



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

ÁREA JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA

TITULO:

“PLAN DE NEGOCIOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DEL MÉTODO CANVAS, PARA PROPONER LA CREACIÓN DE LA EMPRESA DE EVENTOS Y BANQUETES “EL ENSUEÑO DE TU VIDA”, EN EL BARRIO AMAZONAS DEL CANTÓN JOYA DE LOS SACHAS”

*Tesis previa a la obtención del
Título de Ingeniera en
Administración Turística.*

AUTORA: Sandra Patricia Puglla Morejón

DIRECTOR DE TESIS: Lcdo. Diego Patricio Chiriboga Coca, Mg Sc.

LOJA - ECUADOR

2016

AUTORIZACIÓN

LCDO. DIEGO PATRICIO CHIRIBOGA COCA, MG. SC.

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

CERTIFICO:

Que la presente tesis titulada “PLAN DE NEGOCIOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DEL MÉTODO CANVAS, PARA PROPONER LA CREACIÓN DE LA EMPRESA DE EVENTOS Y BANQUETES “EL ENSUEÑO DE TU VIDA”, EN EL BARRIO AMAZONAS DEL CANTÓN JOYA DE LOS SACHAS”, desarrollada por Sandra Patricia Puglla Morejón, ha sido elaborada bajo mi dirección y cumple con los requisitos de fondo y de forma que exigen los respectivos reglamentos e instituciones. Por ello autorizo su presentación y sustentación.

Tena, 18 de noviembre del 2015



Lcd. Diego Patricio Chiriboga Coca Mg. Sc.

DIRECTOR DE TESIS

AUTORÍA

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

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

AUTOR: Sandra Patricia Puglla Morejón

FIRMA:



CÉDULA: 220009415-5

FECHA: Loja, 14 de abril del 2016

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

Yo, **SANDRA PATRICA PUGLLA MOREJÓN**, declaro ser autora, del trabajo de titulación: **“PLAN DE NEGOCIOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DEL MÉTODO CANVAS, PARA PROPONER LA CREACIÓN DE LA EMPRESA DE EVENTOS Y BANQUETES “EL ENSUEÑO DE TU VIDA”, EN EL BARRIO AMAZONAS DEL CANTÓN JOYA DE LOS SACHAS”**

Como requisito para optar al 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 de información del país y del exterior, con las cuales tenga convenio la Universidad.

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia de la Tesis que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad del Loja 14 de abril, del 2016, firma la autora:

AUTORA: Sandra Patricia Puglla Morejón

FIRMA:

CÉDULA: 220009415-5

DIRECCIÓN: Orellana – La Joya de los Sachas

CORREO ELECTRÓNICO: patypuglla@gmail.com

TELÉFONO:(06)3066037 **CELULAR:** 0984744320

DATOS COMPLEMENTARIOS

DIRECTOR DE TESIS: Lcdo. Diego Patricio Chiriboga Coca, Mg Sc.

PRESIDENTE: Ing. Washington Enrique Villacis Zapata, MG.SC

MIEMBRO DEL TRIBUNAL: Ing. Fausto Ramiro García Vasco, MG.SC

MIEMBRO DEL TRIBUNAL: Ing. Betty Alexandra Jaramillo Tituaña, MG.SC

DEDICATORIA

A DIOS.

Por darme la vida y la oportunidad de llegar a cumplir este objetivo y regalar a mí, un triunfo más.

De igual forma a mi Padre, Manuel Puglla, mi Madre Deida Morejón, mi abuela Rosa Gonzales, mi hermana y hermanos, mis familiares quiénes son mi fuente de inspiración y superación para iniciar y poder culminar mi carrera universitaria; y, que siempre están en los momentos felices y difíciles dándome valor y fortaleza para que culmine mis ideales y en especial este objetivo esperado.

AGRADECIMIENTO

Mi agradecimiento principalmente a Dios; a mis padres; Manuel Puglla, Deida Morejón, a mi abuela Rosa González y toda mi familia, que con su cariño y apoyo han hecho que culmine esta etapa educativa y avance un peldaño más en mi realización personal y profesional.

Mi eterno a agradecimiento también a los docentes de la Universidad Nacional de Loja, al Área Jurídica Social y Administrativa, a través de la Carrera de Ingeniería en Administración Turística que no sólo han sabido transmitir sus conocimientos sino sembrar valores morales y éticos que nos engrandece como personas e inspira a formar parte de los profesionales que sirven al país para hacer de él un gran lugar donde vivir.

Agradezco a todos los Docentes, que me apoyaron con sus conocimientos; y, con su paciencia y don de gente que supieron guiarme para culminar este trabajo.

Finalmente mi reconocimiento especial al Lcdo. Diego Patricio Chiriboga Coca, Mg Sc., por su incondicional apoyo como Director de Tesis, que con su mística y aporte académico, supo guiarme en este trabajo investigativo

ÍNDICE

NUMERAL	CONTENIDO	PÁG.
	PORTADA.....	i
	AUTORIZACIÓN	ii
	AUTORÍA.....	iii
	CARTA DE AUTORIZACION.....	iv
	DEDICATORIA	v
	AGRADECIMIENTO	vi
	ÍNDICE	vii
	ÍNDICE DE CUADROS.....	12
	ÍNDICE DE TABLAS	13
	ÍNDICE DE GRÁFICOS	15
	ÍNDICE DE MAPAS	16
	ÍNDICE DE IMÁGENES	17
	ÍNDICE DE ANEXOS.....	18
A.	TÍTULO	1
B.	RESUMEN.....	2
	ABSTRACT	3
C.	INTRODUCCIÓN	4
D.	REVISIÓN DE LITERATURA.....	7
4.1.	Plan de Negocios.....	7
4.1.1	Características del plan de negocios.....	7
4.1.2	Importancia de un plan de negocios.....	8
4.1.3	Propósito del plan de negocios.....	10
4.1.4	Método CANVAS	10
4.1.5	Ontología de modelos de negocio propuesta por Osterwalder.....	11
4.1.6	Los bloques en detalles	11
a)	Segmentos de clientes	11
b)	Propuesta de valor	12
c)	Canales de distribución y comunicación.....	13
d)	Relaciones con los clientes.....	14

e)	Fuentes de ingresos:.....	15
f)	Recursos clave	16
g)	Actividades claves	17
h)	Socios claves.....	18
i)	Estructura de costos	19
4.2	Eventos	20
4.2.1	Objetivos.....	20
4.2.2	Tipos de eventos	21
4.2.3	Funciones del organizador de eventos	23
4.2.4	Importancia de realizar un evento.....	24
4.2.5	Claves para alcanzar el éxito de un evento	25
a.	Diseño y Organización	25
b.	Coordinación de las actividades In Situ.....	26
c.	Seguimiento y evaluación de los resultados	27
4.2.6	Banquetes.....	29
a.	Importancia	30
b.	Tipos de banquetes	30
c.	Tipos de servicios de banquetes.....	33
4.2.7	Tipos de montajes	34
4.3	Diagnostico Situacional.....	34
4.3.1	Macro entorno.....	34
4.3.2	Micro entorno	35
4.3.3	Las 5 fuerzas de Porter	35
4.4	Estudio Técnico	38
4.4.1	Tamaño y Localización.....	39
4.4.2	Ingeniería del Proyecto	40
4.5	Marco Legal.....	42
4.6	Marco Conceptual.....	44
E.	MATERIALES Y MÉTODOS	49
5.1.	Materiales	49
5.1.1	Equipos	49
5.1.2	Herramientas	49
5.1.3	Insumos.....	49

5.2.	Métodos	50
5.2.1.	Ubicación del área de estudio.....	50
5.2.2.	Ubicación política	51
5.2.3	Ubicación geográfica.....	52
5.3	Aspectos biofísicos y climáticos	53
a.	Recurso Agua.-	53
b.	Recurso Suelos	54
5.3.1.	Aspectos biofísicos(Flora – Fauna).....	55
a.	Recursos flora.....	55
b.	Fauna representativa del cantón	56
5.3.2.	Aspectos climáticos (Precipitación - Temperatura – Humedad – Heliofania).....	60
1.	Precipitaciones.	60
2.	Clima, factores climáticos, temperatura.	61
5.4	Tipos de Investigación	63
a.	Investigación descriptiva.....	63
b.	Investigación de campo	63
c.	Investigación documental.....	63
5.5	Realizar el diagnóstico situacional del área de estudio	64
5.5.2	Elaboración de las encuestas	64
5.6	Establecer el plan de negocios, mediante la metodología de CANVAS .	65
5.6.1	Metodología	65
5.6.4	Paso 1: Segmento de cliente.....	66
5.6.5	Paso 2: Propuesta de valor	66
5.6.6	Paso 3: Canales de Distribución.....	66
5.6.7	Paso 4: Relación con los Clientes	67
5.6.8	Paso 5: Fuentes de Ingreso	67
5.6.9	Paso 6: Recursos clave	67
5.6.10	Actividades claves.....	67
5.6.11	Paso 8 Socio Claves	68
5.6.12	Paso 9 Estructura de costes	68
5.7	Identificar la creación de la empresa de eventos y banquetes “el ensueño de tu vida”, en el barrio Amazonas.	68
5.7.1	Área de requerimiento	68

5.7.2	Determinar la ubicación.....	68
F.	RESULTADOS	70
6.1	Realizar el diagnóstico situacional del área de estudio	70
a.	Límites	70
b.	Reseña histórica	70
c.	Diagnóstico Demográfico.....	74
f.	Atractivos Naturales y Culturales	79
6.1.1	Levantamiento de información aplicando la encuesta.....	83
6.1.2	Elaboración de las encuestas	83
6.2.1	Metodología.....	96
6.2.2	Introducción.....	96
6.2.3	Aplicación de la Metodología CANVAS	96
1.	Segmentos de clientes.....	96
2.	Puesta de valor.....	97
a)	Detalles del servicio.....	97
b)	Estrategia de productos.....	97
c)	Descripción del Producto.....	98
d)	Desarrollo de garantía.....	99
e)	Precio	99
f)	Tácticas de Precios	100
g)	Plaza.....	101
3.	Canales de Distribución.....	101
4.	Relaciones con el cliente	102
5.	Fuentes de ingreso	102
6.	Recursos Claves.....	103
7.	Actividades clave.....	104
a.	Socios claves.....	106
b.	Estructura de costes	107
6.3	Identificar la creación de la empresa de eventos y banquetes “EL ENSUEÑO DE TU VIDA”, en el barrio Amazonas.	110
6.3.1	Área de requerimiento	111
6.3.2	Determinar la ubicación.....	111
6.3.3	Implementación de equipos y materiales.....	112
a)	Ingeniería – Propuesta para construcción	112

b)	Distribución física del salón de eventos (Plano)	113
c)	Instalaciones	114
d)	Equipamiento de la Empresa	115
e)	Equipamiento Mobiliario	117
f)	Planificación y organización operativa	120
g)	Montajes de salones	122
h)	Servicios	126
i)	Obligaciones	152
j)	Obligaciones de los trabajadores para con la empresa	152
k)	Proceso del Servicio	154
l)	Organización Legal de la Empresa.....	162
m)	Imagen Corporativa.....	163
n)	Permisos Municipales	164
o)	Análisis Financiero.....	166
G.	DISCUSIÓN.....	175
7.1	Realizar el diagnóstico situacional del área de estudio.	175
7.2	Establecer el plan de negocios, mediante la metodología de CANVAS.	175
H.	CONCLUSIONES	177
I.	RECOMENDACIONES	178
J.	BIBLIOGRAFÍA.....	179
K.	ANEXOS.....	181

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO N^a	CONTENIDO	PÁG.
Cuadro N° 1	Método CANVAS	11
Cuadro N° 3	Las 5 Fuerzas de Porter	36
Cuadro N° 4	Análisis de FODA	37
Cuadro N° 5	Flora del Cantón	55
Cuadro N° 6	Fauna del Cantón.....	56
Cuadro N° 7	Aves del Cantón	57
Cuadro N° 8	Peces del Cantón	58
Cuadro N° 9	Mamíferos del Cantón	58
Cuadro N° 10	Reptiles del Cantón	60
Cuadro N° 11	Análisis Socio Cultural.....	77
Cuadro N° 12	Atractivos turísticos del Cantón	81
Cuadro N° 13	Recurso Humano	104
Cuadro N° 14	Proveedores	107

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA N^a	CONTENIDO	PÁG.
Tabla N ^o 1	Precipitación mensual.....	61
Tabla N ^o 2	Género	84
Tabla N ^o 3	Residencia.....	85
Tabla N ^o 4	Edad	86
Tabla N ^o 5	Ingreso en Dólares mensuales	87
Tabla N ^o 6	Organización.....	88
Tabla N ^o 7	Información	89
Tabla N ^o 8	Participación	90
Tabla N ^o 9	Evaluación	91
Tabla N ^o 10	Realización de eventos	92
Tabla N ^o 11	Días	93
Tabla N ^o 12	Presupuesto	94
Tabla N ^o 13	Creación.....	95
Tabla N ^o 14	Población	96
Tabla N ^o 15	Promedio de edad	97
Tabla N ^o 16	Ingreso - sueldos.....	97
Tabla N ^o 17	Precio P/P	100
Tabla N ^o 18	Ingresos por Servicio/Alimentación	103
Tabla N ^o 19	Gastos de promoción y publicidad anual.....	106
Tabla N ^o 20	Gastos de promoción y publicidad fijo.....	106
Tabla N ^o 21	Infraestructura.....	107
Tabla N ^o 22	Equipos de oficina	107
Tabla N ^o 23	Muebles de Oficina.....	108
Tabla N ^o 24	Equipos de Cocina	108
Tabla N ^o 25	Materiales de cocina	108
Tabla N ^o 26	Activos diferidos	109
Tabla N ^o 27	Materia prima	109
Tabla N ^o 28	Gasto generales – servicios básicos, mensual	109
Tabla N ^o 29	Gastos Generales – depreciación anual	110
Tabla N ^o 30	Costos de operación Anual	110
Tabla N ^o 31	Inversión Total.....	110
Tabla N ^o 32	Materia Prima e Insumos.....	112
Tabla N ^o 33	Materiales para construcción.....	112
Tabla N ^o 34	Mano de obra	113
Tabla N ^o 35	Compra de Terreno.....	113
Tabla N ^o 36	Costo total de construcción	113
Tabla N ^o 37	Equipamiento Mobiliario.....	117

Tabla N° 38	Materiales e instrumentos	117
Tabla N° 39	Canelones de espinaca y picota.....	128
Tabla N° 40	Ensalada cesar	129
Tabla N° 41	Ensalada Nicoise	130
Tabla N° 42	Coctel de camarones	131
Tabla N° 43	Lomo en salsa de champiñones.....	132
Tabla N° 44	Lomo con tocino	133
Tabla N° 45	Pollo en salsa ciruela.....	134
Tabla N° 46	Medallones de pavo en salsa agri dulce	135
Tabla N° 47	Chuleta de cerdo en salsa de piña	136
Tabla N° 48	Arroz curry con crema	137
Tabla N° 49	Arroz con almendras	138
Tabla N° 50	Arroz al azafrán.....	139
Tabla N° 51	Browni.....	140
Tabla N° 52	Crepes de frutilla en su salsa.....	141
Tabla N° 53	Mousse de chocolate	142
Tabla N° 54	Brazo gitano relleno de mermelada	143
Tabla N° 55	Sanduches de jamón.....	144
Tabla N° 56	Mini Sanduches de champiñones	145
Tabla N° 57	Sorbete de naranja.....	146
Tabla N° 58	Sorbete de vino Blanco	147
Tabla N° 59	Inversión Total.....	167
Tabla N° 60	Financiamiento.....	167
Tabla N° 61	Detalle de los costos proyectados USD	168
Tabla N° 62	Estado de resultados USD.....	169
Tabla N° 63	Flujo de caja USD	170
Tabla N° 64	Cálculo del VAN en USD	171
Tabla N° 65	Cálculo del (TIR) USD	171
Tabla N° 66	Ingreso actualizado USD	172
Tabla N° 67	Costo actualizado USD	173
Tabla N° 68	Determinación del período de recuperación USD	174

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO N^o	CONTENIDO	PÁG.
Gráfico N ^o 1	Precipitaciones.....	61
Gráfico N ^o 2	Temperatura Cantonal	62
Gráfico N ^o 3	Género	84
Gráfico N ^o 4	Residencia	85
Gráfico N ^o 5	Edad.....	86
Gráfico N ^o 6	Ingreso en Dólares mensuales	87
Gráfico N ^o 7	Organización	88
Gráfico N ^o 8	Información	89
Gráfico N ^o 9	Participación.....	90
Gráfico N ^o 10	Evaluación	91
Gráfico N ^o 11	Realización de eventos	92
Gráfico N ^o 12	Días.....	93
Gráfico N ^o 13	Presupuesto.....	94
Gráfico N ^o 14	Creación.....	95
Gráfico N ^o 15	Fachada interna de la empresa.....	118
Gráfico N ^o 16	Fachada externa de la Empresa	119
Gráfico N ^o 17	Tipo Escuela o Aula	122
Gráfico N ^o 18	Tipo Teatro	123
Gráfico N ^o 19	Tipo teatro con pasillo central y laterales.....	123
Gráfico N ^o 20	Montaje en “U” O “C”	124
Gráfico N ^o 21	Montaje en “T”.-.....	124
Gráfico N ^o 22	Montaje en “I” o Imperial	125
Gráfico N ^o 23	Montaje tipo Banquete	125

ÍNDICE DE MAPAS

MAPA	N^a	CONTENIDO	PÁG.
Mapa N°	1	Ubicación del área de Estudio.....	50
Mapa N°	2	Ubicación Política.....	51
Mapa N°	3	Ubicación del Cantón La Joya de los Sachas a nivel nacional y provincial.....	52
Mapa N°	4	Localización del Proyecto.....	111

ÍNDICE DE IMÁGENES

IMAGEN N^a	CONTENIDO	PÁG.
Imagen N ^o 1	Silla Plegable	120
Imagen N ^o 2	Mesas Redondas	121
Imagen N ^o 3	Mesas Rectangulares	121
Imagen N ^o 4	Decoraciones	148
Imagen N ^o 5	Decoraciones con tela	149
Imagen N ^o 6	Arreglos florales	149
Imagen N ^o 7	Alquiler de Sillas	150
Imagen N ^o 8	Arreglos de mesa	150
Imagen N ^o 9	Alquiler de cristalería	151
Imagen N ^o 10	Arreglos con globos	151
Imagen N ^o 11	Organigrama estructural de la empresa	155
Imagen N ^o 12	Logo de la empresa	163

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO	N^a	CONTENIDO	PÁG.
Anexo N ^a	1	Atractivo Turístico Yurak Pacha	181
Anexo N ^a	2	Balneario la Valladolid	184
Anexo N ^a	3	Complejo Turístico Yanayacu	187
Anexo N ^a	4	Parque Central La Joya de los Sachas.....	190
Anexo N ^a	5	Lago San Pedro	193
Anexo N ^a	6	Cascada las Cochas	196
Anexo N ^a	7	Museo Sicame	199
Anexo N ^a	8	Laguna Chamanal	202
Anexo N ^a	9	Cascada las Pirañas	205
Anexo N ^a	10	Balneario el Bosque	208
Anexo N ^a	11	Lago Verde	211
Anexo N ^a	12	Grupo de danza PUMA URKU	214
Anexo N ^a	13	Asociación AMARU YAYA	217
Anexo N ^a	14	Laguna la Democracia	220
Anexo N ^a	15	Balneario la Macareña	223
Anexo N ^a	16	Parque Lineal la Joya de los Sachas	226
Anexo N ^a	17	Formato de encuestas	229
Anexo N ^a	18	Trípticos de Publicidad	232
Anexo N ^a	19	Menús de Opciones	233
Anexo N ^a	20	Formato de para contratación de servicio	239
Anexo N ^a	21	Procesos de servicio	240
Anexo N ^a	22	Imágenes evidenciales de investigación de campo.....	241

a. TÍTULO

PLAN DE NEGOCIOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DEL MÉTODO CANVAS, PARA PROPONER LA CREACIÓN DE LA EMPRESA DE EVENTOS Y BANQUETES “EL ENSUEÑO DE TU VIDA”, EN EL BARRIO AMAZONAS DEL CANTÓN JOYA DE LOS SACHAS.

b. RESUMEN

El trabajo de investigación se lo realizo en el Cantón La Joya de los sachas, viendo la necesidad de los habitantes al no contar con un salón de eventos y banquetes adecuado donde puedan realizar recepciones de diferentes actos sociales, públicos y privados; deben alquilar salones de recepciones inadecuados que no cuentan con la infraestructura, el servicio y la comodidad, necesaria para desarrollar los eventos.

Por esta razón se ha visto la necesidad de crear una empresa de eventos y banquetes “EL ENSUEÑO DE TU VIDA” el mismo que mejorará la forma de realizar los diferentes tipos de eventos.

El proceso de investigación que se utilizó para el proyecto fue el análisis situacional de estudio del área para saber cómo se encuentra y donde se va a realizar el proyecto investigando factores cómo aspectos naturales y culturales, análisis demográfico, diagnóstico económico. Después de analizar la viabilidad del estudio situacional de área se procedió a desarrollar el plan de negocios mediante la Metodología CANVAS obteniendo resultados importantes cómo es el análisis financiero, las fuentes de financiamiento y el cálculo de la inversión total de 178.990,24 USD; la cantidad de ingresos por prestación de servicios es de 1'705.744,47 USD anuales, demostrando que el proyecto es factible. Canales de distribución, la estrategia de productos, los socios claves. Con la información que se obtuvo se procedió a identificar la creación de la empresa como el área de requerimiento, determinación de la ubicación, implementación de quipos y materiales, distribución física del salón (plano). Precautelando la buena atención al cliente.

Palabras claves: Plan de negocios, método CANVAS, eventos y banquetes

ABSTRACT

This was conducted in the Canton of La Joya Sacha, seeing the need for people to not have a ballroom and banquet where they can make proper reception of the different social, public and private events; must rent reception rooms that do not have adequate infrastructure, service and comfort needed to develop the events.

For this reason it has been the need to create a business event and banquets "THE DREAM OF YOUR LIFE" it will improve how to perform different types of events

The research process that was used for the project was the situational analysis study of the area to know how you are and where you will carry out the project investigating factors such as natural and cultural, demographic analysis, economic diagnosis. After analyzing the feasibility of the situational study area we proceeded to develop the business plan by obtaining important results KEDS methodology such as financial analysis, financing sources and calculation of total investment of \$ 178,990.24; the amount of income from services is \$ 1'705.744,47 year, demonstrating that the project is feasible. Distribution channels, product strategy, key partners. With the information obtained we proceeded to identify the creation of the company and the area requirement, location determination, implementation of quipment and materials, physical distribution room (flat). Thereby safeguarding the good customer.

Keywords: Business plan, KEDS method, events and banquets

c. INTRODUCCIÓN

En Ecuador se celebran espectáculos de todo género como son: sociales, culturales, deportivos, y religiosos los cuales generan gran cantidad de ingresos económicos gracias a las oportunidades de empleos directos e indirectos que se crean con el desarrollo de este tipo de eventos lo que se traduce en el mejoramiento económico de la población que se beneficia del movimiento masivo de turistas o espectadores que desean conocer las diferentes culturas y tradiciones de los pueblos.

De igual manera en el cantón La Joya de los sachas se celebran todos los años diversidad de eventos y festividades de trascendental importancia que contribuyen no solo al desarrollo turístico y social de la provincia sino también a la integración de los cantones que la forman, así mismo se convierte en una oportunidad para la creación de pequeñas y medianas empresas que sirvan como organizadores o elementos complementarios de la organización de estos espectáculos.

Conociendo las necesidades del lugar priorizamos el trabajo investigativo cuyo tema es Plan de negocios, mediante la aplicación del método CANVAS, para proponer la creación de la empresa de eventos y banquetes “el ensueño de tu vida”, en el barrio amazonas del cantón joya de los sachas.

Este proyecto surge como una solución a una parte de la comunidad insatisfechas con la calidad de sus eventos y aquellas empresas que no han realizado eventos pero si es importante para estas.

La temática se justifica porque permitirá crear en base a un análisis de factibilidad una empresa de eventos con los requerimientos y necesidades que la ciudadanía demanda, en el cual puedan realizar sus programas de forma cómoda y segura con un servicio de calidad que en la actualidad no existe, además será un motor de desarrollo socioeconómico para el cantón.

Es por ello que se planteó el siguiente objetivo general:

- Diseñar el plan de negocios, mediante la aplicación del método de CANVAS, para proponer la creación de la empresa de eventos y banquetes “el ensueño de tu vida”, en el barrio Amazonas del cantón Joya de los Sachas.

Como objetivos específicos:

- Determinar el diagnóstico situacional del área de estudio
- Establecer el plan de negocios, mediante la metodología de CANVAS
- Identificar la creación de la empresa de eventos y banquetes “el ensueño de tu vida”, en el barrio Amazonas.

Se utilizó diferentes métodos como: científico, inductivo, descriptivo y analítico los mismos que permitieron recopilar y analizar datos fundamentales para el cumplimiento de los objetivos planteados, las técnicas utilizadas fueron la observación, y encuesta aplicadas durante la investigación.

En base a las encuestas que fueron aplicadas con una muestra significativa de 118 habitantes, se determinó que no existe un local que cumpla con las necesidades y expectativas con la ciudadanía al momento de realizar eventos a pesar de la demanda existente, por lo cual las personas se ven obligadas a utilizar casas, colegios o escuelas arreglados de forma improvisada y que no brindan la seguridad necesaria para el desarrollo de espectáculos, lo que causa incomodidad e insatisfacción en los asistentes, de igual manera el alquiler de mantelería, cubertería se realiza en ciudades que están a dos horas de distancia del cantón lo que representa gastos adicionales por motivo del transporte y pérdida de tiempo.

Los resultados tanto cuantitativos como cualitativos son presentados en gráficos estadísticos permitiendo que la interpretación de los datos sea precisos y que presenten coherencia lógica capaz de lograr seriedad en el manejo de los resultados encontrados.

Se hace constar las conclusiones y recomendaciones del trabajo investigativo, que se deducen de las interpretaciones y análisis sobre la base de datos obtenidos durante el avance del presente plan de negocios.

La falta de información para elaborar el trabajo investigativo fue una de las principales limitantes, ya que el cantón no cuenta con un inventario que identifique las empresas dedicadas a realizar eventos, además no existen registros oficiales que brinden información acerca del progreso de esta actividad, la distancia en que se encuentran ubicados la competencia constituyo un problema para desarrollar la entrevista, de igual forma la encuesta se vio afectada por la falta de colaboración de los habitantes del cantón.

d. REVISIÓN DE LITERATURA

4.1. Plan de Negocios

Para los emprendedores son necesarias algunas herramientas y la mejor forma es un Plan de Negocios, pues éste nos dará un pronóstico lo más acertado posible sobre la viabilidad y rentabilidad del nuevo proyecto.

Un plan de negocios es la forma de fijar los objetivos de una empresa o un negocio y establecer un camino para cumplirlos, tomando en cuenta cada una de sus áreas esenciales: (administración, finanzas, mercadotecnia, operaciones, etc.) para que de una manera sinérgica, éstas áreas interactúen entre sí y alcancen el máximo de resultados con el mínimo de recursos. (Castañeda Martinez, 2005)

Un plan de negocios consiste en diseñar una serie de actividades relacionadas entre sí para el comienzo o desarrollo de una nueva empresa o proyecto. El plan de negocios identifica, describe y analiza la idea de negocio, a su vez verifica la viabilidad comercial, técnica, económica y financiera.

Un plan de negocios debe desarrollar tres conceptos principales:

1. La **definición** del negocio
2. El **entorno** (que incluye el análisis del mercado, la competencia y condiciones generales del contexto).
3. Los **factores financieros** (que implica la financiación, el retorno de la inversión del negocio entre otras variables). (Muñiz, 2010)

4.1.1 Características del plan de negocios

1. Prioriza los factores claves de éxito del negocio.
2. Responde las posibles preguntas de los inversionistas.
3. Es nítido, no deja ideas en el aire y utiliza términos precisos.
4. Es breve, usualmente no sobrepasa las 30 páginas.

Claro: Un buen plan de negocios intenta capturar la atención de los inversionistas potenciales. Es por ello que los mismos deben ser comprensibles, concretos, de fácil lectura, especificando los objetivos concretos y medibles del proyecto, evitando ante todo proyecciones pocos realistas.

Estructurado: Debe tener una estructura simple y clara que permita ser seguido fácilmente.

Comprensible: Debe estar escrito con claridad, con vocabulario preciso y evitando lenguajes y conceptos muy técnicos. Las cifras y tablas deben ser simples y de fácil comprensión.

Informativos: Por ser una herramienta clave y fundamental para obtener financiamiento, debe contener datos necesarios que permitan tener una imagen clara del proyecto señalando los factores claves que harán factible el mismo y a su vez especificando claramente los riesgos junto a los supuestos de los que parte el plan de negocios.

Cómodo: Debe ser fácil de leer.

En cuenta las características señaladas anteriormente al momento de redactar el plan de negocios le permitirá al emprendedor obtener diversos beneficios ya que será considerado como un documento fiable por parte de los posibles inversionistas. (Cyr, 2009)

4.1.2 Importancia de un plan de negocios

Elaborar adecuadamente un plan de negocios, permitirá al empresario conocer y entender adecuadamente las reglas del mercado, al realizar un análisis a conciencia de la industria donde competirá su empresa.

Su elaboración servirá al empresario para criticar y clarificar sus propias ideas, le permitirá prevenir errores poco evidentes, le ayudará a identificar los

principales puntos críticos para alcanzar el éxito y a medir el potencial de negocio real.

Desarrollar un buen plan de negocio permitirá al empresario mostrar con mayor claridad el funcionamiento y desempeño de la empresa, al buscar financiamiento con un socio o con una institución financiera. Es importante mencionar, que actualmente un Plan de Negocios bien elaborado es “requisito fundamental”, solicitado por los bancos o inversionistas privados, para evaluar la posibilidad de financiar una nueva empresa.

Estos elementos surge de la necesidad conceptual, metodológica y de gestión, de introducir un instrumento que permite concretar las estrategias en términos técnicos, económicos, tecnológicos y financieros, tanto a corto y como mediano plazo haciendo una descripción detallada de los servicios y productos que se ofrecen, las oportunidades de mercados que poseen y cómo está dotado de recursos tangibles e intangibles, que le permiten determinada competitividad y diferenciación entre otros competidores y aliados (Emprende.unir.net)

- Clarificar la idea del negocio y enfocar los esfuerzos en las actividades importantes.
- Realizar una comparación entre los diferentes competidores, para definir una estrategia viable.
- Hacer proyecciones de ingresos y gastos lo más cercanas a la realidad.
- Convertir la idea del negocio en una realidad.
- Resumen ejecutivo.

Los beneficios más significativos que aporta un plan de negocios al emprendedor son los nombrados a continuación: (Bollero, 2005).

- Determina cuales son las oportunidades de negocio más prometedoras.
- Permite determinar con mayor precisión los mercados de interés.
- Señala como participar activamente en esos mercados.

- Objetivos, programas, estrategias, y planes a seguir que permiten aportar las bases para decidir el tipo de productos o servicios que se deben ofrecer a los clientes.
- Controlar mejor el desarrollo futuro de la propuesta de negocio.
- Establece una base firme para planificar todas las actividades.
- Estimula el uso racional de los recursos.
- Facilita el control y medición de los resultados.
- Crea conciencia de los obstáculos que se deben superar.
- Determina cuáles son las áreas más importantes que se deben controlar.
- Crea el marco general financiero de la empresa.
- Convince a familiares e inversionista de que la idea es viable.

4.1.3 Propósito del plan de negocios

El objetivo principal de un plan de negocios es facilitar la interpretación de las distintas circunstancias donde se van a desarrollar las actividades de la empresa. Teniendo en cuenta la complejidad y dinámica de los mercados actuales, ninguna empresa puede crecer y competir sin tener en cuenta las variables que intervienen y realizar un análisis integral para verificar si el emprendimiento es o no factible. (Fich, 2006).

4.1.4 Método CANVAS

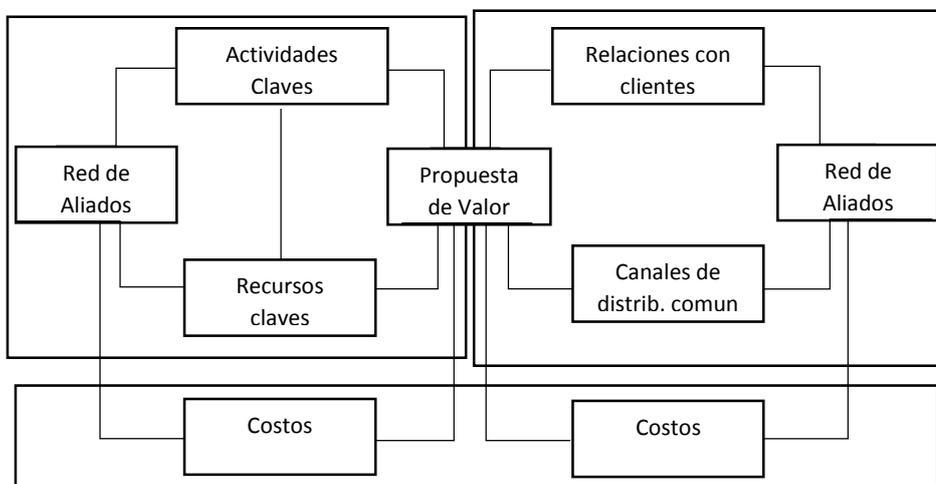
Para este artículo se tomará la definición de Osterwalder en su disertación doctoral. Un modelo de negocio es una herramienta conceptual que, mediante un conjunto de elementos y sus relaciones, permite expresar la lógica mediante la cual una compañía intenta ganar dinero generando y ofreciendo valor a uno o varios segmentos de clientes, la arquitectura de la firma, su red de aliados para crear, mercadear y entregar este valor, y el capital relacional para generar fuentes de ingresos rentables y sostenibles.

4.1.5 Ontología de modelos de negocio propuesta por Osterwalder

Osterwalder definió una ontología consistente en una estructura de nueve bloques temáticos, que agrupan las principales variables de un negocio (ver figura 1). Tomando como referencia esta figura, el bloque temático del centro representa el conjunto de la oferta de valor que se dirige a uno o varios segmentos de mercado a través de unos canales y con una forma específica de relacionamiento con los respectivos clientes; los tres asuntos anteriores están representados por los bloques de la derecha. (OSTERWALDER, 2011, pág. 44)

Los bloques temáticos de la parte izquierda representan los recursos, actividades y terceros que actúan como aliados, necesarios para producir y mantener la oferta de valor. Los bloques inferiores representan el reflejo de ingresos y costos del conjunto anterior. En el siguiente numeral se describe en mayor detalle cada uno de los nueve bloques.

Cuadro N° 1 Método CANVAS



Fuente: (OSTERWALDER, 2011, pág. 44)

Elaborado por: La Autor

4.1.6 Los bloques en detalles

a) Segmentos de clientes

En este módulo se definen los diferentes grupos de personas o entidades a los que se dirige una empresa.

Un modelo de negocio puede definir uno o varios segmentos de mercado, ya sean grandes o pequeños. Las empresas deben seleccionar, con una decisión fundamentada, los segmentos a los que se van a dirigir y, al mismo tiempo, los que no tendrán en cuenta. Una vez que se ha tomado esta decisión, ya se puede diseñar un modelo de negocio basado en un conocimiento exhaustivo de las necesidades específicas del cliente objetivo.

Los grupos de clientes pertenecen a segmentos diferentes si:

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

La segmentación de mercado responde a la pregunta ¿cuáles son nuestros Clientes más importantes? Existen diferentes tipos de segmentos:

- **MERCADO DE MASAS:** los modelos de negocio que se centran en el público en general no distinguen segmentos de mercado.
- **MERCADO SEGMENTADO:** segmentos de mercado con necesidades y problemas ligeramente diferentes.
- **NICHO DE MERCADO:** atienden segmentos específicos y especializados. Estos modelos de negocio son frecuentes en la relación proveedor-cliente.
- **MERCADO DIVERSIFICADO:** atiende a dos segmentos de mercado que no están relacionados y que presentan necesidades y problemas muy diferentes.
- **MERCADOS MULTILATERALES:** algunas empresas se dirigen a dos o más segmentos de mercado independientes.

b) Propuesta de valor

En este módulo se describe el conjunto de productos y servicios que crean valor para un segmento de mercado específico.

La propuesta de valor es el factor que hace que un cliente se decante por una u otra empresa; En este sentido constituye una serie de ventajas que una empresa ofrece a los clientes.

La propuesta de valor responde a las preguntas ¿qué necesidades de los clientes satisfacemos? ¿Qué paquete de productos o servicios ofrecemos a nuestros clientes?

- **NOVEDAD:** satisfacer necesidades hasta entonces inexistentes o que los clientes no percibían. Por lo general, aunque no siempre, este tipo de valor está relacionado con la tecnología.
- **MEJORA DEL RENDIMIENTO DE UN PRODUCTO**
- **PERSONALIZACION:** la adaptación de los productos y servicios a necesidades específicas de los diferentes segmentos o clientes.
- **DISEÑO:** destacar un producto por la alta calidad de su diseño.
- **MARCA/SATATUS**
- **PRECIO:** Ofrecer un valor similar a un precio inferior es una práctica común para satisfacer las necesidades de los segmentos del mercado que se rigen por bajo precio, no obstante tienen implicaciones importantes para los demás aspectos de un modelo de negocio.
- **REDUCCION DE COSTOS**
- **REDUCCION DE RIESGOS:** proporcionar seguridad en el uso.
- **ACCESIBILIDAD:** También se puede crear valor poniendo productos y servicios a disposición de clientes que antes no tenían acceso a ellos.
- **COMODIDAD:** Facilitar las cosas, hacerlas más prácticas, también puede ser una fuente de valor.

c) Canales de distribución y comunicación

En este módulo se explica el modo en que una empresa se comunica con los diferentes segmentos de mercado para llegar a ellos y proporcionarles una propuesta de valor.

Los canales de comunicación, distribución y venta establecen el contacto entre la empresa y los clientes. Los canales tienen, entre otras, las funciones siguientes:

- Dar a conocer a los clientes los productos y servicios de una empresa;
- Permitir que los clientes compren productos y servicios específicos;
- Proporcionar a los clientes una propuesta de valor;
- Ofrecer a los clientes un servicio de atención posventa;
- Ayudar a los clientes a evaluar la propuesta de valor de una empresa.

Cuando analizamos los canales de distribución nos preguntamos ¿Cómo establecemos actualmente el contacto con nuestros clientes? ¿Qué canales utilizamos? ¿Cuáles son los más rentables.

d) Relaciones con los clientes

En este módulo se describen los diferentes tipos de relaciones que establece una empresa con determinados segmentos de mercado.

La relación puede ser personal o automatizada; pueden estar basadas en los fundamentos siguientes:

- Captación de clientes.
- Fidelización de clientes.
- Estimulación de las ventas (venta sugestiva).
- El tipo de relación que exige el modelo de negocio repercute en gran medida
- En la experiencia global del cliente.

Cuando analizamos las relaciones nos preguntamos ¿Qué tipo de relación esperan los diferentes segmentos de mercado? ¿Qué tipo de relaciones hemos establecido? ¿Cuál es su coste? ¿Cómo se integran en nuestro modelo de negocio?

Algunas categorías de relaciones son:

- **ASISTENCIA PERSONAL:** Esta relación se basa en la interacción humana directa.
- **ASISTENCIA PERSONAL EXCLUSIVA:** Se trata de la relación más íntima y profunda con el cliente y suele prolongarse durante un largo período tiempo.
- **AUTOSERVICIO:** la empresa se limita a proporcionar todos los medios necesarios para que los clientes puedan servirse ellos mismos.
- **SERVICIOS AUTOMATICOS:** Los mejores servicios automáticos pueden simular una relación personal (por ejemplo, recomendando un libro o una película).
- **COMUNIDADES:** Cada vez es más frecuente que las empresas utilicen las comunidades de usuarios para profundizar en la relación con sus clientes, o posibles clientes, y facilitar el contacto entre miembros de la comunidad.
- **CREACION COLECTIVA:** Son muchas las empresas que recurren a la colaboración de los clientes para crear valor y les piden que creen contenido para el consumo público.

e) Fuentes de ingresos:

Se refiere al flujo de caja que genera una empresa en los diferentes segmentos de mercado.

Las empresas deben preguntarse lo siguiente: ¿Qué valor está dispuesto a pagar cada segmento de mercado? Si responde correctamente a esta pregunta, la empresa podrá crear una o varias fuentes de ingresos en cada segmento de mercado.

Un modelo de negocio puede implicar dos tipos diferentes de fuentes de ingresos:

1. Ingresos por transacciones derivados de pagos puntuales de clientes.
2. Ingresos recurrentes derivados de pagos periódicos realizados a cambio del suministro de una propuesta de valor o del servicio posventa de atención al cliente.

Nos preguntamos: ¿Qué valor están dispuestos a pagar nuestros clientes? ¿Por qué pagan actualmente? ¿Cómo pagan actualmente? ¿Cómo les gustaría pagar?

Existen varias formas de generar fuentes de ingresos, y cada una tiene un mecanismo de fijación de precios diferentes:

- **VENTA DE ACTIVOS:** venta de los derechos de propiedad sobre un producto físico.
- **CUOTA POR USO:** se basa en el uso de un servicio determinado; cuanto más usa el servicio el cliente, mas paga por su uso.
- **CUOTA DE SUSCRIPCION:** el acceso ininterrumpido a un servicio genera este tipo de fuente de ingresos. Como en los gimnasios por ejemplo.
- **PRESTAMO/ALQUILER/LEASING:** Surge de la concesión temporal, a cambio de una tarifa, de un derecho para utilizar un activo durante un período de tiempo establecido.
- **CONCESIÓN DE LICENCIAS:** La concesión de permiso para utilizar una propiedad intelectual a cambio del pago de una licencia también representa una fuente de ingresos.
- **GASTOS DE CORRETAJE:** Los gastos de corretaje se derivan de los servicios de intermediación realizados en nombre de dos o más partes.
- **PUBLICIDAD:** Esta fuente de ingresos es el resultado de las cuotas por publicidad de un producto, servicio o marca determinado.

f) Recursos clave

En este módulo se describen los activos más importantes para que un modelo de negocio funcione.

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

La empresa puede tenerlos en propiedad, alquilarlos u obtenerlos de sus socios clave.

Los recursos se clasifican en:

- **FISICOS:** instalaciones de fabricación, edificios, vehículos, máquinas, sistemas, puntos de venta y redes de distribución.
- **ECONOMICOS:** como dinero en efectivo, líneas de crédito o una cartera de opciones sobre acciones, para contratar a empleados clave.
- **INTELECTUALES:** como marcas, información privada, patentes, derechos de autor, asociaciones y bases de datos de clientes, son elementos cada vez más importantes en un modelo de negocio sólido. Los recursos intelectuales son difíciles de desarrollar, pero cuando se consiguen pueden ofrecer un valor considerable. El recurso clave más importante para los negocios como empresas de bienes de consumo (como Nike y Sony), es el nombre de marca.
- **HUMANOS:** Todas las empresas necesitan recursos humanos, aunque en algunos modelos de negocio personas son más importantes que en otros.

g) Actividades claves

Se describen las acciones más importantes que debe emprender una empresa para que su modelo de negocio funcione y tenga éxito.

Estas actividades, al igual que los recursos clave, son necesarias para crear y ofrecer una propuesta de valor, llegar a los mercados, establecer relaciones con clientes y percibir ingresos; También varían en función del modelo de negocio.

Las categorías de actividades claves son:

- **PRODUCCIÓN:** Estas actividades están relacionadas con el diseño, la fabricación y la entrega de un producto en cantidades o con una calidad superior.
- **RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS:** Este tipo de actividades implica la búsqueda de soluciones nuevas a los problemas individuales de cada cliente.

Estos modelos de negocios clave exigen actividades como la gestión de la información plataformas, la prestación de servicios y la promoción y la formación continua.

- **PLATAFORMAS/RED:** Los modelos de negocio diseñados con una plataforma como recurso clave, están subordinados a las actividades relacionadas con la plataforma o la red. Entre las actividades clave de esta categoría se encuentran la gestión de plataformas, la prestación de servicios y la promoción de la plataforma

h) Socios claves

En este módulo se describe la red de proveedores y socios que contribuyen al funcionamiento de un modelo de negocio.

Las empresas crean alianzas para optimizar sus modelos de negocio, reducir riesgos o adquirir recursos. Podemos hablar de cuatro tipos de asociaciones:

1. Alianzas estratégicas entre empresas no competidoras.
2. Competición: asociaciones estratégicas entre empresas competidoras.
3. Joint venture⁴: para crear nuevos negocios
4. Relaciones cliente-proveedor para garantizar la fiabilidad de los suministros.

Es la hora de preguntarnos ¿Quiénes son nuestros socios clave? ¿Quiénes son nuestros proveedores clave? ¿Qué recursos clave adquirimos de nuestros socios? ¿Qué actividades clave realizan los socios?

Las motivaciones que llevan a las empresas a realizar asociaciones son:

- a. optimizar la asignación de recursos y economías de escala;
- b. la compra de determinados recursos y actividades;
- c. la reducción de riesgos e incertidumbre.

i) Estructura de costos

En este último módulo se describen todos los costos que implica la puesta en marcha de un modelo de negocio.

Tanto la creación y la entrega de valor, como el mantenimiento de las relaciones con los clientes o la generación de ingresos, tienen un coste. Estos costos son relativamente fáciles de calcular una vez que se han definido los recursos clave, las actividades clave y las asociaciones clave.

Debemos hacernos preguntas como ¿Cuáles son los costes más importantes inherentes a nuestro modelo de negocio? ¿Cuáles son los recursos clave más caros? ¿Cuáles son las actividades clave más caras? Y obviamente, los costos deben minimizarse en todos los modelos de negocio.

Las estructuras de bajo costo pueden resultar más importantes en algunos modelos de negocios que en otros, por lo cual se divide en dos grandes ramas:

1. **SEGÚN COSTOS:** El objetivo es recortar gastos en donde sea posible. Este enfoque pretende crear y mantener una estructura de costos lo más reducida posible, con propuestas de valor de bajo precio, el máximo uso posible de sistemas automáticos y un elevado grado de externalización.
2. **SEGÚN VALOR:** prefieren centrar su atención en la creación de valor. Normalmente las propuestas de valor Premium y los servicios personalizados son rasgos característicos de los modelos de negocios basados en el valor. Por ejemplo los hoteles de lujo.

Las características de las estructuras de costos son:

- **COSTOS FIJOS:** no varía en función del volumen de bienes o servicios producidos.
- **COSTOS VARIABLES:** varía en proporción directa al volumen de bienes o servicios producidos.

- **ECONOMÍAS DE ESCALA:** Este término se refiere a las ventajas de costos que obtiene una empresa a medida que crece su producción.
- **ECONOMÍAS DE CAMPO:** Este término se refiere a las ventajas de costos que obtiene una empresa a medida que amplía su ámbito de actuación.

(GORDILLO HERNANDEZ, 11/03/2014)

4.2 Eventos

El término evento proviene del latín *eventus* y, según el diccionario de la Real Academia, tiene tres acepciones. La primera definición establece que el evento es un suceso de importancia que se encuentra programado. Dicho acontecimiento puede ser social, comercial, deportivo, entre otros. Esta sería la definición que encajaría con el trabajo que estamos desarrollando. (Real Academia Española, 2012)

Otra definición de evento, hace referencia a algo imprevisto o que puede acaecer aunque no exista seguridad al respecto. Una eventualidad es algo que escapa los límites de lo planificado; en la primera definición, un evento debe ser programado con antelación.

Un tercer concepto y que podría englobar los dos anteriores: un evento es una cosa que sucede. Desde esta perspectiva, el evento puede ser planificado o desarrollarse de manera imprevista.

4.2.1 Objetivos

Cuando se realiza la celebración de un evento, sea del tipo que sea, hay que tener en cuenta los objetivos que se quieren alcanzar y la naturaleza del evento. Porque en función de los objetivos, las pautas a seguir en la organización del mismo pueden ser muy diferentes.

Para los organizadores del evento los objetivos pueden ser muy variados. El económico sería uno de los más importantes, también es relevante que el evento

cumpla las expectativas que perseguía, que los clientes o participantes salgan satisfechos.

En el caso de un enlace matrimonial los objetivos que se persiguen es compartir y agasajar a los invitados al evento en un día especial para los novios y para ello realizan un banquete que es el acto de mayor relevancia dentro del mercado de reuniones sociales, que es claramente la naturaleza de este evento.

4.2.2 Tipos de eventos

No existe una clasificación claramente definida, ya que no existe una tipología universal, porque dependiendo de los países y las sociedades costumbristas, esta puede tener connotaciones diferentes.

Atendiendo a su carácter, organización y objetivos, los eventos se pueden clasificar en los siguientes tipos:

- **ASAMBLEAS:** Son reuniones periódicas en las que el Consejo de Administración convoca a sus accionistas o socios con el fin de darles una información.
- **CURSOS, SIMPOSIOS, SEMINARIOS Y CONFERENCIAS:** El carácter es totalmente formativo. Son organizados generalmente por universidades, asociaciones, colectivos profesionales, etc.
- **CONGRESOS:** Son reuniones a gran escala, que están dirigidas a un sector determinado con el fin de divulgar ideas y diseñar objetivos.
- **CONVENCIONES:** Son reuniones convocadas por las empresas u organizaciones, cuyo fin es informar y motivar. La participación es normalmente restringida a personas que tengan conocimiento sobre el tema a tratar en la convención.

- **FERIAS Y EXPOSICIONES:** Su objetivo sería facilitar un intercambio de negocio dentro de un mismo mercado a mayoristas y minoristas.
- **INCENTIVOS:** Es la manera de premiar y motivar a futuro que tienen las empresas para que sus empleados cumplan o sobrepasen unos objetivos previamente establecidos.
- **OTROS:** En la sociedad en la que nos movemos, existen una serie de manifestaciones que gracias a su participación masiva, pueden necesitar para su desarrollo los servicios de empresas especializadas, como por ejemplo: Conciertos, festivales de música, de teatro, exposiciones artísticas, competiciones deportivas, enlaces matrimoniales, celebraciones locales, etc. Aquí la organización y los objetivos varían dependiendo del acto que se esté llevando a cabo.

Atendiendo a su naturaleza, podemos diferenciar las siguientes tipologías:

- **INTERNACIONALES:** Aquellos que sean originados por alguna Institución Internacional ya sea de carácter regional o mundial.
- **NACIONALES CON PARTICIPACIÓN INTERNACIONAL:** En este caso se trata de congresos, generalmente, su carácter permite tener una participación extranjera.
- **NACIONALES:** El origen, su organización y su presentación es puramente nacional, aunque puede o no tener invitados extranjeros.

Atendiendo a la temática, podemos separarlos en:

- **EMPRESARIALES:** Aquellos que son organizados con un carácter comercial.
- **SOCIALES:** El principal objetivo es que la gente invitada se relacione entre sí, y tiene por finalidad la celebración de algún acontecimiento.

- **DEPORTIVOS:** Son actividades que se realizan de manera esporádica y que tienen unas repercusiones positivas en el lugar donde se organizan: Turística, de Infraestructuras, Económicas, Sociales, Deportivas, Políticas, etc.

4.2.3 Funciones del organizador de eventos

El organizador de eventos debe ser una persona capacitada, de acuerdo a las actividades que desarrollan en el perfil profesional, para planificar eventos; organizar y gestionar las actividades dentro del evento; además deberá controlar y coordinar la cronología del evento, así como vender y promocionar actividades. Las funciones que tiene que desarrollar cualquier profesional son las siguientes:

- **Captación de clientes.-** Consiste en la captación de clientes potenciales para que realicen o participen en el evento a realizar; segmentar el mercado; realizar acciones para conseguir clientes reales.
- **Planificar y diseñar eventos:** Consiste en la identificación de los objetivos del mismo; realizar un presupuesto; confeccionar la cronología del evento.
- **Organizar y gestionar eventos:** Esta función consiste en la capacidad del organizador para disponer de todos los recursos humanos, económicos y técnicos del evento; revisar y dar una orden a cada actividad del evento en el cronograma del mismo; tiene que ser el que dirija y organice los servicios a contratar y/o contratados y el cliente solicitante del evento.
- **Controlar y coordinar el cronograma del evento:** El organizador de eventos, en esta función debe estar capacitado para supervisar, guiar y dirigir los recursos económicos, materiales, técnicos y humanos del evento; evaluar el resultado final del evento realizado, a fin de comprobar su eficaz desarrollo.

Respecto a las capacidades profesionales que debe tener cualquier organizador de eventos y desempeños que deberá realizar, se puede señalar los principales:

- El profesional deberá aplicar técnicas de organización de eventos, relaciones públicas, ceremonial y protocolo.
- Tendrá que establecer relaciones sociales de liderazgo, cooperación, coordinación e intercambio en el propio equipo de trabajo y con otras áreas del establecimiento.
- Deberá comprender, interpretar, crear y transmitir presupuestos, documentación e información oral y escrita con los clientes, proveedores y/o personal del evento.
- Identificar y aplicar formas de comunicación y atención al cliente con empatía y cortesía. Aplicar técnicas de marketing, ventas y promoción negociación con proveedores y clientes. (Arroyo Gómez & Morrucco Gómez, 2013)

4.2.4 Importancia de realizar un evento

“Un evento bien logrado, puede significar un gran negocio, un día inolvidable o un momento que posiblemente pase a la historia” (Gherardi)

Los eventos son una de las herramientas más utilizadas por los departamentos de marketing, comunicación y recursos humanos para llevar a cabo acciones de alto impacto sobre públicos objetivos muy concretos. Prácticamente todas las empresas y asociaciones organizan algún evento a lo largo del año (asistencia a la feria del sector, celebración de empresa, sesión de formación, lanzamiento de producto, reunión de fin de año, etc.). En esas circunstancias el profesional encargado de organizarlo se encuentra ante la compleja tarea de tener que conjugar originalidad en la concepción del evento, rapidez y eficacia en la organización, metódica coordinación en la ejecución del mismo y, para completar, un estricto control presupuestario.

Un evento es un momento de máxima exposición donde el ente organizador se presenta ante sus públicos de manera directa. Allí todo será vivenciado y evaluado desde la propia experiencia, por lo que es necesario planificar cada uno

de los detalles y ser absolutamente rigurosos en ellos. Nada debe quedar librado al azar porque esta actividad comunicacional tiene un mínimo margen de error y una “distribución instantánea”, ya que todas las acciones se concentran en un solo momento y son evaluadas por sus destinatarios inmediatamente.

4.2.5 Claves para alcanzar el éxito de un evento

En principio es necesario armar un cronograma básico de actividades, hay pasos que no se pueden omitir ni postergar, pero también es necesario ser lo suficientemente flexible en el manejo de los imponderables que irán surgiendo a lo largo de toda la organización.

La realización de cualquier evento conlleva 3 etapas básicas: el diseño y organización, la coordinación de las actividades in situ y el seguimiento y evaluación de los resultados. Veremos ahora un breve detalle de las tareas involucradas en cada etapa. (Arroyo Gómez & Morrucco Gómez, 2013)

a. Diseño y Organización

- **Objetivo y públicos del evento.-** Es importante que, como en todo producto comunicacional, nos hagamos las siguientes preguntas y las contestemos claramente:
 - ¿Para qué se hace este evento?
 - ¿A quiénes va dirigido?
 - ¿Qué quiero comunicarle a cada uno de esos públicos?
 - ¿Vale la pena la inversión de recursos humanos, tiempo y dinero?
 - ¿Es la mejor manera de alcanzar lo que la organización está buscando?
- **Definición del tipo de evento a organizar.-** Si es necesario depende del tipo de acontecimiento elegido, necesitaremos seleccionar un nombre y definir claramente la identidad particular del evento excediendo a la del organizador.
- **Fecha, hora y lugar.-** Es importante chequear todas las agendas y calendarios necesarios para identificar si no existe otro evento al que estén

invitados los mismos públicos o un acontecimiento que revista demasiada relevancia a nivel general y “desluzca” nuestro esfuerzo. Lógicamente, el criterio para elegir la fecha y hora debe considerar, por un lado, la comodidad y posibilidades del público que invitaremos y por el otro, el objetivo que nos planteamos para el evento –si, por ejemplo, en ese acontecimiento queremos que un grupo de 50 invitados se conozcan y establezcan vínculos entre sí, no sería apropiado pensar en un evento de 1.30hs. de duración ya que resultaría demasiado breve para posibilitar esos vínculos.

- **Cronograma de actividades.-** Tendremos que armar un cronograma básico con todas las actividades que se realizarán en el evento para poder comenzar a viabilizar. Para estructurarlo es necesario que tengamos siempre presente el objetivo del evento, los públicos a los que va dirigido y todas las demás decisiones que se hayan tomado con anterioridad (las posibilidades que nos del espacio, la cantidad de horas o días que durará el evento, etc.)

b. Coordinación de las actividades In Situ

Lo primero que debemos realizar ese día antes de que comiencen a llegar los invitados (por lo menos dos horas antes si el evento es de cierta magnitud, como para tener un mínimo margen de tiempo para resolver algo en caso de que sea necesario), es chequear que todo esté en orden y realizar los últimos controles, equipo de sonido, unidad de frío / calor, vestimenta del personal, lapiceras en la zona de acreditación, mesas y sillas donde corresponde.

También es una buena idea conversar por última vez con el personal de apoyo y con los miembros, para dar las últimas directivas, consejos y ánimos.

- **Acreditaciones.** Al principio del día deberíamos controlar que todo en la zona de acreditaciones funcione como corresponde que se reciba bien a los invitados, que el trámite sea rápido, que se entreguen en condiciones las credenciales, que funcionen todas las computadoras, etc.- para poder hacer los ajustes necesarios lo antes posible. Es una buena idea designar a alguien

con capacidad de decisión para que se encargue del funcionamiento de cada zona y resuelva los pequeños inconvenientes, por ejemplo, una persona que haya hecho la pre acreditación y ese día no se encuentre, por lo que debería hacer la de nuevo...uno. Pequeñas decisiones también hacen a grandes resultados.

- **Apertura.** La apertura del evento es uno de los momentos más formales de toda la organización. Aquí se tienen que cumplir ciertas normas protocolares y formalidades para inaugurar las actividades que se desarrollarán a continuación (nuevamente es recomendable consultar libros de Ceremonial y Protocolo o asesorarse con un experto para saber cómo organizar esto correctamente, sobre todo si el acto es formal o involucra asistentes de varias culturas). En las aperturas de eventos a veces se cortan cintas, otras simplemente se da la bienvenida a los invitados o se anuncian todas las autoridades presentes y dicen algunas palabras las más relevantes, etc. En síntesis, se hace una apertura oficial y se da comienzo a las actividades. Como en todos los ítems que vamos viendo, los detalles y características más particulares se configurarán según el tipo de evento a realizar y según sus características propias.
- **Control de las actividades / coordinación de los proveedores / atención de los invitados especiales.** Es muy importante que no se desatiendan estos tres ejes. El correcto desarrollo de las actividades es esencial para que el evento evolucione favorablemente. Por ello resulta muy importante que haya un responsable de coordinar los horarios y avisar o recordar a quien corresponda que debe comenzar tal o cual actividad.

c. **Seguimiento y evaluación de los resultados**

Esta parte del trabajo es bastante más tranquila que las anteriores, pero de todos modos, sigue siendo parte del evento y es necesario terminarla como corresponde. Básicamente las tareas a realizar son las siguientes: (Arroyo Gómez & Morruco Gómez, 2013)

- **Agradecimientos.-** A todos aquellos que colaboraron, asistieron y trabajaron en el evento. Es muy importante que expresemos nuestro agradecimiento, no sólo porque son personas y se esforzaron en que todo salga adelante, sino también porque en el futuro podremos necesitar de los mismos proveedores, colaboradores para otro trabajo o porque se realizará otra edición de mismo acontecimiento. Naturalmente, si se llegaran, por ejemplo, a producir tarjetones de agradecimiento o algo similar, la identidad deberá seguir siendo coherente con la aplicada para todos los demás productos del evento.
- **Devoluciones.-** Muchas veces en los eventos se realizan canjes: publicidad por muebles u otros elementos necesarios. Con todos los préstamos hay que tomar una actitud responsable y devolver inmediatamente las cosas en perfectas condiciones o mencionar el daño causado en el elemento prestado y afrontar los costos del mismo. Seguimos bogando por una misma idea: la imagen de una organización se construye en base a todos los detalles.
- **Evaluación de los resultados.-** ¡Fundamental! No sólo para saber cómo resultó lo hecho y poder mejorar o aumentar la apuesta, sino porque probablemente mucha gente pregunte acerca de la cantidad de asistentes, la cantidad total y por stand de consultas o ventas (esto es común en las exposiciones), etc. Saber cuánta gente se acercó al evento, la proporción de invitados/asistentes o per acreditados, asistentes, el impacto y recepción del acontecimiento en los medios de comunicación, la opinión del director y todos los miembros de la organización, etc. son todos datos fundamentales para el trabajo. Se puede realizar también un estudio de impacto en el público objetivo de la organización, sobre todo si existían estudios previos. Además, si piensa repetir el evento, los posibles socios, auspiciantes y/o expositores le requerirán esa información durante las negociaciones previas a la próxima edición.
- **Armado de la base de datos.-** Si se realizó una acreditación o algún tipo de instancia en la que los asistentes debían dejar sus datos es imprescindible que, una vez finalizado el evento, se confeccione la base de datos. Además

de los comunicadores, otras áreas o miembros de la organización pueden utilizarla y sacarle provecho. Si tiene un sistema informático para esto, la base de datos puede estar disponible en pocos segundos. Lo que puede demorarse es la grabación de los CD y/o la distribución.

- **Producciones finales.-** Generalmente si el evento es de gran magnitud se realizarán varias producciones como revistas con lo acontecido allí, sitio web (en caso de que no existiera con anterioridad), memorias (producciones gráficas o audiovisuales con todo lo acontecido en el evento, así como las que se realizan siempre en los acontecimientos científicos para dejar sentadas las exposiciones), vídeos o CD Rooms interactivos para repartir a todos los asistentes o para invitar a los ausentes a participar el próximo año, etc.

4.2.6 Banquetes

Se denomina banquetes a los servicios de comidas que se ofrece a un número más o menos alto de clientes, generalmente con motivo de la celebración de un evento como puede ser una boda, entrega de premios, comida de empresa etc. cuyo menú ha sido previamente concertado.

A diferencia de un servicio normal de restaurante, este tipo de servicios cuenta con las ventajas de conocer:

- Todos los clientes llegan juntos o en un reducido corto plazo
- Sabemos el día la hora y el lugar de celebración con anterioridad
- Conocemos la oferta gastronómica de la que se compone el menú

Por estos motivos es posible organizar perfectamente el desarrollo del servicio en cuanto a:

- Personal necesario, tanto en cocina como en sala para realizar las operaciones pre- servicio y post- servicio.

- Materias primas, realizar las compras necesarias y las pre elaboraciones culinarias que se pueden ir adelantando.
- Material y salones prever la dotación de todo el material necesario y prepara el montaje.

a. Importancia

Un banquete es una comida espléndida a la que concurren muchas personas para celebrar algún acontecimiento especial. Dado el gran incremento que debido a la vida moderna y el progreso que ha tomado el turismo, la extensión de contactos internacionales y de ámbito nacional, por la facilidad que representa el viajar de un lado del mundo a otro, han traído como consecuencia el poder celebrar en los Hoteles y en los centros de convenciones un sin número de congresos, conferencias y reuniones de negocios; encaminadas a fomentar los contactos culturales y comerciales.

b. Tipos de banquetes

Existe una gran variedad de formas y estilos de servicios de banquetes según el lugar donde se realicen. Las más comunes son: en salones privados, en restaurantes, en hoteles e independientes. Sin embargo, la oferta de servicio de banquetes puede derivarse de:

- **Restaurantes de servicio completo.** Los restaurantes tienen la oportunidad de ofrecer una gran variedad de servicios de banquetes a sus clientes. Sin embargo, deben considerar cuatro factores importantes: ubicación de la empresa, perfil del cliente, estilo o concepto del restaurante, facilidades para proveer servicios de banquetes. Algunos restaurantes tienen áreas exclusivas para servicio de banquetes en sus establecimientos, en horarios y días específicos o cuando el restaurante no está funcionando.
- **Servicios de banquetes a domicilio.** Requieren de una planeación minuciosa y detallada; considerando un plan de contingencia por mal

tiempo, demoras en la transportación de la comida y del equipo, enfrentando los costos extras generados y los contratiempos que puedan presentarse; Así como la contratación de servicios auxiliares como renta de sillas, mesas, platos, manteles, cristalería, vajillas, pisos o montaduras para pistas de baile, toldos entre otros. Es necesario contar con equipo especial para la transportación de la comida, y para su conservación tanto fría como caliente según se requiera.

- **Facilidades de servicio de alimentos y bebidas en hoteles.** Los hoteles ofrecen diversos servicios de alimentos y bebidas en restaurantes, cafeterías, servicio al cuarto, servicio de banquetes, áreas de recreación (albercas, jardines), bar, y venta de productos delicatessen. Es por ello, que sus servicios son más completos y menos costosos. Los factores que se deben considerar en los hoteles son las facilidades en las instalaciones del hotel para llevar a cabo determinados eventos, la ubicación y sus características. Existen hoteles que abarcan diferentes combinaciones de mercados como negocios y convenciones y/o sociales, basándose principalmente en las facilidades del hotel para llevarlos a cabo. También algunos ofrecen servicio de banquetes a domicilio, estos generan algunos costos extras.
- **Salones banquetes.** Deben tener las instalaciones de cocina, y un staff de personal fijo, y proporcionan los servicios de banquetes dentro de sus establecimientos. Los factores que influyen en su mercado son el estilo o concepto, las facilidades en sus instalaciones y el perfil del cliente. Estos proporcionan al cliente mayor privacidad, a diferencia de un hotel o restaurante. Se especializan en un segmento de mercado especial como eventos sociales o en espacios para grupos grandes que comúnmente no es posible acomodar en otros lugares; o en eventos especiales con alguna temática. Se caracterizan por su originalidad, flexibilidad y la función de sus espacios.
- **Banquetes independientes.** Ofrecen servicio de banquetes al público en general. Estos negocios operan con o sin instalaciones permanentes o

capacidades para sus funciones. Requieren de cocinas para realizar sus operaciones, al igual que almacenes; es por ello que suelen rentar espacios en escuelas, iglesias, instituciones, entre otros que contengan las instalaciones y equipo adecuados para la producción. Equipo como sillas, mesas, tarimas, vajillas, manteles, cristalería, etc. Son propios de la empresa o los rentan. Sus servicios son limitados a un área geográfica determinada.

- **Clubes privados. Ofrecen tanto servicios de restaurantes como servicios de banquetes.** Únicamente brindan servicio exclusivo a sus socios. Los factores que influyen en su mercado son la ubicación, las facilidades en sus instalaciones el perfil del cliente. Los clubes se dividen o clasifican en dos: clubes privados y clubes de campo. Los primeros se encuentran ubicados dentro de las ciudades o pueblos. Y los segundos se localizan en los suburbios y tienen instalaciones más amplias y especializadas para determinadas actividades como el golf, la navegación entre otras.
- **Contratos por servicios de alimentos.** Las proveen instituciones como escuelas, hospitales, etc. Con programas de alimentación diseñados para cumplir o satisfacer necesidades específicas. La producción de alimentos y bebidas es frecuentemente contratada por períodos largos, con restricciones de presupuesto. Los factores que influyen en su mercado son el perfil del cliente y las facilidades del lugar.
- **Charcuterías y delicatessens.** Son tiendas que ofrecen servicios de comida para llevar con productos gourmet. La tendencia actual se asocia con una marcada demanda de estos servicios por ser rápidos. Éstos se especializan en cocina usualmente regional o nacional. Dependen de dos factores que influyen en su mercado, la ubicación y el perfil del cliente. En ocasiones proporcionan servicio de entrega a domicilio.

c. Tipos de servicios de banquetes

Es necesario establecer el tipo de servicio que se brindará como un estándar en la operación; este también es necesario para el desarrollo del menú. La selección del tipo de servicio está influenciada por los siguientes factores:

- El nivel de habilidades y capacidades del personal.
- Las características e instalaciones de la cocina.
- El equipo disponible.
- Rangos de precios del menú.
- Perfil del cliente.

Los estilos o tipos de servicios de mesa, que son adaptables al servicio de banquetes según indica son:

- **Servicio ruso.** Es el estilo de servicio de mesa más apropiado y popular utilizado por prestadores de servicios de banquetes. Este estilo es ideal para servicios de seis a doce clientes por mesa. Toda la comida se sirve en platos en la cocina y posteriormente se llevan al salón y los meseros sirven directamente al cliente. Se requiere un alto nivel de habilidades para servir correctamente.
- **Servicio Americano.** Es de los más utilizados por empresas de banquetes. Consiste en preparar la comida y servirla en la cocina; el plato principal es acompañado con vegetales u otras guarniciones. Una vez servido se colocan cubiertas a la medida sobre dichos platos, para de esta manera conservarlos a la temperatura adecuada y se sirven retirando la cubierta. Este estilo de servicio permite que el mesero sirva a un gran número de invitados de forma rápida. Se requiere de personal con un mínimo de conocimientos y habilidades.
- **Servicio de Buffet.** Consiste en colocar los alimentos en platos especiales para conservarlos calientes o fríos según sea necesario y posteriormente presentarlos en una sola mesa principal donde los invitados se sirven

individualmente. Este permite al cliente consumir únicamente lo que desea, es decir elige la comida que le gusta en la cantidad deseada. Es popular y en ocasiones se combina con el servicio americano. Requiere de equipo especial para el montaje y la conservación de los alimentos y de un mínimo de personal de apoyo.

4.2.7 Tipos de montajes

Montaje es la forma en que se distribuye el mobiliario, de acuerdo al tipo de evento, tipo de servicio, entre otros. Es necesario considerar en el montaje determinadas características como es el conseguir una buena visibilidad de todos los asistentes, su comodidad, la accesibilidad, el tráfico de personas tanto los invitados como los empleados de servicio y un acceso cercano a los sanitarios. Para ello es indispensable examinar los espacios, el tamaño del mobiliario, el número de personas, el itinerario para programar los cambios de montajes, los accesos y la circulación

4.3 Diagnostico Situacional.

El diagnóstico es una fase de gran importancia para la elaboración de un proyecto. Permite ubicar los principales problemas, desempeñar sus causas de fondo, ofrece vías de acción para ir resolviendo.

Se debe realizar un diagnóstico, como una herramienta fundamental ya que este proporciona el conocimiento del objeto de estudio. (Colley, 2007)

4.3.1 Macro entorno

Está conformado por factores que afectan a las empresas y sobre los cuales no se tiene control y está compuesto por el análisis de los siguientes factores. (Cabrerizo, 2009).

Factores económicos: Están relacionados directamente con la oferta y demanda del producto o servicio, es decir su impacto es directo en la empresa. Estos pueden ser: PIB, inflación, tasas de interés, tipo de cambio, otros.

Factores político-legales: La legislación de un Estado directa o indirectamente influyen en las empresas. La aplicación de nuevas leyes hace que se creen nuevos mercados y nuevas necesidades.

Factores demográficos: Las tendencias demográficas evolucionan en forma lenta y las empresas tienen mayor tiempo de reacción por lo cual su influencia escolaridad, entre otras.

Factores sociales: Los individuos, grupos y la sociedad, cambian en forma constante, con relación al estilo de vida, lo que influye en la compra de productos o servicios. Las tendencias de consumo forman parte principal de este factor.

Factores tecnológicos: Los cambios tecnológicos en la mayoría de las empresas este factor afectará directa o indirectamente. Influye de dos maneras, con la aparición de nuevos productos que sustituyan los que se están ofertando y con la aparición de nuevas herramientas o técnicas que ayuden en la producción.

4.3.2 Micro entorno

En el análisis del micro entorno las empresas pueden influir sobre este. La herramienta más utilizada en este análisis es las 5 fuerzas de Porter.

Las 5 Fuerzas de Porter.- Las 5 Fuerzas de Porter es una herramienta de análisis utilizada para examinar el entorno competitivo. (Martínez, 2005).

4.3.3 Las 5 fuerzas de Porter

Las 5 Fuerzas de Porter es una herramienta de análisis utilizada para examinar el entorno competitivo.

La elaboración de un plan estratégico y su implantación a través del cuadro de mando integral. España: Díaz de Santos.

Cuadro N° 2 Las 5 Fuerzas de Porter



Fuente: (Martinez, 2012)

El análisis de las fuerzas de mercado permiten realizar un análisis del micro entorno de cualquier negocio, donde se pueda identificar en forma clara: Competencia, clientes, productos sustitutos, proveedores, entrada de nuevos competidores, estableciendo alternativas para hacer frente a estas fuerzas.

Se forma con las iniciales de los cuatro conceptos que intervienen en la aplicación del instrumento; es decir: F de fortalezas; O de oportunidades; D de debilidades; y A de amenazas. (Robbins, 2005)

La matriz de las amenazas, oportunidades, debilidades y fortalezas (FODA) es un instrumento de ajuste importante que ayuda a los gerentes a desarrollar cuatro tipos de estrategias: Estrategias de fortalezas y oportunidades (FO), estrategias de debilidades y oportunidades (DO), estrategias de fortalezas y amenazas (FA) y estrategias de debilidades y amenazas (DA). (David, 2008).

Una de las aplicaciones del análisis FODA es la de determinar los factores que pueden favorecer (Fortalezas y Oportunidades) u obstaculizar (Debilidades y Amenazas) el logro de los objetivos establecidos con anterioridad para la empresa. (Francés, 2006)

Con respecto a la matriz donde se presentan cada una de las distintas combinaciones estratégicas, que la matriz FODA está compuesta de nueve cuadrantes, cuatro de estos cuadrantes considerados como factores claves. Estos cuatro cuadrantes son de estrategias FO, DO, FA y DA. (DA.

Cuadro N° 3 Análisis de FODA

		FACTORES	
ASPECTOS INTERNOS DE LA ORGANIZACIÓN	FORTALEZAS	F1 F2 F3	Talento humano con destrezas en el servicio que se ofrece Instalaciones amplias y seguras Distinción e innovación en los servicios prestados
	OPORTUNIDADES	O1 O2 O3 O4 O5 O6	Sector que cuenta con todos los servicios básicos Poca competencia en la zona Adquisición de materia prima de buena calidad y a bajo costo Pobladores que acostumbran festejar acontecimientos sociales y eclesiásticos Localización en centro poblado con acceso a la población Alianza con empresas para dar a conocer el servicio
ASPECTOS DEL ENTORNO	DEBILIDADES	D1 D2 D3	Tener un mínimo de eventos mensuales Permanencia mínima en el mercado Construcción con detalles minuciosos y acabados muy complejos (costo alto)
	AMENAZAS	A1 A2	Parte de los moradores acostumbran a realizar sus eventos en sus hogares Aparición de nuevas empresas con servicios similares en la zona

Fuente: (Martinez, 2012)
Elaborado por: La Autora

Para realizar un análisis FODA es necesario conocer el aspecto interno de la empresa y el entorno en el que se desarrolla. Este es el punto de partida para realizar un diagnóstico situacional mediante herramientas como el FODA.

4.4 Estudio Técnico

El Estudio Técnico determina los requerimientos de recursos básicos para el proceso de producción, considerando los datos proporcionados por el estudio de mercado. El objetivo es diseñar como se producirá aquello que se venderá. Si se elige una idea es porque se sabe o se puede investigar cómo se hace un producto, o porque alguna actividad gusta de modo especial (COLOMA, 2009).

En este estudio, se describe que proceso se va a usar, y cuanto costara todo esto, que se necesita para producir y vender, estos serán los presupuestos de inversión y de gastos, el estudio técnico debe de ser congruente con los objetivos del proyecto de inversión y con los niveles de profundidad del estudio en su conjunto, este puede desarrollarse en los niveles de idea, pre factibilidad, factibilidad y proyecto definitivo. El estudio técnico aporta información cualitativa y cuantitativa respecto a los factores productivos que deberá contener una nueva unidad en operación, esto es: tecnología; magnitud de los costos de inversión; recursos, previsiones para la nueva unidad productiva

Los estudios técnicos para un Proyecto de inversión deben considerar fundamentalmente cuatro grandes bloques de información:

- El estudio de materias primas(en el caso de producto)
- Localización general y específica del proyecto
- Dimensionamiento o tamaño de la planta; y
- El estudio de ingeniería del proyecto

Estos subtemas deberán contar con los antecedentes correspondientes a la información cuantitativa y cualitativa que derive del estudio de mercado, tendrá sus respectivos objetivos específicos, con el propósito de contar con la profundidad y calidad de la información que se necesite para el análisis y la toma de decisión, concretamente referida a la continuidad o no del proyecto, todo lo anterior lo desarrollamos de manera detallada en el presente trabajo. (COLOMA, 2009).

El objetivo de aquí es diseñar como se producirá aquello que venderás, si se elige una idea es porque se sabe o se puede investigar cómo se hace un producto, o porque alguna actividad gusta de modo especial.

En el estudio técnico se define:

4.4.1 Tamaño y Localización

- a) **Tamaño:** Se relaciona a la capacidad de producir que tendrá la empresa durante un período de tiempo, a la capacidad instalada y se mide en unidades producidas por año. El tamaño óptimo a elegir debe ser aceptado únicamente si la demanda es inmensamente superior a la capacidad de producción ya que ello implicaría menos riesgo de mercado para el proyecto. Para determinar adecuadamente el tamaño se debe tomar en cuenta aspectos fundamentales.
- **Capacidad Instalada:** Se la determina por el rendimiento o producción máxima que puede alcanzar el componente tecnológico en un período de tiempo determinado. Está en función de la demanda a cubrir durante el tiempo de vida de la empresa.
 - **Capacidad Utilizada:** Es el rendimiento o nivel de producción con lo que se hace trabajar la maquinaria, está determinada por el nivel de demanda que se desea cubrir durante un período de tiempo.
- b) **Localización:** Permite ubicar geográficamente el lugar donde se implementará la nueva unidad productiva, para esto debe analizarse ciertos aspectos que son fundamentales y constituyen la razón de su ubicación; estos factores están relacionados con el entorno empresarial y de mercado.
- **Micro localización:** Se indica el lugar exacto en el cual se implementará la empresa dentro de un mercado local (planos urbanísticos). }

- **Macro localización:** Se relaciona con la ubicación de la empresa dentro de un mercado a nivel local, frente a un mercado de posible incidencia regional, nacional e internacional. Para su representación se recurre al apoyo de mapas geográficos y políticos
- **Factores de localización:** Constituyen todos aquellos aspectos que permitirán el normal funcionamiento de la empresa, entre estos factores tenemos: abastecimiento de materia prima, vías de comunicación adecuadas, disponibilidad de mano de obra calificada, servicios básicos indispensables y fundamentalmente el mercado al cual está orientado el producto o servicio.

4.4.2 Ingeniería del Proyecto

Tiene como función el acoplar los recursos físicos para los requerimientos óptimos de producción, tiene que ver con la construcción de una nave industrial, su equipamiento y características del producto de la empresa. En este estudio se deben analizar todos los aspectos que se relacionan con la elaboración del producto o con la prestación del servicio.

Cuando el servicio no este desarrollado y se esté buscando recursos para cubrir la etapa del desarrollo del producto o servicio, deben especificarse los siguientes aspectos:

- Bases científicas y tecnológicas.
- Etapas de investigación y desarrollo.
- Pruebas piloto del producto y de la tecnología.
- Recursos requeridos para el desarrollo.

Cuando ya el producto está desarrollado debe hacerse precisión sobre los siguientes aspectos.

- Especificaciones del servicio.
- Proceso tecnológico.

- Materias primas básicas
- Condiciones de operación.
- Consumo unitario de materias primas, insumos, servicios.
- Desperdicios.
- Condiciones de calidad (VALERA, 2010).

El objeto de este estudio es dar solución a todo lo relacionado con la instalación y funcionamiento de la planta.

- **Componente tecnológico:** Establece la maquinaria y equipo adecuado a los requerimientos del proceso productivo y que esté acorde a los niveles de producción esperados de acuerdo al nivel de demanda a satisfacer.
- **Estructura física:** Le relaciona exclusivamente con la parte física de la empresa, se determinan las áreas requeridas para el cumplimiento de cada una de las actividades en la fase operativa. En esta parte del estudio debe siempre contarse con el asesoramiento de los profesionales de la construcción; al igual que la tecnología debe guardar relación con el mercado y sus posibilidades de expansión.
- **Distribución de la planta:** La distribución del área física debe ser la idónea y brindar la seguridad necesaria para el correcto cumplimiento de las funciones.
- **Proceso de Producción:** Se refiere al proceso mediante el cual se obtendrá el producto o generará el servicio, es importante indicar cada una de las fases aunque no al detalle. Luego debe incluirse el flujo grama del proceso, es decir representar gráficamente el mismo, indicando los tiempos necesarios para cada fase; se debe incluir lo relacionado con el diseño del producto, indicando las principales características del mismo tales como: estado, color, peso, empaque, etc.

4.5 Marco Legal

CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR 2008

Registro oficial Nro. 449, 20-10-2008

Dentro de las facultades para las actividades de trabajo en el Ecuador la constitución del 2008 manifiesta lo siguiente:

Título II - Derechos

Sección octava

Trabajo y seguridad social

Art. 33.- El trabajo es un derecho y un deber social, y un derecho económico, fuente de realización personal y base de la economía. El Estado garantizará a las personas trabajadoras el pleno respeto a su dignidad, una vida decorosa, remuneraciones y retribuciones justas y el desempeño de un trabajo saludable y libremente escogido o aceptado.

Título VI - Régimen de Desarrollo

Capítulo sexto

Trabajo y producción

Sección tercera

Art. 325.- El Estado garantizará el derecho al trabajo. Se reconocen todas las modalidades de trabajo, en relación de dependencia o autónomas, con inclusión de labores de auto sustento y cuidado humano; y como actores sociales productivos, a todas las trabajadoras y trabajadores.

Sección quinta

Art. 336.- El Estado impulsará y velará por el comercio justo como medio de acceso a bienes y servicios de calidad, que minimice las distorsiones de la intermediación y promueva la sustentabilidad.

Toda entidad empresarial está sujeta a disposiciones en: **Código Comercio**
(Código Civil, Ley de compañías)

CÓDIGO DE COMERCIO

Codificación 28

Registro Oficial Suplemento 1202 de 20-agosto-1960

Última modificación: 26-jun-2012

Estado: Vigente

Art. 1.- El Código de Comercio rige las obligaciones de los comerciantes en sus operaciones mercantiles, y los actos y contratos de comercio, aunque sean ejecutados por no comerciantes.

Art. 2.- Son comerciantes los que, teniendo capacidad para contratar, hacen del comercio su profesión habitual.

Libro primero

De los comerciantes y agentes de comercio

Título I - **De los comerciantes**

Sección I

De las personas capaces para ejercer el comercio

Art. 6.- Toda persona que, según las disposiciones del Código Civil, tiene capacidad para contratar, la tiene igualmente para ejercer el comercio.

En el caso que se conformare por dos o más socios para la creación de negocios.

LEY DE COMPAÑÍAS

Registró Oficial 312, 05-nov-1999;

Última modificación: 20-mayo-2014

4.6 Marco Conceptual

Alimento en restaurante.- Se refiere a la inclusión de uno o más alimentos durante un evento que se llevará a cabo en el restaurant del hotel.

Alimento y bebidas.- El espacio dentro del salón de eventos asignado a la empresa o individuos que estarán a cargo de proveer de alimentos y bebidas a los asistentes del evento. En inglés se usan las siglas F&B, que significan Food and beverage.

Análisis de sensibilidad.- Se trata de una técnica analítica para someter a prueba de manera sistemática lo que ocurre con la rentabilidad de un proyecto si los acontecimientos difieren de las estimaciones hechas acerca de ellos en la planificación. Es un medio de abordar el problema de la incertidumbre con respecto a acontecimientos y valores futuros.

Análisis estratégico.- El análisis estratégico abarca una serie de estudios basados en la información existente sobre el entorno competitivo donde se desempeña la empresa cuyo objetivo es formular una estrategia empresarial.

Banquete.- Comida a que concurren muchas personas, invitada o a escote, para agasajar a alguien o celebrar algún suceso.

Brunch.- combinación de desayuno y almuerzo, es una comida de media mañana es tradición de las primeras comuniones, va de 10h00 a 12h30.

Buffet.- exhibición de platos a la vista del cliente. Uno mismo es el que se sirve, por lo general usan restaurantes grandes para evitar la demora a la hora de alimentación del cliente.

Capacidad administrativa.- Aptitud de la dirección de una empresa para alcanzar los objetivos y metas establecidos en las diferentes áreas de la empresa.

Capacidad de pago de la empresa.- Es el potencial que tiene una empresa para atender el servicio de todas sus obligaciones.

Capacidad de pago del proyecto.- Es el potencial que tiene el proyecto para atender el servicio de los préstamos necesarios para su realización.

Capacidad instalada o capacidad de la planta.- Potencial máximo de producción expresada en unidades de una fábrica, trabajando los turnos para los cuales fue diseñada.

Capital de trabajo.- Recursos financieros que demanda el proceso productivo de una empresa a determinado nivel de operaciones, los cuales pueden encontrarse bajo la forma de: efectivo, cuentas por cobrar e inventarios.

Centro de conferencias.- Salón dedicado exclusivamente a conferencias. Su decoración, ambientación y equipamiento son específicos para facilitar esta actividad

Cóctel.- servicio de recibimiento a los invitados al evento a celebrar; consiste en el servicio, normalmente de pie y en el hall o jardines del salón, de bebidas refrescantes y algún cóctel o bebida alcohólica, acompañado por algún aperitivo de bocado, caliente o frío.

Coffee break.- es una comida ligera estilo buffet, se lo realiza como recesos o pausas en conferencias.

Costo de oportunidad.- Tasa de rendimiento de la mejor alternativa de inversión disponible; es decir, la tasa más alta de rendimiento que se dejará de percibir si los fondos se invierten en otro proyecto.

Costo marginal.- Es el costo de una unidad adicional que se produce o pretende producir.

Costo o Costes.- En los negocios y la contabilidad el coste es el valor monetario que una empresa ha invertido para producir algo, un producto o servicio.

Costo total de operación.- Son todos los costos y gastos en que se incurren en la operación de una empresa, incluyendo los costos directos, gastos de fabricación, gastos de administración, gastos de venta y gastos financieros.

Costos directos.- Son aquellos rubros claramente asignables a un producto. Dichos rubros son: materias primas, mano de obra directa, prestaciones y otros recargos y materiales directos.

Costos fijos.- Son aquellos en que incurre la empresa, independientemente del nivel de producción de la misma.

Crédito de corto plazo.- Es el crédito otorgado por una institución financiera cuyo plazo no excede de un año.

Crédito de largo plazo.- Es el crédito otorgado por una institución financiera cuyo plazo es mayor de cinco años.

Crédito de mediano plazo.- Es el crédito otorgado por una institución financiera cuyo plazo es mayor de un año y que no excede de cinco años.

Empresa de banquetes.- Proveedor dedicado exclusivamente a proveer servicios de alimentos y bebidas para todo tipo de eventos.

Empresa.- Unidad económica organizada para alcanzar uno o varios objetivos relacionados con la producción y/o distribución de bienes y servicios. Por la calidad de sus propietarios, las empresas pueden clasificar como individuales, sociedades de hecho y sociedades de derecho.

Equipo de producción.- El grupo de personas que trabajan en conjunto para producir un evento, incluyendo: técnicos, choferes de camión, ayudantes de escenario y cualquier otra persona adicional al staff base que esté involucrada en el evento.

Evento.- Se refiere a la totalidad de actividades con una meta definida por la cual se lleva a cabo la conferencia, junta, reunión, fiesta, celebración, gala, cóctel, etc.

Gastos de administración. Son aquellos en que incurre la empresa en sus funciones de establecer objetivos, planificar, organizar, motivar y controlar sus operaciones, tales como: sueldos y salarios, prestaciones y otros recargos, luz y teléfono, depreciaciones, papelería y otros gastos, alquileres, amortización, gastos de organización y otros afines al área administrativa.

Gastos de fabricación. Son gastos de producción en que se incurre para la elaboración del producto, pero que se dificulta asignarlos directamente al mismo, tales como: materiales indirectos, empaque, combustible y lubricantes, mano de obra indirecta, prestaciones, papelería y otros gastos, alquileres, amortización, gastos de organización y otros afines al área administrativa.

Gastos de organización.- Son los gastos en que se incurre en la organización de una empresa, tales como los gastos de honorarios a los abogados, derechos que deben pagarse al Estado y otros diversos gastos.

Gastos de pre inversión.- Lo constituyen los gastos previos a la ejecución de un proyecto por concepto de elaboración de estudios de pre factibilidad y factibilidad, directamente vinculados con dicho proyecto.

Gastos de puesta en marcha.- Aquellos gastos en que se incurre previo al inicio de operaciones comerciales de una planta, a fin de realizar pruebas de producción para hacer los ajustes correspondientes, así como los de entrenamiento de personal y otros.

Gastos de venta.- Son gastos en que se incurre para hacer llegar los productos al consumidor o distribuidor. Estos gastos son: sueldos y salarios, prestaciones y otros recargos, comisiones, viáticos, transporte y flete, combustible y lubricantes, depreciaciones, publicidad, amortización, gastos de promoción y empaque, todos ellos relacionados con las ventas.

Gastos financieros. Son aquellos derivados de la utilización de capital ajeno y de operaciones comerciales. Se considera en este rubro: intereses, comisiones y otros recargos sobre préstamos y avales.

Maestro de ceremonia.- Persona que sirve de enlace entre el lugar, el cliente y los invitados. Ayuda a llevar el orden, las reglas y las regulaciones de un evento – llama a los invitados a cenar, a sentarse, anuncia las conferencias.

Manejo a eventos completo.- Es el servicio que provee la empresa organizadora de eventos durante el curso de cualquier evento. Durante el evento el staff profesional designado por la empresa asistirá al cliente para que su evento sea ejecutado de una manera profesional y sin eventualidades.

Plan de negocio.- Es un documento básico que resulta imprescindible como soporte para la puesta en marcha de cualquier nueva iniciativa empresarial.

Productos en proceso.- Son aquellos que, en un momento determinado, se encuentran en su etapa de elaboración.

Restauración.- Actividad de quien tiene o explota un restaurante. Esta palabra tiene que ir siempre con mayúscula.

Salón de banquete.- Espacio aledaño al salón principal cuya única finalidad es servir la comida a los asistentes del evento.

Servicio de banquete.- El acto de proveer un servicio de alimentos y bebidas a distancia.

e. MATERIALES Y MÉTODOS

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

5.1. Materiales

En la investigación se utilizaron los siguientes equipos, herramientas e instrumentos

5.1.1 Equipos

- Calculadora CASIO fx-82LAPLUS
- Cámara fotográfica Marca: Konica NLT-7D N° 9896R6R7R76.
- Equipos de protección personal.
- Memory DT 101 2G HP

5.1.2 Herramientas

- Libreta
- Hojas
- Lápiz
- Borrador
- Corrector
- Esferos

5.1.3 Insumos

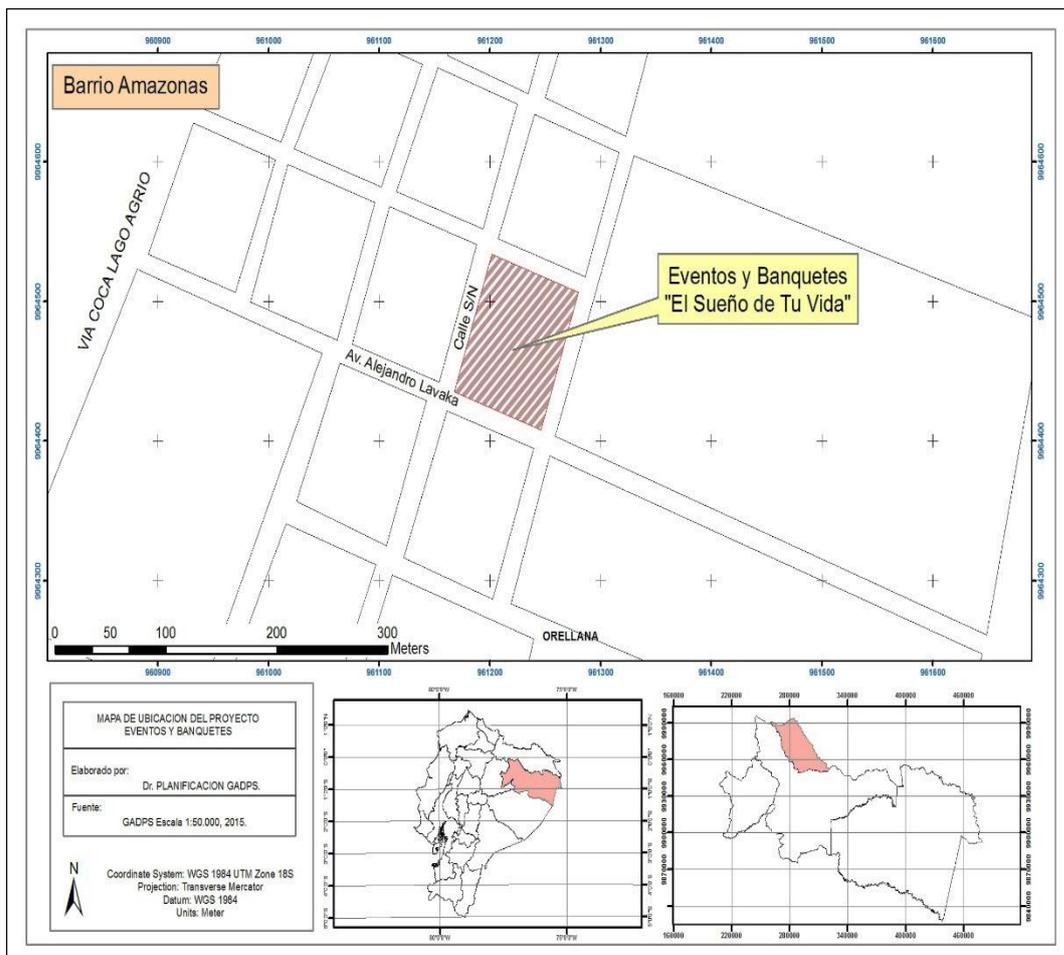
- Encuestas
- Mapas de la ciudad

5.2. Métodos

5.2.1. Ubicación del área de estudio

Orellana, provincia de la Región Centro Norte (Ecuador). Se encuentra dividida políticamente en 4 cantones; Orellana, Loreto, Aguarico y La Joya de los Sachas. El Cantón La Joya de los Sachas se encuentra distribuido en nueve parroquias, las mismas que son: Joya de los Sachas, San Sebastián del Coca, Pompeya, Enokanqui, San Carlos, Unión Milagreña, Lago San Pedro, Rumipamba, Tres de noviembre. Dentro de las cuales encontramos un sinnúmero de comunidades tanto colonos como indígenas waorani, schuar y kichwa. (GADMCJS, 2010).

Mapa N° 1 Ubicación del área de Estudio



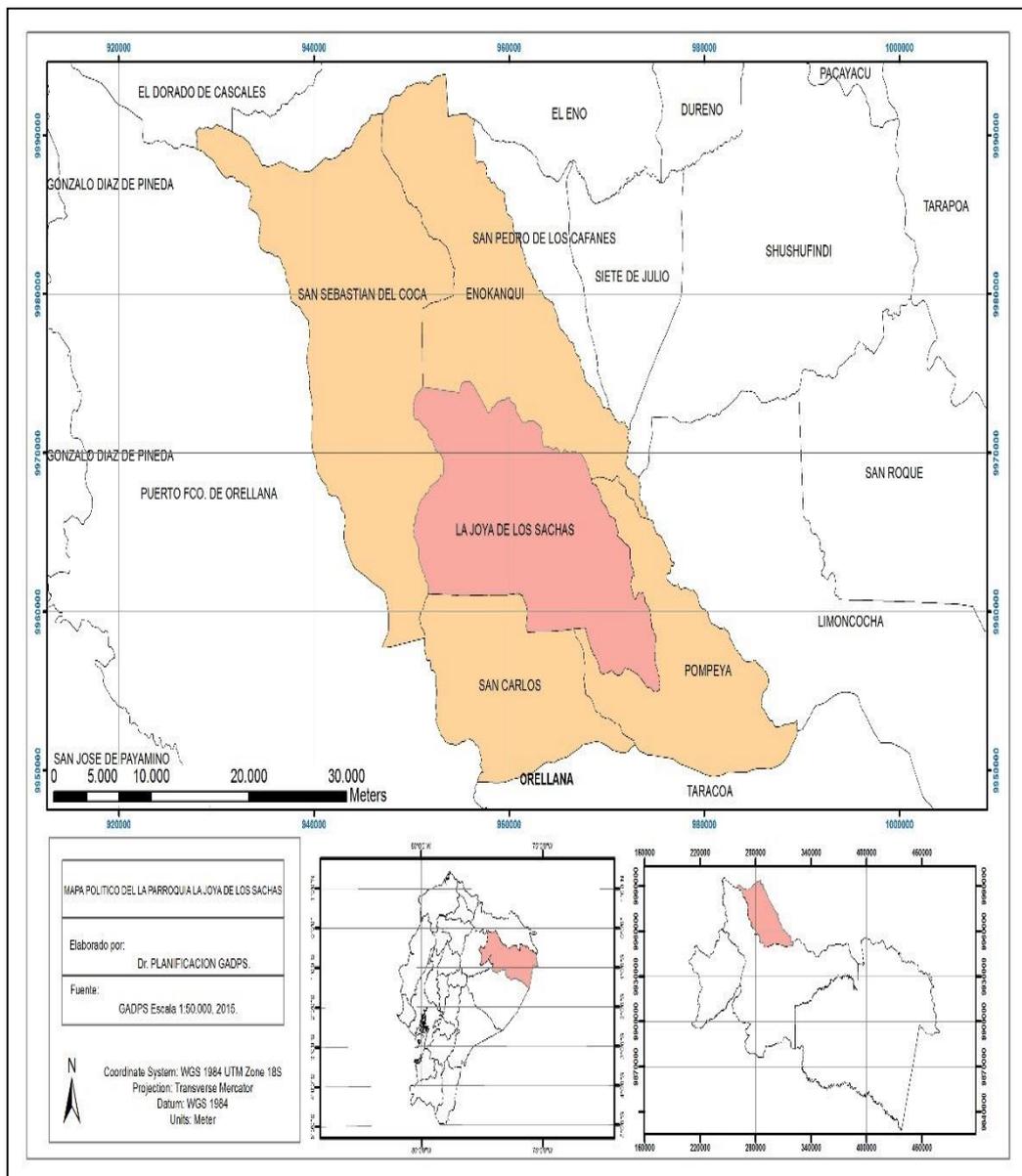
Fuente: Equipo técnico del GADPS Escala 150.000.2015

5.2.2. Ubicación política

El cantón La Joya de los Sachas limita con los siguientes cantones:

- NORTE: Provincia de Sucumbíos
- SUR: Cantón Puerto Francisco de Orellana
- ESTE: Provincia de Sucumbíos
- OESTE: Cantón Puerto Francisco de Orellana

Mapa N° 2 Ubicación Política



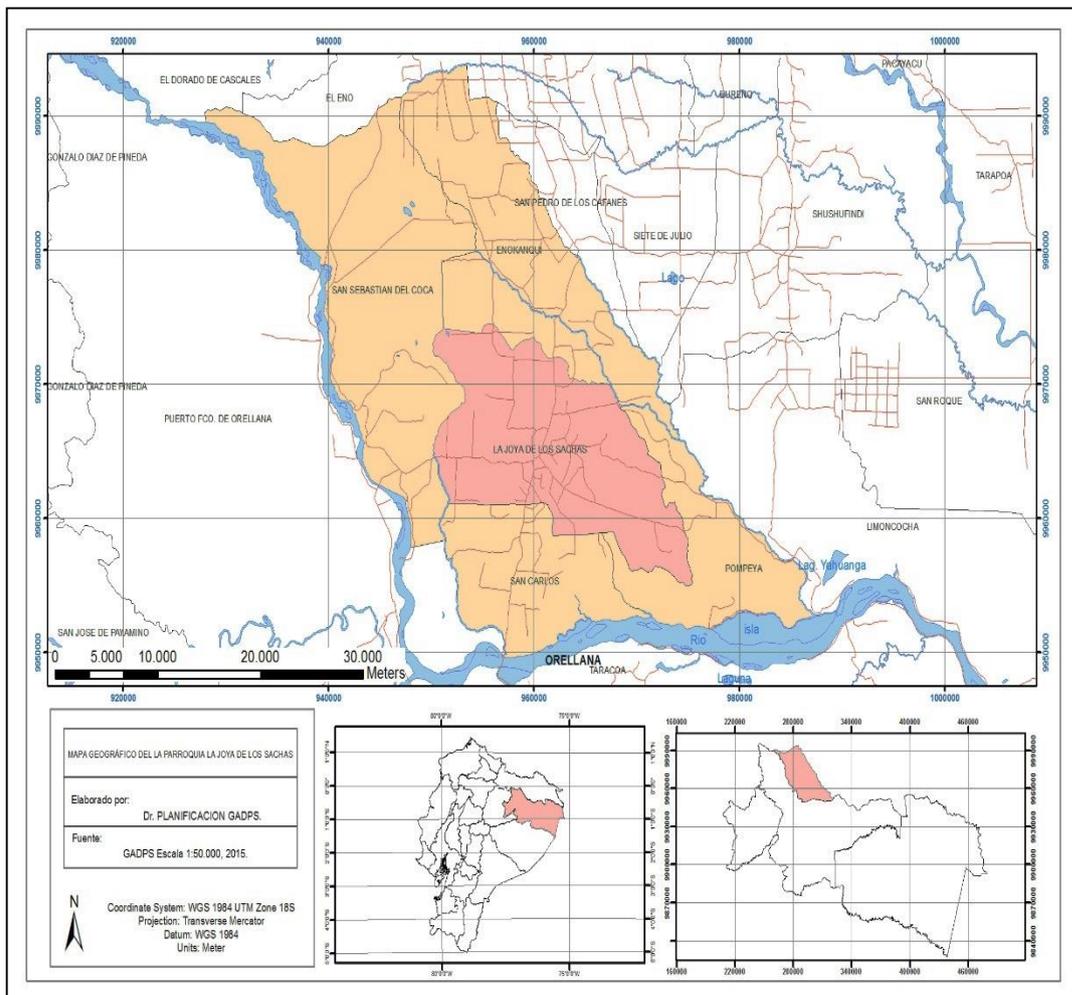
Fuente: Equipo técnico del GADPS Escala 150.000.2015

5.2.3 Ubicación geográfica

La ciudad La Joya de los Sachas está ubicada en:

- **País:** Ecuador
- **Provincia:** Orellana
- **Cantón:** La Joya de los Sachas
- **Parroquia:** Joya de los sachas
- **Latitud:** 99°67'16 N
- **Longitud:** 29°35'04 E
- **Altitud:** 270 msnm

Mapa N° 3 Ubicación del Cantón La Joya de los Sachas a nivel nacional y provincial



Fuente: Equipo técnico del GADPS Escala 150.000.2015

5.3 Aspectos biofísicos y climáticos

d. Recurso Agua.-

El territorio de La Joya de los Sachas, se encuentra dentro de la cuenca hidrográfica del Río Napo, a continuación se describen los principales ríos y drenes existentes en el cantón:

- Drenajes menores del Río Coca
- Río Jivino
- Río Eno
- Río Yanayacu
- Río Blanco
- Río Yanaquincha
- Río Aguajal
- Drenajes menores del Río Napo
- Ríos Principales

Micro cuencas hidrográficas:

Río coca.- La microcuenca hidrográfica de drenajes menores del Río Coca cruza por la parroquia San Sebastián del Coca y se compone de microcuencas tales como: Río Eno, Río Tereré, estero Churiacu, Río coca

Río Jivino.- La microcuenca hidrográfica del Río Jivino cruza por las parroquias Rumipamba, Tres de Noviembre, Enokanqui, Lago San Pedro, La Joya de los Sachas y Unión Milagreña; y se compone de microcuencas tales como: Río Jivino Verde, Río Salvador, Río Quinbilla, Río Jivino Negro, Río Palanta y Río Jivino Rojo.

Río Eno.- La microcuenca hidrográfica del Río Eno cruza por las parroquias Rumipamba y San Sebastián del Coca; y se compone de microcuencas tales como: Río Conambo, Río Eno.

Río Yanayacu.- La microcuenca hidrográfica del Río Yanayacu cruza por las parroquias Lago San Pedro, La Joya de los Sachas, San Sebastián del Coca y San Carlos; y se compone de microcuencas tales como: Río Yanayacu y Río Blanco Chico.

Río Blanco.- La microcuenca hidrográfica del Río Blanco cruza por las parroquias Lago San Pedro, Joya de los Sachas, San Sebastián del Coca y San Carlos; y se compone de microcuencas tales como: Río Yanayacu y Río Blanco Chico.

Río Yanaquincha.- La microcuenca hidrográfica del río Yanaquincha cruza por las parroquias La Joya de los Sachas y Unión Milagreña; y se compone de microcuencas tales como: Río Yanaquincha o Sacha.

Río Aguajal.- La microcuenca hidrográfica del Río Aguajal cruza por las parroquias de La Joya de los Sachas y Unión Milagreña; y se compone de microcuencas tales como: Río Quince, Río Chinchipe, Río Aguajal y Río Quillupaycuy.

Cuenca de drenajes menores del Río Napo.- La microcuenca hidrográfica de drenaje menores del Río Napo cruza por las parroquias de La Joya de los Sachas, Unión Milagreña, San Carlos y Pompeya; y se compone de microcuencas tales como: Río Jivino y Río Napo.

e. Recurso Suelos

Tienen suelos de topografía plana y ondulada, poco profundo con abundante materia orgánica. La mayoría de los suelos en el área tienen textura franco arenoso y franco arcilloso, poseen un PH que fluctúa entre

El suelo contiene humus que se genera por el material muerto de la vegetación. Cuando una planta muere, primero hay fraccionamiento por insectos y actividad bacteriana. Después, hay humificación y mineralización en la que se forma el humus. Las tierras son muy productivas.

Uso actual del Suelo.- La mayoría de suelo está destinado para el área agropecuaria, representa el 49,47% del total de suelos del cantón, el suelo en rotación tiene el mayor porcentaje 17,95% seguido del suelo perteneciente al mosaico agrícola con 14,34% y los pastos plantados con el 8,34%, siendo el tercer grupo en importancia dentro del área agropecuaria, lo cual se muestra la importancia de la producción pecuaria en el cantón. Los bosques representan el 46,84%, de los cuales el más representativo es el bosque nativo 46,71%. Otros usos de suelos con menor porcentaje son áreas humedales con 3,34%. La mayor cantidad de suelo está dedicada a la actividad agrícola, con 59221,68 Has. (GADMCJS E. t., ESTUDIO DE IMPACTO AMBIENTAL, 2010)

5.3.1. Aspectos biofísicos(Flora – Fauna)

a. Recursos flora

Dentro del cantón se han logrado identificar importantes especies de flora que forman parte de la atraktividad turística, encontrando especies de uso medicinal, ornamental, industrial, maderable, comestible entre otras, que son aprovechadas turísticamente por ser las áreas con mayor biodiversidad las más atraídas por los visitantes. Las especies existentes se detallan a continuación: (GADMCJS :. D., 2010)

Cuadro N° 4 Flora del Cantón

N°	NOMBRE COMÚN	NOMBRE CIENTÍFICO	USOS
1	Aguacate	<i>Persea americana</i>	Comestible.
2	Anón	<i>Annonas quamosa</i>	Comestible y medicinal
3	Arazá	<i>Eugenia stipitata</i>	Comestible.
4	Arecáceae	<i>Spondias purpuera</i>	Comestible, medicinal y forrajero
5	Bijao	<i>Heliconia bihai</i>	Ornamental.
6	Bore	<i>Xantho somasp</i>	Comestible
7	Cacao	<i>Theobroma cacao</i>	Industrial.
8	Chapil	<i>Oenocarpus bataua</i>	Comestibles, medicinal, industrial y para la construcción de casas

Continúa...

Continuación...

Nº	NOMBRE COMÚN	NOMBRE CIENTÍFICO	USOS
10	Chonta pambil	<i>Bactris gasipaes</i>	Comestible y para la construcción de casas y utensilios
11	Guaba	<i>Inga sp</i>	Maderable, se utiliza para postes de leña y carbón. Fruto comestible
12	Guanabana	<i>Annona muricata</i>	Comestible e industrial
13	Laurel	<i>Cordia alliodora</i>	Maderable
14	Mango	<i>Manguifera indica</i>	Medicinal y comestible
15	Marañón	<i>Anacardiu moccidentale</i>	Medicinal e industrial
16	Morete	<i>Mauritia flexuosa</i>	Comestibles, de las hojas se extraen fibras para fabricar cordones, cestas, etc.
17	Paja toquilla	<i>Carludo vicapalmata</i>	Se utiliza para tejer artículos
18	Pambil	<i>Iriarte ventricosa</i>	Comestible, industrial y para la construcción.
19	Pomarosa	<i>Syzygium sp</i>	Comestible y ornamental.
20	Quiebrabarrigo	<i>Trichanthera Gigantea</i>	Medicinal y forrajero
21	Sangre de drago	<i>Croton lechleri</i>	Medicinal.
22	Saragosa	<i>Tagetes patula</i>	Ornamental, industrial, medicinal y también es utilizado en rituales.
23	Uva de monte	<i>Pourouma cecropiifolia</i>	Comestible.

Fuente: Departamento de Planificación del GADMCJS 2015.

b. Fauna representativa del cantón

Anfibio Forman parte de la atraktividad turística del cantón especies de anfibios como:

Cuadro N° 5 Fauna del Cantón

Nº	NOMBRE COMÚN	NOMBRE CIENTÍFICO
1	Sapo	<i>Bufo marinus</i>
2	Rana verde	<i>Hyla geográfica</i>
3	Rana	<i>Rana palmipes</i>

Fuente: Departamento de Planificación del GADMCJS 3015.

Las familias de anfibios más representativas del cantón son: Hylidae y Bufonidae, donde destacan especies como: sapo (*Bufo marinus*), Rana verde (*Hyla geográfica*), entre otras.

Aves.- Dentro de la atractividad del Cantón están 32 especies de aves representativas de la amazonia ecuatoriana, algunas de las cuales principalmente por el tráfico ilegal de especies, se encuentran amenazadas y en peligro de extinción. La información se detalla a continuación:

Cuadro N° 6 Aves del Cantón

N°	NOMBRE COMÚN	NOMBRE CIENTÍFICO	FAMILIA
1	Águila arpía	<i>Harpia harpyja</i>	ACCIPITRIDAE
2	Águila pescadora	<i>Pandion haliaetus</i>	PSITTACIDAE
3	Búho de anteojos	<i>Pulsatrix perspicillata</i>	STRIGIDAE
4	Carpintero	<i>Chrysoptilus punctigula</i>	PICIDAE
5	Gallinazo cabeza roja	<i>Cathartes aura</i>	CATHARTIDAE
6	Gallinazo negro	<i>Coragyps atratus</i>	CATHARTIDAE
7	Garceta azul	<i>Egreta caerulea</i>	ARDEIDAE
8	Garrapatero	<i>Crotophaga ani</i>	CUCULIDAE
9	Garza	<i>Ardea alba</i>	ARDEIDAE
10	Guacamayo	<i>Ara macao</i>	PSITTACIDAE
11	Guacamayo azul	<i>Ara arauna</i>	PSITTACIDAE
12	Guacamayo militar	<i>Ara militaris</i>	PSITTACIDAE
13	Lora real	<i>Amazona farinosa</i>	PSITTACIDAE
14	Loro	<i>Amazona ochrocephala</i>	PSITTACIDAE
15	Loro cabecifuja	<i>Aratinga weddellii</i>	PSITTACIDAE
16	Loro orejiamarillo	<i>Ognorhynchus sicterotis</i>	PSITTACIDAE
17	Oropéndola	<i>Psaracolius decumanus</i>	ICTERIDAE
18	Oropéndola	<i>Psaracolius yuracares</i>	ICTERIDAE
19	Pato aguja	<i>Anhinga anhinga</i>	ANHINGIDAE
20	Paujil culiblanco	<i>Mitu salvini</i>	CRACIDAE
21	Pava amazónica	<i>Penelope jacquacu</i>	CRACIDAE
22	Pava del mente	<i>Penelope sp</i>	CRACIDAE
23	Perdiz	<i>Crypturellus sp</i>	STRIGIDAE
24	Perdiz	<i>Tinamus major</i>	STRIGIDAE
25	Perico aliazul	<i>Brotogeris scyanoptera</i>	PSITTACIDAE
26	Perico cabeza azul	<i>Pionus menstruus</i>	PSITTACIDAE
27	Perico cachetigris	<i>Brotogeris pyrrhopterus</i>	PSITTACIDAE
28	Perico cachetirrojo	<i>Aratinga erythrogenys</i>	PSITTACIDAE
29	Perico chilicrés	<i>Pionite smelanocephala</i>	PSITTACIDAE

Fuente: Departamento de Planificación del GADMCS 2015.

Ictiofauna.- Dentro de los ríos, cascadas y piscícolas que forman parte de los atractivos turísticos del cantón se ha logrado identificar varias especies de ictiofauna, las mismas que se detallan a continuación:

Cuadro N° 7 Peces del Cantón

N°	NOMBRES COMÚN	NOMBRE CIENTÍFICO	FAMILIA
9	Bagre	<i>Pimelodus ornatus</i>	PIMELODIDAE
3	Bocachico	<i>Prochilodus nigricans</i>	PROCHILODONTIDAE
8	Cachama	<i>Colossoma macropomum</i>	LORICARIIDAE
2	Guanchinche	<i>Hoplias malabaricus</i>	ERYTHRINIDAE
6	Pez eléctrico	<i>Gymnotus sp</i>	CHARACIDAE
4	Piraña	<i>Serrasalmus rhombeus</i>	CHARACIDAE
5	Sábalo	<i>Brycon melanopterus</i>	CHARACIDAE
7	Tilapia	<i>Oreochromis sp</i>	CICHLIDAE
1	Vieja	<i>Aequidens sp.</i>	CICHLIDAE

Fuente: Departamento de Planificación del GADMCJS 2015.

Las especies representativas de ictiofauna existentes en el cantón son: vieja (*Aequidens sp.*), guanchinche (*Hoplias malabaricus*), bocachico (*Prochilodus nigricans*), bagre (*Pimelodus ornatus*), entre otros., que son utilizados como alimento. Además en varias comunidades se han construido piscinas para la producción de especies introducidas como: Cachama (*Colossoma macropomum*) y tilapia (*Oreochromis sp*) (GADMCJS D. d., 2010)

Mamíferos.- Forman parte de la atractividad del cantón 37 especies de mamíferos, dónde las familias más comunes son: Callitrichidae, Cebidae, Dasypodidae, Felidae, Mymecophagidae, Tayassuidae, los mismos que debido a la caza ilegal y al tráfico de especies, se encuentran amenazadas y en peligro de extinción. A continuación se detalla la información

Cuadro N° 8 Mamíferos del Cantón

N°	NOMBRE COMÚN	NOMBRE CIENTÍFICO	FAMILIA
1	Ardilla	<i>Microsciurus flaviventer</i>	SCIURIDAE
2	Armadillo común	<i>Dasypusno vemcinctus</i>	DASYPODIDAE
3	Armadillo de klaper	<i>Dasypus kappleri</i>	DASYPODIDAE
4	Armadillo rabo de molle amazónico	<i>Cabassous unicintus</i>	DASYPODIDAE
5	Cabeza de mate	<i>Eira barbara</i>	MUSTELIDAE
6	Capibara	<i>Hydrochaeris</i>	HIDROCHAERIDAE
7	Chichico dorado	<i>Saguinus tripartitus</i>	CALLITRICHIDAE
8	Chichico negro	<i>Saguinus nigricollis</i>	CALLITRICHIDAE
9	Cuchucho	<i>Nasua nasua</i>	PROCYONIDAE

Continúa...

Continuación...

Nº	NOMBRE COMÚN	NOMBRE CIENTÍFICO	FAMILIA
10	Cusumbo	<i>Potos flavus</i>	PROCYONIDAE
11	Guatusa negra	<i>Dasyprocta fuliginosa</i>	DASYPROCTIDAE
12	Mono araña	<i>Ateles belzebuth</i>	CEBIDAE
13	Mono aullador de oriente	<i>Alouatta seniculus</i>	CEBIDAE
14	Mono barizo	<i>Saimiri sciureus</i>	CEBIDAE
15	Mono capuchino	<i>Cebus apella</i>	CEBIDAE
16	Mono chorongo	<i>Lagothrix lagotricha</i>	CEBIDAE
17	Mono chorongo	<i>Lagothrix lagotricha</i>	CEBIDAE
18	Mono de bolsillo	<i>Cebuella pygmaea</i>	CEBIDAE
19	Mono leoncillo	<i>Callithrix pygma</i>	CALLITRICHIDAE
20	Mono machin	<i>Cebus albifrons</i>	CEBIDAE
21	Murciélago orejudo	<i>Micronycteris daviesi</i>	PHYLLOSTOMIDAE
22	Ocelote	<i>Leopardus pardalis</i>	FELIDAE
23	Oso hormiguero	<i>Myrmecophaga tridactyla</i>	MYMECOPHAGIDAE
24	Oso hormiguero amazónico	<i>Tamandua tetradactyla</i>	MYMECOPHAGIDAE
25	Pecari	<i>Tayassu pecari</i>	TAYASSUIDAE
26	Perezoso de dos dedos	<i>Choloepus didactylus</i>	MEGALONYCHIDAE
27	Perezoso de tres uñas	<i>Bradypus variegatus</i>	BRADYPODIDAE
28	Puerco espín	<i>Coendou bicolor</i>	ERETHIZONTIDAE
29	Puma	<i>Puma concolor</i>	FELIDAE
30	Raposa	<i>Glironia venusta</i>	CALUROMYIDAE
31	Raposa de agua	<i>Chironectes minimus</i>	DIDELPHIDAE
32	Sajino	<i>Pecari tajacu</i>	TAYASSUIDAE
33	Tapir amazónico	<i>Tapirus terrestris</i>	TAPIRIDAE
34	Tigrillo chico	<i>Leopardus tigrinus</i>	FELIDAE
35	Tigrillo de cola alargada	<i>Leopardus wiedi</i>	FELIDAE
36	Venado colorado	<i>Masama americana</i>	CERVIDAE
37	Yaguarundi	<i>Herpailurus yaguarondi</i>	FELIDAE

Fuente: Departamento de Planificación del GADMCS015.

Reptiles.- Se han registrado 15 especies de reptiles que forman parte de la biodiversidad y atractividad del cantón, los mismos que se detallan a continuación.

Cuadro N° 9 Reptiles del Cantón

N°	NOMBRE COMÚN	NOMBRE CIENTÍFICO	FAMILIA
1	Anaconda	<i>Eunectes murinus</i>	BOIDAE
2	Boa	<i>Boa constrictor</i>	BOIDAE
3	Caimán	<i>Paleosuchus palpebrosus</i>	ALLIGATORIDAE
4	Caimán de anteojos	<i>Caiman crocodylus</i>	ALLIGATORIDAE
5	Charapa	<i>Microrussp</i>	PODOCNEMIDIDAE
6	Charapa	<i>Podocnemis expansa</i>	PODOCNEMIDIDAE
7	Chonta	<i>Clelia</i>	COLUBRIDAE
8	Coral	<i>Microrus sp</i>	ELAPIDAE
9	Culebra ciega	<i>Amphisbaena alba</i>	AMPHISBAENIDAE
10	Culebra ciega	<i>Amphisbaena fuliginosa</i>	AMPHISBAENIDAE
11	Culebra equis	<i>Bothorop satrox</i>	VIPERIDAE
12	Dipsa	<i>Dipsas gracilis</i>	COLUBRIDAE
13	Falsa coral	<i>Oxyrhopus pelota</i>	COLUBRIDAE
14	Lagartija	<i>Anolis sp</i>	TEIIDAE
15	Shushupe	<i>Lachesis muta</i>	VIPERIDAE

Fuente: Departamento de Planificación del GADMCJS 2015.

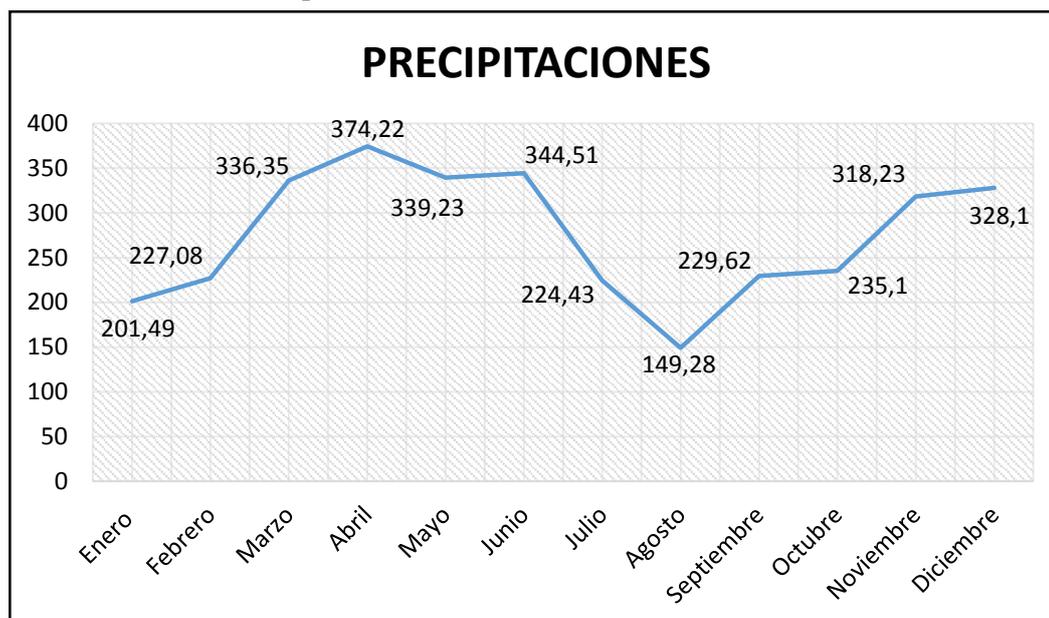
En La Joya de los Sachas es posible encontrar gran variedad de reptiles, las especies más comunes son: caimán de anteojos (*Caiman crocodylus*), culebra ciega (*Amphisbaena alba*), boa (*Boa constrictor*), tortuga charapa (*Podocnemis unifilis*), culebra equis (*Bothorop satrox*), entre otras.

5.3.2. Aspectos climáticos (Precipitación - Temperatura - Humedad - Heliofania)

1. Precipitaciones.

Las precipitaciones en el Cantón La Joya de Los Sachas presenta un promedio mensual de 275,64 mm de lluvia distribuida durante todo el año (GADMCJS E. t., Aspectos Climático (Precipitación-temperatura-humedad-heliofanía), 2010).

Gráfico N° 1 Precipitaciones



Fuente: Palmar del Río (2003-2011) 2012

Elaborado por: Equipo técnico del GADMCJS

Tabla N° 1 Precipitación mensual

Días de Lluvias													
Año	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total días lluvias
2009	17	18	21	17	16	17	14	8	13	10	14	12	177
2010	7	14	15	14	15	18	15	9	9	10	13	13	152
2011	15	21	26	27	26	20	26	18	17	14	23	27	260
2012	23	21	30	25									

Fuente: Palmar del Río (2003-2011) 2012

Elaborado por: Equipo técnico del GADMCJS

2. Clima, factores climáticos, temperatura.

Clima:

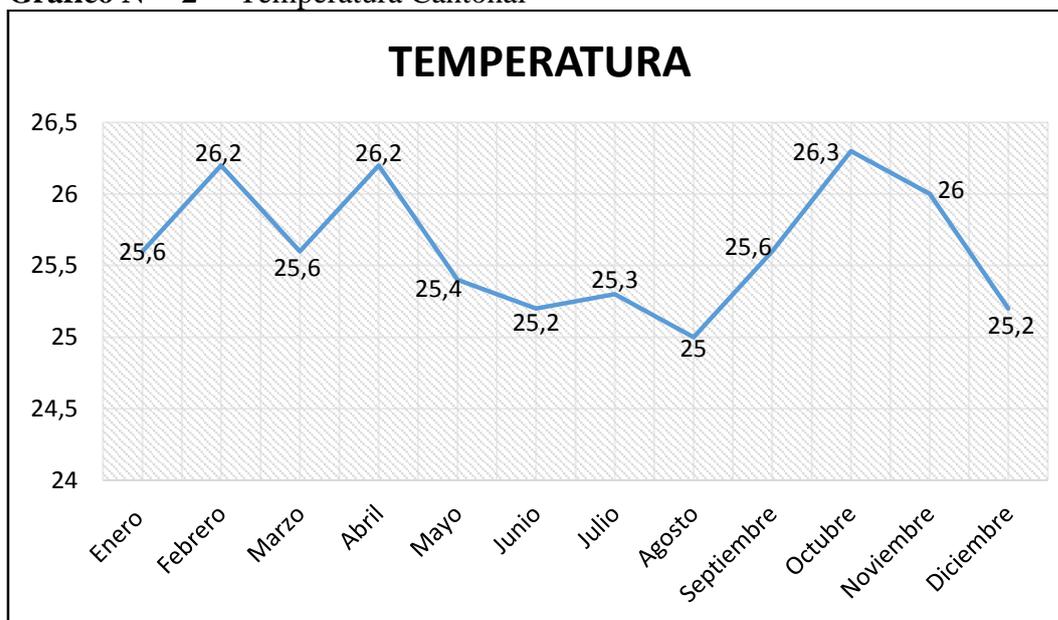
El clima del cantón La joya de Los Sachas, de acuerdo a la Propuesta Metodológica para la Representación Cartográfica de los Ecosistemas del Ecuador Continental, elaborado por el Ministerio del Ambiente del Ecuador, 2012, es Pluvial; caracterizado por la inexistencia de una época del año con falta notoria de agua disponible en el suelo para la vegetación.

Durante 2 o 3 meses disminuyen algo las precipitaciones o cantidad de lluvia, pero no llega a producirse una escasez significativa de agua, con lo cual el crecimiento de las plantas se mantiene si las temperaturas no bajan de forma notable. Esta es una región con una notable capacidad hídrica, fruto de ellos son los caudales de los ríos que circundan el territorio cantonal.

No obstante, la conservación de estas condiciones climáticas está relacionada al respeto al ambiente y la correcta aplicación de normas de subsistencia de los microclimas y sus variables primarias.

Temperatura:

Gráfico N° 2 Temperatura Cantonal



Fuente: Palmar del Río (2003-2011) 2012
Elaborado por: Equipo técnico del GADMCJS

En el Mapa, que a continuación se observa que la mayor parte del territorio cantonal se encuentra dentro de la zona de temperatura del rango de 24 – 26 grados centígrados promedio anual. Y una muy pequeña parte, que corresponde a la zona alta del sector de Sardinias, con temperatura media anual de 22 a 24 °C. (GADMCJS E. t., Aspectos Climatico (Precipitación-temperatura-humedad-heliofanía), 2010).

El desarrollo del proyecto necesita de métodos y técnicas de investigación para saber cómo lograr la satisfacción del posible cliente.

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

5.4 Tipos de Investigación

El trabajo de investigación corresponde a un diseño no experimental; se basa en la investigación de descriptiva, investigación de campo y documental.

a. Investigación descriptiva.

El objetivo de la investigación descriptiva fue construir un listado de preguntas dirigido a la población del Cantón La Joya de los Sachas, posteriormente se la ejecutó y finalmente permitir realizar las tabulaciones e interpretaciones de resultados, información que contribuyó para determinar es estudio de mercado.

b. Investigación de campo

Para el desarrollo de este proceso investigativo requirió obtener información directa en el área de la actividad, realizando técnicas de observación directa y encuesta a la población, resultados que fue fundamental, en el presente trabajo investigativo, para caracterizar a la competencia existente y determinar la (preferencias, perfil, rentabilidad) aceptación del servicio Eventos y Banquetes a la población.

c. Investigación documental

Por medio de la investigación documental facilitó realizar consultas en documentos (libros, revistas, periódicos, memorias, investigaciones, estadísticas, técnicas, métodos, etc.), lo que permitió establecer la revisión de literatura, metodologías y procedimientos para aplicarlos en la factibilidad técnica y

económica, así como también realizar la caracterización y estructura del plan y modelo de negocio propuesto

5.5 Realizar el diagnóstico situacional del área de estudio

Para realizar el diagnóstico situacional del Cantón La Joya de los Sachas se empezó con la investigación de campo y bibliográfico.

- Límites
- Reseña histórica
- Diagnóstico demográfico
- Diagnóstico económico
- Análisis socio cultural
- Atractivos naturales y culturales.

5.5.1 Levantamiento de información aplicando la encuesta

Para el estudio se ha tomado los 11.264 habitantes del Cantón como universo más los 500 turistas según el Municipio, del cual se aplicó la formulación respectiva.

5.5.2 Elaboración de las encuestas

Para el desarrollo de las encuestas se aplicó un test un 12 preguntas, estructurada de la siguiente forma: tres para conocer el perfil del encuestado y 9 para conocer gustos, preferencias y conocimientos del tema Eventos y Banquetes, esta dirigidas a la población del Cantón La Joya de los Sachas, de los cuales 100 a los habitantes del sector, 5 a turistas nacionales y 10 internacionales.

- **Selección de la muestra.-** El cálculo del tamaño de la muestra se realizó utilizando la fórmula de Canavos (1998), la misma que se detalla a continuación:
- Definir la población

- Identificar el marco de muestra
- Determinación el tamaño de la muestra
- Seleccionar el proceso de muestreo
- Seleccionar la muestra

5.5.3 Procesamiento de los Datos

Se realizó la aplicación de encuestas, iniciando con toma de datos para luego continuar con las respectivas preguntas.

- **Análisis de la información.-** Luego se realizó el análisis mediante la aplicación de la estadística descriptiva, obteniendo resultados de las diferentes variables de la encuesta aplicada a la población del Cantón La Joya de los Sachas
- **Interpretación.-** Se realizó una observación y medición cuidadosa, empleando técnicas de investigación adecuada, dando importancia que surge un nuevo enfoque de examinar los gráficos.

5.6 Establecer el plan de negocios, mediante la metodología de CANVAS

5.6.1 Metodología

La metodología de CANVAS consta de 9 módulos donde sinérgicamente compuesto se relacionan en ¿QUÉ?, ¿A QUIEN?, ¿CÓMO? y ¿CON QUE RECURSOS? contamos para la creación de la empresa

5.6.2 Introducción

La metodología CANVAS es una herramienta muy sencilla y fácil de aplicar para identificar el modelo de negocio de una forma rápida y fluidez.

5.6.3 Aplicación de la Metodología CANVAS

Para la aplicación de la metodología se tomó la estructura de los 9 módulos elaborados para desarrollando las siguientes actividades: (Alexander & Yves, 2010)

5.6.4 Paso 1: Segmento de cliente

Para el desarrollo del primer paso se realizó la determinación del cliente objetivo segmento a los habitantes del Cantón La Joya de los Sachas en donde se desarrollara la actividad y ubicación de la empresa.

5.6.5 Paso 2: Propuesta de valor

En base a la determinación de la competencia indirecta existente en el sector por parte del grupo hotelero se propone la creación de un negocio único e independiente, para ello se tomó en cuenta lo siguiente:

- Un buen servicio con calidad y confort.
- Excelente presencia y una buena higiene
- Variedad del producto y servicio
- infraestructura cómoda
- Equipo de última Tecnología

5.6.6 Paso 3: Canales de Distribución

Se consideró establecer contacto con los clientes, por medios de comunicación como: el teléfono y los E-mail para las negociaciones.

Para llegar al mercado y que conozcan el producto y servicio se utilizará: Las Redes Sociales, emisora y hojas volantes.

Para evaluación y mejoramiento de servicio, se considera colocar un Buzón de sugerencias dentro de las instalaciones.

5.6.7 Paso 4: Relación con los Clientes

La relación con los clientes es muy importante por eso se tomó en consideración cuidar la imagen empresarial frente a los clientes brindando un buen servicio

Como característica del producto y servicio final, es la estrecha relación que se tiene con los clientes y siempre estaremos en la necesidad de realizar atención caracterizada, para ello se tomara en cuenta lo siguiente:

- Brindar una buena atención,
- Tratar con amabilidad,
- Hacerlos sentir valorados e importantes

5.6.8 Paso 5: Fuentes de Ingreso

La fuente de ingreso de la empresa será por la venta de servicio (alimentación - recreación), es importante mantenerse en el mercado y para ello se consolidó los 4 Pasos abordados como: Segmentación de clientes, propuesta de valor, relaciones con los clientes y canales de distribución.

5.6.9 Paso 6: Recursos clave

Como recurso clave se consideró 3 aspectos fundamentales que necesitaremos en la empresa:

- Personal - empleados,
- Capital – Aportaciones e Infraestructura.

5.6.10 Actividades claves

Se tomara en consideración la actividad principal el **buen servicio al cliente**, esta actividad tiene relación con la propuesta de valor elaborada como es el servicio de calidad, entonces es muy importante conocer sobre cómo mejorar

esta temática “organización de eventos.

5.6.11 Paso 8 Socio Claves

Para el funcionamiento de la empresa se considera relacionarnos con miembros responsables considerados; **proveedores**, quienes serán aportadores de la materia prima de producto para la empresa, las misma que la transformará esa materia en servicio. Es importante buscar proveedores de alimentos, bebidas, materiales y equipos.

5.6.12 Paso 9 Estructura de costes

Para concretar el funcionamiento del modelo de negocio es indispensable manejar aquellos costos y para ello se priorizó: pedido a proveedores, impuestos, RR. HH, Publicidad, adquisición de terreno, construcción del local.

5.7 Identificar la creación de la empresa de eventos y banquetes “el ensueño de tu vida”, en el barrio Amazonas.

Para la identificación de la empresa de Eventos y Banquetes se tomará en cuenta los siguientes aspectos requeridos:

5.7.1 Área de requerimiento

Para la determinación del terreno se analizó las dimensiones necesarias y acordes para el funcionamiento de la actividad

5.7.2 Determinar la ubicación

La empresa organizadora de Eventos y Banquetes “EL ENSUEÑO DE TU VIDA” se encontrara ubicada en la ciudad de Joya de los Sachas en la Av. Alejandro Labaka y 12 de febrero

5.7.3 Implementación de equipos y materiales

Se efectuó un listado de requerimiento para cada área específica del Centro de Eventos y Banquetes, entre las áreas tenemos:

- 2 Salones
- Pista de baile
- Cocina
- Bar
- Parqueadero
- Baños
- bodega
- oficina

5.7.4 Distribución física del salón de eventos (plano)

La Empresa de Eventos y Banquetes EL ENSUEÑO DE TU VIDA estará compuesta por dos salones un grande y un pequeño con capacidad para 300 en montaje para banquetes, el cual puede ser dividido en más pequeños dependiendo la necesidad del cliente.

- Propuesta para la construcción
- Distribución física del salón
- Instalaciones
- Equipamiento de la empresa
- Equipamiento Mobiliario
- Planificación y organización operativa
- Montaje de salones
- Servicios
- Obligaciones
- Procesos del servicio
- Organización Legal de la Empresa
- Análisis Financiero

f. RESULTADOS

6.1 Realizar el diagnóstico situacional del área de estudio

El Cantón de La Joya de los Sachas se encuentra ubicada al noroeste de la provincia de Orellana; teniendo por cabecera del Cantón la ciudad que lleva su nombre -La Joya de los Sachas- la cual es la segunda ciudad más grande de la provincia de Orellana, por lo tanto la principal arteria del Cantón, convirtiéndose en el eje comercial y económico entre las poblaciones del Coca -Francisco de Orellana- y Lago Agrio.

a. Límites

- **Norte:** Provincia de Sucumbíos
- **Sur:** Cantón Puerto Francisco de Orellana
- **Este:** Provincia de Sucumbíos
- **Oeste:** Cantón Puerto Francisco de Orellana.
- **Topografía:** Altura promedio de 267 a 285 msnm.
- **Precipitaciones:** Promedio anual de 2650 a 4500 mm, siendo los meses de mayo a noviembre con mayor pluviosidad.
- **Población:** 37.591 habitantes (INEC, Censo 2010).
- **Clima:** Muy húmedo tropical. Temperatura promedio anual 28° C.
- **Suelos:** Suelos arcillosos de textura delgada y características ferruginosas, y suelos medios de textura media.
- **Parroquias:** Joya de los Sachas su cabecera cantonal, Rumipamba, Enokanki, Pompeya, San Sebastián del Coca, San Carlos, Unión Milagrena, Tres de Noviembre y Lago San Pedro.

b. Reseña histórica

Con nostalgia por los años transcurridos y el recuerdo de aquellos momentos inolvidables, los fundadores de La Joya de los Sachas cuentan parte de aquella epopeya.

El año 1971 marcó una época en la historia del Ecuador, fue el inicio del Boom Petrolero en nuestro país y precisamente este hecho es el que dio origen al presente relato, que más que una simple narración de los hechos, es la historia viviente de cómo se formó lo que hoy conocemos como el Cantón La Joya de los Sachas.

El 25 de marzo de 1971, el señor Segundo Criollo junto a su hermano Alcides Criollo, que ya conocían las bondades de estas tierras, partieron rumbo al Oriente, desde su tierra natal San Fernando provincia del Azuay, primeramente llegaron a la Shell, provincia de Pastaza, lugar donde se encontraron con el señor Germán Torres su esposa Angélica Llerena y el señor Jorge Gallegos, los mismos que basados en la amistad que existía entre todos les invitaron a conocer un pueblito que llevaba de nombre Cascales, donde la familia Torres ya tenían sus fincas con pequeños cultivos.

Varios fueron los días que pasaron en Cascales, este grupo de amigos aventureros que lo único que tenían en mente era encontrar un lugar digno donde conseguir mejores días para sus familias, una tarde y luego de varias conversaciones decidieron ingresar más a la amazonia siguiendo las trochas que dejaban quienes en aquel entonces laboraban en las empresas petroleras, en este viaje realizaron Germán, Francisco y Demetrio Torres, las señoras Angélica Llerena, Estefanía Crespo, con sus hijos Lupe y Abel Torres, José Pastaza, Antonio Merizalde, Jorge Gallegos y el niño Manuel Llerena, muchos fueron los obstáculos que tuvieron que atravesar como pantanos, ríos, torrenciales aguaceros, encuentro con animales silvestres, con decisión y habilidad construían improvisados campamentos donde en algunas ocasiones preparaban sus alimentos y descansaban, agotados por los varios días de caminata un jueves 01 de abril de 1971, llegan a este sitio donde inmediatamente tomaron posesión de las tierras y decidieron conformar una pre-cooperativa agrícola.

Nada era fácil en ese entonces, vías de acceso no existían, apenas se podía caminar por las trochas en medio de la impenetrable selva, a todo ello se suma que estas tierras aparentemente ya tenían otros dueños como la pre-cooperativa San Francisco de Quito y otro grupo liderado por un ingeniero de nombre Jorge

Espinoza, quien era empleado de la compañía DOCHI, pero más fue el coraje y la valentía desafiaron todo peligro quienes se convertirían más tarde en los fundadores de este pueblo.

De acuerdo a lo que manifiestan los primeros habitantes de este sector el 23 de abril de 1971 se nombra y posesiona legalmente a la primera directiva de esta organización, que debido a la exuberancia y belleza de sus tierras los primeros colonos querían bautizarle con un nombre que llame la atención a todos.

Se tomó como referencia el primer pozo petrolero que se encontró y perforo en este sector y se llamó “SACHA 7” que en el léxico Quichua significa “SELVA o MONTE” más tarde en una de tantas reuniones y cuando parecía que no encontrarían un nombre apropiado uno de los participantes en la reunión al no ponerse de acuerdo exclamó en tono de burla, “SOMOS UNA JOYA”, quienes dirigían la sesión dijeron ya está, consideremos que “JOYA” significa algo precioso o excelente por lo que antepondremos y el nombre de la pre-cooperativa será “LA JOYA DE LOS SACHAS”, inmediatamente todos comentaron al respecto e indicaron estar de acuerdo ya que este lugar es una “JOYA EXUBERANTE”.

La Fundación de; “LA JOYA DE LOS SACHAS” verdaderamente es un episodio único y merece especial atención.

Que este hecho sea recordado como testimonio de un triunfo de fe, que llevó a un grupo de personas a edificar un pueblo con costumbres y tradiciones diferentes, pero con un mismo objetivo buscar un futuro promisorio para sus descendientes.

Hombres y mujeres desafiando la crudeza de la naturaleza, las adversidades de la vida, llegaron a este territorio que les cobijó y les ofreció, la gran oportunidad de conocer el prodigio que esta tierra fecunda les ofrecía; algunos habían llegado antes a este sector pero no como colonos, sino como

trabajadores de las compañías petroleras asentadas en estos sitios como el señor Justo Becerra, Víctor Guallas entre otros.

La organización de este lugar continuaba sustentada en las acciones de la pre-cooperativa “LA JOYA DE LOS SACHAS”, la Directiva de aquel entonces destinó un lote de terreno de 250 metros de largo por 100 metros de ancho, para la construcción de las viviendas del centro poblado. Lugar donde ahora se ubica el Hotel Americano, allí se levantó el primer rancho de pambil, frente a esta vivienda se empezó a construir la escuela Ciudad de Ibarra, siendo sus primeros profesores los señores Wilson Ron y Clara Guevara; que fueron los primeros educadores. Cuatro meses después se incorporaron los profesores Leonardo Salazar, Ubaldo Chacha y Auduberto Izurieta”.

Transcurría el año 1976, debido a la fuerza del invierno, los caudales de los ríos aumentaron y se desbordaron, arrasando los puentes de comunicación sobre los ríos Coca y Aguarico, la fuerza de azote natural, dejó aislados e incomunicados a los colonos residentes en la zona y pueblos vecinos. Aquellos días fueron difíciles, las pocas raciones de alimentos que llegaban del Gobierno Central no abastecían, pero la bonanza y la riqueza de estas tierras, permitió a los pobladores superar rápidamente los problemas ocasionados por la naturaleza, en aquellos tiempos la cacería y la pesca era una bendición y había abundancia, por lo que en poco tiempo las construcciones mejoraron, empezaron a abrir trochas que más tarde se convertirían en calles así como también empezaron a llegar más colonos de diferentes partes del país.

Uno de los principales factores para el avance de estos pueblos fue sin duda, la presencia de las compañías petroleras que se constituyeron en valiosas fuentes de trabajo, con lo cual se mejoró la calidad de vida de los primeros habitantes que se asentaron en estas fructíferas tierras que les abrió las puertas.

Han transcurrido 41 años de este acontecimiento y es preciso que los pobladores que llegamos después, conozcamos quienes fueron los héroes que con valentía y coraje se asentaron en estas tierras donde hoy con orgullo flamea la bandera de “LA JOYA DE LOS SACHAS”.

Es necesario que, como merecido homenaje a ellos, las calles, avenidas, parques, edificaciones importantes, establecimientos educativos y más, lleven sus nombres para orgullo de sus familias y para inmortalizar aquella inolvidable hazaña. (ARQUITECTOS, 2015)

c. Diagnóstico Demográfico

- **Población**

El Cantón La Joya de los Sachas se encuentra ubicado en la Provincia de Orellana, con una superficie aproximada de 1.202,12 Km² (0,5% del territorio nacional). Su población alcanza a 37.591 habitantes según el último censo de población y vivienda realizado en noviembre del año 2010; 11.228 personas más que en el censo 2001, es decir, con un incremento poblacional del 42,58% en el período intercensal.

La mayor población del cantón es masculina con un 52,98%, cifra que difiere en 3.16% con la media nacional de 49,82%. Según datos del Censo 2010 el 69,46% de la población se encuentra en la zona rural y en la urbana el 30,54%. Existe una relativa congruencia entre la mayoritaria presencia de hombres al nivel urbano y rural (52,45% y 53,38% respectivamente) que obedece a la demanda de mano de obra principalmente vinculada a las actividades petroleras y agrícola/ganaderas. (Consultor, 2010)

- **Educación**

Según datos proporcionados por la Dirección Provincial de Educación de Orellana, se tiene un total de 12.798 alumnos matriculados en establecimientos de nivel inicial a bachillerato en el periodo 2011-2012 de las cuales 6.469 son de género masculino y 6.329 de género femenino.

El número de profesores a nivel de todo el cantón es de 848, de los cuales 252 corresponden al género masculino y 596 es de género femenino, en cuanto al personal administrativo en cada uno de los planteles educativos se encuentran

16 del género masculino y 28 de género femenino que sumados dan un total de 44 personas.

Se evidencia que en los profesores y personal administrativo la mayoría está integrado por mujeres, en cuanto a los estudiantes, del número total de estudiantes se indica que existe igual interés de superación en los dos géneros afirmando la igualdad de derechos y oportunidades que en la actualidad se vive.

d. Diagnóstico económico

El análisis de este componente parte de la descripción, evaluación y análisis de la situación actual y del entendimiento de realidad económica del Cantón La Joya de los Sachas; donde también componentes como la política y la dinámica social han generado estructuras distintas a las de otros territorios, por lo tanto, implica un conocimiento cuantitativo y cualitativo de la realidad existente y una apreciación de las posibles tendencias de los fenómenos, lo cual permite realizar proyecciones de las diversas restricciones técnicas y políticas sobre las que se desarrolla la economía cantonal y parroquial.

Dentro del presente análisis se describen las actividades agropecuarias y de comercio, que básicamente concentran la vocación cantonal. Con respecto a las actividades de turismo, se avizora un escenario en donde se debe incentivar al fomento de los atractivos e incrementar la capacitación a la población sobre las bondades del territorio; potenciando la dinámica actual en actividades conexas como alojamiento, alimentación, comunicación y transporte; contando con un plan que permita visualizar una estrategia de progreso sobre la misma.

En las zonas rurales donde se genera la producción agrícola se percibe la falta de apoyo técnico para incrementar los rendimientos y la productividad de los cultivos; sin embargo a lo largo del territorio se observan esfuerzos por mantener la producción de cacao, café, maíz productos que van al mercado; es urgente entonces, diseñar políticas agrarias, tecnificación y capacitación a la agricultura, donde el estado y los gobiernos autónomos tiendan una agenda con el sector agropecuario cantonal.

Análisis de la PEA:

La Población Económicamente Activa PEA está conformada por las personas de 5 años y más que trabajaron al menos una hora en la semana de referencia, o que no laboraron, pero tuvieron empleo (ocupados), o bien, aquellas personas que no tenían empleo, pero estaban disponibles para trabajar y buscaban empleo –desocupados-.

Según el censo del INEC 2010 en el cantón son el 59,36% del total de la población, que equivale a 22.313 personas; de los cuales el 53,88% son hombres y el 46,12% son mujeres; entre los rangos de edad de 15 a 65 años.

e. Análisis Socio Cultural

De todas estas organizaciones, 16 pertenecen a una organización de segundo nivel como es el FICKAE (Federación Interprovincial de comunas Kichwas de la Amazonía ecuatoriana), 4 forman parte de FEPIO (Federación de Pueblos Indígenas Omaguas) y los demás no forman parte de ninguna organización de segundo nivel. Cabe mencionar que a nivel del Cantón no existe una organización que busque aglutinar a todas estas comunidades, además en estas comunidades encontramos una gran parte de superficie de territorio del Cantón y en donde guardan una gran inmensa biodiversidad natural y cultural.

El Municipio de La Joya de Los Sachas a través el Patronato Municipal de Amparo Social se ha empeñado en rescatar y revalorizar el patrimonio cultural local, mediante proyectos y propuestas para la recuperación y la revitalización de los saberes ancestrales de las Nacionalidades, teniendo como normativa una ordenanza: (INEC, 2010).

Cuadro N° 10 Análisis Socio Cultural

PARROQUIA	ORGANIZACIONES KICHWAS
3 de Noviembre	Asociación Kichwa Heliconia "Aigaje"
3 de noviembre	Asociación 12 de Febrero
Enokanqui	Centro Omagua de San Francisco de Kichwa
Enokanqui	Recinto Nuevo Santo Domingo
Enokanqui	Asociación Ramal San Francisco
Joya de los Sachas	J Asociación Primero de Mayo
Joya de los Sachas	Comuna Huamayacu
Lago San Pedro	Comuna Juan Montalvo
Lago San Pedro	Agrupación Tanguila
Pompeya	Comuna Pompeya
Pompeya	Comuna San Antonio
Pompeya	Comuna San Francisco de Chicta
Rumipamba	Comuna Rumipamba
3Rumipamba	Comuna Bernayacu
San Carlos	Comuna San Carlos
San Sebastián del Coca	Comuna Huataracu
San Sebastián del Coca	Comuna Kichwa San Pablo
San Sebastián del Coca	Comuna San Pablo Sur
San Sebastián del Coca	Comuna Sardina
San Sebastián del Coca	KichwaToyuca
San Sebastián del Coca	Comuna San José
San Sebastián del Coca	Comuna Domingo Playa
San Sebastián del Coca	Comuna Amarun Mesa
Unión Milagreña	Comunidad Omagua Loma de Tigre
Unión Milagreña	Cooperativa Sin Fronteras
Unión Milagreña	Comuna EL Descanso
Unión Milagreña	Agrupación Kichwas San Agustín
Unión Milagreña	Comuna Parotuyaku
Unión Milagreña	Huamayacu

Fuente: INEC - Censo de Población y Vivienda 2010

Elaborado por: Equipo consultor, 2015

Nacionalidad kichwa.- Según el último levantamiento de la información realizada, para el PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL, las nacionalidades Kichwas del cantón la Joya de los Sachas, se encuentran asentados en las siguientes parroquias. En la Parroquia San Sebastián del Coca: Huataracu, Toyuca, San Pablo Sur, comuna San Pablo Norte, Sardinas. Parroquia Unión Milagreña: comuna El Descanso, Sin Frontera, comuna Parotuyaco, Loma de Tigre, comuna Huamayacu 2. Parroquia Pompeya: Pompeya, Pompeya Chicta, comuna San Antonio, comuna San Francisco Chicta. Parroquia Rumipamba: Rumipamba, Bernayacu. Parroquia San Carlos: Comuna

San Cristóbal de Huamayacu, Comuna San Carlos. Parroquia Enokanqui, Centro OmawasKichwa San Francisco, Ramal San Francisco, Nuevo Santo Domingo. Parroquia Lago San Pedro, Juan Montalvo, Agrupación Tanguila, Parroquia Tres de Noviembre: 12 de Febrero. Las comunidades que pertenecen a la cabecera parroquial de Sacha, se conoce por zonas: zona 5: San Agustín. Zona 6; 1 de mayo. Las nacionalidades asentados en este hermosa cantón la Joya de los Sachas, son mayor parte descendientes de Napo Runas; en la comunidad Parotuyaco habitan las familias Capinoas, denominados Kichwas hablantes Coca runa.

El Idioma La población de las nacionalidades a nivel del cantón la Joya de las Sacha, es de 5.908 personas Kichwas, no hay asentamientos de otras etnias, constituye el 13% de la población del cantón la Joya de los Sachas.

Cultura. Las nacionalidades Kichwas del cantón la Joya de los Sachas, tiene una cultura particular, esto es una de las mayores riquezas; se presentan a través de las diferentes manifestaciones y mantienen la cultura viva: la expresión del idioma, la gastronomía, danza, música, artesanía, los saberes ancestrales.

La Vida de los Kichwas. Las nacionalidades por sus ancestros, tienen la vida en contacto con la naturaleza, y tienen un territorio permanente relación, con el hombre y la naturaleza. Permitiendo el desarrollo, de sus habilidades, capacidades, que da nuestra pacha mama, la selva, de las lagunas, cascadas, la flora y la fauna. Las nacionalidades han sido los primeros guardianes de la selva, en diferentes comunidades asentadas.

Artesanía Kichwa. Las nacionalidades Kichwas tienen una potencialidad en elaboración de artesanía utilizando semillas, fibras y otros materiales del medio, para construir y tejer, como ashanka, guami, collares, lanzas, coronas, pulseras, aretes.

Gastronomía Kichwas Las nacionalidades Kichwas del cantón la Joya de los Sachas, son expertos por sus saberes ancestrales de sazonar a sabor natural. Los maytos de pescados: bocachico, bagre, sábalo, pintadillo, maytos de mayón

con palmitos, verdes rallados o la mazamorra de guanta, gallina criolla, guatuso, armadillo, saíno, venado, caldo de todo tipo de pescado y carne del monte.

La Medicina Natural. Las nacionalidades Kichwas del cantón, a través del programa de saberes ancestrales, se fortalece mediante la capacitación a un grupo de personas de yachak, pajuyuk, y parteras, quienes están al servicio de sus comunidades Kichwas. Nuestra selva es rica en plantas medicinales, como: sangre de drago, leche de sandi, zaragoza, rabo de mono, chaluwakara, ajimjibre, chuchuwaso y otras, muchos estos remedios son aplicados a través de un culto propio de las nacionalidades Kichwas.

Los Shamanes. Los Yachak o curanderos, es una cultura milenaria indiscutible, sabio de nuestros ancestros que guardan en silencio sus secretos. Los yachak viven en todas las comunidades del cantón La Joya de los Sachas, también se conocen como naturista, porque se aplican dos métodos. Los shamanes para curar consumen el ayahuaska, y utiliza como herramienta de trabajo el famoso surupamka, sirve para aventar el mal viento, el mal espíritu, también ocupa el trago este tipo de ritos aún se mantienen vivos en las comunidades, y en el otro método aplican las medicinas naturales de acuerdo a la enfermedad. En las diferentes comunidades indígenas se están explorando y explotando petróleo por lo que existe mayor afluencia de personas mestizas que se están asentando en estos sectores, lo que tiende a conllevar a la pérdida de las culturas de las nacionalidades Kichwas, sin embargo las comunidades procuran conservar su cultura, identidad, patrimonio, artesanía, gastronomía, y música. (INEC, 2010)

f. Atractivos Naturales y Culturales

Recursos Naturales y Culturales .- Al contar con el interés por el desarrollo turístico en el cantón, las facilidades turísticas y el apoyo técnico, los atractivos alcanzarían mayor jerarquía y mejores servicios, lo cual ayudaría mucho para captar mercados tanto nacionales como internacionales, generando la satisfacción de los visitantes que gusten de actividades relacionadas con el ecoturismo, agroturismo, turismo comunitario, turismo de naturaleza y lograr

mejorar la calidad de vida de la población y la conservación del patrimonio turístico mediante el aprovechamiento sostenible de los recursos.

Turismo.- La amazonia ecuatoriana, es rica en diversidad biológica y cultural, cuenta con importantes recursos hídricos y lacustres, áreas silvestre de incomparable belleza, pueblos ancestrales con profundas tradiciones y costumbres y una flora y fauna nativa únicas en el mundo, atractivos que atraen a turistas de todas partes del país y el mundo.

La región del Amazonas o de la selva, situada al este de los Andes, es una de las áreas más accesibles y amistosas para el viajero, el área biológica más rica en la tierra. Hay variedades innumerables de flora, incluyendo más de 4.500 especies de orquídeas, y muchas plantas con valor medicinal. La fauna tal como mariposas, monos, loros, papagayos, delfines de río y caimanes.

La actividad turística en el cantón La Joya de los Sachas, no se desarrolla de forma intensiva, existen centros de recreación privados que son visitados por turistas locales y de las provincias y cantones cercanos, sin embargo existe un sinnúmero de espacios naturales y expresiones culturales que pueden ser aprovechados para desarrollar propuestas turísticas que beneficien a los habitantes del cantón.

Existen bosques húmedos tropicales que albergan una gran diversidad de especies de flora y fauna silvestres que son un verdadero atractivo para el turismo ecológico.

Su potencial turístico está cimentado en la serie de recursos lacustres e hídricos (cascadas, lagos, lagunas, ríos, y esteros), balnearios naturales, museos antropológicos y representaciones étnicas y culturales, que hacen de la geografía y del territorio de La Joya de los Sachas un excelente lugar para el esparcimiento y recreación (Atractivos Turísticos Urbanos y Rurales del Cantón La Joya de los Sachas. (ANEXO N° 1 Pág. 181).

Cuadro N° 11 Atractivos turísticos del Cantón

N°	NOMBRE DEL ATRACTIVO	CLASIFICACIÓN DEL ATRACTIVO			LOCALIZACIÓN				J	DESCRIPCIÓN ANEXOS
		CATEGORIA	TIPO	SUBTIPO	PARROQUIA	ALTITUD	LATITUD	LONGITUD		
01	YURAK PACHA	SITIO NATURAL	RIO	CASCADA	LAGO SAN PEDRO	Msnm 282	N996853	E9968538	I	ANEXO N° 1 Pág. 181
02	LA VALLADOLID	MANIFESTACIÓN CULTURAL	OBRAS TÉCNICAS	ESTILO DE CONSTRUCCIÓN	LA JOYA DE LOS SACHAS (URBANA)	Msnm 288	N9971708	E293521	III	ANEXO N° 2 Pág. 184
03	COMPLEJO TURISTICO YANAYACU	MANIFESTACIÓN CULTURAL	REALIZACIONES TÉCNICAS Y CIENTÍFICAS	OBRAS TÉCNICAS	YANAYACU	Msnm 269	N9968538	E286753	III	ANEXO N° 3 Pág. 187
04	PARQUE CENTRAL LA JOYA DE LOS SACHAS	MANIFESTACIONES CULTURALES	REALIZACIONES TÉCNICAS Y CIENTÍFICAS	OBRAS TÉCNICAS	LA JOYA DE LOS SACHAS (URBANA)	Msnm 285	N9966802	E293266	III	ANEXO N° 4 Pág. 190
05	LAGO SAN PEDRO	ATRACTIVO NATURAL	RIO	LAGUNA	LAGO SAN PEDRO	Msnm 239	N9973386	E0283393	III	ANEXO N° 5 Pág. 193
06	CASCADA LAS CONCHAS	ATRACTIVO NATURAL	SITIO NATURAL	CASCADA	3 DE NOVIEMBRE	Msnm 308	N997985	E0285341	II	ANEXO N° 6 Pág. 196
07	MUSEO ARQUEOLÓGICO CICAME	MANIFESTACIÓN CULTURAL	HISTORIA	MUSEO	POMPEYA	Msnm 255	N9951220	E319871	III	ANEXO N° 7 Pág. 199
8	LAGUNA CHAMANAL	ATRACTIVO NATURAL	LACUSTRE	LAGUNA	3 DE NOVIEMBRE	Msnm 331	N9982141	E0279736	III	ANEXO N° 8 Pág. 202
9	CASCADA LAS PIRAÑAS	ATRACTIVO NATURAL	RIO	CASCADA	2 DE SEPTIEMBRE	Msnm 296	N9984910	E0281993	II	ANEXO N° 9 Pág. 205
10	BALNEARIO EL BOSQUE	MANIFESTACIÓN CULTURAL	REALIZACIONES TÉCNICAS CIENTÍFICAS Y ARTÍSTICAS CONTEMPORÁNEAS	OBRAS TÉCNICAS	LAGO SAN PEDRO	Msnm 292	N9972255	E0281993	II	ANEXO N° 10 Pág. 208
11	LAGO VERDE	ATRACTIVO NATURAL	AMBIENTE LACUSTRE	LAGUNA	PARROQUIA SAN SEBASTIÁN DEL COCA	Msnm 368	N9968333	E0281993	III	ANEXO N° 11 Pág. 211

Continúa...

...Continúa

N°	NOMBRE DEL ATRACTIVO	CLASIFICACIÓN DEL ATRACTIVO			LOCALIZACIÓN				J	DESCRIPCIÓN ANEXOS
		CATEGORIA	TIPO	SUBTIPO	PARROQUIA	ALTITUD	LATITUD	LONGITUD		
1 2	GRUPO DE DANZA PUMA URKU	MANIFESTACIÓN CULTURAL	ÉTNOGRAFIA	MÚSICA Y DANZA	UNIÓN MILAGREÑA	Msnm 280	N9961175	E296512	III	ANEXO N° 12 Pág. 214
1 3	ASOCIACIÓN AMARU YAYA	MANIFESTACION CULTURAL	GRUPO ÉTNICO	GRUPO ÉTNICO	SAN CARLOS	Msnm 255	N9950958	E293380	II	ANEXO N° 13 Pág. 217
1 4	LAGUNA LA DEMOCRACIA	ATRACTIVO NATURAL	AMBIENTE LACUSTRE	LAGUNA	SAN SEBASTIÁN DEL COCA	Msnm 270	N9968577	E278332	III	ANEXO N° 14 Pág. 220
1 5	BALNEARIO LA MACAREÑA	SITIO NATURAL	RIO	RIACHUELO O ARROYO	LA MACAREÑA	Msnm 282	N9967413	E283169	II	ANEXO N°15 Pág. 223
1 6	PARQUE LINEAL LA JOYA DE LOS SCHAS	MANIFESTACIÓN CULTURAL	REALIZACIONES TÉCNICAS Y CIENTÍFICAS	OBRAS TÉCNICAS	MARISCAL SUCRE	msnm 300	N9968216	E0281993	I	ANEXO N° 16 Pág. 226

Elaborado por: La Autora

6.1.1 Levantamiento de información aplicando la encuesta

Para el estudio se tomó los 11.264 habitantes del Cantón como universo más los 500 turistas según el Municipio, del cual se aplicó la fórmula respectiva de Canavos (1998), la misma que se detalla a continuación:

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

$$n = \frac{11264 * 0,5 * 0,5}{(11264 - 1) \left(\frac{0,08}{1,75}\right)^2 + (0,5 * 0,5)}$$

$$n = \frac{2816}{23,79}$$

$$n = 118,36$$

=118 Encuestas

Como resultado se determinó que se debe aplicar 118 encuestas entre turistas y habitantes del cantón

6.1.2 Elaboración de las encuestas

Para el desarrollo de las encuestas se aplicó un test con 12 preguntas, estructurada de la siguiente forma: tres para conocer el perfil del encuestado y 9 para conocer gustos, preferencias y conocimientos del tema Eventos y Banquetes, que esta dirigidas a la población del Cantón La Joya de los Sachas, de los cuales 100 a los habitantes del sector, 8 a turistas nacionales y 10 internacionales. (ANEXO N° 17 Pág. 235)

6.1.3 Procesamiento de los Datos

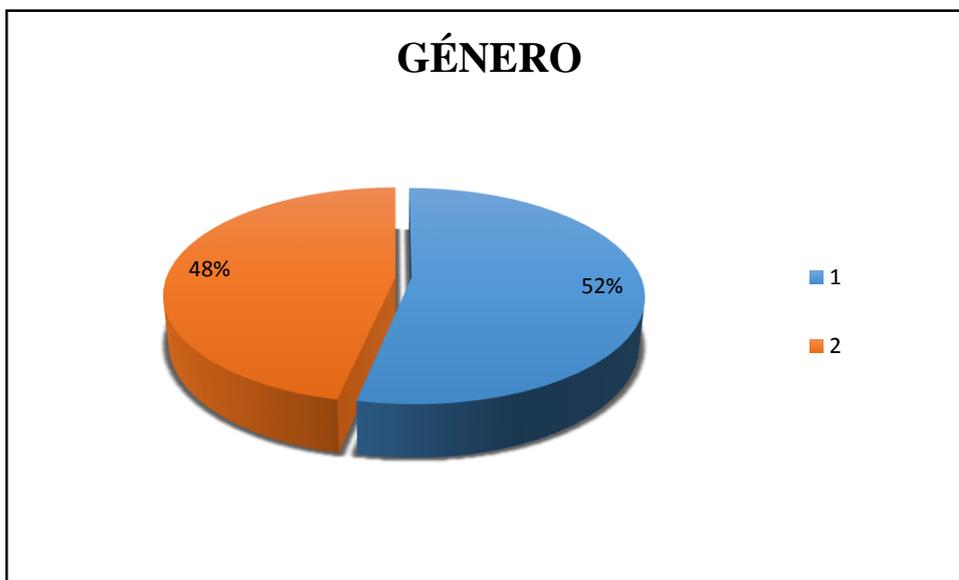
1. Datos informativos

Tabla N° 2 Género

DETALLE	FRECUENCIA	%
Masculino	56	48
Femenino	62	52
Total	118	100

Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 3



Elaborado por: La Autora

Interpretación.- Se observó en el gráfico N° 3 de las 118 personas encuestadas que la mayoría son femeninas con un 52% y masculinos con 48% esto entre habitantes del Cantón, turistas nacionales y extranjeros se tomó esta particularidad para obtener diversas opiniones tanto de quien tome las decisiones en realizar eventos y quien ultime detalles en decoraciones, en todo caso nuestros potenciales clientes son de ambos géneros

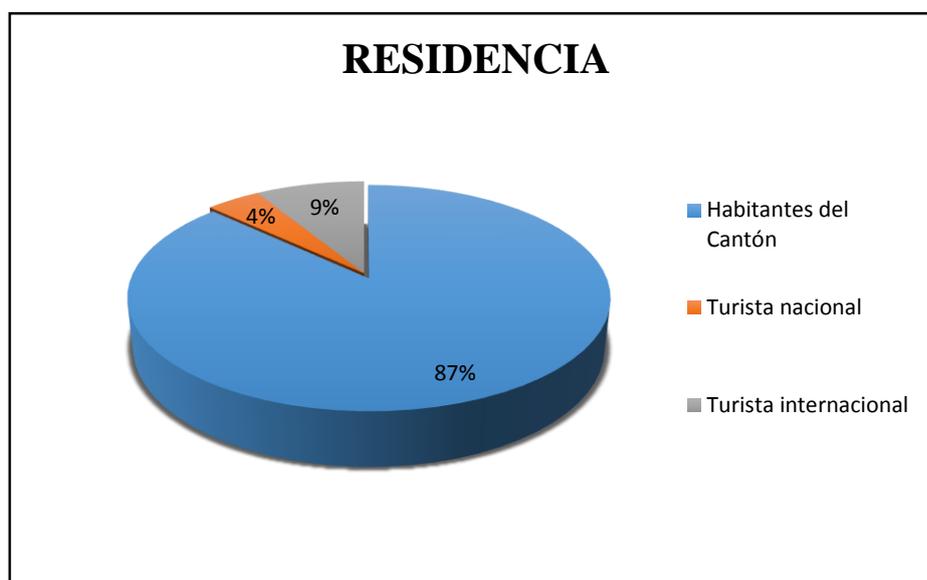
2. Residencia

Tabla N° 3 Residencia

DETALLE	FRECUENCIA	%
Habitantes del Cantón	100	87
Turista nacional	8	4
Turista internacional	10	9
Total	118	100

Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 4



Elaborado por: La Autora

Interpretación.- Como se observó en el gráfico N° 4, el 87% son del sector, 5% nacionales y el 10% extranjeros, por lo tanto está dirigido a los habitantes del Cantón La Joya de los Sachas, considerando que se necesita la opinión de nuestro mercado objetivo.

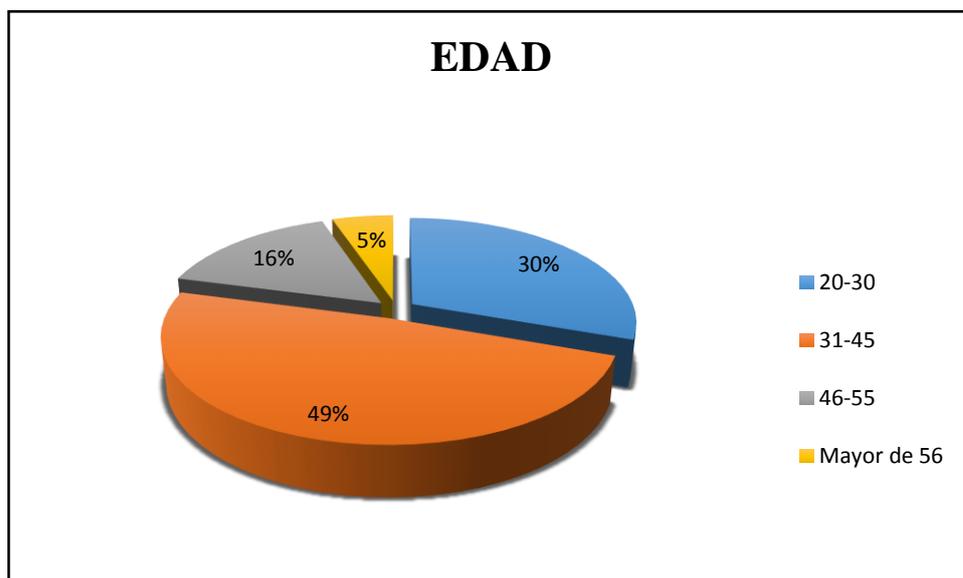
3. Promedio de Edad

Tabla N° 4 Edad

DETALLE	FRECUENCIA	%
20-30	35	30
31-45	56	49
46-55	18	16
Mayor de 56	9	5
Total	118	100%

Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 5



Elaborado por: La Autora

Interpretación.- En el gráfico N° 5 se logró observar que 49% son personas de 31 a 35 años seguido por 30% de 20 a 30, el 16% son de 46 a 55 y un 5% es mayor de 55 años. Esto muestra que la mayoría de las encuestas se realizó a personas entre las edades de 31 a 45 años, teniendo como consideración a un grupo con suficiente madurez que brinde opiniones importantes y confiabilidad para las encuestas.

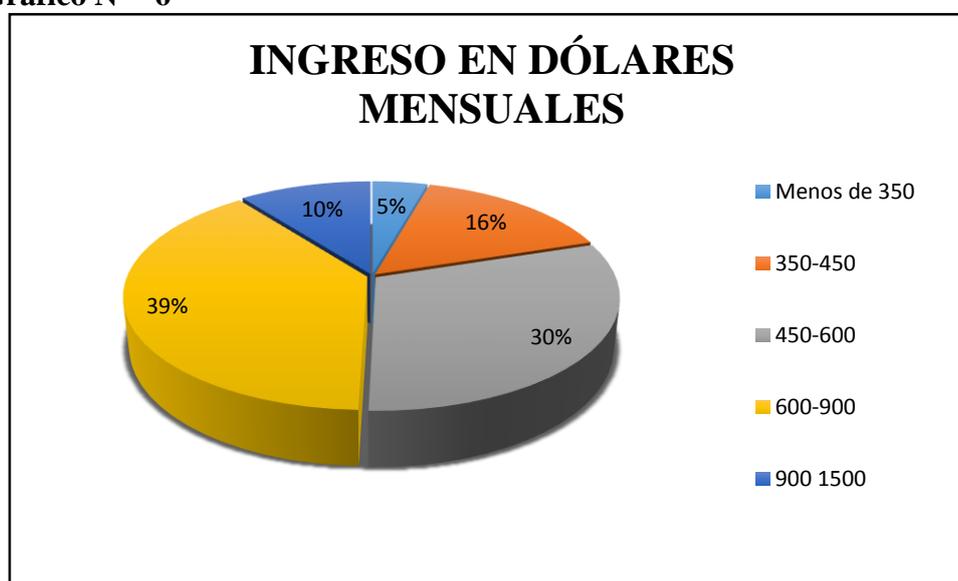
4. Ingreso en dólares

Tabla N° 5 Ingreso en Dólares mensuales

DETALLE	FRECUENCIA	%
Menos de 350	8	5
350-450	18	16
450-600	35	30
600-900	45	39
900 1500	12	10
Total	118	100%

Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 6



Elaborado por: La Autora

Interpretación.- En el gráfico N° 6 se observó que 39% de la población tiene un ingreso mensual de 600 a 900 dólares siendo el más alto en la gráfica, mientras que 30% tienen un ingreso de 900 a 1500, 16% 350 a 450 y el 5% menos de 250. Esto permite determinar que el grupo objetivo más fuerte son las personas que tienen un sueldo mensual que va entre los 600 a 900 dólares, es decir tienen un promedio de 700 dólares de ingresos mensuales, entonces se considera una población productiva y solvente

5. PREGUNTA N° 1

¿Cómo organiza sus eventos?

Tabla N° 6 Organización

DETALLE	FRECUENCIA	%
Independiente	65	56
Grupos Organizados	37	31
Otros	16	13
Total	118	100%

Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 7



Elaborado por: La Autora

Interpretación.- En el gráfico N° 7 se observó que, siendo la pregunta abierta, se eligieron varias alternativas por lo que el total, excede al total de personas encuestadas, es decir, Esta pregunta aclara el número de personas que con frecuencia organizan sus eventos, lo que arroja un resultado del 56% de los encuestados que realizan sus eventos independientemente.

6. PREGUNTA N° 2

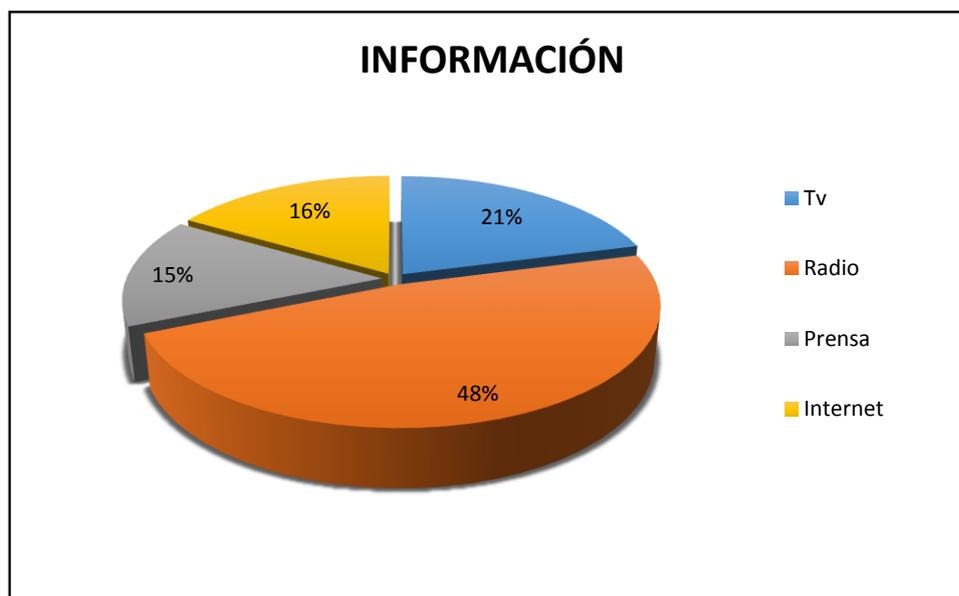
¿A través de qué medios se informa sobre los eventos que se realizan en el Cantón?

Tabla N° 7 Información

DETALLE	FRECUENCIA	%
Tv	25	21
Radio	56	48
Prensa	17	15
Internet	20	16
Total	118	100

Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 8



Elaborado por: La Autora

Interpretación.-En el gráfico N° 8 se destacó, que esta pregunta aclara el número de personas por el cual considera el medio más importante para informarse de los eventos que se desarrollan en el Cantón, lo que arroja un resultado del 48% de los encuestados se informa por la radio.

7. PREGUNTA N° 3

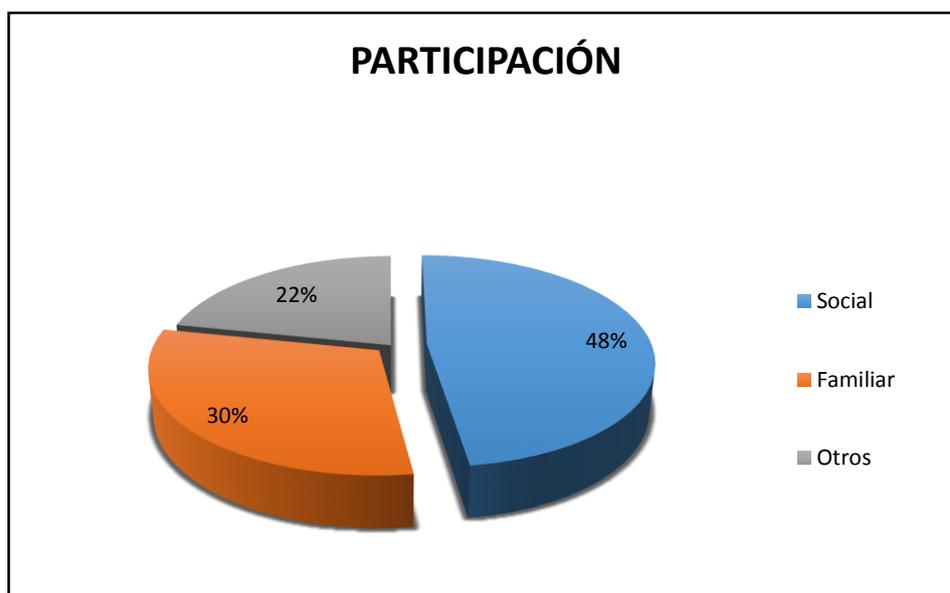
¿Ha participado en algún evento tanto social como familiar?

Tabla N° 8 Participación

DETALLE	FRECUENCIA	%
Social	56	48
Familiar	35	30
Otros	27	22
Total	118	100%

Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 9



Elaborado por: La Autora

Interpretación.- Al observar la gráfico N° 9 observó claramente que el 48% de las personas han asistido a eventos sociales, mientras que 30% han asistido a eventos familiares. Este aspecto es importante para considerar en el proyecto investigativo en la socialización del tema, ya que se cuenta con la mayor población del sector que tiene conocimiento o experiencia, porque asistió a algún evento.

8. PREGUNTA N° 4

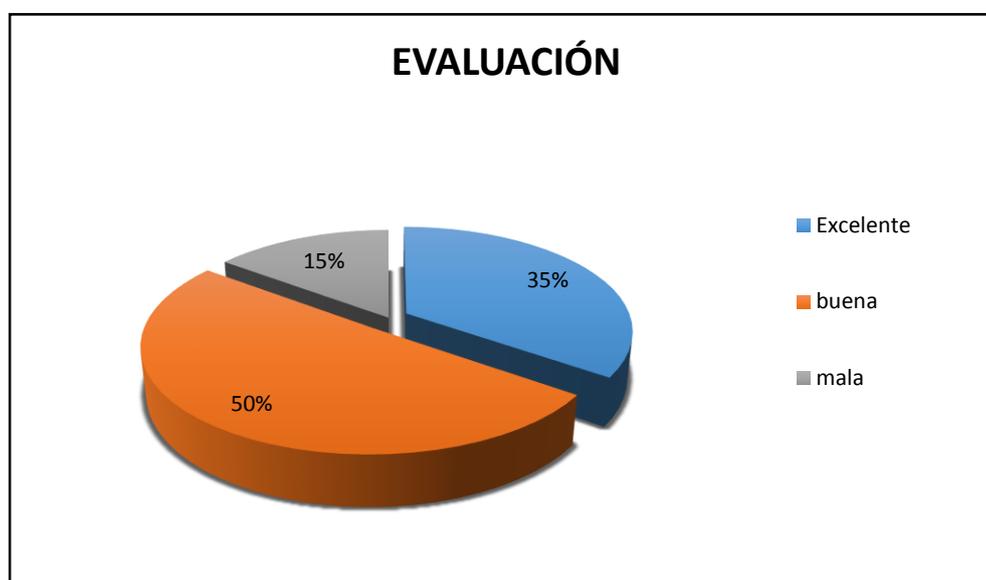
¿Cómo evaluaría la calidad de servicios que brinda dicha empresa?

Tabla N° 9 Evaluación

DETALLE	FRECUENCIA	%
Excelente	41	35
Buena	59	50
Mala	18	15
Total	118	100%

Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 10



Elaborado por: La Autora

Interpretación.-De acuerdo al gráfico N° 10, las personas respondieron que si han asistido a eventos tanto social como familiares; se tomó esta pregunta para saber si los encuestados consideraban el servicio de la competencia, aquellas personas consideraron que el servicio es bueno; lo que nos indica que se debe considerar este factor para brindar servicios de calidad muy alta para todos nuestros posibles clientes. También se pudo conocer que existen muchas personas que no saben cómo se desenvuelve la competencia lo cual nos alienta a seguir adelante con este proyecto.

9. PREGUNTA N° 5

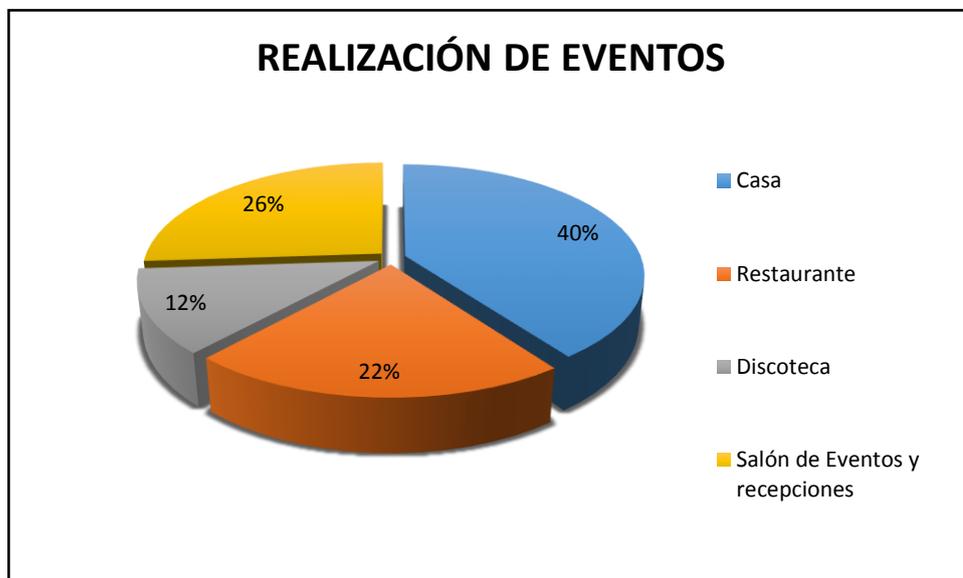
¿En qué establecimiento realizo el evento?

Tabla N° 10 Realización de eventos

DETALLE	FRECUENCIA	%
Casa	47	40
Restaurante	26	22
Discoteca	14	12
Salón de Eventos y recepciones	31	26
Total	118	100%

Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 11



Elaborado por: La Autora

Interpretación.- Se aprecia en el gráfico N° 11 que 40% de las personas realizan sus eventos en sus hogares demostrándonos que es importante tener en cuenta este porcentaje para hacer de nuestra empresa interesante y que puedan acudir a realizar sus eventos. Este detalle se lo considera para determinar la infraestructura a construirse tratando de satisfacer la demanda de sector. También se considerará en ofrecer servicio y comodidades para la celebración de eventos en los domicilios.

10. PREGUNTA N° 6

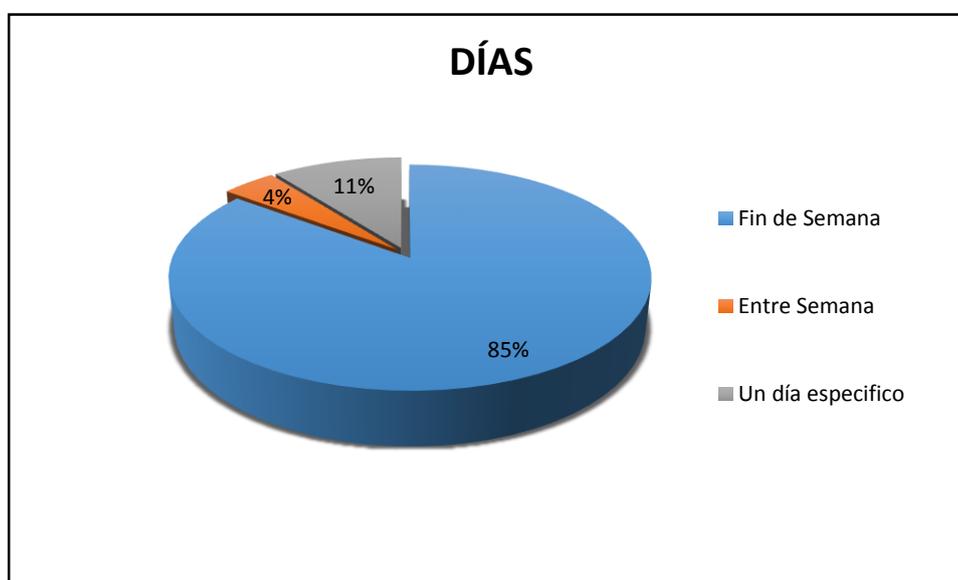
¿En qué días consideraría propicio realizar sus eventos?

Tabla N° 11 Días

DETALLE	FRECUENCIA	%
Fin de Semana	99	85
Entre Semana	7	4
Un día específico	12	11
Total	118	100%

Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 12 Días



Elaborado por: La Autora

Interpretación.- En el gráfico N° 12 los días preferenciales del encuestado para llevar a cabo sus reuniones sociales son en un 85% de preferencia los fines de semana. Este dato obedece a que la mayoría de personas tienen sus días libres en estos tiempos, sin embargo el 11% que es la preferencia hacerlo en el día específico es también bastante considerable.

11. PREGUNTA N° 7

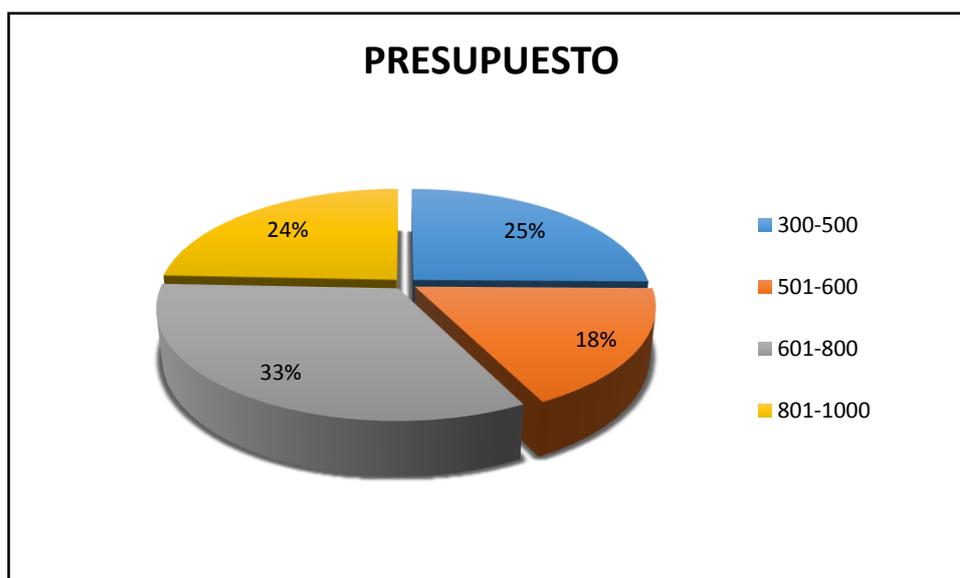
¿Cuánto sería su presupuesto máximo a cancelar por prestación de un servicio en eventos y banquetes?

Tabla N° 12 Presupuesto

DETALLE	FRECUENCIA	%
300-500	30	25
501-600	21	18
601-800	39	33
801-1000	28	24
Total	118	100%

Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 13



Elaborado por: La Autora

Interpretación.- En la gráfico N° 13 se observó que este dato es muy importante para poder realizar las cotizaciones ya que los encuestados manifiestan su capacidad o disponibilidad para contratar el servicio de catering y se puede observar que el 33% prefiere gastar hasta 800 por evento, seguido por el 25% que prefiere gastar hasta 500 dólares por evento, aunque el porcentaje es bajo el 24 % de las personas estarían dispuesta gastar 1.000 por evento no se deberá descuidar este mercado.

12. PREGUNTA N° 8

¿Estaría Ud.¿De acuerdo con la creación de una empresa que brinde los servicios de Eventos y Banquetes en el catón La Joya de los Sachas?

Tabla N° 13 Creación

DETALLE	FRECUENCIA	%
Si	112	95
No	3	2
Otros	4	3
Total	118	100

Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 14



Elaborado por: La Autora

Interpretación.- De acuerdo en el gráfico N° 14, 118 encuestados equivalente al 95% Si están de acuerdo con la creación de una nueva empresa de Eventos y Banquetes en cantón La Joya de los Sachas, las razones más comunes son: un nuevo concepto para escoger, lo mismo de siempre es monótono, hace falta un buen servicio de estos; 8 personas encuestadas equivalente al 2% No están de acuerdo de la creación de una nueva empresa y su razón más importante es la desconfianza.

6.2 Establecer el plan de negocios, mediante la metodología de CANVAS

6.2.1 Metodología

La metodología de CANVAS consta de 9 módulos donde sinérgicamente compuesto se relacionan en ¿QUÉ?, ¿A QUIÉN?, ¿CÓMO? y ¿CON QUÉ RECURSOS? contamos para la creación de la empresa.

6.2.2 Introducción

La metodología CANVAS es una herramienta muy sencilla y fácil de aplicar para identificar el modelo de negocio de una forma rápida y fluidez. La aplicación para el modelo de negocio propuesto con esta metodología, tiene una relación directa con el cliente, ya que se trata de brindar un servicio.

6.2.3 Aplicación de la Metodología CANVAS

1. Segmentos de clientes

El proyecto fue dirigido al público en general que se encontraron en el Cantón La Joya de los Sachas sin clasificación social.

Para segmentar al cliente se elaboró un esquema para identificar y determinar al cliente objetivo.

Tabla N° 14 Población

RUBRO	URBANA	RURAL	TOTAL	%
Hombres	2.970	11.231	14.201	54%
Mujeres	2.852	9.310	12.162	46%
Índice de masculinidad	104	121	117	
Total	5.822	20.541	26.363	100%
%	22	78	100	

Fuente: INEC - Censo de Población y Vivienda 2010

Tabla N° 15 Promedio de edad

DETALLE	FRECUENCIA	%
20-30	35	30
31-45	56	49
46-55	18	16
Mayor de 56	6	5
Total	115	100%

Fuente. Estudio Mercado

Elaborado por: La Autora

Tabla N° 16 Ingreso - sueldos

DETALLE	FRECUENCIA	%
Menos de 350	5	5
350-450	18	16
450-600	35	30
600-900	45	39
900 1.500	12	10
TOTAL	115	100%

Elaborado por: La Autora

Consideraciones importantes:

El proyecto está dirigido especialmente a las familias del cantón y las entidades públicas y privadas, quienes son los que más realizan eventos importantes.

2. Puesta de valor**a) Detalles del servicio**

Generalmente llamado intangible, es la carta de presentación, para ello se realizará la siguiente estructura:

b) Estrategia de productos

- Eventos y Banquetes “El Ensueño de tu Vida” busca brindar un servicio personalizado, contando con personal altamente calificado y en sus diferentes ramas, logrando de esta forma que el cliente y sus invitados se sientan conformes con nuestro servicio.
- El montaje del local será acorde al tipo de evento que se vaya a realizar.

- El horario será de acuerdo al gusto y preferencia del cliente, tendrá como máximo 8 horas de duración, considerando el horario que determina la ley.
- Brindar un buen servicio al cliente, ser pioneros en el mercado y alcanzar la fidelidad de los clientes.
- Se ofrecerán una variedad de menús de acuerdo a las necesidades y gustos de nuestro cliente.
- La infraestructura de Eventos y Banquetes “El Ensueño de tu Vida” contará con parqueadero y seguridad sin costo alguno.
- Los productos que se ofrecerán serán de calidad extraordinaria.

c) Descripción del Producto

Eventos y Banquetes El Ensueño de tu Vida ofrecerá el servicio de alquiler del local, alquiler mantelería, cristalería, parqueadero, meseros, música, protocolo, para todo tipo de eventos tales como: Cumpleaños, Bautizos, Fin de año, Navidad, Matrimonios, Día de la Madre, Graduaciones, Quinceañeras, Negocios.

El Servicio que ofrece Eventos y Banquetes El Ensueño de tu Vida serán los siguientes:

- Local con capacidad para 300 personas.
- Todo evento tiene completa privacidad.
- 2 Salones para mesas y sillas.
- Pista de baile.
- Cocina.
- Bar.
- Menús al gusto del cliente, incluye postre y bebida.
- Montaje de acuerdo al evento a realizarse, incluyendo mantelería, centros de mesa y cubertería.
- Parqueadero con seguridad privada.
- Meseros, personal de protocolo que atiende el evento.
- Música para toda ocasión (Dj profesional)
- Equipos, cristalería y mobiliarios.
- Mesa de Bocaditos y café.

- Pastel.

El servicio se brindará siempre que el cliente esté dispuesto a cumplir con las siguientes condiciones:

- Con una capacidad mínima para ocupar el salón de eventos es de 50 personas.
- No podrá ingresar con alimentos ni bebidas al local.

Los clientes que deseen contratar el servicio deberán firmar un contrato en el cual se especifica el servicio que desea y si está de acuerdo con los lineamientos estipulados; los compromisos y el acuerdo de la forma de pago que tendrá con la empresa de Eventos y Banquetes “El Ensueño de tu Vida”

d) Desarrollo de garantía

Si la empresa de Eventos y Banquetes El Ensueño de tu Vida en algún momento no cumpliera con lo estipulado en el contrato firmado por ambas partes se hará responsable y se le devolverá el dinero.

e) Precio

- Se cobrará el número de menús de las personas confirmadas, más las personas adicionales que ingresen al evento.
- Se darán descuentos a los clientes frecuentes (es decir a los que realicen 6 a 8 eventos al Año).
- Por cada hora adicional que el cliente permanezca en el Salón de Eventos se cobrará un 10% del total del evento.
- El pago del servicio prestado se realizará en dos partes, para la reservación del salón con un 50% del total del evento y al final del evento la parte restante.
- Los pagos se realizarán en efectivo.

f) Tácticas de Precios

Se presentan una variedad de menús y una lista de precios, los cuales se los aplicarán para el primer año

La empresa de Eventos y Banquetes El Ensueño de tu Vida contará con una variedad de menús.

Cada menú tiene un costo determinado dependiendo de las opciones seleccionadas por los clientes.

Los precios de los menús oscilan entre USD 15 y USD 25 por persona y en el paquete incluye:

- Salón
- Menú elegido
- Arreglo floral en mesa principal
- Decoración del ambiente
- Servicio a la mesa

En el siguiente cuadro podemos ver la cantidad promedio que pagará el cliente por cada menú (por persona), distribuido en los diferentes servicios prestados.

Tabla N° 17 Precio P/P

SERVICIO	USD
Menú elegido	5,00
Arreglo florar	0,60
servicio a la mesa	0,90
salón	1,00
Alquiler de sillas, mesas, mantelerías, cristalería	7,50
TOTAL	15,00

Elaborado por: La Autora

g) Plaza

La empresa de eventos y Banquetes El Ensueño de tu Vida estará ubicada en el Cantón La Joya de los Sachas, barrio Amazonas Av. Alejandro Labaka y esquina con una capacidad para 300 personas buscando así cubrir la demanda más sobresaliente para la empresa que es el Cantón Joya de los Sachas

3. Canales de Distribución

La empresa de eventos y banquetes utilizará el canal directo para promocionar sus servicios a los futuros clientes para tener una mejor acogida y así definiremos el mercado. Con forme crezca la empresa se verá la necesidad de ver más canales de distribución

Según las tendencias que tienen las personas de recibir información por su ubicación prefieren por medio de la radio y de información directa ya sea este por correo o físicamente por motivos de distancias de trabajo o vivienda.

Al realizar una buena estrategia de marketing se podrá llegar a más personas empleando medios de difusión masiva como:

Publicidad en Radio: Se efectuarán cuñas mensuales en radio Tucán Estéreo que es una radio del cantón más sonada donde ofreceremos todos nuestros servicios y promociones. Para así llegar a la gran mayoría de audiencia posible.

Trípticos: para poder hacer promociones en los stands de turismo y centros comerciales del Cantón. (ANEXO N° 18 Pág. 232.)

Esto dará un modelo para poder realizar la producción de la empresa de eventos a los habitantes y turistas del Cantón Joya de los Sachas, y así poder llegar de manera directa a la mayor cantidad de posibles clientes futuros, logrando posicionar en el mercado y ser los primeros ante la competencia.

4. Relaciones con el cliente

La relación con los clientes es muy importante por eso se tomará en consideración cuidar la imagen empresarial frente a los clientes brindando un buen servicio

Como característica del producto y servicio final, es la estrecha relación que se tiene con los clientes y siempre estaremos en la necesidad de realizar atención caracterizada, para ello se tomara en cuenta lo siguiente:

- Brindar una buena atención,
- Tratar con amabilidad,
- Hacerlos sentir valorados e importantes

Consolidando los canales de distribución y la propuesta de valor obtendremos que nuestros clientes no busques otros servicios, esto puede ser con:

- Descuentos
- Financiación
- Regalos

Sólo aplica los programas a aquellos clientes que tengan ganada la confianza y además la relación sea consistente con ellos.

5. Fuentes de ingreso

Las fuentes de ingresos que tendrá la empresa de eventos y banquetes en alquiler de equipos y materiales varían dependiendo de las necesidades del cliente, lo mismo sucede con el precio de la alimentación

El precio está calculado por Servicio y alimentación por persona (P/P), es decir el precio mínimo por servicio completo (Alquiler de local, sillas, mantelería, cristalería, mesas, utensilios y alimentación) es de 15,00 dólares. Es importante

mencionar que: bebida, música decoración entre otros, tiene un costo adicional.

Se realizó una proyección de ingreso por persona con un promedio de 30 pax semanales es decir 120 pax mensuales.

Tabla N° 18 Ingresos por Servicio/Alimentación

MESES	CLIENTES MENSUAL	INGRESO ALQUILER P/P	INGRESO ALIMENTACIÓN P/P	TOTAL
1	30	12	8	2.880,00
2	100	12	10	12.000,00
3	70	12	8	6.720,00
4	60	12	8	5.760,00
5	150	12	12	21.600,00
6	100	12	10	12.000,00
7	130	12	10	15.600,00
8	55	12	8	5.280,00
9	50	12	8	4.800,00
10	150	12	8	14.400,00
11	150	12	9	16.200,00
12	200	12	12	28.800,00
TOTAL USD				146.040,00

Elaborado por: La Autora

6. Recursos Claves

El recurso humano es importante para poner en marcha la actividad de lo cual consideramos lo siguiente.

Cuadro N° 12 Recurso Humano

RR. HH	PERFIL PROFESIONAL
Junta General de Socios	Conocimiento administración de empresa
Gerente/Administrador	Conocimiento sobre: normas y principios contables, cotización y adquisiciones, nuevas tablas de impuestos y retenciones, pago a los proveedores y relaciones humanas.
Asistente Contador	Conocimiento en Contabilidad
Chef	Conocimientos en cocina caliente y fría, elaboración y preparación de platos, normas de sanitación y almacenamiento de materia prima y procesada.
Ayudante de Cocina	Conocimiento en Alimentos Bebidas
Capitán	Conocimientos y manejo de Alimentos y Bebidas, servicio al cliente, desarrollo de eventos.
Mesero	Conocimiento en Alimentos y Bebidas, despacho, de platos.
Compras y Bodegas	Conocimientos requeridos en compra y recepción de mercadería, almacenaje y cuidado de materiales operativos.

Elaborado por: La Autora

7. Actividades clave

Operaciones – clientes:

Venta del servicio

La Asistente es la adecuada para atender al cliente; ya sea que este llegue personalmente a las instalaciones o se comunique vía telefónica o Email, en esta forma se atenderá.

La información en general y las cotizaciones que requieran se podrán enviar por correo electrónico o serán impresas al momento que este llegue a la empresa.

Una vez concretado el requerimiento del cliente se procede a firmar el contrato de servicio, realizando un pago anticipado del 50% del total estipulado, y así la empresa de Eventos y Banquetes El Ensueño de tu Vida pueda organizarse progresivamente.

Coordinación y organización del evento

En la coordinación y organización del evento con el cliente se encargará el Jefe de eventos poniéndose de acuerdo en la distribución de montaje que se va a tener, decoración, cristalería y mantelería, alimentación, servicios extra que desea adquirir, y el itinerario de cómo desea que se desarrollen las actividades el día del evento.

Se deberá firmar un contrato por el cliente y la empresa en donde se estipula detalladamente el acuerdo que adquieren ambas partes.

Compra de alimentos, decoración y enseres varios

Según lo acordado con el cliente, el administrador coordinará las compras de todo lo requerido para realizar cada evento.

Montaje del evento y preparación de los alimentos y bebidas

El día del evento se montará el mobiliario, equipo, mantelería y cristalería, decoración, y se prepararán los alimentos y bebidas para ser servidos en el momento estipulado durante el evento.

Realización del evento

El evento se realizará el día programado y siguiendo el itinerario estipulado y acordado con el cliente.

El responsable del cumplimiento del evento será el capitán de meseros y deberá estar pendiente de los requerimientos que pueda tener el cliente y velar por el éxito de la actividad.

Estrategias de promoción:

- Utilizar publicidad radial que es el medio informativo más importante del cantón. (Radio Tucán)
- Utilizar un tríptico de la empresa.
- Utilizar un logo que llame la atención de los clientes y que identifique a la empresa.
- Utilizar el buen servicio como herramienta de posicionamiento logrando de esta forma mayor influencia en la decisión del alquiler del salón.
- Manejar promociones y descuentos para atraer clientes.
- Se ofrecerá una variedad de menús.
- Buscar alianzas estratégicas con hoteles como: El mirador, CICAME, Turismo, La joya, que son los más reconocidos en el Cantón, restaurantes como: las Delicias de mi Abuela, Parrilladas el Bosque, Parrilladas el Foguño, proveedores de licor, verduras, carnes, embutidos que será distribuido del Comisariato San Rafael.

Tabla N° 19 Gastos de promoción y publicidad anual

DETALLE	CANTIDAD	MENSUAL	ANUAL
Publicidad Radial	30	120	1.440,00
TOTAL USD			1.440,00

Elaborado por: La Autora

Tabla N° 20 Gastos de promoción y publicidad fijo

DETALLE	CANTIDAD	VALOR U	VALOR T
Trípticos	2000	245	245,00
Logo	1	169	169,00
TOTAL USD			414,00

Elaborado por: La Autora

a. Socios claves

La empresa de eventos y banquetes El Ensueño de tu Vida considera socios a dos grupos de personas los Accionistas y Proveedores.

Cuadro N° 13 Proveedores

PROVEEDORES	
NECESIDAD	PROVEEDOR
Materiales	Ferretería Pintado
Equipos	Líneas electrodomésticas Durex
Herramientas	Ferretería Pintado
Insumos	Comisariato la Oferta
Víveres	Comisariato San Rafael

Elaborado por: La Autora

b. Estructura de costes

Para concretar el funcionamiento del modelo de negocio es indispensable manejar aquellos costos y para ello se priorizó: pedido a proveedores, impuestos, RR. HH, Publicidad, adquisición de terreno, construcción del local

Activos fijos:**Tabla N° 21 Infraestructura**

DETALLE	CANTIDAD	VALOR U	VALOR T
Terreno	1	35.000,00	35.000,00
construcción (infraestructura)	1	88.144,60	88.144,60
Diseño Arquitectónico	1	400,00	400,00
TOTAL USD			123.544,60

Elaborado por: La Autora

Equipo a:**Tabla N° 22 Equipos de oficina**

DETALLE	CANTIDAD	VALOR U	VALOR T
Proyector	1	500	550,00
Computador	3	650	1.950,00
Caja Parlante	5	600	3.000,00
Generador de luz	1	600	14.500,00
TOTAL USD			20.000,00

Elaborado por: La Autora

Tabla N° 23 Muebles de Oficina

DETALLE	CANTIDAD	VALOR U	VALOR T
Escritorio ejecutivo	2	180,00	360,00
sillón ejecutivo (gerencia)	1	85,80	85,80
silla giratoria (recepción)	1	73,00	73,00
Mostrador de madera	1	110,50	110,50
Archivador 4 gavetas	1	170,70	170,70
Muebles para recepción	2	150,00	300,00
Cortinas	12	35,00	420,00
TOTAL USD			1.520,00

Elaborado por: La Autora

Tabla N° 24 Equipos de Cocina

DETALLE	CANTIDAD	VALOR U	VALOR T
Cocinas	2	375,00	750,00
Hornos	2	350,00	700,00
Licuada electrolux bss10	2	94,00	188,00
Batidora de pedestal kitchen aid...	1	495,00	495,00
Cafetera 35 tz oster bvstdc3390	2	55,90	111,80
Microondas 0.7' whirlpool	1	159,00	159,00
Campana decorativa 36"...	1	349,00	349,00
Batidora oster 2532	2	35,00	70,00
Refrigerador doble puerta	1	1.597,20	1.597,20
TOTAL USD			4.420,00

Elaborado por: La Autora

Materiales de cocina: b**Tabla N° 25** Materiales de cocina

DETALLE	CANTIDAD	VALOR U	VALOR T
Mesas	30	50,00	1.500,00
Silla	300	14,75	4.425,00
Manteles	30	28,00	840,00
U tencillos	300	5,00	1.500,00
Cristalería	350	5,50	1.925,00
Ollas	28	25,00	700,00
Platos	350	7,50	2.625,00
Charoles	28	6,00	168,00
TOTAL USD			13.683,00

Elaborado por: La Autora

Diferidos c:**Tabla N° 26** Activos diferidos

DESCRIPCIÓN	VALOR TOTAL
Organización (Construcción Legal)	250,00
Patente Municipal	100,00
Permiso de funcionamiento	70,00
Pago de Bomberos	45,00
Permiso de funcionamiento M/S	50,00
Ministerio de turismo	110,00
TOTAL EN USD	625,00

Elaborado por: La Autora

Circulante d:**Tabla N° 27** Materia prima

DETALLE	CANTIDAD	VALOR U	VALOR T
Arroz (qt)	2	44,75	89,50
Azúcar (qt)	1	40,00	40,00
Granos secos (gramos)	-	75,00	75,00
Aceite (gl)	2	12,00	24,00
Especias	-	20,00	20,00
Harina (qt)	1	50,00	50,00
Mariscos	5	6,99	34,95
Carnes (ByR) quilos	40	3,00	120,00
vegetales y legumbres	-	70,00	70,00
Sal (qt)	1	22,25	22,25
Otros ingredientes	-	50,00	50,00
TOTAL USD			595,70

Elaborado por: La Autora

Tabla N° 28 Gasto generales – servicios básicos, mensual

DETALLE	CANTIDAD	VALOR U	VALOR T
Agua potable	21	3,50	73,50
Energía eléctrica	315	0,22	69,30
Teléfono	110	0,90	99,00
TOTAL USD			241,80

Elaborado por: La Autora

Tabla N° 29 Gastos Generales – depreciación anual

DESCRIPCIÓN	INVERSIÓN TOTAL	VIDA ÚTIL	TASA ANUAL	TOTAL
Obra-construcción	88.144,60	10	10	8.814,46
Equipos	25.540,00	5	20	2.554,00
Materiales e Instrumentos	15.203,00	10	10	1.520,30
TOTAL USD				12.888,76

Elaborado por: La Autora

Tabla N° 30 Costos de operación Anual

DETALLE	MENSUAL	ANUAL
Administrador	608,31	7.299,72
Asistente Contador	365,81	4.389,72
Chef	567,52	6.810,24
Asistente de Cocina	365,81	4.389,72
Capitán de mesero	386,5	4.638,00
Mesero	365,81	4.389,72
Bodeguero	365,81	4.389,72
Seguridad	365,81	4.389,72
TOTAL USD	3.391,38	40.696,56

Elaborado por: La Autora

Inversión Total**Tabla N° 31** Inversión Total

DETALLE	CANTIDAD	VALOR U	VALOR T
Terreno y construcción	1	123.144,60	123.144,60
Equipos	1	24.420,00	24.420,00
Materiales e Instrumentos	1	13.683,00	13.683,00
Diferidos	1	625,00	625,00
Circulares (costo de producción + gastos generales + costo de operación)	1	17.117,64	17.117,64
TOTAL USD			178.990,24

Elaborado por: La Autora

6.3 Identificar la creación de la empresa de eventos y banquetes “EL ENSUEÑO DE TU VIDA”, en el barrio Amazonas.

La empresa de Eventos y Banquetes “El Ensueño de tu Vida” estará identificada y legalmente categorizándose según la calidad y servicios que preste.

6.3.1 Área de requerimiento

Para la determinación del terreno se analizó las dimensiones necesarias y acordes para el funcionamiento de la actividad.

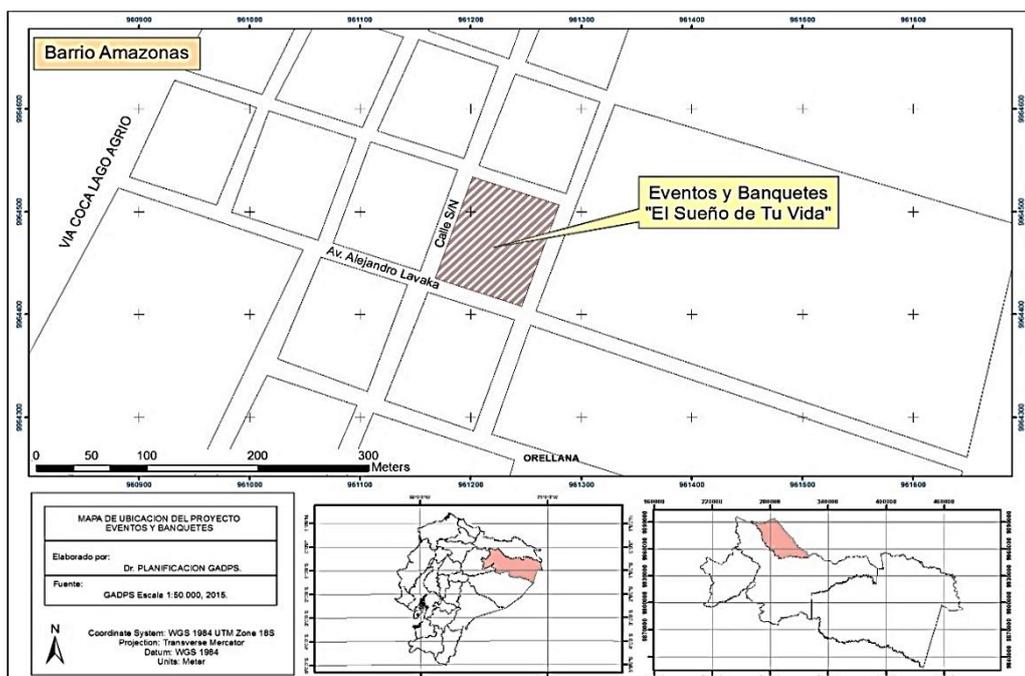
El proyecto se desarrollará en el barrio Amazonas, de la parroquia La Joya de los Sachas corresponde a las siguientes coordenadas $0^{\circ}19'43,42''$, $76^{\circ}53'01,21''$ y 512 msnm de altitud.

6.3.2 Determinar la ubicación

La empresa organizadora de Eventos y Banquetes “EL ENSUEÑO DE TU VIDA” se encontrara ubicada en la ciudad de Joya de los Sachas en la Av. Alejandro Lavaka y 12 de febrero;

A continuación se representa la ubicación exacta de la empresa organizadora de eventos y Banquetes.

Mapa N° 4 Localización del Proyecto



Fuente: Equipo técnico del GADPS Escala 150.000.2015

6.3.3 Implementación de equipos y materiales

a) Ingeniería – Propuesta para construcción

Se efectuó un listado de requerimiento para cada área específica del Centro de Eventos y Banquetes, entre las áreas tenemos:

Requerimientos:

Tabla N° 32 Materia Prima e Insumos

DETALLE	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR U	VALOR T
Material Pétreo	m ³	340	8,50	2.890,00
Cemento	Saco	385	8,75	3.368,75
Acero de refuerzo	Kg	6500	1,50	9.750,00
Acero Estructural	Kg	1700	5,00	8.500,00
TOTAL USD				24.508,75

Elaborado por: La Autora

Tabla N° 33 Materiales para construcción

DETALLE	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR U	VALOR T
Cable solido N° 12	mt	340	8,65	2.941,00
Pintura	Kg	900	11,50	10.350,00
tubo PVC 2" (agua residual)	mt	140	2,30	322,00
Tubo PVC 4" (agua residual)	mt	200	4,85	970,00
Tubo PVC 6" (agua residual)	mt	200	6,50	1.300,00
Tubo PVC 1/2 (agua potable)	mt	140	1,30	182,00
Tubo PVC 3/4 (agua potable)	mt	200	1,60	320,00
Tubo PVC 1" (agua potable)	mt	200	1,85	370,00
Accesorios	u	390	3,40	1.326,00
Tablas	U	280	3,00	840,00
Alambre	Kg	100	1,50	150,00
Clavos	Kg	40	1,50	60,00
Cerámica	m ²	1100	14,00	15.400,00
Bloque 40x20x15	U	500	0,35	175,00
Electrodos	Kg	45	1,80	81,00
Dura techo	m ²	300	15,00	4.500,00
Alquiler de Maquinaria	Har	140	33,00	4.620,00
TOTAL USD				43.907,00

Elaborado por: La Autora

Tabla N° 34 Mano de obra

DETALLE	CANTIDAD	DÍAS	V. HORA	VALOR X DÍAS	VALOR T
Residente	1	58	4,15	33,20	1.925,60
Maestro mayor	1	96	3,40	27,20	2.611,20
Albañil	2	96	3,20	26,60	5.107,20
Peón	3	96	3,15	25,20	7.257,60
Ayudante	1	96	3,15	25,20	2.419,20
Soldador	1	15	3,40	27,20	408,00
TOTAL USD					19.728,80

Elaborado por: La Autora

Tabla N° 35 Compra de Terreno

DETALLE	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR U	VALOR T
Compra de terreno	m ²	1	35.000,00	35.000,00
TOTAL USD				35.000,00

Elaborado por: La Autora

Tabla N° 36 Costo total de construcción

DETALLE	VALOR T
Materia prima e instrumento	24.508,75
Materiales	43.907,00
Mano de Obra	19.728,80
Adquisición de terreno	35.000,00
TOTAL USD	123.144,55

Elaborado por: La Autora

b) Distribución física del salón de eventos (Plano)

Organización y capacidad.- Los 800 metros cuadrados de terreno, 700 metros se distribuye de la siguiente manera:

La Empresa de Eventos y Banquetes EL ENSUEÑO DE TU VIDA está compuesta por dos salones un grande y un pequeño con capacidad para 300 en montaje para banquetes, el cual puede ser dividido en más pequeños dependiendo la necesidad del cliente.

- El área de administración está compuesta por tres oficinas: oficina del gerente/administrador, una para atención al cliente y una última para ventas.

- Una bodega de entrega de recursos de alquiler, una oficina de compras junto a ésta se encuentra el área de recepción de mercaderías y las bodegas de secos, bebidas y cuarto frío.
- Una bodega de equipos y audio, en el cual se guardan los equipos y desde allí se controla el sistema de audio.
- Junto a la bodega de audio se encuentra la bodega de servicio en ella se encuentra la mantelería, mesas, sillas, forros para las sillas, etc.
- Tiene a cada extremo del gran salón los baños sociales tanto para hombres como para mujeres.
- Cada salón tiene un guardarropa y un área de bar.
- Para el personal se tiene un área de casilleros, baños y duchas tanto para hombres como para mujeres.
- La cocina se divide en tres secciones: repostería, cocina caliente, cocina fría y junto a ello el área de lavado de platos.
- También hay un área para ubicar la vajilla e implementos de cocina.
- Además tenemos los mesones para montaje de los platos y posterior servicio.
- Se dispone de un contenedor de basura en el área destinado para ello.
- El parqueadero con capacidad para 80 autos y una garita de seguridad al ingreso.

c) Instalaciones

El establecimiento estará distribuido en distintas áreas siendo sus detalles los siguientes:

Área administrativa.- Las oficinas administrativas, estarán situadas en la planta baja, junto a la entrada principal del establecimiento.

Área de Producción.- Esta área se localizará en la parte posterior de los salones, y serán conectados entre sí, esto con el fin de brindar un servicio simultáneo en caso de tener dos eventos a la vez.

El área de servicio es compartida con el área de producción, la misma que tendrá dos ingresos a los salones por las cuales se realizará el despacho de los platos. Los salones también contarán con una barra para el despacho de las bebidas.

d) Equipamiento de la Empresa

Cocina.- La cocina tendrá diferentes áreas para la producción de alimentos, éstas serán:

- Recepción de Mercadería
- Bodega de Productos No Perecederos
- Almacenamiento de Productos Perecederos
- Cuarto Frío
- Cuarto de Verduras
- Cocina Fría
- Cocina Caliente
- Carnicería
- Fregadero de Vajilla
- Área de Almacenamiento de Menaje y Vajilla.
- Vestuario
- Baños y Duchas

Recepción de Mercadería.- El área de recepción de mercadería es donde los proveedores descargarán la materia prima y donde se revisará que ésta llegue en óptimas condiciones

Bodega de Productos No Perecederos.- En esta bodega se almacenarán abarrotes, productos secos que son de larga duración y éstos se encontrarán en un ambiente seco y fresco.

Almacenamiento de Productos no Perecederos.- Ésta zona servirá para el almacenamiento y conservación de productos tales como lácteos que son de poca duración.

Cuarto Frío.- En el cuarto frío se almacenarán carnes, pescados en zonas separadas, y éste se encontrará contiguo de las bodegas. Estará debidamente equipado para una conservación óptica de los alimentos.

Cuarto de Verduras.- Se almacenarán las frutas y verduras que serán refrigeradas para una mejor conservación.

Cocina Fría.- En ésta área se prepararan alimentos tales como ensaladas, sandwiches, pasabocas, cocteles, sopas frías y más

Cocina Caliente.- En ésta área se llevara a cabo la cocción de los alimentos previo a la pre elaboración de los mismos, es decir el mise en place y los géneros principales que estarán debidamente pesados y porcionados de acuerdo con el menú.

Carnicería.- Al momento de recibir los productos se lo pesará y se procederá a realizar los respectivos cortes para porcionar los cárnicos con el objetivo de que estén listos al momento de llevarlos a cocción.

Panadería y Pastelería.- Ésta área es la encargada de producir los manjares, postres dulces y salados, fríos o calientes; y estará debidamente equipada para su fácil producción.

Fregadero de Vajilla.- Conocido también como posillería, aquí se lava, seca y guarda todo el material de cristal, loza, acero inoxidable; ésta estará cerca de la cocina para facilitar su trabajo.

Área de Almacenamiento de Menaje y Vajilla.- En éste lugar se almacenará la vajilla limpia y se encontrará cerca del fregadero de vajilla y alejado de los alimentos.

Vestuario.- Lugar donde el personal tanto en la entrada como salida del trabajo se cambia de ropa para usar el uniforme correspondiente de trabajo y así evitar cualquier tipo de contaminación de los alimentos, aquí se tendrá unos pequeños Lockers para guardar sus pertenencias.

Baños y Duchas.- Éstas serán de uso exclusivo del personal para su aseo diario.

e) Equipamiento Mobiliario

Muebles, Enseres y Equipo de Cocina.- A continuación se detalla los equipos y materiales que serán utilizados para la elaboración y transformación de la materia prima:

Tabla N° 37 Equipamiento Mobiliario

DETALLE	CANTIDAD	VALOR U	VALOR T
Cocinas	2	375,00	750,00
Hornos	2	350,00	700,00
Licuada electrolux bss10	2	94,00	188,00
Batidora de pedestal kitchen aid...	1	495,00	495,00
Cafetera 35 tz oster bvstde3390	2	55,90	111,80
Microondas 0.7' whirlpool	1	159,00	159,00
Campana decorativa 36"...	1	349,00	349,00
Batidora oster 2532	2	35,00	70,00
Refrigerador	1	1.597,20	1.597,20
TOTAL USD			4.420,00

Elaborado por: La Autora

1. Utensilios de cocina

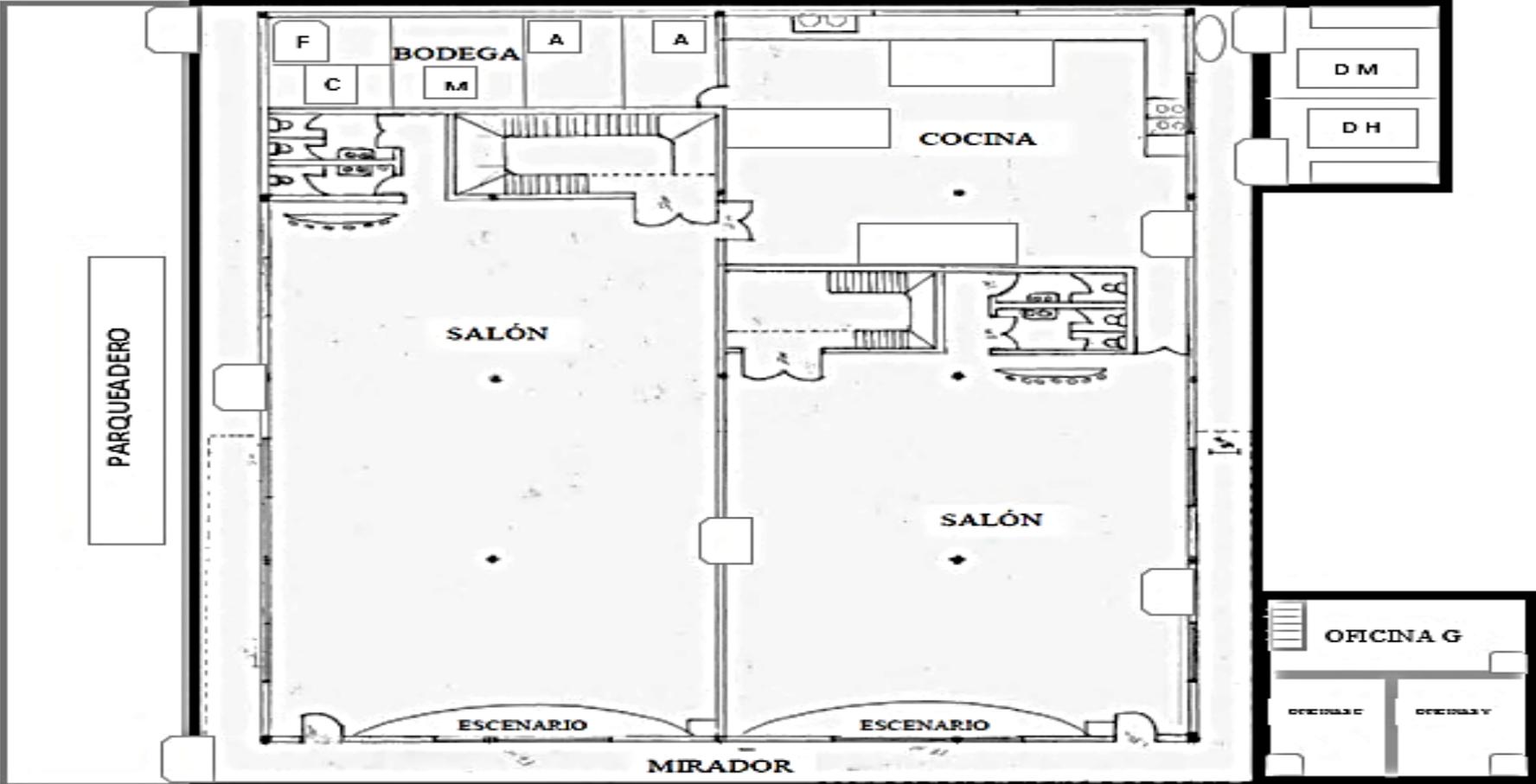
Tabla N° 38 Materiales e instrumentos

DETALLE	CANTIDAD	VALOR U	VALOR T
Mesas	30	50,00	1.500,00
Silla	300	14,75	4.425,00
Manteles	30	28,00	840,00
Utencillos	300	5,00	1.500,00
Cristalería	350	5,50	1.925,00
Ollas	28	25,00	700,00
Platos	350	7,50	2.625,00
Charoles	28	6,00	168,00
TOTAL USD			13.683,00

Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 15 Fachada interna de la empresa

118



Elaborado por: La Autora

f) **Planificación y organización operativa**

Distribución de las mesas en cada salón.- En el salón 1, con capacidad para 200 personas se ubicarán 25 mesas para 8 pax.

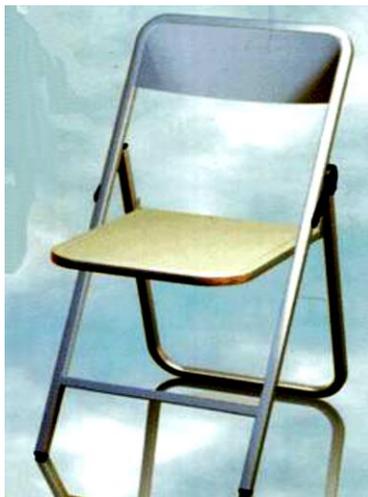
En el salón 2, con capacidad para 100 persona se pondrá 12 mesas para 8 personas cada una y 1 mesa para 4 personas.

Tipo de mobiliario.- Es importante el mobiliario tanto para el cliente como para el personal de servicio.

1. **Las sillas**

Las características que se tomaron en cuenta: que sean de fácil manipulación (plegable), con el fin de favorecer los desplazamientos de un lugar a otro, el almacenamiento, pues el salón no se monta hasta el momento que se va a dar el servicio; de facilidad de limpieza y reposición. En cuanto al material se eligió Silla plegable las que son cromadas y tapizadas para que no resulte dura para el cliente lo cual puede causar incomodidad. Un respaldo no muy alto para permitir a la brigada de restaurante dar un servicio con comodidad

Imagen N° 1 Silla Plegable



Fuente: www.rsm.com

2. Mesas redondas

Son las más prácticas para el montaje tipo banquete, se utilizan para mayor número de comensales. Son de superficie de madera muy ligera para facilitar el manejo, y con patas resistentes, además son plegables.

Imagen N° 2 Mesas Redondas



Fuente: <http://reimse.com/Mobilio/tablon.htm>

3. Mesas rectangulares

Estas mesas son muy prácticas a la hora de realizar los distintos tipos de montaje. Las características son: superficie de madera y patas de acero plegables, ocupan muy poco sitio y se pueden almacenar en sentido vertical.

Imagen N° 3 Mesas Rectangulares



Fuente: <http://reimse.com/Mobilio/tablon.htm>

Este tipo de mesa posee además otra peculiaridad: unas guías que se encuentran en sus extremos, y que servirán para hacer la unión entre varias de ellas.

La altura idónea de las mesas es de 80 centímetros, tanto para el servicio como para el cliente, si bien en el mercado podemos encontrar entre 60 y 100 centímetros

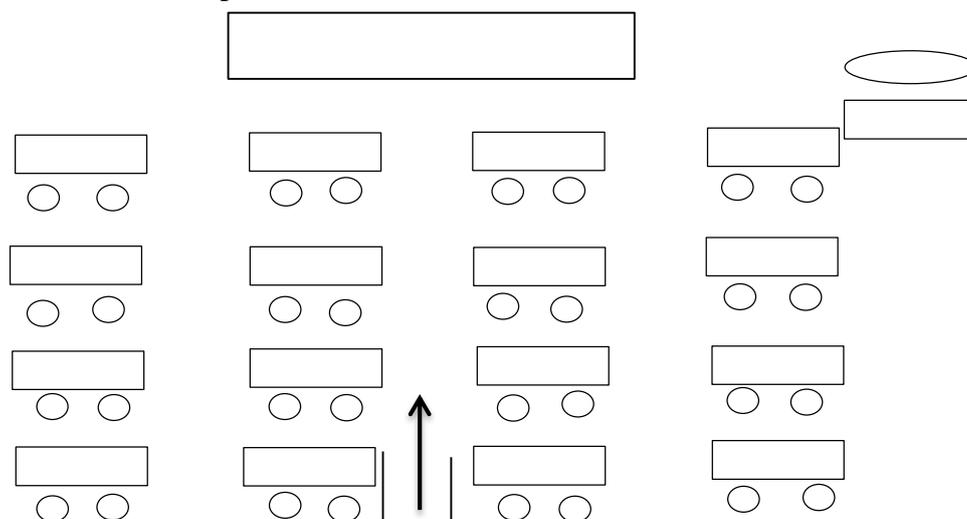
El piso de la casa de banquetes será alfombrado, por este motivo se protegerá las patas del mobiliario con una terminación metálica, con el fin de evitar el estropeo de la alfombra con los movimientos de las mesas y sillas sobre ella.

g) Montajes de salones

Los aspectos que se deben considerar para realizar el montaje de un salón son los especificados en el “Instructivo de Banquetes”, pues en este documento constan todos los requerimientos solicitados por el cliente

1. **Tipo escuela o aula.**- Es la ubicación de sillas conjuntamente con mesas de frente hacia la mesa principal o escenario.

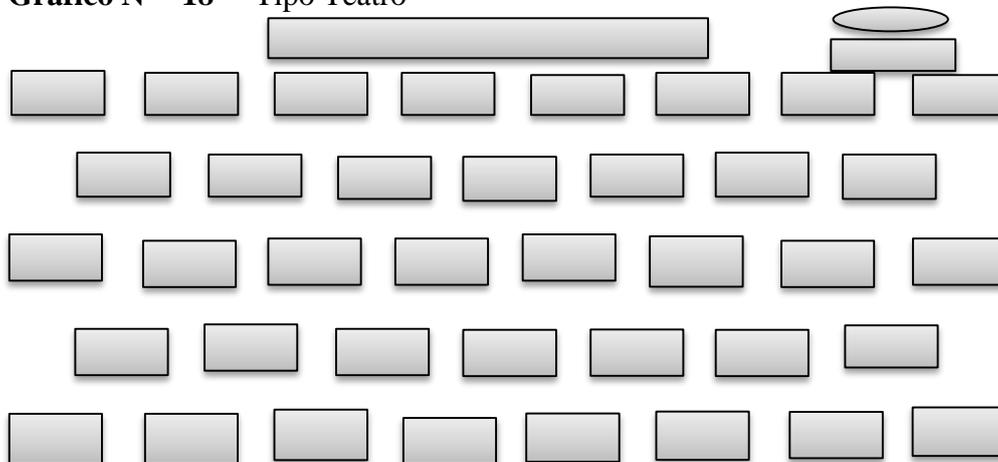
Gráfico N° 17 Tipo Escuela o Aula



Elaborado por: La Autora

2. **Tipo teatro.-** Es la ubicación de sillas en hilera o filas, evitando que las de adelante obstaculicen a las que siguen detrás.

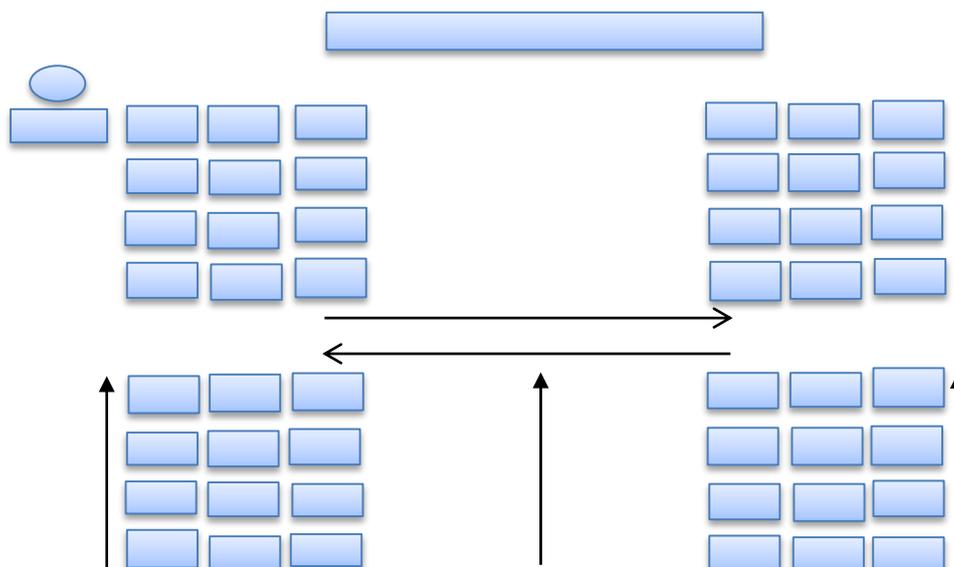
Gráfico N° 18 Tipo Teatro



Elaborado por: La Autora

3. **Tipo teatro con pasillo central y laterales.-** Se utiliza cuando el espacio físico lo permite con un número de 100, 200 y hasta 300 personas, en el que los pasillos facilitan la circulación de las personas que ingresan al auditorio.

Gráfico N° 19 Tipo teatro con pasillo central y laterales

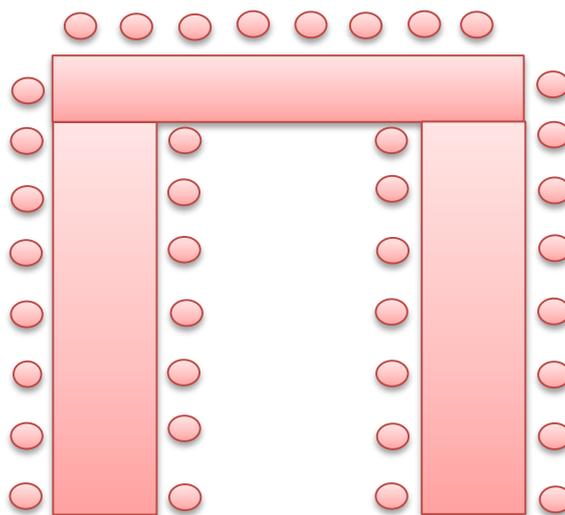


Elaborado por: La Autora

Los tres montajes anteriores son los más utilizados para un auditorio de más de cien personas y en congresos.

4. **Montaje en “U” O “C”**.- Se caracterizan porque las mesas se colocan una junto a otras, permitiendo que todos los participantes puedan visualizarse sin ningún inconveniente, además la mesa principal se colocará de frente a la entrada principal del salón. Las mesas deben estar cubiertas por manteles y / o faldones hasta el piso.

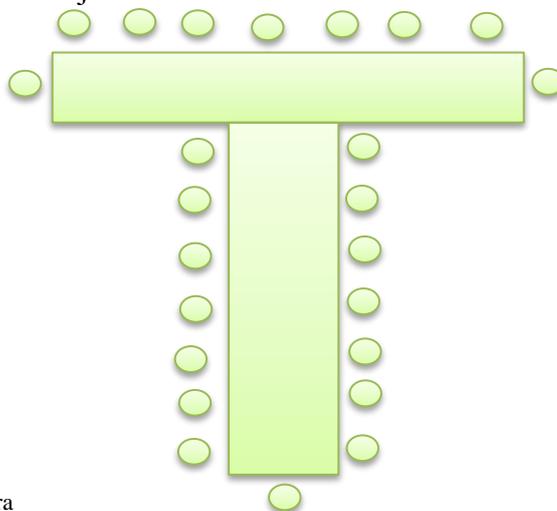
Gráfico N° 20 Montaje en “U” O “C”



Elaborado por: La Autora

5. **Montaje en “T”**.- Se utilizan para reuniones o eventos en los que se deseen destacar a personalidades que se ubicarán en la mesa principal, en este caso las sillas irán de ambos lados de la mesa en forma perpendicular a la mesa principal.

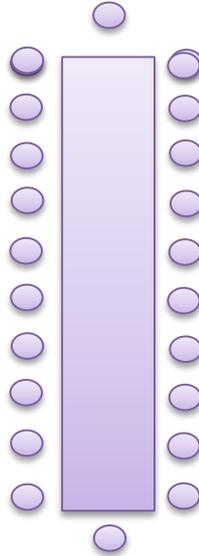
Gráfico N° 21 Montaje en “T”.-



Elaborado por: La Autora

6. **Montaje en “I” o Imperial.-** Es similar a la anterior, la diferencia radica en que este montaje es utilizado en sesiones solemnes, juntas directivas, en el que los asistentes no sobrepasen de 24 personas.

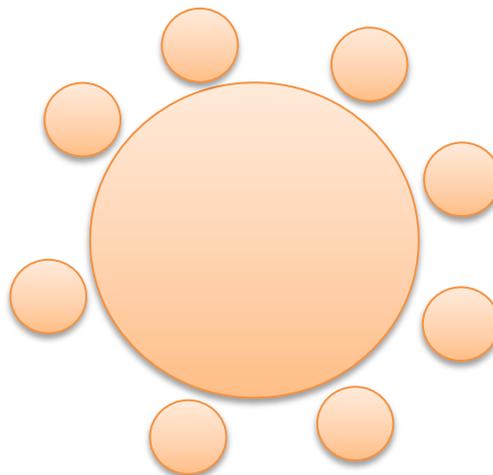
Gráfico N° 22 Montaje en “I” o Imperial



Elaborado por: La Autora

7. **Montaje tipo Banquete.-** Es el montaje más utilizado y el número de personas por lo general es de ocho por mesa.

Gráfico N° 23 Montaje tipo Banquete



Elaborado por: La Autora

h) Servicios

Servicios principales:

Los principales productos para comercializar en la Empresa de Eventos y Banquetes “EL ENSUEÑO DE TU VIDA serán:

- La organización de eventos y banquetes, con una variedad de menús que el cliente puede elegir de acuerdo a su gusto y necesidades.
- cenas especiales
- Arreglos y decoraciones de salones
- Alquiler de mobiliario (mesas, sillas), vajilla, mantelería, cubertería

- 1. Menús.-** La organización de eventos y banquetes, presenta una variedad de menús que el cliente puede elegir de acuerdo a su gusto y necesidades.

En la carta de opciones veremos como el cliente puede armar su propio menú en base las diferentes opciones que se presenta en ella, de acuerdo a sus necesidades y preferencia. (ANEXO N° 19 Pág. 233).

Una vez escogidos los menús se empieza al llegar el formato del contrato para para estar seguros de los que vamos a realizar en el momento del evento. (ANEXO N° 20 Pág. 239) Formato para contrato de servicio

2. Recetas estándar

Las recetas estándar es la herramienta mediante la cual podremos fijar precios a los diferentes servicios de alimentos y bebidas. Estos costos están basados en valores actuales de la materia prima, el cual está sujeto a cambio de acuerdo a la dinámica del mercado, en todo caso para que no haya una variación continua de precios que puede resultar incómodo para el cliente hemos puesto un margen del 10% sobre el total, lo cual corresponde a margen por costo de

condimentos así como a la variación de precios de productos que pueden existir en el mercado y no sean representativos.

En el formato de la receta estándar se enuncia la fecha, el grupo al que pertenece, nombre del plato, número de porciones para el cual se calcula, la cantidad que se requiere, la unidad que se toma como base del género a utilizar, el género, el costo del género de toda la unidad y el costo total de la cantidad requerida.

En el mismo formato se realiza la división porcentual del precio total que se analizará en la definición del precio, en el siguiente numeral.

Además se incluirá una foto del plato costeadado, el cual servirá de guía al momento de montarlo y que el personal conozca el estándar de montaje de tal plato. A continuación presentamos:

ENTRADAS:

Tabla N° 39 Canelones de espinaca y ricota

RECETA ESTÁNDAR						
FECHA	10/09/2015	GRUPO: ENTRADA				
NOMBRE:	CANELONES DE ESPINACA Y RICOTA					
NÚMERO DE PORCIONES	1					
CANTIDAD	UNIDAD	GÉNERO	COSTO UN.	TOTAL		
0,06	Kilo	Espinaca	0,60	0,04		
0,04	Kilo	Queso ricota	2,80	0,10		
0,07	Litro	Crema de leche	2,00	0,13		
0,02	Kilo	Queso parmesano rollad	9,34	0,14		
0,02	Kilo	Jamón Picado	3,85	0,08		
0,02	Litro	Aceite	2,00	0,04		
0,01	Kilo	Nueces	13,50	0,14		
0,125	Kilo	Canelones	2,80	0,35		
			Sub Total	1,01		
			10% Margen	0,10		
			TOTAL	1,11		
			DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DEL PRECIO			
					Materia prima (35%)	1,11
					Gasto de procesos (35%)	1,11
					Utilidad (50%)	0,56
					IVA (12%)	2,78
			Precio final USD	2,90		

Elaborado por: La Autora

Tabla N° 40 Ensalada cesar

RECETA ESTÁNDAR				
FECHA	10/09/2015	GRUPO: ENTRADA		
NOMBRE:	ENSALADA CESAR			
NÚMERO DE PORCIONES	1			
PORCIÓN A UTILIZAR	UNIDAD	GÉNERO	COSTO UN.	COSTO TOTAL PORCIÓN
0,06	Kilo	Lechuga Romana	1,40	0,08
0,02	Kilo	Queso parmesano	4,00	0,06
0,01	LT.*56GR	Anchoas	2,80	0,03
0,02	Litro	Aceite de Oliva	5,13	0,10
2	Unidad	Yemas	0,08	0,16
0,04	Litro	Zumo de limón	1,80	0,07
0,01	Kilo	Ajo	0,96	0,01
			SUB TOTAL	0,52
			10% Margen	0,05
			TOTAL	0,57
		DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DEL PRECIO	Materia prima (35%)	0,57
			Gasto de procesos (35%)	0,57
			Utilidad (50%)	0,29
			IVA (12%)	1,43
			PRECIO FINAL USD	1,60

Elaborado por: La Autora

Tabla N° 41 Ensalada Nicoise

RECETA ESTÁNDAR				
FECHA	10/09/2015	GRUPO: ENTRADA		
NOMBRE:	ENSALADA NICOISE			
NÚMERO DE PORCIONES	1			
PORCIÓN A UTILIZAR	UNIDAD	GÉNERO	COSTO UN.	COSTO TOTAL PORCIÓN
1	Unidad	Huevo duro	0,08	0,08
0,03	Kilo	Pepino	0,45	0,01
0,04	Kilo	Tomate	0,70	0,03
0,04	Kilo	Habas Frescas	2,00	0,08
0,01	Kilo	Ají Morrón	1,50	0,01
0,03	Kilo	Cebolla	0,45	0,01
0,01	Kilo	Ajo	0,96	0,01
0,02	LT*56GR	Anchoas	2,80	0,06
0,02	Litro	Aceite de oliva	5,13	0,10
0,01	Litro	Vinagre de vino blanco	0,80	0,01
0,025	Kilo	Aceitunas	4,00	0,10
			SUB TOTAL	0,50
			10% Margen	0,05
			TOTAL	0,55
	DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DEL PRECIO		Materia prima (35%)	0,55
			Gasto de procesos (35%)	0,55
			Utilidad (50%)	0,28
			IVA (12%)	1,38
			PRECIO FINAL USD	1,50

Elaborado por: La Autora

Tabla N° 42 Coctel de camarones

RECETA ESTÁNDAR				
FECHA	10/09/2015	GRUPO: ENTRADA		
NOMBRE:	COCTEL DE CAMARONES			
NÚMERO DE PORCIONES		1		
				
PORCIÓN A UTILIZAR	UNIDAD	GÉNERO	COSTO UN.	COSTO TOTAL PORCIÓN
0,10	Kilo	Camarón	8,00	0,80
0,03	Kilo	Cebolla	0,45	0,01
0,03	Kilo	Pimiento Verde	0,70	0,02
0,03	Litro	Salsa de tomate	2,00	0,06
0,02	Litro	Salsa picante	1,50	0,03
0,02	Litro	zum de limón	1,80	0,04
0,03	Litro	Aceite de oliva	5,13	0,15
			SUB TOTAL	1,11
			10% Margen	0,11
			TOTAL	1,23
		DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DEL PRECIO	Materia prima (35%)	1,23
			Gasto de procesos (35%)	1,23
			Utilidad (30%)	0,62
			IVA (12%)	3,08
			PRECIO FINAL USD	3,20

Elaborado por: La Autora

PLATOS FUERTES:

Tabla N° 43 Lomo en salsa de champiñones

RECETA ESTÁNDAR				
FECHA	10/09/2015	GRUPO: FUERTES		
NOMBRE:	LOMO EN SALSA DE CHAMPIÑONES			
NÚMERO DE PORCIONES	1			
PORCIÓN A UTILIZAR	UNIDAD	GÉNERO	COSTO UN.	COSTO TOTAL PORCIÓN
0,14	Kilo	Lomo	7,70	1,08
0,03	Kilo	Cebolla	0,40	0,01
0,04	Kilo	Champiñones	4,10	0,16
0,04	Kilo	Harina	0,44	0,02
0,03	BOT.*1000	Vino tinto	0,90	0,03
0,06	Kilo	Arroz	0,70	0,04
0,04	Kilo	Ensalada Mixta	0,70	0,03
0,1	Litro	Crema de leche	2,00	0,20
		Caldo de ave		
			SUB TOTAL	1,57
			10% Margen	0,16
			TOTAL	1,72
	DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DEL PRECIO		Materia prima (35%)	1,72
			Gasto de procesos (35%)	1,72
			Utilidad (50%)	0,52
			IVA (12%)	4,30
			PRECIO FINAL USD	4,45

Elaborado por: La Autora

Tabla N° 44 Lomo con tocino

RECETA ESTÁNDAR				
FECHA	10/09/2015	GRUPO: PLATO FUERTES		
NOMBRE:	LOMO CON TOCINO			
NÚMERO DE PORCIONES	1			
PORCIÓN A UTILIZAR	UNIDAD	GÉNERO	COSTO UN.	COSTO TOTAL PORCIÓN
0,16	Kilo	Lomo	7,70	1,23
0,04	Kilo	Tocino	4,50	0,18
0,03	BOT.*1000	Nino Tinto	0,90	0,03
0,04	Litro	Crema de leche	2,00	0,08
0,03	Kilo	Harina	0,44	0,01
0,028	Litro	Aceite de oliva	5,23	0,15
0,03	Kilo	Cebolla	0,45	0,01
-	-	Fondo de res	-	-
0,05	Kilo	Vegetales Mixtos	0,70	0,04
0,06	Kilo	Arroz	0,70	0,04
OBSERVACIONES: Arroz opcional, los vegetales es la guarnición			SUB TOTAL	1,77
			10% Margen	0,18
			TOTAL	1,94
	DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DEL PRECIO		Materia prima (35%)	1,94
			Gasto de procesos (35%)	1,94
			Utilidad (50%)	0,58
			IVA (12%)	4,85
			PRECIO FINAL USD	5,00

Elaborado por: La Autora

Tabla N° 45 Pollo en salsa ciruela

RECETA ESTÁNDAR				
FECHA	10/09/2015	GRUPO: PLATO FUERTE		
NOMBRE:	POLLO EN SALSAS CIRUELAS			
NÚMERO DE PORCIONES		1		
PORCIÓN A UTILIZAR	UNIDAD	GÉNERO	COSTO UN.	COSTO TOTAL PORCIÓN
0,16	Kilo	Pechuga de pollo	3,00	0,48
0,05	Kilo	Ciruelas Pasas	4,50	0,20
0,03	Litro	Aceite de oliva	5,23	0,16
0,03	Kilo	Cebolla	0,45	0,01
0,03	Kilo	Tomate	0,70	0,02
0,03	Kilo	Aceitunas	4,00	0,12
0,025	Kilo	Pimiento verde	0,90	0,02
0,06	Kilo	Vegetales	0,70	0,04
0,06	Kilo	Arroz	0,70	0,04
-	-	Caldo de pollo	-	-
			SUB TOTAL	1,10
			10% Margen	0,11
			TOTAL	1,21
			DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DEL PRECIO	
			Materia prima (35%)	1,21
			Gasto de procesos (35%)	1,21
			Utilidad (50%)	0,61
			IVA (12%)	3,03
			PRECIO FINAL USD	3,15



Elaborado por: La Autora

Tabla N° 46 Medallones de pavo en salsa agridulce

RECETA: ESTÁNDAR						
FECHA	10/09/2015	GRUPO: PLATO FUERTE				
NOMBRE:	MEDALLONES DE PAVO EN SALSA AGRIDULCE					
NÚMERO DE PORCIONES	1					
PORCIÓN A UTILIZAR	UNIDAD	GÉNERO	COSTO UN.	COSTO TOTAL PORCIÓN		
0,16	Kilo	Pechuga de pavo	3,50	0,56		
0,02	Litro	Salsa soya	3,00	0,05		
0,02	Litro	Salsa de tomate	2,70	0,05		
0,02	Litro	Miel de abeja	3,85	0,06		
0,03	Kilo	Azúcar morena	0,70	0,02		
0,01	Kilo	Jengibre	1,00	0,01		
0,05	Kilo	Vegetales o ensalada	0,70	0,04		
0,06	Kilo	Arroz o papa francesa	0,70	0,04		
OBSERVACIONES: De guarnición vegetales o arroz, opcional arroz o papa francesa			SUB TOTAL	0,82		
			10% Margen	0,08		
			TOTAL	0,91		
			DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DEL PRECIO			
					Materia prima (35%)	0,91
					Gasto de procesos (35%)	0,91
					Utilidad (50%)	0,46
					IVA (12%)	2,28
			PRECIO FINAL USD	2,40		

Elaborado por: La Autora

Tabla N° 47 Chuleta de cerdo en salsa de piña

RECETA ESTÁNDAR				
FECHA	10/09/2015	GRUPO: PLATO FUERTE		
NOMBRE:	CHULETA DE CERDO EN SALSA DE PIÑA			
NÚMERO DE PORCIONES	1			
PORCIÓN A UTILIZAR	UNIDAD	GÉNERO	COSTO UN.	COSTO TOTAL PORCIÓN
0,16	Kilo	Chuleta de cerdo	4,00	0,64
0,13	Litro	Jugo de piña	0,50	0,06
0,10	Kilo	Piña picada en cuadros	0,50	0,05
0,06	Kilo	Maicena	0,80	0,05
0,06	Kilo	Azúcar	0,64	0,04
0,14	Kilo	Mantequilla	2,70	0,38
0,07	Kilo	Ensalada Mixta	0,70	0,05
0,06	Kilo	Arroz	0,70	0,04
			SUB TOTAL	1,31
OBSERVACIONES:			10% Margen	0,13
			TOTAL	1,44
			DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DEL PRECIO	
			Materia prima (35%)	1,44
			Gasto de procesos (35%)	1,44
			Utilidad (50%)	0,72
			IVA (12%)	3,60
			PRECIO FINAL USD	3,75

Elaborado por: La Autora

GUARNICIÓN:

Tabla N° 48 Arroz curry con crema

RECETA ESTÁNDAR				
FECHA	10/09/2015	GRUPO: GUARNICIÓN		
NOMBRE:	ARROZ AL CURRY CON CREMA			
NÚMERO DE PORCIONES	1			
PORCIÓN A UTILIZAR	UNIDAD	GÉNERO	COSTO UN.	COSTO TOTAL PORCIÓN
0,06	Kilo	Arroz	0,70	0,04
0,01	Kilo	Cebolla	0,45	0,00
0,01	LT. *56GR	Ajo	1,96	0,01
0,01	Litro	Curry	11,00	0,06
0,04	Unidad	Crema de leche	2,00	0,08
0,01	Litro	Aceite	2,00	0,02
OBSERVACIONES: Guarnición para carnes blancas, rojas y marisco			SUB TOTAL	0,21
			10% Margen	0,02
			TOTAL	0,23
			Materia prima (35%)	0,23
	DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DEL PRECIO	Gasto de procesos (35%)	0,23	
		Utilidad (50%)	0,12	
		IVA (12%)	0,58	
		PRECIO FINAL USD	0,70	

Elaborado por: La Autora

Tabla N° 49 Arroz con almendras

RECETA ESTÁNDAR				
FECHA	10/09/2015	GRUPO: GUARNICIÓN		
NOMBRE:	ARROZ CON ALMENDRAS			
NÚMERO DE PORCIONES	1			
PORCIÓN A UTILIZAR	UNIDAD	GÉNERO	COSTO UN.	COSTO TOTAL PORCIÓN
0,06	Kilo	Arroz	0,70	0,04
0,03	BOT.*1000	Vino Tinto	0,90	0,03
0,02	Kilo	Tomate	0,70	0,01
0,01	Kilo	Almendras	11,50	0,14
-	-	Caldo de verduras	-	
OBSERVACIONES:			Sub Total	0,22
			10% Margen	0,02
			TOTAL	0,24
	DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DEL PRECIO		Materia prima (35%)	0,24
			Gasto de procesos (35%)	0,24
			Utilidad (50%)	0,12
			IVA (12%)	0.60
			PRECIO FINAL USD	0,75

Elaborado por: La Autora

Tabla N° 50 Arroz al azafrán

RECETA ESTÁNDAR				
FECHA	10/09/2015	GRUPO:	GUARNICIÓN	
NOMBRE:	ARROZ CON AL AZAFRÁN			
NÚMERO DE PORCIONES	1			
PORCIÓN A UTILIZAR	UNIDAD	GÉNERO	COSTO UN.	COSTO TOTAL PORCIÓN
0,06	Kilo	Arroz	0,70	0,04
0,01	Kilo	Azafrán	8,00	0,08
0,01	Kilo	Mantequilla	3,50	0,05
0,1	LITR	Caldo de Ave	0,70	0,07
			SUB TOTAL	0,24
			10% Margen	0,02
			TOTAL	0,27
	DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DEL PRECIO		Materia prima (35%)	0,27
			Gasto de procesos (35%)	0,27
			Utilidad (30%)	0,14
			IVA (12%)	0,68
			PRECIO FINAL USD	0,80

Elaborado por: La Autora

POSTRES:

Tabla N° 51 Brownie

RECETA ESTÁNDAR				
FECHA	10/09/2015	GRUPO: POSTRE		
NOMBRE:	BROWNI			
NÚMERO DE PORCIONES	1			
PORCIÓN A UTILIZAR	UNIDAD	GÉNERO	COSTO UN.	COSTO TOTAL PORCIÓN
0,01	Kilo	Mantequilla	2,70	0,03
0,01	Kilo	Azúcar	0,07	0,00
0,00	Kilo	Chocolate en polvo	3,00	0,01
1	Unidad	Huevos	0,08	0,08
0,02	Kilo	Harina	0,44	0,01
0,01	Kilo	Nueces peladas	13,50	0,14
0,004	Kilo	Polvo de hornear	2,00	0,01
		COBERTURA		
0,016	Kilo	Chocolate colombiano	3,50	0,06
0,004	Litro	Crema de leche	2,00	0,01
0,002	Kilo	Mantequillas	3,50	0,01
0,008	Kilo	Nueces	13,50	0,11
			SUB TOTAL	0,45
			10% Margen	0,04
			TOTAL	0,49
			DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DEL PRECIO	
			Materia prima (35%)	0,49
			Gasto de procesos (35%)	0,49
			Utilidad (50%)	0,25
			IVA (12%)	1,23
			PRECIO FINAL USD	1,35

Elaborado por: La Autora

Tabla N° 52 Crepes de frutilla en su salsa

RECETA ESTÁNDAR				
FECHA	10/09/2015	GRUPO: POSTRE		
NOMBRE:	CREPES DE FRUTILLA EN SU SALSA			
NÚMERO DE PORCIONES	1			
PORCIÓN A UTILIZAR	UNIDAD	GÉNERO	COSTO UN.	COSTO TOTAL PORCIÓN
0,02	Litro	Leche	0,60	0,01
0,02	Kilo	Mantequilla	2,70	0,05
0,05	Kilo	Huevos	0,08	0,00
0,01	Kilo	Harina	0,44	0,01
		RELLENO		
0,03	Kilo	Frutilla	3,00	0,09
0,028	BOT.*1000 cc	Vino tinto	0,90	0,03
0,015	Kilo	Azúcar	0,60	0,01
			SUB TOTAL	0,20
			10% Margen	0,02
			TOTAL	0,22
	DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DEL PRECIO		Materia prima (35%)	0,22
			Gasto de procesos (35%)	0,22
			Utilidad (50%)	0,77
			IVA (12%)	1,21
			PRECIO FINAL USD	1,35

Elaborado por: La Autora

Tabla N° 53 Mousse de chocolate

RECETA ESTÁNDAR				
FECHA	10/09/2015	GRUPO: POSTRE		
NOMBRE:	MOUSSE DE CHOCOLATE			
NÚMERO DE PORCIONES	1			
PORCIÓN A UTILIZAR	UNIDAD	GÉNERO	COSTO UN.	COSTO TOTAL PORCIÓN
1	Unidad	Yema de huevo	0,04	0,02
0,02	Kilo	Azúcar	0,60	0,01
0,05	Litro	Crema de leche	2,00	0,10
0,01	Kilo	Azúcar Impalpable	3,00	0,02
0,01	Kilo	Gelatina sin sabor	3,00	0,02
0,02	Kilo	Chocolate cobertura	4,00	0,06
1	Unidad	Claras de huevos	0,04	0,00
			SUB TOTAL	0,22
			10% Margen	0,02
			TOTAL	0,24
	DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DEL PRECIO		Materia prima (35%)	0,24
			Gasto de procesos (35%)	0,24
			Utilidad (50%)	0,12
			IVA (12%)	0,60
			PRECIO FINAL USD	0,75

Elaborado por: La Autora

Tabla N° 54 Brazo gitano relleno de mermelada

RECETA ESTÁNDAR						
FECHA	10/09/2015	GRUPO: POSTRE				
NOMBRE:	BRAZO GITANO RELLENO DE MERMELADA					
NÚMERO DE PORCIONES		1				
						
PORCIÓN A UTILIZAR	UNIDAD	GÉNERO	COSTO UN.	COSTO TOTAL PORCIÓN		
1	Unidad	Huevos	0,08	0,08		
0,02	Kilo	Azúcar	0,60	0,01		
0,02	Litro	Harina	0,44	0,01		
0,01	Kilo	Polvo de hornear	3,00	0,02		
0,03	Kilo	Mermelada	4,50	0,11		
			SUB TOTAL	0,23		
			10% Margen	0,02		
			TOTAL	0,25		
			DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DEL PRECIO			
					Materia prima (35%)	0,25
					Gasto de procesos (35%)	0,25
					Utilidad (50%)	0,13
					IVA (12%)	0,63
			PRECIO FINAL USD	0,75		

Elaborado por: La Autora

COFFE BREAK:

Tabla N° 55 Sándwiches de jamón

RECETA ESTANDAR				
FECHA	10/09/2015	GRUPO: BOCADITOS		
NOMBRE:	SANDUCHE DE JAMÓN			
NÚMERO DE PORCIONES	24			
PORCIÓN A UTILIZAR	UNIDAD	GÉNERO	COSTO UN.	COSTO TOTAL PORCIÓN
0,50	FDA. *24Un.	Rebanadas de pan de molde	1,20	0,60
0,04	Kilo	Mayonesa	2,25	0,09
0,25	Kilo	Palmito	3,00	0,75
0,10	Kilo	Jamón	3,85	0,39
OBSERVACIONES: Cada mini Sanduches cuesta USD 0,22			SUB TOTAL	1,83
			10% Margen	0,18
			TOTAL	2,01
		DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DEL PRECIO	Materia prima (35%)	2,01
			Gasto de procesos (35%)	2,01
			Utilidad (50%)	1,01
			IVA (12%)	5,03
			PRECIO FINAL USD	5,15

Elaborado por: La Autora

Tabla N° 56 Mini Sándwiches de champiñones

RECETA ESTÁNDAR				
FECHA	10/09/2015	GRUPO: BOCADITOS		
NOMBRE:	MINI SANDUCHE DE CHAMPIÑONES			
NÚMERO DE PORCIONES	24			
PORCIÓN A UTILIZAR	UNIDAD	GÉNERO	COSTO UN.	COSTO TOTAL PORCIÓN
0,06	Kilo	Champiñones	4,10	0,25
0,50	FDA.*24Un	Rebanadas de pan	1,20	0,60
0,03	Litro	Aceite	2,00	0,06
0,40	Kilo	Mayonesa	2,25	0,90
0,05	Kilo	Queso fresco	2,80	0,14
0,06	Kilo	Tomate	0,70	0,04
OBSERVACIONES: Cada mini Sanduches cuesta USD 0,24			SUB TOTAL	1,99
			10% Margen	0,20
			TOTAL	2,19
			Materia prima (35%)	2,19
	DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DEL PRECIO	Gasto de procesos (35%)	2,19	
		Utilidad (50%)	1,10	
		IVA (12%)	5,48	
		PRECIO FINAL USD	5,60	

Elaborado por: La Autora

SORBETE

Tabla N° 57 Sorbete de naranja

RECETA ESTÁNDAR				
FECHA	10/09/2015	GRUPO: CORDIAL		
NOMBRE:	SORBETE DE NARANJA			
NÚMERO DE PORCIONES	4			
PORCIÓN A UTILIZAR	UNIDAD	GÉNERO	COSTO UN.	COSTO TOTAL PORCIÓN
0,25	Gramos	Zumo de naranja	0,60	0,15
0,25	Litro	Almíbar	0,40	0,10
1	Unidad	Clara de huevo	0,06	0,06
OBSERVACIONES: El sorbete cuesta USD 0,25			Sub Total	0,31
			10% Margen	0,03
			TOTAL	0,34
	DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DEL PRECIO		Materia prima (35%)	0,34
			Gasto de procesos (35%)	0,34
			Utilidad (50%)	0,17
			IVA (12%)	0,85
			PRECIO FINAL USD	1,00

Elaborado por: La Autora

Tabla N° 58 Sorbete de vino Blanco

RECETA ESTÁNDAR				
FECHA	10/09/2015	GRUPO:	CORDIAL	
NOMBRE:	SORBETE DE VINO BLANCO			
NÚMERO DE PORCIONES	7			
				
PORCIÓN A UTILIZAR	UNIDAD	GÉNERO	COSTO UN.	COSTO TOTAL PORCIÓN
0,50	Litro	Almíbar	0,40	0,20
0,20	BOT.*750	Vino Blanco	3,00	0,60
3,00	Unidad	Clara de huevo	0,08	0,24
OBSERVACIONES: El sorbete cuesta USD 0,43			Sub Total	1,04
			10% Margen	0,10
			TOTAL	1,14
	DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DEL PRECIO	Materia prima (35%)	1,14	
		Gasto de procesos (35%)	1,14	
		Utilidad (50%)	0,57	
		IVA (12%)	2,85	
		PRECIO FINAL USD	3,00	

Elaborado por: La Autora

3. Arreglos y decoraciones de salones

Parte de la misión de la empresa es satisfacer las necesidades de los clientes y mediante el estudio de mercado se determinó que además de los servicios principales, el mercado demanda servicios complementarios los cuales se contratarían para ejecutarse en la misma casa de banquetes o para eventos fuera de ella, tales como en la casa que vayan a realizar el evento, iglesias y salones particulares.

A continuación tenemos los servicios complementarios:

Decoración en:

- Flores: arcos, ramos, hileras, Globos, corazones,
- Telas: de distintos colores y diseños.

Imagen N° 4 Decoraciones



Elaborado por: La Autora

Imagen N° 5 Decoraciones con tela



Elaborado por: La Autora

Imagen N° 6 Arreglos florales



Elaborado por: La Autora

Imagen N° 7 Alquiler de Sillas



Elaborado por: La Autora

Imagen N° 8 Arreglos de mesa



Elaborado por: La Autora

Imagen N° 9 Alquiler de cristalería



Elaborado por: La Autora

Imagen N° 10 Arreglos con globos



Elaborado por: La Autora

i) Obligaciones

• De la Compañía para con sus Colaboradores

La Compañía se obliga a acatar las siguientes disposiciones, sin perjuicio de lo dispuesto en el Art. 42 del Código Laboral:

Las obligaciones de la empresa para con sus colaboradores en resume son:

- Debe procurar que haya armonía en las relaciones interpersonales y laborales con todo el personal,
- Dar capacitación constante con el objetivo de mejorar a cada uno de ellos en el aspecto profesional,
- Estar pendiente de las necesidades y reclamos de los trabajadores,
- Procurar dar soluciones justas a sus reclamos,
- Ante todo dar un trato como ser humano al personal,
- Proporcionar a los trabajadores los materiales, herramientas, maquinaria, e implementos seguros y necesarios para el cumplimiento de sus funciones,
- Asegurar a sus trabajadores buenas condiciones de trabajo que no pongan en peligro su salud y vida,
- Informar a cada colaborador del reglamento interno y de los procedimientos en y políticas de la empresa.

j) Obligaciones de los trabajadores para con la empresa

Según el Artículo 45 del código del Trabajo, y las que naturalmente correspondan al tipo de labor que desempeña, son obligaciones de los trabajadores de la Compañía:

- Velar por la buena imagen y defender los intereses de la Compañía,
- Guardar en las relaciones laborales la debida consideración, y respeto a los superiores y compañeros,
- Acatar las disposiciones del gerente, administrador u otra persona que se encuentre a cargo de la compañía,

- No fomentar actos de indisciplina e inmoralidad dentro de la empresa que afecte tanto a sus superiores como a sus compañeros de trabajo,
- Dar aviso oportuno a sus superiores de lo que pueda perjudicar la marcha normal del trabajo en la compañía,
- Cumplir a cabalidad con las funciones encomendadas a cada colaborador haciendo uso de sus conocimientos, capacidad y experiencia, de modo que evite daños o perjuicios a la compañía,
- Ser puntual en las obligaciones adquiridas en las para con la empresa y nuestros clientes,
- Acatar las medidas de seguridad, prevención e higiene, exigidas por la Ley, por sus reglamentos o por la autoridad competente así como las
- prescripciones, dictámenes médicos, y cumplir estrictamente con las normas y recomendaciones higiénicas impartidas para el proceso industrial,
- Guardar escrupulosamente la información técnica, confidencial y de cualquier naturaleza que el Trabajador conozca en razón de la labor que realiza en la compañía. Esta obligación subsiste aún después de que el Trabajador, por cualquier causa, deje de formar parte de la compañía, pudiendo esta ejercer acción legal correspondiente en caso de incumplimiento,
- Cuidar de los bienes de la empresa que le han sido entregados como material de trabajo,
- Al momento de salir de la compañía, por renuncia o cualquier otra causa, devolver a la misma los materiales que le hayan sido entregados para que realice su trabajo en el puesto asignado,
- Cualquier daño causado por negligencia deberá responder a la empresa con la reposición o pago del daño,
- Evitar disponer de los bienes de la compañía para beneficio personal o de personas ajenas a la empresa; Cumplir con las obligaciones que se establecen en el contrato: reglamento interno, funciones a su cargo, etc.;
- Evitar todo tipo de transacciones comerciales entre el personal y/o sus familiares, hasta el tercer grado de consanguinidad y segundo de afinidad, con la Compañía, autorización de la Gerencia General.
- Y las demás que contenga el Reglamento interno de la empresa.

k) Proceso del Servicio

Cada empresa está vendiendo algo que el cliente desea: satisfacción, uso o beneficio. Cuando los que ofrecen este tipo de eventos o intermediarios se interesan en las ganancias que se pueden obtener de su trabajo realizado, y no en cómo se hicieron o decoraron el lugar.

Debido a que los clientes compran satisfacción y no elementos sueltos, producto significa el ofrecimiento – por una firma – de satisfacer necesidades. Lo que interesa a los clientes es como ellos ven el producto/servicio. En el presente caso es un servicio que se ofrecerá con el fin de satisfacer las necesidades basadas en los gustos y preferencias de los usuarios, ya que al requerir los servicios de una empresa especializada el usuario tendrá un evento de calidad, ahorrándose tiempo, proporcionando comodidad, presentación, prestigio y garantizando el éxito del mismo.

El servicio de la organización de eventos y banquetes funciona de la siguiente manera: el cliente acuerda los servicios que desea adquirir en la organización del evento, se realiza la proforma y en caso de aceptarse se determina la fecha y hora del evento así como el lugar donde va a ser desarrollado: en el local de la empresa o en el domicilio del cliente, en este momento el cliente realizará un pago anticipado del 50%. La empresa a través de su personal tendrá un control del evento durante todo su desarrollo.

En caso de que se requiera los servicios en el domicilio del cliente, éste decidirá los materiales y equipos a ser alquilados, luego se determinaran los costos y en caso de aceptación del cliente se procederá a revisar el inventario, para luego realizar el traslado de los materiales hacia el lugar del evento, en el que intervendrán el chofer y las asistentes.

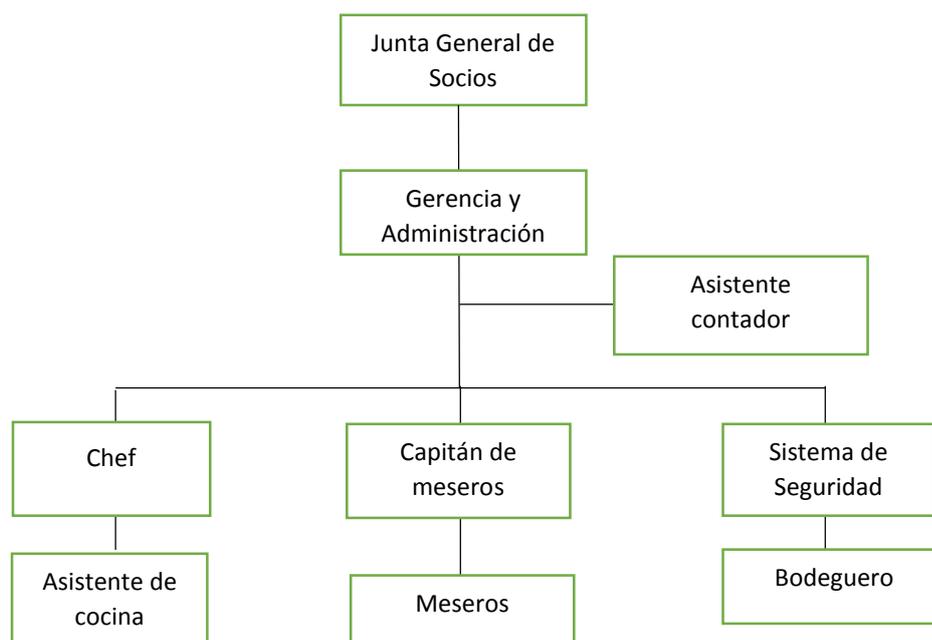
Una vez que se entrega por parte de la empresa el servicio de decoración, buffet, etc., se realiza la inspección final, para luego proceder a la elaboración de la factura y por ende el pago del saldo restante. (ANEXO N° 21 Pág. 240)

Proceso de Servicio

1. Organigrama estructural de la empresa

La empresa de Eventos y Banquetes “El Ensueño de tu Vida” estará conformado por todos los involucrados y responsables de la empresa: los accionistas, la administración, personal operativo fijo. Además está el contador que servirá como asesor externo, no es parte de la empresa en forma directa.

Imagen N° 11 Organigrama estructural de la empresa



Elaborado por: La Autora

Orgánico funcional – Centro de Eventos y Banquetes “El ensueño de tu Vida”:

Administrador:

Es el encargado de planificar, organizar, dirigir y vigilar el cumplimiento de todas las actividades administrativas, operativas y financieras de cada uno de los departamentos de la empresa a través de cada jefe departamental; para alcanzar los objetivos propuestos de una forma efectiva.

- Planifica con cada uno de los jefes departamentales las actividades a realizarse para el cumplimiento de las metas y objetivos de la empresa.
- Selecciona al personal en conjunto con la asistente.
- Responde legalmente como representante de la empresa.
- Vigila y hacer cumplir las políticas de la empresa.
- Aprueba los pedidos, solicitudes especiales para toda gestión del negocio.
- Organiza programas de capacitación al personal, en el que se observara la actualización tecnológica y demás, en las áreas que sean necesarias.
- Promociona el establecimiento mediante estrategias de marketing y ventas.
- Evalúa cada una de las áreas y el personal que conforma la empresa y solucionar problemas existentes de todo ámbito.
- Establece el precio de venta de los productos.
- Autoriza los proveedores sugeridos por la persona encargada de compras

Asistente Contador:

Es la persona que asiste directamente al administrador y sus funciones específicas son:

- Recluta y selecciona al personal para cada puesto de trabajo, en conjunto con el administrador.
- Realiza el rol de pagos a los empleados, gestiona permisos, adelantos de sueldos, sanciones.
- Realiza el pago a proveedores
- Factura y cobra las cuentas
- Realiza los depósitos diarios
- Maneja un fondo de caja chica
- Archiva las facturas de gastos, recibos de pago, etc.
- Hace la reposición de caja chica, con todas las facturas de respaldo correspondientes.
- Realiza la reposición de caja chica del encargado de compras
- Organiza toda la información para entregar al contador cuando lo requiera.
- Organiza los cursos de capacitación para el personal.

- Recibe y entrega los productos alquilados en caso que no se encuentre la persona encargada.
- Ayuda a los empleados con sus inquietudes y necesidades

Chef:

- Es el encargado de la preparación de los alimentos para todos los eventos y servicio de catering.
- Realiza la lista de mercado de acuerdo a los requerimientos
- Realiza las recetas estándar y se las entrega a compras para el costeo respectivo
- Supervisa el cumplimiento de los estándares en lo que se refiere a preparación, sanitación e higiene del área de cocina.
- Realiza las especificaciones de los productos a utilizar y se las entrega a bodega.
- Controla que en cada evento salga los platos con las especificaciones establecidas y a tiempo.
- Supervisa a los ayudantes de cocina
- Realiza informes de asistencia del personal de cocina y entrega a la asistente administrativa.

Asistente de cocina:

- Asiste al chef en todo lo necesario para la preparación de los alimentos para cada evento.
- Prepara el mise en place para los eventos que se realicen.
- Es el responsable de la limpieza de su estación de trabajo.
- Lleva un buen control en higiene y sanitación de los géneros que estén a su cargo.
- Lava los implementos utilizados en la cocina
- Saca la basura al área asignada para ella.

Capitán de meseros:

- Es el responsable de la operación de todos los eventos
- Cuando hayan varios eventos simultáneos coordinará cada uno asignando una persona responsable en cada salón.
- Realiza la requisición de productos a bodega
- Realiza informe de asistencia del personal de servicio y entrega a asistencia administrativa.
- Controla la buena realización del mise en place
- Verifica que el servicio se lleve a cabo de la mejor forma, con el cumplimiento de lo establecido: menú establecido, que sea servido de acuerdo al tiempo establecido.
- Recibe los licores para el descorche
- Realiza la comanda de lo consumido para que asistencia administrativa realice la factura.
- En caso que no esté la asistente el encargado de facturar es el coordinador de eventos y en caso extremo que éste no se encuentre el capitán puede emitir la factura.
- Realiza el cálculo de la cantidad de personal de servicio que necesita en cada evento.
- Organiza el horario de su personal de acuerdo a los requerimientos
- Coordina con la asistente administrativa los permisos de su personal

Mesero

- Realiza el mise en place para cada evento
- Se encarga de la limpieza del salón
- Atender a los clientes durante el evento
- Lava y pule la cristalería y cubertería
- Es el encargado de realizar compras menores en caso de ser requeridas por la cocina o servicio.
- Se encarga del montaje y desmontaje del salón
- Mantiene en orden y buen estado la bodega que corresponde a servicio

- En caso de haber servicio a domicilio organiza los implementos necesarios.
- Saca la basura al final de cada turno al área asignada para ello.

Sistemas y seguridad

La persona de sistemas es la que se encarga del buen funcionamiento de todos los equipos, además que es responsable directa de la bodega de audio y video.

La persona de sistema se hace cargo también del personal de seguridad y controlar sus funciones.

- Instala los equipos necesarios en los salones que lo requieran
- Da mantenimiento permanente a todos los equipos del establecimiento incluyendo de las oficinas administrativas, del chef, de compras.
- Supervisa al personal de seguridad
- Coordina acciones de seguridad cuando lo requiera el establecimiento
- Se asesora para realizar planes de evacuación en caso de emergencia
- Capacita al personal del establecimiento para actuar en caso de emergencia
- Controla la existencia y caducidad de los extintores
- El personal de seguridad se encarga de vigilar constantemente la seguridad del establecimiento.
- Vigila la entrada y salida de vehículos tanto de los clientes, de proveedores y de personal.
- Vigila la entrada y salida de todos los clientes
- Lleva el control de los horarios de entrada y salida del personal
- Realiza los reportes de las novedades del personal y le pasa a asistencia administrativa.
- Controla el cumplimiento de los estándares de seguridad respecto al personal

Bodeguero

- Costea las recetas estándar con datos actualizados, las recetas son realizadas por el chef
- Selecciona a los proveedores en conjunto con el administrador.
- Recibe los productos solicitados verificando que cumplan con las especificaciones estandarizadas.
- Lleva un control de salida y entrada de productos (kardex)
- Realiza el inventario de bodega, de acuerdo al procedimiento establecido o cada vez que sea necesario.
- Realiza las compras de productos, según las listas entregadas por el chef de cocina, y verificando el stock de bodega.
- Entrega y recibe los materiales que se han alquilado

Valores:

El valor fundamental de nuestro negocio es la **SATISFACCIÓN TOTAL DEL CLIENTE** al que reconocemos como el factor de éxito más importante, para lo cual fomentaremos en nuestra organización lo siguiente.

Eficiencia:

Cumpliendo la misión como empresa y cubriendo las expectativas de los clientes mediante la utilización adecuada de los recursos que disponemos.

Honestidad:

Actuando con respeto y sentido de justicia para con nuestros colaboradores y con nuestros clientes.

Calidad total de productos y de servicios:

Para un producto terminado de excelencia se realizará un seguimiento de todos los aspectos que interfieran en la producción del producto como el

desarrollo del servicio. Esto es, desde la selección de proveedores de materia prima, la capacitación permanente al personal de servicio y demás áreas como el seguimiento post venta por parte de nuestros ejecutivos de ventas para la verificación de satisfacción del cliente en el servicio prestado.

Seriedad y puntualidad:

Cumplir con todos los compromisos adquiridos en el tiempo que se estipuló es importante tanto con nuestros colaboradores como con los clientes.

Iniciativa:

Es importante la iniciativa pues de ella depende la innovación constante de productos y servicios en la empresa, que harán que se mantenga diferenciada del resto de prestadores de este servicio.

Perseverancia:

Para cumplir con la misión y visión de la empresa, para mantener los más altos estándares de calidad es necesario fomentar la perseverancia en todo el equipo de trabajo.

Cortesía:

La mejor forma de mantener el equilibrio de las emociones y transmitir lo mejor de nosotros como empresa a nuestros clientes es tratando con amabilidad y cortesía a nuestros clientes y proveedores.

Requisitos – Aspecto legal:

Los requisitos para el funcionamiento de la empresa, son los siguientes:

- Escritura de constitución
- Servicio de Rentas Internas

- Patente municipal
- Afiliación y adquisición del permiso de funcionamiento del Ministerio de Turismo
- Afiliación a la Cámara Cantonal del Ministerio de Turismo
- Permiso de funcionamiento del Ministerio de Salud Pública Permiso del Cuerpo de Bomberos de La Joya de los Sachas

1) **Organización Legal de la Empresa**

Dentro del marco de legalización de la empresa, se analizó los tipos de compañías se concluye que para obtener mayor eficiencia organizativa en la empresa, esta será una “Compañía de Responsabilidad Limitada”. Para poder operar la empresa debe cumplir con los lineamientos de la Constitución de La República, la Ley de Compañías y las demás Leyes y Reglamentos respectivos.

La Superintendencia de Compañías exige el cumplimiento de los siguientes requisitos:

- **Razón Social:** Esta empresa estará constituida jurídicamente como Compañía de Responsabilidad Limitada y su razón social será “El Ensueño de tu vida” Cía. Ltda.”
- **Objeto:** El objeto principal de la Empresa será el servicio de alquiler de local, organización y alimentación para todo tipo de eventos sociales en el Cantón La Joya de los Sachas
- **Domicilio:** El domicilio principal de la empresa denominada “El Ensueño de tu Vida” Cía. Ltda. será en el Cantón Joya de los Sachas, Barrio Amazonas
- **Nacionalidad:** La compañía será de nacionalidad Ecuatoriana, por tanto está sujeta a las leyes vigentes en el Ecuador y a los estatutos que se elaboren.

- **Capital:** La empresa estará conformada por socios, los cuales en base a la necesidad de inversión del proyecto, establecerán el monto individual de sus aportaciones, y con ello, el capital social, además se realizará un crédito.

m) Imagen Corporativa

Logo:

Es la imagen representativa de la empresa, en éste se encuentra el nombre comercial con colores representativos de la imagen de la Compañía.

Nombre:

Empresa de eventos y banquetes “EN ENSUEÑO DE TU VIDA”

Eslogan:

Hacemos de tu celebración un día INOVODABLE

Imagen N° 12 Logo de la empresa



Misión:

Lograr la satisfacción total de nuestros clientes mediante la organización de eventos, con productos y servicios de óptima calidad, higiene y presentación; con la máxima efectividad, cortesía y entusiasmo, y sobre todo un servicio diferenciado dentro de la ciudad; ofrecido por nuestra empresa de eventos y banquetes y su personal capacitado. Además de lograr rentabilidad que beneficiará al personal que colabora en el establecimiento y los accionistas.

Visión

La Empresa de Eventos y Banquetes “EL ENSUEÑO DE TU VIDA” será la empresa de eventos más importante y reconocida de la ciudad de La Joya de los Sachas, líder en la calidad del producto, servicio y satisfacción del cliente, contará con un grupo humano de excelencia, tendrá una sólida y eficiente organización, dispondrá de la tecnología suficiente y necesaria. Se proyecta a extenderse a otras ciudades importantes después de los cinco años de operación a nivel local.

n) Permisos Municipales

Patente Municipal.- El municipio es el encargado de otorgar un permiso a la empresa sobre su base de su activo y éste es renovable cada año según el crecimiento de los activos.

Los requisitos para obtener este permiso son:

- Formulario de patente de actividades económicas
- Copia de cédula de identidad y papeleta de votación del representante legal.
- Copia del RUC.
- Copia del pago de impuestos predial del año en curso.
- Croquis de la ubicación de la empresa.

- Permiso del cuerpo de bomberos.
- Copia de escritura de constitución.

Permiso Sanitario de Funcionamiento.- Este permiso es importante para poder desarrollar la actividad relacionada con la venta de comida, ya que es necesario estar bajo un control sanitario. Este permiso lo emite el Ministerio de Salud Pública del Ecuador.

Los requisitos son:

- Formulario de solicitud (sin costo) llenado y suscrito por el propietario
- Copia del Registro Único de Contribuyentes.
- Copia de cedula de identidad y papeleta de votación actualizada del propietario o del representante legal del establecimiento.
- Plano del establecimiento a escala 1:50 y croquis de la ubicación.
- Permiso otorgado por el Cuerpo de Bomberos.
- Certificados de salud de las personas que trabajan en la empresa
- Informe del control sanitario acerca de cumplimiento de requisitos para la actividad.

Permiso del Cuerpo de Bomberos.- Para obtener este permiso, se debe realizar una solicitud dirigida al Cuerpo de Bomberos, ellos acudirán al lugar para hacer las respectivas inspecciones y emitir su informe. En esta inspección tenemos que dar a conocer planes de evacuación, zonas de riesgo y las salidas de emergencia.

Una vez realizada la inspección, el Jefe de la Unidad de Prevención y Control del Cuerpo de Bomberos emitirá el respectivo permiso de funcionamiento y previo se deberá realizar el pago del impuesto anual de funcionamiento correspondiente. (Ministerio de Salud Pública del Ecuador).

Registro Único de Contribuyentes RUC.- El Registro Único de Contribuyentes constituye el número de identificación de todas las personas naturales o sociedades que sean sujetos de obligaciones tributarias.

El RUC es un documento importante que sirve para realizar las transacciones comerciales en forma legal, los requisitos de obtención del RUC son: Formulario para inscribir al establecimiento, suscrito por el representante legal. Copia certificada del nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil. Copia certificada de la escritura pública de constitución. Original y copia de la cédula de identidad del representante. Original y copia de la papeleta de votación actualizada del representante en caso de ser ecuatoriano. Comprobante de pago de impuestos predial del año en curso. Original de factura de pago de agua, luz o teléfono. Original de la hoja de datos generales del Registro de Sociedades (solo para sociedades bajo el control de la Superintendencia de Compañías).

Declaración de Impuestos.- El pago de impuestos a la renta se lo realiza cada año y tiene vigencia desde el 1ro de enero hasta el 31 de diciembre y para realizar este pago se debe:

- Realizar la inscripción del RUC.
- Llevar contabilidad periódicamente.
- Se debe presentar la declaración del IVA como agente de retención y la base imponible es del 12%.

o) Análisis Financiero

Realizar este análisis ayuda a tener una proyección de lo que será la inversión inicial y la rentabilidad a futuro que tendrá la empresa

Tabla N° 59 Inversión Total

1) Activos Fijos	Total
Compra de terreno	35.000,00
Construcción (Infraestructura)	88.144,60
Equipos	24.420,00
Materiales	13.683,00
Subtotal de activos fijos USD	161.247,60
2) Activos Diferidos	Total
Gasto para funcionamiento	625,00
Subtotal activos diferidos	625,00
3) Capital de Trabajo	Total
Costos de producción (mensual)	595,70
Gastos generales (mensuales)	241,80
(+)Depreciaciones (anual)	12.888,76
Costos de operación (mensual)	3.391,38
Subtotal capital de trabajo	17.117,64
TOTAL INVERSIÓN (fijos, diferidos, capital)	178.990,24

Elaborado por: la Autora

Financiamiento**Tabla N° 60** Financiamiento

DETALLE	APORTE	%
Capital Propio y Socios	78.990,24	44
Crédito bancario	100.000,00	56
TOTAL USD	178.990,24	100

Elaborado por: la Autora

Tabla N° 61 Detalle de los costos proyectados USD

DESCRIPCIÓN	AÑOS									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
COSTO DE PRODUCCIÓN										
Fabricación	7.148,40	7.400,74	7.661,98	7.932,45	8.212,47	8.502,37	8.802,50	9.113,23	9.434,93	9.767,98
Gastos generales	18.544,60	19.199,22	19.876,96	20.578,61	21.305,04	22.057,11	22.835,72	23.641,82	24.476,38	25.340,40
Útiles de oficina	160,00	165,65	171,50	177,55	183,82	190,31	197,02	203,98	211,18	218,63
Depreciación	12.888,76	12.888,76	12.888,76	12.888,76	12.888,76	12.888,76	12.888,76	12.888,76	12.888,76	12.888,76
Total costos de producción	38.741,76	39.654,37	40.599,20	41.577,38	42.590,08	43.638,54	44.724,01	45.847,79	47.011,25	48.215,77
COSTOS DE OPERACIÓN										
Administrativos	70.860,60	73.361,98	75.951,66	78.632,75	81.408,49	84.282,21	87.257,37	90.337,55	93.526,47	96.827,95
(-)costos de ventas	5.414,04	5.605,16	5.803,02	6.007,86	6.219,94	6.439,51	6.666,82	6.902,16	7.145,81	7.398,05
Interés pagados	9.750,00	8.750,00	7.750,00	6.750,00	5.750,00	4.750,00	3.750,00	2.750,00	1.750,00	750,00
Total costos de Operación	86.024,64	87.717,13	89.504,67	91.390,61	93.378,43	95.471,71	97.674,19	99.989,71	102.422,27	104.976,01
COSTOS TOTALES	124.766,40	127.371,51	130.103,87	132.967,99	135.968,51	139.110,25	142.398,20	145.837,50	149.433,52	153.191,77

Elaborado por: la Autora

Tabla N° 62 Estado de resultados USD

CONCEPTOS	AÑOS									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
(+) Ingresos	146.040,00	151.195,21	156.532,40	162.058,00	167.778,64	173.701,23	179.832,88	186.180,98	192.753,17	199.557,36
(-) costos de producción	38.741,76	39.654,37	40.599,20	41.577,38	42.590,08	43.638,54	44.724,01	45.847,79	47.011,25	48.215,77
Utilidad marginal =	107.298,24	111.540,84	115.933,21	120.480,62	125.188,56	130.062,69	135.108,88	140.333,19	145.741,93	151.341,59
(-)costos administración	70.860,60	73.361,98	75.951,66	78.632,75	81.408,49	84.282,21	87.257,37	90.337,55	93.526,47	96.827,95
(-)costos de ventas	5.414,04	5.605,16	5.803,02	6.007,86	6.219,94	6.439,51	6.666,82	6.902,16	7.145,81	7.398,05
(-) Interés pagados	9.750,00	8.750,00	7.750,00	6.750,00	5.750,00	4.750,00	3.750,00	2.750,00	1.750,00	750,00
Utilidad Bruta =	21.273,60	23.823,71	26.428,53	29.090,01	31.810,13	34.590,98	37.434,69	40.343,48	43.319,65	46.365,59
(-) 25% Impuesto Renta	5.318,40	5.955,93	6.607,13	7.272,50	7.952,53	8.647,74	9.358,67	10.085,87	10.829,91	11.591,40
(-) 15% trabajadores	3.191,04	3.573,56	3.964,28	4.363,50	4.771,52	5.188,65	5.615,20	6.051,52	6.497,95	6.954,84
Utilidades antes de reservas =	12.764,16	14.294,22	15.857,12	17.454,00	19.086,08	20.754,59	22.460,81	24.206,09	25.991,79	27.819,35
(-) 10% Reservas Capitalización	1.276,42	1.429,42	1.585,71	1.745,40	1.908,61	2.075,46	2.246,08	2.420,61	2.599,18	2.781,94
Utilidad Neta	11.487,7	12.864,8	14.271,4	15.708,6	17.177,5	18.679,1	20.214,7	21.785,5	23.392,6	25.037,4

Elaborado por: la Autora

Tabla N° 63 Flujo de caja USD

CONCEPTOS	AÑOS									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
(+) Ingresos	146.040,00	151.195,21	156.532,40	162.058,00	167.778,64	173.701,23	179.832,88	186.180,98	192.753,17	199.557,36
(-) costos de producción	38.741,76	39.654,37	40.599,20	41.577,38	42.590,08	43.638,54	44.724,01	45.847,79	47.011,25	48.215,77
Utilidad marginal =	107.298,24	111.540,84	115.933,21	120.480,62	125.188,56	130.062,69	135.108,88	140.333,19	145.741,93	151.341,59
(-)costos administración	70.860,60	73.361,98	75.951,66	78.632,75	81.408,49	84.282,21	87.257,37	90.337,55	93.526,47	96.827,95
(-)costos de ventas	5.414,04	5.605,16	5.803,02	6.007,86	6.219,94	6.439,51	6.666,82	6.902,16	7.145,81	7.398,05
(-) Interés pagados	9.750,00	8.750,00	7.750,00	6.750,00	5.750,00	4.750,00	3.750,00	2.750,00	1.750,00	750,00
Utilidad Bruta =	21.273,60	23.823,71	26.428,53	29.090,01	31.810,13	34.590,98	37.434,69	40.343,48	43.319,65	46.365,59
(-) 25% Impuesto Renta	5.318,40	5.955,93	6.607,13	7.272,50	7.952,53	8.647,74	9.358,67	10.085,87	10.829,91	11.591,40
(-) 15% trabajadores	3.191,04	3.573,56	3.964,28	4.363,50	4.771,52	5.188,65	5.615,20	6.051,52	6.497,95	6.954,84
Utilidades antes de reservas =	12.764,16	14.294,22	15.857,12	17.454,00	19.086,08	20.754,59	22.460,81	24.206,09	25.991,79	27.819,35
(-) 10% Reservas Capitalización	1.276,42	1.429,42	1.585,71	1.745,40	1.908,61	2.075,46	2.246,08	2.420,61	2.599,18	2.781,94
Utilidad Neta	11.487,74	12.864,80	14.271,41	15.708,60	17.177,47	18.679,13	20.214,73	21.785,48	23.392,61	25.037,42
(+) depreciación	12.888,76	12.888,76	12.888,76	12.888,76	12.888,76	12.888,76	12.888,76	12.888,76	12.888,76	12.888,76
(+) Pago de Capital	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00
FLUJO NETO EFECTIVO =	34.376,50	35.753,56	37.160,17	38.597,36	40.066,23	41.567,89	43.103,49	44.674,24	46.281,37	47.926,18

Elaborado por: la Autora

Tabla N° 64 Cálculo del VAN en USD

DESCRIPCIÓN	AÑOS										
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Flujo neto de efectivo	178.990,24	34.376,50	35.753,56	37.160,17	38.597,36	40.066,23	41.567,89	43.103,49	44.674,24	46.281,37	47.926,18
10,2%	1,000	0,908	0,824	0,748	0,679	0,617	0,560	0,508	0,461	0,419	0,380
Valor Actualizado	178.990,2	31.208,8	29.468,0	27.805,1	26.219,2	24.709,0	23.272,9	21.908,9	20.614,9	19.388,6	18.227,5

Sumatoria VAN	242.822,96
Inversión Total	178.990,24
VAN = sum VAN - It	63.832,72

Elaborado por: la Autora

171

Tabla N° 65 Cálculo del (TIR) USD
VAN Tasa Mayor

DESCRIPCIÓN	AÑOS										
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Flujo neto de efectivo	178.990,24	34.376,50	35.753,56	37.160,17	38.597,36	40.066,23	41.567,89	43.103,49	44.674,24	46.281,37	47.926,18
17,0%	1,000	0,855	0,731	0,624	0,534	0,456	0,390	0,333	0,285	0,243	0,208

Sumatoria VAN	182.098,53
Inversión Total	178.990,24
VAN = sum VAN - It	3.108,29

VAN Tasa Menor

DESCRIPCIÓN	AÑOS										
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Flujo neto de efectivo	-178.990,24	34.376,50	35.753,56	37.160,17	38.597,36	40.066,23	41.567,89	43.103,49	44.674,24	46.281,37	47.926,18
16,0%	1,000	0,862	0,743	0,641	0,552	0,476	0,410	0,354	0,305	0,263	0,227
Valor Actualizado	-178.990,2	29.634,9	26.570,7	23.806,9	21.317,0	19.076,1	17.061,2	15.251,3	13.626,8	12.169,8	10.864,1

Sumatoria VAN	189.378,81
Inversión Total	178.990,24
VAN = sum VAN - It	10.388,57

Tabla N° 66 Ingreso actualizado USD

DESCRIPCIÓN	AÑOS										
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ingreso Actualizado	178.990,24	146.040,00	151.195,21	156.532,40	162.058,00	167.778,64	173.701,23	179.832,88	186.180,98	192.753,17	199.557,36
0,1%	1,000	0,999	0,998	0,997	0,996	0,995	0,994	0,993	0,992	0,991	0,990
Valor Actualizado	178.990,24	145.894,1	150.893,3	156.063,7	161.411,4	166.942,3	172.662,7	178.579,1	184.698,2	191.027,0	197.572,7

Sumatoria de Ingresos	1.705.744,47
-----------------------	--------------

Elaborado por: la Autora

Tabla N° 67 Costo actualizado USD

DESCRIPCIÓN	AÑOS										
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Costo Actualizado	178.990,24	124.766,4	127.371,5	130.103,9	132.968,0	135.968,5	139110,252	142398,196	145837,504	149433,52	153191,775
0,1%	1,000	0,999	0,998	0,997	0,996	0,995	0,994	0,993	0,992	0,991	0,990
Valor Actualizado	178.990,2	124.641,8	127.117,1	129.714,3	132.437,4	135.290,7	138.278,5	141.405,4	144.676,0	148.095,3	151.668,2

Sumatoria de costos	1.373.324,88
---------------------	--------------

R. Beneficio Costo	1,37
--------------------	-------------

Tabla N° 68 Determinación del período de recuperación USD

DESCRIPCIÓN	AÑOS										
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Flujo neto de efectivo	178.990,24	34.376,50	35.753,56	37.160,17	38.597,36	40.066,23	41.567,89	43.103,49	44.674,24	46.281,37	47.926,18
10,0%	1,000	0,909	0,826	0,751	0,683	0,621	0,564	0,513	0,467	0,424	0,386
Valor Actualizado	178.990,2	31.251,4	29.548,4	27.919,0	26.362,5	24.878,0	23.464,0	22.118,9	20.840,9	19.627,8	18.477,6

Sumatoria VAN	244.488,44
Inversión Total	178.990,24
DECIMO FLUJO NETO	51.886,24

Flujo Neto	475.364,92
P. de Recuperación	4,70

Elaborado por: la Autora

g. DISCUSION

7.1 Realizar el diagnóstico situacional del área de estudio.

EL termino diagnostico situacional Según (Doyle, & Colley, 2007) dice que el diagnóstico es una fase de gran importancia para la elaboración de un proyecto. Permite ubicar los principales problemas, desempeñar sus causas de fondo, ofrece vías de acción para ir resolviendo.

Basados en lo que dice (Doyle, & Colley, 2007) en su teoría se va a realizar el análisis situacional del área del cantón joya de los sachas para poder analizar los diferentes factores de donde se va a desarrollar el proyecto

Después de haber realizado el diagnostico situacional del área de estudio Según (Doyle, & Colley, 2007) si se pudo determinar los resultados como son la ubicación, limites, reseña histórica, diagnóstico demográfico, diagnóstico económico, análisis socio cultural logrando saber en qué estado se encuentra el lugar que se realizará el proyecto

7.2 Establecer el plan de negocios, mediante la metodología de CANVAS

Método CANVAS.- Es una herramienta conceptual que, mediante un conjunto de elementos y sus relaciones, permite expresar la lógica mediante la cual una compañía intenta ganar dinero generando y ofreciendo valor a uno o varios segmentos de clientes, la arquitectura de la firma, su red de aliados para crear, mercadear y entregar este valor, y el capital relacional para generar fuentes de ingresos rentables y sostenibles. (OSTERWALDER, 2011).

Se ha considerado el criterio de este autor ya que indica claramente que para la puesta en marcha de un proyecto es indispensable realizar un plan de negocios con tan solo 9 pasos, con el propósito de conocer el mercado al cual se va a dirigir. Y que se acopla a la idea de negocio que se está proponiendo

Para el desarrollo de plan de negocios se tomó en consideración el método CANVAS según (OSTERWALDER, 2011) que en su modelo de plan de negocios plantea y que se ajusta a las necesidades a desarrollar la idea de negocio ya que por medio de este se pudo conocer el mercado y las oportunidades para la empresa y que cumpla con los requerimientos de los clientes y ala ves se pudo analizar el entorno de la empresa como son: la relación con los clientes, canales de distribución, costos.

Identificar la creación de la empresa de eventos y banquetes “EL ENSUEÑO DE TU VIDA”, en el barrio Amazonas.

La Ingeniería de proyectos según (VALERA, 2010) dice que tiene como función el acoplar los recursos físicos para los requerimientos óptimos de producción, tiene que ver con la construcción de una nave industrial, su equipamiento y características del producto de la empresa. En este estudio se deben analizar todos los aspectos que se relacionan con la elaboración del producto o con la prestación del servicio.

El objeto de este estudio es dar solución a todo lo relacionado con la instalación y funcionamiento de la planta que permitirá llegar a cumplir nuestro objetivo por lo tanto concuerdo con el autor VALERA, R.

Al tomar en cuenta lo que dice (VALERA, 2010) se garantizará una producción óptima de los recursos de la empresa con una buena calidad la cual se va a brindar a los clientes un buen servicio

h. CONCLUSIONES

En base al desarrollo de la investigación se llegó a determinar las siguientes conclusiones.

- En el cantón La Joya de los Sachas no existe una adecuada infraestructura para prestar servicios de eventos y banquetes esto lo demuestra en las encuestas realizadas en lo que el 95% de la población manifiesta la inexistencia de la estructura.
- Una vez realizado el análisis situacional del área en el Catón La Joya de los Sachas se concluye que la zona es factible para crear la empresa de eventos y banquetes “EL ENSUEÑO DE TU VIDA” siendo los factores geográficamente y socioculturalmente apropiados para su desarrollo, después de haber obtenido los diferentes datos del Municipio, Ministerio de Turismo y la información de campo recogida se puede concluir que los resultados alcanzados son convenientes para poder seguir con el siguiente objetivo que es el plan de negocios.
- Para desarrollar el plan de negocios de la empresa de eventos y banquetes “EL ENSUEÑO DE SU VIDA”, se utilizó el Método CANVAS donde se analizó la inversión del proyecto siendo de 178.990,24 con un financiamiento de 100.000 dólares en crédito (BNF) y el restante entre los socios. para realizar la evaluación financiera en la que se verificó la viabilidad del proyecto, el Valor Actual Neto (VAN) que es de 63.832,72 dólares Tasa Interna de Retorno (TIR) 18,58% Relación Beneficio Costo (B/C) 1,30% Periodo de Recuperación de Capital (PRC) 4 años 5 meses con 15 días, que demuestran que el proyecto es factible.
- Analizado los resultados que se obtuvieron del plan de negocios se procedió a la identificación de la empresa la cual permitió realizar la distribución física del salón de eventos que es agradable y llamativa para los clientes para que puedan realizar sus diferentes tipos de eventos sociales

i. RECOMENDACIONES

- Implementar el salón de Eventos y Banquetes El Ensueño de tu vida ya que su ejecución cubrirá las expectativas de los consumidores y poder tener una importante acogida en el Cantón La joya de los Sachas.
- Verificar los resultados obtenidos en las diferentes instituciones como son Municipio, Ministerio de Turismo, en las que se realizó la investigación con los datos obtenidos en este estudio para comprobar los resultados existentes y su viabilidad.
- Elaborar un análisis financiero trimestral el cual permita tener una idea real de los ingresos, gastos y financiamiento de la empresa para poder analizar la viabilidad financiera del proyecto y verificar el cumplimiento de las metas propuestas y poder tomar decisiones acertadas en bien de la empresa.
- Establecer un área física adecuada donde se pueda realizar la distribución de los salones de eventos y banquetes respetando las normativas dadas en el diseño y que siga siendo llamativa y agradable para los clientes.

j. BIBLIOGRAFÍA

- Alexander, O., & Yves, P. (2010). Generacion de Modelo de Negocio. Barcelona: Tim Clark.
- ARQUITECTOS, E. Q. (2015). <http://www.munjoyasachas.gob.ec/>. Obtenido de <http://www.munjoyasachas.gob.ec/>.
- Arroyo Gómez, C., & Morrucco Gómez, R. (2013). Eventos Corporativos y Protocolo empresariales. Colombia: De la U.
- Bollero, A. (2005). El Plan de Negocios . España: Ediciones Díaz de Santos.
- Cabrerizo, M. d. (2009). Plan de Negocios. España: Vértice.
- Castañeda Marinez, L. (2005). IMPLEMENTACIÓN: EL ARTE DE CONVERTIR LOS PLANES DE NEGOCIOS EL RESULTADOS RENTABLES. México: Poder, Pag. 106 (HD38.2.C32).
- Colley, D. &. (2007). Diagnostico Situacional.
- COLOMA, F. (2009). Evaluación social de proyectos de inversión. Asociación Internacional de Fomento. La Paz, Bolivia.
- Consultor, E. (2010). Censo 2010.
- Cyr, L. A. (2009). Crear un plan de negocios. Harvard Business: Publishing.
- David, F. (2008). Conceptos de Administración Estratégica . México: Pearson Educación.
- Emprende.unir.net. (s.f.). Recuperado el 4 de Marzo de 2016, de Sitio web emprende.unir.net: <http://emprende.unir.net/creatuempresa/desarrollo-plan-de-negocio/>
- Fich, B. (2006). COMO DESARROLLAR UN PLAN DE NEGOCIOS . Barcelona: HD30.28.FSE.
- Francés, A. (2006). Estrategia y Planes para la empresa: Con el Cuadro de Mando Integral . México: Pearson Educaci+on .
- Gabriel, B. U. (2005). Evaluación de Proyectos. McGraw Hill Pag. 39.
- GADMCJS. (2010). Plan Estratégico Cantonal Joya de los Sachas.
- GADMCJS, . D. (2010). ESTUDIO DE FLORA Y FAUNA .
- GADMCJS, D. d. (2010). ESTUDIO DE FLORA Y FAUNA .

- GADMCJS, E. t. (2010). Aspectos Climatico (Precipitación-temperatura-humedad-heliofania).
- GADMCJS, E. t. (2010). ESTUDIO DE IMPACTO AMBIENTAL.
- Gherardi, E. (s.f.). Cómo hacer eventos exitosos. Intermedio Editores.
- GORDILLO HERNANDEZ, W. L. (11/03/2014). Modelo Canvas, herramienta para generar negocios exitosos, en. “Revista Empresarial &Laboral”.
- INEC, .: (2010). Censo de Población y Vivienda . Joya de los Sachas, Orellana, Ecuador.
- Martinez, D. \$. (2012). Las 5 fuerzas Porter.
- Martínez, D. &. (2005). Elaboración de un plan estratégico y su implementacion a través del cuadro de mando integral. España: Díaz de Santos.
- MORFIN HERRERA, M. d. (Trillas, 2006). Administración de Comedor y Bar. México: 2da edición.
- Muñiz, J. (2010). Planes de Negocios u estudios de Viabilidad . En J. Muñiz, Planes de Negocios u estudios de Viabilidad (pág. Pag. 24). España : Profit Editorial.
- OSTERWALDER, A. P. (2011). BUSINESS MODEL GENERATION. VERSIÓN EN ESPAÑOL. deusto.
- Ovoskin, R. (2010). Fundamentos de Marketing. En R. Ovoskin, Fundamentos de Marketing (pág. 178). Mexico .
- Real Academia Española. (2012). Diccionario de la Lengua Española. Madrid: 22^a Edición.
- Robbins, S. &. (2005). Administracion. México: Pearson FODA.
- Turismo, C. Z. (Agosto de 2011). Matriz resumen de atractivos turísticos naturales y culturales. Joya de los Sachas, Orellana, Ecuador.
- Urbina, B. (2008). Evaluacion de Proyectos . McGrow Hill.
- VALERA, R. (2010). Innovación Empresarial, Seugnda Edición. México D.F.: Pearson Interamericana Pag. 159.

k. ANEXOS

Anexo N^o 1 Atractivo Turístico Yurak Pacha

REGISTRO DE DATOS DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS

FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS MINISTERIO DE TURISMO

1. DATOS GENERALES	
ENCUESTADOR:	Sandra Patricia Puglla Morejón FICHA N ^o AN01
SUPERVISOR EVALUADOR:	
NOMBRE DEL ATRACTIVO:	YURAK PACHA
PROPIETARIO:	Comuna Juan Montalvo
CATEGORÍA:	Sitios Naturales
TIPO:	Ríos
SUBTIPO:	Cascada
2. UBICACIÓN	
LONGITUD (UTM):	E286753 LATITUD (UTM): N9968538
PROVINCIA:	Orellana CANTÓN: La Joya de los Sachas
PARROQUIA:	Lago San Pedro CALLE: Vía Comuna Juan Montalvo
NUMERO:	
TRANSVERSAL:	
3. CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO	
NOMBRE DEL POBLADO:	La Joya de los Sachas DISTANCIA (Km.): 8.5 km
NOMBRE DEL POBLADO:	Coca DISTANCIA (Km.): 40 km
4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO	
ALTURA (msnm): 282	TEMPERATURA (°C): 26,6
PRECIPITACIÓN	PLUVIOMÉTRICA (mm3):
CALIDAD VALOR INTRÍNSECO	
	<p>TAMAÑO: Esta caída de agua mide aproximadamente 5 m de alto y 8 m de ancho.</p> <p>FLORA: En este sector el bosque primario ha sido afectado por la deforestación con fines de ampliar la frontera agrícola y ganadera y para la comercialización de madera</p> <p>FAUNA: El bosque en su generalidad es de formación secundaria, caracterizado por</p>

		<p>especies como el pambil (<i>Iriartea ventricosa</i>), chonta (<i>Guillelma gassipaes</i>), guarumbo (<i>Cecropia</i> sp.), jacaranda (<i>Jacaranda copaia</i>), laurel (<i>Cordia alliodora</i>), pachaco (<i>Schizolobium parahyba</i>), higuierón (<i>Ficus</i> sp.), uva de monte (<i>Pourouma cecropiifolia</i>), sangre de drago (<i>Croton lechleri</i>), peine de mono (<i>Apeiba aspera</i>), sante (<i>Brosimum utile</i>), copal (<i>Dacryodes</i> sp.), balsa (<i>Ochroma pyramidale</i>), paja toquilla (<i>Carluduvica palmata</i>), platanillo (<i>Heliconia hirsuta</i>), helechos (<i>Polypodium</i> spp.) y orquídeas y bromelias.</p> <p>DESCRIPCIÓN DEL PAISAJE: La cascada Yurak Pakcha que quiere decir cascada blanca, formada por el río Blanco es visitada los fines de semana por personas que gustan de la aventura, la natación y el disfrute de la naturaleza. En la cabaña generalmente proceden a realizar parrilladas y se efectúan caminatas por el bosque secundario</p> <p>ACTIVIDADES VARIAS: Recreación, natación.</p> <p>PUENTES: No existe PUERTOS: No existe.</p> <p>NAVEGABILIDAD: No existe.</p> <p>RÁPIDOS: no existe.</p> <p>CAÑONES: No existe. PONGOS: .No existe. VADOS: Si, a las orillas del río se puede estacionar los vehículos</p>
--	--	--

CALIDAD	VALOR EXTRÍNSECO	4.1 USOS (SIMBOLISMO)	5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO								
		Natación	ALTERADO <input type="checkbox"/>	NO ALTERADO <input type="checkbox"/>	EN PROCESO <input type="checkbox"/>						
		Recreación	DETERIORADO <input checked="" type="checkbox"/>	CONSERVADO <input type="checkbox"/>	DE DETERIORO <input type="checkbox"/>						
		Turismo de aventura	CAUSAS:								
		Fotografía	5.1 PATRIMONIO (Atractivos culturales)								
		ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)	Nombre:								
			Fecha de declaración:								
			Categoría:								
			Patrimonio de la humanidad <input type="checkbox"/>								
			Patrimonio del Ecuador <input type="checkbox"/>								
	Ubicación 275 msnm	6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO									
	Promedio anual es de 3.000 mm	ALTERADO <input checked="" type="checkbox"/>	NO ALTERADO <input type="checkbox"/>	EN PROCESO <input type="checkbox"/>							
	temperatura media anual de 26,6°C	DETERIORADO <input type="checkbox"/>	CONSERVADO <input type="checkbox"/>	DE DETERIORO <input type="checkbox"/>							
	Mide aproximadamente 5 m de alto y 8 m de ancho.	CAUSAS: Por cuestiones climáticas (natural)									
7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO											
APOYO	TIPO	SUBTIPO ASFALTADO	ESTADO DE LAS VIAS			TRANSPORTE	FRECUENCIAS				TEMPORALIDAD DE ACCESO
			B	R	M		DIARI A	SEMANA L	MENSUA L	EVENTUA L	DÍAS AL AÑO
	TERRESTRE	LASTRADO	<input checked="" type="checkbox"/>			BUS					365
		EMPEDRADO				AUTOMÓVIL					
SENDERO					4X4					DÍAS AL MES	

Anexo N^a 2 Balneario la Valladolid

REGISTRO DE DATOS DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS

FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS MINISTERIO DE TURISMO

1. DATOS GENERALES	
ENCUESTADOR:	Sandra Patricia Puglla Morejón FICHA N ^o AN02
SUPERVISOR EVALUADOR:	
NOMBRE DEL ATRACTIVO:	BALNEARIO LA VALLADOLID
PROPIETARIO:	SR. ABDÓN JARAMILLO
CATEGORÍA:	Sitios Naturales
TIPO:	Ríos
SUBTIPO:	Riachuelo o Arroyo
4. UBICACIÓN	
LONGITUD (UTM): E293521	LATITUD (UTM): N9971708
PROVINCIA: Orellana	CANTÓN: La Joya de los Sachas
PARROQUIA: La Joya de los sachas (Urbana)	CALLE: Vía Comuna Juan Montalvo
NUMERO:	
TRANSVERSAL:	
5. CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO	
NOMBRE DEL POBLADO: La Joya de los Sachas	DISTANCIA (Km.): 5 km
NOMBRE DEL POBLADO: Coca	DISTANCIA (Km.): 39 km
CALIDAD	4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO
	<p>ALTURA (msnm): 288 TEMPERATURA (°C): 26,6</p> <p>PRECIPITACIÓN PLUVIOMÉTRICA (mm3):</p>
VALOR INTRÍNSECO	 <p>TAMAÑO: El principal atractivo de este lugar es el balneario natural que se forma al margen izquierdo del río Jivino Negro. La finca donde se encuentra el atractivo tiene una extensión de 10 has, el propietario ha aprovechado la playa para dedicarla a actividades turísticas, por lo que se han implementado 3 chozas:</p> <p>FLORA: La mayor parte del área de la finca está cubierta por potreros formados por dallis (<i>Brachiaria humidicola</i>), que actualmente se están dejando regenerar con especies de sucesión secundaria. En el bosque aledaño se pueden apreciar especies como el morete (<i>Mauritia flex</i>), pambil (<i>Iriartea cornata</i>), guarumbo (<i>Cecropia sp.</i>), laurel (<i>Cordia alliodora</i>), chonta (<i>Guillelma gassipaes</i>), guaba (<i>Inga edulis</i>), higuierón</p>

	<p>(Ficus sp.), platanillo (<i>Heliconia hirsuta</i>), bijao (<i>Heliconia bihai</i>) y paja toquilla (<i>Carluduvica palmata</i>). En los campos cultivados inmediatos a las piscinas se observa una serie de orquídeas y bromelias, cítricos, arazá (<i>Eugenia stipitata</i>), coco (<i>Cocos nucifera</i>) y gliricidia (<i>Gliricidia sepium</i>).</p> <p>DESCRIPCIÓN DEL PAISAJE: Choza 1.- Compuesta por dos plantas, su construcción es de tipo mixta la superficie es de 15m² aproximadamente, el techo es de paja toquilla y bambú, la primera planta funciona como bar y pista de baile, cuenta con una barra y mesas hechas con troncos de árboles, en la segunda planta se brinda el servicio de alimentación el mismo que está disponible los fines de semana y cuando se realzan pedidos con anticipación, en el lugar se ofrece comida nacional. Los pilares de la construcción están decorados con roca, baldosa y existe un acogedor balcón de madera del que es posible observar la mayor parte del balneario,</p> <p>Choza 2.- El material dominante en esta construcción es el pambil, la misma que funciona como bar y pista de baile.</p> <p>Choza 3.- Choza hecha de pambil de 6mx15m utilizada como pista de baile y para la expectación de deportes. Las tres últimas chozas son pequeñas, están construidas de pambil, las cuales sirven como área de descanso para los visitantes.</p> <p>El lugar cuenta con cuatro canchas donde los visitantes pueden practicar deportes como: fútbol y voleibol, se han realizado adecuaciones en la playa para que los bañistas puedan disfrutar de las frescas aguas del río, que en este sector tiene un ancho de 20m por 1,50m de profundidad.</p> <p>ACTIVIDADES VARIAS: Recreación, natación.</p> <p>PUNTES: si existe PUERTOS: No existe.</p> <p>NAVEGABILIDAD: No existe.</p> <p>RÁPIDOS: no existe.</p> <p>CAÑONES: No existe. PONGOS: .No existe. VADOS: Si, a las orillas del rio se puede estacionar los vehículos</p>
--	---

CALIDAD	VALOR EXTRÍNSECO	4.1 USOS (SIMBOLISMO)	5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO
		Natación	<p>ALTERADO <input type="checkbox"/> NO ALTERADO <input type="checkbox"/> EN PROCESO <input type="checkbox"/> DETERIORADO <input checked="" type="checkbox"/> CONSERVADO <input type="checkbox"/> DE DETERIORO <input type="checkbox"/></p> <p>CAUSAS:</p> <p>5.1 PATRIMONIO (Atractivos culturales)</p> <p>Nombre: Fecha de declaración: Categoría: Patrimonio de la humanidad <input type="checkbox"/> Patrimonio del Ecuador <input type="checkbox"/></p>
		Recreación	
		Fotografía	
		ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)	
		Se encuentra a 270 msnm	
		Precipitación Promedio anual es de 3.000 mm	
Temperatura mensual 26,6 °C, anual 38,2 °C	6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO		
	<p>ALTERADO <input checked="" type="checkbox"/> NO ALTERADO <input type="checkbox"/> EN PROCESO <input type="checkbox"/> DETERIORADO <input type="checkbox"/> CONSERVADO <input type="checkbox"/> DE DETERIORO <input type="checkbox"/></p> <p>CAUSAS: Por cuestiones climáticas (natural)</p>		

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO												
APOYO	TIPO	SUBTIPO ASFALTADO	ESTADO DE LAS VIAS			TRANSPORTE	FRECUENCIAS				TEMPORALIDAD DE ACCESO	
			B	R	M		DIARI A	SEMANA L	MENSUA L	EVENTUA L	DÍAS AL AÑO	
			DÍAS AL MES		HORAS AL DÍA							
TERRESTRE	LASTRADO		<input checked="" type="checkbox"/>			BUS	<input checked="" type="checkbox"/>				365	
	EMPEDRADO					AUTOMÓVIL						
	SENDERO					4X4						
	SENDERO MARÍTIMO					TREN					Culturales	01 enero 31 diciembre
ACUÁTICO	MARÍTIMO					BARCO					Naturales	
	FLUVIAL					BOTE					HORAS AL DÍA	
	FLUVIAL					CANOA					Culturales	
						OTROS						
AÉREO						AVIÓN					Naturales	09:00 19:00
						AVIONETA						
						HELICOPTERO						

APOYO	8 RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS:									
	NOMBRE DE LA RUTA:									
	DESDE:			HASTA:			FRECUENCIA:		DISTANCIA:	
	8. INFRAESTRUCTURA BÁSICA									
	AGUA									
	POTABLE <input checked="" type="checkbox"/> ENTUBADA TRATADA <input type="checkbox"/> DE POZO <input type="checkbox"/> NO EXISTE <input type="checkbox"/> OTROS <input type="checkbox"/>									
	ENERGÍA ELÉCTRICA									
	SISTEMA INTERCONECTADO <input checked="" type="checkbox"/> GENERADOR <input type="checkbox"/> NO EXISTE <input type="checkbox"/> OTROS <input type="checkbox"/>									
	ALCANTARILLADO									
	RED PUBLICA <input type="checkbox"/> POZO CIEGO <input checked="" type="checkbox"/> POZO SÉPTICO <input type="checkbox"/> NO EXISTE <input type="checkbox"/> OTROS <input type="checkbox"/>									
PRECIOS										
SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> ENTRADA LIBRE <input type="checkbox"/> OTROS <input type="checkbox"/>										
Observaciones: ADULTOS \$1 Y NIÑOS 0,50 \$ ES EL COSTO DE ENTRADA										
9. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS										
NOMBRES: Lago San Pedro					DISTANCIA: 16km					
10. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO										
LOCAL <input checked="" type="checkbox"/>		NACIONAL <input type="checkbox"/>		PROVINCIAL <input checked="" type="checkbox"/>		INTERNACIONAL <input type="checkbox"/>		OTROS <input type="checkbox"/>		

CATEGORÍA	JERARQUIZACIÓN
Sitio Natural	III
En base a la metodología del Ministerio de Turismo, Por tratarse de un Atractivo con rasgos excepcionales en un país, capaz de motivar una corriente actual o potencial de visitantes del mercado interno, y en menor porcentaje el internacional, ya sea por sí solos o en conjunto con otros atractivos contiguos.	

FICHA PARA INVENTARIO DEL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL

 <p>GOBIERNO NACIONAL DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR</p>		
<p>INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL DIRECCIÓN DE INVENTARIO PATRIMONIAL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FICHA DE INVENTARIO A3 USOS SOCIALES, RITUALES Y ACTOS FESTIVOS</p>		<p>CÓDIGO</p> <p>IM-22-03-50- 003-16-00001</p>
1. DATOS DE LOCALIZACIÓN		
Provincia: ORELLANA		Cantón: La Joya de los Sachas
Parroquia: La Joya de los sachas		Urbana <input checked="" type="checkbox"/> Rural <input type="checkbox"/>
Localidad: Yanayacu		
Coordenadas WGS84 Z17S-UTM: X (Este) E282367 Y (Norte) N9964615 Z (Altitud)msnm 300		
2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL		
		
Descripción de la fotografía:		
Código fotográfico: IM-22-03-50-15-002_2.JPG		
3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN		
Denominación	Otra (s) denominación (es)	
COMPLEJO TURÍSTICO YANAYACU	D1	
	D2	
Grupo social	Otra (s) denominación (es)	
MANIFESTACIÓN CULTURAL	L1	
	L2	
Breve reseña		
<p>Este complejo turístico está ubicado a orillas del río Yanayacu, pese a lo cual no es usado como balneario natural sino como un centro de recreación compuesto por 3 piscinas con toboganes (una grande y dos de mediano tamaño), canchas deportivas, discoteca con pista giratoria, bar, restaurant y 12 habitaciones dobles con baño privado, aire acondicionado y televisión por cable. En el área de</p>		

piscinas, restaurante, bar y discoteca, la infraestructura es de cemento, tubos de hierro y techo de paja toquilla, lo que le da una agradable belleza al simular la arquitectura nativa. Las habitaciones son de arquitectura moderna, de cemento y dura techo.

4. DESCRIPCIÓN

Origen

Los días más concurridos son los fines de semana y feriados, en los cuales el propietario pone a disposición del público transporte gratuito, principalmente para quienes se movilizan desde la ciudad de Coca. En las instalaciones los visitantes pueden recrearse, hacer deportes, participar en eventos programados, disfrutar de las piscinas o si lo desean de las aguas frescas del río Yanayacu, que forma parte integral del complejo turístico.

El complejo turístico abarca una superficie aproximada de 5ha, en la que está instalada toda la infraestructura turística antes mencionada y a la que se suman áreas verdes y garaje. Generalmente, se desarrollan eventos sociales como concursos, elección de reinas de carnaval, presentación de artistas y otras actividades socioculturales atractivas para los pobladores del cantón y la provincia.

Fecha o período		Detalle de la periodicidad
	Anual	Esta área es visitada ocasionalmente por los habitantes y turistas, en fiestas tanto sociales
	Continua	
	Ocasional	
	Otro	
Alcance		Detalle del alcance
	Local	Este es uno de los centros turísticos más reconocidos de la Amazonía ecuatoriana, que está conectado al Hotel La Misión, uno de los más importantes de Coca y del mismo propietario, quien promociona en un solo paquete los dos lugares.
	Provincial	
	Regional	
	Nacional	
	Internacional	
Preparativos		Detalle de actividades
P1		

Descripción de la manifestación

Elementos significativos

Nombre	Tipo	Detalle del elemento
E 1		

Estructura organizativa

Nombre	Tipo	Detalle de la estructura
O 1		

5. PORTADORES/SOPORTES

Tipo	Nombre	Cargo, función o actividad	Dirección	Localidad
Procedencia del saber		Detalle de la procedencia		
	Padres-hijos			
	Maestro-aprendiz			

	Centro capacitación			
	Otro			
Transmisión del saber		Detalle de la transmisión		
	Padres-hijos			
	Maestro-aprendiz			
	Centro capacitación			
	Otro			
6. VALORACIÓN				
Importancia para la comunidad				
Sensibilidad al cambio				
	Alta			
	Media			
	Baja			
7. INTERLOCUTORES				
Apellidos y nombres	Dirección	Teléfono	Sexo	Edad
8. ELEMENTOS RELACIONADOS				
Ámbito	Subámbito	Detalle del subámbito	Código/Nombre	
9. ANEXOS				
Textos	Fotografías	Videos	Audio	
	1			
10. OBSERVACIONES				
11. DATOS DE CONTROL				
Entidad investigadora:				
Inventariado por: Sandra Puglla		Fecha de inventario: 31-03-2016		
Revisado por:		Fecha de revisión: 01-04-2016		
Aprobado por: Sandra Puglla		Fecha aprobación:		
Registro fotográfico: Sandra Puglla				
CATEGORÍA		JERARQUIZACIÓN		
Sitio Natural		III		
En base a la metodología del Ministerio de Turismo, Por tratarse de un Atractivo con rasgos excepcionales en un país, capaz de motivar una corriente actual o potencial de visitantes del mercado interno, y en menor porcentaje el internacional, ya sea por sí solos o en conjunto con otros atractivos contiguos.				

Elaborado por: Sandra Patricia Puglla Morejòn

Anexo N^o 4 Parque Central La Joya de los Sachas

FICHA PARA INVENTARIO DEL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL

 <p>GOBIERNO NACIONAL DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR</p> <p>INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL DIRECCIÓN DE INVENTARIO PATRIMONIAL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FICHA DE INVENTARIO A3 USOS SOCIALES, RITUALES Y ACTOS FESTIVOS</p>	
	<p>CÓDIGO</p> <p>IM-22-03-50-003-16-000002</p>
12. DATOS DE LOCALIZACIÓN	
Provincia: ORELLANA Cantón: La Joya de los Sachas	
Parroquia: La Joya de los Sachas Urbana <input checked="" type="checkbox"/> Rural <input type="checkbox"/>	
Localidad: AV. Fundadores	
Coordenadas WGS84 Z17S-UTM: X (Este) 293763 Y (Norte) 9968216 Z (Altitud)msnm 300	
13. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL	
	
Descripción de la fotografía:	
Código fotográfico: IM-22-03-50-15-002_2.JPG	
14. DATOS DE IDENTIFICACIÓN	
Denominación	Otra (s) denominación (es)
PARQUE CENTRAL LA JOYA DE LOS SACHAS	D1
	D2
Grupo social	Otra (s) denominación (es)
MANIFESTACIÓN CULTURAL	L1
	L2
Breve reseña	
<p>El parque es considerado un lugar de relajación. Las personas acuden a él en busca de un espacio tranquilo, para socializar y compartir diálogos. A este espacio físico de acogedor verdor confluyen los visitantes que llegan de otros sectores, ya que este es el centro de las actividades de la ciudad,</p>	

pues a su alrededor están las instituciones públicas, comercios, iglesia, farmacias, casas de salud, etc.

Este espacio verde de la ciudad puede representar un buen atractivo turístico si en él se desarrollan eventos culturales,

15.DESCRIPCIÓN

Origen

El parque cubre una superficie de una manzana (8.600 m²) a escasos metros del Palacio Municipal y frente a la Iglesia Catedral de la ciudad. Fue remodelado completamente, rediseñando sus espacios físicos, colocando adoquín ornamental en su piso, sembrando cobertura vegetal para darle una mejor imagen y cercando con verjas ornamentales las áreas verdes. También se le ha acondicionado un sistema de audio para música ambiental, que permite a quienes lo visitan sentirse en un medio relajado. Se ha implementado una vía opcional para peatones que se encuentra en la parte trasera del parque es utilizada para la concurrencia de personas y para la diversión de los niños.

La vegetación representativa del parque es: mango (*Manguifera indica*), algarrobo (*Prosopis juliflora*), guaba (*Inga edulis*), acacias (*Cassia spp.*), pomarrosa (*Syzygium sp.*), almendros, palma, toronja. También se puede observar platanillos (*Heliconia spp.*) y una variedad de crotos (*Codiaeum spp.*). El suelo tiene una cobertura vegetal de maní forrajero (*Arachis pintoi*).

Fecha o período		Detalle de la periodicidad
	Anual	Esta área es visitada con frecuencia al término de la jornada diaria por personas que buscan un poco de tranquilidad y hacer ejercicio físico.
	Continua	
	Ocasional	
	Otro	
Alcance		Detalle del alcance
	Local	El Parque Central es conocido por la mayoría de habitantes del cantón y la provincia. La autoridad municipal está interesada en difundir y promocionar este atractivo a nivel nacional e internacional, lo que en la actualidad aún no ha ocurrido
	Provincial	
	Regional	
	Nacional	
	Internacional	
Preparativos		Detalle de actividades
P1		

Descripción de la manifestación

Elementos significativos

Nombre	Tipo	Detalle del elemento
E 1		

Estructura organizativa

Nombre	Tipo	Detalle de la estructura
O 1		

16.PORTADORES/SOPORTES

Tipo	Nombre	Cargo, función o actividad	Dirección	Localidad
Procedencia del saber	Detalle de la procedencia			

	Padres-hijos				
	Maestro-aprendiz				
	Centro capacitación				
	Otro				
Transmisión del saber		Detalle de la transmisión			
	Padres-hijos				
	Maestro-aprendiz				
	Centro capacitación				
	Otro				
17. VALORACIÓN					
Importancia para la comunidad					
Sensibilidad al cambio					
	Alta				
	Media				
	Baja				
18. INTERLOCUTORES					
Apellidos y nombres	Dirección	Teléfono	Sexo	Edad	
19. ELEMENTOS RELACIONADOS					
Ámbito	Subámbito	Detalle del subámbito	Código/Nombre		
20. ANEXOS					
Textos	Fotografías	Videos	Audio		
	1				
21. OBSERVACIONES					
22. DATOS DE CONTROL					
Entidad investigadora:					
Inventariado por: Sandra Puglla			Fecha de inventario: 31-03-2016		
Revisado por:			Fecha de revisión: 01-04-2016		
Aprobado por: Sandra Puglla			Fecha aprobación:		
Registro fotográfico: Sandra Puglla					
CATEGORÍA			JERARQUIZACIÓN		
Manifestaciones Culturales			III		
En base a la metodología del Ministerio de Turismo, Por tratarse de un Atractivo con rasgos excepcionales en un país, capaz de motivar una corriente actual o potencial de visitantes del mercado interno, y en menor porcentaje el internacional, ya sea por sí solos o en conjunto con otros atractivos contiguos.					

Elaborado por: Sandra Patricia Puglla Morejòn.

Anexo N^o 5 Lago San Pedro

REGISTRO DE DATOS DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS

FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS MINISTERIO DE TURISMO

1. DATOS GENERALES

ENCUESTADOR: Sandra Patricia Puglla Morejón **FICHA N°** AN03
SUPERVISOR EVALUADOR:
PROPIETARIO: Lago San Pedro
CATEGORÍA: Atractivo Natural
TIPO: Ambiente Lacustre
SUBTIPO: Lago

2. UBICACIÓN

LONGITUD (UTM): E0283393 **LATITUD (UTM):** N9973386
PROVINCIA: Orellana **CANTÓN:** La Joya de los Sachas
PARROQUIA: Lago San Pedro
CALLE: Lago San Pedro **NUMERO:**
TRANSVERSAL:

3. CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO

NOMBRE DEL POBLADO: Sacha **DISTANCIA (Km.):** 16 km
NOMBRE DEL POBLADO: Coca **DISTANCIA (Km.):** 49km

4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO

ALTURA **TEMPERATURA** **PRECIPITACIÓN**
(msnm.):239 (°C):26,6 **PLUVIOMÉTRICA**
(cm³):.....

CALIDAD

VALOR INTRÍNSECO



TAMAÑO: El lago mide aproximadamente 600m de largo por 200m de ancho, a su alrededor existe un bosque de 35 hectáreas. Sus aguas de color negro son hábitat natural de algunas especies de ictiofauna, entre las que se destacan especies como piraña (*Serrasalmus rhombeus*), caimán negro (*Caiman crocodylus*), conchas, charapas (*Podocnemis unifilis*) y guanchinche (*Hoplias malabaricus*).

FLORA: Entre las especies de flora representativa del lugar, encontramos: morete (*Mauritia flex*), guarumbo (*Cecropia sp.*), chonta (*Guillelma gassipaes*), sangre de drago (*Croton lechleri*), pambil (*Iriartea cornata*), laurel (*Cordia alliodora*), copal

(Dacryodes sp.) y chapil (Oenocarpus bataua).

FAUNA También el turista puede adentrarse al bosque, para observar especies de fauna silvestre como: monos (Alouatta seniculus, Aotus vociferans), guatusa (Dasyprocta fuliginosa), cusumbo (Potos flavus), loros (Brotogeris sp.), pava de monte (Penelope sp.), garza blanca (Casmerodiusa lbusegretta), águila pescadora (Pandion haliaetus), perdiz (Crypturellus sp.) y pájaro carpintero (Chrysoptilus punctigula).

DESCRIPCIÓN DEL PAISAJE En el lago se pueden realizar actividades como: pesca deportiva, buceo, recolección de conchas, paseos en bote.

ACTIVIDADES VARIAS: Recreación, natación.

PUENTES: si existe
PUERTOS: No existe.

NAVEGABILIDAD: Paseo en bote

RÁPIDOS: no existe.

CAÑONES: No existe.
PONGOS: .No existe.
VADOS: Si, a las orillas del lago se puede estacionar los vehículos

CALIDAD	VALOR EXTRÍNSECO	4.1 USOS (SIMBOLISMO)	4. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO
		Pesca deportiva	ALTERADO <input type="checkbox"/> NO ALTERADO <input type="checkbox"/> EN PROCESO <input checked="" type="checkbox"/> DETERIORADO <input type="checkbox"/> CONSERVADO <input type="checkbox"/> DE DETERIORO
		Buceo	
		Recolección de conchas	
		Paseo en bote	CAUSAS:
		Se encuentra a 299 msnm	5.1 PATRIMONIO (Atractivos culturales)
		Precipitación promedio anual es de 3.000 mm	Nombre: Fecha de declaración: Categoría: Patrimonio de la humanidad <input type="checkbox"/> Patrimonio del Ecu <input type="checkbox"/>
Temperatura media anual de 26,6°C,	6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO		
Temperatura máxima absoluta de 38,2 °C,	ALTERADO <input type="checkbox"/> NO ALTERADO <input type="checkbox"/> EN PROCESO <input type="checkbox"/> DETERIORADO <input type="checkbox"/> CONSERVADO <input type="checkbox"/> DE DETERIORO <input type="checkbox"/>		
	CAUSAS: Por cuestiones climáticas (natural)		

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO													
APOYO	TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VIAS			TRANSPORTE	FRECUENCIAS				TEMPORALIDAD DE ACCESO		
			B	R	M		DIARIA	SEMANAL	MENSUAL	EVENTUAL	DÍAS AL AÑO		
												DÍAS AL MES	
TERRESTRE		ASFALTADO	<input checked="" type="checkbox"/>			BUS	<input checked="" type="checkbox"/>					365	
		LASTRADO				AUTOMÓVIL							
		EMPEDRADO				4X4							
		SENDERO				TREN						Culturales	01 enero 31 diciembre

ACUÁTICO	MARÍTIMO				BARCO					Naturales	
					BOTE					HORAS AL DÍA	
	FLUVIAL				CANOA					Culturales	
					OTROS						
AÉREO					AVIÓN					Naturales	
					AVIONETA						
					HELICOPTERO						
Observaciones:											

APOYO	RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS:											
	NOMBRE DE LA RUTA: Sacha – Lago San Pedro				DESDE: Sacha							
	HASTA: Lago San Pedro				FRECUENCIA: 7 turnos diarios							
	DISTANCIA: 16km											
	8. INFRAESTRUCTURA BÁSICA											
	AGUA											
	POTABLE <input type="checkbox"/> ENTUBADA TRATADA <input checked="" type="checkbox"/> DE POZO <input type="checkbox"/> NO EXISTE <input type="checkbox"/> OTROS <input type="checkbox"/>											
	ENERGÍA ELÉCTRICA											
	SISTEMA INTERCONECTADO <input checked="" type="checkbox"/> GENERADOR <input type="checkbox"/> NO EXISTE <input type="checkbox"/> OTROS <input type="checkbox"/>											
	ALCANTARILLADO											
RED PUBLICA <input type="checkbox"/> POZO CIEGO <input type="checkbox"/> POZO SÉPTICO <input checked="" type="checkbox"/> NO EXISTE <input type="checkbox"/> OTROS <input type="checkbox"/>												
PRECIOS												
SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> ENTRADA LIBRE <input checked="" type="checkbox"/> OTROS <input type="checkbox"/>												
Observaciones: En el atractivo existen facilidades turísticas, se prestan servicios de alimentación, bar y actividades de recreación como paseos en bote y caminatas por los senderos												
9. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS												
NOMBRES: DISTANCIA:												
10. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO												
LOCAL <input checked="" type="checkbox"/> NACIONAL <input type="checkbox"/>												
PROVINCIAL <input checked="" type="checkbox"/> INTERNACIONAL <input type="checkbox"/>												
OTROS <input type="checkbox"/>												

CATEGORÍA	JERARQUIZACIÓN
Manifestaciones Culturales	III
En base a la metodología del Ministerio de Turismo, Por tratarse de un Atractivo con rasgos excepcionales en un país, capaz de motivar una corriente actual o potencial de visitantes del mercado interno, y en menor porcentaje el internacional, ya sea por sí solos o en conjunto con otros atractivos contiguos.	

Anexo N^a 6 Cascada las Cochas

REGISTRO DE DATOS DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS

FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS MINISTERIO DE TURISMO

1. DATOS GENERALES

ENCUESTADOR: Sandra Patricia Puglla Morejón **FICHA N°** AN04
SUPERVISOR EVALUADOR:
NOMBRE DEL ATRACTIVO: CASCADA LAS CONCHAS
PROPIETARIO: Asociación las conchas (Sra. Rosa Calderón)
CATEGORÍA: Atractivo Natural
TIPO: Sitio Naturales
SUBTIPO: Cascada

2. UBICACIÓN

LONGITUD (UTM): E0285341 **LATITUD (UTM):** N997985
PROVINCIA: Orellana **CANTÓN:** La Joya de los Sachas
PARROQUIA: 3 de noviembre
CALLE: Tres de Noviembre **NUMERO:**
TRANSVERSAL:

3. CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO

NOMBRE DEL POBLADO: cabecera Parroquial Enokanki **DISTANCIA (Km.):** 13 km
NOMBRE DEL POBLADO: Sacha **DISTANCIA (Km.):**22km

4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO

ALTURA **TEMPERATURA** **PRECIPITACIÓN**
 (msnm.):308 (°C):26,6 **PLUVIOMETRICA**
 (cm³):.....



TAMAÑO: Este recurso natural tiene una altura de 3,60m y un ancho de 15,50m.

FLORA: La vegetación a los alrededores está caracterizada por pasto Dallis (Brachiaria humidicola), ya que el suelo ha sido dedicado a potreros. La vegetación arbustiva y arbórea es de regeneración natural, encontrando especies como: guarumbo (Cecropia sp.), laurel (Cordia alliodora), higuerón (Ficus sp.), copal (Dacryodes sp.), chontaduro (Guillelma gassipaes), uva de monte (Pourouma cecropiifolia), guaba (Inga edulis) y guayaba (Psidium guajava).

CALIDAD
 VALOR INTRÍNSECO

		<p>En la cabecera de la cascada existen conchas de río, las mismas que son recolectadas por las personas que visitan el atractivo turístico, lo que obviamente está generando un impacto en el estero.</p> <p>FAUNA: La fauna silvestre ha sido desplazada debido a la gran deforestación y alteración de los hábitats naturales, se puede observar aves como: loros (<i>Amazona</i> sp.), garrapatero (<i>Crotophaga ani</i>), carpintero (<i>Chrysotilus punctigula</i>) y paujil (<i>Mitu salvini</i>).</p> <p>DESCRIPCIÓN DEL PAISAJE Este lago es representativo de la zona. Actualmente pocos turistas llegan al lugar, existe proyecto para la construcción de un mariposario.</p> <p>La cabecera parroquial no cuenta con la infraestructura ni servicios básicos necesarios para brindar las comodidades exigidas por los turistas. El potencial de este atractivo turístico es grande, por lo que se recomendaría implementar la infraestructura que diversifique y facilite a los visitantes realizar actividades, como: deportes, recreación, educación e interpretación ambiental, buceo, paseos en bote, pesca deportiva, caminatas autoguiadas por el bosque, etc</p> <p>ACTIVIDADES VARIAS: Recreación, natación.</p> <p>PUENTES: si existe PUERTOS: No existe.</p> <p>NAVEGABILIDAD: No existe.</p> <p>RÁPIDOS: no existe.</p> <p>CAÑONES: No existe. PONGOS: No existe. VADOS: Si, a las orillas la cascada se puede estacionar los vehículos</p>
--	--	---

CALIDAD	VALOR EXTRÍNSECO	4.1 USOS (SIMBOLISMO)	5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO			
		1	Recreación	ALTERADO <input type="checkbox"/> NO ALTERADO <input type="checkbox"/> EN PROCESO <input type="checkbox"/>		
		2	Fotografías	DETERIORADO <input checked="" type="checkbox"/> CONSERVADO <input type="checkbox"/> DE DETERIORO <input type="checkbox"/>		
			Se encuentra ubicada a 289 msnm Precipitación media anual es de 3.000 mm	CAUSAS: 5.1 PATRIMONIO (Atractivos culturales) Nombre: Fecha de declaración: Categoría: Patrimonio de la humanidad Patrimonio del Ecuador <input type="checkbox"/>		
		Altura de 3,60 m				
		2	Ancho de 15,50 m.	6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO ALTERADO <input type="checkbox"/> NO ALTERADO <input type="checkbox"/> EN PROCESO <input type="checkbox"/> DETERIORADO <input checked="" type="checkbox"/> CONSERVADO <input type="checkbox"/> DE DETERIORO <input type="checkbox"/> CAUSAS: Por cuestiones climáticas (natural)		
		3	Isla de unos 20 m de diámetro,			
7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO						
AP	TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE	TRANSPORTE	FRECUENCIAS	TEMPORALIDAD DE ACCESO

		LAS VIAS				DIARIA	SEMANAL	MENSUAL	EVENTUAL	DÍAS AL AÑO	
		B	R	M							
TERRESTRE	ASFALTADO				BUS					365	
	LASTRADO		■		AUTOMÓVIL						
	EMPEDRADO				4X4	■				DÍAS AL MES	
	SENDERO				TREN					Culturales	01 enero 31 diciembre
ACUÁTICO	MARÍTIMO				BARCO					Naturales	
					BOTE					HORAS AL DÍA	
	FLUVIAL				CANOA					Culturales	
					OTROS						
AÉREO					AVIÓN					Naturales	
					AVIONETA						
					HELICOPTERO						
<p>Observaciones: No existen facilidades turísticas, el ingreso al atractivo se lo puede hacer únicamente los fines de semana en transporte particular.</p>											

APOYO	RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS:	
	NOMBRE DE LA RUTA: Sacha – Lago San Pedro	DESDE: Sacha
	HASTA: Lago San Pedro	FRECUENCIA: 7 turnos diarios
	DISTANCIA: 16km	
	8. INFRAESTRUCTURA BÁSICA	
	AGUA POTABLE <input type="checkbox"/> ENTUBADA TRATADA <input type="checkbox"/> DE POZO <input type="checkbox"/> NO EXISTE <input type="checkbox"/> OTROS <input checked="" type="checkbox"/>	
	ENERGÍA ELÉCTRICA	
	SISTEMA INTERCONECTADO <input checked="" type="checkbox"/> GENERADOR <input type="checkbox"/> NO EXISTE <input type="checkbox"/> OTROS <input type="checkbox"/>	
	ALCANTARILLADO	
	RED PUBLICA <input type="checkbox"/> POZO CIEGO <input type="checkbox"/> POZO SÉPTICO <input type="checkbox"/> NO EXISTE <input checked="" type="checkbox"/> OTROS <input type="checkbox"/>	
PRECIOS		
SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> ENTRADA LIBRE <input type="checkbox"/> OTROS <input type="checkbox"/>		
Observaciones:		
Costo de entrada es de \$2		
9. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS		
NOMBRES: DISTANCIA:		
10. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO		
LOCAL <input checked="" type="checkbox"/>	NACIONAL <input type="checkbox"/>	
PROVINCIAL <input type="checkbox"/>	INTERNACIONAL <input type="checkbox"/>	
OTROS <input type="checkbox"/>		

CATEGORÍA	JERARQUIZACIÓN
Atractivo Natural	II
<p>En base a la metodología del Ministerio de Turismo, por tratarse de un Atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de larga distancia, ya sea del mercado interno, y receptivo, que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas actuales o potenciales, y atraer al turismo fronterizo de esparcimiento.</p>	

FICHA PARA INVENTARIO DEL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL

 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-22-03-50- 003-16-000003
23.DATOS DE LOCALIZACIÓN		
Provincia: Orellana		Cantón: La Joya de los Sachas
Parroquia: Pompeya	Urbana <input type="checkbox"/>	Rural <input checked="" type="checkbox"/>
Localidad: Sector Pompeya(Rural)		
Coordenadas WGS84 Z17S-UTM: X (Este) 319871 Y (Norte) 9951220		
Z (Altitud)msnm 255		
24.FOTOGRAFÍA REFERENCIAL		
		
Descripción de la fotografía:		
Código fotográfico: IM-22-03-50-15-002_3.JPG		
25.DATOS DE IDENTIFICACIÓN		
Denominación	Otra (s) denominación (es)	
MUSEO SICAME	D1	
	D2	
Grupo social	Otra (s) denominación (es)	
MANIFESTACIÓN CULTURAL	L1	
	L2	
Breve reseña		
<p>El valor histórico del museo y las piezas y objetos que expone, permiten revivir una de las culturas más antiguas como la de los Omaguas, “últimos representantes de los pueblos viajeros, que desde el Amazonas conquistaron las orillas y empujaron a sus pobladores originales hacia el interior de la selva”, en palabras de Miguel Ángel Cabodevilla.</p> <p>El museo, en síntesis, constituye el núcleo para la comprensión de las culturas amazónicas y</p>		

representa un verdadero espacio de reflexión sobre el pasado de los grupos humanos, nativos de la Amazonía norte del Ecuador. Las piezas, objetos, herramientas, libros históricos, indumentaria, etc., permiten conocer y comprender las costumbres, mitos y tradiciones de los pueblos que habitaron y habitan la selva tropical amazónica.

26. DESCRIPCIÓN

Origen

Este Museo Arqueológico y Etnográfico está bajo la administración de las Hermanas Lauritas, éste abrió sus puertas en 1989 por iniciativa del Padre Miguel Ángel Cabodevilla, misionero español del Vicariato Apostólico de Aguarico. La infraestructura física del museo es amplia y se encuentra entre la espesura del bosque húmedo tropical, en una “isla” formada entre los ríos Jivino Rojo y Napo.

En la sección etnográfica, del museo se exponen importantes restos arqueológicos encontrados en las riveras del Rfo Napo y sus afluentes, entre ellos están: instrumentos musicales y de cacería, adornos corporales, artefactos de alfarería, hachas de piedra, urnas funerarias con restos óseos en su interior, vasijas de uso doméstico decoradas con símbolos e imágenes abstractas, sellos cilíndricos que servían para colorearse el cuerpo, vasijas con formas antropomorfas y zoomorfas, lanzas, cerbatanas, arcos y flechas, etc.

Según la administradora del museo, el Vicariato Apostólico de Aguarico está considerando la posibilidad de trasladar todas las piezas en exposición a la ciudad de Puerto Francisco de Orellana (El Coca), capital de la provincia de Orellana, centro de operaciones de la Misión Capuchina. Actualmente gran número de estas piezas arqueológicas como: ollas, funerarias, vasijas, sellos de la cultura indígena amazónica, principalmente Omagua, que es una de las primeras etnias de la Amazonía, han sido trasladadas a la ciudad de Quito para repararlos y realizarles el debido mantenimiento, y posteriormente llevarlos al museo del municipio del Cantón Francisco de Orellana.

Fecha o período		Detalle de la periodicidad		
	Anual	Es visitada continuamente por los habitantes y extranjero por sus diferentes tipos de piezas arqueológicas encontradas.		
	Continua			
	Ocasional			
	Otro			
Alcance		Detalle del alcance		
	Local			
	Provincial			
	Regional			
	Nacional			
	Internacional			
Preparativos		Detalle de actividades		
P1				
Descripción de la manifestación				
Elementos significativos				
Nombre	Tipo	Detalle del elemento		
E 1				
Estructura organizativa				
Nombre	Tipo	Detalle de la estructura		
O 1				
27. PORTADORES/SOPORTES				
Tipo	Nombre	Cargo, función o actividad	Dirección	Localidad

Procedencia del saber	Detalle de la procedencia			
Padres-hijos				
Maestro-aprendiz				
Centro capacitación				
Otro				
Transmisión del saber	Detalle de la transmisión			
Padres-hijos				
Maestro-aprendiz				
Centro capacitación				
Otro				
28. VALORACIÓN				
Importancia para la comunidad				
Sensibilidad al cambio				
Alta				
Media				
Baja				
29. INTERLOCUTORES				
Apellidos y nombres	Dirección	Teléfono	Sexo	Edad
30. ELEMENTOS RELACIONADOS				
Ámbito	Subámbito	Detalle del subámbito	Código/Nombre	
31. ANEXOS				
Textos	Fotografías	Videos	Audio	
	1			
32. OBSERVACIONES				
33. DATOS DE CONTROL				
Entidad investigadora:				
Inventariado por: Sandra Puglla		Fecha de inventario: 31-03-2016		
Revisado por:		Fecha de revisión: 01-04-1016		
Aprobado por:		Fecha aprobación:		
Registro fotográfico: Sandra Puglla				
CATEGORÍA		JERARQUIZACIÓN		
Manifestaciones Culturales		III		
En base a la metodología del Ministerio de Turismo, Por tratarse de un Atractivo con rasgos excepcionales en un país, capaz de motivar una corriente actual o potencial de visitantes del mercado interno, y en menor porcentaje el internacional, ya sea por sí solos o en conjunto con otros atractivos contiguos.				

Elaborado por: Sandra Patricia Puglla Morejòn

Anexo N^a 8 Laguna Chamanal

REGISTRO DE DATOS DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS

FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS MINISTERIO DE TURISMO

1. DATOS GENERALES		
ENCUESTADOR:	Sandra Patricia Puglla Morejón	FICHA N° AN5
SUPERVISOR EVALUADOR:		
NOMBRE DEL ATRACTIVO:	LAGUNA CHAMANAL	
PROPIETARIO:	Sr. José Calero	
CATEGORÍA:	Atractivo Natural	
TIPO:	Lacustre	
SUBTIPO:	Laguna	
2. UBICACIÓN		
LONGITUD (UTM):	E0279736	LATITUD (UTM): N9982141
PROVINCIA:	Orellana	CANTÓN: La Joya de los Sachas
PARROQUIA:	3 de noviembre	CALLE: Tres de noviembre
NUMERO:		TRANSVERSAL:
3. CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO		
NOMBRE DEL POBLADO: Cabecera Parroquial Enokanki	DISTANCIA (Km.): 13 km	
NOMBRE DEL POBLADO: Sacha	DISTANCIA (Km.): 22km	
4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO		
ALTURA (msnm.):331	TEMPERATURA (°C):26,6	PRECIPITACIÓN PLUVIOMÉTRICA (cm ³):.....
CALIDAD VALOR INTRÍNSECO		
	<p>TAMAÑO: La laguna tiene una longitud de 1Km. por 300m de ancho. Sus aguas son negras y frescas, se puede observar a su alrededor, en gran parte del territorio, una exuberante vegetación secundaria que le proporciona un ambiente inhóspito</p> <p>FLORA: Entre las especies vegetales más representativas se pueden mencionar: morete (<i>Mauritia flex</i>), chontaduro (<i>Guillelma gassipaes</i>), ceibo (<i>Ceiba pentandra</i>), higuerón (<i>Ficus sp.</i>), guarumbo (<i>Cecropia sp.</i>), uva de monte (<i>Pourouma cecropiifolia</i>), cruz caspi (<i>Brownea sp.</i>), copal (<i>Dacryodes sp.</i>), laurel (<i>Cordia alliodora</i>) y sande (<i>Brosimum utile</i>). También se encuentran especies cultivadas como la guayaba (<i>Psidium guajava</i>), guaba (<i>Inga edulis</i>), cacao (<i>Theobroma cacao</i>) y lima (<i>Citrus sp.</i>) y</p>	

	<p>un área con pasto dallis (<i>Brachiaria humidicola</i>).</p> <p>FAUNA: En la laguna existen especies de peces y reptiles, los más destacados son: caimán negro (<i>Caiman crocodylus</i>), charapas (<i>Podocnemis unifilis</i>) y guanchinche (<i>Hoplias malabaricus</i>). Además, se ha construido una piscina en la que se producen especies introducidas como la tilapia (<i>Oreochromis sp.</i>) y cachama (<i>Colossoma macropomum</i>). Entre las aves que habitan el lugar se encuentran los loros (<i>Brotogeris sp.</i>), carpintero (<i>Chrysoptilus punctigula</i>), paujil (<i>Mitu salvini</i>), pava de monte (<i>Penelope sp.</i>) y pato aguja (<i>Anhinga anhinga</i>).</p> <p>DESCRIPCIÓN DEL PAISAJE: La Laguna es visitada con alguna frecuencia, principalmente los fines de semana, por familias que llegan al lugar para realizar pesca deportiva.</p> <p>Este atractivo natural presenta un gran potencial turístico por sus condiciones y estado. Se puede implementar áreas con construcciones para prestar servicios de alimentación y facilitar la práctica deportiva</p> <p>ACTIVIDADES VARIAS: Recreación, natación.</p> <p>PUNTES: si existe PUERTOS: No existe.</p> <p>NAVEGABILIDAD: No existe.</p> <p>RÁPIDOS: no existe.</p> <p>CAÑONES: No existe. PONGOS: .No existe. VADOS: NO</p>
--	---

CALIDAD	VALOR EXTRÍNSECO	4.1 USOS (SIMBOLISMO)	5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO						
		.Recreación fotografía	ALTERADO DETERIORADO <input checked="" type="checkbox"/> NO ALTERADO CONSERVADO <input type="checkbox"/> EN PROCESO DE DETERIORO <input type="checkbox"/>						
		Pesca deportiva	CAUSAS:						
		Longitud de 1 Km 300 m de ancho Se encuentra a 337 msnm Precipitación media anual es de 3.000 mm	5.1 PATRIMONIO (Atractivos culturales) Nombre: Fecha de declaración: Categoría: Patrimonio de la humanidad <input type="checkbox"/> Patrimonio del Ecuador <input type="checkbox"/>						
		Temperatura media anual de 26,6 °C	6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO						
		Temperatura Máxima Absoluta alcanza los 38,2 °C,	ALTERADO DETERIORADO <input checked="" type="checkbox"/> NO ALTERADO CONSERVADO <input type="checkbox"/> EN PROCESO DE DETERIORO <input type="checkbox"/> CAUSAS: Por cuestiones climáticas (natural)						
7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO									
APOYO	TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VIAS	TRANSPORTE	FRECUENCIAS				TEMPORALIDAD DE ACCESO
			B R M		DIARI A	SEMANA L	MENSUA L	EVENTUA L	DÍAS AL AÑO
	TERRESTRE	ASFALTADO LASTRADO	<input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/>	BUS AUTOMÓVIL					365

	EMPEDRADO				4X4					DÍAS AL MES	
	SENDERO				TREN					Culturales	
ACUÁTICO	MARÍTIMO				BARCO					Naturales	365 DÍAS
					BOTE					HORAS AL DÍA	
	FLUVIAL				CANOA					Culturales	
					OTROS						
AÉREO					AVIÓN					Naturales	365 DÍAS
					AVIONETA						
					HELICOPTERO						
<p>Observaciones: Existe servicio de transporte público tipo ranchera desde el centro urbano de la Joya de los Sachas hasta el atractivo.</p> <p>El acceso se lo puede hacer diariamente, sin embargo en el no existen facilidades turísticas, únicamente se puede realizar pesca cuando el propietario de la finca donde está ubicado el atractivo, se encuentra en ella.</p>											

APOYO	8. RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS:	
	NOMBRE DE LA RUTA: Sacha Chamanal	DESDE: Sacha
	HASTA: Chamanal	FRECUENCIA: 5 Turno diarios
	DISTANCIA: 9km	
	9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA	
	AGUA POTABLE <input type="checkbox"/> ENTUBADA TRATADA <input type="checkbox"/> DE POZO <input checked="" type="checkbox"/> NO EXISTE <input type="checkbox"/> OTROS <input type="checkbox"/>	
	ENERGÍA ELÉCTRICA	
	SISTEMA INTERCONECTADO <input checked="" type="checkbox"/> GENERADOR <input type="checkbox"/> NO EXISTE <input type="checkbox"/> OTROS <input type="checkbox"/>	
	ALCANTARILLADO	
	RED PUBLICA <input type="checkbox"/> POZO CIEGO <input type="checkbox"/> POZO SÉPTICO <input checked="" type="checkbox"/> NO EXISTE <input type="checkbox"/> OTROS <input type="checkbox"/>	
PRECIOS		
SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> ENTRADA LIBRE <input checked="" type="checkbox"/> OTROS <input type="checkbox"/>		
Observaciones:		
10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS		
NOMBRES: La Cascada las pirañas DISTANCIA: 10Km		
11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO		
LOCAL <input checked="" type="checkbox"/>	NACIONAL <input type="checkbox"/>	
PROVINCIAL <input type="checkbox"/>	INTERNACIONAL <input type="checkbox"/>	
OTROS <input type="checkbox"/>		

CATEGORÍA	JERARQUIZACIÓN
Manifestaciones Culturales	III
En base a la metodología del Ministerio de Turismo, Por tratarse de un Atractivo con rasgos excepcionales en un país, capaz de motivar una corriente actual o potencial de visitantes del mercado interno, y en menor porcentaje el internacional, ya sea por sí solos o en conjunto con otros atractivos contiguos.	

Anexo N^o 9 Cascada las Pirañas

REGISTRO DE DATOS DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS

FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS MINISTERIO DE TURISMO

1. DATOS GENERALES

ENCUESTADOR: Sandra Patricia Puglla Morejón FICHA N° AN6
 SUPERVISOR EVALUADOR:
 NOMBRE DEL ATRACTIVO: CASCADA LAS PIRAÑAS
 PROPIETARIO: Sr. Segundo Vicente Gaibor
 CATEGORÍA: Atractivo Natural
 TIPO: RIO
 SUBTIPO: Cascada

2. UBICACIÓN

LONGITUD (UTM): E0281993 LATITUD (UTM): N9984910
 PROVINCIA: Orellana CANTÓN: La Joya de los Sachas
 PARROQUIA: 2 de septiembre
 CALLE: Tres de noviembre NUMERO:
 TRANSVERSAL:

3. CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO

NOMBRE DEL POBLADO: 3 de noviembre DISTANCIA (Km.): 7,5 km
 NOMBRE DEL POBLADO: Sacha DISTANCIA (Km.): 26,5km

4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO

ALTURA TEMPERATURA PRECIPITACIÓN
 (msnm.):296 (°C):26,6 PLUVIOMÉTRICA
 (cm³):.....



CALIDAD

VALOR INTRÍNSECO

TAMAÑO: Esta cascada tiene una altura de 12m y un ancho de 4m. Al pie de la cascada se forma un vado, en forma de cono, de 3m de profundidad. Existe poca vegetación ya que el área ha experimentado un fuerte proceso de deforestación para dedicar las tierras a cultivos y pastizales

FLORA: El pequeño bosque existente está formado por especies de regeneración secundaria, como: guarumbo (*Cecropia* sp.), balsa (*Ochroma pyramidale*), paja toquilla (*Carloduvica palmata*), uva de monte (*Pourouma cecropiifolia*) e higuerón (*Ficus* sp.). Muy cerca al atractivo se pueden observar cultivos de plátano (*Musa* sp.), cacao (*Theobroma cacao*), café (*Coffea canephora*), chontaduro (*Guillelma gassipaes*) y

	<p>guayaba (<i>Psidium guajava</i>). También grandes áreas de potreros formados por marandú (<i>Brachiaria brizantha</i>).</p> <p>FAUNA: En cuanto a fauna, no se pudo observar especies representativas, pero a criterio del propietario existen especies de: loros (<i>Aratinga</i> sp., <i>Brotogeris</i> sp.), pájaro carpintero (<i>Chrysomitris punctigula</i>), pava de monte (<i>Penelope</i> sp.), garza blanca (<i>Casmerodius albus</i>) y garrapatero (<i>Crotophaga ani</i>). Entre los anfibios se registran la rana verde (<i>Rana palmipens</i>) y sapo (<i>Bufo marinus</i>).</p> <p>DESCRIPCIÓN DEL PAISAJE: Este accidente natural tiene un buen potencial como sitio turístico, por la majestuosidad de la cortina de agua que se forma. En este lugar en invierno sube demasiado el caudal del agua trayendo consigo trocos de árboles. En el lugar se está construyendo una cabaña típica la que prestará el servicio de alimentación en la cual vendería comida, snacks, y bebidas.</p> <p>ACTIVIDADES VARIAS: Recreación y natación</p> <p>PUNTES: si existe PUERTOS: No existe.</p> <p>NAVEGABILIDAD: No existe.</p> <p>RÁPIDOS: no existe.</p> <p>CAÑONES: No existe. PONGOS: .No existe. VADOS: 3m de profundidad</p>
--	--

CALIDAD	VALOR EXTRÍNSECO	4.1 USOS (SIMBOLISMO)	5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO						
		Fotografía	ALTERADO <input type="checkbox"/> NO ALTERADO <input type="checkbox"/> EN PROCESO <input type="checkbox"/> DETERIORADO <input type="checkbox"/> CONSERVADO <input checked="" type="checkbox"/> DE DETERIORO						
		Recreación	CAUSAS:						
		Altura de 12m Ancho de 4m	5.1 PATRIMONIO (Atractivos culturales) Nombre: Fecha de declaración: Categoría: Patrimonio de la humanidad <input type="checkbox"/> Patrimonio del Ecuador <input type="checkbox"/>						
		6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO	ALTERADO <input checked="" type="checkbox"/> NO ALTERADO <input type="checkbox"/> EN PROCESO <input type="checkbox"/> DETERIORADO <input type="checkbox"/> CONSERVADO <input type="checkbox"/> DE DETERIORO						
		CAUSAS: Por cuestiones climáticas (natural)							
7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO									
APOYO	TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VIAS	TRANSPORTE	FRECUENCIAS				TEMPORALIDAD DE ACCESO
					DIARI A	SEMANA L	MENSUA L	EVENTUA L	DÍAS AL AÑO
	TERRESTRE	ASFALTADO	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	BUS				365
		LASTRADO	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	AUTOMÒVIL				
		EMPEDRADO	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	4X4				DÍAS AL MES
SENDERO	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	TREN				Cultural		

										es	
ACUÁTICO	MARÍTIMO				BARCO					Naturales	365 DÍAS
					BOTE					HORAS AL DÍA	
	FLUVIAL				CANOA					Culturales	
					OTROS						
AÉREO					AVIÓN					Naturales	365 DÍAS
					AVIONETA						
					HELICOPTERO						
<p>Observaciones: Existe servicio de transporte público tipo ranchera desde el centro urbano de la Joya de los Sachas hasta el atractivo.</p> <p>El acceso se lo puede hacer diariamente, sin embargo en el no existen facilidades turísticas, únicamente se puede ingresar a la cascada cuando el propietario de la finca donde está ubicado el atractivo, se encuentra en ella.</p>											

APOYO	<p>8. RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS:</p> <p>NOMBRE DE LA RUTA: Sacha Chamanal DESDE: Sacha HASTA: 2 de septiembre FRECUENCIA: 4 Turno diarios DISTANCIA: 26km</p>
	<p>9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</p> <p>AGUA POTABLE <input type="checkbox"/> ENTUBADA TRATADA <input type="checkbox"/> DE POZO <input checked="" type="checkbox"/> NO EXISTE <input type="checkbox"/> OTROS <input type="checkbox"/></p>
	<p>ENERGÍA ELÉCTRICA</p> <p>SISTEMA INTERCONECTADO <input checked="" type="checkbox"/> GENERADOR <input type="checkbox"/> NO EXISTE <input type="checkbox"/> OTROS <input type="checkbox"/></p>
	<p>ALCANTARILLADO</p> <p>RED PUBLICA <input type="checkbox"/> POZO CIEGO <input type="checkbox"/> POZO SÉPTICO <input checked="" type="checkbox"/> NO EXISTE <input type="checkbox"/> OTROS <input type="checkbox"/></p>
	<p>PRECIOS</p> <p>SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> ENTRADA LIBRE <input type="checkbox"/> OTROS <input type="checkbox"/></p>
	<p>Observaciones: Costo es de \$1</p>
	<p>10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS</p> <p>NOMBRES: El Chamanal DISTANCIA: 10Km</p>
	<p>11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO</p> <p>LOCAL <input checked="" type="checkbox"/> NACIONAL <input type="checkbox"/> PROVINCIAL <input type="checkbox"/> INTERNACIONAL <input type="checkbox"/> OTROS <input type="checkbox"/></p>

CATEGORÍA	JERARQUIZACIÓN
Atractivo Natural	II
<p>En base a la metodología del Ministerio de Turismo, por tratarse de un Atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de larga distancia, ya sea del mercado interno, y receptivo, que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas actuales o potenciales, y atraer al turismo fronterizo de esparcimiento.</p>	

Anexo N^a 10 Balneario el Bosque

REGISTRO DE DATOS DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS

FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS MINISTERIO DE TURISMO

1. DATOS GENERALES

ENCUESTADOR: Sandra Patricia Puglla Morejón **FICHA N°** AN7
 SUPERVISOR EVALUADOR:
 NOMBRE DEL ATRACTIVO: BALNEARIO EL BOSQUE
 PROPIETARIO: Telmo Ureña
 CATEGORÍA: Manifestación Cultural
 TIPO: realizaciones técnicas científicas y artísticas contemporáneas
 SUBTIPO: Obras Técnicas

2. UBICACIÓN

LONGITUD (UTM): E0281993 **LATITUD (UTM):** N9972255
 PROVINCIA: Orellana **CANTÓN:** La Joya de los Sachas
 PARROQUIA: La San Pedro
 CALLE: Pre cooperativa 14 de diciembre
 NUMERO:
 TRANSVERSAL:

3. CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO

NOMBRE DEL POBLADO: 3 de noviembre **DISTANCIA (Km.):** 7,5 km
 NOMBRE DEL POBLADO: Sacha **DISTANCIA (Km.):** 26,5km

4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO

ALTURA TEMPERATURA PRECIPITACIÓN
 (msnm.):292 (°C):26,6 PLUVIOMÉTRICA
 (cm³):.....

CALIDAD
 VALOR INTRÍNSECO



TAMAÑO: Cuenta con una cancha de fútbol y dos de vóley. Se han realizado adecuaciones para que los bañistas puedan disfrutar de las frescas aguas del río, que en este sector tiene un ancho de 20 metros por 1,50 m de profundidad.

FLORA: La mayor parte del área está cubierta por potreros formados por dallis (*Brachiaria humidicola*), que actualmente se están dejando regenerar con especies de sucesión secundaria. En el bosque aledaño se pueden apreciar especies como el morete (*Mauritia flex*), pambil (*Iriartea cornata*), guarumbo (*Cecropia sp.*), laurel (*Cordia*

	<p>alliodora), chonta (Guillelma gassipaes), guaba (Inga edulis), higuérón (Ficus sp.), platanillo (Heliconia hirsuta), bijao (Heliconia bihai) y paja toquilla (Carluduvica palmata). En los campos cultivados inmediatos a las piscinas se observa una serie de orquídeas y bromelias, cítricos, arazá (Eugenia stipitata), coco (Cocos nucifera) y gliricidia (Gliricidia sepium).</p> <p>DESCRIPCIÓN DEL PAISAJE: El atractivo de este lugar es un balneario natural que se forma al margen izquierdo del río Jivino Negro, cuenta con una cabaña de construcción mixta, se presta servicio de alimentación, karaoke, tiene una pista de baile..</p> <p>ACTIVIDADES VARIAS: Recreación, natación. Pesca deportiva</p> <p>PUENTES: si existe PUERTOS: No existe.</p> <p>NAVEGABILIDAD: No existe.</p> <p>RÁPIDOS: no existe.</p> <p>CAÑONES: No existe. PONGOS: .No existe. VADOS: Si, a las orillas del río se puede estacionar los vehículos</p>
--	--

CALIDAD	VALOR EXTRÍNSECO	4.1 USOS (SIMBOLISMO)	5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO
		Recreación	ALTERADO <input type="checkbox"/> DETERIORADO <input type="checkbox"/> NO ALTERADO <input type="checkbox"/> CONSERVADO <input checked="" type="checkbox"/> EN PROCESO <input type="checkbox"/> DE DETERIORO <input type="checkbox"/>
		Natación	CAUSAS:
		Pesca deportiva	5.1 PATRIMONIO (Atractivos culturales)
		Fotografías	Nombre:
			Fecha de declaración:
			Categoría:
			Patrimonio de la humanidad <input type="checkbox"/>
			Patrimonio del Ecuador <input type="checkbox"/>
		Ancho de 20 metros	6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO
1,50 m de profundidad	ALTERADO <input type="checkbox"/> DETERIORADO <input type="checkbox"/> NO ALTERADO <input type="checkbox"/> CONSERVADO <input checked="" type="checkbox"/> EN PROCESO <input type="checkbox"/> DE DETERIORO <input type="checkbox"/>		
	CAUSAS: Por cuestiones climáticas (natural)		

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO												
APOYO	TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VIAS			TRANSPORTE	FRECUENCIAS				TEMPORALIDAD DE ACCESO	
			B	R	M		DIARI A	SEMAN AL	MENSU AL	EVENTU AL	DÍAS AL AÑO	
	TERRESTRE	ASFALTADO	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	BUS	<input checked="" type="checkbox"/>				365	
		LASTRADO	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	AUTOMÒVIL						
EMPEDRADO		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	4X4					DÍAS AL MES		
	SENDERO	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	TREN					Culturales		
ACUÁTICO	MARÍTIMO		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	BARCO					Naturales	365 DÍAS
			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	BOTE						HORAS AL DÍA

	FLUVIAL				CANOA					Culturales	
					OTROS						
	AÈREO				AVIÒN					Naturales	365 DÍAS
					AVIONETA						
				HELICOPTERO							
Observaciones: Existe servicio de transporte público tipo ranchera / bus hasta la 14 de diciembre. Se atiende de martes a domingo											

APOYO	8. RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS:	
	NOMBRE DE LA RUTA:	Sacha Chamanal DESDE: Sacha
	HASTA:	2 de septiembre FRECUENCIA: 4 Turno diarios
	DISTANCIA:	26km
	9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA	
	AGUA	
	POTABLE	<input type="checkbox"/> ENTUBADA TRATADA <input checked="" type="checkbox"/> DE POZO <input type="checkbox"/> NO EXISTE <input type="checkbox"/> OTROS <input type="checkbox"/>
	ENERGÍA ELÉCTRICA	
	SISTEMA INTERCONECTADO	<input checked="" type="checkbox"/> GENERADOR <input type="checkbox"/> NO EXISTE <input type="checkbox"/> OTROS <input type="checkbox"/>
	ALCANTARILLADO	
RED PUBLICA	<input type="checkbox"/> POZO CIEGO <input type="checkbox"/> POZO SÉPTICO <input checked="" type="checkbox"/> NO EXISTE <input type="checkbox"/> OTROS <input type="checkbox"/>	
PRECIOS		
SI	<input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> ENTRADA LIBRE <input type="checkbox"/> OTROS <input type="checkbox"/>	
Observaciones: Adultos \$1 niños \$ 0,50 el costo de entradas		
9. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS		
NOMBRES: Lago San Pedro	DISTANCIA: 16Km	
Valladolid	DISTANCIA: 4Km	
10. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO		
LOCAL	<input checked="" type="checkbox"/> NACIONAL <input type="checkbox"/>	
PROVINCIAL	<input type="checkbox"/> INTERNACIONAL <input type="checkbox"/>	
OTROS	<input type="checkbox"/>	

CATEGORÍA	JERARQUIZACIÓN
Atractivo Natural	II
En base a la metodología del Ministerio de Turismo, por tratarse de un Atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de larga distancia, ya sea del mercado interno, y receptivo, que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas actuales o potenciales, y atraer al turismo fronterizo de esparcimiento.	

Anexo N^o 11 Lago Verde

REGISTRO DE DATOS DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS

FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS MINISTERIO DE TURISMO

1. DATOS GENERALES		
ENCUESTADOR:	Sandra Patricia Puglla Morejón	FICHA N° AN8
SUPERVISOR EVALUADOR:		
NOMBRE DEL ATRACTIVO:	LAGO VERDE	
PROPIETARIO:	Parroquia San Sebastián del Coca	
CATEGORÍA:	Sitio Natural	
TIPO:	Ambiente Lacustre	
SUBTIPO:	Laguna	
2. UBICACIÓN		
LONGITUD (UTM):	E0281993	LATITUD (UTM): N9968333
PROVINCIA:	Orellana	CANTÓN: La Joya de los Sachas
PARROQUIA:	Parroquia San Sebastián del Coca	
CALLE:	La Democracia	
NUMERO:		
TRANSVERSAL:		
3. CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO		
NOMBRE DEL POBLADO: 3 de noviembre		DISTANCIA (Km.): 7,5 km
NOMBRE DEL POBLADO: Sacha		DISTANCIA (Km.): 26,5km
4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO		
ALTURA (msnm.):268	TEMPERATURA (°C):26,6	PRECIPITACIÓN PLUVIOMÉTRICA (cm ³):.....
CALIDAD	VALOR INTRÍNSECO	
		<p>TAMAÑO: Este lago mide aproximadamente 800m de largo por 100m de ancho, sus aguas son de color verdoso y está rodeado de un bosque de exuberante vegetación, que gracias a lo alejado que se encuentra de las poblaciones importantes de la provincia y la difícil accesibilidad al lugar, ha sido conservado casi intacto.</p> <p>FLORA: Aquí se pueden apreciar especies primarias de flora, entre las que destacan el morete (<i>Mauritia flex</i>), pambil (<i>Iriartea cornata</i>), chonta (<i>Guillelma gassipaes</i>), ungurawa (<i>Oenocarpus bataua</i>), bella maría (<i>Calophyllum longifolium</i>), sande (<i>Brosimum utile</i>), sangre de drago (<i>Croton lechleri</i>), guayacán (<i>Tabebuia sp.</i>), caucho</p>

	<p>(Hevea brasiliensis), arenillo (Erismia uncinatum), guarango (Parkia nítida), guambula (Minquartia guianensis), cedro blanco (Cedrela montana), pachaco (Schizolobium parahyba), peine de mono (Apeiba aspera), platanillo (Heliconia hirsuta), bijao (Heliconia bihai), paja toquilla (Carluduvica palmata), helechos (Polypodium spp.), ortiga (Urtica dioica) y una gran variedad de epifitas, lianas y bejucos</p> <p>DESCRIPCIÓN DEL PAISAJE: Lago ver es uno de los ambientes lacustre más grandes del sector, se encuentra a 275 msnm y según los registros de la estación del Coca. En el bosque que rodea la laguna se realizan caminatas y por las noches en bote se realiza observación de caimanes</p> <p>ACTIVIDADES VARIAS: Recreación. Pesca deportiva</p> <p>PUENTES: si existe PUERTOS: No existe.</p> <p>NAVEGABILIDAD: No existe.</p> <p>RÁPIDOS: no existe.</p> <p>CAÑONES: No existe. PONGOS: .No existe. VADOS: Si, a las orillas del río se puede estacionar los vehículos</p>
--	---

CALIDAD	VALOR EXTRÍNSECO	4.1 USOS (SIMBOLISMO)	5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO							
		Recreación	ALTERADO <input checked="" type="checkbox"/> NO ALTERADO <input type="checkbox"/> DETERIORADO <input type="checkbox"/> CONSERVADO <input type="checkbox"/> EN PROCESO DE DETERIORO <input type="checkbox"/>							
		fotografías	CAUSAS:							
		Excursiones	5.1 PATRIMONIO (Atractivos culturales)							
		Se encuentra a 275 msnm	Nombre:							
		Precipitación promedio anual es de 3.000 mm	Fecha de declaración:							
		800 m de largo	Categoría:							
		100 m de ancho	Patrimonio de la humanidad <input type="checkbox"/>							
		Sus aguas son de color verdoso y está rodeado de un bosque de exuberante vegetación,	Patrimonio del Ecuador <input type="checkbox"/>							
			6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO							
	ALTERADO <input checked="" type="checkbox"/> NO ALTERADO <input type="checkbox"/> DETERIORADO <input type="checkbox"/> CONSERVADO <input type="checkbox"/> EN PROCESO DE DETERIORO <input type="checkbox"/>									
	CAUSAS: Por cuestiones climáticas (natural)									
7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO										
APOYO	TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VIAS	TRANSPORTE	FRECUENCIAS				TEMPORALIDAD DE ACCESO	
					DIARI A	SEMANA L	MENSUA L	EVENTUA L	DÍAS AL AÑO	
	TERRESTRE	ASFALTADO				BUS				365
		LASTRADO		<input checked="" type="checkbox"/>		AUTOMÓVIL				
		EMPEDRADO				4X4	<input checked="" type="checkbox"/>			
	SENDERO				TREN				Culturales	

ACUÁTICO	MARÍTIMO				BARCO					Naturales	365 DÍAS	
					BOTE					HORAS AL DÍA		
	FLUVIAL				CANOA					Culturales		
					OTROS							
	AÉREO					AVIÒN					Naturales	365 DÍAS
						AVIONETA						
					HELICOPTERO							
Observaciones: Para ingresar se necesita vehículo particular. Se puede acceder hasta San Sebastián del Coca en transporte público												

APOYO	8. RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS: NOMBRE DE LA RUTA: _____ DESDE: _____ HASTA: _____ FRECUENCIA: _____ DISTANCIA: _____
	9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA AGUA POTABLE <input type="checkbox"/> ENTUBADA TRATADA <input type="checkbox"/> DE POZO <input checked="" type="checkbox"/> NO EXISTE <input type="checkbox"/> OTROS <input type="checkbox"/>
	ENERGÍA ELÉCTRICA SISTEMA INTERCONECTADO <input checked="" type="checkbox"/> GENERADOR <input type="checkbox"/> NO EXISTE <input type="checkbox"/> OTROS <input type="checkbox"/>
	ALCANTARILLADO RED PUBLICA <input type="checkbox"/> POZO CIEGO <input type="checkbox"/> POZO SÉPTICO <input checked="" type="checkbox"/> NO EXISTE <input type="checkbox"/> OTROS <input type="checkbox"/>
	PRECIOS SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> ENTRADA LIBRE <input type="checkbox"/> OTROS <input type="checkbox"/>
	Observaciones: El costo es de \$10 por persona , hospedaje \$10 y alimentación de platos referenciales \$5
	10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS NOMBRES: Laguna La Democracia DISTANCIA: 1.000 mts
11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO LOCAL <input checked="" type="checkbox"/> NACIONAL <input type="checkbox"/> PROVINCIAL <input type="checkbox"/> INTERNACIONAL <input type="checkbox"/> OTROS <input type="checkbox"/>	

CATEGORÍA	JERARQUIZACIÓN
Manifestaciones Culturales	III
En base a la metodología del Ministerio de Turismo, Por tratarse de un Atractivo con rasgos excepcionales en un país, capaz de motivar una corriente actual o potencial de visitantes del mercado interno, y en menor porcentaje el internacional, ya sea por sí solos o en conjunto con otros atractivos contiguos.	

FICHA PARA INVENTARIO DEL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL

 <p>GOBIERNO NACIONAL DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR</p>		<p>CÓDIGO</p> <p>IM-22-03-50- 001-16-000004</p>
<p>INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL DIRECCIÓN DE INVENTARIO PATRIMONIAL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FICHA DE INVENTARIO A3 USOS SOCIALES, RITUALES Y ACTOS FESTIVOS</p>		
34.DATOS DE LOCALIZACIÓN		
Provincia: Orellana		Cantón: La Joya de los Sachas
Parroquia: Unión Milagreña		Urbana <input type="checkbox"/> Rural <input checked="" type="checkbox"/>
Localidad: Comunidad Loma del Tigre		
Coordenadas WGS84 Z17S-UTM: X (Este) 296512 Y (Norte) 9961175 Z (Altitud)msnm 280		
35.FOTOGRAFÍA REFERENCIAL		
		
Descripción de la fotografía:		
Código fotográfico: IM-22-03-50-15-002_4JPG		
36.DATOS DE IDENTIFICACIÓN		
Denominación	Otra (s) denominación (es)	
GRUPO DE DANZA PUMA URKU	D1	
	D2	
Grupo social	Otra (s) denominación (es)	
MANIFESTACIÓN CULTURAL	L1	
	L2	
Breve reseña		
<p>En la comunidad se elaboran y comercializan artesanías como: lanzas, flechas, shigras, ropa, canastas, etc. El grupo de danza se dedica a difundir la cultura kichwa a través de la representación de diferentes momentos del sentir y el convivir comunitario. Su actuación está basada en la necesidad de participar como etnia en la sociedad que les rodea y hacer conocer sus creencias, costumbres, mitos, leyendas y tradiciones. Participan generalmente en las festividades parroquiales, cantonales y provinciales, espacios donde transmiten su energía representando a los espíritus de sus ancestros.</p>		

Reciben turistas nacionales y extranjeros, especialmente pasantes y voluntarios de países como: Suiza y Venezuela					
37.DESCRIPCIÓN					
Origen					
Cuenta con un grupo compuesto por 10 jóvenes de ambos sexos que demuestran las danzas típicas de la etnia kichwa; además, la asociación indígena se dedica a la confección de artesanías y existe un shaman que practica la medicina tradicional, basada en las plantas y en la cosmovisión indígena. Los ritos shamánicos son efectuados en una cascada que mide 4m de alto por 1,5m de ancho y que está a una hora de camino por un sendero peatonal; se cree que este lugar es encantado.					
Los y las danzantes respetan fielmente la cultura, las tradiciones y costumbres ancestrales de su pueblo; usan la vestimenta típica confeccionada por ellos mismos con materiales de la zona (pieles, semillas y fibras naturales).					
Fecha o período		Detalle de la periodicidad			
Anual					
Continua					
Ocasional					
Otro					
Alcance		Detalle del alcance			
Local					
Provincial					
Regional					
Nacional					
Internacional					
Preparativos		Detalle de actividades			
P1					
Descripción de la manifestación					
Elementos significativos					
Nombre		Tipo	Detalle del elemento		
E 1					
Estructura organizativa					
Nombre		Tipo	Detalle de la estructura		
O 1					
38.PORTADORES/SOPORTES					
Tipo		Nombre	Cargo, función o actividad	Dirección	Localidad
Procedencia del saber		Detalle de la procedencia			
Padres-hijos					
Maestro-aprendiz					
Centro capacitación					
Otro					

Transmisión del saber		Detalle de la transmisión			
	Padres-hijos				
	Maestro-aprendiz				
	Centro capacitación				
	Otro				
39. VALORACIÓN					
Importancia para la comunidad					
Sensibilidad al cambio					
	Alta				
	Media				
	Baja				
40. INTERLOCUTORES					
Apellidos y nombres		Dirección	Teléfono	Sexo	Edad
41. ELEMENTOS RELACIONADOS					
Ámbito		Subámbito	Detalle del subámbito	Código/Nombre	
42. ANEXOS					
Textos		Fotografías	Videos	Audio	
		1			
43. OBSERVACIONES					
44. DATOS DE CONTROL					
Entidad investigadora:					
Inventariado por: Sandra Puglla			Fecha de inventario: 31-03-2016		
Revisado por:			Fecha de revisión: 01-04-2016		
Aprobado por:			Fecha aprobación:		
Registro fotográfico: Sandra Puglla					
CATEGORÍA			JERARQUIZACIÓN		
Manifestaciones Culturales			III		
En base a la metodología del Ministerio de Turismo, Por tratarse de un Atractivo con rasgos excepcionales en un país, capaz de motivar una corriente actual o potencial de visitantes del mercado interno, y en menor porcentaje el internacional, ya sea por sí solos o en conjunto con otros atractivos contiguos.					

Elaborado por: Sandra Patricia `Puglla Morejòn.

FICHA PARA INVENTARIO DEL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL

 <p>GOBIERNO NACIONAL DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR</p>		
<p>INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL DIRECCIÓN DE INVENTARIO PATRIMONIAL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FICHA DE INVENTARIO A3 USOS SOCIALES, RITUALES Y ACTOS FESTIVOS</p>		<p>CÓDIGO IM-22-03-50- 003-16-000005</p>
45.DATOS DE LOCALIZACIÓN		
<p>Provincia: Orellana los Sachas</p>		<p>Cantón: La Joya de</p>
<p>Parroquia: San Carlos</p>	<p>Urbana <input type="checkbox"/></p>	<p>Rural <input checked="" type="checkbox"/></p>
<p>Localidad: Comunidad Flor del Pantano</p>		
<p>Coordenadas WGS84 Z17S-UTM: X (Este) 293380 Y (Norte) 9950958 Z (Altitud)msnm 256</p>		
46.FOTOGRAFÍA REFERENCIAL		
		
<p>Descripción de la fotografía:</p>		
<p>Código fotográfico: IM-22-03-50-15-002_5JPG</p>		
47.DATOS DE IDENTIFICACIÓN		
Denominación	Otra (s) denominación (es)	
ASOCIACIÓN AMARU YAYA	D1	
	D2	
Grupo social	Otra (s) denominación (es)	
MANIFESTACIÓN CULTURAL	L1	
	L2	

Breve reseña				
<p>El centro turístico y artesanal kichwa Amarun yaya, es una muestra de la esencia cultural de la nacionalidad kichwa, en él se realizan demostraciones de las actividades cotidianas y ancestrales de la cultura kichwa, por ejemplo danza, gastronomía, música, juegos, formas de cultivar la chacra, muestras de shamanismo.</p> <p>A ello se suma la biodiversidad con la que cuenta su territorio, en el cual se encuentra una laguna cubierta por vegetación que se ha convertido en el hogar de caimanes.</p> <p>Su contraste con el cultivo de las chacras, hace más relevante la experiencia del visitante al convivir con la cultura kichwa. nacionales y extranjeros, especialmente pasantes y voluntarios de países como: Suiza y Venezuela</p>				
48.DESCRIPCIÓN				
Origen				
.				
Fecha o período		Detalle de la periodicidad		
	Anual			
	Continua			
	Ocasional			
	Otro			
Alcance		Detalle del alcance		
	Local			
	Provincial			
	Regional			
	Nacional			
	Internacional			
Preparativos		Detalle de actividades		
P1				
Descripción de la manifestación				
Elementos significativos				
Nombre	Tipo	Detalle del elemento		
E 1				
Estructura organizativa				
Nombre	Tipo	Detalle de la estructura		
O 1				
49.PORTADORES/SOPORTES				
Tipo	Nombre	Cargo, función o actividad	Dirección	Localidad
Procedencia del saber	Detalle de la procedencia			
	Padres-hijos			
	Maestro-aprendiz			
	Centro capacitación			

	Otro				
Transmisión del saber		Detalle de la transmisión			
	Padres-hijos				
	Maestro-aprendiz				
	Centro capacitación				
	Otro				
50. VALORACIÓN					
Importancia para la comunidad					
Sensibilidad al cambio					
	Alta				
	Media				
	Baja				
51. INTERLOCUTORES					
Apellidos y nombres		Dirección	Teléfono	Sexo	Edad
52. ELEMENTOS RELACIONADOS					
Ámbito		Subámbito	Detalle del subámbito	Código/Nombre	
53. ANEXOS					
Textos		Fotografías	Videos	Audio	
54. OBSERVACIONES					
55. DATOS DE CONTROL					
Entidad investigadora:					
Inventariado por: Sandra Puglla			Fecha de inventario: 31-03-2016		
Revisado por:			Fecha de revisión: 01-04-1016		
Aprobado por:			Fecha aprobación:		
Registro fotográfico: Sandra Puglla					
CATEGORÍA			JERARQUIZACIÓN		
Atractivo Natural			II		
En base a la metodología del Ministerio de Turismo, por tratarse de un Atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de larga distancia, ya sea del mercado interno, y receptivo, que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas actuales o potenciales, y atraer al turismo fronterizo de esparcimiento.					
Elaborado por: Sandra Patricia Puglla Morejòn					

Anexo N° 14 Laguna la Democracia

REGISTRO DE DATOS DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS

FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS MINISTERIO DE TURISMO

1. DATOS GENERALES		
ENCUESTADOR:	Sandra Patricia Puglla Morejón	FICHA N° AN9
SUPERVISOR EVALUADOR:		
NOMBRE DEL ATRACTIVO:	LAGUNA LA DEMOCRACIA	
PROPIETARIO:	Sr. Manuel Lilisaca	
CATEGORÍA:	Sitio Natural	
TIPO:	Grupo Ambiente Lacustre	
SUBTIPO:	Laguna	
2. UBICACIÓN		
LONGITUD (UTM):	E278332	LATITUD (UTM): N9968577
PROVINCIA:	Orellana	CANTÓN: La Joya de los Sachas
PARROQUIA:	San Sebastián de Coca (Rural)	
CALLE:	La Democracia	
NUMERO:		
TRANSVERSAL:		
3. CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO		
NOMBRE DEL POBLADO:	Sacha	DISTANCIA (Km.): 24,0 km
NOMBRE DEL POBLADO:	San Sebastián de Coca (Rural)	DISTANCIA (Km.): 10,0km
4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO		
ALTURA (msnm.):270	TEMPERATURA (°C):26,6	PRECIPITACIÓN PLUVIOMÉTRICA (cm³):.....
CALIDAD VALOR INTRÍNSECO		
<p>TAMAÑO: Una de las lagunas mide 500 m de largo por 100 de ancho y la otra 600m de largo por 200 m de ancho. Sus aguas son negras y alimentan el caudal del río Basura. Buena parte de la superficie de las lagunas está cubierta de lechuguín, gramíneas y piperáceas, lo que les da la apariencia de ser más pequeñas. El bosque es espeso y el ramaje invade a las lagunas, haciéndolas más atractivas y misteriosas, con paisajes de frondosos bosques siempre verdes.</p> <p>FLORA: Gracias a la poca accesibilidad hacia el lugar, el bosque nativo no ha sido muy alterado, se pueden observar especies de flora propias del ecosistema primario amazónico. Existen especies como sante (<i>Brosimum utile</i>), laurel (<i>Cordia alliodora</i>),</p>		

	<p>arenillo (<i>Erisma uncinatum</i>), cedro blanco (<i>Cedrela montana</i>), morete (<i>Mauritia flex</i>), chonta (<i>Guillemia gassipaes</i>), pambil (<i>Iriartea cornata</i>), peine de mono (<i>Apeiba aspera</i>), guarango (<i>Parkia nítida</i>), pachaco (<i>Schizolobium parahyba</i>), guambula (<i>Minquartia guianensis</i>), sangre de gallina (<i>Otoba parvifolia</i>), guarumbo (<i>Cecropia sp.</i>), uva de monte (<i>Pourouma cecropiifolia</i>), platanillos (<i>Heliconia hirsuta</i>), bijao (<i>Heliconia bihai</i>), paja toquilla (<i>Carluduvica palmata</i>), helechos (<i>Polypodium spp.</i>), asna (<i>Siparuna decipiens</i>) y una variedad de orquídeas y bromelias.</p> <p>FAUNA: Entre las especies más representativas de la fauna nativa se encuentran: cusumbo (<i>Potos flavus</i>), capibara (<i>Hydrochaeris hydrochaeris</i>), guanta (<i>Agouti paca</i>), guatusa (<i>Dasyprocta fuliginosa</i>), sahíno (<i>Pecarí tajacu</i>), cuchucho (<i>Nasua nasua</i>), raposa (<i>Glironia venusta</i>), pava de monte (<i>Penelope spp.</i>), lora (<i>Amazona sp.</i>), loros (<i>Aratinga sp.</i>), perdiz (<i>Crypturellus sp.</i>), pato aguja (<i>Anhinga anhinga</i>), paujil (<i>Mitu salvini</i>).</p> <p>DESCRIPCIÓN DEL PAISAJE: De este ambiente lacustre, no se lo ha aprovechado para realizar actividades de turismo, tal vez porque el acceso es difícil, pues la vía permanece en malas condiciones, no hay transporte público fijo hasta el sector y no existe transporte fluvial. El propietario del terreno donde se encuentran las lagunas dispone de un bote de aluminio, que lo usa para realizar pesca y para navegar por el río Basura hasta la vía para trasladarse a los centros poblados.</p> <p>PUENTES: si existe PUERTOS: No existe.</p> <p>NAVEGABILIDAD: No existe.</p> <p>RÁPIDOS: no existe.</p> <p>CAÑONES: No existe. PONGOS: .No existe. VADOS: NO</p>
--	---

CALIDAD	VALOR EXTRÍNSECO	4.1 USOS (SIMBOLISMO)	1. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO			
		Pesca	ALTERADO DETERIORADO <input type="checkbox"/> NO ALTERADO CONSERVADO <input type="checkbox"/> EN PROCESO DE DETERIORO <input type="checkbox"/>			
		Fotografía	CAUSAS:			
		Navegación	5.1 PATRIMONIO (Atractivos culturales)			
		Se encuentra a 270 msnm	Nombre:			
		La precipitación promedio anual es de 3.000 mm	Fecha de declaración:			
		Temperatura media anual de 26,6 °C,	Categoría:			
		Temperatura máxima absoluta de 38,2°C,	Patrimonio de la humanidad <input type="checkbox"/>			
		Mide 500 m de largo	Patrimonio del Ecuador <input type="checkbox"/>			
		100 de ancho	2. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO			
Otra 600 m de largo y 200 m de ancho	ALTERADO DETERIORADO <input type="checkbox"/> NO ALTERADO CONSERVADO <input type="checkbox"/> EN PROCESO DE DETERIORO <input type="checkbox"/>					
Sus aguas son negras y alimentan el caudal del río Basura	CAUSAS: Por cuestiones climáticas (natural)					
3. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO						
AP	TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE	TRANSPORTE	FRECUENCIAS	TEMPORALIDAD DE ACCESO

		LAS VIAS				DIARI A	SEMANA L	MENSUA L	EVENTUA L	DÍAS AL AÑO	
		B	R	M							
TERRESTRE	ASFALTADO				BUS					365	
	LASTRADO		■		AUTOMÓVIL						
	EMPEDRADO				4X4					DÍAS AL MES	
	SENDERO		■		TREN					Culturales	
ACUÁTICO	MARÍTIMO				BARCO					Naturales	365 DÍAS
					BOTE						HORAS AL DÍA
	FLUVIAL				CANOA					Culturales	
					OTROS				■		
AÉREO					AVIÓN					Naturales	365 DÍAS
					AVIONETA						
					HELICOPTERO						
Observaciones: Existe transporte público tipo ranchera para acceder a la comunidad											

APOYO	4. RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS:
	NOMBRE DE LA RUTA: Sacha – San Carlos DESDE: Sacha
	HASTA: FRECUENCIA:
	DISTANCIA: 24Km
	5. INFRAESTRUCTURA BÁSICA
	AGUA POTABLE <input type="checkbox"/> ENTUBADA TRATADA <input type="checkbox"/> DE POZO <input checked="" type="checkbox"/> NO EXISTE <input type="checkbox"/> OTROS <input type="checkbox"/>
	ENERGÍA ELÉCTRICA
SISTEMA INTERCONECTADO <input type="checkbox"/> GENERADOR <input type="checkbox"/> NO EXISTE <input checked="" type="checkbox"/> OTROS <input type="checkbox"/>	
ALCANTARILLADO	
RED PUBLICA <input type="checkbox"/> POZO CIEGO <input type="checkbox"/> POZO SÉPTICO <input checked="" type="checkbox"/> NO EXISTE <input type="checkbox"/> OTROS <input type="checkbox"/>	
PRECIOS	
SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> ENTRADA LIBRE <input type="checkbox"/> OTROS <input type="checkbox"/>	
Observaciones: E transporte debe contratarse para acceder al atractivo.	
6. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS	
NOMBRES: DISTANCIA:	
7. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO	
LOCAL <input checked="" type="checkbox"/> NACIONAL <input type="checkbox"/>	
PROVINCIAL <input type="checkbox"/> INTERNACIONAL <input type="checkbox"/>	
OTROS <input type="checkbox"/>	
Se esta difundiendo a nivel internacional	

CATEGORÍA	JERARQUIZACIÓN
Manifestaciones Culturales	III
En base a la metodología del Ministerio de Turismo, Por tratarse de un Atractivo con rasgos excepcionales en un país, capaz de motivar una corriente actual o potencial de visitantes del mercado interno, y en menor porcentaje el internacional, ya sea por sí solos o en conjunto con otros atractivos contiguos.	

Anexo N^o 15 Balneario la Macareña

REGISTRO DE DATOS DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS

FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS MINISTERIO DE TURISMO

1. DATOS GENERALES

ENCUESTADOR: Sandra Patricia Puglla Morejón FICHA N° AN10
 SUPERVISOR EVALUADOR:
 NOMBRE DEL ATRACTIVO: BALNEARIO LA MACAREÑA
 PROPIETARIO:
 CATEGORÍA: Sitio Natural
 TIPO: Río
 SUBTIPO: Riachuelo o Arroyo

2. UBICACIÓN

LONGITUD (UTM): E283169 LATITUD (UTM): N9967413
 PROVINCIA: Orellana CANTÓN: La Joya de los Sachas
 PARROQUIA: La Macareña
 CALLE:
 NUMERO:
 TRANSVERSAL:

3. CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO

NOMBRE DEL POBLADO: Sacha DISTANCIA (Km.): 15km
 NOMBRE DEL POBLADO: Coca DISTANCIA (Km.): 24km

4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO

ALTURA (m.s.n.m.):282 TEMPERATURA (°C):26,6 PRECIPITACIÓN PLUVIOMÉTRICA (cm³):.....

CALIDAD

VALOR INTRÍNSECO



TAMAÑO El atractivo natural está formado por varios balnearios alrededor de la pre cooperativa la macareña en la cuenca media del río Yanayacu (Río Negro) en cuyo lugar existe varias construcciones de madera y mixtas y de cemento en la que ofrecen bebidas no alcohólicas, alcohólicas de consumo moderado y snack. Alquilan parrillas y chozas para que los visitantes preparen alimentos junto al río. Existen además canchas de vóley, juegos infantiles y área para venta de comida los días domingo.

FLORA: En los alrededores de las Macareña hay jardines con especies como platanillo (*Heliconia hirsuta*), palma real (*Maximiliana sp.*), paja toquilla (*Carluduvica palmata*), guayaba (*Psidium guajava*), coco (*Cocos nucifera*), guaba (*Inga sp.*) y

	<p>pomarrosa (<i>Syzygium</i> sp.). Gran parte de la finca (40 Ha.), está cubierta por bosque en el que se destacan especies como: pambil (<i>Iriartea cornata</i>), hungurawa (<i>Oenocarpus bataua</i>), morete (<i>Mauritia flex</i>), chonta (<i>Guillelma gassipaes</i>), caoba (<i>Platymiscium pinnatum</i>), guayacán (<i>Tabebuia</i> sp.) y sangre de drago (<i>Croton lechleri</i>).</p> <p>FAUNA: La fauna silvestre está representada por pava de monte (<i>Penelope</i> spp.), perico o loro (<i>Amazona ochrocephala</i>), tucán o diostedé (<i>Ramphastos</i> spp.), paujil (<i>Mitu salvini</i>), pato aguja (<i>Anhinga anhinga</i>), mono barizo (<i>Saimirisciureus</i>), mono machín (<i>Cebus albifrons</i>), guatín (<i>Myoprocta pratti</i>), guatusa (<i>Dasyprocta fuliginosa</i>), raposa (<i>Glironia venusta</i>), armadillo pequeño (<i>Dasyprocta novemcinctus</i>), rana (<i>Rana palmipens</i>), cusumbo (<i>Potos flavus</i>), cuchucho (<i>Nasua nasua</i>), charapa pequeña (<i>Podocnemis unifilis</i>) y culebra (<i>Bothrops atrox</i>)</p> <p>DESCRIPCIÓN DEL PAISAJE: Este sector del río Yanayacu es visitado generalmente los fines de semana y días feriados como balneario natural, por un gran número de personas que se trasladan desde Sacha y Coca. En las cabañas existentes, los visitantes pueden preparar sus propios alimentos (almuerzo, parrillada) o adquirirlos en el mismo. Pueden desarrollar actividades sociales o culturales</p> <p>ACTIVIDADES VARIAS; Recreación, deportes, natación</p> <p>PUNTES: No existe PUERTOS: No existe.</p> <p>NAVEGABILIDAD: No existe.</p> <p>RÁPIDOS: no existe.</p> <p>CAÑONES: No existe. PONGOS: No existe. VADOS: Si, a las orillas del río se puede estacionar los vehículos</p>
--	---

CALIDAD	VALOR EXTRÍNSECO	4.1 USOS (SIMBOLISMO)	5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO						
		Deporte	ALTERADO DETERIORADO <input type="checkbox"/> NO ALTERADO CONSERVADO <input checked="" type="checkbox"/> EN PROCESO DE DETERIORO <input type="checkbox"/>						
		Fotografías	CAUSAS:						
		Natación	5.1 PATRIMONIO (Atractivos culturales)						
		Se encuentra a 291 msnm	Nombre:						
		Precipitación promedio anual es de 3.000 mm	Fecha de declaración:						
		Temperatura media anual de 26,6 °C	Categoría: <input type="checkbox"/>						
		Temperatura máxima absoluta de 38,2°C,	Patrimonio de la humanidad <input type="checkbox"/>						
			Patrimonio del Ecuador <input type="checkbox"/>						
			6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO						
	ALTERADO DETERIORADO <input checked="" type="checkbox"/> NO ALTERADO CONSERVADO <input type="checkbox"/> EN PROCESO DE DETERIORO <input type="checkbox"/>								
	CAUSAS: Por cuestiones climáticas (natural)								
7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO									
APOYO	TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VIAS	TRANSPORTE	FRECUENCIAS				TEMPORALIDAD DE ACCESO
									DÍAS AL AÑO
					B	R	M	DIARI A	SEMAN AL
	TERRESTRE	ASFALTADO	<input checked="" type="checkbox"/>	BUS	<input checked="" type="checkbox"/>				365
		LASTRADO	<input checked="" type="checkbox"/>	AUTOMÓVIL					

	EMPEDRADO				4X4						DÍAS AL MES	
	SENDERO				TREN						Culturales	
ACUÁTICO	MARÍTIMO				BARCO						Naturales	365 DÍAS
					BOTE						HORAS AL DÍA	
	FLUVIAL				CANOA						Culturales	
					OTROS							
AÈREO					AVIÓN						Naturales	365 DÍAS
					AVIONETA							
					HELICOPTERO							
Observaciones: Existe transporte público tipo ranchera para acceder a la comunidad												

APOYO	8. RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS:
	NOMBRE DE LA RUTA: Sacha DESDE: Sacha HASTA: Coca FRECUENCIA: Cada 15 minutos DISTANCIA: 28Km
	8. INFRAESTRUCTURA BÁSICA
	AGUA POTABLE <input type="checkbox"/> ENTUBADA TRATADA <input checked="" type="checkbox"/> DE POZO <input type="checkbox"/> NO EXISTE <input type="checkbox"/> OTROS <input type="checkbox"/>
	ENERGÍA ELÉCTRICA SISTEMA INTERCONECTADO <input checked="" type="checkbox"/> GENERADOR <input type="checkbox"/> NO EXISTE <input type="checkbox"/> OTROS <input type="checkbox"/>
	ALCANTARILLADO RED PUBLICA <input type="checkbox"/> POZO CIEGO <input type="checkbox"/> POZO SÉPTICO <input checked="" type="checkbox"/> NO EXISTE <input type="checkbox"/> OTROS <input type="checkbox"/>
	PRECIOS SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> ENTRADA LIBRE <input type="checkbox"/> OTROS <input type="checkbox"/>
	Observaciones:
	9. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS
	NOMBRES: DISTANCIA:
10. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO	
LOCAL <input checked="" type="checkbox"/> NACIONAL <input type="checkbox"/> PROVINCIAL <input type="checkbox"/> INTERNACIONAL <input type="checkbox"/> OTROS <input type="checkbox"/>	

CATEGORÍA	JERARQUIZACIÓN
Atractivo Natural	II
En base a la metodología del Ministerio de Turismo, por tratarse de un Atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de larga distancia, ya sea del mercado interno, y receptivo, que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas actuales o potenciales, y atraer al turismo fronterizo de esparcimiento.	

FICHA PARA INVENTARIO DEL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL

 GOBIERNO NACIONAL DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR		CÓDIGO IM-22-03-50- 003-15-000006
INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL DIRECCIÓN DE INVENTARIO PATRIMONIAL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FICHA DE INVENTARIO A3 USOS SOCIALES, RITUALES Y ACTOS FESTIVOS		
56.DATOS DE LOCALIZACIÓN		
Provincia: Orellana		Cantón: La Joya de los Sachas
Parroquia: la Soya de los Sachas	Urbana <input checked="" type="checkbox"/>	Rural <input type="checkbox"/>
Localidad: AV. FUNDADORES		
Coordenadas WGS84 Z17S-UTM: X (Este) 293763		Y (Norte) 9968216
Z (Altitud)msnm 300		
57.FOTOGRAFÍA REFERENCIAL		
		
Descripción de la fotografía:		
Código fotográfico: IM-22-03-50-15-001_6JPG		
58.DATOS DE IDENTIFICACIÓN		
Denominación	Otra (s) denominación (es)	
PARQUE LINEAL LA JOYA DE LOS SACHAS	D1	
	D2	
Grupo social	Otra (s) denominación (es)	
MANIFESTACIÓN CULTURAL	L1	
	L2	
Breve reseña		
El parque Lineal tiene una extensión de 2.7km está ubicado en la av. principal de acceso a la		

cuidad, la vía Lago Agrio – Sacha – Coca, divididos en 18 tramos. El parque cuenta con: ciclo vía, piletas interactivas, vía peatonal, patios de comida, baterías sanitarias, ágora, puente peatonal, iluminación y mobiliario urbano.

59. DESCRIPCIÓN

Origen

Este parque lineal está en la fase final de implementación al norte de la ciudad de Sacha, se encuentra a 300 msnm y según los registros meteorológicos de la Estación Coca del periodo 1981 – 2000 para la región, la precipitación promedio anual es de 3.000 mm y la temperatura media anual de 26,6 °C, con una temperatura máxima absoluta de 38,2 °C, registrada en octubre de 1998, y una temperatura mínima absoluta de 15,1 °C, registrada en julio de 1986

Fecha o período		Detalle de la periodicidad
	Anual	Esta área es visitada con frecuencia al término de la jornada diaria por personas que buscan un poco de tranquilidad y hacer ejercicio físico.
	Continua	
	Ocasional	
	Otro	
Alcance		Detalle del alcance
	Local	Este Parque Lineal de reciente creación, es conocido localmente por la mayoría de habitantes de la ciudad y por los habitantes de la provincia. Hay interés en las autoridades municipales por difundir y promocionar este atractivo a nivel nacional e internacional
	Provincial	
	Regional	
	Nacional	
	Internacional	
Preparativos		Detalle de actividades
P1		

Descripción de la manifestación

Elementos significativos

Nombre	Tipo	Detalle del elemento
E 1		

Estructura organizativa

Nombre	Tipo	Detalle de la estructura
O 1		

60. PORTADORES/SOPORTES

Tipo	Nombre	Cargo, función o actividad	Dirección	Localidad

Procedencia del saber	Detalle de la procedencia
Padres-hijos	
Maestro-aprendiz	
Centro capacitación	
Otro	

Transmisión del saber	Detalle de la transmisión
Padres-hijos	

	Maestro-aprendiz			
	Centro capacitación			
	Otro			
61. VALORACIÓN				
Importancia para la comunidad				
Sensibilidad al cambio				
	Alta			
	Media			
	Baja			
62. INTERLOCUTORES				
Apellidos y nombres	Dirección	Teléfono	Sexo	Edad
63. ELEMENTOS RELACIONADOS				
Ámbito	Subámbito	Detalle del subámbito	Código/Nombre	
64. ANEXOS				
Textos	Fotografías	Videos	Audio	
	1			
65. OBSERVACIONES				
66. DATOS DE CONTROL				
Entidad investigadora:				
Inventariado por: Sandra Puglla		Fecha de inventario: 31-03-2016		
Revisado por:		Fecha de revisión: 01-04-1016		
Aprobado por:		Fecha aprobación:		
Registro fotográfico: Sandra Puglla				
CATEGORÍA		JERARQUIZACIÓN		
Sitio Natural		I		
En base a la metodología del Ministerio de Turismo, por tratarse de un Atractivos sin mérito suficiente para considerarlos a nivel de las jerarquías anteriores, pero que igualmente forman parte del patrimonio turístico como elementos que pueden complementar a otros de mayor jerarquía en el desarrollo y funcionamiento de cualquiera de las unidades que integran el espacio turístico.				

Elaborado por: Sandra Patricia Puglla Morejòn



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
PLAN DE CONTINGENCIA



COORDINACIÓN
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA
SEDE TENA

Introducción: Buenos d/t., mi nombre es Sandra Puglla, soy estudiante de la Universidad Nacional de Loja de la carrera de Administración Turística. Como parte del pensum, se está realizando una investigación de mercados, por lo que le solicito su valiosa colaboración proporcionando la información lo más fidedigna posible, para poder cumplir con los objetivos del trabajo. Por favor responder con la seriedad posible.

g. Datos Informativos

Masculino:

Femenino:

h. ¿Residencia?

Habitantes del Cantón

Turista Nacional

Turista Internacional

i. ¿Promedio de edad?

20 - 30

31 - 35

46 - 55

Mayo de 56

j. ¿Ingresos en dólares?

Menos de 350

350 - 450

450 - 600

600 – 900

900 – 1500

k. ¿Cómo realiza sus eventos?

Independiente

Grupos Organizados

Otros

l. ¿A través de qué medios se informa sobre los eventos que se realizan en el Cantón?

TV

Radio

Prensa

Internet

m. ¿Ha participado en algún evento tanto social como familiar?

Social

Familiar

Otros

n. ¿Cómo evaluaría la calidad de servicios que brinda dicha empresa?

Excelente

Buena

Mala

o. ¿En qué establecimiento realizó el evento?

- Casa
- Restaurante
- Discoteca
- Salón de eventos y recepciones

p. ¿En qué días consideraría propicio realizar sus eventos?

- Fin de Semana
- Entre Semana
- Un día específico

q. ¿Cuánto sería su presupuesto máximo a cancelar por prestación de un servicio en eventos y banquetes?

- 300 – 500
- 501 – 600
- 601 – 800
- 801 – 1000

r. ¿Estaría Ud.? ¿De acuerdo con la creación de una empresa que brinde los servicios de Eventos y Banquetes en el catón La Joya de los Sachas?

- Si
- No
- Otros

Anexo N^o 18 Trípticos de Publicidad

<p><i>La empresa de Eventos y Banquetes "EL ENSUEÑO DE TU VIDA" llega a ti con nuevos productos en:</i></p> <p><i>Decoración, Alquiler de sillas y mesas, Alquiler de cristalería, Cenas románticas y Toda clase de eventos que usted quiera realizar con precios cómodos y al alcance de su bolsillo.</i></p> <p>TE ESPERAMOS</p>	 <p>Organización</p> <p>Empresa de Eventos</p> <p>Dirección del trabajo principal Barrio Amazonas</p> <p>Teléfono: (04) 304-6037 Fax: (06) 304-6037 Correo: Elensueñodetuvda@hotmail.com</p>	<p><i>Elegancia y Distinción</i></p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;"> <p>EVENTOS Y BANQUETES "EL ENSUEÑO DE TU VIDA" Lugares de la celebración en día INDOLVIDABLE</p> </div>  <p><i>Empresa de Eventos</i></p> <p><i>Cell. 099744322</i></p>
---	--	---

<p>"EL ENSUEÑO DE TU VIDA" TE OFRECE:</p>  <p>Servicios de decoración.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Se realiza decoración de acuerdo al momento y gusto del cliente. • Los precios serán según el arreglo del salón  <p>Servicios de Baquetes.</p> <ul style="list-style-type: none"> • El servicio de banquetes serán de acuerdo a la petición del cliente • Los precios varían según el plato 	<p>TAMBIÉN</p>  <p>Alquiler de sillas y mesas</p> <ul style="list-style-type: none"> • El costo de alquiler de sillas y mesas serán según la cantidad y modelos.  <p>Alquiler de Cristalería</p> <ul style="list-style-type: none"> • El costo de alquiler de cristalería será según la cantidad y modelos. 	 <p>Cenas Románticas</p> <ul style="list-style-type: none"> • El precio para la realización de una cena romántica será tomado en cuenta el lugar, el banquete y los arreglos <p>Y MUCHOS</p> <p>MÁS</p> <p>TE ESPERAMOS</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <p> Empresa de Eventos</p> <p>Dirección del trabajo principal Barrio Amazonas</p> <p>Teléfono: (06) 304-6037 Fax: (06) 304-6037 Correo: Elensueñodetuvda@hotmail.com</p> </div>
--	--	---

MENÚ DE OPCIONES



SUGERENCIA 1:

PLATOS FUERTES

Lomo en salsa de queso
Pollo en salsa de ciruelas
Pechuga al grill en salsa de tomillo
Chuleta en salsa de naranja
Pavo en salsa de agridulce

Guarniciones

Papa risole
Papa salteada con mantequilla y perejil
Papa croqueta
Ensalada verde

MENÚ DE OPCIONES



Ensalada waldor
Vainitas con tocino

ARROCES

Arroz al curry
Arroz verde
Arroz con nueces
Arroz al azafrán

POSTRES

Crepes de frutilla en su salsa
Bavaroise de vainilla
Bavaroise de fruta
Brazo gitano relleno de mermelada

MENÚ DE OPCIONES



SUGERENCIA 2

PLATOS FUERTES

Filete de lomo en salsa de champiñones

Lomo en salsa de tocino

Medallones de pollo en salsa de almendras

Chuleta en salsa de piña

Medallones de pavo en salsa de ciruelas

Filete de corvina al vapor, salsa tártara

Corvina en salsa de espárragos

ARROCES

Arroz al curry

Arroz verde

Arroz con nueces

Arroz al azafrán

MENÚ DE OPCIONES



GUARNICIONES

Papa risole
Papa salteada con mantequilla y perejil
Papa croqueta
Ensalada verde
Ensalada mixta
Ensalada waldor
Vainitas con tocino

POSTRES

Mousse de chocolate, durazno o frutilla
Crepes de frutilla en su salsa
Brownie con coulis de mora
Bavaroise de vainilla
Bavaroise de fruta

MENÚ DE OPCIONES



SUGERENCIA 3

ENTRADAS

Ensalada César con Croutones y Queso Parmesano

Ensalada rusa

Ensalada caprisse

Tomate relleno de pollo

SORBETES

Sorbete de naranja

Sorbete de limón

Sopas

Crema de Espárragos con costra de queso

Sopa de Brócoli con Croutones de Queso

MENÚ DE OPCIONES



PLATOS FUERTES

Lomo en salsa de queso

Pollo en salsa de ciruelas

Pechuga al grill en salsa de tomillo

Chuleta en salsa de naranja

Pavo en salsa de agridulce

ARROCES

Arroz al curry

Arroz con nueces

Arroz al azafrán

GUARNICIONES

Papa risole

Papa salteada con mantequilla y perejil

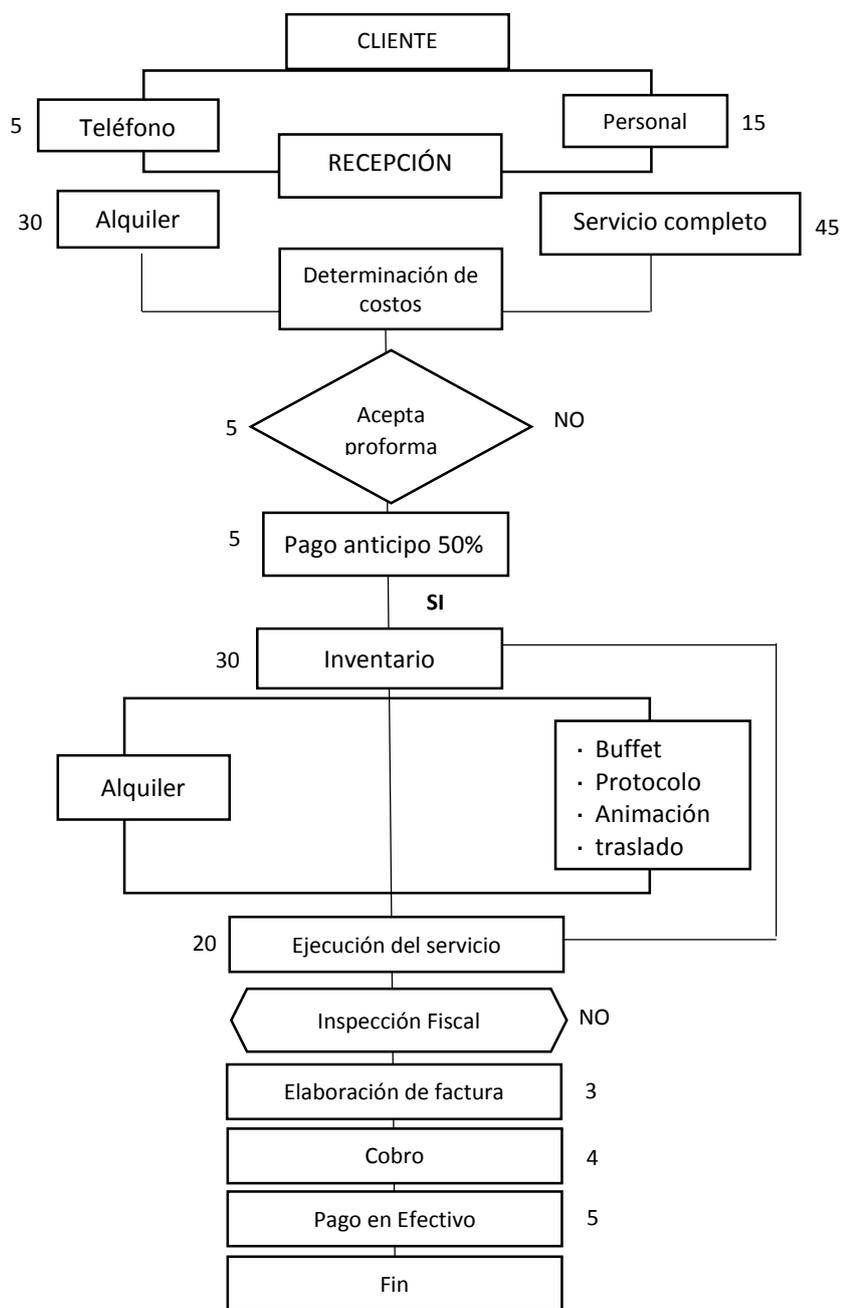
Papa croqueta

Ensalada verde

Anexo N^o 20 Formato de para contratación de servicio

			
CONTRATO:	MRA270208	EVENTO:	BODA
PEDIDO POR:	VIVIANA MOREJON	FECHA:	14 DE OCTUBRE /2015
DIRECCIÓN:	Km 3 vía Lao agrio	DÍA:	SÁBADO
TELÉFONO:	2758457/098542145	HORA:	19:00 A 02:00
FACTURAR A:	VIVIANA MOREJON	SALÓN:	# 1 Y 2
RUC:	1412452145001	N. PAX:	200
ABONO:	PAGADO	CARTELERA:	MATRIMONIO MOREJON GONZALES
PERSONAL RESPONSABLE:		SÁBADO 14 DE OCTUBRE DE 2015	
CHEF DE COCINA			
CAPITÁN DE BANQUETES		CENA:	
ENTRADA:		Camarones de espinaca y ricota	
MONTAJE:	PLATO FUERTE:	Lomo en salsa de champiñones	
COLOCAR MESAS REDONDAS PARA 200 PAX,	GUARNICIÓN:	Arroz con almendras	
20 MESAS PARA 8 PAX CADA UNA	Vainitas con tocino		
2 MESAS PARA 6 PAX CADA UNA	POSTRE:	Crepes de frutilla en su salsa	
DOS MESA PRINCIPAL PARA 8 PERSONAS	BEBIDA:	Gaseosas	
1 MESA PARA TORTA Y BOCADITOS.	BOCADITOS:	Champiñones rellenos	
Camarón apanado			
BODEGA:	Bocaditos de requesón		
PROPORCIONAR MATERIAL NECESARIO	SORBETE:	Sorbete de naranja	
SEGURIDAD	PRECIO USD 15,00 POR PERSONA MÁS IMPUESTOS		
FACILITAR ESTACIONAMIENTO			
SISTEMAS:			
MÚSICA DESDE LAS 19:00 A 02:00			

Anexo N^o 21 Procesos de servicio



Anexo N^o 22 Imágenes evidenciales de investigación de campo

FOTO N^o 1.- Identificación del terreno



Visita del terreno y toma de datos con la colaboración del Arquitecto Balcázar Efraín y la Ing. Maribel Torres

FOTO N^o 2.- inventario de atractivos turísticos



Entrevista para obtener datos del centro turístico LA VALLADOLID con la propietaria la Ing. Gina Jaramillo

FOTO N°3.- Subida de datos



Subida de datos para la elaboración del inventario de atractivos turísticos del Cantón La Joya de los Sachas.