección a la hacienda Chaupi Shungo, antes de ingresar a la casa de la hacienda, continuamos por la vía a margen izquierdo hasta el puente sobre el río Inchillaqui; desde este sitio, se camina alrededor de 10 minutos para llegar al atractivo.				Naturales	09:00
					17:00
<b>RUTA DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS</b>					
NOMBRE DE LA RUTA: Tena-Archidona. La cooperativa de transporte urbano (Expreso Napo)					
DESDE:	Tena		HASTA:	Km 7 con dirección a Archidona	
FRECUENCIA:	15 min		DISTANCIA:	2km	
<b>12. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>					
<b>AGUA</b>					
POTABLE:		ENTUBADA:		TRATADA:	
DE POZO:		NO EXISTE:		OTROS:	
<b>ENERGÍA ELÉCTRICA</b>					
SISTEMA INTERCONECTADO:		GENERADOR:		NO EXISTE:	
OTROS:					
<b>ALCANTARILLADO</b>					
RED PÚBLICA:		POZO CIEGO:		POZO SÉPTICO	
NO EXISTE:		OTROS:			
<b>PRECIO</b>					
SI		NO		ENTRADA LIBRE	
OTROS					
<b>13. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVO</b>					
NOMBRES:		DISTANCIAS:			
Petroglifo de Chaupishungo		800 m			
Cascada Wasca Yacu		1.1 km			
<b>14. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO</b>					
LOCAL:		NACIONAL:		PROVINCIAL:	
INTERNACIONAL:		OTROS:			
<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>			<b>PUNTOS</b>	
<b>CALIDAD</b>	a)Valor intrínseco			8	
	b)Valor extrínseco			7	
	c)Entorno			6	
	d)Estado de Conservación			6	
	y/o Acceso				
<b>APOYO</b>	a)Acceso			6	
	b)Servicios			1	
	c)Asociación con otros atractivos			3	
<b>SIGNIFICADO</b>	a)Local			2	
	b)Provincial				
	c)Nacional				
	d)Internacional				
<b>TOTAL</b>				<b>39</b>	
<b>JERARQUIAII</b>					

## Anexo 10 Peñas Coloradas

 <b>MINISTERIO DE TURISMO</b>		<b>REGISTRO DE DATOS DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS</b>					
<b>FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS</b>							
<b>1. DATOS GENERALES</b>							
ENCUESTADOR:	Sara Natalia Jácome Castro			Ficha:	4		
SUPERVISOR EVALUADOR:				Fecha:	11/10/2015		
NOMBRE DEL ATRACTIVO:	<b>PLAYA "PEÑAS COLORADAS"</b>						
PROPIETARIO:							
CATEGORÍA:	Sitios Naturales	Tipo:	Ríos	Subtipo:	Rápidos		
<b>2. UBICACIÓN</b>							
LATITUD:	00° 59' 26" de latitud Sur		LONGITUD:	77° 50' 36"			
PROVINCIA:	Napo		CANTÓN:	Tena			
LOCALIDAD:	San Pedro						
CALLE:	S/N		TRANSVERSAL:	S/N			
<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO</b>							
NOMBRE DEL POBLADO:	Barrio San Pedro			DISTANCIA:	500 m		
NOMBRE DEL POBLADO:	Cabecera Tena			DISTANCIA:	3 km		
<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b>							
ALTURA (msnm):	522			TEMPERATURA ( °C ):	22°C a 26° C		
PRECIPITACIÓN PLUVIOMÉTRICA (mm <sup>3</sup> ):				3200 a 4000 mm <sup>3</sup> anuales			
<b>5. FOTOGRAFÍA</b>							
							

<b>6. VALOR INTRÍNSECO:</b>											
Este balneario cuenta con una extensa playa, en su margen izquierdo existe una pequeña montaña de arcilla de ahí se dio su nombre.											
<b>7. VALOR EXTRÍNSECO:</b>											
El balneario Peña Colorada brinda grandes atracciones al turista, ofreciendo su naturaleza extraordinaria, grande y misteriosa, que puede ser admirada en viajes de exploración, de conocimientos y estudio. Los pueblos nativos y tribus originarias de la zona, su idioma, costumbres, y fiestas son otra atracción. El Turismo tiene grandes atractivos, comenzando por la naturaleza y belleza extraordinaria.											
<b>8. USOS:</b>											
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Natación.</li> <li>• Fútbol.</li> <li>• Vóley.</li> <li>• Caminata.</li> <li>• Fotografía.</li> </ul>											
<b>9. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</b>											
Alterado:			No alterado:			Deteriorado:					
En Proceso de Deterioro:			Conservado:								
Causas: Por inundaciones.											
<b>9.1 PATRIMONIO</b>											
Nombre:			Fecha de Declaración:								
Categoría:			Patrimonio de la Humanidad:				Patrimonio del Ecuador:				
<b>10. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO</b>											
Alterado			No alterado			Deteriorado					
En Proceso de Deterioro			Conservado								
Causas: inundaciones, crecimiento poblacional, tala de árboles.											
<b>11. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</b>											
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				AUTOMÓVIL					365	
	EMPEDRADO				4X4						
	SENDERO				TREN					DÍAS AL MES	
ACUÁTICO	MARÍTIMO				BARCO					Culturales	
					BOTE					es	
	FLUVIAL				CANOA					Naturales	Enero diciembre
					OTROS					es	
AÉREO					AVIÓN					HORAS AL DÍAS	
					AVIONETA						
					HELICÓPTERO						
										Culturales	

<b>OBSERVACIONES:</b> Este sector turístico que está ubicado en la Parroquia Muyuna Comunidad San Pedro en la vía Muyuna, para llegar se transporta en el bus urbano línea 2 San Antonio / San Pedro contamos con una cancha de futbol, cancha de Vóley, con lugares donde podemos hacer una parrillada.				Naturales	09h00
					17h00
<b>RUTA DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS</b>					
NOMBRE DE LA RUTA: Línea 2 San Antonio/ San Pedro					
DESDE:	San Jorge		HASTA:	San Pedro	
FRECUENCIA :	15 min		DISTANCIA:	3 km	
<b>12. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>					
<b>AGUA</b>					
POTABLE:		ENTUBADA:		TRATADA:	
DE POZO:		NO EXISTE:		OTROS:	
<b>ENERGÍA ELÉCTRICA</b>					
SISTEMA INTERCONECTADO:		GENERADOR:		NO EXISTE:	
OTROS:					
<b>ALCANTARILLADO</b>					
RED PÚBLICA:		POZO CIEGO:		POZO SÉPTICO	
NO EXISTE:		OTROS:			
<b>PRECIO</b>					
SI		NO		ENTRADA LIBRE	
OTROS					
<b>13. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVO</b>					
<b>NOMBRES:</b>			<b>DISTANCIAS:</b>		
Balneario Isla del Amor			600m		
La Catedral del Tena			1 Km.		
<b>14. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO</b>					
LOCAL:		NACIONAL:		PROVINCIAL:	
INTERNACIONAL:		OTROS:			
<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>			<b>PUNTOS</b>	
<b>CALIDAD</b>	a) Valor intrínseco			7	
	b) Valor extrínseco			7	
	c) Entorno			8	
	d) Estado de Conservación			8	
	y/o Acceso				
<b>APOYO</b>	a) Acceso			6	
	b) Servicios			4	
	c) Asociación con otros atractivos			3	
<b>SIGNIFICADO</b>	a) Local			2	
	b) Provincial				
	c) Nacional				
	d) Internacional				
<b>TOTAL</b>				<b>45</b>	
<b>JERARQUÍAII</b>					

## Anexo 11 Chocitas del Río

 <b>MINISTERIO DE TURISMO</b>		<b>REGISTRO DE DATOS DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS</b>					
<b>FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS</b>							
<b>1. DATOS GENERALES</b>							
ENCUESTADOR:	Sara Natalia Jácome Castro			Ficha:	5		
SUPERVISOR EVALUADOR:				Fecha:	17/10/2015		
NOMBRE DEL ATRACTIVO:	<b>CHOCITA DEL RÍO</b>						
PROPIETARIO:							
CATEGORÍA:	Sitios Naturales	Tipo:	Ríos	Subtipo:	Rivera		
<b>2. UBICACIÓN</b>							
LATITUD:	00° 59'30" de latitud Sur		LONGITUD:	77° 49' 14" de longitud Oeste			
PROVINCIA:	Napó		CANTÓN:	Tena			
LOCALIDAD:	Barrio Aeropuerto 1						
CALLE:	José María Urbina		TRANSVERSAL:	s/n			
<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO</b>							
NOMBRE DEL POBLADO:	Barrio Central		DISTANCIA:	400m			
NOMBRE DEL POBLADO:	Barrio Bellavista Bajo		DISTANCIA:	500 m			
<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b>							
ALTURA (msnm):	513		TEMPERATURA ( °C):	22°C a 26° C			
PRECIPITACIÓN PLUVIOMÉTRICA (mm <sup>3</sup> ):			3200 a 4000 mm <sup>3</sup> anuales				
<b>5. FOTOGRAFÍA</b>							
							

6. VALOR INTRÍNSECO:											
El atractivo es un sitio natural clasificado como Río y pertenece al subtipo balneario, se lo considera como un lugar de descanso y esparcimiento por lo que su uso es específicamente turístico. (No es navegable)											
Está ubicado en el río Pano, se forma en un meandro y tiene aproximadamente 100 m de largo por 40 m de ancho de playa, la arena es de color marrón con ligeros tintes amarillos, de tipo areniscas arcillosas. El río Pano en la zona del balneario alcanza los 25 m de ancho y una profundidad moderada.											
El agua es de color verde con tintes amarillos, turbia con una temperatura promedio de 17 grados centígrados.											
7. VALOR EXTRÍNSECO:											
En el atractivo mismo se puede realizar actividades turísticas como: fotografía, baño, descanso, simple “estar” o contemplación.											
8. USOS:											
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Natación</li> <li>• Deporte</li> <li>• Fotografía</li> <li>• Caminata</li> </ul>											
9. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO											
Alterado:			No alterado:			Deteriorado:					
En Proceso de Deterioro:			Conservado:								
Causas: Realizan mantenimientos periódicos los propietarios.											
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: crecimiento poblacional, avance de la frontera agrícola, tala de árboles, inundaciones											
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				AUTOMÓVIL					365	
	EMPEDRADO				4X4						
	SENDERO				TREN					DÍAS AL MES	
ACUÁTICO	MARÍTIMO				BARCO					Culturales	
					BOTE						
	FLUVIAL				CANOA					Naturales	Enero diciembre
					OTROS						
AÉREO					AVIÓN					HORAS AL DÍAS	
					AVIONETA						
					HELICÓPTERO					Culturales	

OBSERVACIONES: Este sector turístico queda ubicado en la Parroquia Muyuna Comunidad San Pedro en la vía Muyuna para llegar se coge el urbano línea 2 San Antonio / San Pedro contamos con una cancha de futbol, cancha de y con lugares donde podemos hacer una parrillada.		Naturales	09:00 17:00
<b>RUTA DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS</b>			
NOMBRE DE LA RUTA: Línea 2 San Antonio			
DESDE:	Barrio Central	HASTA: Barrio San Antonio	
FRECUENCIA:	15 min	DISTANCIA:	2km
<b>12. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>			
AGUA			
POTABLE:	<input checked="" type="checkbox"/>	ENTUBADA:	<input type="checkbox"/>
DE POZO:	<input type="checkbox"/>	NO EXISTE:	<input type="checkbox"/>
TRATADA:			
OTROS:			
<b>ENERGÍA ELÉCTRICA</b>			
SISTEMA INTERCONECTADO:	<input checked="" type="checkbox"/>	GENERADOR:	<input type="checkbox"/>
OTROS:	<input type="checkbox"/>	NO EXISTE:	<input type="checkbox"/>
<b>ALCANTARILLADO</b>			
RED PÚBLICA:	<input type="checkbox"/>	POZO CIEGO:	<input type="checkbox"/>
NO EXISTE:	<input type="checkbox"/>	OTROS:	<input type="checkbox"/>
POZO SÉPTICO <input checked="" type="checkbox"/>			
<b>PRECIO</b>			
SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>
OTROS	<input type="checkbox"/>	ENTRADA LIBRE	<input checked="" type="checkbox"/>
<b>13. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS</b>			
NOMBRES:		DISTANCIAS:	
<b>14. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO</b>			
LOCAL:	<input checked="" type="checkbox"/>	NACIONAL:	<input type="checkbox"/>
INTERNACIONAL:	<input type="checkbox"/>	OTROS:	<input type="checkbox"/>
<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>		<b>PUNTOS</b>
<b>CALIDAD</b>	a) Valor intrínseco		7
	b) Valor extrínseco		8
	c) Entorno		6
	d) Estado de Conservación		7
	y/o Acceso		
<b>APOYO</b>	a) Acceso		8
	b) Servicios		5
	c) Asociación con otros atractivos		3
<b>SIGNIFICADO</b>	a) Local		2
	b) Provincial		
	c) Nacional		
	d) Internacional		
<b>TOTAL</b>			<b>46</b>
<b>JERARQUÍAII</b>			

## Anexo 12 Mirador Muyuna

 <b>MINISTERIO DE TURISMO</b>		<b>REGISTRO DE DATOS DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS</b>					
<b>FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS</b>							
<b>1. DATOS GENERALES</b>							
ENCUESTADOR:	Sara Natalia Jácome Castro			Ficha:	6		
SUPERVISOR EVALUADOR:				Fecha:	18/10/2015		
NOMBRE DEL ATRACTIVO:	MIRADOR " MUYUNA "						
PROPIETARIO:							
CATEGORÍA:	Sitios Naturales	Tipo:	Montaña	Subtipo:	Mirador		
<b>2. UBICACIÓN</b>							
LATITUD:	01° 01' 32" de latitud Sur		LONGITUD:	77° 39' 24" de Oeste			
PROVINCIA:	Napó		CANTÓN:	Tena			
LOCALIDAD:	Muyuna						
CALLE:	S/N			TRANSVERSAL:	S/N		
<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO</b>							
NOMBRE DEL POBLADO:	Puerto Misahuallí			DISTANCIA:	2.5km		
<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b>							
ALTURA (m.s.n.m):	578			TEMPERATURA ( ° C ):	22°C a 26° C		
PRECIPITACIÓN PLUVIOMÉTRICA ( ):				3200 a 4000 mm <sup>3</sup> anuales			
<b>5. FOTOGRAFÍA</b>							
							

6. VALOR INTRÍNSECO:											
Este atractivo de tipo colina, está rodeado de bosque secundario; desde este sitio se puede observar gran parte de la llanura Amazónica, algunos de los poblados del cantón Tena, cuando está despejado se puede apreciar una parte de la cordillera de los Andes, el Nevado Sangay, la cuenca del río Napo; desde este sector se puede ver una vista escénica impresionante											
7. VALOR EXTRÍNSECO:											
Se puede realizar visitas organizadas de carácter turístico, como complementario de otros atractivos. Las actividades que se puede realizar son: observación de aves, interpretación ambiental; vista paisajística de la llanura Amazónica, cuenca de río Napo, parte de la cordillera de los Andes, safari fotográfico.											
8. USOS:											
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Observación de Flora y Fauna</li> <li>• Caminata.</li> <li>• Fotografía.</li> </ul>											
9. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO											
Alterado:			No alterado:			Deteriorado:					
En Proceso de Deterioro:			Conservado:								
Causas: Debido a las actividades humanas: cultivos agrícolas, deforestación (especies maderables), y la presencia de una torre de cobertura de telefonía móvil, 110 m de altura.											
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 las actividades humanas, frontera agrícola, deforestación, asentamientos humanos.											
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				AUTOMÓVIL					365	
	EMPEDRADO				4x4						
	SENDERO				tren					DÍAS AL MES	
ACUÁTICO	MARÍTIMO				barco					Culturales	
					bote					es	
	FLUVIAL				canoa					Naturales	
					otros					Enero diciembre	
AÉREO					avión					HORAS AL DÍAS	
					avioneta						
					HELICÓPTERO						
										Culturales	
<b>OBSERVACIONES:</b> Sé puede acceder al atractivo por vía terrestre asfaltada (Trocal Amazónica E45) en buen estado desde el poblado de Tena hasta el poblado de Puerto Napo, luego a margen izquierdo hasta el poblado de Puerto Misahualli (22 Km) aproximadamente desde el Tena, después por la vía a San Miguel de las Palmeras a 2,2 Km del centro del poblado Misahualli; para posteriormente continuar a margen izquierdo por un sendero, el recorrido dura 30 minutos los 300 m. de distancia, topografía irregular. Todo el recorrido en carro desde Tena al atractivo es 30 minutos.										Naturales	09:00
											17:00

<b>RUTA DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS</b>			
NOMBRE DE LA RUTA: Tena-Puerto, Misahualli, en las Cooperativas de Transporte: Centinela del Tena y Jumandi			
DESDE:	Barrio Vista Hermosa	HASTA:	Misahualli
FRECUENCIA:	30 min	DISTANCIA:	22 km
<b>12. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>			
<b>AGUA</b>			
POTABLE:		ENTUBADA:	
DE POZO:		NO EXISTE:	
<b>ENERGÍA ELÉCTRICA</b>			
SISTEMA INTERCONECTADO:		GENERADOR:	
OTROS:		NO EXISTE:	
<b>ALCANTARILLADO</b>			
RED PÚBLICA:		POZO CIEGO:	
NO EXISTE:		OTROS:	
<b>PRECIO</b>			
SI		NO	
OTROS		ENTRADA LIBRE	
<b>13. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVO</b>			
NOMBRES:		DISTANCIAS:	
Río Napo		1,5 Km.	
<b>14. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO</b>			
LOCAL:		NACIONAL:	
INTERNACIONAL:		OTROS:	
<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>	<b>PUNTOS</b>	
<b>CALIDAD</b>	a)Valor intrínseco	7	
	b)Valor extrínseco	5	
	c)Entorno	8	
	d)Estado de Conservación	8	
	y/o Acceso		
<b>APOYO</b>	a)Acceso	5	
	b)Servicios	0	
	c)Asociación con otros atractivos	2	
<b>SIGNIFICADO</b>	a)Local	2	
	b)Provincial		
	c)Nacional		
	d)Internacional		
<b>TOTAL</b>		<b>37</b>	
<b>JERARQUÍAII</b>			

## Anexo 13 Mirador El Calvario

 <b>MINISTERIO DE TURISMO</b>		<b>REGISTRO DE DATOS DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS</b>					
<b>FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS</b>							
<b>1. DATOS GENERALES</b>							
ENCUESTADOR:	Sara Natalia Jácome Castro			Ficha:	7		
SUPERVISOR EVALUADOR:				Fecha:	24/10/2015		
NOMBRE DEL ATRACTIVO:	<b>MIRADOR "EL CALVARIO"</b>						
PROPIETARIO:							
CATEGORÍA:	Sitios Naturales	Tipo:	Montaña	Subtipo	Mirador		
<b>2. UBICACIÓN</b>							
LATITUD:	00° 57' 49" de latitud Sur		LONGITUD:	77° 53' 12" de Oeste			
PROVINCIA:	Napo		CANTÓN:	Tena	PARROQUIA: Muyuna		
LOCALIDAD:	Comunidad El Calvario						
CALLE:	S/N		TRANSVERSAL:	S/N			
<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO</b>							
NOMBRE DEL POBLADO:	El Calvario		DISTANCIA:	3Km			
NOMBRE DEL POBLADO:	Tiwintza		DISTANCIA:	4km			
<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b>							
ALTURA (msnm):	514		TEMPERATURA ( °C):	22°C a 26° C			
PRECIPITACIÓN PLUVIOMÉTRICA (mm <sup>3</sup> ):			3200 a 4000 mm <sup>3</sup> anuales				
<b>5. FOTOGRAFÍA</b>							
							

6. VALOR INTRÍNSECO:										
Este sitio natural tipo colina pertenece a una zona formada por terrazas antiguas altas. La vegetación es mayormente bosque secundario con relictos de bosque primario, tanto en el trayecto del sendero (se cruza varios arroyos y un río), En el trayecto se observa variedad de especies de flora y fauna. Desde el mirador se tiene una vista panorámica hacia el Este del cantón Tena y se puede ubicar la ciudad de Tena, y poblaciones como Alto Tena, Shitig, Atacapi, San Salvador, Tasayacu, Tiwintza, El Calvario, Chontayacu y los ríos Tena, Río Lupi, y Río Shikayacu. En el mirador existe una cruz hecha construida por el Padre Humberto Doregate y tiene más de 30 años.										
7. VALOR EXTRÍNSECO:										
En el atractivo mismo se puede realizar actividades turísticas como: fotografía, observación de aves y otras especies de fauna además de un sin número de especies de flora, caminatas guiadas, baño y descanso, además es un sitio de interés científico.										
8. USOS:										
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Observación de Flora y Fauna</li> <li>• Caminata.</li> <li>• Fotografía.</li> </ul>										
9. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO										
Alterado:			No alterado:			Deteriorado:				
En Proceso de Deterioro:			Conservado:							
Causas: Se ha empezado un programa de ecoturismo para aprovechar los recursos naturales, con propósitos de protección y conservación del medio ambiente.										
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: Existe un proceso de deterioro del entorno, debido al aumento de asentamientos humanos y a las diferentes actividades humanas.										
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				AUTOMÓVIL					365
	EMPEDRADO				4X4					
	SENDERO				TREN					DÍAS AL MES
ACUÁTICO	MARÍTIMO				BARCO					Culturales
					BOTE					
	FLUVIAL				CANOA					Naturales
					OTROS					Enero diciembre
AÉREO					AVIÓN					HORAS AL DÍAS
					AVIONETA					
					HELICÓPTERO					
										Culturales
<b>OBSERVACIONES:</b> Para llegar al atractivo se ingresa por la carretera Tena-Muyuna recorriendo 6 Km de distancia, por una carretera asfaltada y 500 m. por una carretera lastrada.										
										Naturales
										09:00 17:00

<b>RUTA DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS</b>			
NOMBRE DE LA RUTA: Ruta Tena–Muyuna la Cooperativa de Transporte Jumandl.			
DESDE:	Barrio Central	HASTA:	Muyuna
FRECUENCIA:	20min	DISTANCIA:	6 km
<b>12. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>			
<b>AGUA</b>			
POTABLE:		ENTUBADA:	
DE POZO:		NO EXISTE:	
<b>ENERGÍA ELÉCTRICA</b>			
SISTEMA INTERCONECTADO:		GENERADOR:	
OTROS:		NO EXISTE:	
<b>ALCANTARILLADO</b>			
RED PÚBLICA:		POZO CIEGO:	
NO EXISTE:		OTROS:	
<b>PRECIO</b>			
SI		NO	
OTROS		ENTRADA LIBRE	
<b>13. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS</b>			
NOMBRES:		DISTANCIAS:	
<b>14. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO</b>			
LOCAL:		NACIONAL:	
INTERNACIONAL:		OTROS:	
VARIABLE	FACTOR		PUNTOS
CALIDAD	a)Valor intrínseco		7
	b)Valor extrínseco		5
	c)Entorno		5
	d)Estado de Conservación		5
	y/o Acceso		
APOYO	a)Acceso		6
	b)Servicios		0
	c)Asociación con otros atractivos		2
SIGNIFICADO	a)Local		2
	b)Provincial		
	c)Nacional		
	d)Internacional		
<b>TOTAL</b>			<b>32</b>
<b>JERARQUÍA II</b>			

## Anexo 14 Verde Cocha

 <b>MINISTERIO DE TURISMO</b>		<b>REGISTRO DE DATOS DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS</b>					
<b>FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS</b>							
<b>1. DATOS GENERALES</b>							
ENCUESTADOR:	Sara Natalia Jácome Castro			Ficha:	8		
SUPERVISOR EVALUADOR:				Fecha:	25/10/2015		
NOMBRE DEL ATRACTIVO:	<b>Verde Cocha (LAGUNA VERDE)</b>						
PROPIETARIO:	Jacobó Andy						
CATEGORÍA:	Sitios Naturales	Tipo:	Ríos	Subtipo	Rivera		
<b>2. UBICACIÓN</b>							
LATITUD:	00° 59' 15" de latitud Sur		LONGITUD:	77°54' 38" de Oeste			
PROVINCIA:	Napo		CANTÓN:	Tena	PARROQUIA:	Pano	
LOCALIDAD:	Alto Pano						
CALLE:	Vía a Pano		TRANSVERSAL:	S/N			
<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO</b>							
NOMBRE DEL POBLADO:	Alto Pano		DISTANCIA:	1.5Km			
NOMBRE DEL POBLADO:	Pano		DISTANCIA:	6.5Km			
<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b>							
ALTURA (m.s.n.m):	551		TEMPERATURA ( °C):	22°C a 26° C			
PRECIPITACIÓN PLUVIOMÉTRICA (mm <sup>3</sup> ):			3200 a 4000 mm <sup>3</sup> anuales				
<b>5. FOTOGRAFÍA</b>							
							



<b>RUTA DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS</b>			
NOMBRE DE LA RUTA: Ruta Tena–Muyuna / Cooperativa de Transporte Jumandi			
DESDE:	Barrio Central	HASTA: Muyuna	
FRECUENCIA:	20min	DISTANCIA:	6 km
<b>12. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>			
AGUA			
POTABLE:		ENTUBADA:	
DE POZO:		NO EXISTE:	
ENERGÍA ELÉCTRICA			
SISTEMA INTERCONECTADO:		GENERADOR:	
OTROS:		NO EXISTE:	
ALCANTARILLADO			
RED PÚBLICA:		POZO CIEGO:	
NO EXISTE:		OTROS:	
PRECIO			
SI		NO	
OTROS		ENTRADA LIBRE	
<b>13. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS</b>			
NOMBRES:		DISTANCIAS:	
Río Lupi		2 Km	
Nido de Aves "Tayos		1 Km	
<b>14. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO</b>			
LOCAL:		NACIONAL:	
INTERNACIONAL:		OTROS:	
<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>	<b>PUNTOS</b>	
<b>CALIDAD</b>	a)Valor intrínseco	11	
	b)Valor extrínseco	8	
	c)Entorno	9	
	d)Estado de Conservación	9	
	y/o Acceso		
<b>APOYO</b>	a)Acceso	7	
	b)Servicios	3	
	c)Asociación con otros atractivos	3	
<b>SIGNIFICADO</b>	a)Local	2	
	b)Provincial		
	c)Nacional		
	d)Internacional		
<b>TOTAL</b>		<b>52</b>	
<b>JERARQUÍA</b>			

**Anexo 15 Latas**

 <b>MINISTERIO DE TURISMO</b>		<b>REGISTRO DE DATOS DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS</b>					
<b>FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS</b>							
<b>1. DATOS GENERALES</b>							
ENCUESTADOR:		Sara Natalia Jácome Castro		Ficha:		9	
SUPERVISOR EVALUADOR:				Fecha:		31/10/2015	
NOMBRE DEL ATRACTIVO:		<b>LATAS</b>					
PROPIETARIO:							
CATEGORÍA:		Sitios Naturales	Tipo:	Ríos	Subtipo	Cascada	
<b>2. UBICACIÓN</b>							
LATITUD:		01° 01' 29" de latitud Sur		LONGITUD:		77° 43' 45"	
PROVINCIA:		Napo		CANTÓN:	Tena	PARROQUIA: Puerto Misahualli	
LOCALIDAD:		Puerto Misahualli – Sector 8 de Septiembre (Latas)					
CALLE:		Vía Puerto Misahualli		TRANSVERSAL:		S/N	
<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO</b>							
NOMBRE DEL POBLADO:		La cabecera parroquial Puerto Napo.		DISTANCIA:		7.8 km	
<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b>							
ALTURA (m.s.n.m):		557		TEMPERATURA ( °C ):		22°C a 26° C	
PRECIPITACIÓN PLUVIOMÉTRICA (mm <sup>3</sup> ):				3200 a 4000 mm <sup>3</sup> anuales			
<b>5. FOTOGRAFÍA</b>							
							

6. VALOR INTRÍNSECO:											
La tiene unas dimensiones aproximadas de 12 m de largo por 6 m de ancho con una profundidad de 2 m. El agua es cristalina, mantiene sus características originales, es de tono verdoso, su olor y sabor son agradables, su origen en el recorrido que hace el río Umbuni da una formación de veda.											
7. VALOR EXTRÍNSECO:											
A este atractivo es muy visitado por los turistas Locales como Nacionales por sus toboganes naturales, caverna, cascadas, Bosque Primario y secundario.											
8. USOS:											
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Observación de Flora y Fauna</li> <li>• Natación</li> <li>• Caminata.</li> <li>• Fotografía.</li> </ul>											
9. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO											
Alterado:			No alterado:			Deteriorado:					
En Proceso de Deterioro:			Conservado:								
Causas: No se observó una causa directa, que constituya una amenaza para la integridad tanto de la cascada como de la corriente de agua que forma el río.											
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: La presencia humana y sobretodo las actividades extractivas y/o deprecatorias sin control.											
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				AUTOMÓVIL					365	
	EMPEDRADO				4X4						
	SENDERO				TREN					DÍAS AL MES	
ACUÁTICO	MARÍTIMO				BARCO					Culturales	
					BOTE						
	FLUVIAL				CANOA					Naturales	Enero diciembre
					OTROS						
AÉREO					AVIÓN					HORAS AL DÍAS	
					AVIONETA						
					HELICÓPTERO					Culturales	
<b>OBSERVACIONES:</b> Sé puede acceder al atractivo por vía terrestre Asfaltado en buen estado (Troncal Amazónica E 35), hasta el poblado de Puerto Napo, que son 6 km; luego a margen izquierdo con dirección al poblado de Puerto Misahualli, por un tipo de vía asfaltada en buen estado hasta el río Umbuni en el sector llamado "Latas" a 7 Km. de Puerto Napo; el recorrido desde Tena al atractivo es de 20 minutos en carro. Los atractivos turísticos se encuentran al margen izquierdo de la vía en dirección a Puerto Misahualli.										Naturales	09:00 17:00
RUTA DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS											

NOMBRE DE LA RUTA: Tena-Puerto Misahualli			
DESDE:	Barrio Vista Hermosa	HASTA: Puerto Misahualli	
FRECUENCIA:	20 min	DISTANCIA:	12 km
<b>12. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>			
<b>AGUA</b>			
POTABLE:		ENTUBADA:	
DE POZO:		NO EXISTE:	
<b>ENERGÍA ELÉCTRICA</b>			
SISTEMA INTERCONECTADO:		GENERADOR:	
OTROS:			
<b>ALCANTARILLADO</b>			
RED PÚBLICA:		POZO CIEGO:	
NO EXISTE:		OTROS:	
<b>PRECIO</b>			
SI		NO	
OTROS			
<b>13. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS</b>			
<b>NOMBRES:</b>		<b>DISTANCIAS:</b>	
Cascada de Latas		100m	
Caverna de latas		800m	
<b>14. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO</b>			
LOCAL:		NACIONAL:	
INTERNACIONAL:		OTROS:	

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
<b>CALIDAD</b>	a)Valor intrínseco	8
	b)Valor extrínseco	8
	c)Entorno	8
	d)Estado de Conservación	8
	y/o Acceso	
<b>APOYO</b>	a)Acceso	8
	b)Servicios	8
	c)Asociación con otros atractivos	3
<b>SIGNIFICADO</b>	a)Local	
	b)Provincial	
	c)Nacional	7
	d)Internacional	
<b>TOTAL</b>		<b>58</b>
<b>JERARQUÍAIII</b>		

## Anexo 16 Playa de los Monos

		<b>REGISTRO DE DATOS DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS</b>					
<b>FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS</b>							
<b>15. DATOS GENERALES</b>							
ENCUESTADOR:	Sara Natalia Jácome Castro			Ficha:	10		
SUPERVISOR EVALUADOR:				Fecha:	07/11/2015		
NOMBRE DEL ATRACTIVO:	Playa de los Monos						
PROPIETARIO:							
CATEGORÍA:	Sitios Naturales	Tipo:	Ríos	Subtipo:	Rápido		
<b>16. UBICACIÓN</b>							
LATITUD:	01° 02' 07" S de latitud Sur		LONGITUD:	77° 39' 55' de Oeste			
PROVINCIA:	Napo		CANTÓN:	Tena	PARROQUIA: Misahualli		
LOCALIDAD:	Misahualli						
CALLE:	Vía Tena / Misahualli		TRANSVERSAL:	S/N			
<b>17. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO</b>							
NOMBRE DEL POBLADO:	Puerto Napo			DISTANCIA:	16 Km		
NOMBRE DEL POBLADO:	Tena			DISTANCIA:	21km		
<b>18. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b>							
ALTURA (m.s.n.m):	395		TEMPERATURA ( ° C):	22°C a 26° C			
PRECIPITACIÓN PLUVIOMÉTRICA (mm <sup>3</sup> ):			3200 a 4000 mm <sup>3</sup> anuales				
<b>19. FOTOGRAFÍA</b>							
							

20. VALOR INTRÍNSECO:											
Este lugar es un sitio natural clasificado como Área protegida y pertenece al subtipo playa de río, se lo considera como un lugar de conservación, descanso y esparcimiento. La facilidad de acceso es importante, ya que la carretera se encuentra en buen estado. Por ser un río navegable, se puede descubrir muchos paisajes y poblaciones a lo largo de un recorrido en canoa a motor. La altura registrada del atractivo es de 395 m.s.n.m											
21. VALOR EXTRÍNSECO:											
En Puerto Misahuallí laboran los guías que hacen turismo de selva visitando ríos, playas, lagunas, mostrando la flora, la fauna, la riqueza piscícola, las costumbres tradiciones, artesanías y cultura de las comunidades indígenas.											
22. USOS:											
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Observación de Flora y Fauna</li> <li>• Natación</li> <li>• Caminata.</li> <li>• Fotografía.</li> </ul>											
23. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO											
Alterado:			No alterado:			Deteriorado:					
En Proceso de Deterioro:			Conservado:								
Causas: Contaminación del Río Misahuallí.											
23.1 PATRIMONIO											
Nombre:			Fecha de Declaración:								
Categoría:			Patrimonio de la Humanidad:			Patrimonio del Ecuador:					
24. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO											
Alterado			No alterado			Deteriorado					
En Proceso de Deterioro			Conservado								
Causas: Crecimiento de población, deforestación, Cacería sin control											
25. 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				AUTOMÓVIL					365	
	EMPEDRADO				4X4						
	SENDERO				TREN					DÍAS AL MES	
ACUÁTICO	MARÍTIMO				BARCO					Culturales	
					BOTE						
	FLUVIAL				CANOA					Naturales	Enero diciembre
					OTROS						
AÉREO					AVIÓN					HORAS AL DÍAS	
					AVIONETA						
					HELICÓPTERO						
OBSERVACIONES										Culturales	
En Vehículo propio se demora unos 20 minutos para llegar.										Naturales	09:00 17:00
RUTA DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS											

NOMBRE DE LA RUTA: Tena – Misahualli - Ahuano			
DESDE:	Barrio Vista Hermosa	HASTA: Misahualli	
FRECUENCIA:	30 min	DISTANCIA:	28 km
<b>26. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>			
<b>AGUA</b>			
POTABLE:		ENTUBADA:	<input checked="" type="checkbox"/>
DE POZO:		NO EXISTE:	<input type="checkbox"/>
<b>ENERGÍA ELÉCTRICA</b>			
SISTEMA INTERCONECTADO:	<input checked="" type="checkbox"/>	GENERADOR:	<input type="checkbox"/>
OTROS:	<input type="checkbox"/>	NO EXISTE:	<input type="checkbox"/>
<b>ALCANTARILLADO</b>			
RED PÚBLICA:	<input checked="" type="checkbox"/>	POZO CIEGO:	<input type="checkbox"/>
NO EXISTE:	<input type="checkbox"/>	OTROS:	<input type="checkbox"/>
<b>PRECIO</b>			
SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>
OTROS	<input type="checkbox"/>	ENTRADA LIBRE	<input checked="" type="checkbox"/>
<b>27. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS</b>			
NOMBRES:		DISTANCIAS:	
Jardín Botánico		1km	
Centro Turístico de Shiripuno		1.4 km	
<b>28. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO</b>			
LOCAL:	<input type="checkbox"/>	NACIONAL:	<input type="checkbox"/>
INTERNACIONAL:	<input checked="" type="checkbox"/>	OTROS:	<input type="checkbox"/>
<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>	<b>PUNTOS</b>	
<b>CALIDAD</b>	a)Valor intrínseco	12	
	b)Valor extrínseco	12	
	c)Entorno	7	
	d)Estado de Conservación	8	
	y/o Acceso		
<b>APOYO</b>	a)Acceso	8	
	b)Servicios	8	
	c)Asociación con otros atractivos	4	
<b>SIGNIFICADO</b>	a)Local		
	b)Provincial		
	c)Nacional		
	d)Internacional	12	
<b>TOTAL</b>		<b>71</b>	
<b>JERARQUIA III</b>			

## Anexo 17 Cotización Hyundai County



### COTIZACION

Tena, 04 de Junio de 2015

Señores  
Triana Giral Tour Compañía Ltda.  
Presente.

Estimados reciba un cordial saludo de quienes conformamos MERCURIAUTO S.A agencia Tena, el motivo de la presente es hacerles conocer la cotización del vehículo Hyundai County Turismo 2015.

#### DETALLE DE COTIZACION

CANTIDA 01  
MARCA HYUNDAI  
MODELO COUNTY LWB TURISMO  
AÑO DE FABRICA 2015  
VALOR UNITARIO 63.990 \$

Precio P.V.P	Entrada 30%	Plazo a Financiar Meses	Cuota mensual	Años de Seguro
\$ 63.990,00	\$ 19.200,00	60	\$ 1.151,66	2
\$ 63.990,00	\$ 19.200,00	48	\$ 1.359,76	2
\$ 63.990,00	\$ 19.200,00	36	\$ 1.710,89	2

En espera de sus comentarios, la presente proforma tiene una validez de 10 días desde la presente fecha.

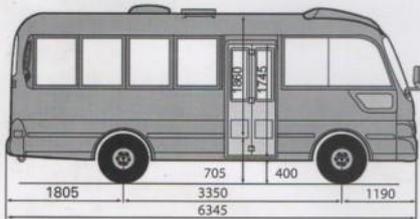
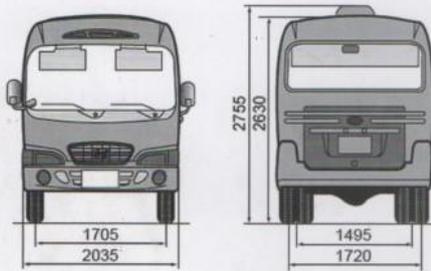
Atentamente,

  
Sebastián Flores  
GERENTE MERCURIAUTO TENA

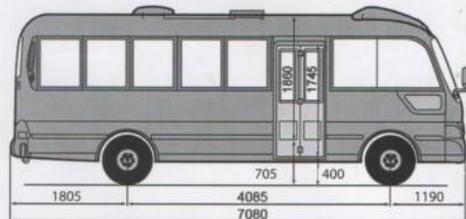
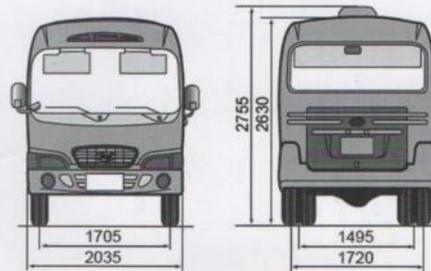
  
Daniel Astudillo  
ASESOR COMERCIAL

# COUNTY

Corta



Larga



## Anexo 19 Pasos para la Constitución

**PASOS PARA LA CONSTITUCIÓN**

1. APROBACION DEL NOMBRE O RAZON SOCIAL DE LA EMPRESA, EN LA SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑIAS (5 minutos);
2. APERTURA DE LA CUENTA DE INTEGRACION DE CAPITAL EN CUALQUIER BANCO DE LA CIUDAD SI EL APORTE ES EN NUMERARIO;
3. ELEVAR A ESCRITURA PUBLICA LA MINUTA DE CONSTITUCION DE LA EMPRESA, EN CUALQUIER NOTARIA;
4. PRESENTACION DE TRES ESCRITURAS DE CONSTITUCION, CON OFICIO FIRMADO POR UN ABOGADO, EN LA SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑIAS O EN LAS VENTANILLAS UNICAS (adjuntar copia de cedula y papeleta de votación de quien suscribe el documento);
5. LA SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑIAS, EN EL TRANCURSO 48 HORAS, COMO MAXIMO, PUEDE RESPONDER ASI:
  - CON OFICIO**
    - CUANDO HAY ALGUN ERROR EN LA ESCRITURA
    - CUANDO POR SU OBJETO SOCIAL DEBE OBTENER PERMISOS PREVIOS TALES COMO: DE LA AGENCIA NACIONAL DE TRANSITO, MINISTERIOS DE GOBIERNO, ETC.
  - SE DEBE RECTIFICAR Y CUMPLIR CON TODAS LAS OBSERVACIONES HECHAS MEDIANTE EL OFICIO PARA CONTINUAR CON EL PROCESO DE CONSTITUCION, Y ASI OBTENER LA RESOLUCION.
  - CON RESOLUCIÓN**
    - CUANDO EL TRAMITE HA SIDO APROBADO Y SE PUEDE SEGUIR CON EL PROCESO DE CONSTITUCION
6. DEBE PUBLICAR EL EXTRACTO EN UN PERIODICO DE AMPLIA CIRCULACION EN EL DOMICILIO DE LA EMPRESA, POR UN SOLO DIA, (SE RECOMIENDA COMPRAR TRES EJEMPLARES DEL MISMO: 1 PARA EL REGISTRO MERCANTIL, OTRO PARA LA SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑIAS Y OTRO PARA LA EMPRESA);
7. DEBE SENTAR RAZON DE LA RESOLUCION DE CONSTITUCION EN LAS ESCRITURAS, EN LA MISMA NOTARIA DONDE REPOSA LA ESCRITURA MATRIZ DE CONSTITUCION;
8. DEBE OBTENER LA PATENTE MUNICIPAL (Escritura de constitución de la compañía y resolución de la Superintendencia de Compañías en original y copia, copias de cedula de ciudadanía y papeleta de votación actualizada del Representante Legal, dirección donde funcionará la misma);
9. DEBE INSCRIBIR LAS ESCRITURAS EN EL REGISTRO MERCANTIL, PARA ELLO DEBE PRESENTAR:
  - 3 ESCRITURAS CON LA RESPECTIVA RESOLUCION DE LA SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑIAS, Y RAZÓN DE LA NOTARIA,
  - UN EJEMPLAR DE LA PUBLICACION DEL EXTRACTO,
  - COPIAS DE CEDULAS DE CIUDADANIA Y CERTIFICADO DE VOTACION DEL COMPARECIENTE,
  - CERTIFICADO DE INSCRIPCION EN EL REGISTRO DE LA DIRECCION FINANCIERA TRIBUTARIA DEL MUNICIPIO DE QUITO.
10. DEBE INSCRIBIR EN EL REGISTRO MERCANTIL LOS NOMBRAMIENTOS DEL REPRESENTANTE LEGAL Y ADMINISTRADOR DE LA EMPRESA, PARA ELLO PRESENTARA EL ACTA DE LA JUNTA GENERAL EN DONDE SE NOMBRAN A LOS ADMINISTRADORES Y NOMBRAMIENTOS ORIGINALES DE CADA UNO (por lo menos cinco ejemplares);
11. DOCUMENTOS QUE DEBE PRESENTAR EN LA SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑIAS PARA FINALIZAR EL TRÁMITE DE CONSTITUCIÓN :
  - ESCRITURA CON LA RESPECTIVA RESOLUCION DE LA SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑIAS INSCRITA EN EL REGISTRO MERCANTIL
  - JUN EJEMPLAR DEL PERIODICO (o copia certificada), EN EL CUAL SE PUBLICÓ EL EXTRACTO
  - ORIGINAL O COPIAS CERTIFICADAS DE LOS NOMBRAMIENTOS DE REPRESENTANTE LEGAL Y ADMINISTRADORES INSCRITOS EN EL REGISTRO MERCANTIL
  - COPIA LEGIBLE DE LA CEDULA DE CIUDADANIA O PASAPORTE DEL REPRESENTANTE LEGAL Y ADMINISTRADOR DE LA COMPAÑIA.
  - FORMULARIO DE: Dirección domiciliaria, ([www.supercias.gob.ec](http://www.supercias.gob.ec)) POR EL REPRESENTANTE LEGAL
  - COPIA SIMPLE DE PAGO DE LUZ O TELEFONO, DEL DOMICILIO DE LA COMPAÑIA.
12. LA SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑIAS DESPUES DE REGISTRAR EL ACTO JURIDICO, LE ENTREGA AL USUARIO (en 24 horas)
  - FORMULARIO DEL RUC
  - DATOS GENERALES
  - CUMPLIMIENTO DE OBLIGACIONES Y EXISTENCIA LEGAL
  - NOMINA DE SOCIOS
  - DATOS DE CONSTITUCIÓN
13. OBTENCION DEL RUC EN EL SERVICIO DE RENTAS INTERNAS, PARA ELLO DEBE PRESENTAR:
  - FORMULARIO DE DIRECCION DOMICILIARIA el mismo que lo pueden obtener en la página web [www.supercias.gob.ec](http://www.supercias.gob.ec) formulario para Registro de Dirección SUSCRITOS POR EL REPRESENTANTE LEGAL (dirección clara)
  - ORIGINAL Y COPIA, O COPIA CERTIFICADA DE LA ESCRITURA DE CONSTITUCION, INSCRITA EN EL REGISTRO MERCANTIL,
  - ORIGINAL Y COPIA, O COPIA CERTIFICADA DEL NOMBRAMIENTO DE REPRESENTANTE LEGAL INSCRITO EN EL REGISTRO MERCANTIL,
  - ORIGINAL Y COPIA DE LA PLANILLA DE AGUA, LUZ O TELEFONO.
14. A FIN DE OBTENER EL OFICIO PARA LA LIBERACION DE FONDOS DE LA CUENTA DE INTEGRACION DE CAPITAL, DEBE PRESENTAR EN LA SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑIAS COPIA SIMPLE DEL RUC.

[www.supercias.gob.ec](http://www.supercias.gob.ec)

## Anexo 20 Documentos Personales Accionistas

**Accionista:** Jácome Castro Sara Natalia



**Accionista:** Castro Sandoval Benjamín Fernando



Accionista: Castro Sandoval Rosa María



Accionista: Castro Sandoval Ana Patricia

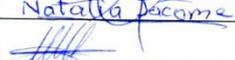
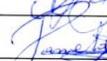
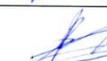
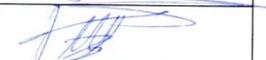
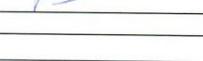
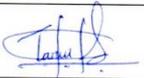


**Anexo 21** Bus de Compañía de Transporte Terrestre Turístico Trans Gisel Tour Cía. Ltda.



## Anexo 22 Registro de Firmas Evento de Socialización

### NÓMINA DE ASISTENCIA

 <b>COMPAÑÍA DE TRANSPORTE TERRESTRE TURÍSTICO "TRANSS GISEL TOUR CÍA. LTDA."</b>		
NOMBRE APELLIDOS	CARGO	FIRMA
Sr. Castro Sandoval Benjamín Fernando	ACCIONISTA	
Srta. Jácome Castro Sara Natalia	ACCIONISTA	
Sra. Castro Sandoval Rosa María	ACCIONISTA	
Sra. Castro Sandoval Ana Patricia	ACCIONISTA	
Ing. Sebastián Díaz	Gerente General	
Ing. Andrés González	COORDINADOR DE ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS	
Ing. Francisco Zambrano	CONTADOR FINANCIERO	
Lic. Belén Torres	ASISTENTE FINANCIERO	
Ing. Madelen Rivera	COORDINADOR DE MARKETING Y VENTAS	
Lic. Pamela Olvera	GESTOR DE VENTAS	
Ing. Abigail Rosero	COORDINADOR DE TALENTO HUMANO	
Sr. Miguel Carreño	ASISTENTE DE TALENTO HUMANO	
Ing. Patricio Bustamante	COORDINADOR DE OPERACIONES	
Sr. Francisco Zambrano	CHOFER	
Sr. Paul Andy	GUÍAS TURÍSTICOS NATIVOS	
AUTORIDADES INVITADAS		
Dra. Fernanda Landázuri Polanco	COORDINADORA ZONAL DE LA COMISIÓN NACIONAL DE TRÁNSITO	
Lic. Tania Suasnavas	COORDINADOR DEL MINISTERIO DE TURISMO ZONA 2	

## Anexo 23 Galería de Imágenes

### Fotografía 1 Encuestas



### Fotografía 2 Local para socialización



**Fotografía 3 Exposición Evento de Socialización**

