



## **FACULTAD DE TURISMO Y HOSPITALIDAD**

### **JATUN YACU ECO LODGE**

Trabajo de Titulación presentado en conformidad a los requisitos establecidos para optar por el título de Ingeniera en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras

#### **Profesor Guía**

Lcdo. Yamil Bermeo

#### **Autor**

Karla Yessica Chacón Tipán

#### **Año**

2012

## **DECLARACION DEL PROFESOR GUIA**

“Declaro haber dirigido este trabajo a través de reuniones periódicas con la estudiante, orientando sus conocimientos para un adecuado desarrollo del tema escogido, y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación.”

**Yamil Bermeo**

**Licenciado**

**1708413925**

## **DECLARACION DE AUTORIA DEL ESTUDIANTE**

“Declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes”

**Karla Yessica Chacón Tipán**

**1500636038**

## **AGRADECIMIENTOS**

Quiero expresar mi más grande agradecimiento a todas aquellas personas que contribuyeron a la realización de este trabajo de tesis, sin su guía, su apoyo, su ayuda y ánimos no lo hubiera podido lograr tan satisfactoriamente.

A Dios gracias por la vida que me ha brindado, a mi familia porque jamás perdió la fé en mí, a mis amigos, en especial a Anita, por esos alientos de si se puede, si lo logras, a mi profesor guía por su excepcional tutoría, y a mi esposo por su apoyo y amor en todo momento.

## **DEDICATORIA**

Por la paciencia, por el amor incondicional, por el apoyo absoluto, por el ejemplo intachable, por las noches y días interminables de dar amor sin querer recibir nada a cambio, por secar mis lágrimas y darme ánimo aun cuando no quería saber del mundo, por darme un abrazo y un beso e iluminar mis días, por demostrarme que la vida es hermosa y única, por demostrarme que los valores, los principios y ética de una mujer son la imagen y reputación que hablan por sí sola, y por haberme ayudado a consolidarlos de la mejor manera, te dedico este trabajo de tesis a ti, te dedico esas incansables horas de estudio a lo largo de mi carrera, te dedico mi felicidad y mi triunfo, a ti madrecita. Eres lo más noble y sublime que he podido conocer y tener en esta vida, te amo con todo mi corazón.

## RESUMEN

En primera instancia con la identificación de la oportunidades de negocio, Jatun Yacu Eco Lodge, es un proyecto turístico y hotelero, que aspira diseñar e implementar uno de los mejores productos turísticos amazónicos, en la provincia de Napo, con un concepto basado en prácticas de turismo sostenible, donde exista un equilibrio y responsabilidad en cuanto a los temas socio-culturales, ambientales y económicos. Con el fin de cubrir necesidades crecientes en un mercado de conciencia verde, en turistas que buscan realizar su actividad turística de manera comprometida con la naturaleza.

El método de investigación utilizado, fue el descriptivo que consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes que se recogen sobre la base de una hipótesis o teoría, se exponen y resumen la información de manera cuidadosa y luego analizan minuciosamente los resultados, a fin de extraer generalizaciones significativas que contribuyan al conocimiento.

Po último, dentro del aspecto y análisis financiero respectivo se estableció que el monto requerido de préstamo es de \$108.855,8 donde los pagos del interés y el capital de la deuda contraída con el Banco Nacional de Fomento se amortiza a diez años, con pagos bimensuales. Adicionalmente se espera que el proyecto alcance un TIR de 18,53% y un VAN de \$681.600,34. Concluyéndose que la empresa es rentable, considerando que el flujo de efectivo es positivo en la mayoría de los meses.

## ABSTRACT

In first instance with the identification of business opportunities, Jatun Yacu Eco Lodge is a hotelier tourist project, which aims to design and implement, one of the best tourist products in the Amazonia, located at Napo province, with a concept based in sustainable tourist practices, where exist a balance and responsibility in what concerns to issues as social-cultural, environmental and economic. With the aims to cover the growing needs in a market with green conscience, in tourists that look for carry out their tourist activities in a way committed with the nature.

The investigation method used was the descriptive which consist in come to know the situations, manners and attitudes that are recognize above the basis of a hypothesis or theory, it is exposed and resume the information in a carefully way and later analyzes meticulously the results, to extract meaningful generalizations that contribute to the knowledge.

Finally, inside the aspects and financial analysis respective, it has established the require amount for the loan is \$108.855,8 USD, where the interest payments and debt capital incurred with the “Banco Nacional de Fomento” is amortized to ten years, with payments two times per months. Additionally the project is expected to reach a ROI of 18,53% and a NPV of \$681.600,34 USD. Concluding that the company is profitable, given that cash flow is positive in most months.

## INDICE

<b>Introducción</b> .....	1
<b>1 Capítulo I: ANTECEDENTES</b>	
1.1 Introducción.....	2
1.1.1 Reseña histórica .....	2
1.1.2 Estadísticas.....	3
1.1.3 Identificación de la oportunidad o la problemática .....	3
1.1.4 Descripción del producto o servicio .....	3
1.2 Objetivos .....	5
1.2.1 Objetivo general.....	5
1.2.2 Objetivos específicos .....	5
1.3 Marco Teórico	
1.3.1 Aspectos teóricos.....	6
1.4 Normativa Legal	
1.4.1 Leyes, reglamentos y normas .....	7
1.4.2 Permisos y licencias .....	9
<b>2 Capítulo II: ANÁLISIS Y EVALUACIÓN DE UN DESTINO TURÍSTICO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN PROYECTO SOSTENIBLE DE DESARROLLO</b>	
2.1 Información General San Juan de los Ríos de Tena .....	12
2.2 Niveles Socio - Económicos de la Población .....	12
2.3 Agencias Gubernamentales y no Gubernamentales que trabajan en la región .....	13
2.4 Localización y Datos Relevantes .....	13
2.5 Forma presentación de la comunidad.....	14
2.5.1 Toponimia .....	14



2.5.2 Actividad económica.....	14
2.6 Estudio participativo de los parámetros de análisis y evaluación del destino turístico	
<b>2.6.1Oferta turística</b> .....	14
2.6.1.1 COMPONENTE NATURAL	
2.6.1.1.1 Análisis de atractivos acuáticos.....	14
2.6.1.1.1.1 Forma Acuáticos Natural.....	15
2.6.1.1.1.2 Toponimia de atractivos .....	16
2.6.1.1.2 Análisis de atractivos terrestres.....	17
2.6.1.1.2.1 Forma Terrestre Natural.....	
2.6.1.1.2.2 Toponimia de Atractivos.....	18
2.6.1.1.3 Análisis de atractivos de Flora y Fauna.....	20
2.6.1.1.3.1 Fauna endémica del área.....	20
2.6.1.1.3.2 Flora endémica del área.....	20
2.6.1.1.3.2.1 Forma Flora y Fauna.....	21
2.6.1.1.3.3 Diagnóstico del Componente Natural.....	23
2.6.1.2 COMPONENTE CULTURAL	
2.6.1.2.1 Análisis de atractivos construidos o realizados por el hombre .....	23
2.6.1.2.1.1 Formas Culturales.....	25
2.6.1.2.1.2 Diagnóstico del Componente Cultural.....	27
2.6.1.3 COMPONENTE GASTRONÓMICO	
2.6.1.3.1 Análisis de los Atractivos Gastronómicos.....	28
2.6.1.3.1.1 Forma Gastronómica.....	28
2.6.1.3.1.1.1 Recetas y elaboración.....	30
2.6.1.3.1.2 Diagnóstico del Componente Gastronómico .....	30
2.6.1.4 FESTIVIDADES Y EVENTOS	
2.6.1.4.1 Análisis de festividades y eventos .....	31
2.6.1.4.1.1 Forma festividades y eventos .....	32
2.6.1.4.1.2 Diagnóstico de Festividades y eventos .....	33

2.6.1.5 ACTIVIDADES RECREACIONALES	
2.6.1.5.1 Análisis de actividades Recreacionales.....	34
2.6.1.5.1.1 Forma recreación .....	34
2.6.1.5.1.2 Diagnóstico de Actividades	
Recreacionales .....	35
2.6.1.6 VÍAS DE ACCESO	
2.6.1.6.1 Análisis de infraestructura .....	35
2.6.1.6.1.1 Diagnóstico de infraestructura.....	36
2.6.1.6.1.2 Formas vías de acceso .....	37
2.6.1.7 SEGURIDAD, SALUD, SERVICIOS BÁSICOS	
2.6.1.7.1 Análisis de seguridad, salud, servicios básicos.....	38
2.6.1.7.1.1 Forma seguridad, salud y servicios básicos .....	39
2.6.1.8 SERVICIOS TURÍSTICOS (Prim. y Sec.)	
2.6.1.8.1 Análisis de los servicios turísticos .....	39
2.6.1.8.1.1 Forma de servicios turísticos – planta	
Turística .....	40
2.6.1.8.1.2 Diagnóstico de los servicios turísticos.....	41
<b>2.6.2 <u>Comercialización y Promoción turística</u></b>	
2.6.2.1 Análisis de la promoción y comercialización.....	42
2.6.2.2 Diagnóstico de la promoción y comercialización .....	43
2.6.2.3 Forma, promoción y comercialización .....	43
<b>2.6.3 <u>Políticas e Instituciones administrativas</u></b>	
2.6.3.1 Políticas administrativas ambientales .....	45
2.6.3.1.1 Análisis de las políticas administrativas locales.....	45
2.6.3.1.2 Diagnóstico de las políticas administrativas .....	46
2.6.3.2 Análisis de las instituciones administrativas(Gobierno) .....	46
2.6.3.3 Análisis de las instituciones administrativas(Privado).....	47
2.6.3.3.1 Diagnóstico de las instituciones administrativas.....	47
2.7 Diagnóstico Evaluativo de la Sostenibilidad del Destino	
2.7.1 Diagnóstico Global.....	48

### **3 Capítulo III: DIAGNOSTICO SITUACIONAL**

3.1 Introducción.....	50
3.2 Análisis Macro-entorno	
3.2.1 Factores macroeconómicos.....	50
3.3 Análisis Micro-entorno	
3.3.1 Competencia.....	53
3.3.2 Clientes.....	54
3.3.3 Proveedores.....	54
3.3.4 Barreras de entrada y riesgos.....	55
3.4 Análisis FODA.....	55

### **4 Capítulo IV: ESTUDIO DE MERCADO**

4.1 Introducción.....	59
4.2 Reconocimiento de la oportunidad de negocio .....	59
4.3 Descripción de la población o segmento de mercado .....	60
4.3.1 Segmentación de la población objetivo.....	62
4.4 Tipo de investigación .....	63
4.4.1 Diseño de la encuesta.....	64
4.4.2 Diseño de la muestra .....	64
4.4.3 Tamaño de la muestra .....	65
4.5 Tabulación .....	66
4.6 Resultados .....	68
4.7 Conclusiones del estudio de mercado .....	71

### **5 Capítulo V: LA EMPRESA**

5.1 Introducción.....	73
5.2 Estructura Física .....	73
5.2.1 Localización .....	73
5.2.2 Dimensionamiento .....	74

5.2.3 Infraestructura.....	75
5.2.3.1 Cabañas para turistas.....	75
5.2.3.2 Cabañas para voluntarios y personal.....	76
5.2.3.3 Cabaña principal.....	76
<b>5.3 Filosofía Corporativa</b>	
5.3.1 Misión.....	77
5.3.2 Visión.....	77
5.3.3 Valores.....	77
5.3.4 Objetivos.....	78
5.3.5 Estrategias.....	78
5.3.6 Logo empresarial.....	80
<b>5.4 Estructura Organizacional</b>	
5.4.1 Organigrama estructural.....	81
5.4.2 Organigrama de personal.....	82
5.4.3 Manual de responsabilidades.....	83
5.4.4 Cadena de valor y procesos.....	90
5.4.5 Políticas.....	90

## **6 Capítulo VI: PLAN DE MERCADEO**

6.1 Introducción.....	92
6.2 Objetivos del Plan.....	92
6.3 Mercado Objetivo.....	92
6.3.1 Perfil del mercado.....	92
6.3.2 Estimación del tamaño de mercado.....	94
6.3.3 Determinación de la participación de mercado.....	95
6.3.4 Evaluación de la competencia.....	96
6.4 Estrategia de Mercadeo.....	101
6.5 Marketing Mix.....	102
6.5.1 Descripción del producto o servicio.....	102
6.5.2 Estrategias de distribución ( <i>Plaza</i> ).....	103
6.5.3 Estrategias de promoción y publicidad.....	104

6.5.4 Estrategias de precio .....	104
6.6 Evaluación del Plan.....	106

## **7 Capítulo VII: PLAN DE MANEJO AMBIENTAL, SOCIO-CULTURAL Y ECONÓMICO**

7.1 Buenas Prácticas para turismo sostenible en la implementación del proyecto .....	107
7.1.1 Ambiental.....	107
7.1.1.1 Agua .....	107
7.1.1.2 Energía .....	109
7.1.1.3 Áreas Naturales .....	110
7.1.1.4 Contaminación.....	111
7.1.1.4.1 Desechos sólidos .....	111
7.1.1.4.2 Aguas Residuales.....	112
7.1.1.5 Educación Ambiental .....	113
7.1.2 Sociocultural .....	114
7.1.2.1 Contribución al desarrollo local.....	115
7.1.2.2 Rescate y Protección del Patrimonio .....	116
7.1.2.2.1 Natural.....	116
7.1.2.2.2 Cultural .....	116
7.1.3 Económico .....	117
7.1.3.1 Calidad .....	117
7.1.3.2 Capacitación al personal.....	118
7.1.3.3 Diseño y construcción.....	119
7.2 Voluntariado.....	119
7.3 Granja orgánica.....	120
7.3.1 Sistema de compostaje.....	120
7.3.2 Generación de nutrientes naturales.....	120
7.4 Sistema de tratamiento de aguas grises y negras.....	121
7.5 Actividades Turísticas Recreacionales .....	122

## **8 Capítulo VIII: EVALUACIÓN FINANCIERA**

8.1 Aportaciones .....	123
8.2 Inversión inicial.....	124
8.3 Análisis de costos y gastos .....	125
8.4 Punto de equilibrio .....	125
8.5 Flujo de efectivo.....	126
8.6 Amortización de la deuda.....	129
8.7 Estado de resultados .....	131
8.8 Evaluación del proyecto .....	132
8.8.1 Valor actual neto .....	133
8.8.2 Tasa interna de retorno.....	133
8.9 Conclusión .....	133

## **9 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

9.1 Conclusiones.....	134
9.2 Recomendaciones .....	136

<b>BIBLIOGRAFÍA</b> .....	137
---------------------------	-----

<b>ANEXOS</b> .....	140
---------------------	-----

# INTRODUCCIÓN

El proyecto turístico desarrollado a continuación se ha trabajado estrictamente bajo principios de sostenibilidad, para realizar un turismo responsable.

El presente plan de tesis busca crear un establecimiento acorde al ambiente en donde se encuentra, que pueda vender paquetes turísticos de varios días de duración, tales como 3 días/ 2 noches, 4 días/ 3 noches, 5 días/ 4 noches y de 1 semana. La empresa a formarse toma el nombre de Jatun Yacu Eco Lodge, la que ofrecerá productos y servicios personalizados para turistas ecológicos, interesados en no dejar huella más que en sus corazones y no en el medio ambiente. El establecimiento está ubicado en la provincia de Napo, a pocos minutos de la capital del país de la canela, como lo es conocido Tena, específicamente en la zona de alto Napo, donde nace el Rio Jatun Yacu, desde las cabeceras del Llanganates.

Se pretende mostrar al mercado objetivo especialmente, el concepto, valores y principios que desarrolla el Eco Lodge, para desempeñar sus actividades en un entorno tan privilegiado, al encontrarse en las proximidades del Parque Nacional Llanganates, porque como lo mencionamos anteriormente, creemos que un verdadero turista no deja huellas o marcas por su paso, sino se deja marcas en su enriquecimiento personal y en sus experiencias. Todo proporcionado por Jatun Yacu Eco Lodge, donde la pasión por la vida se muestra.

En este plan de negocios se desarrollan 8 capítulos, en un inicio los aspectos generales concernientes a objetivos, marco teórico y metodología que se va a utilizar en la investigación, así mismo, el macro y micro-entorno que afectan a la empresa y la investigación de mercado, otro capítulo lo tenemos destinado especialmente para el manejo ambiental, socio-cultural y económico, en síntesis el manejo de prácticas para turismo sostenible. Mencionado lo anterior, se puede extraer datos e información necesaria para crear a la empresa como tal, productos y servicios, conformación del concepto de negocio y estrategias que nos llevarán al éxito de la implementación del proyecto.

## **Capítulo I: ANTECEDENTES**

### **1.1. Introducción**

#### **1.1.1. Reseña histórica**

##### **Datos Generales:**

La provincia de Napo, se encuentra en la región amazónica, su capital es la ciudad de Tena; los límites de la provincia son al norte la provincia de Sucumbíos, al sur la provincia de Pastaza, al este la provincia de Orellana y al oeste las provincias de Cotopaxi y Tungurahua

##### **Datos Informativos de la provincia:**

Napo tiene una superficie de 5.101 km<sup>2</sup>, temperatura media de 25° C, altitud de 518 m.s.n.m y su clima es cálido-húmedo.

##### **Datos Informativos de la ciudad:**

Tena es la cabecera cantonal y capital de la provincia del Napo. Aquí se concentra la administración provincial. Es una hermosa ciudad que en el centro de la población recibe las aguas del río Pano y Tena, es por eso que el cantón Tena se llama así en honor al río que cruza la ciudad del mismo nombre.

San Juan de los dos ríos de Tena, está conformada por 7 parroquias: Tena (urbana), Ahuano, Chonta Punta, Pano, Puerto Napo, Puerto Misahuallí y Talag.

Tena fue fundada por el español Capitán Gil Ramírez Dávalos, el 15 de noviembre de 1560. Se encuentra en el corazón de la amazonia, Prov. del Napo, a 186 km de Quito. Posee una superficie de 3.894 Km<sup>2</sup>; su población cantonal es de 51.640 habitantes, la urbana de 25.777 habitantes y la rural de 25.863 habitantes.



### 1.1.2. Estadísticas

Las presentes estadísticas proporcionadas por las entidades gubernamentales indican datos desde el año 2006 hasta el año 2010, donde se puede observar un crecimiento anual en el número de visitantes tanto nacionales como extranjeros a la ciudad de Tena.

**Tabla 1.1 Estadísticas Turísticas**

<b>AÑO</b>	<b>TURISTAS NACIONALES</b>	<b>TURISTAS EXTRANJEROS</b>	<b>TOTAL</b>
2006	37.714	4.659	42.373
2007	39.826	5.812	45.638
2008	48.121	4.849	52.970
2009	71.672	7.851	79.523
2010	86.011	19.897	105.908

**Fuente:** I. Municipio de Tena/ Afluencia Turística (2011)

### 1.1.3. Identificación de la oportunidad o la problemática

En función a la oportunidad de negocio que se ha encontrado al diseñar el producto turístico Jatun Yacu Eco Lodge, que consiste en la implementación de servicios de hospedaje, A&B y recreación, basado en el concepto de principios sostenibles y al ser una de las tendencias de mayor aceptación a nivel internacional por los turistas, existe una mayor conciencia y responsabilidad ambiental y social, a su vez, otro de los mayores beneficios es la localización del Eco Lodge; en la zona de alto Napo no existe ningún tipo de competencia, adicionalmente al no existir competidores, se generarán plazas de trabajo para los habitantes del lugar.

### 1.1.4. Descripción del producto

El diseño del producto turístico Jatun Yacu Eco Lodge, se localizará en la parroquia de Talag, dentro de la provincia de Napo, y se considera un punto clave debido a que se encuentra en las proximidades del Parque Nacional

Llanganates, permitiendo ser un punto estratégico para el desarrollo óptimo del producto turístico.

El Eco Logde estará ubicado al sur occidente de la ciudad de Tena, 15 minutos por una vía asfaltada, y 20 minutos por una vía de tercer orden, dentro de regiones andinas y amazónicas.

Se proveerá 8 cabañas de construcción mixta, madera, paja toquilla, guadua y chonta, distribuidas dentro de 3 hectáreas rodeado de un entorno natural, las cabañas brindan la mejor comodidad, servicios y detalles dentro de cada habitación con un ambiente típico de la zona, destinada especialmente a turistas internacionales, cuyos intereses sean hospedarse en un lugar donde puedan compartir con flora y fauna de la zona, siendo este un sector totalmente privilegiado, por encontrarse en las cercanías del Parque Nacional Llanganates.

El trabajo que pretende llevar a cabo este proyecto, contiene varios servicios, como hospedaje, alimentación, e implementación de un programa de voluntariado que a través de su página web permita recibir gente joven, interesada en apoyar el trabajo ecológico.

El Lodge se caracteriza por ser un lugar totalmente ecológico, se aplicarán prácticas de turismo sostenible, basado en la Guía de “Buenas Prácticas de Turismo Sostenible”, con programas de tratamientos de aguas, como **pantanos artificiales secos** (sistema de tratamiento de aguas en base a plantas y biopelículas, en material granular de diferentes diámetros y plantas que permiten la degradación de aguas grises y negras).

Se contará además, con un sistema de manejo de desecho, la basura inorgánica se clasificará para reciclaje y entrega al Municipio de la ciudad de Tena, con la basura orgánica se realizará un **sistema de compostaje** (cajas de madera llamadas biopilas, que contienen tierra, lombrices, y la basura

orgánica) del que se obtiene humus o abono orgánico, que será utilizado dentro de la granja, para cultivar algunos alimentos que serán de consumo interno del Lodge.

Adicionalmente, el Lodge implementará un **sistema de generación de nutrientes naturales**, (adecuar debajo de las cajas biopilas, un drenaje que permitirá recolectar los lixiviados, líquido que se drena del humus, los cuales serán utilizados para irrigar a las plantas y dotar de los nutrientes especiales que ellas necesitan, sin llegar a utilizar fertilizantes artificiales).

## **1.2. Objetivos**

### **1.2.1. Objetivo general**

Diseñar un producto turístico, para la implementación de un Eco Lodge en la región amazónica, provincia de Napo, basado en prácticas de turismo sostenible, donde exista un equilibrio y responsabilidad en cuanto a los temas socio-culturales, ambientales y económicos.

### **1.2.2. Objetivos específicos**

- Efectuar un análisis profundo del destino en general, con atractivos naturales, culturales, gastronómicos, etc. y realizar una evaluación para la implementación del proyecto Jatun Yacu Eco Lodge, como destino sostenible.
- Realizar el diagnóstico Situacional del Eco Lodge para determinar cómo se encuentra la industria turística-hotelera en la zona a desarrollarse el proyecto.
- Reconocer la oportunidad de negocio en la zona de Alto Napo e identificar el mercado objetivo.
- Aplicación de principios sostenibles en el Proyecto Jatun Yacu Eco Lodge.

- Establecer estrategias de marketing mix, para introducir el nuevo producto en el mercado turístico amazónico.

### **1.3. Marco Teórico**

#### **1.3.1. Aspectos teóricos**

##### **¿Qué es un Eco Lodge?**

Según la primera edición (2005) *Design and Operating and Ecolodge* de Lao National Tourism Administration, “un hotel ecológico es un hotel pequeño o casa de huéspedes que incorpora arquitectura local, características naturales y culturales, promueve la conservación del medio ambiente, y produce beneficios sociales y económicos para las comunidades locales.”

A partir de esta definición y de otros principios de manejo sostenible mencionados en capítulos posteriores, se puede mencionar que el proyecto Jatun Yacu Eco Lodge, será la creación de un proyecto compuesto de cabañas ecológicas, complementada con otros procesos amigables con el medio ambiente.

##### **¿Qué es turismo sostenible?**

Como dice Mónica Pérez de las Herreras (2004) en el *Manual de Turismo Sostenible*, capítulo I, “Turismo sostenible es aquel que pretende satisfacer las necesidades de los turistas así como de los destinos turísticos protegiendo e incrementando las oportunidades del futuro.”

Es decir, gestionar los recursos de manera que las necesidades económicas, sociales y estéticas puedan ser satisfechas mientras se mantiene la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas de vida.

## 1.4. Normativa Legal

### 1.4.1. Leyes, reglamentos y normas

#### LEY DE TURISMO

En el **Capítulo II**, sobre las Actividades Turísticas y de quienes las ejercen.

Se señala que se considera actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de actividades como: alojamiento, A&B, transportación de turismo, agencias de viajes, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones; y, casinos, salas de juego (bingo-mecánicos) .

En el **capítulo VI**, de la Ley de Turismo del MinTur, sobre Areas Turísticas Protegidas. Señala:

“**Art. 20.-** Menciona que será de competencia de los Ministerios de Turismo y del Ambiente, coordinar el ejercicio de las actividades turísticas en las áreas naturales protegidas; las regulaciones o limitaciones de uso por parte de los turistas.”

#### REGLAMENTO GENERAL DE ACTIVIDADES TURÍSTICAS

En el **Capítulo IV**, De los Guías Profesionales de Turismo.

Explica que son guías profesionales de turismo los profesionales debidamente formados en instituciones educativas reconocidas y legalmente facultadas para ello, que conducen y dirigen a uno o más turistas, nacionales o extranjeros.

Los guías profesionales de turismo, para ejercer sus actividades, deberán contar con la correspondiente licencia de ejercicio profesional, otorgada por el Ministerio de Turismo. Y es obligación de toda empresa turística, contratar guías profesionales que cuenten con dicha licencia.

## **Título V, Del Ecoturismo y la Sostenibilidad**

**“Art. 156.-** Ecoturismo.- Se considera ecoturismo a la modalidad turística ejercida por personas naturales, jurídicas o comunidades legalmente reconocidas, previamente calificadas para tal efecto, a través de una serie determinada de actividades turísticas, en áreas naturales, que correspondan o no al Sistema Nacional de Areas Protegidas, con el objeto de conocer la cultura de las comunidades locales afincadas en ellas y la historia natural del ambiente que las rodea. Dichas actividades se ejercerán con las precauciones necesarias para no alterar la integridad de los ecosistemas ni la cultura local y deberán generar oportunidades económicas que permiten la conservación de dichas áreas y el desarrollo de las comunidades locales, a través de un compromiso compartido entre las comunidades, las personas naturales o jurídicas privadas involucradas, los visitantes y el Estado.

**Art. 168.-** Categoría especial.- El Ministerio de Turismo establecerá la categoría adicional especial de "Empresa de Ecoturismo" dentro de sus normativas reglamentarias para la clasificación de establecimientos.

Se llama empresa de ecoturismo a la persona natural, jurídica o comunidad legalmente reconocida que desarrolle actividades de ecoturismo, reconocida como tal por las autoridades correspondientes.

Esta categoría especial se determinará sobre la base de un proceso de certificación de sostenibilidad voluntaria a la que las personas naturales, jurídicas y comunidades legalmente reconocidas dedicadas al ecoturismo, pueden optar. Esta certificación avalará sus acciones.

**Art. 169.-** Procedimiento para obtener la categoría especial.- Las empresas dedicadas a ejercer actividades vinculadas con el ecoturismo podrán acceder a la categoría especial de Empresa de Ecoturismo"

Quienes deseen obtener dicha categoría, solicitarán la certificación de sostenibilidad al momento de obtener su registro o actualizarlo, en el caso de establecimientos nuevos o existentes, respectivamente.” (Ministerio de Turismo, 2010, Reglamento General de Actividades Turísticas).

La certificación de sostenibilidad es un mecanismo de evaluación de empresas turísticas en el territorio nacional, diseñada como un marco que asegure que las actividades de turismo sostenible cumplan normas ambientales, sociales y económicas respecto al manejo de los recursos naturales y culturales y de los respectivos impactos.

Esta certificación de sostenibilidad voluntaria, implica un reconocimiento al manejo desplegado por las empresas en lo relativo a la conservación de la biodiversidad y prevención y control de la contaminación ambiental.

#### **1.4.2. Permisos y licencias**

### **LEY DE TURISMO**

Dentro de permisos y licencias tenemos: el registro de turismo, licencia anual de funcionamiento y una licencia ambiental, que certifiquen la idoneidad del servicio que se ofrece.

El Registro de Turismo consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos, sea persona natural o jurídica, previo al inicio de actividades y por una sola vez en el Ministerio de Turismo, cumpliendo con los requisitos que establece el Reglamento de esta Ley.

Así mismo, la Ley de turismo señala que el Ministerio de Turismo le transfiere facultades a los municipios y consejos sectoriales, quienes concederán a los establecimientos turísticos la Licencia Única Anual de Funcionamiento.

“Que les permitirá:

- a. Acceder a los beneficios tributarios que contempla esta Ley;
  - b. Dar publicidad a su categoría;
  - c. Que la información o publicidad oficial se refiera a esa categoría cuando haga mención de ese empresario instalación o establecimiento;
  - d. Que las anotaciones del Libro de Reclamaciones, autenticadas por un Notario puedan ser usadas por el empresario, como prueba a su favor; a falta de otra; y,
  - e. No tener, que sujetarse a la obtención de otro tipo de Licencias de Funcionamiento, salvo en el caso de las Licencias Ambientales, que por disposición de la ley de la materia deban ser solicitadas y emitidas.”
- (Ministerio de Turismo, 2010, Ley de Turismo).

## **REGLAMENTO GENERAL DE ACTIVIDADES TURÍSTICAS**

**Título IV**, De la obligación de registro y de la obtención de Licencia Anual de Funcionamiento.

“**Art. 142.-** Solicitud de registro.- Las personas naturales o jurídicas para registrarse y clasificarse en el Ministerio de Turismo, deberán presentar la correspondiente solicitud, en el formulario entregado por la Corporación, acompañada de los siguientes documentos:

- a) Copia, certificada de la escritura pública de constitución de la compañía
- b) Nombramiento del representante legal
- c) Certificado del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual de no encontrarse registrada la razón o denominación social o nombre comercial motivo de la solicitud; y,
- d) Registro Unico de Contribuyentes o cédula de ciudadanía o de identidad, según sea la persona natural ecuatoriana o extranjera solicitante.



Una, vez recibida la solicitud, el departamento correspondiente verificará si ésta ha sido presentada en debida forma y dispondrá la visita de inspección previa a la clasificación.

**Art. 147.-** Pago por una sola vez.- El valor por concepto de certificado de registro será pagado por una sola vez, siempre que se mantenga el tipo y la actividad principal.” (Ministerio de Turismo, 2010, LUAF)

En cuanto a la **Licencia Ambiental**, que provee la Subsecretaria de calidad ambiental del **Ministerio del Ambiente**, menciona que:

“Es la autorización que otorga la autoridad competente a una persona natural o jurídica, para la ejecución de un proyecto, obra o actividad que pueda causar impacto ambiental. En ella se establecen los requisitos, obligaciones y condiciones que el proponente de un proyecto debe cumplir para prevenir, mitigar o remediar los efectos indeseables que el proyecto autorizado pueda causar en el ambiente.” (Subsecretaria de Calidad Ambiental, 2010, Licencia Ambiental).

En resumen del procedimiento para obtener dicha licencia, se indica que el proponente debe solicitar al Ministro del Ambiente, la aprobación de los Términos de Referencia (TdR) para la elaboración del Estudio de Impacto Ambiental y Plan de Manejo Ambiental para proyectos nuevos, los cuales tendrán que ser presentados para su evaluación y aprobación, posteriormente si se aprueba los **TdR**, la Subsecretaría de Calidad Ambiental del Ministerio del Ambiente inscribirá **la Licencia Ambiental** en el Registro de Licencias Ambientales y notificará y entregará al Proponente el original de la Licencia Ambiental emitida por el Ministro del Ambiente, que rige desde la fecha de la Resolución Ministerial, la cual contiene todas las obligaciones y responsabilidades que el Proponente asume en materia ambiental por el tiempo de vigencia de la Licencia.

## **CAPITULO II: ANÁLISIS Y EVALUACIÓN DE UN DESTINO TURÍSTICO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN PROYECTO SOSTENIBLE DE DESARROLLO**

### **2.1. Información General San Juan de los dos Ríos de Tena**

<b>Tena:</b>	Fundada por el español Capitán Gil Ramírez Dávalos, el 15 de noviembre de 1560.
<b>Ubicación:</b>	Se encuentra en el corazón de la amazonia, Prov. del Napo, a 186 km de Quito.
<b>Superficie:</b>	3.894 Km <sup>2</sup>
<b>Población Cantonal:</b>	51.640 habitantes
<b>Urbana:</b>	25.777 habitantes
<b>Rural:</b>	25.863 habitantes

### **2.2. Niveles Socio - Económicos de la Población**

Tena tiene 51.640 habitantes, 15.661 personas viven en la zona urbana y 35.979 en el área rural. El 32% de la población económicamente activa se dedica a las actividades agrícolas y pecuarias. La prestación de servicios en calidad de funcionarios, empleados públicos, de la pequeña industria y manufactura siguen en importancia.

Se concentra en la ciudad de Tena la administración pública provincial, existe buena actividad económica que repercute en la instalación de diferentes tipos de comercio como tiendas, almacenes, comedores, hoteles, cooperativas de taxis, camionetas, farmacias, etc.

Otro centro económico importante es Misahuallí, allí converge el turismo Nacional e Internacional.

### **2.3. Agencias Gubernamentales y no Gubernamentales que trabajan en la región**

En el cantón Tena funcionan las siguientes entidades públicas, privadas o mixtas que regulan, controla o forman parte de la actividad turística.

- Ministerio de Turismo: como ente rector de la actividad turística a nivel nacional.
- Municipio de Tena: Municipio descentralizado en las competencias de turismo desde el 2003.
- Cámara de turismo provincial: que es el gremio que agrupa a todas las actividades que realizan turismo en Napo “CATUNA”.
- Mesa de Turismo de la reserva de biosfera Sumaco: que articula e involucra a todas las entidades gubernamentales, la empresa privada, y a todas aquellas instituciones que tienen relación directa e indirecta con la actividad turística.
- La Asociación de Guías Nativos de Tena: que vela por la integridad el bienestar de todos los guías nativos del cantón.
- Club de aguas rápidas de Napo.
- RICANCIE, Red de turismo comunitario de la provincia de Napo.

### **2.4. Localización y Datos Relevantes**

**Nombre del área o comunidad seleccionada:** Talag

**Población estimada (número de habitantes):** Rural:25.863 habitantes.

**Nombre de la ciudad más grande en un radio de 15 kilómetros:** Pano

**Población estimada (número de habitantes):** Rural:25.863 habitantes.

**Nombre de la ciudad más grande en un radio de 80 kilómetros (aproximadamente una hora de manejo):** Tena

**Población estimada (número de habitantes):** Urbana:25.777 habitantes.

## **2.5. Forma presentación de la comunidad**

### **2.5.1. Toponimia**

**Talag.-** Se conformó como parroquia a partir de un centro misional católico. Su población también es mayoritariamente kichwa. Desde aquí se puede llegar hasta el Jatun yacu, río que con el Anzu forma el Napo. El Jatun yacu y sus afluentes son ideales para deportes de riesgo. Algunos como el Wayusa yacu forman verdaderas piscinas naturales.

### **2.5.2. Actividad económica**

Principalmente la agricultura y turismo comunitario.

## **2.6. Estudio participativo de los parámetros de análisis y evaluación del destino turístico**

### **2.6.1. Oferta turística**

#### **2.6.1.1. COMPONENTE NATURAL**

##### **2.6.1.1.1. Análisis de Atractivos Acuáticos**

**Ríos, Arroyos:** Río Jatun yacu

**Lagos, Lagunas:** Balneario Waysa yacu (piscinas naturales)

**Cascadas, Cataratas, Saltos:** Cascadas de Rio Blanco, Rimak Pacha, Alukus, Yutzupino Alto, Achiyacu y Pimpilala, con caídas de agua desde 11 metros hasta 90 metros de altura.

**Atractivos turísticos importantes para el visitante:**

Río Jatun Yacu, Balneario Waysa Yacu y cascada Pimpilala.

### 2.6.1.1.1. Forma Acuáticos Natural

#### ♦ Datos Atractivo (Fotografía Digital)

Rio Jatun yacu (Alto Napo): Ubicado en la provincia de Napo, en la zona de amortiguamiento del Parque Nacional Llanganates.

**Imagen 2.1 Rio Jatun yacu**



**Fuente:** Archivo personal: Karla Chacón/2010

**Imagen 2.2 Balneario Waysa yacu**



**Fuente:** Archivo personal: Karla Chacón/2010

Cascada Pimpilala, ubicada en la zona de amortiguamiento del P.N. Llanganates.

**Imagen 2.3 Cascada Pimpilala**



**Fuente:** I. Municipio de Tena/2010

#### **2.6.1.1.1.2. Toponimia de atractivos**

##### **De origen de Lengua kichwa:**

Jatun Yacu: Rio Grande

Waysa yacu: Piscinas de aguas cristalinas

##### **Origen:**

Provenientes de las cabeceras del Parque Nacional Llanganates

##### **Calidad del agua, color, temperatura**

Aguas de origen natural y cristalino, sin contaminación alguna.

##### **Ecosistema**

Se asienta dentro del Parque Nacional Los Llanganates en la región del Alto Napo, a una altitud de 460 metros. El ecosistema predominante es de bosque

primario amazónico, no intervenido por el hombre. El clima es cálido y húmedo, la temperatura promedio es de 28°C durante el día y 18°C en la noche.

### **Descripción del paisaje**

La zona está habitada mayoritariamente por los kichwas. La oferta turística hace hincapié en los ríos, cascadas, selva primaria y manifestaciones culturales. Por ejemplo el río Jatun yacu, permite practicar el rafting y el kayak para los amantes a los deportes extremos.

### **Actividades varias**

- Rafting y kayak en el Río Jatun yacu (**CLASE III**)

La parte alta del Río Napo, conocido localmente como el Río Jatunyacu, palabra Kichwa que significa Río Grande. Y grande quizás sea la mejor forma de definir a este río por sus “Grandes olas” y por la “gran diversión” que nos brinda. Este majestuoso río, posee todas las cualidades necesarias para un tour inolvidable.

Recorrido: 25 kilómetros / 1 día completo

Temporada: Todo el año

- Visita al Balneario Waysa Yacu
- Visita a las cascadas de Río Blanco, Rimak Pacha, Alukus, Yutzupino Alto, Achiyacu y Pimpilala.

#### **2.6.1.1.2. Análisis de atractivos terrestres**

### **Bosques**

Parque Nacional Llanganates

### **Atractivos turísticos importantes para el visitante:**

Parque Nacional Llanganates

### 2.6.1.1.2.1. Forma Terrestres Natural

#### ♦ Datos Atractivo (Fotografía Digital)

Entrada al Parque Nacional Llanganates (por la región amazónica). Vista del río Jatun Yacu.

**Imagen 2.4. Vista del río Jatun Yacu.**



**Fuente:** Archivo personal: Karla Chacón/ 2010

### 2.6.1.1.2.2. Toponimia de atractivos

El nombre Llanganates proviene de la voz quichua llanganatió cerro hermoso; sus antiguos habitantes bautizaron así a la zona, quizá asombrados por la sublime apariencia de sus cumbres cuando son iluminadas por el sol de la tarde.

Superficie

219.707 ha - 542.889 acres



Rango altitudinal

1.200 - 4.571 msnm

3.936 - 14.993 pies

### **Características intrínsecas**

Esta Reserva natural es un maravilloso refugio de vida silvestre, además de ser depósito de agua, banco genético y concentración de biodiversidad.

Por su difícil acceso, preserva casi intactas su flora y fauna. Hasta hace poco solo atraía a aventureros arriesgados que buscaban el tesoro de Atahualpa, pero hoy en día los visitantes son científicos que buscan estudiar sus plantas y aves. *Desconocidos* y *misteriosos*, son las dos palabras que mejor describen esta zona.

### **Descripción del paisaje**

Su superficie cuenta con vegetación arbustiva, bosques húmedos montanos y varias especies de poáceas y asteráceas acompañadas de árboles como el aliso, el canelo, el motilón, el pumamaqui, el arrayán y el cedro.

La Cordillera de Llanganates estará para siempre ligada al recuerdo del General Rumiñahui y su defensa heroica de los tesoros del Reino de Quito.

Esta cordillera legendaria, que dio nombre al Parque, encierra una de las vías de comunicación y comercio más antiguas y estratégicas que ha existido entre las hoyas interandinas y la Amazonía; evidencia arqueológica muestra que el abra del Pastaza, constituyó un camino de tránsito cultural entre los pueblos asentados en el área de influencia del Parque.

### **Actividades varias**

En el Parque Nacional Llanganates se puede realizar caminatas, cabalgatas, camping, pesca deportiva y observación de aves.

### **2.6.1.1.3. Análisis de atractivos de Flora y Fauna (Naturales)**

#### **2.6.1.1.3.1. Fauna endémica del área:**

Este parque alberga aproximadamente el 12% de las aves existentes en la parte continental del país; en los páramos y bosques altos andinos se han identificado el 47.8% de las especies de mamíferos presentes en la zona norte del Ecuador.

La fauna representativa del parque son el oso de anteojos, venado, cervicabra, mono machin, tapir, jaguar, puma, puerco espín, guanta y oso hormiguero; especies de aves como pato, gaviota andina, ciriquingue, cóndor, pilco real o pollito y los colibríes, real, bunga y pico espada.

**Fauna en peligro de extinción:** Cóndor, oso de anteojos

#### **2.6.1.1.3.2. Flora endémica del área:**

El parque contiene una de las riquezas florísticas más importantes y desconocidas de la región Andina. En su mayoría está conformado por vegetación continua e inalterada y por un mosaico de restos boscosos importantes.

Plantas Nativas: Las especies vegetales más comunes son el pumamaqui, arrayán, espadaña, yagual, palma de ramos, licopodio, gencianas, achupalla, pajonales, cedro, chuncho, ceibo, garango, caoba, chontaduro, tagua, olivo, varios tipos de orquídeas, bromelias, anturios, frailejón y heliconias.

**Flora en peligro de extinción:** Pajonales, bromelias, arrayá, pumamaqui.

**Áreas protegidas:** Parque Nacional Llanganates

### 2.6.1.1.3.2.1. Forma Flora y Fauna

#### ♦ Datos Atractivo (Fotografía Digital)

Heliconia, flora endémica de la zona, de variedad de colores.

**Imagen 2.5 Heliconia**



**Fuente:** Captur Napo/2009

Chontaduro, es una palmera que se encuentra en toda la selva amazónica, llega a medir hasta 20m de alto, se aprovecha su fruto que es comestible, su madera y el cogollo interno que se cosecha para extraer el palmito.

**Imagen 2.6 Chontaduro**



**Fuente:** Imágenes Google, Amazonía por la vida/2009

El capibara es el roedor más grande del mundo. Su cuerpo es ancho y macizo. Cuello corto y cabeza prolongada, alta y ancha. Es herbívora, se alimentan principalmente de hierbas que crecen en el agua o en sus cercanías.

**Imagen 2.7 Capibara**



**Fuente:** Imágenes Google, Amazonia por la vida/2008

El oso de anteojos es una especie propia y única de los Andes y Sudamérica. En el Ecuador se estima que su población es apenas de 2018 individuos. El nombre de esta especie viene de las manchas blancas que generalmente tiene alrededor de sus ojos, mientras que el resto de su espeso pelaje es muy negro.

**Imagen 2.8 Oso de anteojos**



**Fuente:** Imágenes Google, Oso de anteojos en peligro/2009

### 2.6.1.1.3.3. Diagnóstico del Componente Natural

Del análisis de los atractivos naturales se respondió las siguientes preguntas:

1. La cantidad de atractivos naturales del área se podría resumir en:

Pocos          Algunos          Muchos **X**

2. La variedad de los atractivos naturales del área se podría resumir en:

Escasa          Regular          Abundante **X**

3. Cuál es el nivel de difusión de la existencia de estos atractivos:

Local          Regional **X**          Nacional

4. El acceso a estos atractivos en general es:

Pobre          Buena **X**          Excelente

Con estas valoraciones poner una “X” donde se considere sea la evaluación del componente natural del área (A)

(Deficiente)

(Excelente)

0 -----X----- 10

### 2.6.1.2. COMPONENTE CULTURAL

#### 2.6.1.2.1. Análisis de atractivos construidos o realizados por el hombre

**Sitios históricos:** Parque Nacional Llanganates

**Museos (pub/priv):** Museo de la Comunidad de Serena (Ubicado a 23 km de la ciudad de Tena, recoge el esfuerzo de muchas familias por consolidar su razón como Nacionalidad Indígena.

**Sitios arqueológicos:** Petroglifo Puma Rumi (Conjunto de 11 figuras en las que sobresalen signos parecidos a una balanza, serpientes y pequeños muñecos).

**Mundo Shamanico:** En comunidades aledañas comunidades como: Talag, Serena y Pano

**Artesanías:** Están elaboradas con diferentes materiales como chonta, pita, guadúa, chambira, semillas, huesos, balsa..., todas de altísima calidad. La comunidad de Shandía, parroquia Tálag, sobresale por su artesanía en cuyas (pilche); en Acllas, vía Tena - Muyuna se trabaja en cerámica. Trajes típicos se confeccionan en Atahualpa, San Antonio, Paushiyacu y Chambira. En Tena se puede encontrar artesanía en Pusuno Adventure, Tawa shock, Arutam o en el Terminal Terrestre.

**Centros de rehabilitación animal:** Existen sitios dignos de visitarse donde se rehabilitan los animales capturados para regresarlos a su hábitat natural. YanaLogde en la vía a Ahuano y Sinchi Runa en la zona de Arajuno, El Arca en Cotundo, etc.

**Jardines Botánicos:** Sin lugar a dudas constituyen un atractivo turístico de primer orden. Nos permitimos recomendar: Esperanza Verde en la Y de Misahuallí, Capirona, Ríos Blanco, Ishpingo y la estación biológica de Jatun Sacha.

**Turismo comunitario:** Las comunidades indígenas tienen su propia red de turismo comunitario. Cabañas de arquitectura quichua, guías nativos, ritos shamánicos ancestrales, comida típica, plantas medicinales, música y danza, leyendas y tradiciones son parte de esta singular oferta. Sitios obligados de visitar son las instalaciones comunitarias de Napus Treck, Capirona, Cuyaloma, Machakuy yaku, Chubaurco, Galeras, Wasila, Runa wasi, Río Blanco.

### **Atractivos turísticos importantes para el visitante:**

Museo de la comunidad de Serena, comunidades Kichwa como Sinchipura, Parque Nacional Llanganates.

#### **2.6.1.2.1.1. Formas Culturales**

##### **♦ Datos Atractivo (Fotografía Digital)**

Rituales Shamánicos, realizados por las culturas indígenas amazónicas.

**Imagen 2.9 Rituales Shamánicos**



**Fuente:** Captur Napo/2009

### **KICHWAS DEL NAPO**

Los Kichwas del Napo se asientan en las provincias de Napo, Orellana y Sucumbíos, así como en territorio peruano y colombiano. En el margen izquierdo del río Napo limitan con territorio de la nacionalidad Huaorani.

Ancestralmente estuvieron organizados en "ayllus", que son grupos residenciales basado en el parentesco; en Napo se los denominaba también "*muntum*". Por lo general, cada grupo local de parentesco tenía un "*yachag*" como autoridad política y ritual.

La economía de las familias Kichwa es diversa. Las principales actividades económicas y de subsistencia tradicional se basan en la agricultura itinerante

de roza y quema en las purinas o huertas de la selva; en la caza, la pesca, la recolección, y el intercambio de productos y artesanía. Últimamente han incorporado como nuevas actividades la ganadería y el ecoturismo, las mismas que están provocando alteraciones profundas tanto en el ecosistema como en los contenidos de su cultura.

Los productos agrícolas más importantes son: para el autoconsumo y mercado provincial, el plátano y la yuca; para el autoconsumo y mercado provincial y nacional, el maíz, naranjilla, palmito, algodón, café y el cacao.

La caza es una de las actividades productivas más características de esta nacionalidad; su realización está regulada por los contenidos de su cosmovisión que es determinante en la relación del hombre (Runa) con la selva (Sacha); así, el "Sacha Runa" u hombre de la selva que va de cacería, está sujeto a una serie de restricciones, prohibiciones y ritualidades, cuyo cumplimiento garantiza la efectividad de la caza.

### **Idioma**

El idioma es el Runa Shimi o lengua de la gente; presenta diferencias dialectales, con características propias y diferentes del Kichwa serrano del cual es posiblemente originario. Su segunda lengua es el castellano, empleado para la relación con la sociedad blanco-mestiza.

### **Áreas naturales protegidas y territorios**

Dentro del territorio de los Kichwa de la Amazonía, el Estado declaró varios parques y reservas naturales. De ahí que existen comunidades cuyos territorios se encuentran al interior del Parque Nacional Sumaco- Napo Galeras, Parque Nacional Yasuní, la Reserva Ecológica Cayambe-Coca, la Reserva Faunística Cuyabeno y la Reserva Biológica Limoncocha. También las zonas de



influencia de estas áreas protegidas corresponden a espacios territoriales de las comunidades Kichwa, tal es el caso del Parque Nacional Llanganates.

#### 2.6.1.2.1.2. Diagnóstico del Componente Cultural

**Del análisis de los atractivos culturales se respondió las siguientes preguntas:**

**1. La cantidad de atractivos culturales del área se podría resumir en:**

Pocos                      Algunos **X**                      Muchos

**2. La rareza o exclusividad de atractivos culturales del área se podría resumir en:**

Escasa                      Algunos **X**                      Abundantes

**3. Cuál es el nivel de difusión de la existencia de estos atractivos:**

Local                      Regional **X**                      Nacional

**4. Las condiciones del sitio donde se encuentran estos atractivos es:**

Pobre                      Buena **X**                      Excelente

**Con estas valoraciones poner una “X” donde se considere sea la evaluación del componente cultural del área (B)**

**(Deficiente)**

**(Excelente)**

0 -----X----- 10

### 2.6.1.3. COMPONENTE GASTRONOMICO

#### 2.6.1.3.1. Análisis de los componentes gastronómicos

**Comidas Típicas/Tradicionales:** Maito de tilapia, carne ahumada, muchines de yuca, caldo de carachama, chontacuros asados, ceviche de palmito, mazamorra de guatusa o sajino, caldo de bocachico, maito de carachama, ensalada de yuyo.

**Condimentos exclusivos:** Perejil silvestre

**Recetas originales:** Maito de tilapia

**Bebidas especiales/Dulces tradicionales:** Chicha de yuca, chicha de chonta, chucula de plátano, agua de guayusa.

**Otros:** Cacao del monte asado, chonta cocinada, variedad de frutas típicas de la zona

**Atractivos turísticos importantes para el visitante:**

Maito de tilapia, chicha de chonta, agua de guayusa.

##### 2.6.1.3.1.1. Forma Gastronómica

###### ♦ Datos Atractivo (Fotografía Digital)

Maito de tilapia, plato original de la región amazónica, cuyo ingrediente principal es la yuca y el pescado.

**Imagen 2.10 Maito de tilapia**

**Fuente:** Archivo personal: Karla Chacón/2009

Carne ahumada de lagarto, ingrediente principal en el estofado de lagarto de las culturas indígenas amazónicas. Parte de la cacería normal y semanal de estas culturas.

**Imagen 2.11 Carne ahumada**

**Fuente:** Archivo personal: Karla Chacón/2009

### Imagen 2.12 Estofado de Lagarto y caldo de carachama



**Fuente:** Archivo personal: Karla Chacón/2009

#### 2.6.1.3.1.1. Recetas y elaboración

##### La gastronomía más exótica del país

La comida de Tena se caracteriza por la gran variedad culinaria nativa, cuyos principales platos se preparan a base de yuca y guineo, además de vegetales producidos en la misma región.

Uno de los platos más llamativos, para los que desean probar de todo, es la carne de uno de los roedores más grandes del mundo, la guanta, así como la sopa de tortuga, o el exótico chontacuro, un gusano de la palmera chonta. Todos estos particulares platos forman parte de la comida típica del oriente ecuatoriano.

#### 2.6.1.3.1.2. Diagnóstico del componente gastronómico

##### 1. Cuál es el nivel de difusión de la existencia de la gastronomía local:

Local

Regional

Nacional **X**

**2. Cómo calificaría la variedad de platos, bebidas y dulces:**

Pobre Buena **X** Excelente

**3. La originalidad de los platos tradicionales y típicos la evaluaría como:**

Pobre Buena Excelente **X**

Con estas valoraciones poner una “X” donde se considere sea la evaluación del componente gastronómico del área (C)

(Deficiente)

(Excelente)

0 -----X----- 10

**2.6.1.4. FESTIVIDADES Y EVENTOS****2.6.1.4.1. Análisis de festividades y eventos**

<b>12 de febrero</b>	Descubrimiento del Río Amazonas y Fiestas de la Provincia de Napo
<b>21 de abril</b>	Fiestas de la Chonta, fundación y cantonización de Archidona.
<b>15 de noviembre</b>	Fiestas de Fundación de Tena
<b>Enero</b>	Festival Río Napo, una celebración de la cuenca del Río Napo y su importancia para todos.
<b>Febrero</b>	Carnaval Playero Pto. Misahuallí. Carnaval Cultural en Archidona.
<b>Abril</b>	Fiesta de la Chonta en Archidona.
<b>Agosto</b>	Caravanas culturales por el mes de las artes.

**Septiembre** Mes del turismo.

- **Análisis de festividades y eventos (en número)**

Según el siguiente calendario se indica cuantos se dan en cada mes:

Mes	Número	Mes	Número	Mes	Número	Mes	Número
Ene	1	Abril	1	Julio	0	Octubre	0
Feb	2	Mayo	0	Agosto	1	Noviemb.	1
Mar	0	Junio	0	Septiemb.	1	Diciembre	0

**Atractivos turísticos importantes para el visitante:**

12 de Febrero (fiestas de la provincia), 21 de Abril (fiesta de la chonta), 15 de noviembre (fiestas de la ciudad de Tena).

**2.6.1.4.1.1. Forma festividades y eventos**

- ♦ **Datos Atractivo (Fotografía Digital)**

**Imagen 2.13 Festival Rio Napo,  
mes de febrero.**



**Fuente:** Captur Napo/ 2008

**Imagen 2.14 Danza típica  
por la fiesta de la Chonta**



**Fuente:** I. Municipio de Tena/ 2007

#### **2.6.1.4.1.2. Diagnóstico de Festividades y Eventos**

##### **1.Cuál es el nivel de difusión de la existencia de estos eventos**

Local                      Regional                      Nacional **X**

##### **2. El número de festivales y eventos en el área lo calificaría como**

Pobre                      Bueno **X**                      Excelente

**Con estas valoraciones poner una “X” donde se considere sea la evaluación del componente de festivales y eventos del área (D)**

**(Deficiente)**

**(Excelente)**

**0 -----X----- 10**

## 2.6.1.5. ACTIVIDADES RECREACIONALES

### 2.6.1.5.1. Análisis de actividades recreacionales

#### Actividades recreacionales

**Observación de aves:** Parque Nacional Llanganates, Serena, Huasila Talag

#### **Rafting:**

- Río Alto Napo (CLASE III)
- Río Anzu (CLASE II).
- Río Misahuallí alto y bajo, el alto Misahuallí es un río de clase VI, y el bajo Misahuallí es de clase VI+ V, sus rápidos hacen de este río de mucha adrenalina.
- Río Quijos (más de 50km, clase IV+)
- Otros ríos que se recorren para hacer kayaking son los ríos Papallacta (V), Cosanga (III-IV) and Oyacachi (IV)

**Senderismo:** P.N. Llanganates, Parque Amazónico (Tena)

**Otras:** Banana en Pto. Misahuallí, Paseos en canoa

#### 2.6.1.5.1.1. Forma recreación

- ♦ **Datos Atractivo (Fotografía Digital)**

**Imagen 2.15 Rafting en el río Jatun Yacu**



**Fuente:** Ríos Ecuador, Tena/2009



**Imagen 2.16 Banana en el río Misahuallí**



**Fuente:** I. Municipio de Tena/ 2010

#### **2.6.1.5.1.2. Diagnóstico de Actividades Recreacionales**

##### **1. Cuál es el nivel de difusión de la existencia de estas actividades**

Local **X**                      Regional                      Nacional

##### **2. El número de actividades en el área lo calificaría como**

Pobre                      Bueno**X**                      Excelente

**Con estas valoraciones poner una “X” donde se considere sea la evaluación del componente de actividades recreacionales del área (E)**

**(Deficiente)**

**(Excelente)**

0 -----X----- 10

#### **2.6.1.6. VIAS DE ACCESO**

##### **2.6.1.6.1. Análisis de infraestructura (Vías de acceso)**

###### **Vías de acceso (terrestre):**

Troncal Amazónica Quito- Tena

Vía asfaltada Tena- Talag, vía de tercer orden Talag- Serena

**Condiciones generales de vías de acceso terrestre al área:**

Congestionadas	Escénicas <b>X</b>	Seguras <b>X</b>
Buena señalización	Buen Mantenimiento	Paraderos

**Identificación de las vías que se recomendaría para llegar al área, por sus contenidos turísticos:**

Quito- Tena- Talagó Quito- Puyo- Tena- Talag.

**Otras vías de acceso (aérea):** Si.

**Nombre del aeropuerto más cercano:** Aeropuerto Nacional Myor. Galo de la Torre

**Nombre del puerto más cercano:** Puerto Napo, Puerto Misahuallí.

**Servicios de transportación dentro del área:**

Buses <b>X</b>	Taxis <b>X</b>	Renta de autos	Botes
Bicicletas	Caballos <b>X</b>	Otros	

**Recomendados para el desplazamiento de turistas con mayor facilidad en el área:** Caballos, bicicletas o taxis privados.

**2.6.1.6.1.1. Diagnóstico de Infraestructura****Evaluación de las vías de acceso del área (1=Deficiente, 2=Promedio, 3=Buenas, 4=Excelentes)**

Facilidades de acceso (carreteras, aeropuertos, estaciones, etc):	<b>2</b>
Mantenimiento de vías de acceso:	<b>2</b>
Servicios de transportación interna y externa:	<b>3</b>
Número y calidad de los paraderos:	<b>1</b>
Accesibilidad en general:	<b>3</b>

Con estas valoraciones poner una “X” donde se considere sea la evaluación del componente de las vías de acceso a su área (F)

(Deficiente)

(Excelente)

0 -----X----- 10

#### 2.6.1.6.1.2. Formas vías de acceso

- ♦ Datos Vías de Acceso (fotografías de soporte)

Imagen2.17 Vías de acceso a la ciudad de Tena



Fuente: Imágenes Google, Vía Tena/2006

Imagen 2.18 Troncal amazónica, vía Quito – Tena



Fuente: Imágenes Google, Troncal Amazónica/2011

**Distancia desde Quito - Tena:** 186 km

**Distancia desde el poblado más cercano:** 45 km (desde Tena)

**Tipo y estado de la vía:** 75% 2do orden, 25% 3er orden

**Señalización:** Buena

### **2.6.1.7. SEGURIDAD, SALUD, SERVICIOS BASICOS**

#### **2.6.1.7.1. Análisis de seguridad, salud, servicios básicos**

**Nombre de los hospitales y servicios de emergencia del área que pudieran atender a los turistas:**

Hospital José María Velasco Ibarra, Cruz Roja, Bomberos y Defensa Civil.

**Las condiciones de este servicio:**

Necesitan mejoras                      Adecuadas **X**                      Excelentes

**Las condiciones del servicio de agua potable en el área:**

Necesitan mejoras **X**                      Adecuadas                      Excelentes

**Las condiciones del servicio eléctrico del área:**

Necesitan mejoras **X**                      Adecuadas                      Excelentes

**Las condiciones de seguridad pública del área son:**

Necesitan mejoras **X**                      Adecuadas                      Excelentes

**El servicio de emergencias de incendios del área es:**

Necesitan mejoras **X**                      Adecuadas                      Excelentes

**Las condiciones de tratamiento de aguas y desperdicios del área so**

Necesitan mejoras **X**                      Adecuadas                      Excelentes

Con estas valoraciones poner una “X” donde se considere sea la evaluación del componente de salud, seguridad y otros del área (G)

(Deficiente) (Excelente)  
 0 -----X----- 10

#### 2.6.1.7.1.1. Forma seguridad, salud y servicios básicos

#### Datos Seguridad, Salud y Servicios Básicos

**Tipo de Servicio:** Policía Nacional, Bomberos, Cruz Roja, Defensa Civil, Hospital, Centros de Salud, Luz Eléctrica.

#### 2.6.1.8. SERVICIOS TURISTICOS (Primarios y secundarios)

##### 2.6.1.8.1. Análisis de los servicios turísticos

Número aproximado de prestadores de servicios de las siguientes categorías:

#### Primarios (Alojamiento, Alimentación, Operadores de turismo)

Hoteles	<b>2</b>	Hosterías	<b>4</b>	Hostales	<b>17</b>
Zonas de Camping	<b>3</b>	Cafeterías	<b>4</b>	Fuentes de soda	<b>3</b>
Restaurantes	<b>14</b>	Moteles	<b>2</b>	Guías locales	<b>13</b>
Cruceros	<b>0</b>	B&B	<b>20</b>		

### **Secundarios**

Casas de cambio	1	Mecánicas	12	Centros de información	4
Renta de equipos	4	Lavanderías	8	Bares, discotecas	13

#### **2.6.1.8.1.1. Forma de los servicios turísticos**

##### ♦ Datos Planta Turística (fotografías de soporte)

**Imagen 2.19 Publicidad de Hosteria Las Heliconias – Tena.**



**Fuente:** I.Municipio de Tena/2010

**Imagen 2.20 Yachana Lodge, Prov. de Napo, comunidad de Mondaña**



**Fuente:** Yachana Lodge/2010

**Servicio turístico primario y secundario Tena:**

	<b>Unidad</b>	<b>Plazas</b>
<b>Alojamiento</b>	1345	3289
<b>Alimentación</b>	1073	4299

**2.6.1.8.1.2. Diagnóstico de los servicios turísticos.**

**Del análisis de los servicios turísticos del área, se respondió:**

**La cantidad de servicios turísticos del área se podría resumir en:**

Pocos                      Algunos                      Muchos **X**

**La variedad de los servicios turísticos del área se podría resumir en:**

Escasa                      Regular**X**                      Abundante

**Cuál es el nivel de difusión de la existencia de estos servicios:**

Local                      Regional **X**                      Nacional/Internac.

**La calidad de estos servicios en términos globales es:**

Pobre Buena **X** Excelente

**La atención al turista en estos servicios en general es:**

Deficiente Buena **X** Excelente

**Con estas valoraciones poner una “X” donde se considere sea la evaluación del componente de servicios turísticos(H)**

(Deficiente)

(Excelente)

0 ----- **X** ----- 10

## **2.6.2. Comercialización y Promoción Turística**

### **2.6.2.1. Análisis de la promoción y comercialización**

**Qué tipo de material impreso se puede obtener sobre el área turística:**

Pamfletos Revistas **X** Libros Internet **X**

**Que tipos de medios se han utilizado para realizar campañas de comunicación:**

TV Radio Periódicos Internet **X**

**¿El área tiene centros de información? Si**

**La señalización del área indica donde encontrar los atractivos turísticos:**

Muy pocos lugares turísticos se encuentran con una señalética adecuada, y si en algunos lugares se la encuentra, los mismos están en deterioro y sin ningún tipo de mantenimiento. Sin embargo las entidades correspondientes trataron de cubrir en un 100% los atractivos principales.

**Cuales eventos periódicos atraen permanentemente visitantes:**

Fiestas de Noviembre y Fiestas de Carnaval.







### **2.6.3. Políticas e Instituciones administrativas**

#### **2.6.3.1. Políticas administrativas ambientales**

**Nombre de áreas naturales en ó cerca del área (bosques, montañas, planicies, etc) y su grado de calidad ambiental (5= Excelente – 1= Pobre)**

Parque Nacional Llanganates	5
Valle de Misahuallí	4
Parque Nacional Sumaco	4

**Nombre de agencias gubernamentales o no gubernamentales encargadas del manejo del área natural, con su evaluación de gestión (5= Excelente – 1= Pobre)**

Ministerio del Ambiente	3
Ministerio de Turismo	3
Proyecto Gran Sumaco	3

#### **2.6.3.1.1. Análisis de las políticas administrativas locales**

**Nombre de las instituciones que regulan las actividades locales y su calificación (5= Excelente – 1= Pobre)**

Gobierno Provincial de Napo	4
Gobierno Municipal de Tena	4
Cámara de Turismo de Napo	5
ECORAE	3
Proyecto Gran Sumaco	3
RICANCIE	2



### 2.6.3.3. Análisis de las instituciones administrativas (Privado)

Nombre de Instituciones y/o Organismos Privados que puedan ayudar en un proyecto de desarrollo sostenible. Indicar de igual forma el grado de importancia del mismo en el área (5=Muy Importante – 1=Sin Importancia)

RICANCIE	5
ECORAE	4

#### 2.6.3.3.1. DIAGNOSTICO DE LAS INSTITUCIONES ADMINISTRATIVAS

1. El número de instituciones y/o organismos de posible soporte:

Pocos                       Algunos                                      Muchos

2. Cuan activos se encuentran estos en el área:

Ocasionalmente                       Promedio                                      Muy Activos

Con estas valoraciones poner una "X" donde se considere sea la evaluación del componente de instituciones administrativas (L)

(Deficiente)

(Excelente)

0 -----X----- 10

## 2.7. Diagnóstico evaluativo de la sostenibilidad del destino

### 2.7.1. Diagnostico global

#### Análisis y Evaluación del Destino Turístico

<p><b>Componente natural (A)</b> (Deficiente) (Excelente) 0 -----X----- 10</p>	<p><b>Componente cultural (B)</b> (Deficiente) (Excelente) 0 -----X----- 10</p>
<p><b>Componente gastronómico (C)</b> (Deficiente) (Excelente) 0 -----X----- 10</p>	<p><b>Festividades y Eventos (D)</b> (Deficiente) (Excelente) 0 -----X----- 10</p>
<p><b>Actividades Recreacionales (E)</b> (Deficiente) (Excelente) 0 -----X----- 10</p>	<p><b>Vías de Acceso (F)</b> (Deficiente) (Excelente) 0 -----X----- 10</p>
<p><b>Seg., Salud, Sev. Bás. (G)</b> (Deficiente) (Excelente) 0 -----X----- 10</p>	<p><b>Servicios Turísticos (H)</b> (Deficiente) (Excelente) 0 -----X----- 10</p>
<p><b>Consumidor (I)</b> (Deficiente) (Excelente) 0 -----X----- 10</p>	<p><b>Promoción/comercialización (J)</b> (Deficiente) (Excelente) 0 -----X----- 10</p>
<p><b>Políticas Administrativas (K)</b> (Deficiente) (Excelente) 0 -----X----- 10</p>	<p><b>Instituciones Adminis. (L)</b> (Deficiente) (Excelente) 0 -----X----- 10</p>

**En base al análisis de los componentes llene los siguientes parámetros (respuesta personal):**

**1. ¿Cuál(es) puntuación(es) analizada(s) piensa usted mejorará(n) en los próximos dos o tres años?**

Promoción/Comercialización, Instituciones Administrativas.

**2. ¿Por qué?**

Porque existen instituciones administrativas en fortalecer la promoción y la comercialización de la provincia de tal manera que pueda ser esta la principal actividad económica dentro de las familias y comunidades Tenenses.

**3. ¿Cuál(es) puntuación(es) analizada(s) piensa usted empeorará(n) en los próximos dos o tres años?**

Políticas administrativas

**4. ¿Por qué?**

Debido a que tendrán que coexistir varias instituciones, las políticas nuevas o las reformas que existan en las políticas, se verán truncadas, ya que cada institución apelará a favor suyo.

## CAPITULO III: DIAGNOSTICO SITUACIONAL

### 3.1. Introducción

En el Diagnóstico Situacional de la empresa, básicamente se analizarán los factores externos que rodean a la empresa y los cuales pueden afectar a la misma y no se pueda tener control total, y también están los factores internos que de la misma manera afectan a la empresa, pero mediante su análisis pueden controlarse.

### 3.2. Análisis Macro-entorno

#### 3.2.1. Factores macroeconómicos

**Socialmente** las comunidades indígenas que se encuentran alrededor de la ubicación del Eco Lodge, no se oponen a la operación turística que se desarrolla en toda la zona, ellos manifiestan que al permitirles participar en la actividad o si reciben a cambio una compensación monetaria por su trabajo, no se oponen al ingreso o la creación del establecimiento turístico en la zona, igualmente, buscan apoyo en salud, educación, infraestructura, visitas médicas a la zona, apoyo a los estudiantes con transporte, y sirviendo de intermediarios con el gobierno seccional o municipios para la creación de nuevos centros educativos cercanos a la población y la implementación de casas comunales.

**Culturalmente** las comunidades no se verán afectadas en mayor escala, ya que dentro de las actividades turísticas del Eco Lodge, son participar en la cotidianidad de sus vidas, siempre sin olvidar respetar su integridad cultural y valores tradicionales y donde tanto los recursos naturales como culturales se cuidarán y protegerán a tal modo que se asegure su continuidad en el futuro. Otro beneficio, es el generar conocimiento en la población, permitiendo el intercambio de experiencias. Sin embargo es importante mencionar que casi siempre se ven cambios negativos en las comunidades anfitrionas, ya que con



la interacción intercultural, muchas de las personas locales se desprenden de sus raíces, tradición, costumbres y creencias, y solo adoptan una imagen visible para los turistas.

**Económicamente**, se puede empezar analizando:

“Que el producto interno bruto es el factor macroeconómico más importante del país, con el mismo se mide el nivel de producción de bienes y servicios finales en el transcurso de un año. En el 2008 y 2009, Ecuador atravesó tiempos de crisis a causa de la recesión al igual que los demás países del mundo. El PIB del Ecuador siempre ha sido muy variado, debido a que los precios del petróleo varían constantemente, aun así en este último año ha venido comportándose de manera constante.” (Fondo Monetario Internacional, 2010, Perspectivas de la Economía Mundial).

Partiendo de dicha información, es que existen algunos inconvenientes en Ecuador para mejorar y aumentar los niveles de producción, y estos son los altos niveles de riesgos del país, la falta de inversión nacional y extranjera, según datos del Banco Central del Ecuador.

El proyecto Jatun Yacu Eco Lodge, está diseñado para gestionar equilibradamente todos los recursos que forman parte de sostenibilidad, pues aquí se generarán dos tipos de ingresos, los indirectos buscan satisfacer necesidades básicas para las comunidades locales, generando empleos y generando ingresos económicos. Apoyando una vez más las economías locales mediante la compra de productos de la zona y la participación con los pequeños empresarios o las empresas locales, como el adquirir materiales de construcción. Y además, se tiene el tipo de ingreso directo que consiste en los montos recibidos por parte de los turistas a los locales, por guianza o por otro tipo de servicio.

En cuanto a la industria turística en el Ecuador con el paso el tiempo ha sido en gran parte apoyada y desarrollada por el Gobierno Nacional, ya que por medio de herramientas como el Plan de Tur 2020, que se enfoca en el trabajo conjunto y esfuerzo público, privado y comunitario para el turismo sostenible. O como el Plan estratégico de promoción a nivel internacional de Ecuador como destino megadiverso o más conocido con el eslogan Ecuador “Ama la vida”, o el participar en ferias como la ITB, feria líder de la industria turística en Europa y en el mundo, hacen que la industria turística en el país, tenga un considerable crecimiento a nivel nacional y conocimiento a nivel internacional.

**Políticamente**, principalmente se espera que no sean creadas nuevas regulaciones y legislaciones del gobierno, como la nueva Ley de Aguas, que menciona:

“No hay ni se reconoce derechos de dominio adquiridos sobre ellas y los preexistentes sólo se limitan a su uso en cuanto sea eficiente y de acuerdo con esta Ley. La limitación y regulación del uso de las aguas a los titulares de un derecho de aprovechamiento, corresponde al Consejo Nacional de Recursos Hídricos”. (Consejo Nacional de Recursos Hídricos, 2011, Ley de Aguas).

Es así, que se puede impedir trabajar libre y satisfactoriamente en ríos, lagunas o cualquier corriente que sea considerada de propiedad del gobierno, a menos que el mismo otorgue una concesión de derecho de aprovechamiento, es decir, que otorgará el uso del agua. Debido a que la empresa turística se encuentra en las proximidades del río Jatun Yacu, y una de las actividades recreacionales consiste en visitar balnearios, realizar rafting y tubing.

**Tecnológicamente**, Jatun Yacu Eco Lodge, busca el implementar energías alternativas, como la utilización de paneles solares, que proveerán de energía eléctrica a las cabañas, para tareas sencillas como calentar el agua de una ducha o para iluminar las habitaciones con pequeños focos de bajo consumo, es así, que a pesar de mantener el concepto de un lugar totalmente ecológico y

amigable con la naturaleza, necesitaremos de este tipo de tecnología para salvaguardar el medio ambiente.

**Ambientalmente**, se tiene la gran expectativa de que si respetamos los principios de sostenibilidad y a través de sus prácticas responsables, ayudaremos sencillamente a la conservación de los recursos naturales.

### 3.3. Análisis Micro-entorno

#### 3.3.1. Competencia

La ubicación del proyecto se encuentra en una zona privilegiada de la provincia, debido a que no existe competencia a sus alrededores inmediatos, recalcando así, que Jatun Yacu Eco Lodge se localizará en la parte alta del Napo, sin embargo es importante mencionar, que la zona baja del Napo, se encuentra saturada por numerosos establecimientos turísticos de todo tipo, pero siendo unos más competitivos para nuestro nuevo producto, así tenemos **Napo Wildlife Center**: un proyecto eco turístico enfocado en la conservación de selva tropical, cuenta con 12 cabañas lujosas, internet satelital, electricidad las 24 h del día, tienda de recuerdos, una biblioteca, régimen completo de alimentación, tours a la selva en los cuales se observan principalmente saladeros de loros; **Yachana Lodge** enfocado a soluciones sostenibles para la región amazónica, está equipado para albergar hasta 20 personas en sus instalaciones, posee un régimen completo en alimentación, tiene electricidad desde las 6 pm hasta las 10 pm, realiza excursiones en el río Napo y en bosque secundario, además posee un colegio experimental, un centro de salud en la comunidad de Mondaña y una fundación de cacao para la elaboración de chocolate; **Yarina Eco Lodge**, parte de la reserva biológica de Yuturi, basados en la conservación y rescate de fauna silvestre amazónica, cuenta con 27 habitaciones, régimen de alimentación completo, visita al centro de Rescate Arcadia, navegación en el río Manduro y experiencias culturales con indígenas Quichua.

Todos estos son establecimientos con muy buenos servicios, con bases y principios sostenibles, con gran trayectoria y aceptación en el mercado, los cuales pasan a ser nuestra competencia debido a que el concepto de negocio que manejan es similar al nuestro, bazar sus productos y servicios en los tres ejes principales de turismo sostenible: ambiental, socio-cultural y económico, para un mejor equilibrio y mantener así preservados los recursos naturales y culturales para generaciones futuras.

### **3.3.2. Clientes**

En un concepto muy general, Jatun Yacu Eco Lodge, desea dirigir sus productos y servicios a los turistas que tengan gran afinidad por el turismo sostenible, pero en su gran mayoría o en mayor participación, se espera llegar a los turistas extranjeros, y menor participación a turistas nacionales, que tengan disponibilidad de tiempo muy flexible, como los turistas de tercera edad que además poseen un buen poder adquisitivo para invertirlo en sus vacaciones. Teniendo muy en cuenta, que este tipo de turistas es muy exigente en cuanto a calidad de los servicios.

### **3.3.3. Proveedores**

Como una de las muchas concepciones de turismo sostenible es trabajar, generar empleo y consumir productos locales de la comunidad donde se desarrollara el proyecto, Jatun Yacu Eco Lodge, tiene presente estos conceptos en sus planes de acción, primeramente se trabajará con proveedores locales, como la comunidad de Talag que se encargarán de proveer materiales autóctonos, como la chonta y paja toquilla, los cuales serán utilizados como materiales de construcción para las cabañas, así mismo, se trabajará con proveedores de la ciudad de Tena y Misahuallí que se encargarán de proporcionar otras maderas, así como también otro tipo de materiales de construcción como cemento, tubos, arena, etc. Para productos alimenticios como víveres, cárnicos, se trabajará con Almacenes Tía, ubicados

en la ciudad de Tena. Con Proveedores nacionales se espera trabajar con materiales de decoración, iluminación, materiales de oficina, equipamiento de cocina, etc. Y por último, no se espera trabajar con proveedores internacionales, ya que no está considerado o no es necesario ningún requerimiento dentro del Eco Lodge, para adquirir algún producto importado u cualquier otro tipo de materiales u otros enseres.

### **3.3.4. Barreras de entrada y riesgos**

Dentro de barreras de entrada, considerando que es un negocio nuevo en el mercado, se corre con varios riesgos, el primero son los problemas de inicio o arranque del negocio, que puede ser al no contar con la suficiente campaña publicitaria, problemas de inversión o capital inicial, legislaciones de tierras, al encontrarnos en las cercanías del Parque Nacional Llanganates, insatisfacción de las comunidades indígenas, o exigencias de parte de las mismas al querer recibir demasiados beneficios, incertidumbre al trabajar con personas nativas de la zona y que las mismas no tengan suficiente nivel de conocimiento de cómo funciona el negocio y además problemas como el no contar con el suficiente apoyo por el gobierno sectorial, para promocionar la zona alta de Napo y no apoyar al mantenimiento vial.

## **3.4. Análisis FODA**

### **Fortalezas**

- El diseño de la empresa cuenta con principios sostenibles.
- Reclutamiento y selección del equipo de recursos humanos, que cumplan con los requerimientos y capacidades para cada uno de sus futuros puestos asignados.
- Ubicación dentro de un entorno natural privilegiado con flora y fauna andina y amazónica.
- Única oferta ecológica en la zona, el encontrarse en la parte alta de la provincia del Napo.

- Diseño en la participación directa del cliente en varias actividades de manejo y cuidado ambiental.
- Cercanía a el P.N. Llanganates
- Combinación de atractivos naturales y culturales con el fin de diversificar la oferta turística.
- Concepto del negocio: totalmente basado en turismo sostenible (como producto)
- Gran variedad y calidad de recursos turísticos (naturales, culturales y paisajísticos).
- Condiciones para desarrollar modalidades de turismo específico.
- Contar con materiales de la zona, para la construcción de las cabañas.
- Guías turísticos propios de la zona.

### **Oportunidades**

- Obtener certificaciones, dando al mismo tiempo una oportunidad de mejor comercialización.
- Creación del establecimiento, con instalaciones adecuadas para la puesta en práctica de principios sostenibles.
- Mercado en crecimiento sobre tendencias y necesidades ambientales como productos y servicios.
- Nicho de mercado mal atendido, debido a oferta inexistente de productos turísticos completos en cuanto a englobar varios temas ambientales.
- Escaso número y variedad en la oferta de alojamientos turísticos en la zona.
- Gestión para recibir apoyo de ONGs, con el fin de dar promoción a cambio de un apoyo económico.
- Alianzas estratégicas, con establecimientos turísticos de la sierra y costa, a fin de proporcionar un producto turístico más amplio y completo.
- Creciente participación empresarial en asesoramiento y apoyo en proyectos turísticos de emprendimiento (Asociación de ecoturismo, Cámaras de turismo, Mintur, etc.)

- Mayor conciencia de la importancia de la protección del ambiente por parte del Estado.
- Asistir a los Programas Nacionales de Capacitación Turística, que ofrece el MINTUR.
- Contar con el “Programa de Gestión e Implementación de Buenas Prácticas de manejo Sostenible” del MINTUR y tener como política de estado al Turismo sostenible.

### **Debilidades**

- Insuficiente infraestructura básica: agua potable, alcantarillado, centros de salud, telecomunicaciones.
- Inexistente promoción y publicidad para el lugar, debido al poco interés de las autoridades locales y regionales.
- Difícil acceso. Alcanzar nuestro destino turístico representa ciertas incomodidades, debido a que las carreteras y las vías de acceso en un trayecto se encuentran en un estado deficiente.
- Altos costos de producción para desarrollar el proyecto, construcción de cabañas, implementación de sistemas de manejo de desechos y mantenimiento de granja orgánica.
- Costos de capacitación para el cliente interno, en cuanto a lo económico y a tiempo.
- Falta de control eficaz para la protección del patrimonio natural y cultural por parte de autoridades competentes al tema.
- Ineficiente inversión en infraestructura vial y de servicios básicos por las diferentes entidades gubernamentales.
- Señalización turística del sector como destino turístico deficiente e insuficiente.
- Falta de innovación en la conformación de la oferta turística de Napo como provincia turística y de la parroquia Talag como sector turístico.
- Falta de capacitación y asesoramiento sobre la gestión de negocios turísticos en toda la zona.
- Lodge de organización nueva, por ser un proyecto reciente.

**Amenazas**

- Ingreso de nuevos competidores al sector.
- Destrucción del sitio Natural.
- Inestabilidad económica y política.
- Nuevas regulaciones y legislaciones del Gobierno.
- Contaminación y Desastres Naturales.
- Desaprobación de ingreso por parte de comunidades indígenas de Talag y Pano.
- Competencia en el mercado en la parte baja del Napo, por la existencia de posibles productos con mejor calidad y bajo costo.



## **CAPITULO IV: ESTUDIO DE MERCADO**

### **4.1. Introducción**

Antes de implementar y colocar el nuevo producto al mercado, es completamente necesario realizar un estudio de mercado en el cual se obtendrán y analizarán varios datos clave sobre el proyecto a desarrollarse, como el target al que se desea llegar, el tipo de producto y servicio, el precio que se establecerá y además permitirá definir potenciales competidores, para lograr conocer y satisfacer las necesidades de nuestro mercado objetivo.

De esta manera se conseguirá información que nos permita analizar la oferta y la demanda principalmente en el mercado amazónico, específicamente en la zona alta de la provincia de Napo, en el cual se establecerá de forma más concreta el nivel de interés y aceptación del proyecto Jatun Yacu Eco Lodge hacia los turistas extranjeros que arriban a la ciudad de Quito y luego tienen como lugar destino la provincia de Napo.

### **4.2. Reconocimiento de la oportunidad de negocio**

El reconocimiento de la oportunidad de negocio se debe al incremento turístico que ha existido desde el año 2007 hasta el presente año y la falta de infraestructura turística en la zona, parte alta de la provincia de Napo, es así que en el año 2006 la Unidad de Gestión y Promoción Turística del Municipio de Tena, empezó a registrar anualmente un total de 42.373 turistas, en el año 2007 un total de 45.638, en el año 2008 un total de 52.970, en el año 2009 un total de 79.523 y en el año 2010 un total de 105.908 turistas.

Este incremento debido a la promoción de atractivos turísticos no solo de la ciudad sino de la provincia en sí, en varios medios publicitarios, así como el apoyo a proyectos de turismo comunitario, a una de las redes más importantes en el país como lo es RICANCIE, en la zona y al apoyo de otros centros turísticos a lo largo del río Napo, es de notable importancia para que Napo sea

considerado las puertas a la región amazónica, como un destino ecológico, turístico y megadiverso, es así que es importante mencionar que un evento en particular es también el responsable de dicho incremento turístico en la zona, ya que no solo es importante a nivel regional sino a nivel sud americano, se trata del evento de la elección de la soberana de Ecoturismo, festividad que no solo atrae a turistas nacionales sino además a turistas extranjeros de países involucrados.

Razones como estas, han sido precedentes notables, para que un proyecto como Jatun Yacu Eco Lodge sea realizado en la zona alta de la provincia, donde no existe infraestructura turística, es así que se buscará satisfacer las demandas inexistentes en el mercado, dentro del cual el visitante podrá encontrarse en un entorno natural y privilegiado, en infraestructura cálida y responsable con el ambiente y en instalaciones apropiadas para que la estadía del turista sea la más agradable y única en su naturaleza.

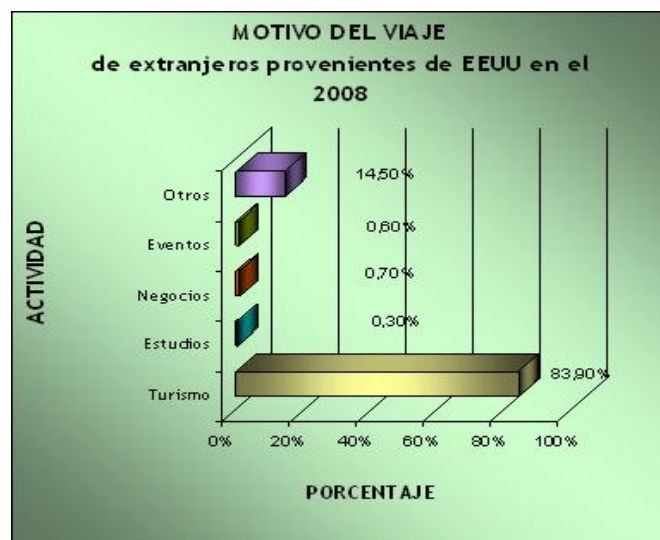
### **4.3. Descripción de la población o segmento de mercado**

Como datos importantes obtenidos de la CAPTUR Pichincha, en indicadores turísticos, se informa que el turista que llegó a la ciudad de Quito por medio del aeropuerto “Mariscal Sucre”, durante el año 2008 presentó en general el siguiente perfil:

1. La mayoría son hombres 56%.
2. Llegaron desde Estados Unidos 33%, España 19%, Colombia 10%, Alemania 3%.
3. El motivo principal de su visita fue turismo recreativo 76%, seguidos por negocios y eventos 6%.
4. Para venir al país lo hicieron con líneas aéreas de su país de procedencia.
5. Su edad promedio es de 50 años. Si es de Estados Unidos su edad fluctúa entre 51 y 65 años.
6. Se hospeda en hoteles de lujo y primera.

Durante el año 2008, llegaron a nuestro país una mayoría de visitantes provenientes de Estados Unidos (33%), un 83.9% tuvo como motivo principal de su visita realizar actividades turísticas.

**Tabla 4.1 Motivos de viaje**



**Fuente:** Cámara Provincial de Turismo  
Pichincha/ 2011

Según con la información encontrada se puede bosquejar un **perfil de consumidor** resumido en lo siguiente:

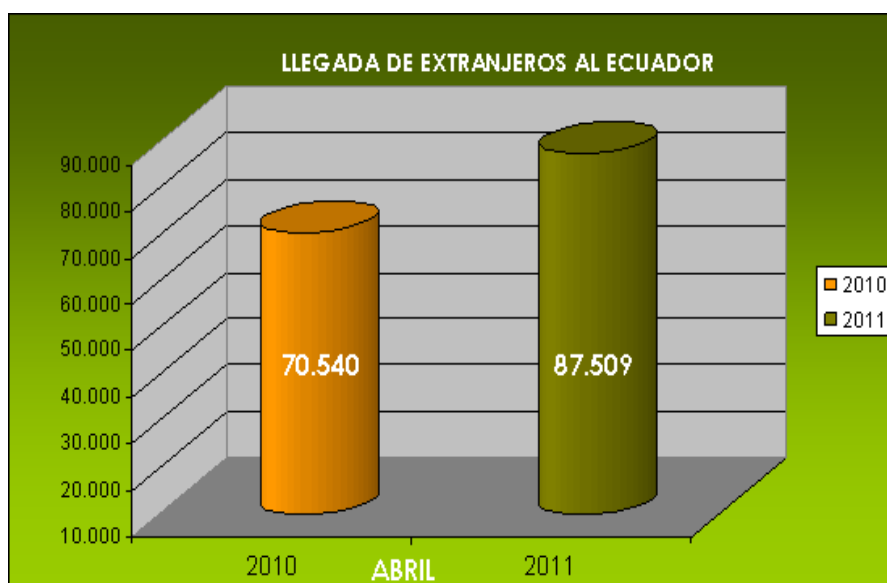
“Hombres y mujeres de nacionalidad americana, mayores de 30 años que desean conocer destinos no tradicionales en el mundo y que buscan experiencias de tipo vivencial con culturas y sitios naturales, enfocados a un turismo responsable; que viajen preferentemente en parejas o familia y poseen un nivel de estrato social medio alto cuyos ingresos promedian los 60.000 dólares al año, personas que planifiquen sus vacaciones con anterioridad y que se caracterizan por hacer una investigación previa de los atractivos que desean conocer, se estima que su gasto promedio es 1320 dólares en una estadía no mayor a una semana.” (CAPTUR Napo, 2010, Perfil del consumidor).

### 4.3.1. Segmentación de la población objetivo

Mediante la información presentada a continuación, se podrá tener una visión más clara de los mercados objetivos, que serán potencialmente beneficiosos para nuestro negocio, así tenemos:

**INGRESO DE EXTRANJEROS AL ECUADOR.**-La Cámara Provincial de Pichincha (2011, Estadísticas Turísticas) dice que “durante el mes de ABRIL del 2011 ingresaron al país un total de 87.509 extranjeros. Comparado con el año anterior existe una variación de visitantes de 24,06 % ya que en Marzo de 2010 ingresaron un total de 70.540 visitantes.”

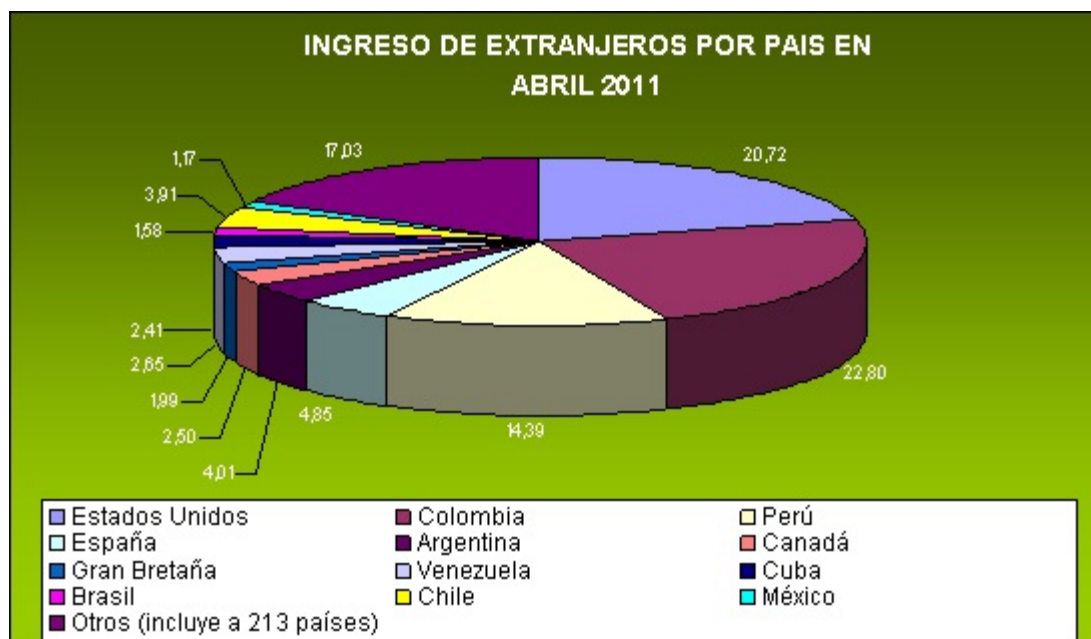
**Tabla 4.2 Llegada de extranjeros al Ecuador**



**Fuente:** Cámara Provincial de Turismo Pichincha/2010

**INGRESO DE EXTRANJEROS POR PAIS DE PROCEDENCIA.**- Los visitantes que han ingresado al país, en **Abril** de 2011, provienen en su mayoría de los siguientes países:

Tabla 4.3 Ingreso de extranjeros por país



**Fuente:** Cámara Provincial de Turismo Pichincha/2010

#### 4.4. Tipo de Investigación

El objetivo de la investigación descriptiva consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. Su meta no se limita a la recolección de datos, sino a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables. Los investigadores no son meros tabuladores, sino que recogen los datos sobre la base de una hipótesis o teoría, exponen y resumen la información de manera cuidadosa y luego analizan minuciosamente los resultados, a fin de extraer generalizaciones significativas que contribuyan al conocimiento.

El tipo de investigación que se empleará en este capítulo, será la investigación descriptiva, ya que abarca una gran proporción de la investigación de mercados. Su propósito consiste en proporcionar una fotografía exacta de algún aspecto del medio ambiente de mercado, como:

La evaluación del consumidor acerca de los atributos de nuestro producto contra los de la competencia.

#### **4.4.1. Diseño de la encuesta**

La encuesta será personal y tendrá una duración aproximada de entre 3 a 4 minutos a fin de no causar malestar en el encuestado.

El objetivo de dicha encuesta es conocer el grado de aceptación en el mercado meta que se espera obtener, para la creación del producto turístico Jatun Yacu Eco Lodge, y de la cual se espera obtener información sobre el consumidor mismo, la disponibilidad de tiempo, rango de precios, tipo de actividades, temporalidad, etc. **Ver anexo 1** para modelo de la encuesta.

#### **4.4.2. Diseño de la muestra**

Para determinar la unidad de muestreo, el cual consiste sencillamente en analizar y obtener información de una parte de la población o universo, se ha conseguido información del número de la población de turistas que llegan al cantón Tena; en este caso la investigación estará dirigida principalmente a turistas extranjeros, mayores de 25 años, que estén interesados principalmente en un turismo recreativo – sostenible, con un poder adquisitivo medio y medio alto.

**Tabla 4.4 UNIDAD DE GESTIÓN Y PROMOCIÓN TURÍSTICA REGISTRO  
DE AFLUENCIA DE TURISTAS AL CANTON TENA AÑO 2010**

<b>MESES</b>	<b>TURISTAS NACIONALES</b>	<b>TURISTAS EXTRANJEROS</b>	<b>TOTAL</b>
<b>ENERO</b>	5694	1869	7563
<b>FEBRERO</b>	8478	1785	10263
<b>MARZO</b>	5968	1502	7470
<b>ABRIL</b>	5660	1125	6785
<b>MAYO</b>	5426	1265	6691
<b>JUNIO</b>	5753	1411	7164
<b>JULIO</b>	8330	2441	10771
<b>AGOSTO</b>	10937	2799	13736
<b>SEPTIEMBRE</b>	7769	1614	9383
<b>OCTUBRE</b>	7710	1788	9498
<b>NOVIEMBRE</b>	7198	1181	8379
<b>DICIEMBRE</b>	7088	1117	8205
<b>TOTAL</b>	<b>86.011</b>	<b>19.897</b>	<b>105.908</b>

**Fuente:** I. Municipio de Tena/2010

La población con la que se llevará a cabo la investigación será de 105.908 personas, las cuales son turistas que llegan al cantón Tena. Es decir, este número se convierte en la población o universo para determinar el tamaño de la muestra.

#### **4.4.3. Tamaño de la muestra**

En el tamaño de la muestra se utilizará la fórmula, de Douglas Lind, de su libro Estadística para Administración y Economía, pág. 137.

$$n = \frac{z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{e^2(n-1) + z^2 \cdot p \cdot q}$$

La misma que nos indica el nivel de confianza del 95% que equivale al 1.96<sup>2</sup> o 3.84, la probabilidad a favor del 50% y la probabilidad en contra de los otros 50% que se trabajará respectivamente, un grado de error muestral que no sea mayor al 6% y que en este caso equivale al 0.06 y por último la población.

N = Número de habitantes y/o población

z<sup>2</sup> = Nivel de confianza

p = Probabilidad a favor

q = Probabilidad en contra

e<sup>2</sup> = Error muestral

n = Tamaño de la muestra.

$$n = \frac{z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{e^2(n-1) + z^2 \cdot p \cdot q}$$

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5 \cdot 105908}{(0,06)^2 (105908 - 1) + 1,96^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5}$$

$$n = \frac{101714,043}{382,225}$$

$$n = 266$$

#### 4.5. Tabulación

1. En la pregunta #1, acerca del grado de conocimiento sobre la actividad turística que se desarrolla en la zona de Talag, ciudad de Tena, provincia de Napo, arrojó los siguientes resultados:

Poco	81%
Mucho	12%
Nada	7%



2. En esta pregunta a los turistas, sobre si les gustaría visitar un Eco Lodge en medio de la naturaleza amazónica, en la zona de Talag, ciudad de Tena, provincia de Napo, respondieron:

Si	100%
No	0%

3. En la pregunta #3, sobre el motivo de las vacaciones de los turistas, fue:

Vacaciones de trabajo	37%
Descanso	33%
Recreación y Aventura	30%

4. Acerca de esta pregunta sobre la temporada en que generalmente toman sus vacaciones, los turistas respondieron:

Sept. a Diciembre	15%
Enero a Abril	29%
Mayo a Agosto	56%

5. Acerca de la duración de tiempo que el turista se toma para sus vacaciones, se respondió:

4 días 3 noches	41%
3 días 2 noches	37%
5 días 4 noches	14
1 semana	8%

6. En esta pregunta se investigó el tipo de turismo que prefiere el turista al tomar sus vacaciones, a lo que respondieron:

Turismo ecológico	44%
Turismo cultural	34%
Turismo de aventura	22%

7. En la pregunta #7 acerca de con quién le gustaría viajar a los turistas a un Eco Lodge en medio de la selva, respondieron:

Amigos	34%
Pareja	30%
Familia	22%
Grupo	14%

8. En esta pregunta sobre cuánto estaría dispuesto a pagar el turista por alojamiento en un Eco Lodge en la Amazonía, los turistas respondieron:

\$100 a \$200	33%
\$200 a \$300	45%
\$300 a \$500	15%
\$500 en adelante	7%

9. Acerca del tipo de medio de transporte que utiliza el turista para realizar sus viajes vacacionales, respondió lo siguiente:

Bus	49%
Avión	40%
Vehículo rentado	9%
Otros	2%

10. Acerca de cómo le gustaría recibir información sobre los productos del Eco Lodge, se obtuvo:

Vía mail	92%
Teléfono	0%
Revistas	8%

#### **4.6. Resultados**

A continuación se analizarán resultados, pregunta por pregunta:

En la pregunta **número 1**, el 81% de los encuestados respondieron que conocen muy poco sobre la actividad turística que se está empezando a

desarrollar en la zona alta del Napo, y tan solo un 12% respondió que conoce mucho o lo suficiente, sobre turismo en ese lugar, esto debido a que en esa zona, nace uno de los mejores ríos de la provincia para realizar deportes acuáticos, y quienes se encargan de la promoción de este lugar, tan solo son los operadores de rafting y kayak. Mas no hay apoyo suficiente de los gobiernos sectoriales para fortalecer la promoción turística de la zona de Alto Napo, siendo que cuenta con buenos recursos turísticos naturales y culturales.

En la pregunta **número 2**, el 100% de las respuestas indicaron que si les gustaría visitar un Eco Lodge en medio de la naturaleza amazónica, en la zona Alto Napo, donde no existen otros establecimientos turísticos, ya que al dialogar un poco más a fondo con los encuestados, indicaron que si no es un lugar saturado por otro tipo de servicios turísticos, se sentirán con más privilegios y además sentirán que están en un lugar exclusivo.

En la pregunta **número 3**, la razón más fuerte por la que los turistas toman sus vacaciones, son por vacaciones de trabajo y descanso con resultados de 37%, por lo que buscan ambientes pacíficos y llenos de naturaleza y cultura; seguido tenemos por razones de recreación y aventura, ya que cada vez existe mayor demanda en participar en deportes de aventura.

En la pregunta **número 4**, las respuestas obtenidas fueron que, el 56% de los turistas, deciden realizar sus vacaciones de mayo a agosto, viéndose esto reflejado en los porcentajes de ocupación de los hoteles a nivel nacional, según fuentes de la Captur Pichincha. La segunda etapa en la que los turistas toman sus vacaciones es de enero a abril, con un 29%, y por ultimo tenemos la temporada de septiembre a diciembre con 15%.

En la pregunta **número 5**, relacionada al tiempo que los turistas se toman para sus vacaciones tenemos que el 41%, toma paquetes turísticos de 4 días/3 noches, siendo este el paquete de mayor aceptación, tanto en hotelería como en turismo, y ya que nos encontramos en un entorno alejado de la ciudad, es

de gran beneficio tener este dato, para así poder desarrollar paquetes acorde al tiempo y actividades que se desempeñarán en el Eco Lodge. Seguido tenemos el paquete de 3 días/2 noches, con un porcentaje de 37%, que a criterio propio es también bastante válido como información, luego tenemos el paquete 5 días/4 noches con un porcentaje de 14%, que no se descarta asimismo como información sustancial, y por último tenemos el paquete de una semana con el 8%, es decir, que tan solo una pequeña parte de los encuestados estarían dispuestos a tomar tours en las selva amazónica desde una semana o más.

En la pregunta **número 6**, tenemos información trascendental, ya que al investigar a los encuestados, se consiguió la siguiente información, el 44% del total de las encuestas, dijo que prefiere el turismo ecológico o turismo responsable, siendo esto importante ya que nuestro nuevo proyecto contiene bases y principios en turismo sostenible, un 34% dijo que prefiere el turismo cultural, significativo también, ya que este igualmente estará abarcado en el proyecto del Eco Lodge y por último un 22% dijo que prefería el turismo de aventura.

En la pregunta **número 7**, un 34% de las personas encuestadas, dijeron que prefieren viajar con sus amigos, el 30% dijo en pareja, el 22% en familia y el 14% en grupo, varias de las razones que se escuchó al momento de la encuesta, fueron que no importa con quien opten viajar, lo importante es que con la persona que viajen, tengan la misma afinidad por realizar un turismo responsable.

En la pregunta **número 8**, una pregunta muy esencial, nos indicó que el 45% de los encuestados, respondieron que no tienen ningún problema al momento de pagar por hospedaje en un Eco Lodge, entre \$200-\$300, seguido por el 33% que están dispuestos a pagar entre \$100-\$200, continuando con el 15% que está dispuesto a pagar entre \$300-\$500, y tan solo el 7% está dispuesto a pagar \$500 en adelante, esto sirviéndonos de base, para establecer el precio a nuestros productos, a más de fijarnos en el precio de nuestros competidores.

En la pregunta **número 9**, complementarias a la información lograda anteriormente, obtuvimos que a pesar de existir medios de transporte como aviones con vuelos comerciales, o buses, o alquiler de vehículos, para llegar a un destino como Jatun Yacu Eco Lodge, los turistas extranjeros con un 40%, prefieren llegar en avión hasta cierto punto y posteriormente trasladarse en vehículos terrestres o fluviales, hasta su destino, sin embargo los turistas nacionales con un 49% no tienen inconvenientes en viajar en bus hasta el lugar de destino. Esto indicándonos, que si recogemos a nuestros futuros clientes, en la ciudad de Tena, como punto de referencia, podremos trasladarlos hasta el Eco Lodge, en transporte terrestre propio, sin problema alguno.

En la pregunta **número 10**, los encuestados revelaron que con la facilidad de tecnologías de información en mundo tan globalizado, prefieren recibir información en general, de productos o servicios, vía mail.

#### **4.7. Conclusiones del estudio de mercado**

En cuanto a la respectiva investigación que se efectuó en la ciudad de Tena, en Puerto Misahuallí, punto fundamental al realizarse las encuestas, debido a que este lugar es el puerto turístico amazónico más importante de la región, se logró obtener información vitalicia para la introducción de un nuevo producto como lo es Jatun Yacu Eco Lodge, partiendo además de haber conseguido información del grado de aceptación que tenga o no, este.

Es así que, podemos concluir que el nuevo producto turístico, conseguiría muy seguramente gran aceptación en el mercado turístico y hotelero, partiendo de ciertas ventajas como la ubicación, al estar en una zona privilegiada, como lo es la zona Alto Napo, así como lo reflejo la encuesta, donde se indicó que los turistas estarían interesados en visitar un Eco Lodge en la región antes mencionada, ya que no se encuentra saturada de más establecimientos similares, y donde los principios de operación y manejo del Eco Lodge, son netamente sostenibles con la finalidad de no causar mayor impacto ambiental y

sociocultural. Siendo así, estos grandes fuertes, ya que al encontrarnos en mundo globalizado donde los turistas son cada vez más expertos, conocedores, exigentes y con un gran crecimiento por conciencia y responsabilidad ambiental, conjuntamente con responsabilidad de preservar el mundo donde vivimos, enfocaremos nuestros esfuerzos al crear productos y servicios que llenen dichas expectativas.

Igualmente como información muy veraz y concreta, se tiene en cuenta la temporalidad donde más turistas viajan y tienen como destino, primeramente a Ecuador y segundo a la región amazónica como destino más específico en nuestro caso de estudio, así que esto nos permitirá enfocarnos en realizar mayor publicidad y promoción en dichos periodos de tiempo (mayo a agosto). De la misma manera, para la publicidad y promoción se tomará en cuenta los periodos de tiempo que se toman los turistas para realizar excursiones o tours a la selva, y dependiendo si son de 4 días/ 3 noches por ejemplo o de más o menos tiempo, nos permitirá tener una base para armar los diferentes productos, de acuerdo al tiempo o duración, las actividades y servicios que se incluirán, adquiriendo de esta manera el resultado de los costos y para posteriormente establecer el precio de venta al público de dichos paquetes.

Enfocando la información anteriormente mencionada a la revelada con las encuestas, de acuerdo a lo que estarían dispuestos a pagar los turistas, tendríamos referencias primordiales, para realizar una relación de información, precio/ tiempo, para crear paquetes turísticos.

## **CAPITULO V: LA EMPRESA**

### **5.1. Introducción**

La futura empresa Jatun Yacu Eco Lodge, será construida en medio de un paradisíaco y privilegiado lugar, dentro de la provincia de Napo, en los territorios de la inigualable belleza amazónica, llena de atractivos turísticos culturales y naturales. Para ello en este capítulo, se explica detalladamente sobre construcciones y dimensiones, es decir, la estructura física del Eco Lodge, así como también, se dará a conocer la filosofía corporativa y la estructura organizacional de la empresa.

### **5.2. Estructura Física**

#### **5.2.1. Localización**

La provincia de Napo, capital Tena, lugar emblemático por haber sido parte del descubrimiento del gran río Amazonas y hasta donde los españoles llegaron por encontrarse aquí el tan preciado árbol de *canela*, se encuentra a tan solo a 4 horas de la ciudad de Quito, permitiendo llegar a la ciudad por una vía de primer orden.

Jatun Yacu Eco Lodge, se localizará en la parroquia de Talag, en la provincia amazónica de Napo, a las proximidades del Parque Nacional Llanganates, recalando, el Parque Nacional se encuentra en las provincias de Napo, Pastaza y Tungurahua. Dicha parroquia se ubica a 15 minutos de la capital del país de la canela, Tena.

Exactamente el Eco Lodge estará ubicado al sur occidente de la ciudad de Tena, en la parroquia antes mencionada, dentro de regiones andinas y amazónicas, a 15 minutos por una vía asfaltada de Tena a Talag, continuando 20 minutos por una vía de tercer orden de Talag al Eco Lodge, siguiendo las

orillas del imponente río Jatun Yacu, que en kichwa significa río con abundante agua.

### 5.2.2. Dimensionamiento

Las cabañas estarán distribuidas dentro de un área de 5210 m<sup>2</sup>. A pesar de estar en un lugar de entorno natural, las cabañas brindarán la mejor comodidad y servicios dentro de la habitación.

El siguiente cuadro, muestra todas las construcciones a realizarse dentro del área asignado para la distribución de todas las áreas principales, con su respectiva área útil y las unidades de las mismas.

**Tabla 5.1 Dimensionamiento de las Cabañas**

JATUN YACU ECO LODGE					
CUADRO DE AREAS					
		AREA DEL TERRENO			
		5210,00 m <sup>2</sup>			
NIVEL	DESCRIPCION	AREA BRUTA	UNIDADES	AREA UTIL	OBSERVACIONES
N + 0.90	CABAÑA TIPO 1	31,20	2,00	62,40	C. simple
N + 0.90	CABAÑA TIPO 2	36,90	3,00	110,70	C. doble
N + 0.90	CABAÑA TIPO 3	68,77	3,00	206,31	C. triple
N + 0.90	DORMITORIOS EMPLEADOS	110,26	1,00	110,26	
N + 0.90	COCINA RESTAURANTE	299,68	1,00	299,68	
N + 0.90	ADMINISTRACION	42,70	1,00	42,70	
N + 0.90	RECREACION PASIVA	87,83	1,00	87,83	
<b>SUBTOTAL</b>		<b>677,34</b>		<b>919,88</b>	
<b>TOTAL</b>		<b>677,34</b>		<b>919,88</b>	

Fuente: Arq. Stalin Jácome/2011



### **5.2.3. Infraestructura**

Dentro de infraestructura se contará con instalaciones sanitarias, instalaciones eléctricas y conexiones de agua apta para consumo humano. **Ver anexo 2, 3, 4** consecutivamente, para instalaciones e infraestructura del Eco Lodge.

Muchos de los turistas, prefieren hospedarse en un lugar tranquilo, cómodo, limpio y seguro, no importa donde esté este localizado, lo importante es el descanso y el placer que obtiene el huésped, es por eso que el diseño del Eco Lodge será la solución para complacer y satisfacer las necesidades de nuestros clientes.

A continuación mencionaremos y explicaremos algo muy sencillo sobre las cabañas para los huéspedes, para el personal y para el voluntariado.

#### **5.2.3.1. Cabañas para turistas**

El Eco Lodge estará provisto de 8 cabañas hechas en material mixto de madera, paja toquilla, guadua y chonta, materiales propios de la zona que no representan costos altos, que irán acorde a la ambientación de la zona y sobre todo materiales y diseños conocidos muy bien por los carpinteros locales.

Como se señaló anteriormente, el Eco Lodge en el espacio de 5210 m<sup>2</sup>, dos de ellas serán simples, con capacidad para dos personas cada una, tres serán dobles, con camas separadas con capacidad para dos personas cada una y tres serán triples, con capacidad para tres personas en cada cabaña, así tenemos un total de 8 cabañas con capacidad máxima para 19 personas.

Las cabañas serán diseñadas en uno y dos pisos, levantadas sobre pilotes, debido a que en la región amazónica la precipitación fluvial es alta sobre todo cuando llueve, las ventanas serán cubiertas con malla para evitar el ingreso de insectos, lo que además mantendrá un ambiente fresco dentro de la habitación y ayudando con esto a evitar el uso de ventiladores u otros aparatos eléctricos de esta similitud.

Así mismo en las instalaciones se adecuará espacios para la implementación y utilización de colectores de energía solar, que abastecerán necesidades básicas como iluminación durante las noches y agua caliente para las duchas.

El diseño de las cabañas simples y dobles será en un solo piso, mientras que las triples serán diseñadas en cabañas de dos pisos.

Para identificar a las cabañas o habitaciones, Jatun Yacu Eco Lodge asignará nombres a cada una de ellas, siendo estas en dialecto kichwa, para identificarnos con nuestro entorno, de esta manera tenemos:

**Simples:** Cabaña Aya, significa cabaña del espíritu vital de todo ser. Cabaña Apuk, significa cabaña de la divinidad espiritual. **Ver anexo 5**

**Dobles:** Cabaña Chawpi Puncha, Cabaña del medio día. Cabaña Chawpi Tuta, Cabaña de la media noche y Cabaña Pakarina, Cabaña del amanecer. **Ver anexo 6**

**Triples:** Cabaña Inchik, Cabaña del maní, Cabaña Kamuti, Cabaña del camote, Cabaña Lumu, Cabaña de la yuca. Todos los nombres fueron elegidos en la lengua Kichwa, haciendo renombre al entorno en el que nos encontramos. **Ver anexo 7**

#### **5.2.3.2. Cabañas para voluntarios y personal**

La cabaña para voluntarios tendrá el nombre de Cabaña karana que significa ofrecer, dar, ofrendar, debido a que aquí se hospedarán los voluntarios del Eco Lodge y el personal del mismo. **Ver anexo 8**

#### **5.2.3.3. Cabaña principal**

La cabaña principal está conformada por la cocina con una zona de descarga, no visible para los clientes del restaurante. Y además con una bodega para almacenamiento de alimentos no perecibles.

El restaurante consta de un total de doce mesas y cada una de ellas para cuatro personas, es decir, en caso de tener casa llena, se tiene capacidad hasta para 48 personas en el restaurante. **Ver anexo 9**

La cabaña principal consta además en la parte superior, con un área pasiva, la cual es destinada para eventos no muy grandes, así mismo para proyectar videos o realizar charlas sobre educación ambiental, con nuestros huéspedes.

### **5.3. Filosofía Corporativa**

#### **5.3.1. Misión**

Ser un Eco Lodge íntegro y consolidado, por sus valores y creencias; proporcionando a nuestros clientes alternativas de recreación, esparcimiento y educación ambiental. Brindando el mejor servicio y atención en instalaciones adecuadas y con programas elaborados para el deleite de nuestros clientes.

#### **5.3.2. Visión**

Convertirnos en uno de los mejores Eco-Lodge a nivel Nacional y de reconocimiento Internacional, al trabajar y poner en práctica técnicas de turismo sostenible.

#### **5.3.3. Valores**

- Sensibilidad ambiental
- Responsabilidad Social
- Excelencia
- Entusiasmo
- Respeto
- Servicio
- Paciencia
- Amistad

#### **5.3.4. Objetivos**

1. Capacitar al cliente interno y voluntariado sobre turismo sostenible
2. Contar con infraestructura sostenible dentro de todo el Eco-Lodge
3. Desarrollar una atención personalizada y de calidad en todos los productos y servicios, acorde a la oferta turística hotelera.
4. Aplicar reglamentaciones y procesos de Turismo sostenible.
5. Educar al cliente externo sobre una buena Educación Ambiental.
6. Planificación de programas de manejo sostenible por desechos sólidos y líquidos, dentro de la hostería.
7. Motivar al cliente externo en la participación de las actividades cotidianas, en base a los programas y actividades dentro del eco-Lodge.
8. Mantener un alto posicionamiento en nuestro nicho de mercado.

#### **5.3.5. Estrategias**

1. Contratar profesionales que se encarguen de capacitar al cliente interno, a la empresa y voluntarios, basados en técnicas, principios, guías de aplicación de turismo sostenible, como por ejemplo: “Buenas Prácticas de TURISMO SOSTENIBLE”, y otros manuales de Rainforest Alliance por ejemplo; así mismo asistiendo a seminarios, talleres, etc. Tanto nacionalmente como internacionalmente.
2. Apoyarse y asesorarse en varias bibliografías recomendado por Rainforest Alliance, en temas como: “Inventario, diseño, operación y monitoreo”: IDOM. Quito, Ecuador, 1995, entre otros. Que sirvan para direccionar a nuestro equipo de profesionales encargados de diseño y construcción.
3. Para esto se creará dentro del eco-Lodge una función social, encargada de encaminar actividades hacia: Desarrollo de planes de motivación, capacitación y actualización, aplicación de Normas de Seguridad e Higiene, Análisis de estructura satisfactoria (relación salario- responsabilidades).
4. El aplicar reglamentaciones, procesos y capacitaciones periódicas de Turismo sostenible, servirá para llevar un lineamiento en toda la estructura de la empresa, basada en manuales mencionados anteriormente, pero que

podrán ser creados otros adicionalmente, de acuerdo a prioridades estimadas por la empresa y acoplados al entorno natural donde se desempeña la actividad turística.

5. Dar a conocer al huésped las políticas y filosofía de la empresa, así como las actividades que se desarrollan para lograr y mantener el concepto de nuestro negocio (tratamiento de aguas, manejo de desechos, agricultura orgánica, refugio de vida silvestre, etc.) Mediante el salón de audiovisuales, visitas a los puntos donde se desarrollan las actividades anteriores, folletos dentro de las habitaciones, carteles informativos en el salón principal o lobby del hotel y pequeños rótulos dentro de todo el Lodge.
6. La planificación de programas de manejo sostenible de desechos estará a cargo de un especialista ambiental; consistirá en tratar adecuadamente las aguas residuales (grises y negras) y residuos sólidos, antes de ser devueltos al cauce del río Jatun Yacu, esto se realizará tanto para el cliente interno como para el externo, para el segundo será a manera de inducción para dar a conocer una vez más sobre las políticas y filosofía que mantiene la empresa. Además, para lo cual el especialista ambiental mediante su valoración, nos indicará la mejor manera para tratar las aguas contaminadas y en manera de lo posible, reutilizar, reciclar y reducir agentes que producen desechos. Y esto también poderlo impartir con nuestros clientes externos. Es decir, aplicar un programa de E.A.
7. Lograr que todo cliente externo, comprenda el valor de cuidar, preservar y realizar un turismo responsable, esto no solo para que el cliente se lleve una buena impresión del Lodge sino para que además el cliente se lleve una buena experiencia, para esto el eco-Lodge, desarrollará actividades, en las que el cliente pueda tener un contacto directo, al momento de desempeñarlas; ya sea al alimentar y cuidar a los animales del refugio, participar en la interpretación ambiental dentro del Parque Nacional Llanganates, visita y valorización a la identidad Kichwa, trabajo en la granja agrícola, etc.
8. Para esto, se deberá mantener estándares de calidad, mediante la elaboración de manuales propios del Lodge, basados en los valores,

principios y responsabilidad ambiental, socio-cultural y económica. Así mismo, mediante la evaluación de servicios del lodge, que será proporcionado por el cliente externo, se recopilará información de recomendaciones, quejas, etc. Que servirá como oportunidad de mejoras y retro alimentación del recurso humano de la empresa, en conclusión, y como se mencionó anteriormente esto no solo nos enfocaremos en que el cliente se lleva una buena impresión del Lodge, sino que además el cliente se lleve una buena experiencia, y que esto en sí, produzca un marketing viral, un marketing boca a boca.

### **5.3.6. Logo empresarial**

En síntesis, para el logo empresarial se escogió los colores rojo y verde, para las letras y para el grafico, tenemos al emblemático gallito de peña, autóctono de la zona, que se lo puede observar con facilidad.

El gallito de peña en colores amarillo, azul y rojo, contiene los colores de la bandera ecuatoriana, debido al realce que vamos a darle a la amazonia ecuatoriana, en lo que tiene que ver con los colores de las letras, por el significado de los colores, el rojo significa fuerza, pasión, amor; combinado con el color verde, que significa naturaleza, esperanza; lo que significa que Jatun Yacu Eco Lodge es una empresa que ama y respeta la vida, que ama y le apasiona el trabajo sustentable que desea desempeñar al realizar la actividad turística. Que con fuerza y esperanza laborara cada día, para llegar a la conciencia de los turistas, porque la única huella que queremos dejar, no es la de destruir todo lo que se nos cruce a nuestro paso, sino deseamos dejar huella en el corazón de cada uno de los turistas, para que la mejor experiencia de su vida se quede en el mismo, y que mejor que vivenciarlo en Jatun Yacu Eco Lodge, donde se sentirá la vida hasta en la planta más pequeña, donde se sentirá que el aire más puro del mundo puede penetrarte, donde la amazonia, donde la naturaleza, aflorará los sentimientos de los turistas.

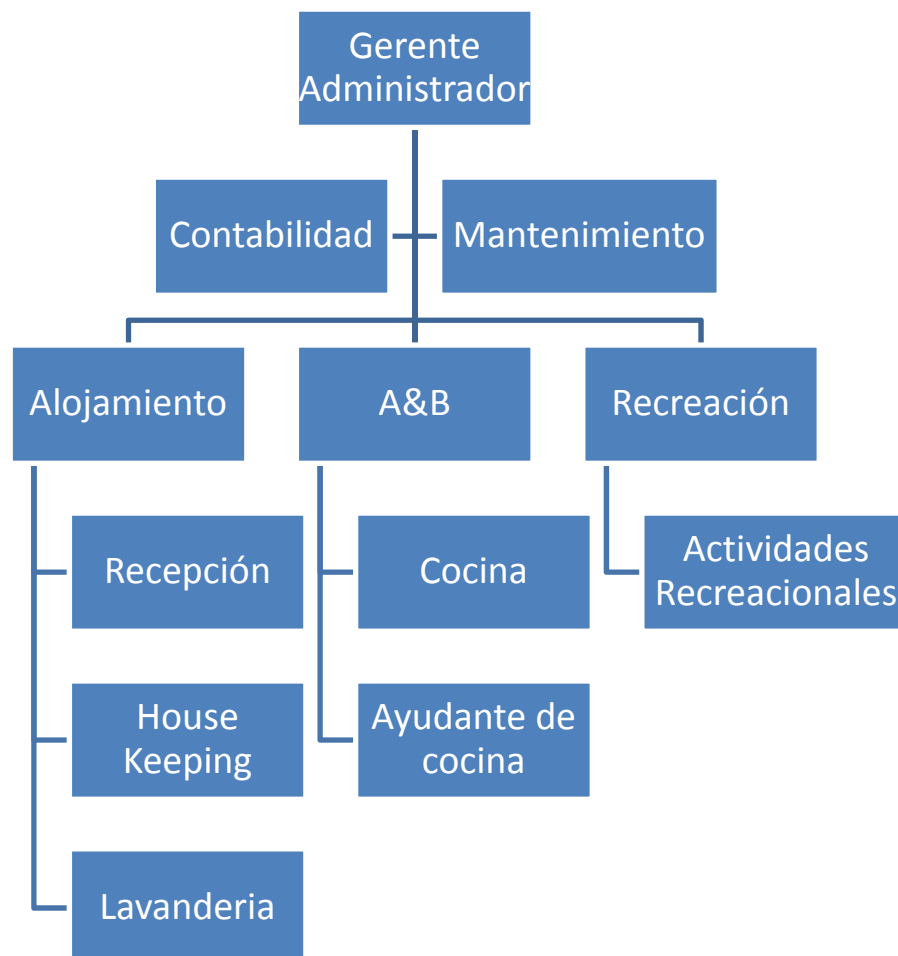
Imagen 5.1 Logo empresarial



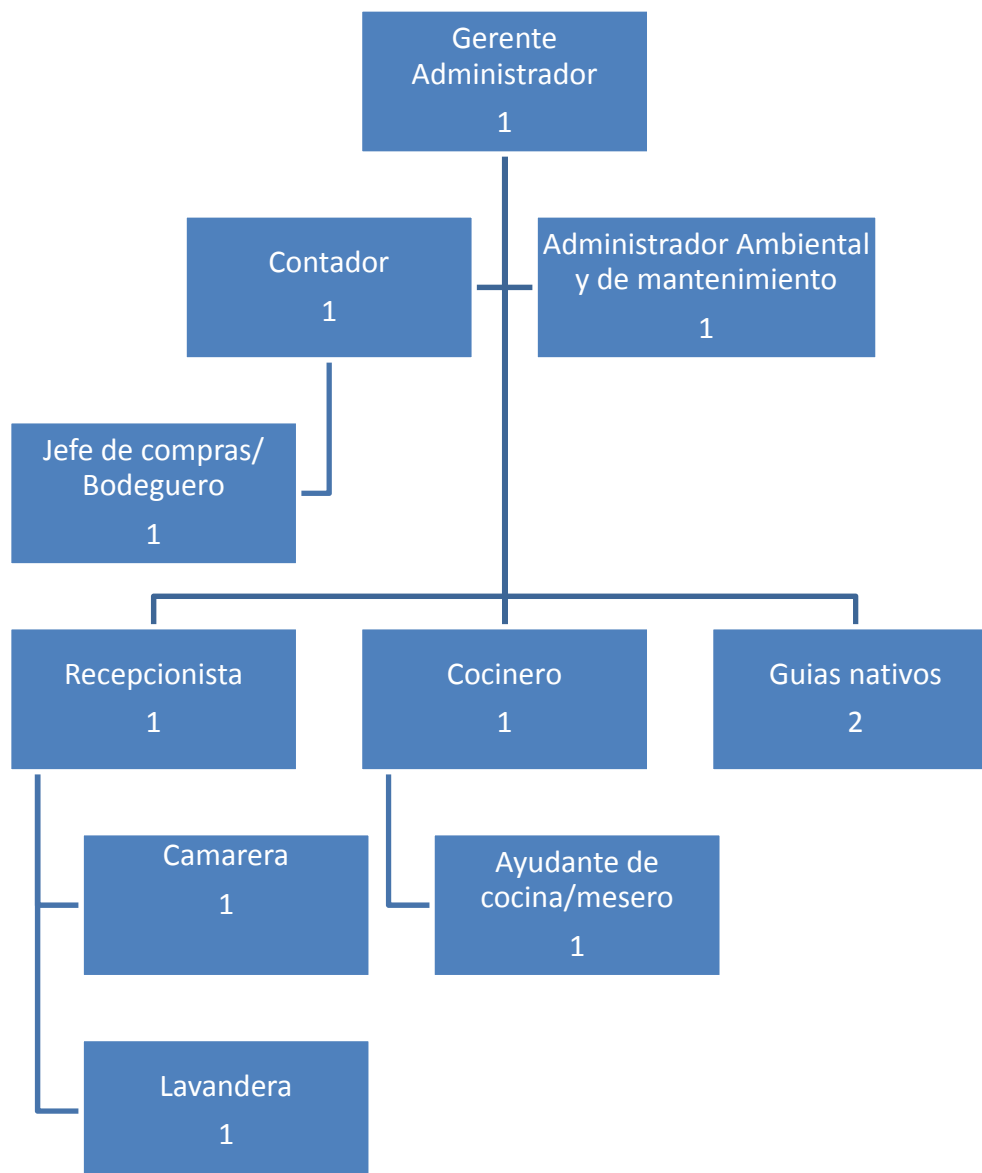
Elaborado: Diseñador Gráfico Esteban Verdozoto  
2011

## 5.4. Estructura Organizacional

### 5.4.1. Organigrama estructural



### 5.4.2. Organigrama de personal





### 5.4.3. Manual de responsabilidades

- **Recepcionista**

**Funciones:**

Llamar al cliente por su nombre, de preferencia por su apellido.
Brindar siempre el saludo y sonreír.
Sonará música autóctona suave de ambiente.
La Recepción deberá estar siempre limpia.
Mostrar siempre flores naturales y frescas, típicas de la zona.
Se preferirá al cliente antes que a las tareas de back office.
Si ve al cliente fumar, pedirle de favor que se retire al área despejada.
El tiempo de espera para que un cliente realice la inscripción a la llegada al hotel no superará los 10 minutos.
El recepcionista está en capacidad de dar autorización a la prolongación de estadías.
Disponer de cambios de habitación solicitados por el departamento de Housekeeping o por el mismo huésped.
Favorecer las relaciones interdepartamentales. Una comunicación fluida y formal con otros departamentos será muy importante para un mejor desempeño de las actividades en el Eco-Lodge.
El departamento de Recepción funciona las 24 horas, es por ello que finalizado el horario del departamento de reservas, es el encargado de tomar las mismas.
Efectuar bloqueo de habitaciones en caso de que el departamento de Housekeeping lo requiera, ya que por alguna razón no esté disponible la misma por refacción, reparación, limpieza profunda, etc.
Mantener contacto visual directo con clientes y huéspedes, prestar la debida atención en sus requerimientos y en caso de inconvenientes, resolverlos de la mejor manera posible.
Conocer las instalaciones, horarios, planos de evacuación y datos útiles del lugar para brindar mejor información al huésped.

- **Administrador**

**Funciones:**

Se contestarán las reservas en un máximo de 24 horas.
Si la reserva es por teléfono, la respuesta será inmediata.
Informarle al cliente sobre la fecha de vencimiento de la reserva.
Las cancelaciones deberán hacerse con 14 días de anticipación en temporada baja, y 28 días en temporada alta.
Durante la reserva se ofrecerán servicios adicionales: Hab. Superior, alimentación completa, actividades recreativas extras.
Se tendrá especial atención a las reservas directas.
En caso de tener dialogo directo con el cliente, informarle sobre preferencias en habitaciones (sencillas, dobles, matrimoniales, con vista, sin vista, etc)
Al llegar un huésped con reservación y sin equipaje, se le solicitara garantía por la cantidad de noches que permanecerá.
No se aceptan visitas en las habitaciones.
El checkin es a las 2 pm y el checkout a las 12:00pm.
Resolver inconvenientes o quejas de clientes, relacionados con la reservación o la aplicación de la tarifa.
Se contestará las llamadas en el menor tiempo posible, máximo en el tercer timbre.
Earlydepartures (salida antes de la fecha reservada): Se cobrara el 100% de la tarifa otorgada.
Late CheckOut: (salida posterior al horario establecido): se cobrara el 50% de la tarifa otorgada.
Si una compañía o empresa tiene crédito con el hotel, la reservación quedara garantizada al enviarnos una carta indicando que la empresa garantiza y-o cubre los gastos de dicha reservación.

- **Camarera/ Lavandera**

**Funciones:**

Durante la realización del trabajo, se debe evitar cualquier tipo de ruidos en la medida de lo posible, extremando esta medida en las primeras horas de la mañana. (Hablar en voz alta, prestar atención con la aspiradora)
Durante la rutina de limpieza de habitaciones, el carro debe colocarse en la puerta de las habitaciones que se estén limpiando en ese momento, y ser controlado en todo momento por la camarera responsable del mismo.
No se debe abandonar nunca un carro en el pasillo, para evitar pérdidas.
Los carros de limpieza deben ser manejados con el cuidado suficiente para evitar el deterioro o rotura.
La limpieza de habitaciones se realizará durante el turno de la mañana, la limpieza de las zonas comunes dos veces al día y la de zonas internas (despachos, vestuarios, etc.) una vez al día, preferiblemente por la tarde.
Debido al ser un eco-lodge, y tener principios sostenibles, todas las camareras deberán conocer y llevar consigo el plan de manejo de desechos sólidos.
Las camareras al realizar las respectivas limpiezas de las habitaciones, deberá separar los materiales de desecho (cuando el cliente no lo haya hecho), para su reciclaje: orgánico e inorgánico. Que deberán ser colocados en los cubos identificados por colores en el carro de limpieza, para ser posteriormente colocados en los contenedores asignados.
Llevar un registro especial de recolección de desechos, en el que conste además la persona responsable, tipo de desechos, etc.
No olvidar que los amenities como jabón y shampoo para uso de los clientes y personal, deben ser biodegradables.
Por tratarse de un área enfocada a la limpieza y mantenimiento del eco-Eco Lodge, la recolección y disposición final de los desechos se harán de forma eficiente y segura. (Al recoger la basura, <u>verificar</u> que no exista mezcla de desechos, es decir, que no pertenezcan a dicha clasificación).

Antes de empezar la jornada de trabajo, existirá una reunión a fin de asignar tareas y habitaciones. E informar sobre eventos especiales que vayan a ocurrir en el Eco Lodge.
Todo baño social deberá estar provisto de basureros con tapa, papel higiénico, secadores de manos y otros productos biodegradables en dispensadores. Que deberán ser revisados constantemente para verificar que no falte ninguno de estos productos.
Housekeeping será responsable de organizar y crear pequeños rótulos de consejos dentro de las habitaciones en lo que respecta al ahorro de agua y energía.
Es deber y obligación de cada uno de los miembros de housekeeping, conocer sobre las actividades recreacionales, educacionales, servicios, información de instalaciones, etc. En caso de que un cliente necesite información alguna.
Todos los miembros del área, deberán usar su uniforme adecuadamente. Acatando todas las funciones y responsabilidades de su manual de inducción.

- **Ayudante de cocina/ mesero**

**Funciones:**

Sonará música de ambiente suave, música autóctona kichwa.
Los horarios de atención serán desde las 5:30 am hasta las 8:00 pm. Sin embargo, en caso de requerir un cliente una de sus comidas antes o después del horario establecido, dicha petición deberá ser cumplida, dando la libertad de que la persona encargada acuerde con el cliente la hora y el lugar dentro del establecimiento.
Las instalaciones del restaurante "Sacha Runa" (que en kichwa significa hombre de la selva) deberán estar decoradas y en ambiente con la cultura kichwa, cuadros, pinturas, cerámicas, artesanías, etc. Sin olvidar que la identidad cultural estará presente en todo el Eco-Lodge.
Los manteles del restaurante serán siempre uniformes, siendo estos de características quichua.

<p>La calidad de la cristalería será de porcelana, para menús normales, para menús especiales de la casa (comida típica) se utilizará vajilla de barro como platos, pilches o mucahuas para servir bebidas.</p>
<p>Existirá carta en dos idiomas: inglés y español.</p>
<p>La carta estará estructurada en dos partes: varios platos normales y varios platos típicos de la región amazónica.</p>
<p>La carta deberá contener siempre los platos típicos de la zona, sin embargo el mesero deberá informar que de acuerdo a la temporada, los platos estarán disponibles. (Debido a la cosecha de algunos productos y carnes de animales).</p>
<p>El contenido de la carta será revisado al menos una vez a los tres meses, y en caso de requerirlo será re estructurado.</p>
<p>Los precios indicados en la carta, deberán incluir impuestos de IVA y servicio.</p>
<p>Las comandas utilizados por los meseros deberán estar en letra legible para que al momento de ingresar a cocina, no causen confusiones de pedidos. RECORDAR: que manejamos alimentos de procedencia especial.</p>
<p>Explicar al cliente que la comida típica de la región ofrecida en el restaurante, no afecta a la fauna de la región, debido a que procede de las granjas del Eco-Lodge.</p>
<p>Dentro del restaurante en la cartelera de novedades, deberá existir el aviso de que todos los alimentos manejados en la cocina del restaurante, son procesados con productos biodegradables para la limpieza y desinfección de los productos alimenticios.</p>
<p>El Restaurante deberá estar en continua limpieza, siendo el momento adecuado cuando no haya clientes presentes dentro del mismo.</p>
<p>El personal del Restaurante “Sacha Runa”, deberá estar vestido en todo momento acorde a su manual de funciones y responsabilidades, es decir, con vestimenta característica de la zona.</p>

- **Guías**

**Funciones:**

Existirá un programa de actividades recreacionales con una planificación quincenal. Esto para no sobrecargar siempre al mismo sendero. O para no causar demasiada intromisión en la fauna silvestre.

Los programas de actividades recreacionales incluirán: aviturismo, senderismo, caminatas a las orillas del río y dentro del Parque Nacional Llanganates.

Visita a las Cascadas de Río Blanco, Alukus, Achiyacu, Pimpilala: Con caídas de agua desde 11 hasta 90 metros de altura.

Visita al Balneario de Waysa Yacu.

Turismo Comunitario en la Comunidad Kichwa Sinchi Pura: Una asociación liderada por mujeres.

Museo de la comunidad de Serena: Recoge el esfuerzo de muchas familias por consolidar su razón como Nacionalidad Indígena.

Petroglifos de Puma Rumi: Conjunto de 11 figuras en las que sobresalen signos parecidos a una balanza, serpientes y pequeños muñecos.

Rafting en el Río Jatun Yacu, este último opcional, si el cliente lo requiere, ya que representa un costo extra al del paquete ya contratado por el cliente.

Las actividades recreacionales se realizarán especialmente en la mañana y tarde.

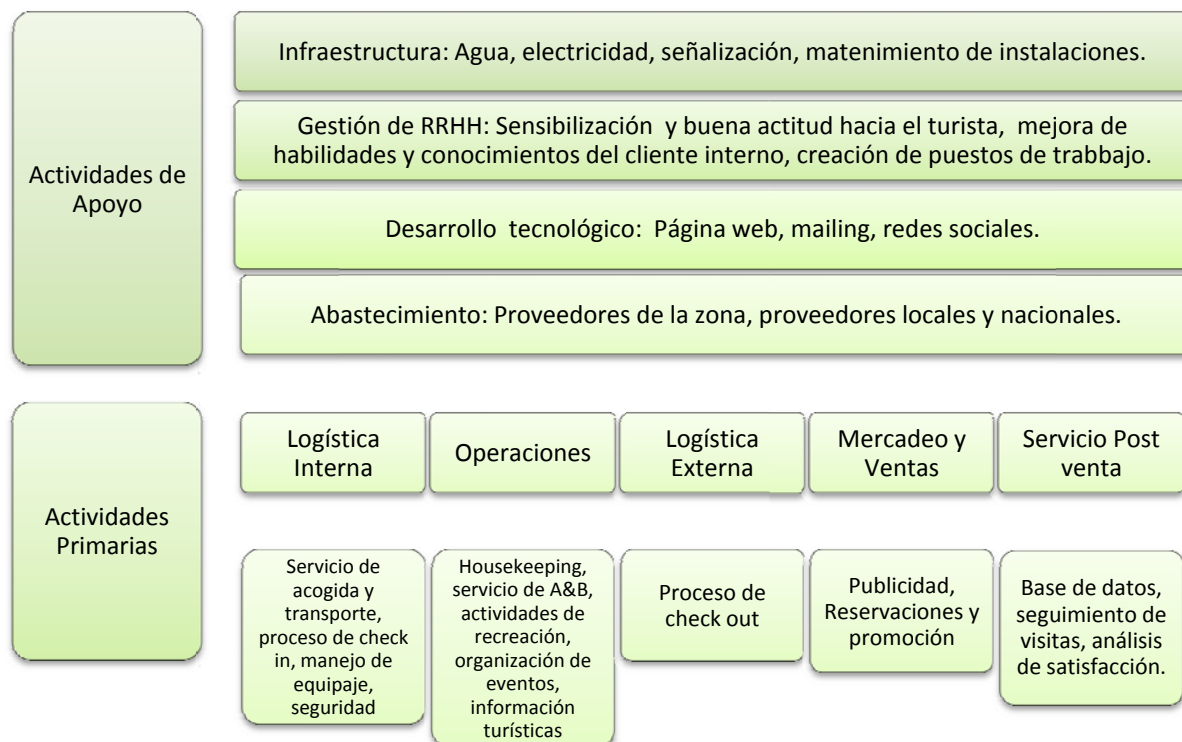
Existirá un programa de actividades educacionales con una planificación semanal. Ya sea visitando la granja orgánica o la planta de tratamientos de aguas.

Los programas de actividades educacionales incluirán temas como: flora y fauna, áreas naturales y su conservación, manejo de desechos sólidos, temas de contaminación por encontrarnos en un ambiente delicado, contribución al desarrollo local, respeto a culturas y poblaciones locales, todas ellas relacionadas directamente con políticas de sostenibilidad.

<p>Las actividades educacionales se realizarán de preferencia en la tarde y noche.</p>
<p>Existirá un programa de manejo de voluntariado con una planificación trimestral o semestral, dependiendo del tiempo disponible del voluntario. Siendo el guía, el responsable de incluir al voluntario a las actividades cotidianas del Eco Lodge, en el caso de requerirlo.</p>
<p>El programa de voluntariado permitirá recibir gente joven, interesada en apoyar trabajo ecológico, el mismo que consiste en asistir en tareas de los guías, además tareas como relaciones comunitarias, cuidado y experimentación en la granja orgánica y mantenimiento de los senderos.</p>
<p>Las planificaciones de actividades recreacionales y actividades educacionales serán expuestas en el salón principal del eco-lodge, deberán estar en inglés y español y además indicar el nombre de la persona o personas responsables de dichas actividades.</p>
<p>Para las actividades exteriores del Eco Lodge, estarán a disposición del huésped, botas de caucho y ponchos, que podrán ser solicitados en recepción.</p>
<p>Dichos pedidos anteriores, deberán ser registrados en recepción con el número de la habitación, nombre del huésped y con el detalle de los artículos.</p>
<p>Junto a la publicación de los programas, estarán además las normas de seguridad para el huésped. Las mismas que, serán dadas a conocer por los guías.</p>
<p>A más de estar expuestas las actividades del Eco-Lodge en las carteleras, todo el personal deberá tener conocimiento de dichas actividades, con el fin de proporcionar una información clara en caso de requerirlo el cliente.</p>
<p>El guía o persona responsable de las actividades, deberá dar a conocer con anterioridad la hora de salida y retorno de la expedición, dando además indicaciones y recomendaciones de que llevar.</p>

#### 5.4.4. Cadena de valor y procesos

Tabla 5.2 Cadena de Valor y Procesos



Fuente: Karla Chacón/2011

#### 5.4.5. Políticas

**Check in:** 2 pm

**Check out:** 12 pm

**Política de garantía:** Se requiere de una tarjeta de crédito para garantizar la reservación.

**Política de depósito:** Se requiere el valor total de la estadía.

**Política de cancelación:** 15 días antes del check in, 100% de reembolso a favor del cliente. Cancelación entre 14 y 8 días se factura el 50%. Cancelaciones menos de 7 días se facturará el 100% del valor de la tarifa.



**Restricciones:** No se admiten mascotas. No se permite el acceso a las habitaciones a visitantes no registrados en la recepción.

**No show:** En caso de no show, se cargará el 100% de la estadía.

**Late checkout:** Se requiere solicitar en la recepción, el mismo día que el cliente hace su salida, será permitido hasta las 2 pm del mismo día sin recargo, sujeto a disponibilidad. En el caso de solicitarse más tiempo, se cobrará el 50% del valor de la tarifa.

**Early checkout:** Se considera a la salida anticipada del hotel. La penalidad se basa de acuerdo al día y hora del checkout. Si el cliente hace su salida 1 o dos noches antes de la fecha indicada, se cobrará el 100% de la reservación. Si el huésped realiza su checkout horas antes de la salida permitida no se factura ningún recargo adicional.

**Early check in:** Este servicio estará sujeto a disponibilidad al momento de la llegada del cliente y con un recargo del 50% de la tarifa dependiendo de la hora de ingreso al hotel.

## **CAPITULO VI: PLAN MERCADO**

### **6.1. Introducción**

Este capítulo será desarrollado con la finalidad de planear y crear de forma eficaz y responsable, estrategias u acciones necesarias para alcanzar objetivos de posicionamiento principalmente. Los mismos que permitirán desarrollar el producto de forma más concreta, establecer el precio y el manejo de promoción.

### **6.2. Objetivos del Plan**

- Determinar los medios de comercialización más eficaces para la promoción de la empresa.
- Fijar y establecer características específicas del producto, plaza, precio, promoción.
- Posicionar slogan e imagen corporativa del nuevo producto, en el mercado de turismo sostenible.

### **6.3. Mercado Objetivo**

#### **6.3.1. Perfil del mercado**

Para empezar mencionaremos que Jatun Yacu Eco Lodge, está enfocado tanto para turistas nacionales como extranjeros, es decir, turismo interno y turismo receptivo.

Sin embargo, según los datos estadísticos proporcionados por el Gobierno Municipal de Tena, las visitas de mayor número que recibe la provincia de Napo, son provenientes de turistas nacionales y menor número de turistas extranjeros, por ejemplo en el 2010 el número de turistas nacionales fue de 86.011 y de turistas extranjeros fue de 19.897.

Con el fin de determinar el comportamiento de estos clientes al momento de la decisión de compra, realizaremos un análisis de factores que influyen en el consumidor, estos son factores sociales, culturales, demográficos, personales y psicológicos.

**Tabla 6.1 Factores que influyen en el consumidor**

<b>Factores socio-culturales</b>	Dirigido a personas jóvenes adultas, o a adultos mayores, con afinidad por la responsabilidad social y ambiental, de un estrato social medio alto – alto. Que tengan gusto por hospedarse en hoteles de lujo y primera.
<b>Factores demográficos</b>	Para turismo receptivo: turistas provenientes de Estados Unidos, España y Alemania, promedio de edad de 50 años; para turismo interno: enfocado a turistas de la región sierra.
<b>Factores psicológicos</b>	El ser humano por naturaleza tiene la necesidad de relacionarse, es aquí donde entran las necesidades de afiliación y afecto de la pirámide Maslow, en este nivel se busca satisfacer las funciones de servicios y prestaciones que incluyen actividades deportivas, culturales y recreativas. Por esta razón, mediante una buena campaña publicitaria se puede llegar al cliente para motivar, causar expectativa y hacerles sentir la necesidad de realizar un buen turismo, siendo responsables con el medio ambiente.
<b>Factores Personales</b>	Cumplir objetivos y metas del individuo con respecto a conocimiento, enseñanza y aprendizaje de nuevos lugares, costumbres y culturas.

**Fuente:** Karla Chacón/2011

Según lo analizado anteriormente y en base a la pirámide Maslow, un turista sea nacional o extranjero, busca satisfacer sus necesidades en todo momento y en cualquier lugar, desde las más básicas, hasta la más complejas, es por

eso que al basarnos en esta teoría, en primer lugar se encuentra la necesidad básica de contar con seguridad e higiene, en un lugar tranquilo que permita descanso, seguido de la seguridad física, como accesibilidad al lugar, seguridad en el Eco Lodge y por último el cumplimiento de expectativas, la relación precio- calidad.

### 6.3.2. Estimación del tamaño de mercado

De acuerdo al panorama mundial, en cuanto a llegada de turistas por sub regiones, según Captur Pichincha, tenemos:

**Tabla 6.2 Tamaño de mercado**

<b>Américas</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>Cuota % 2010</b>
A. Del norte	147.8	140.5	150.4	16.1
El Caribe	97.7	92.1	98.7	10.6
A. Central	8.2	7.6	7.9	0.8
A. Del Sur	21.8	21.3	23.6	2.5

**Fuente:** Captur Pichincha/2011

Obviamente podemos ver un aumento año tras año, así tenemos, del 2.5% en la participación mundial del mercado turístico, tenemos el ingreso de turistas por nacionalidades al país, estos son:

**Tabla 6.3 Participación mundial  
turística por países**

Estados Unidos	20.72
Colombia	22.80
Perú	14.39
España	4.85
Argentina	4.01
Canadá	2.50
Gran Bretaña	1.99
Venezuela	2.65
Cuba	2.41
Brasil	1.58
Chile	3.91
México	1.17
Otros	17.03
	100.00

**Fuente:** Captur Pichincha/2011

Y de acuerdo a la evolución de los diez principales mercados turísticos entre enero-abril/2010-2011, tenemos:

**Tabla 6.4 Principales mercados turísticos**

<b>PRINCIPALES MERCADOS EMISORES</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>Var% 2011/2010</b>
Colombia	69.176	83.652	20,9
Estados Unidos	72.589	76.023	4,7
Perú	54.222	52.809	-2,6
España	15.682	17.780	13,4
Chile	12.235	14.341	17,2
Argentina	11.880	14.714	23,9
Venezuela	10.441	9.719	-6,9
Canadá	8.709	9.186	5,5
Cuba	9.357	8.839	-5,5
Alemania	7.786	8.236	5,8

**Fuente:** Captur Pichincha/ 2011

Esto nos permite tener una visión más clara y afirmativa a lo que se había analizado con anterioridad, es decir, nuestros productos y servicios, estarán bien enfocados a turistas de Estados Unidos, España y Alemania, ya que forman parte de una buena participación en el mercado turístico ecuatoriano.

### **6.3.3. Determinación de la participación de mercado**

Según datos proporcionados por el Municipio de Tena, en el 2010 llegaron a la provincia de Napo 86.011 turistas nacionales y 19.897 turistas extranjeros, de los cuales, los turistas nacionales solo buscan hospedarse en hoteles, hostales y hosterías de la ciudad de Tena, sin embargo los turistas extranjeros que llegan a la ciudad buscan hospedaje en Lodges o Eco Lodges, en medio de entornos naturales y culturales.

Tomando en cuenta el valor de 19.897 turistas extranjeros que ingresaron a la provincia del Napo en el año 2010, la participación de mercado en el proyecto Jatun Yacu Eco Lodge busca ser del 20% de este número, para lo cual se utilizarán diferentes alternativas y estrategias de venta para obtener este ingreso a la Hostería. Mensualmente el ingreso de turistas a Jatun Yacu se proyectará alrededor de 331 personas quienes llegarán a hospedarse en el proyecto.

#### **6.3.4. Evaluación de la competencia**

La siguiente evaluación de la competencia, contiene información detallada y minuciosa sobre productos y servicios de cada uno de nuestros competidores, a fin de determinar si estos contienen similitudes a los que nuestro proyecto ofrecerá, y determinar así características específicas y concretas que se puedan agregar a nuestros productos y servicios, que nos permitan diferenciar, para obtener una buena aceptación en el mercado. Así tenemos:

##### **Napo Wild life Center**

El albergue consta de 12 cabañas de lujo y un gran salón comedor con biblioteca y un bar con varias alternativas de productos.

Las habitaciones son físicamente amplias (más de 450 pies cuadrados), limpias, e incluyen: Una cama kingsize, baño privado con duchas de agua caliente, balcones privados con vistas al lago, 24 horas de electricidad, ventiladores de techo y caja de seguridad en cada habitación.

**Otros servicios:** El albergue es agradable, con arquitectura local y pisos de madera. Existe además una torre de canopy de 120 metros de altura en medio del bosque, que le permite disfrutar de la vida del bosque. Dentro de las excursiones en la selva, se puede observar monos, loros y nutrias gigantes durante el día.

## **Facilidades del Lodge**

**Electricidad:** 24 horas de electricidad por un generador híbrido, provistos por paneles solares, baterías y los motores silenciosos de última generación. Se encontrará además enchufes de 110 voltios para el baño y para la sala de estar de cada cabina, enchufes de 220 voltios, sólo en cierta área de la habitación.

**Agua:** Aunque hay mucha agua dulce en el Amazonas, se usa el agua del lago para los baños en el albergue, el agua es limpia y seguro para su propio uso, después de usarla la tratan con un sistema de humedales, para evitar cualquier contaminación del lago. El agua potable está siempre disponible en grandes contenedores de plástico para llenar sus botellas de agua propias, la idea es utilizar menor plástico posible.

**Botiquín de primeros auxilios:** En caso de cualquier eventualidad, existe en el albergue equipos de primeros auxilios. Pero siempre se debe informar al administrador del albergue o el líder de su recorrido acerca de cualquier alergia o condiciones médicas.

**Ventiladores de techo:** Hay ventiladores de techo en cada habitación y también en toda el área del comedor.

**Boutique:** Una gran variedad de artículos para el cuidado personal, souvenirs, tazas, camisetas, chalecos, gorras, sombreros, llaveros, linternas, protector solar, repelente para mosquitos, etc. están disponibles en la tienda. Estos serán incluidos en la factura del bar, el pago se hará al final de la travesía en efectivo, cheques de viajero o tarjeta de crédito.

**Comunicaciones:** El Napo Wildlife Center tiene un radio de dos vías (VHF y HF) que conecta la casa de campo, con la oficina en Quito, la oficina de Coca y

todas las instalaciones. También hay conexión a Internet por satélite, en caso de utilizar este servicio también se añadirán a la factura.

**Biblioteca:** Abierta durante todo el día, la biblioteca ofrece una gran variedad de libros, de historia natural, biología, conservación, libros culturales, libros de bolsillo y los informes científicos disponibles.

**Comida especial:** Si se pide comida vegetariana o alguna dieta especial, se debe reportar esta información al administrador.

**Servicio de internet:** Se dispone de servicio de internet en todo el albergue, bajo una tarifa razonable.

**Lavandería:** En la habitación se encuentra un saco blanco y un formulario para llenar, el valor de la lavandería será añadido a la cuenta del bar.

### **Yachana Lodge**

Se encuentra ubicado a las orillas del río Napo, en la comunidad de Mondaña, a 3 horas en canoa motor desde el Coca. Yachana ofrece un alojamiento confortable, una alternativa para un máximo de 20 personas y es popular entre los grupos de estudiantes, mochileros y voluntarios. Cada habitación tiene balcón y baño privado. En frente del edificio hay un gran *choza* ofrece un espacio común con hamacas, con vista al río Napo. Los clientes alojados en Yachana Lodge tienen todas las comidas completas, en el comedor principal. Todas las habitaciones poseen agua caliente, luz eléctrica y ventiladores, no wi-fi, además tiene una tienda de recuerdos y de venta de chocolate puro, fabricado en las mismas instalaciones.

Yachana Lodge y el Centro de Formación de Geoturismo es el único lodge amazónico ecuatoriano que contrata a personal local para trabajar con nuestros alumnos, junto con guías naturalistas nativos. Los estudiantes y sus



instructores reciben formación profesional amplia y continua, y tienen años de experiencia en la prestación de un verdadero turismo ecológico experiencia y un servicio galardonado. Todos nuestros guías son de la región amazónica, lo que significa que tienen un conocimiento intrínseco de la selva. Adicionalmente, se habla inglés, español, Kichwa y otras lenguas indígenas.

**Actividades:**

- Caminata en la selva primaria y secundaria para descubrir la fauna
- Descubrir plantas y árboles autóctonos como una extraordinaria variedad de plantas medicinales y sus usos.
- Temprano en la mañana observación de aves en una isla río arriba y ver más de 30 especies de aves.
- Ir a una caminata nocturna
- Participar en una ceremonia de limpieza tradicionales realizado por un curandero local y probar sus habilidades en las artes indígenas de cerbatanas y lanzas todavía se utiliza hoy para la caza.
- Recorrido audiovisual Yachana la Escuela Secundaria Técnica y granja orgánica e interactuar con los estudiantes - aprender acerca de su vida en la selva que ellos llaman hogar.
- Tejer su propia cesta de fibras vegetales recogidos en el bosque circundante.
- Visita a la comunidad local, la escuela primaria, y la clínica de salud fundada por Yachana.
- Disfrutar de un refrescante baño en el río Napo, uno de los mayores afluentes del río Amazonas.
- Visita nuestra casa de mariposas y aprender acerca de verdadera simbiosis y el ciclo de vida de una mariposa.
- Disfrutar de los hermosos jardines botánicos que rodean la casa de campo e identificar algunas de más de 90 especies de plantas con una guía de fotos.

## **Yarina Eco Lodge**

Yarina Eco Lodge está situado aproximadamente a 25 kilómetros por el río Napo, desde Puerto Francisco de Orellana (El Coca). Las canoas a motor duran alrededor de una hora de navegación fluvial por el río Napo hasta llegar a la Yarina Eco-lodge .

Yarina Eco Lodge , es un bosque de propiedad privada de reserva (550 ha), ubicado cerca del Parque Nacional Yasuní. Se encuentra en una zona cultural reservada que se reserva para los quichuas y los pueblos indígenas amazónicos todos en un bosque primario superior.

### **Alojamiento e instalaciones:**

- 27 cabañas múltiples (simples, dobles, triples y cuádruples) con baño privado y duchas.
- Todas las cabañas están construidas con materiales típicos de la zona.
- El agua es de 24 horas en los baños y duchas
- La electricidad es proporcionada a través de un generador de las 18H00 hasta las 22H00 (110 V.)
- Cada cabaña está equipada con camas (todas las camas con mosquiteros), armario, silla y una lámpara
- Agua caliente
- Cada cuarto de baño está equipado con lavabo, ducha, inodoro, papel higiénico, jabón y toalla.
- Hay una cabina grande, cerca del río Maduro, donde el huésped puede encontrar el restaurante, el bar y un lugar cómodo para descansar.
- El personal de cocina ofrece una variedad de alimentos sanos. Si los clientes tienen preferencias vegetarianas, el personal está dispuesto a ofrecer comida vegetariana.
- La administración del albergue ofrece a los huéspedes una caja de seguridad para mantener a sus objetos de valor.

## 6.4. Estrategia de Mercadeo

“La **estrategia de marketing** es un tipo de estrategia con el que cada unidad de negocios espera lograr sus objetivos de marketing mediante: 1) La selección del mercado meta al que desea llegar, 2) la definición del posicionamiento que intentará conseguir en la mente de los clientes meta, 3) la elección de la combinación o mezcla de marketing (producto, plaza, precio y promoción) con el que pretenderá satisfacer las necesidades o deseos del mercado meta y 4) la determinación de los niveles de gastos en marketing.”(Thompson, 2008, Estrategia del Marketing).

Como parte del concepto de penetración de mercado, Jatun Yacu Eco Lodge, ha decidido utilizar como estrategia principal una de las tendencias actuales de marketing, como lo es el Marketing Verde, enfocado en campañas amigables con el medio ambiente, es decir, nuestra campaña tendrá el concepto neto de lanzar productos y servicios que no causen mayor impacto ambiental, así los consumidores que compren estos productos buscarán satisfacer sus necesidades sin provocar daños al entorno, y no les importará pagar más dinero por lo que compran, con tal de sentir su contribución con el entorno que les rodea.

Para posicionarse en el mercado, el Eco Lodge, utilizará la *estrategia de distribución selectiva*, ubicando nuestros productos y servicios solamente en los puntos de venta que sean convenientes para el tipo de nuestros paquetes turísticos y de acuerdo al mercado objetivo; recalcando además que no utilizaremos estrategia de distribución exclusiva ni estrategia de distribución intensiva, ya que en el primero solo tendríamos un único punto de venta y en el segundo tendríamos todos los puntos de venta habidos y por haber, y no estamos enfocados en un mercado masivo.

## **6.5. Marketing Mix**

### **6.5.1. Descripción del producto o servicio**

Jatun Yacu Eco Lodge, se encuentra ubicado en la provincia de Napo, en la zona conocida por los lugareños como alto Napo, a tan solo 40 minutos de la ciudad de Tena, siguiendo por una vía terrestre de primer orden, hasta sumergirse en la espesura de la selva y llegar a la zona de amortiguamiento del Parque Nacional Llanganates, territorio legendario del general Rumiñahui.

El Eco Lodge, estará dentro de la extensión de 18 hectáreas, de las cuales en 3 hectáreas estará distribuida toda la infraestructura, como cabañas y áreas principales, aproximadamente media hectárea será destinada para la granja orgánica, y el resto de espacio, será utilizado para la implementación de senderos guiados para uso de los huéspedes.

#### **Alojamiento e instalaciones:**

Jatun Yacu proveerá de 8 cabañas en total con capacidad máxima para 19 huéspedes, tenemos cabañas simples, dobles y triples, con baño privado y ducha de agua caliente. La ambientación y decoración de las habitaciones será típica de la zona, y construida con materiales autóctonos.

La electricidad será provista por paneles solares, que colectarán la energía durante el día y permitirán su uso a partir de las 18h00 hasta 22h00.

La alimentación se basará en un régimen de tres comidas con platos típicos amazónicos, siendo estos los más saludables debido a que al ser comida muy sencilla y fresca, llevan poca condimentación y se puede apreciar los sabores que ofrece la comida amazónica, sin embargo, si el cliente tiene alguna petición importante, debe informarlo al momento de su reserva, o a su vez informarlo al administrador, para poder ayudarle con su requerimiento.

Como parte de la responsabilidad ambiental, Jatun Yacu, manejará un sistema de pantanos artificiales secos, para el procesamiento de las aguas utilizadas dentro del mismo, así como abonos orgánicos generados por nosotros mismos, para nutrir a todas las plantas de la granja orgánica; como parte de responsabilidad social y económica, se trabajará con guías nativos, lo que facilitará el conocimiento exclusivo de la selva y con personal de la zona para otras labores operativas del Eco Lodge, permitiendo además que la circulación de flujo económico se quede en la mismo zona.

### **Actividades turísticas:**

Dentro de las actividades Jatun Yacu Eco Lodge, desempeña sus actividades con visitas a comunidades indígenas como Sinchi Pura y Serena, baños refrescantes en cascadas y piscinas naturales, caminatas y cabalgatas al Parque Nacional Llanganates para la observación de flora y fauna, educación agrícola en la granja del Eco Lodge, caminatas diurnas para la observación de aves y otros animales, con un enfoque de educación ambiental, para llegar a concientizar a los turistas sobre la necesidad de realizar un turismo responsable.

#### **6.5.2. Estrategias de distribución(Plaza)**

Jatun Yacu Eco Lodge, pondrá a disposición sus productos y servicios a través de dos tipos de métodos, el primero, la venta directa, por medio de la página web, mailing y redes sociales, aunque esta no será la venta de mayor proporción, y la segunda, la venta a través de intermediarios, para esto, se entregará los diferentes paquetes turísticos que ofrece Jatun Yacu Eco Lodge a una empresa turística Mayorista, la misma que se encargará de distribuir a las Agencias turísticas más pequeñas.

### **6.5.3. Estrategias de promoción y publicidad**

Para dar a conocer la existencia del nuevo producto Jatun Yacu Eco Lodge debe inducir y motivar a la compra, por lo tanto se aplicarán estrategias de promoción como:

- Paquetes promocionales de feriados, de fin de semana, paquetes de 3d/2n, gratis la 3ra noche.
- Paquete de incentivos a las mayoristas.
- Descuentos por temporada baja.
- Descuentos por grupo.
- Crear boletines electrónicos.
- Participar en ferias.
- Auspiciar a la comunidad de Serena, en la venta de sus artículos autóctonos.
- Colocar anuncios publicitarios en el vehículo de la empresa.

### **6.5.4. Estrategias de precio**

El precio es el valor monetario que se le pondrá a nuestros productos y servicios, para ofrecerlos a los clientes. La estrategia para el precio, se ha basado en las encuestas realizadas y respuestas obtenidas por los posibles clientes en relación al tiempo que les gustaría visitar un Eco Lodge con el precio dispuesto a pagar, además de la relación con la competencia y los costos que nos representa como empresa.

Como parte de una de las estrategias que utilizará Jatun Yacu Eco Lodge, dentro de su campaña publicitaria es lanzar al mercado un nuevo producto con un precio bajo, para que, de ese modo, podamos lograr una rápida penetración, una rápida acogida, o podamos hacerlo rápidamente conocido. Es decir, reducir los precios por debajo de los de la competencia, para que, de ese modo, podamos bloquearla y ganarle mercado.

A continuación, se presenta un cuadro con los precios por persona, desglosado en costos variables y costos fijos, tanto para nacionalidad ecuatoriana y extranjera, en cuanto a alojamiento, alimentación y actividades, que será entregado para a las mayoristas:

**Tabla 6.5 Precio por Paquetes**

Producto	Costo Variable	Costo fijo	Costo Total	Utilidad	Precio
<b>3d/2n</b>	45,94	10,50	<b>56,44</b>	200%	\$ 169
<b>4d/3n</b>	62,84	14,00	<b>76,84</b>	200%	\$ 231
<b>5d/4n</b>	110,4	17,5	<b>127,86</b>	200%	\$ 384
<b>1 semana</b>	237,9	21	<b>258,90</b>	200%	\$ 777

Fuente: Karla Chacón/2011

Con lo presentado anteriormente, tenemos un cuadro con los diferentes paquetes turísticos y sus respectivos precios, presentados al público:

**Tabla 6.6 Paquetes turísticos**

Paquete turístico	Precio	Incluye	No incluye
4 días/ 3 noches	\$320	Transporte desde la ciudad de Tena a Jatun Yacu Eco Lodge y viceversa, guía-nativo naturalista en inglés, tres comidas diarias, alojamiento, agua purificada, botas de caucho, poncho de agua.	Cualquier tipo de vuelo aéreo, binoculares, bebidas extras a las especificadas, propinas extras, objetos personales, seguro de viaje, entrada al Parque Nacional Llanganates (\$5)
5 días/ 4 noches	\$400	Transporte desde la ciudad de Tena a Jatun Yacu Eco Lodge y viceversa, guía-nativo naturalista en inglés, tres	Cualquier tipo de vuelo aéreo, binoculares, bebidas extras a las especificadas,

		comidas diarias, alojamiento, agua purificada, botas de caucho, poncho de agua.	propinas extras, objetos personales, seguro de viaje, entrada al Parque Nacional Llanganates (\$5)
1 semana	\$560	Transporte desde la ciudad de Tena a Jatun Yacu Eco Lodge y viceversa, guía-nativo naturalista en inglés, tres comidas diarias, alojamiento, agua purificada, botas de caucho, poncho de agua.	Cualquier tipo de vuelo aéreo, binoculares, bebidas extras a las especificadas, propinas extras, objetos personales, seguro de viaje, entrada al Parque Nacional Llanganates (\$5)

**Fuente:** Karla Chacón/2011

Al valor de los tours hay que añadirle el 10% de servicio y el 12% de I.V.A.

El precio de los paquetes presentados, son por persona y el caso de existir niños, hasta los 8 años, recibirán un descuento del 30%.

## 6.6. Evaluación del Plan

Al concluir este capítulo, se ha podido definir de forma más clara y concreta la estructura del producto, donde será distribuido y los precios que serán establecidos para la venta, desarrollados dentro de estrategias del marketing mix, lo que permitirá lograr una buena participación en el mercado, no con complejas o con grandes campañas de publicidad, pero si con estrategias concretas y certeras, identificando además la participación del mercado que se espera obtener cuando el proyecto sea puesto en marcha, para poder mantenernos como un proyecto turístico viable y con suficientes réditos económicos y con suficiente responsabilidad ambiental.



## **CAPITULO VII: PLAN DE MANEJO AMBIENTAL, SOCIO-CULTURAL Y ECONOMICO**

### **7.1. Buenas Prácticas para turismo sostenible en la implementación del Proyecto**

Rainforest Alliance en su Manual de Buenas Prácticas para Turismo Sostenible (2005, pág. 4) señala que “Buenas Prácticas para turismo Sostenible es una herramienta que permite a los empresarios turísticos adoptar prácticas de gestión sostenibles, de una manera sencilla y efectiva. Para mejorar su desempeño en sostenibilidad y acceder a este interesante nicho de mercado.”

#### **7.1.1. Ambiental**

Si la industria turística no se regula adecuadamente puede generar un impacto negativo en la cultura local y en el ambiente natural. La naturaleza tiene sus límites y cuando se llegan a deteriorar las atracciones de un sitio por su uso inadecuado, el destino turístico decae.

La creciente conciencia ambiental y social en los viajeros de hoy se debe considerar en los planes de acción de los empresarios turísticos; por ende, éstos deben adoptar prácticas amigables con el ambiente.

##### **7.1.1.1. Agua**

“El agua es un recurso indispensable para todos los seres vivos. El Ecuador es uno de los países con mayores reservas de agua en la región. Sin embargo, su mal manejo e inequitativa distribución generan serios conflictos ambientales, sociales y económicos” (Rainforest Alliance, 2005, pág. 68)

Brack A. y Mendiola C. (2009, cap. 17) mencionan que su importancia estriba en los siguientes aspectos:

**“1. Es fuente de vida:** Sin ella no pueden vivir ni las plantas, ni los animales ni el ser humano.

**2. Es indispensable en la vida diaria:**

- Uso doméstico: en la casa para lavar, cocinar, regar, lavar ropa, etc.
- Uso industrial
- Uso agrícola: en la agricultura para irrigar los campos.
- Uso ganadero
- En la acuicultura: para criar peces y otras especies.
- Uso medicinal: Las aguas termales y medicinales.
- Uso deportivo: en los deportes como la natación, esquí acuático, canotaje, etc.
- Uso municipal: en las ciudades para riego de parques y jardines.”

### **Principios Básicos**

Según Rainforest Alliance (2005, cap. 1.1 Agua) los principios básicos son:

- “Racionalizar y reducir el consumo de agua
- Educar a los clientes y empleados de la importancia del agua
- Velar por la calidad de las aguas utilizadas y servidas
- Utilizar métodos de purificación naturales”

### **Consejos Prácticos**

- Mantener controles y registros periódicos del agua, para conocer exactamente cuánta agua se está consumiendo y cuáles son las áreas en donde se produce más consumo.
- Debido a que la fuente de agua es propia, de igual manera se deberá instalar un medidor de agua, para medir su consumo.
- Establecer planes operativos para el uso eficiente de agua, como la utilización de aguas de esorrentía, para labores de limpieza, lavandería, áreas verdes, granja orgánica. etc.

- Instalar sistemas de tratamiento de aguas servidas. Para ellos se contará con un sistema de pantanos artificiales secos.

### **7.1.1.2. Energía**

Debido a encontrarse el proyecto en una zona de amortiguamiento por estar a las cercanías de un Parque Nacional, se recurrirá a la energía solar, logrando así, el aprovechamiento directo de la radiación del sol, y de la cual se obtiene calor y electricidad.

#### **Principios Básicos**

Basado en las Buenas Prácticas para Turismo Sostenible de Rainforest Alliance (2005, cap. 1.2 Energía) cita que se debe:

- “Racionalizar y reducir el consumo de energía, así esta provenga de fuentes puras de energía y libre de contaminación, como los paneles solares.
- Educar a clientes y empleados sobre la importancia de este tipo de energía.”

#### **Consejos Prácticos**

- Revisar periódicamente los paneles solares así como las instalaciones eléctricas del establecimiento. Así se podrá encontrar a tiempo conexiones en mal estado e interruptores defectuosos, se evitará posibles accidentes y se ahorrará en el consumo de electricidad.
- Llevar un registro de consumo de energía, preferiblemente por área de servicio (cocina, habitaciones, etc.) esto se realizará por cada panel solar instalado en cada área.
- Establecer un programa de ahorro de energía que involucre tanto a empleados como a los clientes. Como por ejemplo: apagar las luces cuando no la necesiten o cuando salgan de la habitación, mantener

abiertas las cortinas y ventanas durante el día para que entre luz suficiente, etc.

- Considerar la construcción de patios de luz y tragaluces en la infraestructura del establecimiento.

### **7.1.1.3. Áreas Naturales**

Al encontrarse el proyecto en zonas aledañas al Parque Nacional Llanganates, es importante mencionar lo que PANE (Patrimonio de Áreas Naturales del Ecuador) (2010, Ecuador: Turismo en Áreas Protegidas) protege:

“Las áreas del PANE salvaguardan nuestro mayor tesoro: la diversidad biológica y los procesos y recursos que de ella se derivan. Dentro de las áreas protegidas se encuentra un 75% de las aves, 90% de los anfibios y 60% de todas las plantas existentes en el país. Pero, además, las áreas protegidas son hogar y fuente de recursos de diversos grupos humanos, y son indispensables para la reproducción de sus culturas; kichwas, waorani, shuar, achuar, shiwiar, cofanes, sionas, secoyas, chachis, negros, cholos, mestizos y los pueblos no contactados Tagaeri y Taromenane, cumplen un rol muy importante en el uso, manejo y conservación de las diferentes reservas y de sus áreas de influencia.”

A lo largo del tiempo, el hombre ha sido quien domine la naturaleza y subsista de plantas y animales, de esta manera se incrementó tanto su utilización hasta niveles muy por encima de la capacidad de regeneración de la naturaleza. Es por eso que, la conservación de áreas naturales viene a ser muy importante en el desarrollo de este proyecto ya que al encontrarnos en zonas aledañas al P.N. Llanganates, es indispensable señalar consejos prácticos de conservación.

### **Principios Básicos**

- “Apoyar en la conservación del Parque Nacional

- Incentivar a participar en programas de limpieza y mantenimiento dentro del establecimiento así como en el entorno natural.
- Verificar la presencia de áreas protegidas cercanas, y obtener información relacionada con: ubicación, atractivos, senderos, señalización, horarios de visita y accesibilidad.
- Solicitar mapas, folletos, etc. Y poner a disposición de los clientes.
- Apoyar y cooperar con las operaciones del Parque Nacional y su buen funcionamiento.
- Realizar un inventario de senderos y atractivos. Para laborar con los mismos.
- Los senderos deben estar interpretados para evitar cualquier tipo de inconveniente.” (Rainforest Alliance, 2005, cap. 1.4 Áreas Naturales y Conservación)

#### **7.1.1.4. Contaminación**

##### **7.1.1.4.1. Desechos sólidos**

El manejar correctamente los desechos generados por la actividad turística, pueden ser de gran utilidad ya sea para reciclaje o reutilización, en beneficio del establecimiento turístico, tanto ambientalmente como económicamente.

#### **Principios Básicos**

Basado en el manejo de Desechos Sólidos, Rainforest Alliance (2005, cap. 1.6) pone a consideración los siguientes principios:

- “Contar con una planta de reciclaje y compostaje. La planta de reciclaje para desechos inorgánicos y la planta de compostaje para desechos orgánicos.
- Contar con un programa de reciclaje y reutilización.”

#### **Consejos Prácticos**

- Motivar al cliente interno y externo para reducir la cantidad de desechos.

- No utilizar platos, vasos, cubiertos desechables. En gran cantidad estos, son una fuente muy considerable de contaminación.
- Proveer las habitaciones dispensadores de jabón, champú y papel higiénico.
- No utilizar pinturas que contengan plomo.
- Utilizar productos de tocador y de limpieza biodegradables.

#### **7.1.1.4.2. Aguas residuales**

Durante la actividad turística se pueden generar algunos tipos de contaminación, así como el adecuado manejo de desechos sólidos, podemos realizar un adecuado manejo de las aguas residuales: aguas grises y negras y aguas de escorrentía. Siendo así, que el propósito de los tratamientos de agua, son reducir potenciales peligros para el medio ambiente, como contaminar más ríos o contaminar el suelo.

#### **Principios Básicos**

Rainforest Alliance (2005, cap. 1.7 Contaminación) indica:

- “Manejar y tratar las aguas residuales, de manera que no afecten el medio ambiente.
- Aprovechar el uso de aguas de escorrentía.”

#### **Consejos Prácticos**

- Llevar un registro con la composición y calidad de las aguas residuales.
- Establecer un plan de manejo de aguas residuales: grises y negras.
- Asegurarse que las aguas residuales no se descarguen directamente a ríos o suelos.

### 7.1.1.5. Educación Ambiental

Esta definición ofrecida en el Congreso Internacional de Moscú (1987) nos sintetiza el concepto de educación ambiental en:

“**EA** se concibe como un proceso permanente en el que los individuos y la colectividad toman conciencia de su entorno y adquieren los conocimientos, los valores, las competencias, la experiencia y la voluntad que les permitirán actuar, individual y colectivamente, para resolver los problemas actuales y futuros del medio ambiente.

La EA se propone formar una población consciente y preocupada por el medio ambiente y por los problemas con él relacionados, una población que disponga de los conocimientos, competencias, estado de ánimo, motivaciones y sentido de compromiso que le permitan trabajo individual y colectivamente para resolver los problemas actuales impidiendo que se producen otros nuevos. No es suficiente con la simple información. (Congreso Internacional de Turismo, 1987, p. 113)”

Al encontrarse el desarrollo del proyecto en un medio silvestre o en un ambiente natural, es importante conservar la vida de plantas y animales, de modo que esto permita su continuidad para la apreciación de generaciones futuras y no solo de las presentes.

#### **Principios Básicos**

- “Fomentar el comportamiento responsable de los visitantes así como de los clientes internos.
- Realizar acciones concretas de educación ambiental, enfocado a las comunidades cercanas, clientes internos y externos.
- Difundir que bajo ninguna circunstancia se deberá vender, traficar o exhibir animales o especies en peligro de extinción o provenientes de

prácticas no sostenibles; no se debe mantener animales silvestres en cautiverio, salvo en el caso de zoo criaderos, rescate o reintroducción de especies.” (Rainforest Alliance, 2005, cap.1.8 Educación Ambiental)

### **Consejos Prácticos**

- Brindar educación Ambiental. Mediante charlas y exposiciones orales, debates que impliquen la exposición de diferentes puntos de vista, análisis de argumentos, reflexión, etc.
- Utilización de audiovisuales, como complemento a ciertas actividades o como introducción a otros temas.
- Excursiones y visitas tanto a espacios naturales como a comunidades locales.

#### **7.1.2. Sociocultural**

La empresa turística convive con la belleza natural que la rodea y además, con una cultura local. Este ambiente social es de gran importancia para el éxito e imagen de la operación.

“La comunidad es un gran referente de mercado. Muchas empresas tienen claro que una comunidad que convive con la empresa es otro agente de venta de sus servicios. La operación turística convive con un entorno social, es decir, con un grupo de personas que comparten objetivos de desarrollo, por lo cual, la relación entre el actor turístico y su entorno socio-cultural debe convertirse en una base sólida para cumplir con la responsabilidad social y a su vez, aportar para el desarrollo de este entorno, en beneficio mutuo de las partes. Una operación turística, que mantiene buenas relaciones con el grupo social que convive, adquiere un valor agregado que será percibido por su cliente.”(Rainforest Alliance, 2005, tercera versión).



### **7.1.2.1. Contribución al desarrollo local**

El trabajar conjuntamente con una comunidad, significa entender una idea generalizada de los requerimientos y necesidades de la comunidad local con la que se trabajará, como actores partícipes e involucrados en la actividad turística.

Al contribuir al desarrollo local, estamos contribuyendo a mejorar la calidad de vida de las personas de la comunidad local, donde en un territorio definido, desempeñan su vida cotidiana, y al trabajar con ellos en el proyecto a desarrollarse, aportaremos a su economía familiar, ya sea contratándolos para que laboren en el establecimiento hotelero, u adquiriendo productos e insumos de la zona. Un punto muy importante y favorable que contribuye a los principios sostenibles socio-económicos.

#### **Principios Básicos**

Como dice Rainforest Alliance (2005, cap. 2.2 Contribución al desarrollo Local):

- Capacitar y contratar personal local
- Apoyar iniciativas de desarrollo locales
- Utilizar productos y servicios de la zona
- Promover la compra de productos y artesanías de la comunidad

#### **Consejos Prácticos**

- Brindar todos los beneficios, así como derechos y obligaciones especificados en la Constitución del país, tanto para empleador y empleados.
- Intentar contratar y adquirir bienes y servicios de proveedores locales.
- Consultar a los clientes internos y externos sobre la calidad de los bienes y servicios adquiridos de proveedores locales.

### **7.1.2.2. Rescate y Conservación del Patrimonio**

#### **¿Qué es el Patrimonio?**

Según el Ministerio Coordinador de Patrimonio de Ecuador (2009), en la definición de Patrimonio:

“Es lo que se hereda de los padres y de la naturaleza, y lo que queremos heredar a nuestros hijos y a las generaciones futuras.

Es el conjunto de bienes que caracterizan la creatividad de un pueblo y que distinguen a las sociedades y grupos sociales unos de otros, dándoles su sentido de identidad.”

#### **7.1.2.2.1. Natural**

“Es el conjunto de elementos naturales con valor excepcional desde el punto de vista de la ciencia y la conservación o de la belleza natural; es el hábitat de especies animales y vegetales y fuente de vida y recursos para la humanidad.

Como legado de la naturaleza y producto de la construcción colectiva de los pueblos a lo largo de su historia, el patrimonio se caracteriza por la riqueza de su diversidad y por la complejidad de valores.”(Ministerio Coordinador del Patrimonio, 2009, Patrimonio Natural).

#### **7.1.2.2.2. Cultural**

El patrimonio cultural en su conjunto abarca varias grandes categorías:

“El patrimonio cultural material

El patrimonio cultural mueble (pinturas, esculturas, monedas, manuscritos, etc.);

El patrimonio cultural inmueble (monumentos, sitios arqueológicos, etc.);

El patrimonio cultural subacuático (restos de naufragios, ruinas y ciudades sumergidas, etc.);

El patrimonio cultural inmaterial (tradiciones orales, artes del espectáculo, rituales, etc.);

El patrimonio natural (sitios naturales que revisten aspectos culturales como los paisajes culturales, las formaciones físicas, biológicas o geológicas, etc.)

El patrimonio en situaciones de conflicto armado.” (Ministerio Coordinador de Patrimonio, 2009, Patrimonio Cultural).

### **7.1.3. Económico**

“Un sistema financiero permitirá analizar cómo es el flujo del dinero en la empresa, en qué condiciones se consiguen fondos y cómo se administran, lo que unificado al establecimiento conjunto de un buen sistema contable, y que contará con información real y útil para tomar decisiones económicas.” (Rainforest Alliance, 2005, Gestión financiera y Contable).

Permitirá a la empresa centrarse en la forma en la que pueden crear valor y mantenerlo a través del uso eficiente de los recursos financieros.

Su propósito es diagnosticar, analizar y maximizar el valor de la empresa, sus bienes y recursos para los accionistas o propietarios.

#### **7.1.3.1. Calidad**

Según Rainforest Alliance (2005, cap. 3.4 Calidad) en su guía para el pequeño y mediana empresario, dice que “la calidad tiene dos impactos positivos en las finanzas de la empresa: aumento de ingresos al satisfacer a los clientes y la reducción de costos al tener un sistema más ordenado.”

Es decir, la calidad es el arte de hacer bien las cosas, donde se busca satisfacer deseos, necesidades y requerimientos de los clientes para crear un bienestar, los cuales evalúan varios aspectos de quienes reciben el servicio. Como los elementos tangibles que son las instalaciones en sí y la presentación del PEC (Personal en Contacto con el cliente). El cumplir con la promesa mínima, es decir, recibir de forma adecuada y oportuna el servicio acordado y finalmente se medirá el nivel de educación, cortesía y amabilidad del PEC.

### **Consejos Prácticos**

- Realizar un manual de procedimientos de calidad, donde se explique y especifique lo que se debe hacer, como se debe hacer, estableciendo tiempos, responsabilidades, etc. Donde se involucre de manera directa al cliente interno y este tenga un manual que le permita desarrollar ciertas aptitudes y actitudes al momento de brindar el servicio.

#### **7.1.3.2. Capacitación al personal**

En un mundo tan globalizado como lo es ahora, se necesita personas capaces de realizar un desempeño laboral eficiente, para ello la capacitación personal es un punto clave para cambios y mejoras continuas, en donde no solo exista actualización de información sino además una motivación personal, que permita a la empresa perseguir objetivos en común y sobre todo siguiendo los principios de sostenibilidad.

### **Principios Básicos**

En el Manual de Buenas Prácticas para Turismo Sostenible, Rainforest Alliance (2005, cap. 3.6 Capacitación) señala:

- “Establecer políticas y ejecutar acciones sobre la capacitación de temas de sostenibilidad.
- Establecer políticas y ejecutar acciones sobre manuales de procedimiento y manuales o procedimientos de calidad.”

### 7.1.3.3. Diseño y Construcción

El diseño sostenible debe ir en armonía con el entorno natural y cultural para evitar de cualquier manera, impacto en el medio donde se encontrará. Y además para cumplir con expectativas, necesidades y exigencias de nuestro cliente objetivo.

#### Consejos Prácticos

- “Promover la armonía espiritual e incorporar una responsabilidad ética hacia el paisaje natural y sus recursos.
- El diseño debe contribuir a la revalorización del patrimonio natural.
- En la medida de lo posible, tener edificaciones que se mezclen con el paisaje, y evitar la construcción de edificios altos y grandes.
- El diseño arquitectónico debe ser viable y sostenible desde el punto de vista económico y tecnológico y socialmente aceptable.” (Rainforest Alliance, 2005, cap. 3.7 Diseño y Construcción sostenible)

## 7.2. Voluntariado

Las Naciones Unidas (2007) en su programa de voluntariado lo define como:

“El programa se inspira en la convicción de que el voluntariado es una forma poderosa de involucrar a los ciudadanos para hacer frente a los desafíos en materia de desarrollo social, cultural, natural. Cada uno puede aportar su tiempo, sus conocimientos y su experiencia mediante actividades voluntarias, y la combinación de todos los esfuerzos puede contribuir de forma decisiva a lograr la paz, el desarrollo y el equilibrio en nuestro mundo.

Con aportaciones significativas tanto en términos económicos como sociales, el voluntariado contribuye a la creación de una sociedad más cohesiva mediante la consolidación de la confianza y la reciprocidad entre los ciudadanos. El voluntariado supone a menudo un desafío, pero

significa también adquirir nuevos conocimientos y realizar actividades gratificantes. Cada voluntario aporta sus conocimientos, a la vez que aprende a comprender mejor los problemas a los que se enfrentan los demás.” **Ver anexo 10**

### **7.3. Granja Orgánica Pacha-Kamak**

#### **7.3.1. Sistema de compostaje**

El compostaje es un proceso que ocurre de forma natural, con tan solo una pequeña intervención o ayuda humana; mediante el cual, el contenido orgánico de la basura, sufre una transformación controlada y se reduce por la acción bacteriológica de microorganismos contenidos en los residuos orgánicos de lo que resultará el compost. **Ver anexo 11**

“El compost es un humus o abono orgánico, que se utiliza para mejorar la calidad de los suelos, y en nuestro caso, servirá para cultivar alimentos propios de la zona. Es importante mencionar que se utilizarán biopilas, elemento donde ocurrirá el proceso de compostaje, que consiste en un elemento de forma rectangular inversa a manera de cono, impermeable, que contará en la punta con un tubo recolector y que desembocará a un recipiente recaudador de los lixiviados.” (Córdova A. y Rodríguez M. 2006, Manual de Compostaje Municipal, México).

#### **7.3.2. Generación de nutrientes naturales**

En cuanto a la generación de nutrientes naturales, mediante la lectura, comprensión y síntesis del Manual de Compostaje Municipal de México (2006) se obtuvo:

La generación de nutrientes naturales consiste en la generación de lixiviados, un lixiviado es un nutriente líquido natural rico en nutrientes, formado por el

proceso de compost, y utilizado como abono orgánico para plantas, reemplazando en su totalidad al *nPK* (urea).

Para su recolección es importante contar con un adecuado recolector del lixiviado, como las biopilas, el líquido recaudado servirá para nutrir a otras plantas y para nutrir al mismo compost en proceso.

Así mismo, es indispensable, recalcar, que la presencia en exceso de lixiviados, es muy perjudicial en primera instancia para el compost, segundo caso, de ocurrir filtraciones será perjudicial para el suelo y para corrientes de agua subterránea.

Esto debido a que el compost al ser un proceso de contenido orgánico y al utilizarse bacterias y otros microorganismos, utilizan oxígeno para degradarse. Y al filtrarse principalmente en corrientes de agua, matan a los microorganismos propios del agua ya que consumen su oxígeno.

#### **7.4. Sistema de tratamiento de aguas grises y negras**

Los humedales artificiales o construidos son capaces de proporcionar una alta eficiencia física en la remoción de contaminantes asociado con material particulado. El agua superficial se mueve muy lentamente a través de los humedales, debido al flujo laminar característico y la resistencia proporcionada por las raíces y las plantas flotantes. La sedimentación de los sólidos suspendidos se promueve por la baja velocidad de flujo y por el hecho de que el flujo es con frecuencia laminar en los humedales. Las esteras de plantas en los humedales pueden servir como trampas de sedimentos, pero su rol primario es la remoción de sólidos suspendidos para limitar la re suspensión de material particulado.

“La remoción biológica es quizá el camino más importante para la remoción de contaminantes en los humedales. Debido al poder de captación de la planta. Los contaminantes que son también formas de nutrientes esenciales para las plantas, tales como nitrato, amonio y fosfato, etc., son tomados

fácilmente por las plantas produciendo el proceso de Fito depuración, que es literalmente la purificación del agua.” (Llagas W. y Gómez E. 2006, 1ra Edición, Diseño de Humedales artificiales para el tratamiento de aguas residuales). **Ver anexo 12**

## **7.5. Actividades Turísticas Recreacionales**

La Recreación es el uso del tiempo libre, en períodos reducidos de tiempo, utilizando instalaciones urbanas o peri urbanas al aire libre (plazas, parques, centros deportivos) o en espacios cubiertos (cines, teatros, museos, bares, restaurantes, centros nocturnos); por ser una actividad no remunerada, la cual el individuo realiza nada más que porque lo aleja de la rutina diaria del trabajo, se lo puede comparar o hasta confundir con un Turismo Doméstico, que implica traslados dentro de la misma ciudad o cantón, sin salir de la misma, ni mucho menos de la provincia. Los motivos fundamentales del por qué las personas participan en mayor número de veces de la recreación, es sin duda porque las opciones son muy variadas y realizadas casi a diario o en su cotidiano vivir.

Según Boullon (1990, 3ra edición), el “Tiempo Libre se ha asociado con el estilo de vida de la aristocracia, mientras que el resto de la población no podía disfrutar de él porque tenía que trabajar para subsistir junto con su familia, y es así como no quedaba tiempo para el ocio.” **Ver anexo 13**



## **CAPITULO VIII: EVALUACIÓN FINANCIERA**

En el presente capítulo se muestra y detalla la información financiera que Jatun Yacu Eco Lodge, como empresa, requerirá, con el fin de evaluar su situación futura. Así como para conocer el monto de inversión inicial necesaria para la creación de la empresa y para determinar los costos fijos y variables en el funcionamiento de la empresa.

### **8.1. Aportaciones**

La empresa estará conformada por una sociedad familiar para los cuales para la conformación de la misma, se realizarán aportaciones en bienes o servicios.

Para empezar, se realizará la aportación en bienes, correspondiente a la extensión de 18 hectáreas de terreno intacto, ubicada en la provincia de Napo, en la zona de Alto Napo, por parte del Sres. Hermes Chacón y Luz María Tipán, bien cuyo monto en la inversión representa 270.000 dólares.

Las aportaciones en dinero por parte de los cinco socios corresponden a un total de 190.000 dólares, perteneciendo 30.000 dólares a las aportaciones de los Sres., Hermes Chacón y Luz María Tipán, 100.000 dólares a una aportación de dinero por parte de Diego Chacón, 25.000 por parte del Sr. Rivelino Chacón, 20.000 dólares por parte del socio Stalin Jácome y 15.000 dólares por parte de Karla Chacón.

En el siguiente cuadro se observa el detalle y el porcentaje del total de la inversión aportado por cada socio.

Tabla 8.1 Cuota de Aportaciones

Cuota de Aportaciones				
Socios Aportantes	Especies	Dinero	Total	%
Hermes Chacón/ Luz María Tipán	\$ 270.000,00	\$ 30.000,00	\$ 300.000,00	65%
Diego Chacón		\$ 100.000,00	\$ 100.000,00	22%
River Chacón		\$ 25.000,00	\$ 25.000,00	5%
Stalin Jácome/ Amada Chacón		\$ 20.000,00	\$ 20.000,00	4%
Karla Chacón		\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	3%
<b>TOTAL</b>	<b>270.000,00</b>	<b>190.000,00</b>	<b>460.000,00</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaborado por la autora.

## 8.2. Inversión Inicial

La inversión inicial que se realizará, se compone de la construcción total del establecimiento, la compra de activos y los gastos de constitución.

En el siguiente análisis, se presenta la inversión inicial, clasificando a las cuentas de los activos, en activos depreciables y no depreciables, lo cual nos ayudará para análisis posteriores.

El valor total de la inversión inicial que se requiere para empezar el proyecto es de \$ 307.964,10.

Tabla 8.2 Inversión Inicial

Inversión Inicial		Totales
<b>Activos Depreciables</b>		\$ 305.774,00
Construcción y Obra Civil	\$ 273.784,00	
Muebles y enseres	\$ 8.749,00	
Vehículos	\$ 20.000,00	
Equipos de computación	\$ 480,00	
Equipos de recreación	\$ 1.011,00	
Equipos de cocina	\$ 1.750,00	
<b>Activos no Depreciables</b>		\$ 690,10
Enseres de cocina	\$ 560,10	
Suministros de oficina	\$ 130,00	
<b>Gastos de constitución</b>		\$ 1.500,00
Constitución legal de la empresa	\$ 1.125,00	
Permisos y patentes	\$ 375,00	
<b>Total Inversión Inicial</b>		\$ 307.964,10

Fuente: Elaborado por la autora

### 8.3. Análisis de Costos y Gastos

En el análisis de costos se establecen los costos fijos y los costos variables que se requerirán para el desarrollo de las actividades turísticas y de los servicios dentro de la empresa.

Los productos que se consideraron en el costeo son cuatro, el primero son los paquetes 3 días/ 2 noches, paquetes 4 días/ 3 noches, paquetes 5 días/ 4 noches y paquetes de 1 semana.

Los costos variables se componen de todos los materiales necesarios para la realización y conformación de los paquetes turísticos. Para el desarrollo de los paquetes se requiere los costos detallados de habitación, costos de alimentación, el coste de las diferentes actividades y el costo del transporte. **Ver anexo 14** para costos variables.

El cálculo de costos fijos fue anual, primeramente se realizó un costeo general para todos los productos y posteriormente se asignó costos a cada producto (paquete turístico). Aquellos costos fueron asignados de acuerdo a los resultados arrojados en las encuestas, en donde se medía el porcentaje de aceptación de cada paquete turístico, teniendo un 37% para los paquetes 3d/2n, un 41% para los paquetes 4d/3n, un 14% para los paquetes 5d/4n y un 8% para los paquetes de 1 semana.

Como se mencionó anteriormente estos valores asignados con carácter estratégico, permite fortalecer y respaldar las decisiones administrativas, donde el producto de mayor aceptación y venta será el paquete turístico de 4 días / 3 noches. **Ver anexo15** costos fijos.

### 8.4. Punto de Equilibrio

Posterior a los análisis de variables unitarios y costos fijos anuales de cada producto, se realizará el análisis del *Punto de Equilibrio*, en el cual se estableció que a un valor de 102.302,8 dólares correspondientes a los costos

fijos anuales y con un margen de contribución ponderado de 195,76 dólares se tendrá que vender, 193 paquetes de 3 días/ 2 noches, 214 paquetes de 4 días/ 3 noches, 73 paquetes de 5 días/ 4 noches y por ultimo 42 paquetes turísticos de 1 semana, un total de 523 ventas anuales. Con este total de ventas se cubren los gastos operativos del año y a partir del mismo, en adelante se empieza a generar utilidades, permitiendo identificar en qué medida es rentable los productos.

En el cálculo del punto de equilibrio con utilidades, se establece que el monto de las utilidades netas de la empresa que desea obtener en su primer año de funcionamiento es de \$55.000 dólares, para esto es necesario vender 356 paquetes de 3 días/ 2 noches, 395 paquetes de 4 días/3 noches, 135 paquetes de 5 días/ 4 noches y 77 paquetes de 1 semana, es decir, un total de 963 ventas anuales.

**Tabla 8.3 Punto de Equilibrio**

		Paquetes Turísticos			
		3d/2n	4d/3n	5d/4n	1 semana
		37%	41%	14%	8%
<b>Costos Fijos Totales</b>		37.852,0	41.944,1	14.322,4	8.184,2
<b>Costos Variables Unitarios</b>		45,9	62,8	110,4	237,9
<b>Precio de Venta Unitarios</b>		\$ 169	\$ 231	\$ 384	\$ 777
<b>Unidad medible</b>		Paquete por persona			
<b>Margen de Contribución</b>		\$ 123,38	\$ 167,68	\$ 273,21	\$ 538,80
<b>CFt</b>	\$ 102.302,79				
<b>MCp</b>	\$ 195,76				
<b>Utilidad neta</b>	\$ 55.000,00				
<b>Xo</b>	522,60	193	214	73	42
<b>Xp con Utilidad Neta</b>	963,32	356	395	135	77

Fuente: Karla Chacón/2011

## 8.5. Flujo de Efectivo

En el cuadro presentado a continuación se puede observar el movimiento del efectivo den primer año, así como las entradas y salidas del efectivo

mensualmente. El flujo inicial de efectivo del primer mes inicia con 190.000 dólares que pertenece a las aportaciones realizadas por los socios.

Dentro del flujo de efectivo se realizó el cálculo del capital de trabajo que se necesita para operar los primeros meses, sin vislumbrar los ingresos obtenidos, es así que se determinó que se requiere 3.117,3 dólares y 12.640,2 dólares para los 2 primeros meses respectivamente. Con esta información se puede definir que el monto del préstamo que necesita la empresa es de 108.855,88 dólares.

Se observa además que en los meses de julio y agosto es donde existe mayores ingresos por la venta de los paquetes turísticos (a comparación de los otros meses del año), sin embargo, en el saldo efectivo final aquí en estos dos meses, se ve disminuido considerablemente, por compensar las pérdidas de resultados negativos. Ya que desde el mes de febrero donde se prevé realizar el primer pago del capital y los intereses del préstamo.

Tabla 8.4 Flujo de Efectivo

DESCRIPCION	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	AÑO 1
FLUJO PROYECTADO SIMPLIFICADO													
SALDO INICIAL EFECTIVO	190.000,0	3.117,3	12.540,2	22.467,4	25.721,0	33.304,2	39.132,8	57.677,3	73.338,7	84.721,9	94.273,9	101.065,1	737.959,3
Ventas 3d/2n	5.667,17	5.413,68	4.556,67	3.409,96	3.638,46	4.279,04	7.405,34	8.491,69	4.894,64	5.425,75	3.584,98	3.385,81	60.363,20
Ventas 4d/3n	8.549,56	3.167,15	6.874,25	5.144,30	5.790,75	6.455,42	11.171,79	12.810,68	7.334,12	8.185,36	5.403,35	5.107,88	91.049,61
Ventas 5d/4n	4.857,47	4.540,20	3.905,63	2.922,76	3.290,04	3.667,67	6.347,30	7.278,44	4.195,32	4.650,55	3.072,78	2.902,07	51.730,22
Ventas 1 semana	5.620,58	5.369,18	4.519,21	3.361,93	3.606,91	4.243,87	7.344,47	8.421,90	4.854,41	5.381,16	3.555,51	3.357,99	59.857,13
VENTAS DEL MES ANTERIOR													
TOTAL ENTRADAS EFECTIVO	24.694,8	23.590,2	19.855,8	14.858,9	16.726,2	18.646,0	32.268,9	37.002,7	21.328,5	23.642,8	15.621,6	14.753,7	262.990,2
CUENTAS POR PAGAR	307,964												307.964,10
Costos 3d/2n	1.537,63	1.458,86	1.236,33	925,20	1.041,46	1.161,00	2.009,24	2.303,99	1.328,03	1.472,13	972,69	918,65	16.375,22
Costos 4d/3n	2.330,63	2.226,39	1.873,94	1.402,35	1.578,58	1.759,77	3.045,46	3.492,23	2.012,93	2.231,35	1.474,33	1.392,42	24.820,39
Costos 5d/4n	1.397,54	1.335,03	1.123,69	840,90	946,58	1.055,22	1.826,18	2.094,08	1.207,03	1.338,01	884,07	834,95	14.883,26
Costos 1 semana	1.711,56	1.644,56	1.384,22	1.035,87	1.156,04	1.299,83	2.249,58	2.579,59	1.486,89	1.648,23	1.083,04	1.028,54	18.333,99
GASTOS ADMINISTRATIVOS	5.316,02	4.313,64	4.373,52	4.322,24	4.373,52	4.433,64	4.332,12	7.217,64	4.373,52	4.322,24	4.373,52	8.058,64	59.860,28
GASTOS DE VENTA	129,00	0,00	0,00	0,00	0,00	29,00	175,00	75,00	0,00	0,00	0,00	0,00	408,00
GASTOS FINANCIEROS	36,35	36,85	36,85	36,85	36,35	36,85	36,85	36,85	36,85	36,85	36,85	35,85	442,22
TOTAL SALIDAS DE EFECTIVO	320.433,3	11.025,3	10.028,5	8.553,4	9.143,0	9.775,4	13.724,4	17.799,4	10.445,3	11.048,8	8.830,5	12.270,1	443.087,5
SALDO DEL PERIODO	-105.738,6	15.682,2	22.467,4	28.763,0	33.304,2	42.174,8	57.577,3	75.880,6	84.721,9	97.315,9	101.065,1	103.548,7	557.862,5
CONTRATACIÓN PRESTAMOS	108.855,88												108.855,88
PAGO INTERESES PRESTAMO	-	2.048	-	2.029	-	-2.010	-	1.990	-	1.971	-	-1.950	- 11.957,54
PAGO CAPITAL PRESTAMO	-	-	-	1.013	-	-1.032,18	-	1.052	-	1.071	-	-1.092	- 6.254,24
COLOCACION INVERSIONES													-
COBRO INTERESES INVERSION													-
COBRO CAPITAL INVERSION													-
SALDO FINAL EFECTIVO [CNT]	3.117,3	12.640,2	22.467,4	25.721,0	33.304,2	39.132,8	57.577,3	73.838,7	84.721,9	94.273,9	101.065,1	100.506,6	660.464,1

Fuente: Karla Chacón / 2012

## 8.6. Amortización de la deuda

El monto del préstamo total es de 108.855,88 dólares, el que será financiado con el Banco Nacional de Fomento a una tasa de interés anual de 11,83%.

La deuda se amortiza a 10 años y los pagos del capital y de los intereses se realizarán bimensualmente.

**Tabla 8.5 Amortización de la deuda**

<b>Valor actual (monto)</b>	108.855,88	<b>Valor Futuro (residual)</b>	
<b>Int. Nominal (anual)</b>	11,83%	<b>Interés Efectivo (anual)</b>	12,48%
<b>Plazo</b>	10	<b>Interés del periodo</b>	1,88%
<b>Periodo</b>	Años	<b>Pagos por periodo</b>	6
<b>Pagos</b>	bimensuales	<b>Número de pagos</b>	60
<b>Tipo</b>	Post-pagable	<b>Post pagable</b>	
<b>Fecha Inicial</b>	01-ene-12	<b>Fecha Final</b>	
<b>Valor cuota</b>		<b>Total Capital</b>	(108.855,88)
		<b>Total intereses</b>	(\$ 73.661,99)

**Fuente:** Karla Chacón /2012

### Tabla de amortización del Préstamo

Al realizarse pagos bimensuales, se debe realizar el pago de 60 cuotas en los 10 años.

**Tabla 8.6 Tabla de amortización**

Periodo	CUOTA			PAGADO			POR PAGAR		
	Capital	Interés	Total	Capital	Interés	Total	Capital	Interés	Total
0	0	0	0	0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	(108.855,88)	(\$ 73.661,99)	(\$ 182.517,86)
1	(994,42)	(2.047,54)	(3.041,96)	(994,42)	(\$ 2.047,54)	(\$ 3.041,96)	(107.861,45)	(71.614,44)	(179.475,90)
2	(1.013,13)	(2.028,84)	(3.041,96)	(2.007,55)	(\$ 4.076,38)	(\$ 6.083,93)	(106.848,33)	(69.585,61)	(176.433,93)
3	(1.032,18)	(2.009,78)	(3.041,96)	(3.039,73)	(\$ 6.086,16)	(\$ 9.125,89)	(105.816,14)	(67.575,83)	(173.391,97)
4	(1.051,60)	(1.990,37)	(3.041,96)	(4.091,33)	(\$ 8.076,53)	(\$ 12.167,86)	(104.764,54)	(65.585,46)	(170.350,00)
5	(1.071,38)	(1.970,59)	(3.041,96)	(5.162,71)	(\$ 10.047,11)	(\$ 15.209,82)	(103.693,16)	(63.614,87)	(167.308,04)
6	(1.091,53)	(1.950,43)	(3.041,96)	(6.254,24)	(\$ 11.997,54)	(\$ 18.251,79)	(102.601,63)	(61.664,44)	(164.266,07)
7	(1.112,06)	(1.929,90)	(3.041,96)	(7.366,30)	(\$ 13.927,45)	(\$ 21.293,75)	(101.489,57)	(59.734,54)	(161.224,11)
8	(1.132,98)	(1.908,98)	(3.041,96)	(8.499,28)	(\$ 15.836,43)	(\$ 24.335,71)	(100.356,59)	(57.825,55)	(158.182,15)
9	(1.154,29)	(1.887,67)	(3.041,96)	(9.653,58)	(\$ 17.724,10)	(\$ 27.377,68)	(99.202,30)	(55.937,88)	(155.140,18)
10	(1.176,00)	(1.865,96)	(3.041,96)	(10.829,58)	(\$ 19.590,07)	(\$ 30.419,64)	(98.026,30)	(54.071,92)	(152.098,22)
11	(1.198,12)	(1.843,84)	(3.041,96)	(12.027,70)	(\$ 21.433,91)	(\$ 33.461,61)	(96.828,17)	(52.228,08)	(149.056,25)
12	(1.220,66)	(1.821,31)	(3.041,96)	(13.248,36)	(\$ 23.255,21)	(\$ 36.503,57)	(95.607,52)	(50.406,77)	(146.014,29)
13	(1.243,62)	(1.798,34)	(3.041,96)	(14.491,98)	(\$ 25.053,56)	(\$ 39.545,54)	(94.363,90)	(48.608,43)	(142.972,32)
14	(1.267,01)	(1.774,95)	(3.041,96)	(15.758,99)	(\$ 26.828,51)	(\$ 42.587,50)	(93.096,88)	(46.833,48)	(139.930,36)
15	(1.290,84)	(1.751,12)	(3.041,96)	(17.049,84)	(\$ 28.579,63)	(\$ 45.629,47)	(91.806,04)	(45.082,36)	(136.888,40)
16	(1.315,12)	(1.726,84)	(3.041,96)	(18.364,96)	(\$ 30.306,47)	(\$ 48.671,43)	(90.490,92)	(43.355,51)	(133.846,43)
17	(1.339,86)	(1.702,10)	(3.041,96)	(19.704,82)	(\$ 32.008,57)	(\$ 51.713,39)	(89.151,06)	(41.653,41)	(130.804,47)
18	(1.365,06)	(1.676,90)	(3.041,96)	(21.069,88)	(\$ 33.685,47)	(\$ 54.755,36)	(87.785,99)	(39.976,51)	(127.762,50)
19	(1.390,74)	(1.651,22)	(3.041,96)	(22.460,62)	(\$ 35.336,70)	(\$ 57.797,32)	(86.395,25)	(38.325,29)	(124.720,54)
20	(1.416,90)	(1.625,07)	(3.041,96)	(23.877,52)	(\$ 36.961,76)	(\$ 60.839,29)	(84.978,35)	(36.700,22)	(121.678,57)
21	(1.443,55)	(1.598,41)	(3.041,96)	(25.321,07)	(\$ 38.560,18)	(\$ 63.881,25)	(83.534,80)	(35.101,81)	(118.636,61)
22	(1.470,70)	(1.571,26)	(3.041,96)	(26.791,78)	(\$ 40.131,44)	(\$ 66.923,22)	(82.064,10)	(33.530,55)	(115.594,65)
23	(1.498,37)	(1.543,60)	(3.041,96)	(28.290,14)	(\$ 41.675,04)	(\$ 69.965,18)	(80.565,73)	(31.986,95)	(112.552,68)
24	(1.526,55)	(1.515,41)	(3.041,96)	(29.816,69)	(\$ 43.190,45)	(\$ 73.007,14)	(79.039,18)	(30.471,53)	(109.510,72)
25	(1.555,26)	(1.486,70)	(3.041,96)	(31.371,96)	(\$ 44.677,15)	(\$ 76.049,11)	(77.483,92)	(28.984,83)	(106.468,75)
26	(1.584,52)	(1.457,45)	(3.041,96)	(32.956,47)	(\$ 46.134,60)	(\$ 79.091,07)	(75.899,40)	(27.527,39)	(103.426,79)
27	(1.614,32)	(1.427,64)	(3.041,96)	(34.570,80)	(\$ 47.562,24)	(\$ 82.133,04)	(74.285,08)	(26.099,74)	(100.384,82)
28	(1.644,69)	(1.397,28)	(3.041,96)	(36.215,48)	(\$ 48.959,52)	(\$ 85.175,00)	(72.640,39)	(24.702,47)	(97.342,86)
29	(1.675,62)	(1.366,34)	(3.041,96)	(37.891,11)	(\$ 50.325,86)	(\$ 88.216,97)	(70.964,77)	(23.336,13)	(94.300,89)
30	(1.707,14)	(1.334,82)	(3.041,96)	(39.598,25)	(\$ 51.660,68)	(\$ 91.258,93)	(69.257,63)	(22.001,30)	(91.258,93)
31	(1.739,25)	(1.302,71)	(3.041,96)	(41.337,50)	(\$ 52.963,39)	(\$ 94.300,89)	(67.518,37)	(20.698,59)	(88.216,97)
32	(1.771,97)	(1.270,00)	(3.041,96)	(43.109,47)	(\$ 54.233,39)	(\$ 97.342,86)	(65.746,41)	(19.428,59)	(85.175,00)
33	(1.805,30)	(1.236,67)	(3.041,96)	(44.914,76)	(\$ 55.470,06)	(\$ 100.384,82)	(63.941,11)	(18.191,93)	(82.133,04)
34	(1.839,25)	(1.202,71)	(3.041,96)	(46.754,02)	(\$ 56.672,77)	(\$ 103.426,79)	(62.101,86)	(16.989,22)	(79.091,07)



35	(1.873,85)	(1.168,11)	(3.041,96)	(48.627,87)	(\$ 57.840,88)	(\$ 106.468,75)	(60.228,01)	(15.821,10)	(76.049,11)
36	(1.909,10)	(1.132,87)	(3.041,96)	(50.536,96)	(\$ 58.973,75)	(\$ 109.510,72)	(58.318,91)	(14.688,23)	(73.007,14)
37	(1.945,01)	(1.096,96)	(3.041,96)	(52.481,97)	(\$ 60.070,71)	(\$ 112.552,68)	(56.373,91)	(13.591,27)	(69.965,18)
38	(1.981,59)	(1.060,37)	(3.041,96)	(54.463,56)	(\$ 61.131,09)	(\$ 115.594,65)	(54.392,32)	(12.530,90)	(66.923,22)
39	(2.018,86)	(1.023,10)	(3.041,96)	(56.482,42)	(\$ 62.154,19)	(\$ 118.636,61)	(52.373,45)	(11.507,80)	(63.881,25)
40	(2.056,84)	(985,13)	(3.041,96)	(58.539,26)	(\$ 63.139,31)	(\$ 121.678,57)	(50.316,62)	(10.522,67)	(60.839,29)
41	(2.095,53)	(946,44)	(3.041,96)	(60.634,79)	(\$ 64.085,75)	(\$ 124.720,54)	(48.221,09)	(9.576,23)	(57.797,32)
42	(2.134,94)	(907,02)	(3.041,96)	(62.769,73)	(\$ 64.992,77)	(\$ 127.762,50)	(46.086,15)	(8.669,21)	(54.755,36)
43	(2.175,10)	(866,86)	(3.041,96)	(64.944,83)	(\$ 65.859,64)	(\$ 130.804,47)	(43.911,05)	(7.802,35)	(51.713,39)
44	(2.216,01)	(825,95)	(3.041,96)	(67.160,84)	(\$ 66.685,59)	(\$ 133.846,43)	(41.695,04)	(6.976,39)	(48.671,43)
45	(2.257,69)	(784,27)	(3.041,96)	(69.418,54)	(\$ 67.469,86)	(\$ 136.888,40)	(39.437,34)	(6.192,12)	(45.629,47)
46	(2.300,16)	(741,80)	(3.041,96)	(71.718,70)	(\$ 68.211,66)	(\$ 139.930,36)	(37.137,18)	(5.450,32)	(42.587,50)
47	(2.343,43)	(698,54)	(3.041,96)	(74.062,12)	(\$ 68.910,20)	(\$ 142.972,32)	(34.793,75)	(4.751,78)	(39.545,54)
48	(2.387,51)	(654,46)	(3.041,96)	(76.449,63)	(\$ 69.564,66)	(\$ 146.014,29)	(32.406,25)	(4.097,33)	(36.503,57)
49	(2.432,41)	(609,55)	(3.041,96)	(78.882,04)	(\$ 70.174,21)	(\$ 149.056,25)	(29.973,83)	(3.487,77)	(33.461,61)
50	(2.478,17)	(563,80)	(3.041,96)	(81.360,21)	(\$ 70.738,01)	(\$ 152.098,22)	(27.495,67)	(2.923,98)	(30.419,64)
51	(2.524,78)	(517,18)	(3.041,96)	(83.884,99)	(\$ 71.255,19)	(\$ 155.140,18)	(24.970,89)	(2.406,79)	(27.377,68)
52	(2.572,27)	(469,69)	(3.041,96)	(86.457,26)	(\$ 71.724,89)	(\$ 158.182,15)	(22.398,62)	(1.937,10)	(24.335,71)
53	(2.620,65)	(421,31)	(3.041,96)	(89.077,91)	(\$ 72.146,20)	(\$ 161.224,11)	(19.777,96)	(1.515,79)	(21.293,75)
54	(2.669,95)	(372,02)	(3.041,96)	(91.747,86)	(\$ 72.518,21)	(\$ 164.266,07)	(17.108,01)	(1.143,77)	(18.251,79)
55	(2.720,17)	(321,80)	(3.041,96)	(94.468,03)	(\$ 72.840,01)	(\$ 167.308,04)	(14.387,85)	(821,98)	(15.209,82)
56	(2.771,33)	(270,63)	(3.041,96)	(97.239,36)	(\$ 73.110,64)	(\$ 170.350,00)	(11.616,51)	(551,35)	(12.167,86)
57	(2.823,46)	(218,50)	(3.041,96)	(100.062,83)	(\$ 73.329,14)	(\$ 173.391,97)	(8.793,05)	(332,84)	(9.125,89)
58	(2.876,57)	(165,39)	(3.041,96)	(102.939,40)	(\$ 73.494,54)	(\$ 176.433,93)	(5.916,48)	(167,45)	(6.083,93)
59	(2.930,68)	(111,29)	(3.041,96)	(105.870,07)	(\$ 73.605,82)	(\$ 179.475,90)	(2.985,80)	(56,16)	(3.041,96)
60	(2.985,80)	(56,16)	(3.041,96)	(108.855,88)	(\$ 73.661,99)	(\$ 182.517,86)	(0,00)	0,00	(0,00)

108.855,88 73.661,99 182.517,86

Fuente: Karla Chacón/ 2011

## 8.7. Estado de Resultados

El estado de resultados se efectúa para medir los resultados de la gestión administrativa, de esta manera, se proyectaron los ingresos y egresos para 5 años.

Los resultados de utilidad neta en el primer año, concuerda en cifras aproximadas con lo pronosticado en el punto de equilibrio.

Tabla 8.7 Tabla de Estado de Resultados

Estado de Resultados					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Ingresos operacionales (Brutos)</b>	<b>262.990,16</b>	<b>289.289,17</b>	<b>332.682,55</b>	<b>399.219,06</b>	<b>499.023,82</b>
VENTAS PAQUETES	60.353,20	66.388,52	76.346,79	91.616,15	114.520,19
Ventas 3d/2n	91.049,61	100.154,57	115.177,75	138.213,30	172.766,63
Ventas 4d/3n	51.730,22	56.903,25	65.438,73	78.526,48	98.158,10
Ventas 5d/4n	59.857,13	65.842,84	75.719,27	90.863,12	113.578,90
Ventas 1 semana					
<b>Ingresos Netos</b>	<b>262.990,16</b>	<b>289.289,17</b>	<b>332.682,55</b>	<b>399.219,06</b>	<b>499.023,82</b>
Compras 3d/2n	16.375,22	17.002,39	17.578,77	18.545,60	19.639,79
Compras 4d/3n	24.820,39	25.771,01	26.644,64	28.110,10	29.768,60
Compras 5d/4n	14.883,26	15.453,29	15.977,16	16.855,90	17.850,40
Compras 1 semana	18.333,99	19.036,18	19.681,51	20.763,99	21.989,07
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>188.577,30</b>	<b>212.026,30</b>	<b>252.800,47</b>	<b>314.943,46</b>	<b>409.775,97</b>
GASTOS ADMINISTRATIVOS GEN.	60.108,26	66.662,89	69.249,05	69.490,82	74.768,55
GASTOS DE VENTA	408,00	410,00	412,00	414,00	416,00
GASTOS FINANCIEROS	1.513,53	1.513,53	1.513,53	1.513,53	1.513,53
GASTOS DEPRECIACIÓN	32.588,28	32.588,28	32.588,28	32.428,30	32.428,30
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>93.959,23</b>	<b>110.851,60</b>	<b>149.037,61</b>	<b>211.096,81</b>	<b>300.649,59</b>
Gastos NO operacionales					
Ingresos NO operacionales					
<b>UTILIDAD ANTES DE PARTICIP.</b>	<b>93.959,23</b>	<b>110.851,60</b>	<b>149.037,61</b>	<b>211.096,81</b>	<b>300.649,59</b>
15% Participaciones Colaboradores	14.093,88	16.627,74	22.355,64	31.664,52	45.097,44
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>79.865,34</b>	<b>94.223,86</b>	<b>126.681,97</b>	<b>179.432,29</b>	<b>255.552,15</b>
25% Impuesto a la Renta	19.966,34	23.555,96	31.670,49	44.858,07	63.888,04
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>59.899,01</b>	<b>70.667,89</b>	<b>95.011,48</b>	<b>134.574,22</b>	<b>191.664,11</b>

Fuente: Karla Chacón/2011

## 8.8. Evaluación del Proyecto

Para la evaluación del presente proyecto se utilizó métodos de análisis financiero tales como TIR y VAN, los cuales evalúan que tan conveniente es el proyecto de inversión.

Para el análisis del proyecto se utilizan los datos de la Utilidad neta obtenidos en el estado de resultados de los 5 años.

**Tabla 8.8 Evaluación del Proyecto**

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>UTILIDAD</b>					
<b>NETA</b>	59.899,01	70.667,89	95.011,48	134.574,22	191.664,11
Inversión inicial	307.964,10				

**Fuente:** Karla Chacón2011

### 8.8.1. Valor Actual Neto

El VAN, es una medida de los excesos o pérdidas en los flujos de efectivo, todo llevado al valor presente, Para esto, a los flujos de efectivo netos se le resta la inversión inicial del proyecto, Si este valor es mayor a cero se considera que el proyecto es rentable. La tasa de actualización utilizada es de 11,83%.

El VAN de este proyecto es positivo, es decir que el proyecto es conveniente.

<b>VAN</b>	681.600,34
------------	------------

### 8.8.2. Tasa Interna de Retorno

La TIR, es una medida usada como indicador al cuantificar la eficiencia de una inversión determinada. Al contrario del VAN, el TIR entrega un porcentaje y representa el rendimiento neto generado por los capitales invertidos en un proyecto.

<b>TIR</b>	18,53%
------------	--------

La inversión es atractiva, ya que la TIR es mayor a la tasa de descuento.

## 8.9. Conclusión de capítulo

Partiendo de la realización del análisis financiero se puede asegurar que invertir en la empresa Jatun Yacu Eco Lodge es conveniente, considerando que los métodos de evaluación realizados resultaron positivos.

## 9. Conclusiones y Recomendaciones

### 9.1. Conclusiones

- La demanda turística en cuanto a realizar un turismo responsable, está teniendo un notable crecimiento en Ecuador y en el mundo.
- Proyectos empresariales de todo tipo, están teniendo gran acogida y apoyo por parte de entidades públicas y privadas, para ser desarrollados.
- El 100% de los encuestados les gustaría visitar un Eco Lodge en medio de la naturaleza amazónica, en la provincia de Napo.
- El mercado objetivo al que se enfoca Jatun Yacu Eco Lodge, son hombres y mujeres de nacionalidad americana, mayores de 30 años que desean conocer destinos no tradicionales, que busquen experiencias de tipo vivencial con culturas y sitios naturales, enfocados a un turismo responsable; que viajen preferentemente en parejas o familia y poseen un nivel de estrato social medio alto.
- La empresa competidora más fuerte de Jatun Yacu Eco Lodge es Napo wildlife Center y otras como Yarina Eco Lodge, que acaparan gran parte del mercado amazónico.
- La empresa realiza sus operaciones turísticas dentro de los conceptos de calidad total, sostenibilidad, responsabilidad socio-cultural, ambiental y especialmente ambiental.
- Con respecto al diseño del producto, se ofrecen productos y servicios como paquetes diversificados en varios días, incluyendo alimentación completa, hospedaje y actividades varias que se desarrollarán dentro de las instalaciones y en sus alrededores, a diferencia que todo lo

mencionado anteriormente se realizará en un ambiente único y privilegiado, como lo es la zona de alto Napo.

- Dentro del aspecto financiero se determinó que el monto requerido de préstamo es de \$108.855,8 donde los pagos del interés y el capital de la deuda contraída con el Banco Nacional de Fomento se amortiza a diez años, con pagos bimensuales.
- En el análisis financiero se determinó que la empresa es rentable, considerando que el flujo de efectivo es positivo en la mayoría de los meses. Se espera que el proyecto alcance un TIR de 18,53% y un VAN de \$681.600,34. Finalmente estos resultados financieros son apropiados para una mediana empresa y para un escenario realista se muestran optimistas, convirtiendo a este proyecto una inversión atractiva para los socios.

## 9.2. Recomendaciones

- Estar siempre a la expectativa de cambios de tendencias que pueda sufrir el mercado ecoturístico para estar siempre a la vanguardia.
- Conservar siempre un ambiente laboral sano y de crecimiento en la empresa, donde todo el recurso humano se encuentre motivado y capacitado.
- Mantener invariable el concepto y diseño del negocio, con el manejo de los principios sostenibles al desarrollar la actividad turística.
- Obtener certificaciones sostenibles, reconocidas por instituciones de renombre, que permitan mejorar la imagen del establecimiento y que vayan acorde a las actividades que desempeñara Jatun Yacu Eco Lodge.
- Tener especial atención con la seguridad y cuidado de los huéspedes dentro de las instalaciones del Eco Lodge, puesto que un accidente, acabaría con la confianza de los clientes y la imagen de la empresa. Sin embargo, contar con la colaboración de guías nativos, promueve gran confianza y seguridad.
- Sugerencias, comentarios y observaciones de los huéspedes serán bienvenidos para realizar evaluaciones periódicas del nivel de servicio.
- Al existir una cantidad considerable de competidores fuertes en el sector de Napo se recomienda enfocarse en dar a conocer al mercado objetivo las ventajas competitivas de la empresa, responsabilidad ambiental, socio cultural y económica, adicionalmente, los beneficios que las personas obtienen al seleccionar los servicios de la misma.

## **BIBLIOGRAFÍA**

### **LIBROS:**

LLAGAS W. y GOMEZ E. (2006) Diseño de Humedales artificiales para el tratamiento de aguas residuales. (1ra. Edición)

BOULLON C. Roberto. (1990) Las Actividades Turísticas y Recreacionales. El Hombre como Protagonista. (3ra. Edición) México.

RAINFOREST ALLIANCE. (2005) Buenas Prácticas para TURISMO SOSTENIBLE. Guía para el Pequeño y Mediano Empresario. Costa Rica.

RAINFOREST ALLIANCE (2005) Buenas Prácticas para TURISMO SOSTENIBLE. Tercera versión.

BRACK A. y MENDIOLA C. (2009). Enciclopedia "Ecología del Perú". (Capítulo 17) Perú.

LIND Douglas, Estadística para Administración y Economía, pág. 137

PEREZ de las Heras Mónica. (2004) Manual de Turismo Sostenible

### **Publicaciones de Entidades Gubernamentales**

Municipio de Tena, AFLUENCIA TURISTICA, 2011

Ministerio de Turismo, Ley de Turismo, Quito.

Ministerio de Turismo, Reglamento General de Actividades Turísticas, Quito

Ministerio de Turismo, Reglamento General de Actividades Turísticas, LUAF, Quito

Subsecretaría de Calidad Ambiental, Licencia Ambiental. Quito

Municipio de Tena, Napo destino ecológico

Municipio de Tena, Actividades turísticas en Tena

FONDO MONETARIO INTERNACIONAL. Estudios Económicos y Financieros. Perspectivas de la Economía Mundial. 2010.

Consejo Nacional de Recursos Hídricos. Ley de Aguas. 2011

CAPTUR Napo. Perfil de consumidor. 2010

CAPTUR Pichincha, Panorama mundial, llegada de turistas por sub regiones, 2010.

CAPTUR Pichincha, Evolución de los diez principales mercados turísticos entre enero-abril/2010-2011.

## **Revistas y periódicos**

Ecuador Terra Incógnita, 2010. Ecuador: turismo en áreas protegidas. Ministerio de Turismo, Quito. Pág. 3

Córdova A. y Rodríguez M. (2006). Manual de Compostaje municipal. Tratamiento de residuos sólidos. (Primera edición) México.

Córdova A. y Rodríguez M. (2006). Manual de Compostaje municipal. Los residuos verdes como material de origen para elaborar compost. (Primera edición) México.



## Sitios o páginas en internet

MINISTERIO CORDINADOR DE PATRIMONIO. (2011) ¿Qué es el Patrimonio?

Ingreso: 2011-04-27, de <http://www.ministeriopatrimonio.gob.ec/>

MINISTERIO CORDINADOR DE PATRIMONIO. (2011) El Patrimonio Natural.

Ingreso: 2011-04-27, de <http://www.ministeriopatrimonio.gob.ec/>

MINISTERIO CORDINADOR DE PATRIMONIO. (2011) Patrimonio Cultural.

Ingreso: 2011-04-27, de <http://www.ministeriopatrimonio.gob.ec/>

Cámara Provincial de Turismo Pichincha. Indicadores turísticos: Perfil del turista. Ingreso: 16-05-2011. De [www.captur.com](http://www.captur.com)

Cámara Provincial de Turismo Pichincha. Indicadores turísticos: Estadísticas turísticas. Ingreso: 16-05-2011. De [www.captur.com](http://www.captur.com)

Napo wildlife center. Ingreso: 23-10-2011. De [www.napowildlifecenter.com](http://www.napowildlifecenter.com)

Yachana Lodge. Ingreso: 24-10-2011. De <http://www.yachana.com/>

Yarina Eco Lodge. Ingreso: 25-10-2011. De <http://www.yarinalodge.com/>

THOMPSON, I. 2008. Estrategia de Marketing. Recuperado el 30 de noviembre del 2001, de <http://www.marketing-free.com/glosario/estrategias-marketing.html>

Naciones Unidas (2007) UN Voluntarios. Ingreso: 2011-04-27, de <http://www.unv.org/es.html>

# ANEXOS

# ANEXOS

## Anexo 1:

### Encuesta para el mercado objetivo de Jatun Yacu EcoLodge

Encuesta para establecer el grado de aceptación del Proyecto Jatun Yacu Eco Lodge en la provincia de Napo, ciudad de Tena, zona de Talag.

Género F\_\_\_ M\_\_\_ Nivel de instrucción \_\_\_\_\_

Edad \_\_\_\_\_

**Instrucciones:** Esta encuesta es anónima y personal, agradecemos dar su respuesta con la mayor transparencia y veracidad a las siguientes preguntas:

**1. ¿Conoce usted sobre la actividad turística que se desarrolla en la zona de Talag, ciudad de Tena, provincia de Napo?**

Poco \_\_\_ Mucho \_\_\_ Nada \_\_\_

**2. ¿Le gustaría visitar un Eco Lodge en medio de la naturaleza amazónica, en la zona de Talag, ciudad de Tena, provincia de Napo?**

Si \_\_\_ No \_\_\_

**3. ¿Usted toma sus vacaciones por motivos de?**

Descanso \_\_\_ Vacaciones de trabajo \_\_\_ Recreación y aventura \_\_\_

**4. ¿Generalmente, en que temporada toma usted sus vacaciones?**

Sept. a Diciembre \_\_\_ Mayo a Agosto \_\_\_ Enero a Abril \_\_\_

**5. ¿Cuánto tiempo se toma usted para sus vacaciones?**

3 días 2 noches \_\_\_\_\_

4 días 3 noches \_\_\_\_\_

5 días 4 noches \_\_\_\_\_

1 semana \_\_\_\_\_

**6. ¿Qué tipo de turismo prefiere ud. al tomar sus vacaciones?**

Turismo de aventura \_\_\_\_\_ Turismo ecológico \_\_\_\_\_

Turismo cultural \_\_\_\_\_ Turismo de salud \_\_\_\_\_

**7. ¿Con quién le gustaría viajar a un Eco Lodge en medio de la selva?**

Amigos \_\_\_\_\_ Familia \_\_\_\_\_ Pareja \_\_\_\_\_ Grupo \_\_\_\_\_

**8. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por alojamiento en un Eco Lodge en la Amazonía?**

100 a 200 dólares \_\_\_\_\_ 200 a 300 dólares \_\_\_\_\_

300 a 500 dólares \_\_\_\_\_ 500 en adelante \_\_\_\_\_

**9. ¿Qué tipo de medio de transporte utiliza para realizar sus viajes vacacionales?**

Bus \_\_\_\_\_ Vehículo propio \_\_\_\_\_

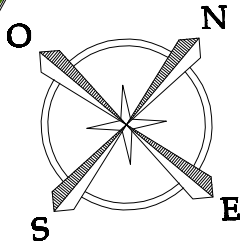
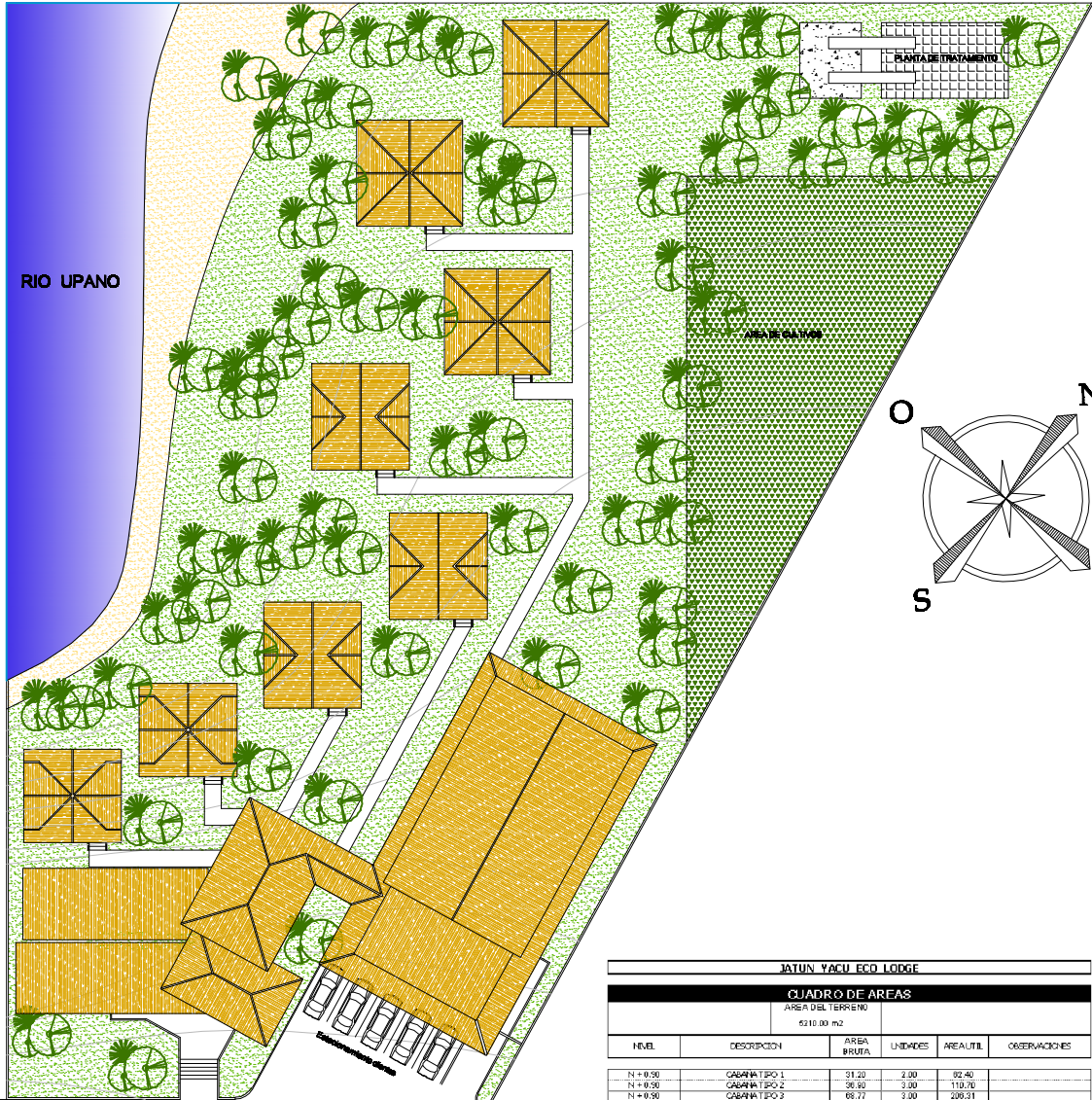
Vehículo rentado \_\_\_\_\_ Avión \_\_\_\_\_ Otros \_\_\_\_\_

**10. ¿Cómo le gustaría que le llegue la información sobre los productos del Eco Lodge?**

Vía mail \_\_\_\_\_ Teléfono \_\_\_\_\_ Revistas \_\_\_\_\_ Personalmente \_\_\_\_\_

# **PLANOS**

## **ANEXO 2**

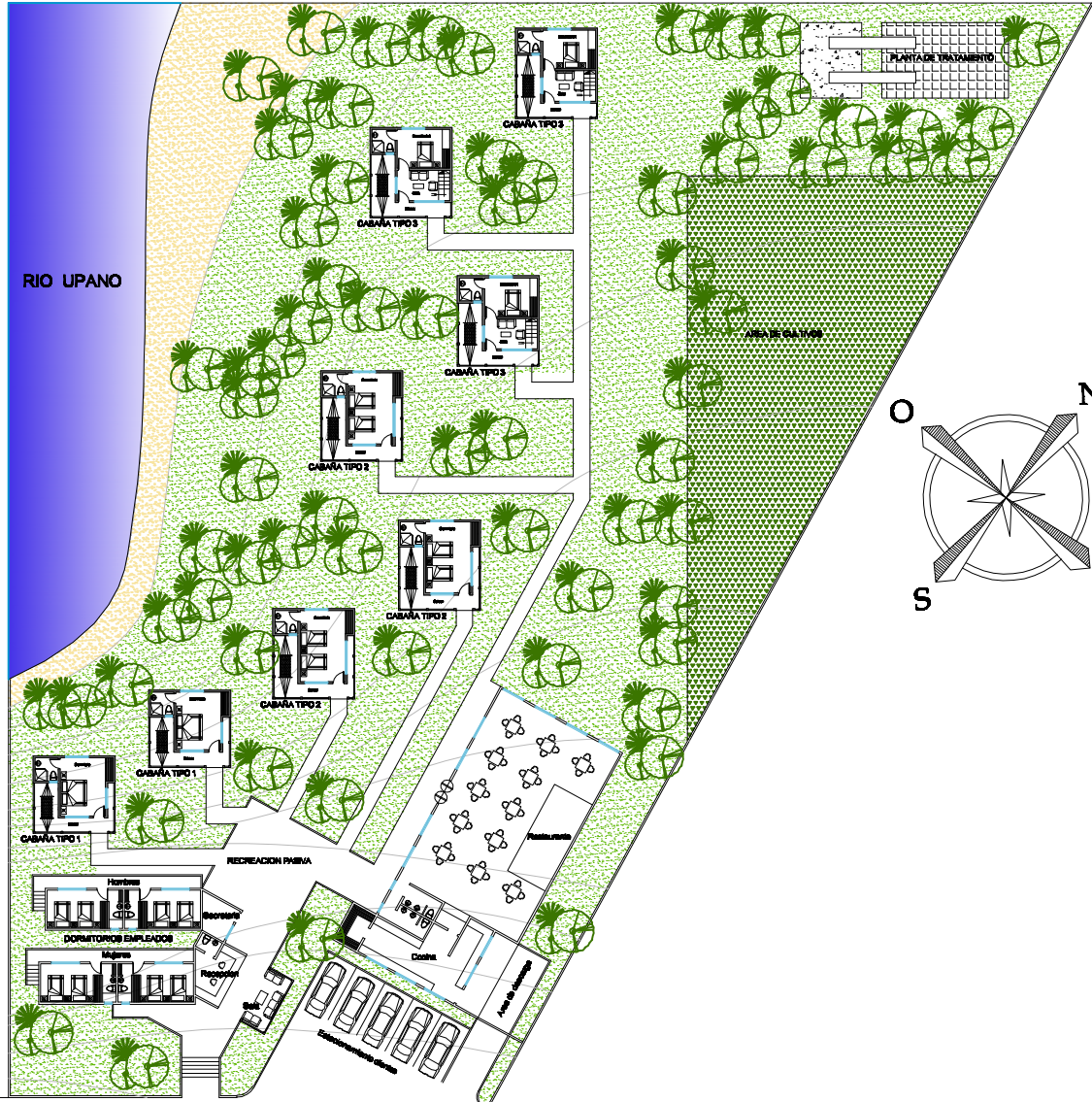


JATUN YACU ECO LODGE					
CUADRO DE AREAS					
AREA DEL TERRENO 5210.00 m2					
NIVEL	DESCRIPCION	AREA BRUTA	UNIDADES	AREA UTIL	OBSERVACIONES
N + 0.50	CABANA TIPO 1	31.20	2.00	82.40	
N + 0.50	CABANA TIPO 2	36.50	3.00	110.76	
N + 0.50	CABANA TIPO 3	68.72	3.00	206.31	
N + 0.50	DORMITORIOS BARRIENDOS	118.58	1.00	119.96	
N + 0.50	COCINA RESTAURANTE	200.69	1.00	206.86	
N + 0.50	ADMINISTRACION	42.70	1.00	42.70	
N + 0.50	RESERVAZON PLACIA	87.53	1.00	87.63	
	<b>SUBTOTAL</b>	<b>677.34</b>		<b>919.88</b>	
	<b>TOTAL</b>	<b>677.34</b>		<b>919.88</b>	

■ IMPLANTACION GENERAL  
Escala 1:500

# JATUN YACU ECO LODGE

# **ANEXO 3**

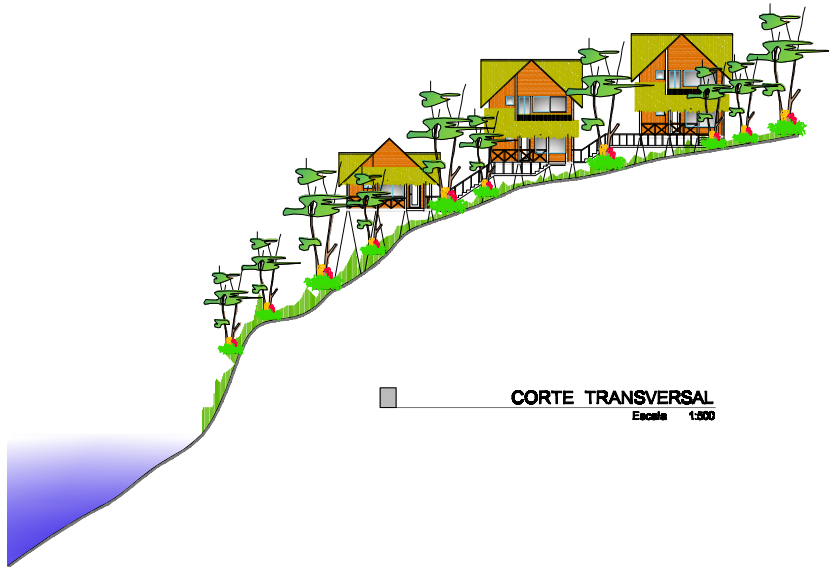


PLANTA BAJA GENERAL  
Escala 1:500

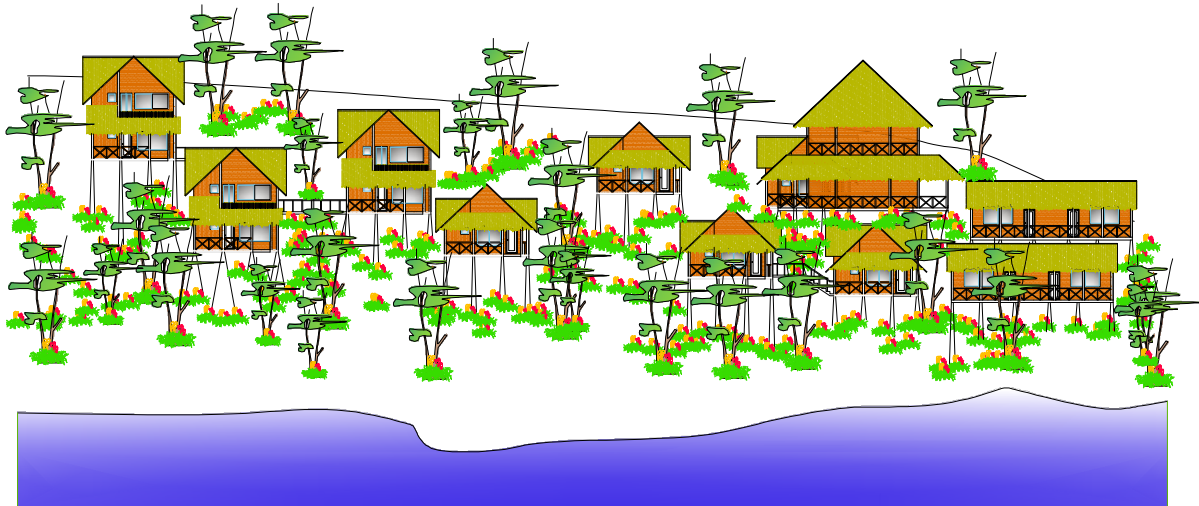
# JATUN YACU ECO LODGE



## **ANEXO 4**



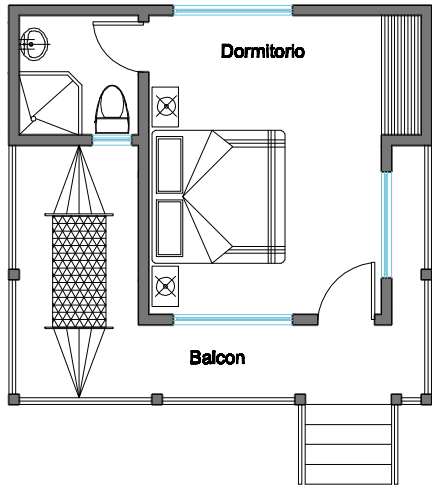
CORTE TRANSVERSAL  
Escala 1:500



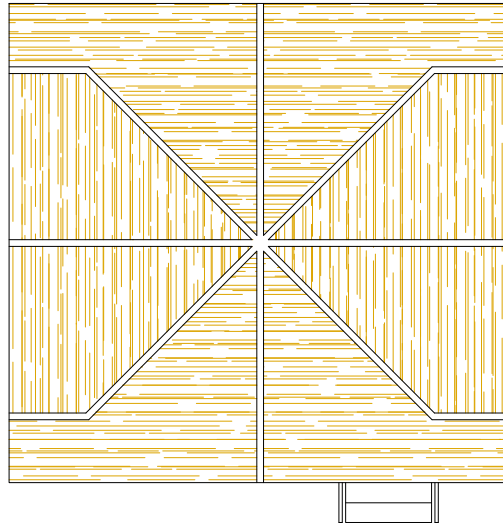
FACHADA PRINCIPAL  
Escala 1:500

# JATUN YACU ECO LODGE

# **ANEXO 5**



■ PLANTA CABAÑA TIPO 1  
 Área 31,20 m<sup>2</sup> Escala 1:100



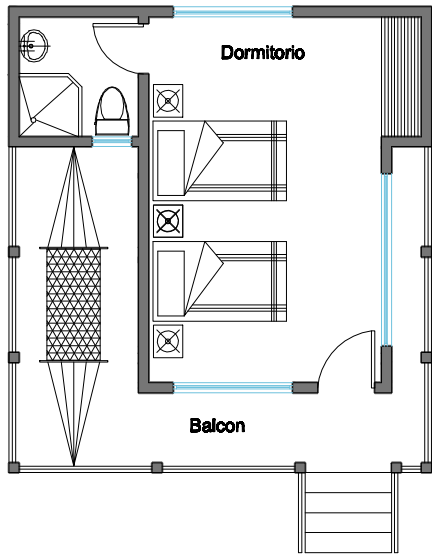
■ PLANTA DE CUBIERTAS CABAÑA TIPO 1  
 Área 31,20 m<sup>2</sup> Escala 1:100



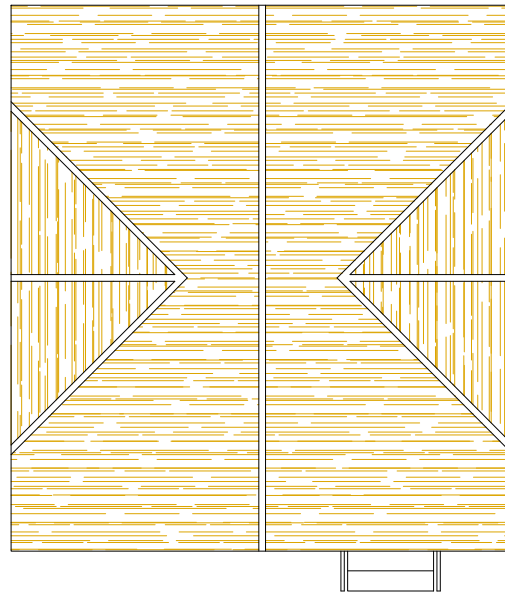
■ FACHADA PRINCIPAL CABAÑA TIPO 1  
 Área 31,20 m<sup>2</sup> Escala 1:100

# JATUN YACU ECO LODGE

# **ANEXO 6**



■ PLANTA CABAÑA TIPO 2  
 Area 36,80 m<sup>2</sup> Escala 1:100



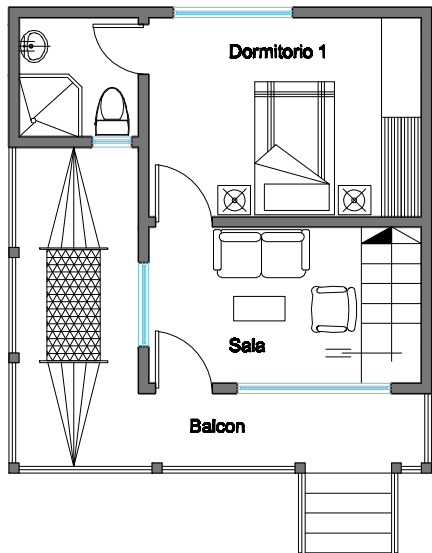
■ PLANTA DE CUBIERTAS CABAÑA TIPO 2  
 Area 36,80 m<sup>2</sup> Escala 1:100



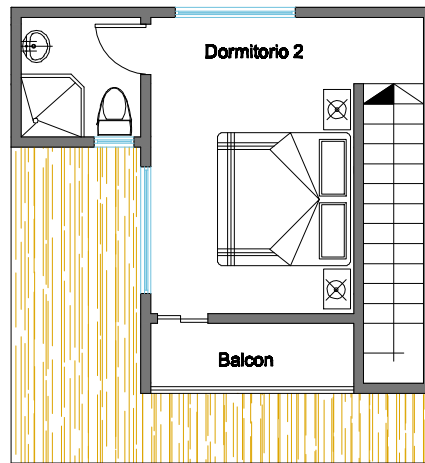
■ FACHADA PRINCIPAL CABAÑA TIPO 2  
 Area 36,80 m<sup>2</sup> Escala 1:100

**JATUN YACU ECO LODGE**

# **ANEXO 7**



PLANTA BAJA CABAÑA TIPO 3  
 Área 36,16 m<sup>2</sup> Escala 1:100



PLANTA ALTA CABAÑA TIPO 3  
 Área 29,81 m<sup>2</sup> Escala 1:100

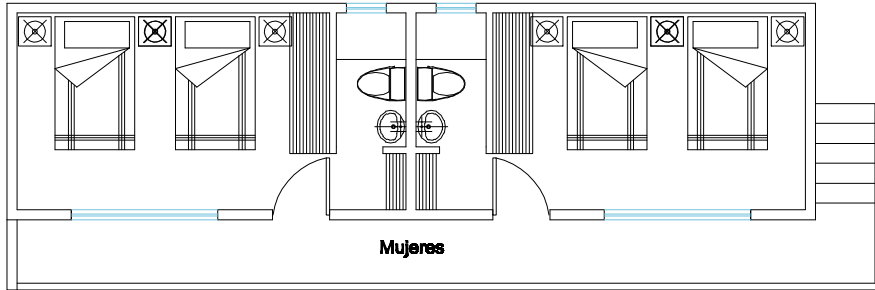


FACHADA PRINCIPAL CABAÑA TIPO 3  
 Área 68,77 m<sup>2</sup> Escala 1:100

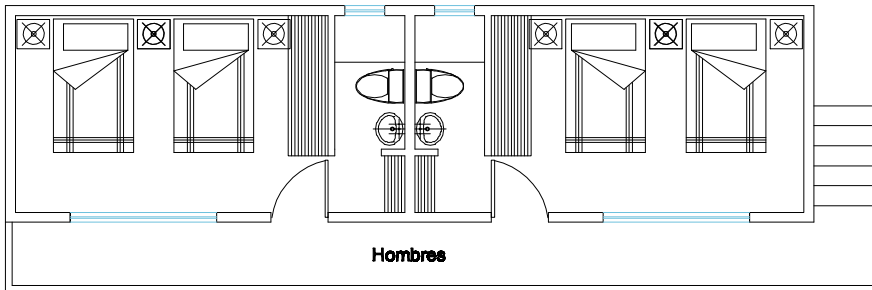
# JATUN YACU ECO LODGE



## **ANEXO 8**

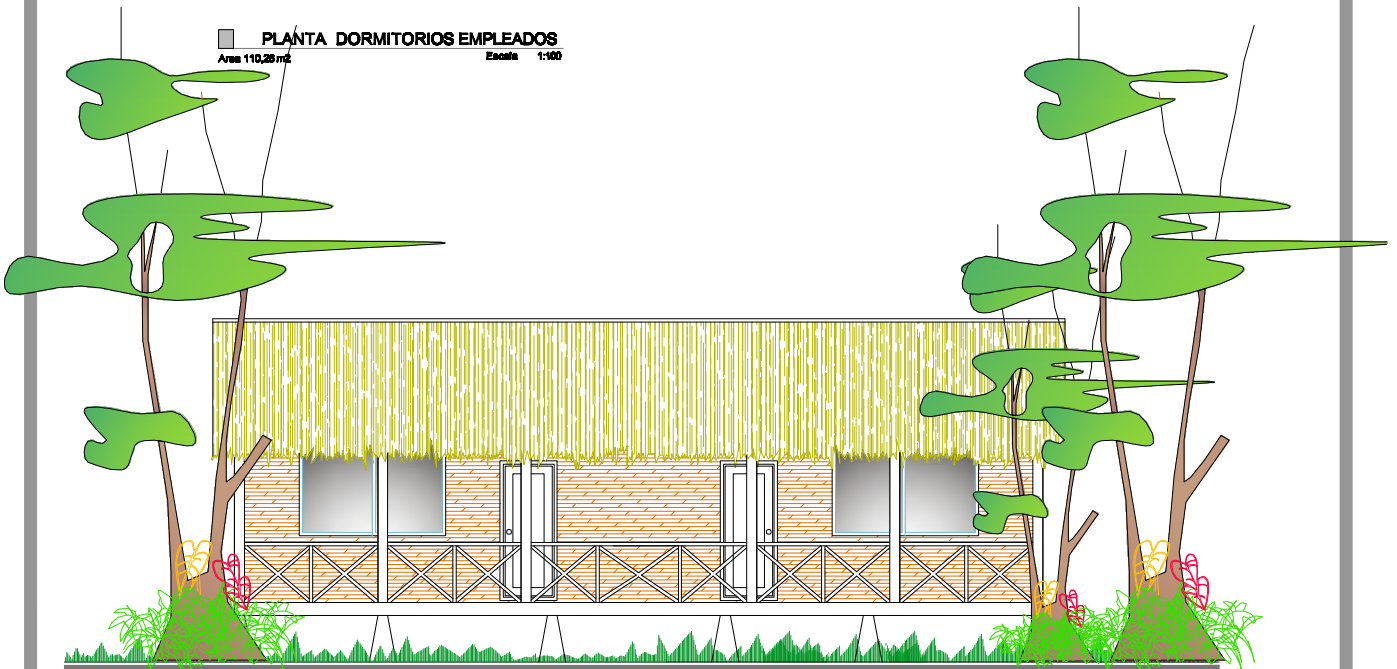


Mujeres



Hombres

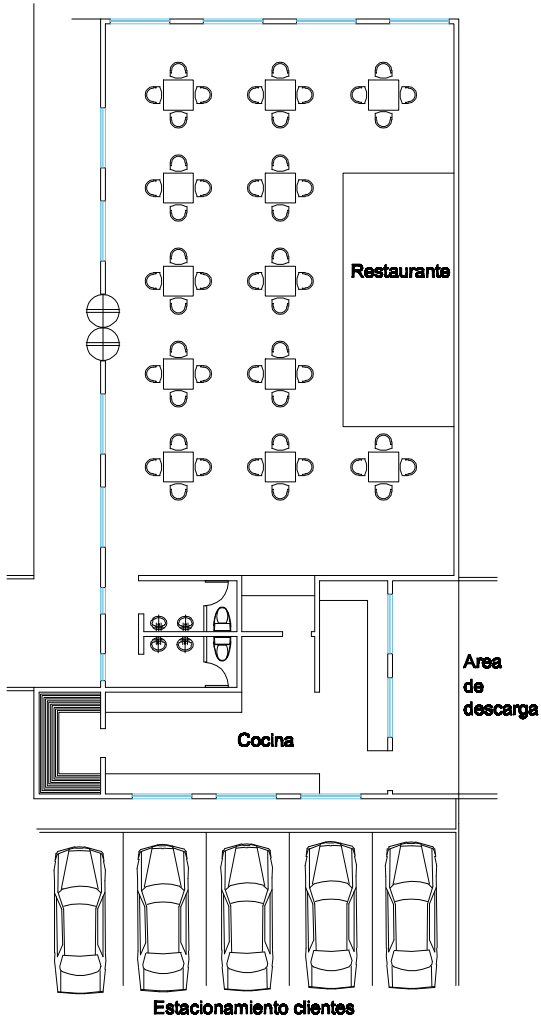
■ PLANTA DORMITORIOS EMPLEADOS  
Area 110,28 m<sup>2</sup> Escala 1:100



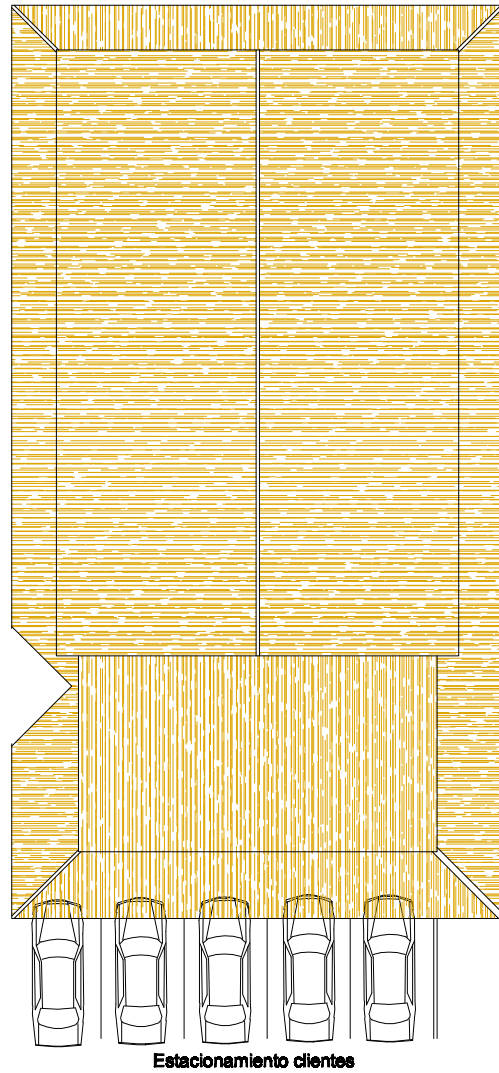
■ FACHADA DORMITORIOS EMPLEADOS  
Area 110,28 m<sup>2</sup> Escala 1:100

# JATUN YACU ECO LODGE

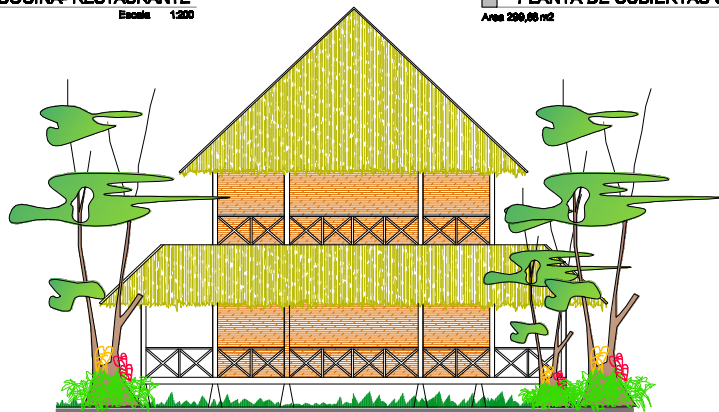
# **ANEXO 9**



■ PLANTA COCINA- RESTAURANTE  
 Area 290,65 m<sup>2</sup> Escala 1:200



■ PLANTA DE CUBIERTAS COCINA- RESTAURANTE  
 Area 290,65 m<sup>2</sup> Escala 1:200



■ FACHADA COCINA- RESTAURANTE  
 Area 290,65 m<sup>2</sup> Escala 1:200

# JATUN YACU ECO LODGE

## **Anexo 10:**

### **VOLUNTARIADO Jatun Yacu Eco Lodge**

#### **Dirigido a:**

Personas con gran espíritu de cooperación y reciprocidad hacia y para la naturaleza, con gran interés por vivir experiencias nuevas y únicas, que solo la selva amazónica puede brindar.

#### **Duración:**

Programas de 15, 30, 60 y 90 días.

#### **Objetivo general del voluntariado:**

Aprender sobre la importancia de llevar una relación armoniosa y responsable entre seres humanos y medio ambiente, para su conservación y preservación. De manera que lo vivido en Jatun Yacu, mediante un trabajo o voluntariado o incluso como huésped, sea una experiencia única y esta a la vez permita desarrollar el sentido de amor y respeto hacia la naturaleza.

#### **Rango de actividades a desarrollarse:**

Jatun Yacu como actor participe en la responsabilidad ambiental y cultural, tiene mucho por hacer. El trabajo de voluntariado a realizarse, consiste en el mantenimiento de los senderos en el bosque, trabajo de reforestación en la zona, con plantas nativas, trabajo en la granja orgánica así como en la planta de reciclaje y compostaje, colaboraciones en mantenimiento de las habitaciones de los huéspedes, área de cocina y comedor.

El programa incluye:

- Alojamiento y alimentación completa.
- Certificado de acuerdo al número de horas de voluntariado realizado.

## **Anexo 11:**

### **GRANJA ORGANICA PACHA-KAMAK**

En palabras kichwas, *Pacha – kamak*, significa cuidador de la madre naturaleza, es por tal razón que nuestra granja orgánica no solo tiene la finalidad de aprovechar y abusar de los recursos naturales y minerales para cosechar frutos sin sustancias químicas, sino es el de retribuir de igual manera la responsabilidad, el compromiso y la ayuda que la naturaleza nos ha proporcionado, es por eso que el sistema de compostaje y la generación de lixiviados, no causaran mayor impacto en la composición original y natural del suelo amazónico.

#### **Beneficios que se obtendrán:**

Dentro de los beneficios económicos que se obtienen al cosechar los alimentos orgánicos con el compost generado por el Eco Lodge, son la no utilización y por ende la compra de productos químicos y pesticidas para el cultivo de las plantas. Dentro de los beneficios ambientales está el de prolongar la vida útil del espacio a utilizarse, sin tener la presión de que a un determinado tiempo se tenga que trasladar a otro lugar y que por este motivo se produzca la tala de selva, así mismo, al poseer un sistema de recolección de lixiviados, permite tener un control sobre excesos de estos nutrientes en el suelo y afectar la composición natural de el mismo, así como en al agua, ya que en el caso de llegar a ella, los lixiviados producen cambios drásticos debido a que contienen bacterias y otros microorganismos que consumen demasiado oxígeno. Finalmente, el compostaje permite aportar nutrientes y proporcionar estructura al suelo, mejorando sus características (calidad, permeabilidad, retención, etc.)

#### **Características del Sistemas de Compostaje**

La elección del sistema de compostaje depende de la disponibilidad de recursos para elaborar la composta, la estética del proceso, el volumen a compostar, así como del tiempo disponible para su elaboración y el compostaje en sí mismo.

Pero según evaluación de un experto en el tema, serán un total de 3 compostadoras y cada una de ellas tendrá dimensiones de 2x1 metros.

### **Selección de los residuos para el compostaje**

El compostaje según Córdova A. y Rodríguez M. (2006, Manual de Compostaje municipal, Primera edición) requiere de cuatro elementos básicos: “residuos “verdes” (con alto contenido de nitrógeno), residuos “café” (con alto contenido de carbono), agua y aire (oxígeno). Los residuos verdes provienen principalmente de la cocina (residuos de alimentos) y los residuos café son básicamente plantas secas (puede incluirse papel cortado en tiras delgadas)”.

### **Solución de problemas comunes en el sistema de compostaje**

<b>Problemas</b>	<b>Causa</b>	<b>Solución</b>
Mal olor	Humedad excesiva	Mezclar; añadir material más seco para absorber la humedad
Olor a amoníaco	Compactación excesiva (falta de aire)	Mezclar, disminuir el tamaño de la pila
Presencia de vectores: Moscas, hormigas, roedores	Presencia de carne, desechos grasos	Retirar desechos de origen animal, cubrir la compostadora con tierra o con hojas
	Pila seca	Añadir agua o desechos húmedos
	Exceso de humedad	Añadir residuos café
Moho	Falta de oxígeno	Mezclar pila

## **Anexo 12:**

### **TRATAMIENTO NATURAL PARA AGUAS RESIDUALES PARA JATUN YACU ECO LODGE FILTROS VERDES**

#### **Objetivos:**

- Cumplimiento de leyes y reglamentos
- Prevención de la salud pública
- Protección de cuerpos receptores
- Descontaminación de fuentes de aguas superficiales y subterráneas

#### **Humedales artificiales o construidos**

Diseñar un humedal construido, es definir correctamente un recipiente impermeable que contiene agua, substrato y plantas emergentes.

#### **Funciones Básicas**

- Fijar físicamente los contaminantes en la superficie del suelo y de la materia orgánica.
- Utilizar y transformar los elementos por intermedio de los microorganismos
- Lograr niveles de tratamiento consistentes con un bajo consumo de energía

#### **¿En qué consiste el humedal artificial, conocido también como filtro verde, que se implementará en Jatun Yacu Eco Lodge?**

Los Filtros Verdes son sistemas de humedales construidos o artificiales de flujo subsuperficial vertical que se diseñaran para proporcionar tratamiento secundario o avanzado a las aguas residuales del Eco Lodge. Consisten en canales o zanjales excavados, con superficies impermeabilizadas y rellenos de material granular, inerte, sobre el cual se ha sembrado vegetación, que se



desarrolla hidropónicamente. El nivel del agua se mantiene siempre por debajo de la superficie del material granular.

La FITODEPURACIÓN, parte importante del Sistema de Tratamiento Natural, y que literalmente es la purificación del agua a través de las plantas, es un tratamiento biológico en el cual las plantas, que se desarrollan en un medio filtrante saturado, tienen una función clave en la remoción de los contaminantes, junto a la acción directa de las bacterias que colonizan las raíces y rizomas.

### **Componentes del Filtro Verde para Jatun Yacu Eco Lodge**

Un FILTRO VERDE es un área o lecho excavado en tierra e impermeabilizado cuyos componentes principales son el agua, el sustrato y las plantas vasculares de pantanos.

#### **El Agua**

El agua es la fuente de nutrientes (aguas servidas) para el crecimiento de las plantas vasculares en un verdadero sistema hidropónico.

#### **Sustrato ó substrato**

Los sustratos en los humedales construidos incluyen suelo, arena, grava, roca. Estos a su vez soportan a muchos de los microorganismos y sustentan la película biológica. La permeabilidad del sustrato controla el tiempo de retención para el tratamiento. Es así que el sustrato proporciona almacenamiento para muchos contaminantes.

#### **Las plantas**

Sobre las plantas o macrofitas acuáticas se ha investigado que, manejadas adecuadamente, su poder de proliferación, su capacidad de absorción de nutrientes y bio acumulación de otros compuestos del agua, las convierten en una herramienta útil en el tratamiento de aguas residuales (Boyd, 1970).

Las macrofitas acuáticas deben contar con las siguientes características:

1. Alta productividad.
2. Alta eficiencia de remoción de nutrientes y contaminantes.
3. Alta predominancia bajo condiciones naturales adversas.

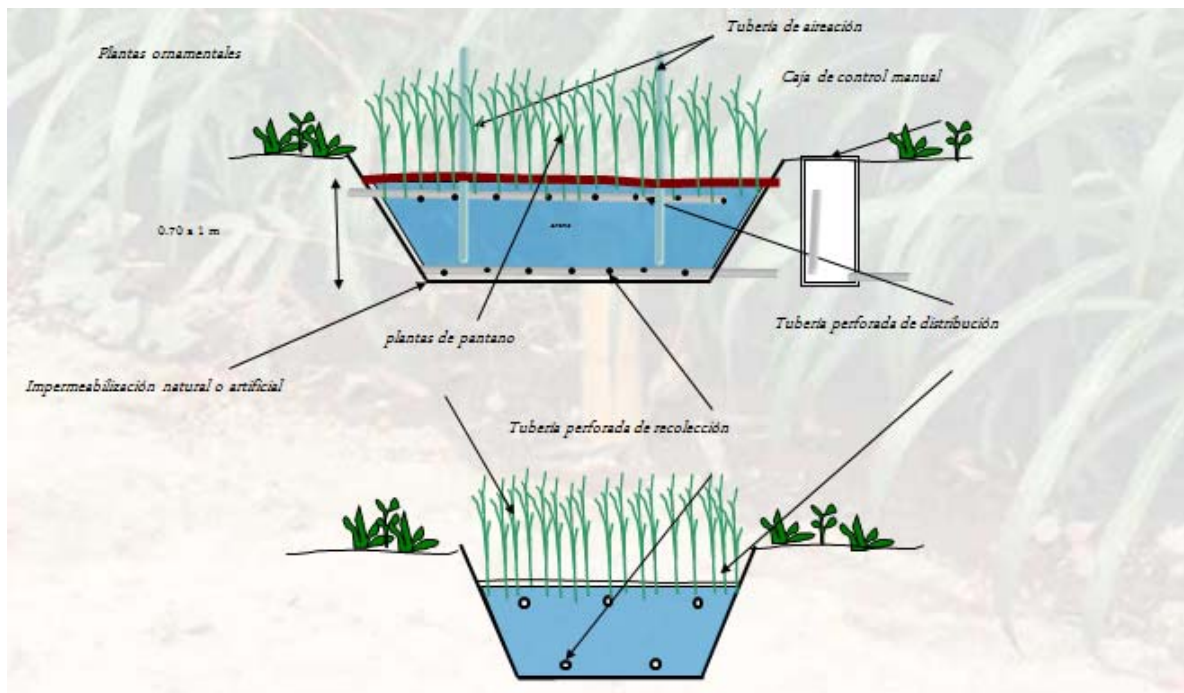
Las plantas emergentes contribuyen al tratamiento del agua residual de varias maneras:

- Estabilizan el sustrato y limitan la canalización del flujo.
- Dan lugar a velocidades bajas del agua y permiten que los materiales suspendidos se depositen.
- Toman el carbono, nutrientes, y elementos de traza y los incorporan a sus tejidos.
- Transfieren gases entre la atmósfera y los sedimentos.
- El escape de oxígeno desde las estructuras subsuperficiales de las plantas beneficia otros espacios dentro del sustrato.
- El tallo y los sistemas de la raíz dan lugar a sitios para la fijación de microorganismos.

### Macrófitas más comunes para el tratamiento

Familia	Nombre latino	Nombres comunes más usuales
Ciperáceas	<i>Carex sp.</i> <i>Eleocharis sp.</i> <i>Scirpuslacustris L. (*)</i>	Junco de laguna
Gramíneas	<i>Glyceriafluitans (L.) R. Br.</i> <i>Phragmitesaustralis (Cav) Trin. ex Steudel (*)</i> <i>Echinochloapolystachya</i>	Hierba del maná Carrizo Pasto alemán
Iridáceas	<i>Iris pseudacorus L.</i>	Lirio amarillo, espadaña fina
Juncáceas	<i>Juncussp.</i>	Juncos
Tifáceas	<i>Thyphasp (*)</i> .	Eneas, aneas, espadañas.

Mencionado lo anterior, se muestra a continuación un esquema del Sistema de Tratamiento:



**El reúso del agua es una opción viable para Jatun Yacu Eco Lodge:**

El agua tratada es de excelente calidad, sin olor y puede ser reutilizada, infiltrada en el suelo o descargada en cualquier cuerpo receptor. Puede ser recirculada para lavado de áreas de trabajo, riego y otras actividades que no estén directamente relacionadas con el consumo humano.

## **Anexo 13:**

### **Actividades turísticas Recreacionales**

- Visita a las Cascadas de Río Blanco, Alukus, Achiyacu: Con caídas de agua desde 11 hasta 90 metros de altura. Donde se puede dar un refrescante baño.
- Visita al Balneario de Waysa Yacu, conjunto de piscinas naturales, del cual sus aguas descienden del Parque Nacional Llanganates, territorio del legendario General Rumiñahui.
- En el Parque Nacional Llanganates se puede realizar caminatas en la selva primaria y secundaria, donde se puede observar flora y fauna y donde se puede ver el cambio de la vegetación de lo tropical a lo montano.
- Cabalgatas en caminos rústicos, tan solo utilizados por lugareños, que recorren el sendero que el río Jatun Yacu va haciendo hasta desembocar en el río Napo.
- Camping y pesca deportiva en Waysa Yacu, en un entorno completamente privilegiado.
- Cabalgatas en senderos rústicos, utilizados solo por los Kichwas.
- Turismo Comunitario en la Comunidad Kichwa Sinchi Pura: Una asociación liderada por mujeres. Donde se puede tener convivencia directa con los indígenas kichwa de la comunidad, quienes comparten su conocimiento de plantas y árboles medicinales.

- Museo de la comunidad de Serena: Recoge el esfuerzo de muchas familias por consolidar su razón como Nacionalidad Indígena. Quienes exponen y demuestran su modo de vivir en la caza y recolección de frutos.
- Petroglifos de Puma Rumi: Conjunto de 11 figuras en las que sobresalen signos parecidos a una balanza, serpientes y pequeños muñecos. En este lugar se puede participar en una ceremonia, para una limpieza tradicional por parte del curandero local.
- Rafting en el Río Jatun Yacu.
- Educación agrícola en la granja orgánica, donde se participará en la cosecha de la yuca y chonta, principal alimento para los indígenas de la región, así mismo, charla informativa sobre el manejo de la granja y la importancia de consumir alimentos libres de elementos químicos.
- Educación ambiental, junto con el guía naturalista, en una caminata muy temprano por la mañana, río arriba.

## Anexo 14: Tabla de costos variables

<b>Paquete 3d/2n por persona</b>			
<b>COSTOS VARIABLES</b>	<b>Unidad</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Total</b>
2 noches	2	\$ 2,70	\$ 5,40
2 desayunos	3	\$ 0,91	\$ 2,74
3 almuerzos	3	\$ 2,00	\$ 6,00
2 cenas	3	\$ 2,00	\$ 6,00
Llanganates	2	\$ 3,70	\$ 7,40
Cabalgatas	1	\$ 4,20	\$ 4,20
Educación ambiental	1	\$ 5,00	\$ 5,00
Actividades granja	1	\$ 3,00	\$ 3,00
Excursiones noche	1	\$ 5,00	\$ 5,00
Transporte	1	\$ 1,20	\$ 1,20
			<b>\$ 45,94</b>

<b>Paquete 4d/3n por persona</b>			
<b>COSTOS VARIABLES</b>	<b>Unidad</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Total</b>
3 noches	3	\$ 2,70	\$ 8,10
3 desayunos	3	\$ 0,91	\$ 2,74
4 almuerzos	4	\$ 2,00	\$ 8,00
3 cenas	3	\$ 2,00	\$ 6,00
Llanganates	2	\$ 3,70	\$ 7,40
Cabalgatas	2	\$ 4,20	\$ 8,40
Educación ambiental	2	\$ 5,00	\$ 10,00
Actividades granja	1	\$ 3,00	\$ 3,00
Excursiones noche	1	\$ 5,00	\$ 5,00
Cascadas y pesca	1	\$ 2,00	\$ 2,00
Museo	1	\$ 1,00	\$ 1,00
Transporte	1	\$ 1,20	\$ 1,20
			<b>\$ 62,84</b>

<b>Paquete 5d/4n por persona</b>			
<b>COSTOS VARIABLES</b>	<b>Unidad</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Total</b>
4 noches	4	\$ 0,91	\$ 3,66
4 desayunos	4	\$ 2,00	\$ 8,00
5 almuerzos	4	\$ 2,00	\$ 8,00
4 cenas	3	\$ 3,70	\$ 11,10
Llanganates	2	\$ 4,20	\$ 8,40
Cabalgatas	2	\$ 5,00	\$ 10,00
Educación ambiental	2	\$ 3,00	\$ 6,00
Actividades granja	1	\$ 5,00	\$ 5,00
Excursiones noche	1	\$ 1,00	\$ 1,00
Rafting	1	\$ 40,00	\$ 40,00
Camping	1	\$ 8,00	\$ 8,00
Transporte	1	\$ 1,20	\$ 1,20
			<b>\$ 110,36</b>

<b>Paquete 1 semana por persona</b>			
<b>COSTOS VARIABLES</b>	<b>Unidad</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Total</b>
5 noches	5	\$ 2,00	\$ 10,00
5 desayunos	5	\$ 3,70	\$ 18,50
6 almuerzos	6	\$ 4,20	\$ 25,20
5 cenas	5	\$ 5,00	\$ 25,00
Llanganates	3	\$ 3,00	\$ 9,00
Cabalgatas	2	\$ 5,00	\$ 10,00
Educación ambiental	2	\$ 1,00	\$ 2,00
Actividades granja	2	\$ 40,00	\$ 80,00
Excursiones noche	1	\$ 8,00	\$ 8,00
Rafting	1	\$ 40,00	\$ 40,00
Camping	1	\$ 8,00	\$ 8,00
Museo	1	\$ 1,00	\$ 1,00
Transporte	1	\$ 1,20	\$ 1,20
			<b>\$ 237,90</b>

## Anexo 15: Tabla costos fijos

Costos Fijos Anual	Paquetes Turísticos									
	Rubro total	3d/2n		4d/3n		5d/4n		1 semana		
	%	%	\$	%	\$	%	\$	%	\$	%
<b>Gastos Administrativos</b>										
Nómina Administrativo	\$ 25.736,70	37%	\$ 22.240,06	41%	\$ 24.644,39	14%	\$ 8.415,16	8%	\$ 4.808,66	100%
Nómina Operativa	\$ 32.063,16	37%	\$ 11.863,37	41%	\$ 13.145,90	14%	\$ 4.488,84	8%	\$ 2.565,05	100%
Suministros oficina	\$ 300,00	37%	\$ 111,00	41%	\$ 123,00	14%	\$ 42,00	8%	\$ 24,00	100%
Suministros de limpieza	\$ 34,40	37%	\$ 12,73	41%	\$ 14,10	14%	\$ 4,82	8%	\$ 2,75	100%
Mantenimiento paneles solares	\$ 240,00	37%	\$ 88,80	41%	\$ 98,40	14%	\$ 33,60	8%	\$ 19,20	100%
Internet	\$ 300,00	37%	\$ 111,00	41%	\$ 123,00	14%	\$ 42,00	8%	\$ 24,00	100%
Botiquín de primeros auxilios	\$ 180,00	37%	\$ 66,60	41%	\$ 73,80	14%	\$ 25,20	8%	\$ 14,40	100%
mantenimiento eq de computacion	\$ 150,00	37%	\$ 55,50	41%	\$ 61,50	14%	\$ 21,00	8%	\$ 12,00	100%
reposicion de enseres	\$ 150,00	37%	\$ 55,50	41%	\$ 61,50	14%	\$ 21,00	8%	\$ 12,00	100%
Uniformes	\$ 90,00	37%	\$ 33,30	41%	\$ 36,90	14%	\$ 12,60	8%	\$ 7,20	100%
Matriculas de vehiculos	\$ 290,00	37%	\$ 107,30	41%	\$ 118,90	14%	\$ 40,60	8%	\$ 23,20	100%
Permisos y patentes ANUAL	\$ 374,00	37%	\$ 138,38	41%	\$ 153,34	14%	\$ 52,36	8%	\$ 29,92	100%
Capacitacion colaboradores ANUAL	\$ 200,00	37%	\$ 74,00	41%	\$ 82,00	14%	\$ 28,00	8%	\$ 16,00	100%
<b>Gasto de ventas</b>										
Fam Trip	\$ 58,00	37%	\$ 21,46	41%	\$ 23,78	14%	\$ 8,12	8%	\$ 4,64	100%
Gasto publicidad	\$ 200,00	0%		0%	\$ 0,00	0%	\$ 0,00	0%	\$ 0,00	0%
Promociones	\$ 150,00	37%	\$ 55,50	41%	\$ 61,50	14%	\$ 21,00	8%	\$ 12,00	100%
<b>Gastos financieros</b>										
Gastos Bancarios	\$ 144,00	37%	\$ 53,28	41%	\$ 59,04	14%	\$ 20,16	8%	\$ 11,52	100%
Amortización constitución de la empresa	\$ 300,00	37%	\$ 111,00	41%	\$ 123,00	14%	\$ 42,00	8%	\$ 24,00	100%
Pago de intereses prestamo	\$ 10.563,53	37%	\$ 3.908,51	41%	\$ 4.331,05	14%	\$ 1.478,89	8%	\$ 845,08	100%
<b>Gastos depreciación</b>										
Muebles y enseres	\$ 8.749,00	37%	\$ 3.237,13	41%	\$ 3.587,09	14%	\$ 1.224,86	8%	\$ 699,92	100%
Vehiculos	\$ 20.000,00	37%	\$ 7.400,00	41%	\$ 8.200,00	14%	\$ 2.800,00	8%	\$ 1.600,00	100%
Equipos de computación	\$ 480,00	37%	\$ 177,60	41%	\$ 196,80	14%	\$ 67,20	8%	\$ 38,40	100%
Equipamiento de cocina	\$ 1.750,00	37%	\$ 647,50	41%	\$ 717,50	14%	\$ 245,00	8%	\$ 140,00	100%
<b>Total Costos fijos</b>			<b>\$ 37.852,03</b>		<b>\$ 41.944,14</b>		<b>\$ 14.322,39</b>		<b>\$ 8.184,22</b>	
										<b>\$ 102.302,79</b>