

1. ANÁLISIS DE LA EMPRESA Y SU ENTORNO

El campamento vacacional “El Dorado” se establecerá en las inmediaciones de la ciudad de Tena en la provincia de Napo en la región del Alto Oriente Ecuatoriano en el Km. 50 vía Tena-Puyo (Troncal Amazónica), con el objetivo de brindar aventuras y experiencias enriquecedoras en contacto con la naturaleza; por medio de campamentos educativos turísticos para jóvenes y adolescentes; turismo de aventura para extranjeros; y estadías recreativas para familias, en una región de 20 hectáreas de entorno natural, cascadas, arboledas rodeada de los ríos Anzu y Poroto.

Misión: Contribuir al esparcimiento y la recreación de turistas nacionales y extranjeros mediante experiencias que muestren las riquezas y maravillas del Alto Amazonas y que los involucren con la naturaleza manteniendo el equilibrio ecológico, la protección ambiental y ayudando al desarrollo sustentable de la comunidad cuidando el medio.

Visión: Ser en el 2012 una empresa reconocida nacional e internacionalmente como representativa del ecoturismo del Alto Amazonas Ecuatoriano y como carta de presentación de la región.

La compañía es fundamentalmente una empresa familiar compuesta por la familia Anaguano Lamiña e inversionistas estratégicos. Será administrada por un gerente contratado con especialidad en empresas hoteleras y turismo.

La ciudad de Tena se ubica a 6 horas de viaje en bus desde la ciudad de Quito. Las cooperativas de buses salen cada hora hay varias empresas recomendadas como la Flota Pelileo, Transporte Baños y Amazonas. Además dos veces a la semana hay vuelos desde Quito a Tena con la empresa SAEREO y su duración es de 25 minutos y el viaje cuesta USD \$60 solo de ida.

La ciudad de Tena cuenta con telefonía convencional y celular. Tiene conexión Internet y cable de TV. La red vial la compone la Troncal Amazónica.

2. ANÁLISIS DE MERCADO

El segmento del mercado son los adolescentes que quieren este contacto natural por medio de campamentos vacacionales, las familias en un fin de semana de pesca y cabalgata, y los turistas internacionales que van en pos de deportes extremos. Se espera captar alrededor del 1% de este segmento del mercado.

Aunque el servicio turístico necesita crecer para abastecer la creciente demanda internacional, a nivel local aún si tiene un concepto equivocado de la región oriental. Por lo cual se debe cambiar esa idea ya sea con difusión por medio de alianzas publicitarias con empresas deportivas o por medio de visitas a los jóvenes en sus centros de estudios para el caso de campamentos.

Nuestras guías serán capacitadas en INEFAN Y CETUR, estas certificaciones nacionales e internacionales para deportes extremos dan la seguridad en su práctica.

DESCRIPCIÓN DE LOS SERVICIOS

Como ya expresamos anteriormente es un centro recreacional ecoturístico destinado para jóvenes y adolescentes; turismo de aventura para extranjeros; y estadías recreativas para familias. Los cuales se describen a continuación:

- Turismo de aventura con hospedaje, rafting, canoísmo, pesca, paseos en la selva y las comunidades aledañas.
- Campamento vacacional para adolescentes, es decir, niños desde los siete hasta los doce años, y jóvenes de trece a diecisiete años, que incluyen movilización, hospedaje en cabañas y carpas, alimentación, visitar sitios de interés y juegos variados.
- Estadía familiar con pesca deportiva en el campamento con servicio de comida del sector y representaciones artísticas culturales, paseo en caballos, etc.

CLIENTES

Las visitas a las áreas protegidas es un elemento de atracción importante. Asimismo, las principales actividades de los turistas son realizadas en espacios naturales. En cuanto a la procedencia de los turistas tenemos de EEUU y la Comunidad Europea.

Los adolescentes que participan en los campamentos comprenden estudiantes de cuarto a sexto curso de los colegios particulares de Quito y Guayaquil que realizan paseos de fin de curso en período vacacional.

COMPETENCIA

No existe una competencia amenazante, más bien se requiere más actividad para la demanda creciente en este sector de la industria turística. Sin embargo, las empresas ecoturísticas ya presentes son RINCAE y MISAHUALLI que no abastecen la creciente demanda. Cabe señalar que estas dos empresas sólo se dirigen hacia turistas extranjeros y realizar una experiencia de Kayac o bote en el río Napo u otro sector de Puyo-Tena

cuesta alrededor de US\$60.00 a US\$90.00 por persona. En baños el bote de 7 personas oscila entre los US\$20.00 a US\$35.00 para nacionales y US\$60.00 para extranjeros. Los guías locales proveen el servicio por día a un precio de US\$5.00 a US\$10.00 por persona, el precio depende del tamaño del grupo.

3. CAMPAMENTO VACACIONAL PARA ADOLESCENTES Y ESTADÍA FAMILIAR

En la región no existe un campamento vacacional para adolescentes y en el país solo existe uno en Huigra, provincia de Chimborazo con diversas actividades y la estadía en el campamento cuesta alrededor de USD \$30 al día por niño.

Existen cuatro finas de estadía familiar en el sector de Puyo y Tena. Las finas ofrecen piscinas, canchas deportivas y baños a la orilla del río Napo. Los precios oscilan en promedio de \$6.00 por día por persona, y para una familia de cinco US\$20.00 por día, previendo alimentación tal como: desayuno, almuerzo y cena. Además se alquilan caballos por US\$6.00 el día.

4. ESTRATEGIA DE VENTA

Los clientes prioritarios son los extranjeros, los cuales se mantiene contacto a través de las agencias de viajes y operadoras turísticas. Luego la fuerza de ventas impulsara los campamentos vacacionales para adolescentes en los colegios.

En el deporte de aventura se debe recalcar la seguridad, se cumplen normas internacionales y permisos para su práctica igual en el campamento vacacional de adolescentes para total tranquilidad de los padres de familia.

La fuerza de ventas debe inicialmente enfocarse en Quito y Cuenca debido a que tan solo están a cinco horas de viaje, luego en Guayaquil.

Existen clientes potenciales tales como estudiantes de ecología, historia natural, científicos y profesores de universidades a nivel internacional y especialmente europeos.

5. ESTRATEGIA PROMOCIONAL

La estrategia principal de promoción es por medio de publicación escrita en periódicos y radios de la localidad y de Quito.

La promoción de nuestro producto se basa en sugerencias y convenios del Ministerio de Turismo del Ecuador para el desarrollo sustentable del sector turístico:

- Para el deporte se hace publicidad con folletos distribuidos por las agencias de viajes.
- Internacionalmente el Ministerio de Turismo del Ecuador facilita presencia en ferias turísticas.
- Presencia en Internet con USD \$100 anuales.
- Para campamentos y estadias se anuncia en noticieros o reportajes turísticos televisivos y en radio.
- Realizar convenios con ciertas instituciones educativas para que por paquetes anuales posean descuento especial.
- Facilidad de pago mediante cobro con tarjetas de crédito.

6. ANÁLISIS DEL PRODUCTO

La prestación del servicio comprende las siguientes actividades deportivas y de exploración considerando que cada una por separado forma un paquete destinado al cliente específico:

Rafting

Modalidad deportiva que consiste en dejarse llevar por la corriente de un río de aguas bravas, con una embarcación o balsa neumática o “raft” dirigida por un guía que va en la parte trasera. Los equipos que se requieren son:

- Chaleco salvavidas, uno para cada persona.
- Cascos
- Una balsa reglamentaria de rafting.
- Doce remos.
- Cuchillo de seguridad; para ser usado exclusivamente por el “guía de rafting” cuando sea necesario.
- Botiquín de primeros auxilios.

Excursión Cascadas

Comprende la visita de las paradisíacas cascadas del sector. Considerada una actividad suave. Con respecto a las normas de seguridad tenemos:

- Chaleco Salvavidas, uno para cada persona que no sepa nadar.

- Cuchillo de seguridad, para ser usado exclusivamente por el guía cuando sea necesario.

- Botiquín de primeros auxilios.

Ciclismo

Para este deporte se cuenta con la Troncal Amazónica, carretea de primer orden, desde el campamento hasta la ciudad de Tena.

Los equipos que se requieren son:

- Liderado por un guía.
- Llevar cascos, protecciones rodilleras, guantes y zapatos de carreras.
- Bicicletas montaÑeras en buen estado.

Cabalgata

Paseos que permiten estar más en contacto con la naturaleza. Se requiere los siguientes elementos:

- Caballos
- Sillas de montar

Pesca deportiva

Esta pesca se lleva a cabo en el Gran Lago Central a bordo de canoas a remo con cañas de pescar y cebos. Los equipos necesarios son:

- Chalecos salvavidas
- Anzuelos pequeños
- Hilos de nylon
- Palos de tamaño regular
- Canoas y remos para navegar en el lago.

Canoísmo

Si el paseo en canoa se desarrolla dentro del lago las seguridades no son más que el uso de un chaleco salvavidas y no amerita la presencia del guía.

Excursiones selvas, parques

Un guía lidera al grupo en las visitas tanto a los parques como a la selva virgen dentro del campamento. Los grupos no pueden superar las 20 personas. La única seguridad es vestimenta apropiada con botas y repelente de insectos.

Campamentos

Los campamentos se dividen en los de adolescentes y los extranjeros. Los equipos necesarios son:

- Carpas
- Lámparas de queroseno
- Linternas
- Binoculares
- Botas
- 🚩 Actividades turísticas

Los fines de semana se presentan danzas y cantos de la región.

- 🚩 Alojamiento

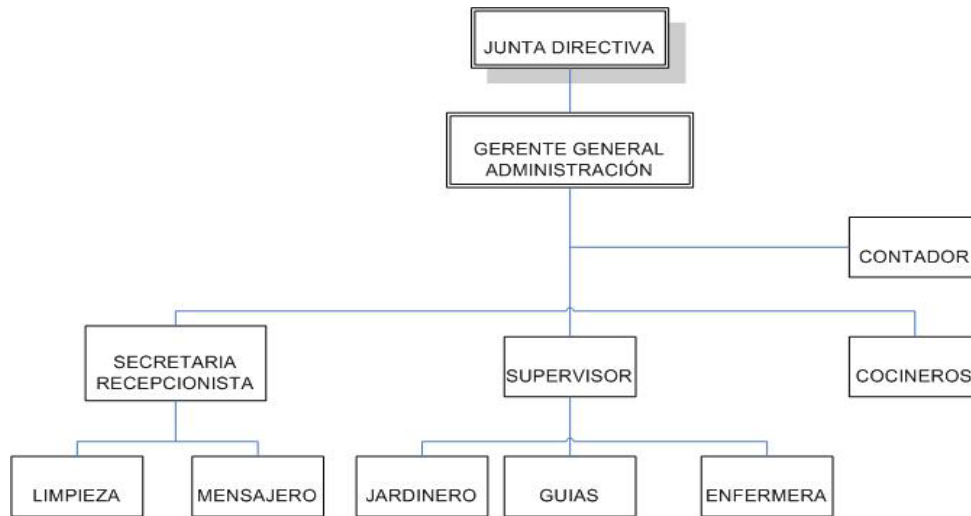
Se cuenta con cabañas de madera y diseño diferenciado para extranjeros, familias y los campamentos de los adolescentes. Cuentan con baño privados y agua.

7. ANÁLISIS ADMINISTRATIVO

PERSONAL REQUERIDO

El campamento “El Dorado” contará con el siguiente personal para el exitoso desenvolvimiento de sus labores:

- | | |
|----------------------------|---------------------|
| - Gerente General | |
| - Contador | - Guías de rafting |
| - Secretaria-Recepcionista | - Cocineros |
| - Mensajero | - Limpieza |
| - Supervisor | - Jardinero |
| - Guías explorador | - Ayudante de campo |
| - Guías de campamentos | - Una Enfermera |



Se dará preferencia en selección de personal a los residentes de la ciudad de Tena y de las comunidades aledañas.

8. ANÁLISIS ECONÓMICO

La familia Anaguano Lamiña invierte la finca avaluada en USD \$85,000 además de USD \$30,000 en otros activos y con financiamiento de USD \$65,000. La inversión total de USD \$200,000.

Se estima tener ventas netas en el primer año de USD \$234,000 con un promedio de 2400 turistas con utilidades de USD \$22,000. El punto de equilibrio es de alrededor de los 850 turistas en promedio anual.

Se proyecta una tasa interna de retorno en cuatro años del 24% anual, el mismo que es un porcentaje atractivo. El valor actual neto considerando es costo actual del dinero del 18% es de USD \$18,551.10.

En el cuarto año se logra pagar el endeudamiento de USD \$65,000. El proyecto se auto sostiene sin necesidad de inyecciones adicionales de dinero.

9. CONCLUSIÓN DE LA EVALUACIÓN

El proyecto de inversión es sensible a la variación de los turistas extranjeros en pos de aventura, por lo que se debe reforzar las estrategias para captar a este grupo de clientes con más énfasis.