



Universidad Tecnológica Equinoccial

**Facultad de Turismo y Preservación Ambiental, Hotelería y
Gastronomía**

Carrera de Turismo y Preservación Ambiental

Tema: Estudio de Factibilidad para la creación de un Eco Lodge (Cabañas Ecológicas) ubicado en el Ecoparque Monte Selva, cantón Pastaza, Provincia de Pastaza con el fin de incrementar el turismo.

**Tesis previa a la obtención del Título de
Ingeniera en Gestión Turística y Preservación Ambiental**

Autora: Tannia Fernanda Quirola Medina

Directora: Msc. Cristina Villacís

**Quito – Ecuador
Noviembre, 2010**

AUTORA

Expreso que el siguiente proyecto de tesis fue realizado en su totalidad con el esfuerzo e investigación de la autora, sin ningún tipo de material o información plagiada.

Tannia Fernanda Quirola Medina

CI: 180338969 - 9

RESPONSABILIDAD

Certifico que el contenido del siguiente proyecto

ha sido elaborado en su totalidad por:

Tannia Fernanda Quirola Medina

Msc. Cristina Villacis

Directora de Tesis

AGRADECIMIENTO

A Dios por cada día que me permite vivirlo a plenitud.

A la Universidad Tecnológica Equinoccial, a sus docentes y autoridades por permitirme realizar una meta importante en mi vida como es esta tesis.

A mi directora de Tesis Msc. Cristina Villacis por todo su apoyo y esfuerzo incondicional que me brindó para el desarrollo con eficacia de la presente tesis.

A mi madre por su confianza en mí y su apoyo constante en todas las actividades de mi vida, es mi mejor amiga y le agradezco de todo lo que hemos pasado sobre todo agradezco por su ayuda y apoyo en esta tesis.

A mi familia por ese apoyo inmenso en el desarrollo de esta tesis, sobre todo a mis padres que con sus conocimientos y paciencia aportaron a la realización de la misma; a mis abuelos que con su amor han hecho de mi vida una felicidad total, a mi hermana menor con su inocencia y cariño me ha dado una razón más para esforzarme en mi vida y vivir para su bienestar.

Tannia

DEDICATORIA

Dedico esta tesis a mi Abuelito bello que estuvo conmigo desde el primer día de mi vida cuidándome y apoyándome incondicionalmente, siendo su orgullo y su felicidad siempre, fui y seré su pequeña hija y haré todo para que siga orgulloso de mi.

Con mucho cariño:

Tannia

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	VII
MARCO CONCEPTUAL.....	X
Planteamiento del Problema.....	X
Objetivo.....	XI
Objetivo General.....	XI
Objetivos Específicos	XI
Antecedentes	XII
Justificación.....	XIII
Delimitación del Tema	XIV
Marco Referencial.....	XIV
Beneficios	XV
Marco Conceptual	XVI
Metodología	XVIII
CAPÍTULO I	
1.- GENERALIDADES DEL SITIO DE ESTUDIO.....	1
1.1 Introducción	1
1.2 Objetivo	4
1.3 Localización	4
Mapa 1.....	6
Mapa 2.....	6
Mapa 3.....	7
1.4 Topografía y Relieve	7
1.5 Hidrografía	8
1.6 Climatología	8
1.7 Biodiversidad	9
Cuadro 1	10
Cuadro 2	11
1.8 Población	13
1.9 Atractivos Turísticos	13
1.10 Accesibilidad	18
Mapa 4.....	20
1.11 Análisis FODA	20
CAPÍTULO II	
2.- ESTUDIO DE MERCADO.....	23
2.1 Introducción	23
2.2 Concepto	24
2.3 Objetivo	25
2.3.1 Objetivo General	25
2.3.2 Objetivos Específicos	25
2.4 Universo	26
2.5 Muestreo	26
2.6 Cálculo del Tamaño de la Muestra	26
2.7 Modalidad de la Investigación	29
2.8 Metodología de la Investigación	29
2.9 Entrevista	33
2.10 Criterio de Expertos	40

2.11 Encuesta a Turistas	42
2.12 Tabulación de Encuestas	44
2.12.1 Tabulación de Encuestas Nacionales	44
2.12.2 Tabulación de Encuestas Extranjeros	52
2.13 Perfil del Consumidor	60
2.14 Demanda	62
2.14.1 Demanda Ecoparque Monte Selva	62
2.14.1.1 Demanda Histórica	62
Cuadro 3	62
Cuadro 4	63
Cuadro 5	63
2.14.1.2 Demanda Actual	63
Cuadro 6	64
Cuadro 7	64
2.14.1.3 Demanda Futura	64
2.14.1.3.1 Cálculo de la Demanda Futura Nacionales	65
Cuadro 8	65
Cuadro 9	66
2.14.1.3.2 Cálculo de la Demanda Futura Extranjeros.....	66
Cuadro 10	66
Cuadro 11	67
2.14.2 Demanda Provincia de Pastaza	68
2.14.2.1 Demanda Histórica	68
Cuadro 12	68
2.14.2.2 Demanda Actual	68
Cuadro 13	68
2.14.2.3 Demanda Futura	69
Cuadro 14	69
Cuadro 15	70
2.15 Oferta	71
2.15.1 Oferta Ecoparque Monte Selva	71
2.15.1.1 Oferta Histórica y Actual	71
Cuadro 16	72
2.15.1.2 Proyección de la Oferta	72
Cuadro 17	73
2.15.2 Oferta de la Provincia de Pastaza	73
2.15.2.1 Análisis Oferta	73
Cuadro 18	73
Cuadro 19	74
Cuadro 20	75
2.15.2.2 Análisis de Establecimientos que ofertan servicios similares	75
Cuadro 21	76
2.15.2.1 Matriz de Competencia Directa	77
Cuadro 22	78
2.15.2.3 Proyección de la Oferta	78
Cuadro 23	79
Cuadro 24	79
2.16 Balance Demanda – Oferta	79
Cuadro 25	80

CAPÍTULO III

3.- PLAN DE MARKETING.....	82
3.1 Introducción	82
3.2 Concepto	83
3.3 Objetivo	84
3.4 Situación Actual	84
3.5 Estrategias	86
3.5.1 Producto	86
Cuadro 26	91
3.5.2 Plaza	91
Cuadro 27	93
3.5.3 Precio	93
Cuadro 28	94
3.5.4 Promoción	94
Cuadro 29	94
Cuadro 30	100
Cuadro 31	101
Cuadro 32	101
Cuadro 33	102
Cuadro 34	102
Cuadro 35	103
3.6 Presupuesto Total de las Estrategias de Marketing	103
Cuadro 36	103

CAPÍTULO IV

4- ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL.....	105
4.1 Introducción	105
4.2 Concepto	106
4.3 Objetivo	107
4.4 Proceso Administrativo.....	107
4.5 Descripción del Modelo de Recursos Humanos	108
4.6 Visión del Ecoparque Monte Selva	109
4.7 Misión del Ecoparque Monte Selva.....	109
4.8 Objetivos del Ecoparque Monte Selva.....	109
4.9 Valores del Ecoparque Monte Selva.....	110
4.10 Organigrama.....	111
4.11 Análisis de Puestos.....	112
4.12 Esquema Jurídico – Legal para la Creación del Eco – Lodge	114

CAPÍTULO V

5.- ESTUDIO TÉCNICO.....	119
5.1 Introducción.....	119
5.2 Objetivo.....	120
5.3 Justificación	120
5.4 Localización del Proyecto	123
5.4.1 Macrolocalización	123
Mapa 5.....	124
5.4.2 Microlocalización	124
Mapa 6.....	125
5.5 Tamaño del Proyecto	125

5.6 Distribución de Áreas del Eco – Lodge	126
Cuadro 37	126
Cuadro 38	127
Cuadro 39	127
Cuadro 40	127
Cuadro 41	128
5.7 Equipamiento del Eco – Lodge	129
5.7.1 Recursos Materiales de Construcción	129
Cuadro 42	131
5.7.2 Implementación de Muebles y Enseres	112
Cuadro 43	137
5.7.3 Implementación de Maquinarias y Equipos	138
Cuadro 44	139
5.8 Planos Arquitectónicos	139

CAPÍTULO VI

6.- ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO.....	141
6.1 Introducción	141
6.2 Objetivo	142
6.3 Ingeniería Económica del Proyecto	142
6.4 Inversión	142
6.5 Formas de Financiamiento	143
6.5.1 Fuentes de Financiamiento Internas	143
6.5.2 Fuentes de Financiamiento Externas	144
6.6 Total de Activos del Proyecto	144
6.6.1 Recursos Propios	144
Cuadro 45	144
6.6.2 Activos Fijos Tangibles	144
6.6.2.1 Implementación Recursos Materiales de Construcción	145
Cuadro 46	145
6.6.2.2 Implementación de Muebles y Enseres	145
Cuadro 47	145
6.6.2.3 Implementación Maquinaria y Equipos	146
Cuadro 48	146
6.6.2.4 Resumen Activos Fijos Tangibles	146
Cuadro 49	146
6.6.3 Activos Diferidos	147
Cuadro 50	147
6.6.4 Capital de Trabajo	147
6.6.4.1 Mano de Obra Directa	148
Cuadro 51	148
Cuadro 52	148
6.6.4.2 Mano de Obra Indirecta	148
Cuadro 53	148
6.6.4.3 Mantenimiento y Reparación	149
Cuadro 54	149
6.6.4.4 Insumos	149
Cuadro 55	149
Cuadro 56	149
6.6.4.5 Gastos Pre – Operativos	150
6.6.4.5.1 Gastos Administrativos	150

Cuadro 57	150
Cuadro 58	150
Cuadro 59	151
6.6.4.5.2 Gastos Ventas	151
Cuadro 60	151
6.6.4.6 Seguro	151
Cuadro 61	151
6.6.4.7 Resumen Capital de Trabajo	152
Cuadro 62	152
6.7 Depreciaciones	152
6.7.1 Total Depreciaciones	152
Cuadro 63	152
6.7.2 Depreciación Acumulada	153
Cuadro 64	153
Cuadro 65	153
Cuadro 66	154
6.8 Cuadro de Fuentes	155
Cuadro 67	155
6.9 Amortizaciones	155
Cuadro 68	155
6.10 Evaluación del Proyecto	156
6.10.1 Costo del Proyecto	156
Cuadro 69	156
Cuadro 70	156
6.10.1.1 Proyecciones	156
Cuadro 71	156
6.10.2 Precio	157
6.10.2.1 Ingresos Estimados por Ventas en Dólares.....	158
Cuadro 72	158
6.10.3 Balance General	159
Cuadro 73	159
6.10.4 Estado de Resultados	160
Cuadro 74	160
6.10.5 Flujo de Caja	161
Cuadro 75	161
6.10.6 Punto de Equilibrio	162
Cuadro 76	162
6.10.7 Valor Actual Neto	163
Cuadro 77	163
6.10.8 Tasa Interna de Retorno.....	163
Cuadro 78	163
6.10.9 Período de Recuperación Interna.....	164
Cuadro 79	164
6.10.10 Razón Costo – Beneficio	164
6.11 Índices Financieros	164
6.11.1 Rentabilidad sobre la Inversión	164
6.11.2 Rentabilidad sobre los Recursos Propios	165
6.11.3 Rentabilidad sobre las Ventas	165
6.11.4 Índice de Cobertura del Interés	165

CAPITULO VII	
7.- CAPITULO AMBIENTAL.....	168
7.1 Introducción	168
7.2 Concepto	169
7.3 Objetivo	170
7.4 Situación Actual y Factores Ambientales	171
7.5 Área de influencia del Proyecto	172
7.6 Posibles medidas de Mitigación	172
7.6.1 Medidas Ambientales de Prevención	172
7.6.2 Medidas Ambientales de Mitigación	173
7.6.3 Medidas Ambientales de Compensación	174
7.7 Ficha Ambiental	175
7.8 Matrices Ambientales	190
CONCLUSIONES.....	190
RECOMENDACIONES.....	192
BIBLIOGRAFÍA.....	195
ANEXO.....	196

INTRODUCCIÓN

Ecoparque Monte Selva es un destino turístico reconocido a nivel nacional el mismo que ofrece muchas actividades turísticas de recreación, de adrenalina, de relajación, donde el turista experimenta la vida en plenitud en la selva amazónica y los secretos de ella.

Vale recalcar que no cuenta con un servicio de alojamiento cómodo y atractivo para los turistas que vienen a sus instalaciones. Por tanto la creación de un Eco - Lodge en Ecoparque pretende el desarrollo turístico en su totalidad no solo de este destino sino también del engrandecimiento del Grupo Turístico Monte Selva como tal.

Es importante la realización del presente estudio para determinar la factibilidad del proyecto que se pretende ejecutar, Aportando con datos estadísticos que ayuden a la implementación del servicio de alojamiento en el Ecoparque, para que por medio de este documento pueda anticiparse a las necesidades del turismo y a su vez satisfacer la misma.

El presente documento contiene siete capítulos, en los cuales se detallan todas las acciones a realizar, justificativos y datos técnicos suficientes para su factibilidad.

En el primer capítulo se detalla la información básica del lugar de estudio y sus generalidades.

La elaboración de una estudio de mercado dio a conocer la potencial demanda existente en la provincia para con esta empresa. Al mismo tiempo facilita la obtención de

información sobre los gustos y preferencias de los consumidores. Así, de esta manera, se puede elaborar un perfil del turista a captar y fijando a que segmento se va a llegar, ayudando a establecer los diseños de paquetes turísticos, presentado en el Capítulo II.

El siguiente capítulo presenta un diseño administrativo a seguir por la empresa, detallando el nuevo departamento que formará parte del Ecoparque Monte Selva. Del modo una vez recopilada toda la información legal se puede constituir legítimamente el Eco – Lodge dentro del Ecoparque.

Este proyecto contará con siete cabañas representando las siete etnias amazónicas que tiene la provincia, con una capacidad para 42 plazas especificado en el Capítulo IV. Las mismas que se construirán bajo las características sugeridas en el presente proyecto.

Otro aspecto importante es el poder establecer los mecanismos de financiación del proyecto, el mismo que se encuentra expreso en el Capítulo V de Estudio Económico.

El tema ambiental ha sido un aporte fundamental al presente estudio, dando una óptica de conservación de la flora y fauna existe, reduciendo el impacto visual y ambiental al máximo posible, especificado en el Capítulo VI.

El estudio de los tópicos anteriores y confirmando la factibilidad del proyecto a realizarse, es una herramienta para establecer las estrategias de marketing que se adaptarían adecuadamente, las mismas que se puntualizan en el último capítulo.

Se comprobó la factibilidad del presente proyecto en base a cuatro factores importantes. El proyecto es factible económicamente, como se puede observar en el capítulo V donde indica que es rentable la creación del Eco – Lodge en Ecoparque Monte Selva, debido a todos los estudios realizados y a la utilidad a obtenerse en el transcurso de su desarrollo.

En cuanto al factor técnico, el proyecto a ejecutarse es factible, debido a que se comprueba que la construcción sea duradera y los materiales ocupados dentro y fuera de la misma, sean de la mejor calidad.

Este proyecto piensa ayudar a la comunidad conjunta del Ecoparque Monte Selva, otorgando plazas de trabajo a los pobladores de los alrededores como se puede observar en el capítulo Administrativo.

Por último y el no más importante factor ambiental. Este aspecto encontrado en el capítulo VI, que indica con las matrices la factibilidad ambiental en la creación del Eco-Lodge, se puede observar que no existe un impacto ambiental fuerte en el espacio de terreno a utilizarse.

MARCO REFERENCIAL

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Durante los últimos años se ha venido desarrollando una serie de proyectos que se justifican como turísticos, sin embargo, no pasan más allá de ser inversiones hoteleras tradicionales que pese a sus altos costos y agradables diseños no brindan las alternativas turísticas que un destino necesita ofrecer.

La pernoctación en un destino turístico depende en un menú de actividades a realizar, sus tiempos de duración, las facilidades que brinden cada una de ellas; la innovación como producto competitivo y la promoción misma que se le dé al destino. De tal manera, los proyectos hoteleros antes mencionados, no están logrando los resultados esperados, convirtiéndose en hoteles con atención para comerciantes, visitantes médicos, proveedores de insumos, talleres y seminarios empresariales o eventos sociales.

Para desarrollar proyectos ecológicos es necesaria la intervención de un profesional turístico con suficientes conocimientos de conservación, preservación y reducción de impactos ambientales al momento de iniciar un proyecto netamente ecológico, ya que un hotel puede ser construido, diseñado y operado por un profesional hotelero cuyas condiciones serán similares pese a su localización dentro o fuera de las ciudades.

PLANTEAMIENTO DE OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Determinar la factibilidad turística del Ecoparque Monte Selva en la Provincia de Pastaza, mediante la creación de un Eco Lodge.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Obtener información turística suficiente a cerca de la zona de estudio donde se realizará el proyecto como sus recursos, afluencia, atractivos.
- Determinar la percepción que existe por parte de los turistas que acuden al Ecoparque, de la creación de un Eco - Lodge que brinde un servicio turístico de calidad, en su complemento de actividades de naturaleza.
- Conseguir un incremento cuantitativo del volumen de los ingresos por la creación del Eco – Lodge en el Ecoparque Monte Selva.
- Apoyar la gestión administrativa en el servicio de alojamiento alternativo destacando la gestión de un Recurso Humano capacitado, motivado y adaptable a cambios frecuentes e inesperados.
- Probar la viabilidad técnica del proyecto aportando información que facilite su evaluación técnica y financiera, proporcionando fundamentos técnicos sobre los cuales se diseñará y efectuará el proyecto.
- Demostrar la viabilidad del proyecto mediante cifras se compara los gastos de inversión con las ganancias planificadas.
- Analizar las condiciones naturales que disminuyan los posibles impactos ambientales en la realización del Eco Lodge.

ANTECEDENTES

Estando el Ecuador continental en desventaja con el Ecuador Galápagos en lo que a promoción turística se refiere, y tomando en cuenta que las playas no logran los niveles ni en infraestructura ni escenarios geográficos que les corresponde a destinos “playas” como el Caribe o el Mediterráneo, a su vez, si bien la impactante hermosura de nuestros andes, ríos y valles de la serranía han sido hasta hace unos años visitados por turistas extranjeros en busca de aventura, cultura, historia o religión. Es sin duda la amazonía un destino turístico muy apetecido por propios y extraños y al mismo tiempo muy poco explotado, en la medida en la que países cercanos geográficamente promocionan sus selvas como principal producto de venta turística para esos países.

Es entonces que la SELVA AMAZÓNICA con su todo incluido, paisajes, aventura, magia, cultura, folklor, fauna, flora, la opción para el desarrollo turístico y por ende convertirse en la nueva imagen del Ecuador eco turístico; y es Pastaza la opción con mayores ventajas por su localización estratégica en la región amazónica y su fácil acceso ya sea este terrestre o aéreo facilitando el ingreso y visita de los turistas nacionales y extranjeros.

JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA

La provincia de Pastaza se encuentra en una etapa de iniciación a la actividad turística y cuenta con cualidades naturales, excelente localización y sobretodo facilidades de acceso, razones que contribuyen a la creación de un producto turístico realmente competitivo a nivel mundial. El limitado menú de servicios turísticos y hoteleros con que se cuenta en el mercado, la ausencia de un modelo de gestión para servicios alternativos, sumado a la falta de fuentes de financiamiento para la construcción o mejoramiento estimulan a aumentar la oferta turística de la provincia, para identificarla como un producto turístico relacionado a la ecología y la aventura.

Estos servicios de alojamiento alternativo deben contar con criterios de un profesional en turismo que faciliten el servicio de calidad que el turista exige y merece, este mismo servicio se convierte en una modalidad nueva que debe cumplir con las normas básicas que regulan esta actividad; sin embargo, la factibilidad del proyecto se basa en aprovechar los escenarios naturales, los recursos humanos en la parte administrativa y operativa, materiales autóctonos, para combinarlos con normas de servicios turísticos y hoteleros ya establecidos y conducirlos a un servicio cómodo y de calidad, enfocando a un desarrollo turístico sustentable.

Se justifica la presente investigación, porque el proyecto es innovador, necesario para introducirse en la competitividad, es una alternativa viable que se comprueba con la tesis porque se cuenta con los recursos naturales, humanos, tecnológicos y económicos, se justifica porque se lograrán introducir las nuevas tecnologías y conocimientos que

exige la modernidad y el uso cada vez más exigente de los turistas al momento de utilizar su espacio de ocio.

DELIMITACIÓN DEL TEMA

La ciudad el Puyo se ubicada en el valle del río Puyo, que se extiende entre las cordilleras del Pindó Mirador, del Tiz, el Singüin; a su vez el Ecoparque Monte Selva se encuentra ubicado a 1 ½ kilómetro vía Baños – Puyo dando una entrada de acceso fácil a todas sus instalaciones y atractivos.

Las encuestas van a ser dirigidas a los pobladores económicamente activos del sector de Santa Rosa para conocer cuál es su criterio con la implementación de este proyecto; de igual forma las encuestas serán realizadas a los turistas económicamente activos de una edad promedio de 25 a 60 años para saber su interés sobre esta investigación.

MARCO REFERENCIAL

ECO – LODGE

Es una denominación tomada del inglés referida a un alojamiento ecológico, campamento al aire libre o a cabañas ecológicas y, en el mercadeo de servicios turísticos, se utiliza muy frecuentemente para designar aquellos sitios de alojamiento rodeado de ó cercano a sitios de interés eco-conservacionista, en el cual la clase de turismo que llega es un turista conservacionista.

Este concepto es muy claro cuando se refiere a un Eco – Lodge, dentro del Ecoparque Monte Selva se va a construir este servicio adicional para que los turistas no sólo puedan vivenciar la experiencia de compartir y cuidar a la naturaleza sino que también puedan vivir con ella todo su encanto al poder pernoctar dentro de la misma. Este servicio a implementarse será construido de una manera adecuada al entorno sin dañar su paisaje, dando un aspecto de preservación y contribución al turismo de la zona.

BENEFICIOS

Gracias a la creación de un Eco Lodge dentro del Ecoparque Monte Selva se van a incrementar el flujo de turistas nacionales y extranjeros sobretodo en su permanencia en el sitio para que de esta manera se puedan realizar todas las actividades que éste ofrece y la implementación de nuevos servicios que le complazcan de mejor manera a los clientes.

Este proyecto no sólo favorece los intereses del turista por experimentar la sensación de vivir dentro de la amazonía y conocerla, sino que también da un aporte socio - económico a los pobladores del sector puesto que este proyecto beneficiará con plazas de trabajo a los habitantes aledaños, creando de esta manera un mejor tipo de vida a los alrededores del establecimiento.

Mitiga los impactos ambientales hacia La naturaleza, por la construcción de este Eco Lodge ya que primero contará con un estudio de Impacto Ambiental para saber cuáles son las zonas sensibles y cuáles son las zonas aptas para su realización.

MARCO CONCEPTUAL

Alojamiento alternativo.- Se refiere a un sistema de apoyo social a los necesitados que no cuentan con la asistencia necesaria de sus familiares. Vinculado al turismo claramente se relaciona con la vida natural, se tiene entonces relación con los llamados campamentos, Cabañas ecológicas, Eco Lodge.

Impacto Ambiental.- Las relaciones entre el medio físico y las actividades que en él se desarrollen pueden analizarse en función de la capacidad de acogida del terreno o del efecto que producen o producirán.

SPA.- La palabra SPA significa Salud por agua.

SPA Shamánico.-; combinándolo con la palabra shamánico da una noción de que es un sitio donde los indígenas de la zona conjuntamente con sus shamanes experimentan en el turista nuevas sensaciones de curación con la utilización de barros medicinales, el sitio de purificación del Té Mascal y sus baños en aguas medicinales lo que ayudan al turista en su sanación física y espiritual.

Asignación turística: en algunos países, cantidad de dinero que un turista puede utilizar para un viaje fuera del país.

Atractivo turístico: Cualquier elemento que pueda inducir un turista a que este visite un determinado lugar.

Corriente turística: Conjunto de personas que viajan con fines de recreación turística.

Ecoturismo: Modalidad del turismo, que se caracteriza por el interés de visitar destinos donde las bellezas naturales son el atractivo más fuerte.

Turismo Sedentario: Cuando el viaje tiene un sentido de permanencia más o menos pronunciado en un lugar determinado, incluso lleva al turista a adquirir una propiedad para seguir acudiendo a dicho lugar.

Camping: Deporte que consiste en la realización de actividades al aire libre, protegiéndose de la intemperie por medio de una tienda de campaña y realizado en terrenos debidamente acondicionados para tal fin.

Centro Turístico: Son lugares que por sus atractivos particulares, por sus medios de comunicación equipamiento son objeto de demanda turística.

Complejo Turístico: Zona privilegiada de reconocimiento Turístico Internacional, compuesta de varias células que cubren integralmente todas las necesidades turísticas.

Conciencia Turística: Conjunto de actitudes y comportamientos de una población que favorecen el desarrollo del Turismo en la localidad, región y/o país en la cual habitan.

Espacio Turístico: Comprende a aquellas partes del territorio donde se verifica o podría verificarse, la práctica de actividades turísticas, cuyo elemento clave para ser delimitado son los atractivos.

Estacionalidad Turística: Concentración de la afluencia turística en determinadas épocas del año.

Investigación Turística: Conjunto de acciones que de acuerdo a una metodología llevan a averiguación, aportación y creación de nuevos conocimientos sobre el turismo.

Marketing Turístico: Conjunto de técnicas relativas a la transferencia y servicios turísticos del producto al consumidor. Constituye la política y la demanda con la preparación de producto turístico para su venta con la distribución del mismo, con la satisfacción óptima de necesidades de segmentos determinados de consumidores.

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Método Deductivo.- Es un método de razonamiento que sirve para obtener conclusiones generales para llegar a encontrar hechos particulares, cuya aplicación es de carácter general.

Método Inductivo.- En este método se utiliza el razonamiento para obtener hechos generales, cuya aplicación es de carácter particular.

CAPÍTULO I

CAPÍTULO I

1.- GENERALIDADES DEL SITIO DE ESTUDIO

1.1 Introducción

El Ecoparque Monte Selva es un nuevo atractivo turístico creado por el Grupo Turístico Monte Selva, que vinculó su Hostería en la ciudad de Baños de Agua Santa, uno de los destinos turísticos más visitados del Ecuador, a la propuesta de preservación faunística, educación ambiental, en la amazónica ciudad de Puyo, capital de Pastaza.

Este lugar está calificado como Refugio de Vida Silvestre por el Ministerio de Medio Ambiente, y fue creado como aporte del Grupo para retribuir a la naturaleza lo que por actividades de turismo se la altera. Este sitio realiza labores de rescate de flora y fauna silvestre amazónica en acción conjunta con la Policía Nacional, Protección Verde y el Ministerio de Ambiente de Pastaza. Dentro de Ecoparque Monte Selva se desarrolla un plan de adaptación de las especies a su hábitat original y en un momento dado, se procede a la liberación de las mismas, contribuyendo a la repoblación de esta zona, caracterizada por una elevada biodiversidad, producto de la fusión de Andes y Amazonía, pero también de una alta fragilidad ecológica, por la intromisión humana, la deforestación y el tráfico de vida silvestre.

En este escenario, se ofertan varios servicios turísticos entre los que cuentan el alojamiento en carpas; con un área bajo cubierta en un segundo piso de madera con una maravillosa vista hacia la piscina y el exuberante verdor del bosque húmedo tropical amazónico, en tanto en el horizonte se observan las nieves de los volcanes andinos, siendo este uno de los pocos sitios en el planeta de selvanieve. La campamentación se

realiza con total seguridad en un área semicubierta donde se instalan tiendas de acampar (carpas), y hay una segunda opción que es el campamento al aire libre ubicado dentro del bosque, con señalización y vías de acceso, carpas especiales para intemperie que soportan las fuertes condiciones ambientales de la región, acompañado de servicios sanitarios como baterías, duchas, lavabos, vestidores, y guardarropas para dar comodidad y seguridad al huésped.

Acompañan a estos servicios un imponente restaurant, con bar, heladería, una espectacular piscina en forma de orquídea, bar acuático, y un Spa Shamánico para experimentar terapias de salud tradicional con nativos de la zona, profundos conocedores de las propiedades curativas de las plantas, pero sobre todo de las arcillas amazónicas ricas en oligoelementos muy útiles en procesos de sanación corporal, y también de relajamiento espiritual, ideales para mitigar el estrés de la gente de la ciudad. Estos servicios a los que se deben sumar caminatas, arborismo y balneario, se enmarcan en contextos de mucha seguridad, comodidad y placer, en una hábil combinación con aventura, descubrimiento y emoción.

El ECOPARQUE funciona desde noviembre del 2.004 y se encuentra en proceso de crecimiento en la tercera de cuatro etapas de construcción previstas que son lograr la categorización de Refugio de Vida Silvestre, la construcción de un complejo turístico, creación de un Eco – Lodge, y la última etapa la creación de un complejo habitacional vacacional; que concluyen con la mencionada tercera etapa de implementación de las habitaciones para pernoctación convencional siendo este el Eco – Lodge. También el ECOPARQUE realiza labores de ayuda social y educación en su zona de influencia, mediante varios mecanismos, como son ingreso gratuito a estudiantes de escuelas y colegios de sectores marginales, descuentos especiales para la tercera edad, entrega de

vajillas usadas a albergues de niños pobres y capacitación a indígenas en negocios turísticos.

1.2 Objetivo

- Obtener información turística suficiente a cerca de la zona de estudio donde se realizará el proyecto como sus recursos, afluencia, atractivos.

1.3 Localización del Ecoparque Monte Selva

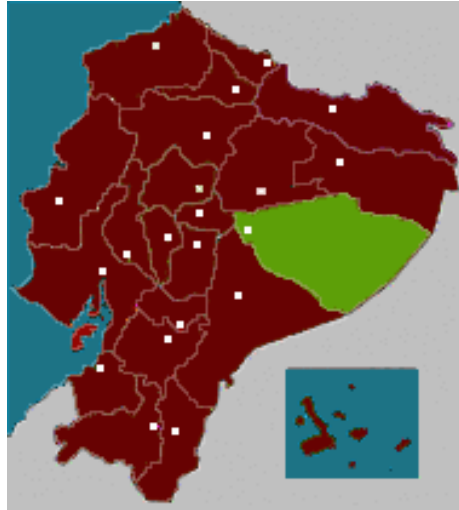
Ecuador es un país de incalculable belleza natural, de gente amable, de fascinante historia y de futuro prometedor. Constituye un escenario ideal para el turismo y un espacio de múltiples atractivos culturales y naturales; con una enorme población de especies de flora y fauna existente en nuestro país. Se encuentra entre los 17 países de mayor biodiversidad del planeta, y esta abundancia biológica se refleja en una amplia variedad de pisos climáticos en permanente fusión y transición, lo que permite tener el mismo número de aves que Brasil, más especies de árboles que Europa y en general, el once por ciento de todas las formas de vida del planeta, en un espacio geográfico muy pequeño, lo que permite conocer esta alta densidad biológica en pocos días, y experimentar la transición climática en unas pocas horas.

Y es precisamente en una zona de transición y de fusión de los climas andino y amazónico, donde se levanta el cantón Pastaza, que se sitúa a 950 metros sobre el nivel de mar, junto a la Provincia de Tungurahua, en una zona donde se une el Parque Nacional Llanganates con el Parque Nacional Sangay, este último declarado “Patrimonio de la Humanidad” por la UNESCO, zona que también fue declarada “Regalo a la Tierra” por la WWF.

A dicho cantón se lo considera la perla de la Amazonía, puesto que es la principal y mejor entrada a la selva ecuatoriana, siendo uno de los principales atractivos al llegar a este cantón, el haber recorrido la mundialmente famosa Ruta de las Cascadas, con alrededor de 30 cascadas para ser apreciadas, siendo las más importantes el Manto de la Novia y el que fuera escenario de una película internacional, el famoso Pailón del Diablo, muy cerca a Ecoparque Monte Selva.

Pastaza es la provincia más extensa de Ecuador y de la Región Amazónica, con 29.773 Km. cuadrados, se extiende desde el centro de la Amazonía hasta el límite con el Perú, entre las coordenadas geográficas 1° 00'' y 2° 40'' de Longitud Sur, 75° 40'' y 78° 10'' de Latitud Oeste. Esta provincia posee una de las densidades poblacionales más bajas del planeta; de 1,4 habitantes por kilómetro cuadrado, sumando en su totalidad 41.800 habitantes distribuidos en cuatro cantones, Pastaza, Mera, Santa Clara y Arajuno, siendo su capital la ciudad de Puyo. Sus límites provinciales son: al norte: Napo y Francisco de Orellana; al sur: Morona Santiago; al este: la República del Perú y al oeste: Tungurahua.

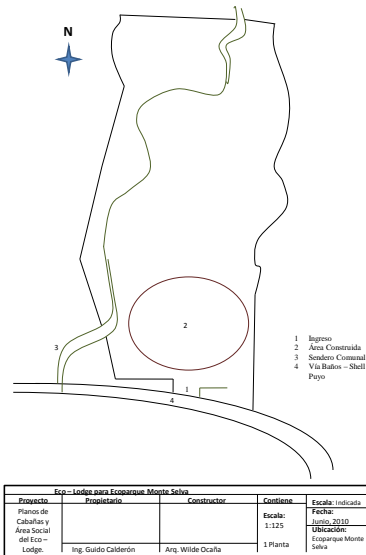
Ecoparque Monte Selva se encuentra en la provincia amazónica de Pastaza, ubicado en el km. 1 ½ en la vía Puyo – Baños, junto a la carretera principal. El Ecoparque Monte Selva posee una extensión de 21.536 Hectáreas.



Mapa 1: Ubicación de la Provincia de Pastaza dentro de Ecuador.



Mapa 2: Ubicación de Ecoparque Monte Selva dentro de la Provincia de Pastaza.



Mapa 3: Planos de ubicación del Ecoparque

1.4 Topografía y Relieve

En el Ecoparque Monte Selva se puede encontrar un suelo bastante irregular, montañoso con presencia de quebradas pronunciadas. Su suelo es pantanoso en ciertas áreas que comprenden un 20% de la totalidad del terreno, existe presencia de arena y arcillas de varios colores (Amarilla, Blanca y Roja).

Sus suelos son de color rojo amarillento debido a la alta concentración de hidróxido de hierro y aluminio, escasa capa fértil de aproximadamente un medio metro, con delgada capa de humus y poca retención del agua y nutrientes.

Su altura oscila entre 970 y 1.057 metros sobre el nivel del mar.

Desde la parte alta del Ecoparque se contempla la vasta extensión de la llanura amazónica y la majestuosidad de la cordillera andina. El paisajismo que se contempla desde el Ecoparque es privilegiado.

1.5 Hidrografía

En lo referente a la hidrografía existe un pequeño riachuelo que cruza la mitad de la extensión del terreno, el mismo que viene recogiendo la percolación montañosa para desembocar en una laguna de aproximadamente 2.740 metros cúbicos. Precipitaciones de 4000 mm anuales, permite la existencia permanente de vertientes con agua de buena calidad, que por muchos años fue consumida por quienes habitaron estos terrenos.

1.6 Climatología

El clima que posee este sector es cálido húmedo propio de los bosques húmedos tropicales de la Amazonía ecuatoriana, con una temperatura que oscila entre los 18 a 31°C, pero con una media de 25°C. Durante la estación lluviosa el pequeño riachuelo crece hasta el doble de su tamaño y abastece de abundante agua a la Laguna. En los períodos de sequía se forman unas pequeñas playas dentro de la laguna que son aprovechadas por las tortugas y caimanes que habitan la misma. La pluviosidad es regular todo el año y oscila entre 4000 milímetros cúbicos, con una pequeña disminución en los meses de diciembre y enero, con una humedad relativa ambiental del 90%.

La mezcla de corrientes de aire cálido de la Amazonía y corrientes frías andinas, genera lluvias tormentosas que dificultan mucho la reproducción de bichos y en especial de los molestos mosquitos, por lo que el dormir no requiere de mosquitero, ni se padece de

calores sofocantes, convirtiendo el clima de esta zona en muy benigno, lo que se traduce en la alta longevidad de los habitantes.

1.7 Biodiversidad

El área es una zona de fusión andino - amazónica, perteneciente al Corredor Ecológico declarada así por el Ministerio de Turismo, que fusiona a climas y especies de la sierra y la Amazonía. Dentro de este territorio se encuentran ecosistemas muy ricos y complejos muy típicos del Bosque Húmedo Tropical, concentrando una alta diversidad de flora y fauna por hectárea, aunque existan limitantes como la escasa penetración solar, y abundantes recursos minerales de su suelo.

Dado que todas las evaporaciones del océano Atlántico que recorren por encima de la Amazonía, tienen como barrera infranqueable la cordillera de los Andes, es frecuente la nubosidad en la zona, de hecho, Puyo significa en Quichua “Sitio Nublado”, lo que aumenta el nivel de pluviosidad y torna más exuberante la vegetación y se crean excelentes condiciones para las especies animales nativas.

Entre las especies de flora más representativa:

NOMBRE COMÚN	NOMBRE CIENTÍFICO
Arazá	<i>(malpighia glabra)</i>
Aguacate	<i>(Persea americana)</i>
Bambú	<i>(Bambusa vulgaris)</i>
Canelo	<i>(Ocotea oblonga, Pleurothyrium trianae)</i>
Caña de azúcar	<i>(Saccharum officinarum)</i>
Chonta	<i>(Bactris gasipaes)</i>
Guaba	<i>(Inga oerstediana)</i>
Guadúa	<i>(angustifolia kunth)</i>
Guayaba	<i>(Psidium guajava)</i>
Guayusa	<i>(Ilex guayusa)</i>
Hierba luisa	<i>(Cymbopogon citratus)</i>
Manzanilla	<i>(Matricaria recutita)</i>
Limón	<i>(Citrus sp.)</i>
Papaya	<i>(Carica papaya)</i>
Piña	<i>(Anas comosus)</i>
Sábila	<i>(Aloe vera (L.) Burm. f.),</i>
Sangre de drago	<i>(Croton lechleri),</i>
Toronjil	<i>(Melissa officinalis),</i>
Uña de gato	<i>(Brownea grandiceps)</i>
Uva de monte	<i>(Pourouma sp)</i>
Zapote	<i>(Quararibea cordata)</i>

Cuadro 1

Aproximadamente el 40% del territorio del Ecoparque está constituido por bosque primario que se mantiene virgen, es decir, unas 8 hectáreas y media de su totalidad.

En relación a la diversidad faunística, caracterizada por la presencia de 70 especies de anfibios, 35 de reptiles, 80 de mamíferos, 95 de aves, en el Ecoparque Monte Selva gracias a su proyecto de reubicar a los animales nativos en su hábitat natural se han

desarrollado sorprendentemente animales vertebrados e invertebrados entre los más importantes:

ESPECIE	NOMBRE COMUN	NOMBRE CIENTIFICO
Reptiles	Caiman negro	<i>(Melanosuchus niger)</i>
	Caiman Blanco	<i>(Caiman cocodrilus)</i>
	Charapa	<i>(Podocnemis expansa, P. unifilis)</i>
	Boa o matacaballos	<i>(Boa constrictor constrictor)</i>
	Lagartija	<i>(Uracentron flaviceps)</i>
Anfibios	Sapo	<i>(Pipa pipa)</i>
	Sapo Gigante	<i>(Bufo marinus, B. ceratophrys)</i>
	Sapo venenoso	<i>(Dendrobates)</i>
Aves	Bufo	<i>(Bufo marinus)</i>
	Arpía	<i>(Harpia Harpyja)</i>
	Guacamayo Amarillo	<i>(Ara arauna)</i>
	Guacamayo verde y rojo	<i>(Ara chloroptera)</i>
	Lora Cabeza Azul	<i>(Pionus menstruus)</i>
	Lora de Frente Roja	<i>(Amazona autumnalis)</i>
Mamíferos	Armadillo	<i>(Dasypus novemcinctus)</i>
	Cuchucho	<i>(Nasua nasua)</i>
	Cusumbo	<i>(Potos flavus)</i>
	Guatusa	<i>(Dasyprocta fuliginosa)</i>
	Mono Titi	<i>(Cebuella pigmaea)</i>
	Mono Chichico	<i>(Saguinus fuscicollis)</i>
	Mono Barizo	<i>(Saimiri sciureus)</i>
	Mono Machin	<i>(Cebus albifrons)</i>

Peces	Mono Chorongo	<i>(Lagothrix lagotricha)</i>
	Murcielago	<i>(Artibeus lituratus)</i>
	Ocelote	<i>(Leopardus pardalis F. wieddi)</i>
	Perezoso	<i>(Bradypus variegatus)</i>
	Canero	<i>(Vandellia wiener)</i>

Cuadro 2

Cabe resaltar en cuanto a Fauna se refiere, todos estos animales mencionados anteriormente van rotando dependiendo de la llegada a las áreas de cuarentena y de sus liberaciones en el sitio.

El bosque húmedo tropical amazónico es caracterizado por las abundantes y permanentes precipitaciones, además la vegetación que se encuentra en esta zona es un estrato superior de árboles emergentes. Árboles extensamente espaciados de más 35 m de altura, con copas en forma de paraguas, árboles que alcanzan el dosel, es decir entre 15 y 25 m de altura, árboles con copas cerradas lo forman árboles de entre 10 y 20 m, que están en el subdosel, el sotobosque está conformado por arbustos y hierbas de bajo porte que aprovechan menos del 3 por ciento de la luz incidente, y escasas hierbas, plántulas esparcidas entre la una capa de hojarasca de hojas muertas, además en estos bosque se puede encontrar una gran diversidad de animales, adaptados a los diferentes pisos del bosque, que van desde rastreros hasta algunos que jamás abandonan la parte alta del dosel.

1.8 Población

Dentro del Ecoparque Monte Selva no existe población debido a que es un área privada, tan sólo habita personal de planta que varían entre 6 a 10 personas entre voluntarios y pasantes, estos últimos con un período de permanencia máximo de tres meses. Sin embargo, la presencia del Ecoparque en el Barrio Santa Rosa, generó una explosión demográfica así como de negocios turísticos, en especial paraderos, comedores y dos hosterías, una ya en funcionamiento y otra en construcción, convirtiendo a este barrio que a su vez es comunidad, en el mayor polo de atracciones turísticas de Puyo y de la Provincia.

Es interesante mencionar la cercanía del Ecoparque a múltiples servicios que complementan su oferta turística a la vez que generan más seguridad y comodidad a los visitantes, como la cercanía de un aeropuerto con 16 empresas de aviación, un hospital atendido por médicos norteamericanos y todos los servicios de una ciudad como boticas, supermercados, iglesias y otras atractivos naturales como el malecón del río Puyo y varios balnearios en ríos adyacentes.

1.9 Atractivos Turísticos

El atractivo turístico más importante que posee el Ecoparque Monte Selva es su amplio menú de actividades que fusionan el deleite de la naturaleza y los servicios de alimentación, balneario y Spa, logrando que el contacto entre la gente de la ciudad y la Amazonía sea en condiciones de seguridad para los turistas y la biodiversidad local.

El Refugio de Vida Silvestre es una atracción que cuenta con tres etapas para su correcto funcionamiento; el primero es el área de cuarentena animal, donde hacen su

primera escala los animales rescatados y se los puede chequear y monitorear para así detectar alguna enfermedad o inconveniente que puedan traer y contagiar a los demás animales residentes. La segunda etapa es la de semilibertad, es la etapa más importante para el animal ya que aprende a defenderse solo ante la vida en la naturaleza, como también es importante para el turista debido a que es aquí donde los visitantes pueden observar la fauna existente y su comportamiento. Y la etapa final es la liberación total de los animales, que por su propia decisión abandonan el sitio una vez que ya hayan desarrollado su capacidad de adaptación a su entorno selvático. Es normal que animales que han abandonado el Ecoparque, después de varios meses e incluso años, retornen por sus bosques.

El servicio de Restaurant, Cafetería y Bar, utilizado para brindar todo tipo de comidas a los turistas dependiendo del paquete escogido, se caracteriza por tener los sabores y olores amazónicos. También los turistas que vienen a disfrutar las instalaciones pueden deleitarse de las comidas típicas de la zona los fines de semana con su nuevo servicio de buffet, que incursiona en la zona, una nueva modalidad gastronómica, que es la del “tenedor libre”, donde el comensal puede comer todo lo que desee de una gran variedad de alimentos.

Las actividades productivas de la zona son agrícolas con cultivos en vivero: de bambú y guadúa; frutales como: guaba, guayaba, limón, arazá, pomarrosa, uva de monte, piña, papaya, guabilla, caña de azúcar; plantas medicinales como la sangre de drago, punta de hacha, uña de gato, guayusa, manzanilla, toronjil, hierba luisa, sábila, entre otras; y ornamentales como las heliconias, orquídeas, bromelias, hiedras, helechos, muzgos; y maderables tales como la balsa, laurel, colorado, tachuelo, pigüe, guayacán, chonta, pumamaqui.

Servicios Turísticos:

-Restaurante y Salón de Eventos: Con una capacidad para 250 personas, lo que lo convierte en el Centro de Eventos más grande de la provincia y que ha sido asumido por un sector pudiente de la zona, como sitio preferido para matrimonios y conmemoraciones institucionales. El estar en las afueras de la ciudad, permite que el evento se realice sin contratiempos y sin el ingreso intempestivo de extraños que pueden originar problemas con los invitados. El parqueadero es para ochenta vehículos brinda la comodidad necesaria y un sistema de monitoreo por tv que da la seguridad correspondiente.

- Mirador Natural: Con una amplia vista desde la mayor parte del Ecoparque, se divisa el Volcán Sangay en medio de una hermosa panorámica de la selva ecuatoriana, y con igual encanto se observa el volcán El Altar que marca el inicio de las estribaciones andinas llenas de selvas aun inexploradas, convirtiendo a este en uno más de los poquísimos sitios del planeta donde se observa la selvanieve. El lugar privilegiado del Ecoparque, permite una panorámica de 180 grados, que permite deleitar cómo las estribaciones andinas ceden ante la inmensidad de la llanura amazónica y vivir la sensación de estando en medio de la selva, se mira la nieve.

-SPA Shamánico: Uno de los elementos más abundantes en la selva, es la arcilla que con el paso de personas o animales de carga se convierte de inmediato en un tipo de pantano muy molesto. Ecoparque buscó reivindicar a este elemento y se investigó sus propiedades curativas, las cuales cambian según el color de la arcilla que indica el mineral preponderante en la misma. Así se estableció el uso de tres arcillas básicas. La blanca rica en zinc ideal para quitar manchas de la cara. La amarilla rica en cobre cura

dolencias de los órganos internos y la roja, abundante en hierro que elimina la celulitis y afecciones de las extremidades.

Mediante la ayuda de los nativos que laboran en el Ecoparque se le ofrece al turista un tratamiento completo en tinas con estos barros medicinales para el tratamiento de sus diferentes dolencia de su cuerpo, lo cual se complementa con un temascal, que es una casa de vapor donde el turista puede purificar su cuerpo mediante la abundante sudoración a la vez que los poros abiertos permiten el ingreso de los elementos curativos de las arcillas; terminando el tratamiento en dos hidromasajes, uno con aguas medicinales de yerbas relajantes y otro con agua de yerbas desinflamantes, lo que permite que las personas a más de desestresarse reciban una alta dosis de bienestar tanto físico como emocional.

-Balneario: Las instalaciones de Ecoparque Monte Selva cuentan con una piscina en forma de orquídea a temperatura ambiente con diferentes actividades para realizar dentro de la misma, y posee servicios de vestidores, duchas, servicios higiénicos. El diseño de esta piscina fue pensado para evitar el peligro de ahogamiento de los niños, por lo que su profundidad no sobrepasa el metro veinte centímetros y en vez de gradas, tienen playas en donde los niños pueden jugar con seguridad en tanto sus padres pueden descansar y disfrutar de los otros servicios del Ecoparque.

La intensa pluviosidad de la zona, permite que el agua esté en constante reposición lo que evita el uso de químicos de la piscina.

- Arborismo: Es un nuevo servicio que se está implementando en la zona, donde el turista realiza diferentes actividades de adrenalina en las copas de los árboles con su debida protección y seguridad, al tiempo que conoce y deleita la parte alta del dosel amazónico, nombrado por los científicos como el “octavo continente” ya que se evidencia que aún está por ser descubierto y que incluso existen especies aun desconocidas cuya vida transcurre completamente en la parte alta de los árboles y jamás bajan a tierra, por lo que no se ha registrado su existencia.

El arborismo también es un deporte en el que más que fuerza se requiere de decisión, y es considerado por los técnicos en terapias gerenciales, como un ejercicio óptimo para mejorar la calidad de nuestras decisiones y la oportunidad de las mismas.

- Sendero Ecológico: Son caminos diseñados en medio de la floresta del Ecoparque, para introducir al turista en un contacto muy medido, seguro y amable con la Amazonía, poder observar la flora y fauna existente en el sitio, con la interpretación de un Guía Nativo, quien a más de trasladar conocimientos de la biodiversidad, también enseña al visitante fundamentos básicos de la cosmovisión indígena e incluso algunas palabras en Shuar, que es la nacionalidad con la que se prefiere trabajar, por su profundo conocimiento y amor a la naturaleza amazónica.

El recorrido del sendero interpretativo puede durar entre treinta y sesenta minutos, aunque su recorrido es apenas de quinientos metros, siendo el acerbo cognoscitivo del Guía, el principal atractivo de esta actividad.

- Áreas de camping con cubierta y en el exterior: Son áreas de hospedaje alternativo donde el turista se adentra en la Amazonía y convive con ella. La idea básica es muy sencilla: el niño o niña saben que la fina tela de la carpa no les protege de los peligros del entorno selvático, lo que les protege es la presencia de papá y mamá. Una actividad pensada en la generación de tiempo de calidad entre el núcleo familiar. Su principal ventaja es que produce muchas satisfacciones a cierto tipo de turista, en tanto, es definitivamente rechazado por otro tipo de visitante, que prefiere y exige la habitación convencional con todas las comodidades que ello implica.

El servicio de camping va acompañado de una extensa batería de servicios higiénicos y duchas, en tanto que los servicios de alimentación se sirven de la manera convencional.

- Orquideario: El mismo posee muchas especies de orquídeas, tomando en cuenta que esta zona es considerada la de mayor endemismo de orquídeas en el mundo. Su abundancia no requiere instalaciones especiales, pero si el traslado de los ejemplares en sectores adyacentes al sendero, lo que permite al Guía, ir mostrando las orquídeas así como otras epífitas, que dentro del mundo vegetal, su evolución equivale a la del hombre en el mundo animal, es decir, están en la cumbre de la pirámide evolutiva, y han aprendido a vivir del dominio de otras especies con quienes desarrollan una alianza simbiótica, osea que se nutren de los flujos corporales de los árboles, pero a la vez les inyectan nutrientes muy valiosos, en especial el nitrógeno.

1.10 Accesibilidad

Refiriéndose al acceso terrestre, es muy fácil de llegar al Ecoparque Monte Selva debido a que está ubicado en primera línea de la vía principal en la carretera Puyo – Baños.

Las distancias desde las ciudades más importantes son: Desde Guayaquil 351 kilómetros, equivalentes a seis a siete horas en automóvil. Desde Quito 211 kilómetros o cuatro horas, y desde la ciudad de Baños de Agua Santa son sólo 45 kilómetros. Desde la ciudad de Puyo hay apenas 1 kilómetro y medio y los mismo a la Parroquia Shell.

Esta carretera está actualmente en perfectas condiciones y su tramo Rio Negro - Baños, fue la primera carretera hecha en concreto en Ecuador.

Su apertura así como la habilitación de los siete túneles, acortó la distancia entre Baños y Puyo, incrementó el flujo vehicular lo que repercutió en la presencia de un turista de mayor capacidad adquisitiva y motivó el acelerado aumento de servicios turísticos como paraderos, comedores, miradores y pesca deportiva.

A sólo dos minutos (5 Kilómetros) de Ecoparque Monte Selva en la parroquia Shell se encuentra un aeropuerto que cuenta con dieciséis aerolíneas que conectan con las ciudades de Macas, Tena y Quito, con la cual existe el servicio de ambulancia aérea. No existen frecuencias habituales de transporte aéreo, por lo que en caso de necesitarlo se debe fletar una avioneta, lo que encarece este tipo de transporte. Se aspira que en el futuro se establezca una frecuencia Guayaquil – Shell, que permitiría al principal mercado emisor de Ecuador, acceder en apenas una hora a los encantos de la Amazonía ecuatoriana.



Mapa 4: Mapa vial hacia la Provincia de Pastaza y Ecoparque Monte Selva.

1.11 Análisis FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES	DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> -Eco – Lodge sea parte de Ecoparque Monte Selva. - Posicionamiento de la marca Monte Selva. - Diversidad de Recursos Naturales. - La localización estratégica en la vía principal que conecta Puyo – Baños. 	<ul style="list-style-type: none"> - Existencia de Aeropuerto cerca, en la Shell. - Nuevos mercados nacionales e internacionales. - Vías de Acceso de primer orden. - Cercanía con el Hospital Vozandes por alguna emergencia. - Creciente afluencia 	<ul style="list-style-type: none"> - No se cuenta con agua potable. - Suelo arcilloso, de mala calidad. - Tala indiscriminada y tráfico ilegal de especies. - Derrumbes en épocas muy lluviosas. - No existe seguridad en la 	<ul style="list-style-type: none"> - La activación del Volcán Tungurahua. - Políticos locales invierten en Proyectos turísticos privados como las piscinas de olas, canchas sintéticas, etc. - Organizaciones indígenas muy agresivas. - Pastaza no se

<p>- Estar dentro del Corredor Ecológico.</p> <p>- Poseer servicios complementarios: Piscina, Spa, Bar, Restaurant, Recreación, Senderos.</p> <p>- Servicios complementarios existentes: Piscina, Spa, Restaurant, Senderos.</p> <p>- Existe capital económico para futuros proyectos como el Eco – Lodge.</p>	<p>turística a la región.</p> <p>- Crecimiento de la afluencia turística de la Región.</p> <p>- No existe en la zona hospedaje orientado al segmento alto</p> <p>- Generación de valor agregado.</p>	<p>zona posterior y lateral del terreno ya que no es posible cercar el terreno.</p> <p>- Carencia de mano de obra calificada en la región.</p> <p>- No hay atractivos adicionales para este segmento</p>	<p>considera aún un destino turístico internacional.</p> <p>- Impacto Ambiental provocado por empresas constructoras y petroleras.</p> <p>- Recesión económica actual mundial.</p> <p>- Este segmento se asusta con facilidad ante disturbios políticos raciales</p>
--	--	--	--

CAPÍTULO II

CAPITULO II

2.- ESTUDIO DE MERCADO

2.1 Introducción

El turismo en el Ecuador muestra sus productos al mercado de un modo regular durante la última década, los datos estadísticos que proporcionan las organizaciones relacionadas no son actualizados de acuerdo a la importancia del manejo de los mismos. Sin duda es el principal requisito para la realización de un estudio de mercado e iniciar cualquier proyecto turístico de esta provincia y del Ecuador entero.

La importancia del presente documento se muestra en la recopilación de los datos presentados a continuación, los mismos que reflejan la oferta turística actual y la proyección futura de la actividad económica que va a ser sustentable.

Sin embargo, las fuentes de la OMT son claras en indicar que el Turismo de Naturaleza es el de mayor crecimiento y demanda nivel mundial. Ecuador, al ser considerado el país con mayor cantidad de formas de vida por metro cuadrado, tiene el potencial para encajar dentro de esta demanda mundial en crecimiento. Además su concentración geográfica, permite acceder a muchos ecosistemas en pocos kilómetros cuadrados, lo que facilita al turista vivir muchas experiencias ambientales diversas, con recorridos cortos, así en un mismo día pueden desayunar junto al mar, almorzar en los altiplanos andinos y cenar en la Amazonía.

Además la política del Gobierno ecuatoriano, de difundir los “cuatro mundos”, rompe el silencio que por décadas pesó sobre la Amazonía y se la presenta como una región

turística más de nuestro país, cuya imagen mundial tradicional se limitaba a indígenas andinos y tortugas Galápagos. La Amazonía hoy está presente en mucha folletería en varios idiomas y ello abre muchas opciones de generar flujo turístico a esta zona, antes caracterizada o conocida exclusivamente por la explotación petrolera y etnias salvajes. Estas son ventajas que en general tienen la Amazonía y en particular Pastaza y su capital Puyo, zona de jurisdicción del Ecoparque y del Eco – Lodge Monte Selva.

Se podría decir que la investigación de mercados es necesaria en toda actividad a emprenderse, pero existe la salvedad de su necesario uso al plantearse proyectos de turismo de naturaleza, que de basarse en estudios de mercado jamás se realizarían, pues no habría la infaltable “demanda insatisfecha” sino que es la construcción del servicio turístico en sitios remotos, extremadamente bellos o casi inaccesibles, lo que genera su propia demanda que crece, por la accesibilidad que se permite a un atractivo geográfico que gracias a la inversión privada o estatal, se convierte en un atractivo turístico.

2.2 Concepto

La **investigación de mercados** es la sistemática y objetiva identificación, obtención, registro, análisis, presentación y distribución de datos e información acerca de una situación específica de mercadotecnia que enfrenta la empresa, con el propósito de mejorar la toma de decisiones para la solución de problemas y/o la identificación de oportunidades de que existen en el mercado sea por el apareamiento de una demanda insatisfecha o por espacios dejado por la competencia.

- Según Richard L. Sandhusen, la **investigación de mercados** es "una recopilación sistemática, registro, análisis y distribución de datos e información sobre los problemas y oportunidades de mercadotecnia" [1].

2.3 Objetivo

2.3.1 Objetivo General

- Determinar la percepción que existe por parte de los turistas que acuden al Ecoparque, de la creación de un Eco - Lodge que brinde un servicio turístico de calidad, en su complemento de actividades de naturaleza.

2.3.1 Objetivos Específicos

- Realizar un estudio de mercado que permita conocer la factibilidad de la ejecución de un Eco - Lodge en el Ecoparque Monte Selva, sus posibles precios y el segmento al cual estaría enfocado.

- Calcular á través de encuestas el porcentaje de turistas que visitan Ecoparque Monte Selva, el gusto de hospedarse en un Eco – Lodge de la misma marca en el sitio.

- Determinar el porcentaje del flujo turístico de Puyo y del Ecoparque Monte Selva por actividades turísticas contratadas y por su propia cuenta.

- Cuantificar las ofertas turísticas que existen en Puyo que incluyen actividades en la Amazonía.

- Analizar las condiciones de crecimiento del mercado de consumidores de turismo de naturaleza, a nivel Provincial y de la empresa.

2.4 Universo

En cuanto a visitantes se refiere, Ecoparque Monte Selva cuenta con 34200 turistas en el año 2009. Se toma esta cantidad para la realización del cálculo del Universo Finito.

2.5 Muestreo

No Probabilístico

Muestreo a juicio y a criterio del investigador

La selección del muestreo a juicio y a criterio del investigador fue implementada ya que se seleccionó a los diferentes elementos de estudio en base a características y cualidades específicas preestablecidas, las mismas que nos permitieron obtener información concreta y productiva con respecto a los intereses del proyecto.

El tener contacto permanente con los turistas de Hostería Monte Selva en Baños y de Ecoparque en Puyo, y el pedirles que llenen formularios de satisfacción, ha permitido tener una clara percepción de sus preferencias.

2.6 Cálculo del Tamaño de la Muestra

✧ **TURISTAS NACIONALES Y EXTRANJEROS:**
34200 Al año

✧ **TURISTAS NACIONALES:**
31780 Al año (90%)

✧ **TURISTAS EXTRANJEROS:**
2420 Al año (10%)

El Ecoparque Monte Selva en el año 2009 ha tenido una afluencia turística de 34200, en los documentos del establecimiento se determina que 31780 turistas es decir el 90% de los visitantes de Ecoparque son nacionales, mientras que el 10% es decir 2420 son extranjeros.

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

N= Universo de Estudio

z= Nivel de Confianza

e = Error máximo permitido

p= Probabilidad de que el evento suceda

q= Probabilidad de que el evento no suceda

n= Tamaño de la muestra

TURISTAS NACIONALES

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,50) (0,50) (30780)}{(0,08)^2 (30780 - 1) + (1,96)^2 (0,50) (0,50)}$$

$$n = \frac{29.561,11}{197,94}$$

n= 149,1

n= 149

TURISTAS EXTRANJEROS

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,50) (0,50) (3420)}{(0,08)^2 (3420 - 1) + (1,96)^2 (0,50) (0,50)}$$

$$n = \frac{2324,17}{16,44}$$

n= 141,3

n= 141

2.7 Modalidad de la Investigación

La presente investigación aplica una modalidad cualitativa basada en la acumulación de detalles y profundidad en los hechos y acciones de la comunidad, además a la interpretación del problema, se generan teorías e hipótesis en la actividad turística basadas en datos según criterios de autores citados, entrevistas y encuestas realizadas, sin embargo se complementa con la modalidad cuantitativa en la interpretación de los datos como resultados de las encuestas realizadas

Se aplicará un sistema de selección directa, realizando encuestas de campo a los usuarios de las instalaciones de Ecoparque Monte Selva. Priorizando en primera instancia a los jefes de familia.

Monte Selva también utiliza su página web para receptor opiniones, quejas y sugerencias de los turistas que han utilizado sus instalaciones.

2.8 Metodología de la Investigación

En la elaboración del proceso investigativo, la descripción o explicación de las regularidades de un fenómeno son utilizados tanto métodos empíricos como teóricos. Los métodos empíricos de investigación permiten efectuar el análisis preliminar de la información, así como la verificación y comprobación de las concepciones teóricas que se adapten para la realización de este estudio.

Es evidente, que lo empírico pesará por sobre lo teórico, primero porque no existen ni estudios ni libros publicados sobre el turismo en la Amazonía. Segundo porque la experiencia en el Grupo Monte Selva en el turismo de la región, llega a ya veinte años; y tercero, por las estadísticas mundiales que determinan una demanda siempre en crecimiento de turismo de naturaleza.

Tipos de Estudio

Explicativo

El planteamiento del tipo de estudio explicativo permite conocer y determinar los diferentes tipos de comportamiento que poseen los consumidores ya sea a través de métodos como la observación, las encuestas en directo ya utilizadas en esta investigación en el sitio de estudio, es decir, en las instalaciones de Ecoparque Monte Selva preguntando sus gustos, preferencias, necesidades y expectativas, a los cuales se debe regir este estudio para ofertar un servicio de calidad adaptado al tipo de turista que frecuenta la región..

Experimental

La implementación del método de estudio experimental analizara los diferentes comportamientos del segmento de mercado, orientando nuestras fortalezas frente a las tendencias de los consumidores, generalmente utilizamos la observación y preguntas en directo para llegar a las conclusiones.

Fuentes de Recopilación

Primarias

Son aquellas que se obtienen del campo, cuando el investigador está en contacto directo con la fuente de información, es decir, las encuestas realizadas tanto a turistas y servidores turísticos de la provincia.

Secundarias

Se ha utilizado la fuente de recopilación secundaria ya que en el tiempo que ha transcurrido la investigación de este proyecto se ha extraído la mayor parte de la información de las diferentes instituciones u organizaciones públicas y gremios privados tales como el Ministerio de Turismo, Cámara de Turismo de Pastaza, Fundación Natura, Grupo Turístico Monte Selva, etc.

Métodos Teóricos

Son aquellos que permiten revelar las relaciones esenciales del objeto de investigación, son fundamentales para la comprensión de los hechos, el investigador estudia las imágenes o modelos que reflejan esencialmente los componentes y las relaciones del fenómeno.

La comprensión de las relaciones contradictorias internas del objeto hace posible describir el paso de los cambios cuantitativos a los cualitativos, determinando el fenómeno que sea. Entre los métodos teóricos de investigación a ocupar se encuentran los siguientes:

Método Histórico.- Es el que trata de describir y analizar científicamente los hechos, ideas, personas y acontecimientos del pasado.

Método Lógico.- Están destinados a descubrir la verdad o confirmarla, mediante conclusiones ciertas y firmes.

Método Analítico.- Consiste en descomponer en partes algo complejo, en desintegrar un hecho o una idea en sus partes, para mostrarlas, describirlas, numerarlas y para explicar las causas de los hechos o fenómenos que constituyen el todo.

Método Sintético.- Es el proceso contrario, es decir aquel mediante el cual se reconstituye el todo uniendo sus partes que estaban separadas, facilitando la comprensión cabal del asunto que se estudia o analiza.

Método Inductivo.- Es un proceso analítico-sintético mediante el cual se parte del estudio de casos, hechos o fenómenos particulares para llegar al descubrimiento de un principio o ley general que los rige. Es un procedimiento mediante el cual, se logra inferir cierta propiedad o relación a partir de hechos particulares, que permiten el tránsito de lo particular a lo general.

Método Deductivo.- Sigue un proceso sintético-analítico, es decir contrario al anterior; se presentan conceptos, principios, definiciones, leyes o normas generales, de las cuales se extraen conclusiones o consecuencias en las cuales se aplican; o se examinan casos particulares sobre la base de las afirmaciones generales presentadas.

Constituye un método teórico muy utilizado en el tránsito del conocimiento empírico al teórico y permite fundamentar los principales resultados del nivel teórico.

Métodos Empíricos

Constituyen un conjunto de acciones, prácticas que realiza el sujeto investigador, con el objeto de determinar sus rasgos y regularidades. Además están relacionados

íntimamente con la experiencia práctica, siendo fundamental en el desarrollo del proyecto turístico a implementarse en el Ecoparque Monte Selva que es el Eco – Lodge. Para la presente investigación, se ha utilizado los siguientes métodos empíricos:

Observación Científica.- este método es utilizado por excelencia en todas las investigaciones y consiste en la percepción intencional y registro planificado y sistemático del comportamiento del objeto en su medio. La observación científica se emplea en cualquier etapa de la actividad investigativa y siempre es orientada a un fin, para lo cual se ha utilizado este método en todo su esplendor registrando todos los datos y aspectos obtenidos durante su ejecución, la misma que fue realizada en el Ecoparque Monte Selva

Recolección de Información.- Es la actividad especial para recoger, procesar o analizar datos, que se realiza con determinada orientación y con el apoyo de ciertas técnicas e instrumentos, en este caso se han utilizado las encuestas, entrevistas y criterio de expertos que han facilitado la mejor recopilación de datos para la ejecución real de este proyecto turístico.

2.9 Entrevista

Permite la recopilación de la información mediante el diálogo directo entre el profesional que realiza la actividad científico-investigativo y los sujetos que son la fuente de información, el investigador tiene la oportunidad de profundizar en las opiniones, intereses, valoraciones y estado emocional de los sujetos, no necesariamente es un tema a tratar, sino que se elaborará un plan que precise los aspectos que serán

tratados en uno o varios momentos, siempre, propiciando la máxima cooperación del entrevistado.

Interpretación de Datos de las Entrevistas

Se realizaron entrevistas a tres personas relacionadas al turismo en Pastaza:

Sra. Dennis Coca Representante de las Agencias Operadoras de Pastaza

Sra. Pilar Medina Propietaria de Ecoparque

Ing. Nelly Durán Gerente Regional de Turismo

Ing. Guido Calderón Director del Diario Turístico Trafficnews.ec

Entrevista con Dennis Coca

Qué tiempo está en el negocio?

Ingresé a esta actividad hace cinco años con una operadora de turismo que vende paquetes turísticos únicamente de Pastaza.

Cuánto tiempo es Ud. Representante de las Agencias y Tours Operadores de Pastaza?

Este es mi segundo año que estoy al frente en la representación de las Agencias de Viajes de la provincia.

Cómo ha crecido el flujo turístico de Pastaza en los últimos años?

Tiene sus picos, con sus alzas y bajas ya que este flujo turístico es reflejado por el turismo que llega a la ciudad de Baños: si Baños baja su afluencia turística ya sea en este caso por el peligro del volcán, los turistas no vienen hacia esta provincia y nos repercute significativamente; aunque la apertura de la carretera a dos carriles y de primer orden ha hecho de esta provincia una de las más visitadas en la Amazonía, dándonos la oportunidad de trabajar con servicios de calidad para nuestros visitantes.

Cuáles son las perspectivas futuras en el crecimiento turístico de la zona?

Se está apoyando mucho al turismo de aventura y al turismo comunitario que son nuestra fortaleza, como provincia dando a conocer nuestra riqueza natural y cultural. Y sobre todo existe organismos relacionados como la Cámara de Turismo y el Ministerio de Turismo empeñados en ofrecer capacitación permanente para el mejoramiento y la calidad de nuestros servicios y un estímulo para la creación de productos turísticos aprovechando las bondades naturales de la región.

Cuál cree Ud. que debería ser el aporte de los gobiernos seccionales para incrementar el turismo en la zona?

Invertir dinero en promoción por parte de los gobiernos seccionales para que Pastaza pase a ser la provincia más visitada de la región amazónica, aunque cabe recalcar que este gobierno ha invertido más en proyectos turísticos gratuitos para el turista poniendo a un lado las empresas turísticas y hoteleras de la provincia, lo que necesitamos como Pastaza es que las autoridades refuercen su apoyo a las entidades privadas para que de esta manera surja una buena economía para todos los ciudadanos y podamos dar mejores servicios de calidad a los visitantes.

Entrevista con la Ing. Pilar Medina

Desde cuando se dedica en la actividad turística y bajo qué bases profesionales las complementó?

Mi experiencia en la actividad turística se inició en el año de 1993 incentivada por la apertura de un complejo turístico en la ciudad de Baños, y al mismo tiempo inicie una sostenida capacitación en la Carrera de Administración Turística y Hotelera en una universidad de la ciudad de Ambato.

Cómo ha sido su desarrollo económico en la actividad turística?

A partir del año 93 con la creación de Hostería Monte Selva que inició como complejo turístico, hemos venido trabajando con mucho empeño, de ahí que para el año 1996 se convirtió en Hostería en un 50% de la capacidad instalada actual, la misma que se totaliza en el año de 1999 y a partir de esa fecha por la fuerza de la naturaleza nos vimos obligados a detener el proceso de crecimiento, por esta razón se buscaron otras alternativas como la creación del Ecoparque en el Puyo, una Agencia de Turismo en Quito, Operadora de Turismo en Baños y una empresa de transporte de Turismo en Tungurahua.

Qué motivó la creación del Ecoparque Monte Selva?

Inicialmente la depresión que causó el volcán Tungurahua en la actividad turística de la Hostería Monte Selva y de Baños, nos obligó a buscar alternativas con características similares y compensatorias, esto sumado a un espíritu ecológico, un compromiso de conservación ambiental, la apertura de la carretera Baños – Puyo, el encontrarse dentro

de la ruta amazónica, entre muchas otras razones, motivaron el nacimiento del Ecoparque Monte Selva.

El Ecoparque Monte Selva ha alcanzado sus expectativas iniciales?

El proyecto Ecoparque fue concebido como un producto turístico de competencia internacional, encontrándonos en un escenario natural de gran valía como lo merece Ecuador y habíamos planificado construirlo en cuatro etapas: lograr la categorización de Refugio de Vida Silvestre, la construcción de un complejo turístico que solvete los gastos y costos que ocasionan el tratamiento de conservación de estas especies, la creación de un Eco – Lodge y la última etapa la creación de un complejo habitacional vacacional. De modo que en la actualidad se han logrado las dos primeras etapas, el presente estudio dará apertura y sustento a la tercera etapa del Ecoparque.

Cree Ud. que la creación del Eco – Lodge incrementará la afluencia turística de Ecoparque Monte Selva?

Estamos convencidos de que la construcción de la tercera etapa en este caso el Eco – Lodge incrementará en un 78% del ingreso de turistas al Ecoparque, basados en estudios realizados por la autora de la presente tesis y datos, los mismos que se adjuntan para su análisis. Además que en la práctica han sido nuestros mismos clientes quienes han demandado este nuevo servicio una vez conseguida la fidelización de los mismos.

Cuáles son los planes y proyectos para incentivar el turismo en Pastaza?

Se está realizando la construcción de un malecón en las riveras del Río Puyo, siendo este malecón el más grande en toda la región amazónica. Al mismo tiempo se están realizando adecuaciones a las instalaciones cercanas al malecón. Se ha dado también mucho énfasis en la promoción y publicidad de la ciudad y de sus alrededores a nivel nacional. Es una gran ventaja para Puyo y Pastaza tener la sede de la Gerencia Regional del Ministerio de Turismo, pues implica la presencia de varios profesionales estudiando y dando apoyo al desarrollo de esta actividad.

Durante su periodo de acción, cuáles han sido las mayores debilidades que tiene la provincia de Pastaza en la actividad turística?

Una de las debilidades más fuertes de Pastaza es la falta de inversionistas de afuera, ya que no se cuenta con empresarios hoteleros y turísticos; esto perjudica para que Pastaza no se convierta en un destino turístico de prestigio, como no pasa con Mindo que pese a ser un pueblo pequeño tiene inversionistas de fuera que han hecho de Mindo un destino turístico reconocido a nivel nacional que está en constante crecimiento con proyectos ecológicos cada vez más novedosos.

Además la intervención de los gobiernos seccionales en áreas que deberían ser manejadas por empresarios privados como por ejemplo la realización de Balnearios, Centros de Recreación, Complejos Turísticos, entre otros, han ocasionado que los pocos inversionistas hayan preferido salir de la provincia ya que no pueden competir con los proyectos turísticos públicos que en su mayoría son gratuitos.

Considera suficiente el aporte del Gobierno nacional para el desarrollo turístico de Pastaza?

Los continuos cambios en las cabezas del Ministerio de Turismo no permiten que se articulen las políticas que favorezcan a cualquier provincia sin favoritismo alguno. Además apenas nos acercamos a la actividad turística por la red vial de primer orden construido en el período del Presidente Lucio Gutiérrez, abriéndonos paso a esta y otras actividades. Básicamente si se necesita más apoyo por parte del Ministerio de Turismo para incentivar esta provincia ya que contamos con atractivos naturales y sobretodo culturales.

Cuál es su opinión ante la presencia de un Eco – Lodge en Pastaza?

La ciudad gana bastante en la medida que este tipo de inversiones sean más seguidas, la aspiración es que esta inversión atraiga a más inversiones para que Pastaza se convierta en un destino turístico de categoría.

Cree Ud. que se puede confiar en la base de datos que mantiene el Ministerio de Turismo hasta la fecha?

Los datos estadísticos que mantiene tanto el Ministerio de Turismo, así como la Cámara de Turismo de Pastaza, Oficina de Turismo del Municipio de Pastaza no son tan exactos ya que no cuentan con un estudio adecuado para la investigación de demanda turística de la provincia y del Ecuador mismo. Aunque el Ministerio de Turismo Regional el cual estoy a cargo maneja unas estadísticas que pueden asemejarse a la realidad, las mismas no tiene la secuencialidad necesaria, debido a la falta de personal en la Regional

Resumen:

Al analizar las entrevistas realizadas se constató que las participantes coinciden en sus opiniones que es importante la creación de destinos turísticos con productos alternativos y ecológicos como el servicio de Eco – Lodge para el desarrollo de la actividad eco turística de Pastaza, tomando en cuenta las cualidades que posee la provincia desde el punto de vista natural y las facilidades de acceso que hoy día brinda.

Desde sus determinados puntos de vista, están dispuestos a colaborar en ideas y participar experiencias en apoyo al desarrollo de un modelo a seguir, para ejemplo de quienes se vinculen con esta nueva propuesta de inversión y rentabilidad.

La necesidad que tiene la provincia en productos turísticos es inmensa y prometedora, esto se refleja en la movilización de los turistas en épocas vacacionales a pesar que las ofertas de servicios turísticos son escasas en Puyo y en Pastaza, a pesar de existir un potencial muy grande pero no acondicionado para el turismo.

Los esfuerzos que hacen tanto la empresa pública como la privada en Pastaza necesitan de una guía para lograr resultados eficientes, que dirima los ámbitos de acción del sector público y del sector privado, dicen los entrevistados.

6.10 Criterio de Expertos

Se denomina criterio de expertos a un método asociado con la recolección de información que busca un grupo de especialistas reconocidos en el área que se esté tratando.

Es oportuno recurrir a un grupo de expertos cuando se tiene una propuesta de solución que tiene cierto respaldo teórico, con el propósito de recoger sus valoraciones, sugerencias, oposiciones o avales, sin que tengan inclinaciones parcializadas por un determinado tema, para que no esté afectada con la solución que se dé al problema, haciendo que de la riqueza de sus opiniones se pueda llegar a resultados confiables, por eso es conveniente que los expertos procedan de diversas áreas no vinculadas, y esto eleve la confiabilidad del estudio.

Entrevista con el Ing. Guido Calderón

Se está desarrollando un nuevo producto turístico en Pastaza., la creación de un Eco – Lodge en el Ecoparque Monte Selva. Cuál es su opinión respecto a la presentación de un nuevo producto turístico en la provincia?

La provincia de Pastaza por décadas ha sufrido una alta tasa de deforestación demostrando la poca educación de la población sobre los beneficios de la preservación, en este contexto implementar negocios que tornen rentables las labores de preservación de la biodiversidad, a más de educar a la población se abriría la posibilidad de que se frenen la tala, la caza y la pesca y sean remplazadas por otras actividades económicas sustentables y sostenibles.

Cree Ud. que el mercado responda positivamente a esta nueva oferta turística?

Existe a nivel planetario una tendencia que incrementa la demanda del turismo vinculado a la naturaleza, por lo que en un entorno como Pastaza donde que la misma es abundante y exótica, las perspectivas se presentan prometedoras para este negocio en la medida que se enfoque a estratos socio económicos altos, en los cuales su nivel de educación les permita apreciar estas nuevas tendencias.

En su experiencia en Ferias Turísticas internacionales, qué tanta importancia puede tener la presencia de la Región Amazónica para los Touroperadores que asisten a las mismas?

La Amazonia como tal es un producto turístico conocido y muy demandado, pero casi exclusivamente vinculado al Brasil. Dar a conocer que Ecuador también es parte de esa Amazonía implica una campaña de promoción internacional costosa y de largo plazo, por lo que se debería partir de la promoción de un Eco – Lodge en primera instancia a nivel nacional, direccionando también la promoción a las Agencias y Operadoras, en especial de Quito, que trabajan con grupos organizados de turistas extranjeros, mismo que vienen en busca de la naturaleza y paisajismo único de Ecuador.

La presencia en las Ferias de turismo, sigue siendo un canal importante para que se conozca la Amazonía y los servicios que en ella se proponen.

2.11 Encuesta

Permite recopilar información, mediante un cuestionario que es elaborado previamente por el investigador para conocer la valoración y el criterio de los encuestados sobre el tipo de investigación que desee conocer, sin lograr estimular directamente a la persona que responde el cuestionario.

Cuestionario.- Permite obtener valoraciones, opiniones y criterios alrededor de las variables de la actividad científica investigativa o sus indicadores. Se puede emplear tanto por el método de observación como por las técnicas de la entrevista y la encuesta. Esta encuesta presenta primeramente preguntas personales donde las personas encuestadas nos facilitan datos como la edad, género y procedencia ya sea de qué provincia viene en caso de ser nacionales y países de procedencia si son extranjeros.

Dentro del cuestionario realizado a los turistas nacionales se tiene las siguientes preguntas cerradas de opción múltiple para que puedan escoger una opción por pregunta. Las preguntas número 1 y 2 son preguntas cerradas donde se conoce con quién realiza el viaje y con cuántas personas lo realizan para conocer nuestro número promedio de turistas que llegan al sitio.

Las preguntas número 3, 4, y 5 son preguntas cerradas de igual forma para conocer cuántas veces ha visitado Ecoparque Monte Selva, qué días y en qué temporadas prefiere visitarlo.

Las preguntas 6 y 6.1 son preguntas cerradas referentes al hospedaje en camping y a su nivel de satisfacción con este servicio.

Las preguntas 7, 8, y 9 son preguntas de la misma manera son cerradas concernientes a lo esencial del por qué de la encuesta. Donde se pregunta si desearían un Eco – Lodge dentro de Ecoparque Monte Selva, del precio que están dispuestos a pagar y de la duración que desearían pasar en el mismo.

La pregunta 10 es cerrada y se enfoca a la parte cómo sienten la seguridad del sitio. Las preguntas 11 y 12 es de qué forma conocieron el Ecoparque Monte Selva y desearían recomendar a sus conocidos el sitio.

En lo referente a las encuestas a turistas internacionales se agregó en primera pregunta cerrada de cuántas veces ha venido a Ecuador para conocer la demanda turística extranjera que posee. Las demás preguntas son las mismas.

Encuesta a Turistas

149 Encuestas Nacionales

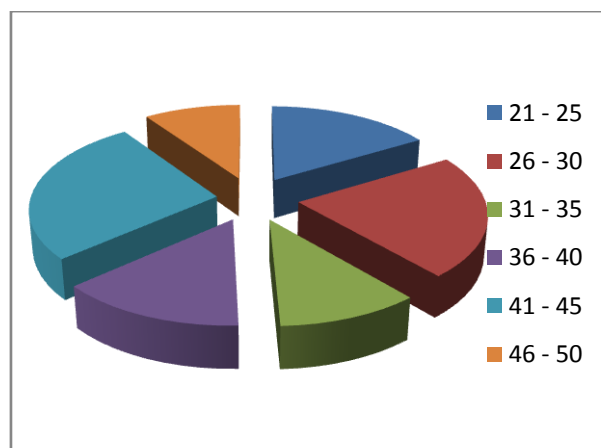
141 Encuestas Extranjeros

2.12 Tabulación de Encuestas

2.12.1 Tabulación de Encuestas Nacionales

EDAD

CÓDIGO	OPCIÓN	NÚMERO	PORCENTAJE
1 A	21 – 25 años	25	16.4 %
1 B	26 – 30 años	33	22.3 %
1 C	31 – 35 años	16	10.7 %
1 D	36 – 40 años	21	14.1 %
1 E	41 – 45 años	40	26.9 %
1 F	46 – 50 años	14	9.6 %
TOTAL		149	100 %

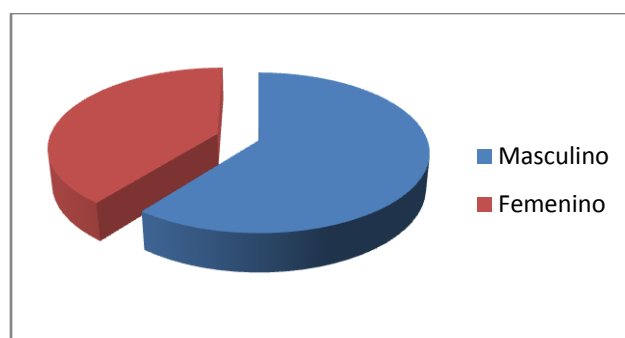


ANÁLISIS

Tomando en cuenta todas las edades de las personas encuestadas se puede observar que las personas en edades de 41 a 45 años son las que más vienen con un 26,9%, mientras el segundo porcentaje alto es de edades de 26 a 30 años con un 22,3%, le siguen las edades de 21 a 25 años con un 16,4%, a continuación a esto están las edades de 36 a 40 años con 14,1%, siguiente son las edades de 31 a 35 años con un porcentaje de 10,7% y por último las edades de 46 a 50 años con un 9,6%

GENERO

CÓDIGO	OPCIÓN	NÚMERO	PORCENTAJE
1A	Masculino	90	60.4 %
1B	Femenino	59	39.6 %
TOTAL		149	100 %

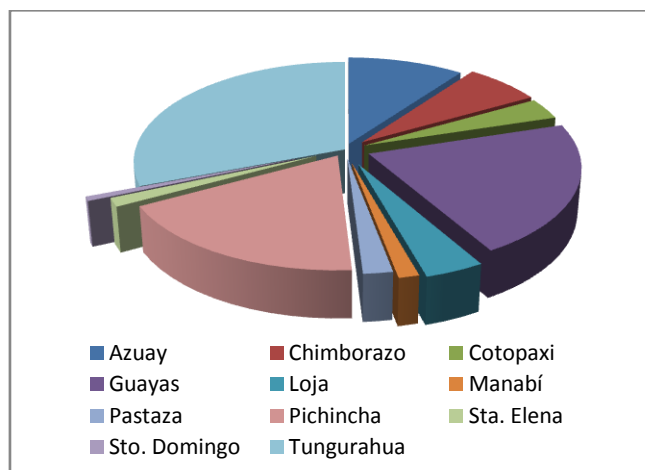


ANÁLISIS

Se observa un porcentaje alto del género masculino de un 60,4% que el de las mujeres que es el 39,6% lo que indica que las personas que más ingresan al Ecoparque Monte Selva como representantes del grupo o familia son más del género masculino.

PROCEDENCIA

CODIGO	OPCION	NUMERO	PORCENTAJE
1 A	Azuay	15	10.1 %
1 B	Chimborazo	10	6.7 %
1 C	Cotopaxi	5	3.4 %
1 D	Guayas	32	21.4 %
1 E	Loja	6	4.0 %
1 F	Manabí	2	1.4 %
1 G	Pastaza	3	2.0 %
1 H	Pichincha	27	18.1 %
1 I	Santa Elena	2	1.4 %
1 J	Sto. Domi.	1	0.7 %
1 K	Tungurahua	46	30.8 %
TOTAL		149	100 %

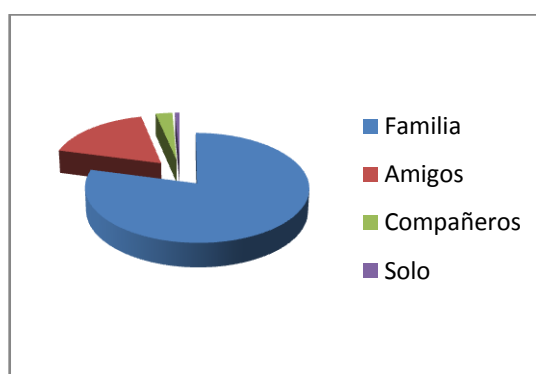


ANÁLISIS

Del resultado obtenido en las encuestas se observa que las provincias que más visitan el Ecoparque Monte Selva son de las provincias de Tungurahua, Guayas, y Pichincha respectivamente, determinando de esta manera a donde se va a dirigir más el mercado objetivo.

PREGUNTA 1: Su viaje lo realiza con:

CODIGO	OPCIÓN	NÚMERO	PORCENTAJE
1A	Familia	118	79,1 %
1B	Amigos	26	17,5 %
1C	Compañe	4	2,7 %
1D	Solo	1	0.7 %
TOTAL		149	100%

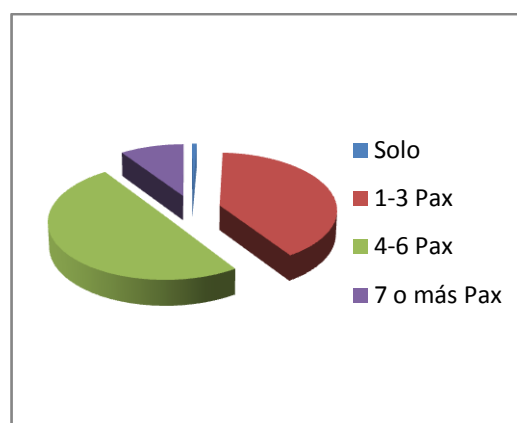


ANÁLISIS

De todas las personas encuestadas un 79% aclararon que vienen al Ecoparque Monte Selva en Familia, el 17,5 % afirmaron venir con Amigos, apenas un 2,6% dijeron ingresar al sitio con compañeros de trabajo, y tan solo el 0.7% opta por venir solo.

PREGUNTA 2: Con cuántas personas realiza su viaje?

CÒDIGO	OPCIÓN	NÚMERO	PORCENTAJE
1A	Solo	1	0.7 %
1B	2-3 Pax	60	30.3 %
1C	4-6 Pax	75	60.4 %
1D	7 o más	14	9.6 %
TOTAL		149	100%

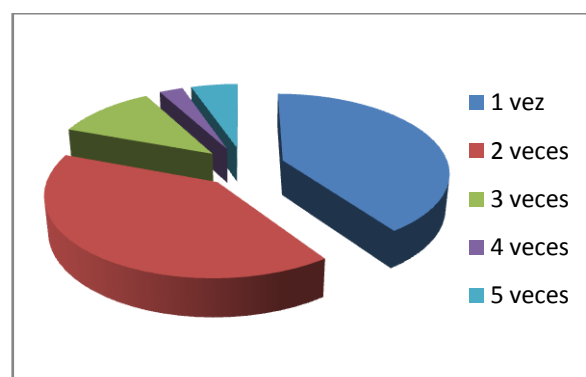


ANÁLISIS

Del total de personas encuestadas un 70,3% ingresan con grupos de 4 a 6 personas, mientras que un 20% aclararon que vienen en grupos de 2 a 3 personas, un 9,6% afirman que ingresan en grupos de 7 personas o más, mientras que tan solo el 0.7% opta por venir solo.

PREGUNTA 3: ¿Cuántas veces ha visitado el Ecoparque Monte Selva?

CÓDIGO	OPCIÓN	NÚMERO	PORCENTAJE
1A	1 vez	60	40,3%
1B	2 veces	60	40,3%
1C	3 veces	17	11,4%
1D	4 veces	4	2,7%
1E	5 veces	8	5,3%
TOTAL		149	100%

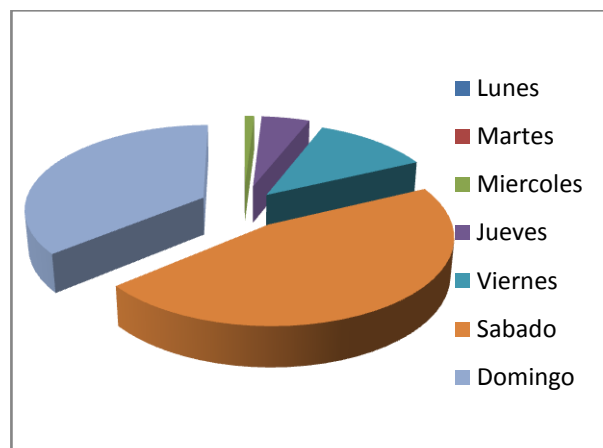


ANÁLISIS

De las personas encuestadas un 40,3% han llegado a las instalaciones por primera vez, de la misma manera un 40,3% confirmaron haber venido por segunda ocasión, un 11,4% han optado por ingresar por tercera vez al Ecoparque Monte Selva, mientras que solo un 4% a ingresado cuatro veces y un 5,3% han venido por cinco ocasiones o más.

PREGUNTA 4: ¿Qué días de la Semana prefiere visitar Ecoparque Monte Selva?

CÓDIGO	OPCIÓN	NÚMERO	PORCENTAJE
1 A	Lun - Mar	0	0 %
1 B	Miércoles	1	0,8 %
1 C	Jueves	7	4.9 %
1 D	Viernes	18	12.3 %
1 E	Sábado	69	46.1 %
1 F	Domingo	54	35.9 %
TOTAL		149	100 %

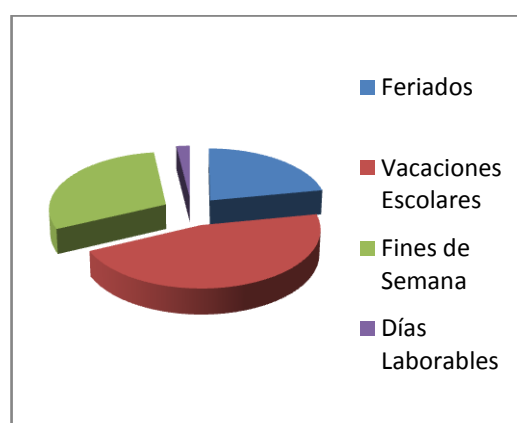


ANÁLISIS

De las personas encuestadas 0% respondieron que no visitaron el Ecoparque Monte Selva los Lunes y Martes, un 0,8% contestaron querer visitar los días miércoles, el 4,9% prefieren visitarlo los días jueves, los días viernes visitan un 12,3%, mientras que un 46,1% desean visitar los días sábados y un 35,9% visitan los días domingos.

PREGUNTA 5: Qué temporadas del año prefiere visitas Ecoparque Monte Selva?

CÒDIGO	OPCIÓN	NÚMERO	PORCENTAJE
1 A	Ferados	33	21.7 %
1B	Vacaciones Escolares	69	46.3 %
1C	Fines de Semana	45	30.4 %
1D	Días Laborables	2	1.6 %
TOTAL		149	100%

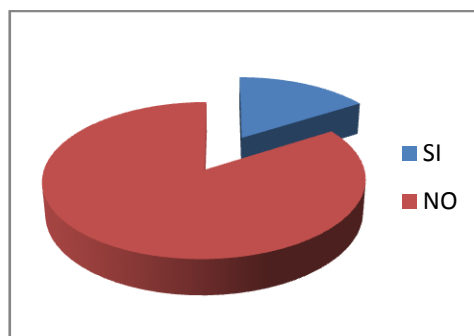


ANÁLISIS

Del total de personas encuestadas un 21,33% prefieren visitar las instalaciones en feriados, un 46,3% prefieren visitarlo durante las vacaciones escolares, mientras que el 30,4% prefiere visitarlo los fines de semana normales y tan solo el 1,6% prefieren visitar en días laborables debido a su facilidad de horarios en el trabajo.

PREGUNTA 6: ¿Ha utilizado en sus visitas el servicio de Camping que ofrece el Ecoparque Monte Selva?

CÓDIGO	OPCIÓN	NÚMERO	PORCENTAJE
1A	SI	33	22,2%
1B	NO	116	77,8%
TOTAL		149	100%

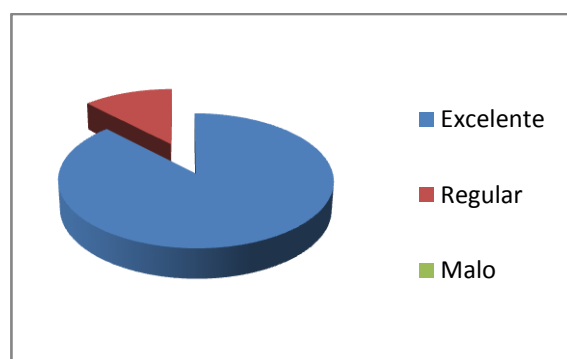


ANÁLISIS

De las personas encuestadas un 77,8% determinaron que sí se han utilizado el servicio de camping, y el 22,2% afirmaron que no se han hospedado en este servicio.

PREGUNTA 6.1: En el caso de responder Si: Califique el servicio que le proporcionó de acuerdo a su satisfacción:

CÓDIGO	OPCIÓN	NÚMERO	PORCENTAJE
1A	Excelente	29	87,8%
1B	Regular	4	12,2%
1C	Malo	0	0,0%
TOTAL		33	100%

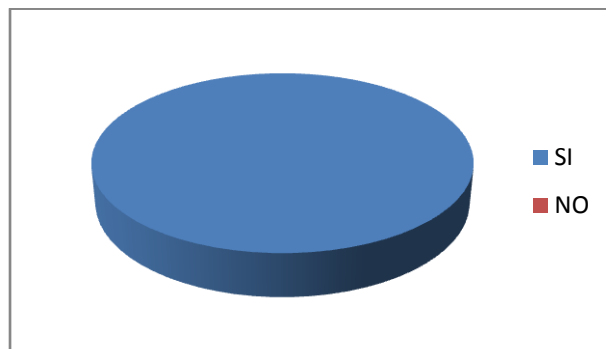


ANÁLISIS

De las personas encuestadas que respondieron sí en la pregunta anterior, un 40% eligieron hospedarse en hosterías, el 40% decidió hospedarse en hoteles, apenas un 5% decidieron alojarse en hostales, y un 15% optó por alojarse en zonas de camping.

PREGUNTA 7: Le gustaría que el Ecoparque Monte Selva cuente con el servicio de Eco-Lodge (Cabañas Ecológicas) para su mejor satisfacción?

CÓDIGO	OPCIÓN	NÚMERO	PORCENTAJE
1A	SI	149	100%
1B	NO	0	0%
TOTAL		149	100%

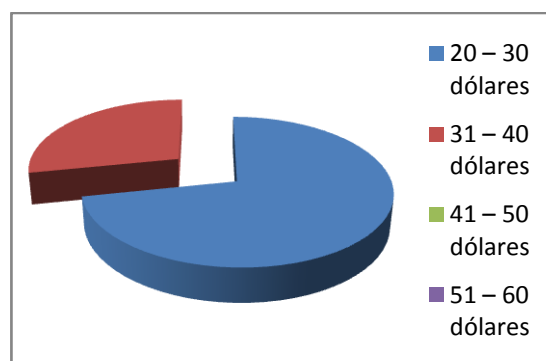


ANÁLISIS

De las personas encuestadas el 100% decidieron responder que si les gustaría que se incremente un Eco – Lodge en El Ecoparque Monte Selva para su mejor satisfacción dentro del lugar.

PREGUNTA 8: ¿Cuál sería el precio que estuviera dispuesto a cancelar por este nuevo servicio por persona?

CÓDIGO	OPCIÓN	NÚMERO	PORCENTAJE
1A	20 – 30 Usd	107	71,8%
1B	31 – 40 Usd	42	28,2%
1C	41 – 50 Usd	0	0,0%
1D	51 – 60 Usd	0	0,0%
TOTAL		149	100%

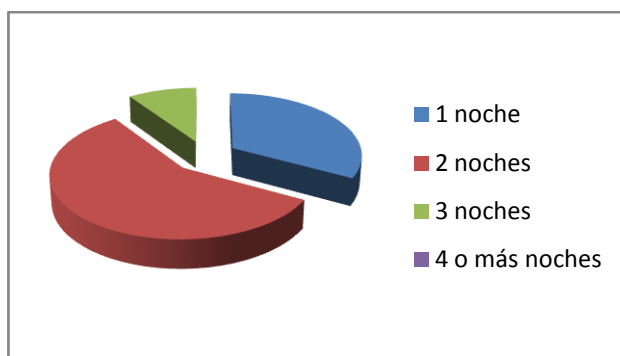


ANÁLISIS

De las personas encuestadas un 71,8% optaron por el costo de alojamiento de 20 a 30 dólares, y un 28,2% eligieron pagar de 31 a 40 dólares, mientras que no tuvo aceptación los otros precios expuestos en la encuesta.

PREGUNTA 9: Qué tiempo le gustaría hospedarse en el Eco – Lodge?

CÓDIGO	OPCIÓN	NÚMERO	PORCENTAJE
1A	1 noche	49	32,9%
1B	2 noches	86	57,5%
1C	3 noches	14	9,6%
1D	4 o más noches	0	0,0%
TOTAL		149	100%

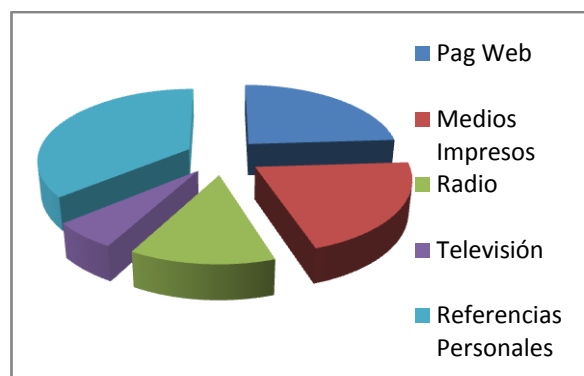


ANÁLISIS

Del total de las personas encuestadas un 32,9% se decidieron por pernoctar una noche en el nuevo servicio de Eco – Lodge, mientras que un 57,5 optaron por alojarse durante dos noches, y tan solo un 9,6 % prefirieron la opción de tres noches.

PREGUNTA 10: ¿Por qué medios conoció el Ecoparque Monte Selva?

CÓDIGO	OPCIÓN	NÚMERO	PORCENTAJE
1A	Pag. Web	36	23,9%
1B	Medios Impresos	31	20,7%
1C	Radio	19	12,6%
1D	Televisión	8	5,7%
1E	Referencias Personales	55	37,1%
TOTAL		149	100%

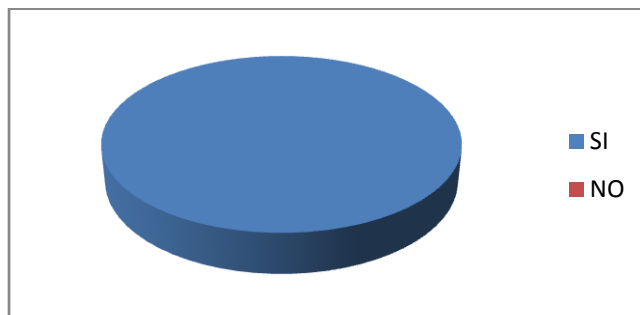


ANÁLISIS

De las personas encuestadas un 23,9% contestaron haber conocido el Ecoparque Monte Selva por la Página Web, mientras que un 20,7% lo conocieron por medios impresos, un 12,6% dijeron por medio de radios, tan solo un 5,7% contestaron conocerlo por medio de televisión y un 37,1% lo conocen por medio de referencias personales.

PREGUNTA 11: Considera que el Ecoparque Monte Selva es un sitio seguro para visitar?

CÓDIGO	OPCIÓN	NÚMERO	PORCENTAJE
1 A	SI	149	100%
1B	NO	0	0%
TOTAL		149	100%

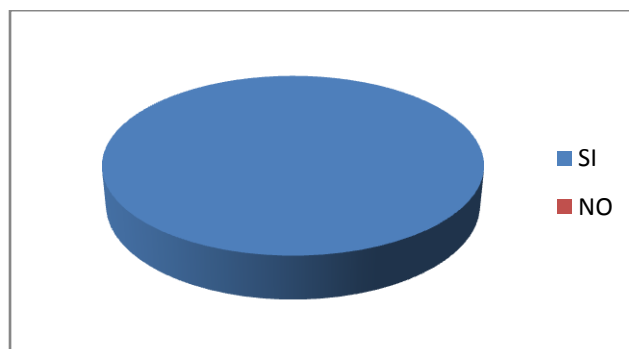


ANÁLISIS

Del total de personas encuestadas el 100% respondieron que consideran que el Ecoparque Monte selva es un sitio seguro para visitar y pernoctar en el mismo.

PREGUNTA 12: Recomendaría Ud. A sus conocidos, amigos, familiares visitar el Ecoparque Monte Selva?

CÓDIGO	OPCIÓN	NÚMERO	PORCENTAJE
1 A	SI	149	100%
1B	NO	0	0%
TOTAL		149	100%



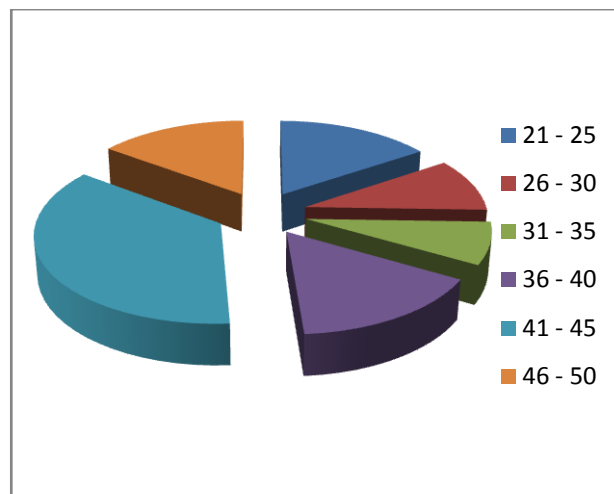
ANÁLISIS

De todas las personas a las que se les pudo encuestar, el 100% optaron en que si recomendarían a sus conocidos el Ecoparque Monte Selva, entre sus motivos expusieron que por sus buenas instalaciones, buen servicio, la tranquilidad y naturaleza, los senderos y sobre todo por lo relajante que es el SPA.

2.12.2 Tabulación de Encuestas Extranjeros

EDAD

CÓDIGO	OPCIÓN	NÚMERO	PORCENTAJE
1 A	21 – 25 años	22	15.6 %
1 B	26 – 30 años	14	9.9 %
1 C	31 – 35 años	11	7.8 %
1 D	36 – 40 años	22	15.6 %
1 E	41 – 45 años	51	36.2 %
1 F	46 – 50 años	21	14.9 %
TOTAL		141	100 %

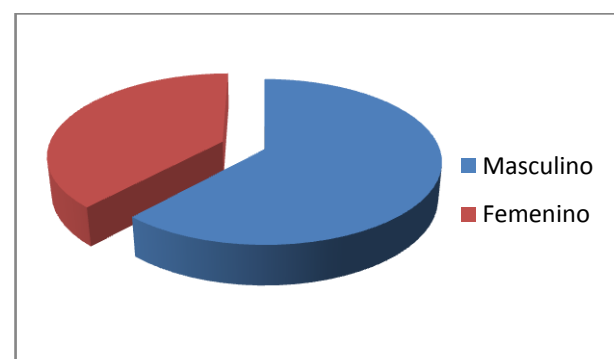


ANÁLISIS

Del resultado se obtiene que de las edades de 21 a 25 vienen un 15.6%, un 9.9% corresponden a las edades de 26 a 30 años, tan solo un 7.8% pertenecen a las edades de 31 a 35 años, de las edades de 36 a 40 existe un porcentaje de 15.6%, mientras que el porcentaje más alto se lo obtuvo con las edades de 41 a 45 años con un 36.2%, y finalmente con las edades de 46 a 50 años con un 14.9% lo que equivale que las personas extranjeras vienen más en edades de 36 a 50 años.

GENERO

CÓDIGO	OPCIÓN	NÚMERO	PORCENTAJE
1 A	Masculino	87	61.7 %
1 B	Femenino	54	38.3 %
TOTAL		141	100 %

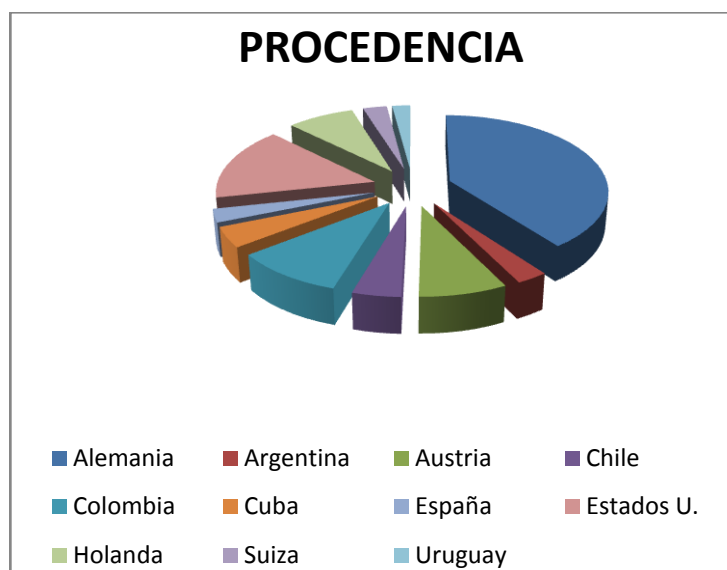


ANÁLISIS

De los extranjeros encuestados tenemos un resultado parecido al de las encuestas nacionales. En género masculino tenemos un 61.7% mientras que en género femenino se obtiene un 38.3% lo que nos indica que ingresan más en el género masculino a nuestras instalaciones.

PROCEDENCIA

CÓDIGO	OPCIÓN	NUMERO	PORCENTAJE
1 A	Alemania	56	39.7 %
1 B	Argentina	4	2.8 %
1 C	Austria	11	7.8 %
1 D	Chile	6	4.3 %
1 E	Colombia	14	9.9 %
1 F	Cuba	6	4.3 %
1 G	España	4	2.8 %
1 H	Estados Unidos	22	15.6 %
1 I	Holanda	11	7.8 %
1 J	Suiza	4	2.8 %
1 K	Uruguay	3	2.1 %
TOTAL		141	100 %

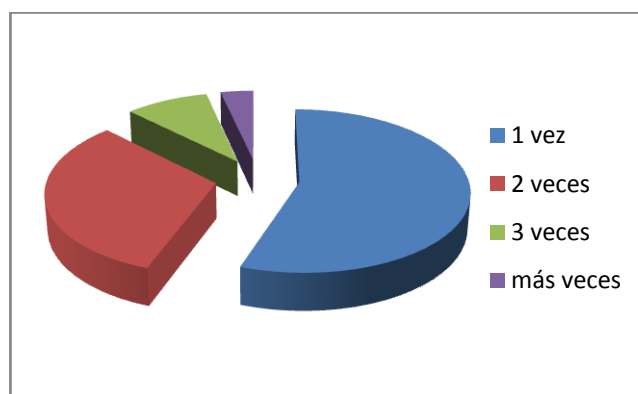


ANÁLISIS

De acuerdo con los resultados obtenidos se aprecia que el porcentaje más alto de turistas que llegan al Ecoparque Monte Selva son de los países de Alemania, Estados Unidos y de América del Sur de Colombia respectivamente. Lo que indica el segmento al cual se va a dirigir internacionalmente.

PREGUNTA 1: Cuántas veces ha visitado el Ecuador?

CÓDIGO	OPCIÓN	NÚMERO	PORCENTAJE
1 A	1 vez	77	54.6 %
1B	2 veces	46	32.6 %
1C	3 veces	13	9.2 %
1D	Más veces	5	3.6 %
TOTAL		141	100%

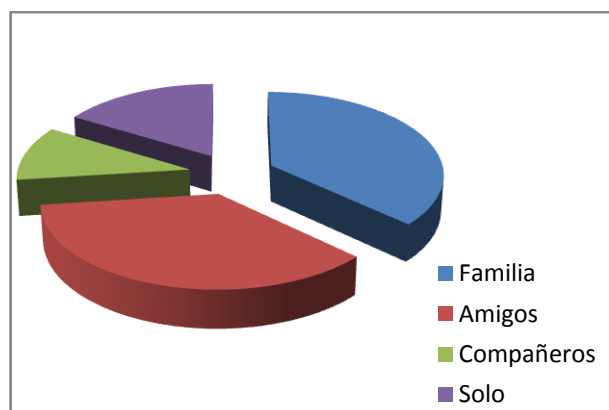


ANÁLISIS

Del total de personas extranjeras encuestadas un 54.6% han venido al Ecuador por primera vez, mientras que un 32.6% confirmaron que es la segunda vez que viajan al Ecuador, el 9.2% aclararon haber venido por tercera vez, y tan solo un 3.6% de las personas encuestadas han venido más de tres veces al país por motivos diferentes.

PREGUNTA 2: Su viaje lo realiza con:

CÓDIGO	OPCIÓN	NÚMERO	PORCENTAJE
1A	Familia	52	36.9 %
1B	Amigos	51	36.1 %
1C	Compañeros del Trabajo	15	10.7 %
1D	Solo	23	16.3 %
TOTAL		141	100%

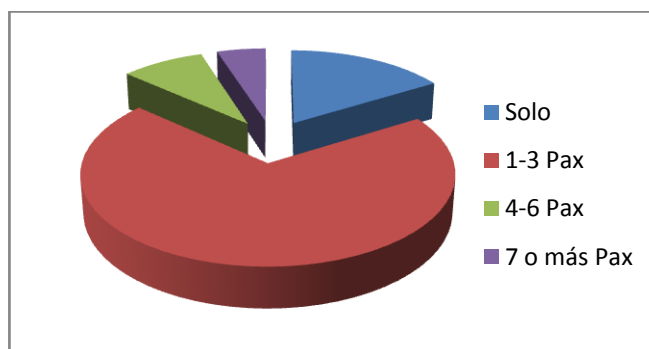


ANÁLISIS

De todas las personas encuestadas un 36.9% aclararon que vienen al Ecoparque Monte Selva en Familia, al igual que el 36.1 % afirmaron realizar su viaje con Amigos, apenas un 10.66% confirmaron viajar con compañeros de trabajo, y un 16.3 % optaron por venir solos.

PREGUNTA 3: Con cuántas personas realiza su viaje?

CÒDIGO	OPCIÓN	NÚMERO	PORCENTAJE
1A	Solo	23	16.3 %
1B	2-3 Pax	99	30.2 %
1C	4-6 Pax	12	48.5 %
1D	7 o más	7	5.0 %
TOTAL		141	100%

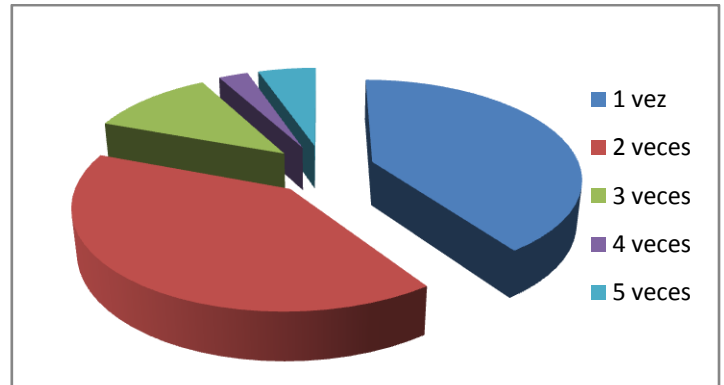


ANÁLISIS

Del total de personas encuestadas un 16,3 % prefiere realizar su viaje solos, un 30,2 % ingresan con grupos de 1 a 3 personas, mientras que un 48.5% aclararon que vienen en grupos de 4 a 6 personas, tan solo un 5 % afirmaron que ingresan en grupos de 7 personas o más.

PREGUNTA 4: ¿Cuántas veces ha visitado el Ecoparque Monte Selva?

CÓDIGO	OPCIÓN	NÚMERO	PORCENTAJE
1A	1 vez	133	94.3%
1B	2 veces	8	5,7 %
1C	3 veces	0	0%
1D	4 veces	0	0%
1E	5 veces	0	0%
TOTAL		141	100%

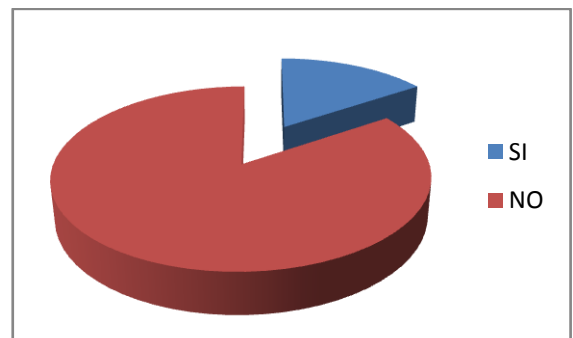


ANÁLISIS

De las personas encuestadas un 94,3% han llegado a las instalaciones de Ecoparque Monte Selva por primera vez, de la misma manera tan solo un 5.7 % confirmaron haber venido por segunda ocasión, mientras que las otras opciones no han sido respondidas.

PREGUNTA 5: ¿Ha utilizado en sus visitas el servicio de Camping que ofrece el Ecoparque Monte Selva?

CÓDIGO	OPCIÓN	NÚMERO	PORCENTAJE
1A	SI	6	3.6 %
1B	NO	129	96.4 %
TOTAL		141	100%

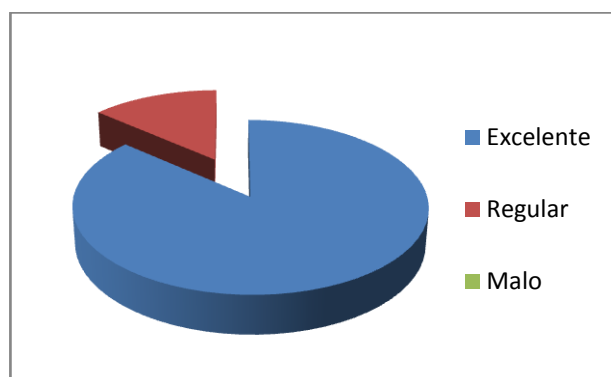


ANÁLISIS

De las personas encuestadas tan solo el 3.6 % determinaron que si se han utilizado el servicio de camping, y un 96.4 % afirmaron no haber utilizado el servicio de alojamiento alternativo que ofrece el Ecoparque Monte Selva.

PREGUNTA 5.1: En el caso de responder Si: Califique el servicio que le proporcionó de acuerdo a su satisfacción:

CÓDIGO	OPCIÓN	NÚMERO	PORCENTAJE
1A	Excelente	6	100 %
1B	Regular	0	0 %
1C	Malo	0	0 %
TOTAL		6	100%

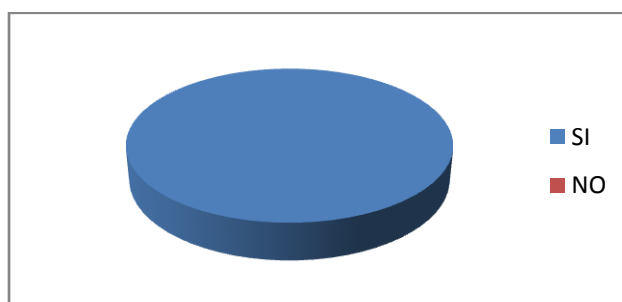


ANÁLISIS

De las personas encuestadas que nos respondieron que si han utilizado los servicios de camping, un 100 % afirmaron que el servicio recibido fue excelente

PREGUNTA 6: Le gustaría que el Ecoparque Monte Selva cuente con el servicio de Eco-Lodge (Cabañas Ecológicas) para su mejor satisfacción?

CÓDIGO	OPCIÓN	NÚMERO	PORCENTAJE
1A	SI	141	100%
1B	NO	0	0%
TOTAL		141	100%

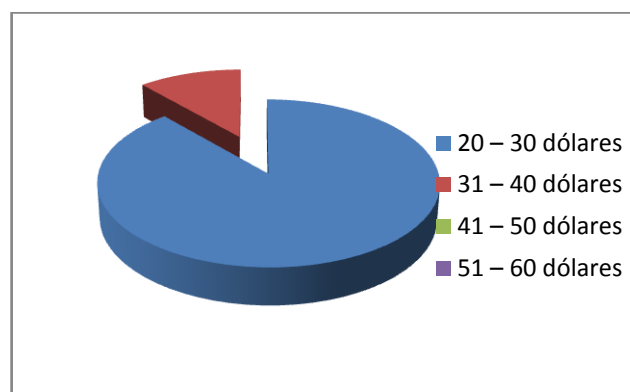


ANÁLISIS

De todos los encuestados el 100% afirmaron con seguridad que si les gustaría que se incremente un Eco – Lodge en El Ecoparque Monte Selva para disfrutar más y con calma de todos los servicios que este lugar ofrece.

PREGUNTA 7: ¿Cuál sería el precio que estuviera dispuesto a cancelar por este nuevo servicio por persona?

CÓDIGO	OPCIÓN	NÚMERO	PORCENTAJE
1A	20 – 30 Usd	125	88.6%
1B	31 – 40 Usd	16	11.4%
1C	41 – 50 Usd	0	0,0%
1D	51 – 60 Usd	0	0,0%
TOTAL		141	100%

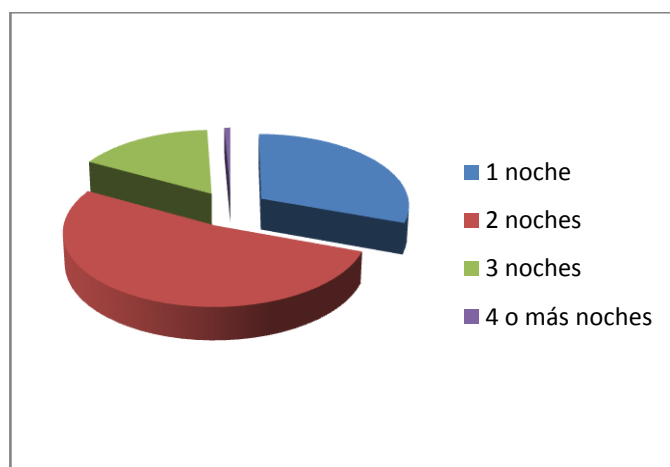


ANÁLISIS

Del total encuestado un 88.6% optaron por preferir el costo de alojamiento de 20 a 30 dólares, mientras que el 11.4 % eligieron pagar de 31 a 40 dólares, no tuvo aceptaciones por las personas encuestadas los otros precios expuestos en la encuesta.

PREGUNTA 8: Qué tiempo le gustaría hospedarse en el Eco – Lodge?

CÓDIGO	OPCIÓN	NÚMERO	PORCENTAJE
1 A	1 noche	43	30.5 %
1B	2 noches	74	52.5 %
1C	3 noches	23	16.3%
1D	4 o más noches	1	0,7%
TOTAL		141	100%

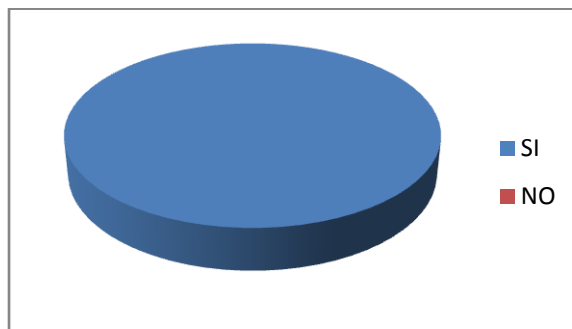


ANÁLISIS

Del total encuestado un 30.5 % decidieron pernoctar por una noche en el nuevo servicio de Eco–Lodge, mientras que un 52,5% decidieron por alojarse durante dos noches, un 9,6 % prefirieron la opción de tres noches y tan solo 0.7% optó por ocupar este servicio por cuatro noches para disfrutar de la naturaleza a su esplendor.

PREGUNTA 9: Considera que el Ecoparque Monte Selva es un sitio seguro para visitar?

CÓDIGO	OPCIÓN	NÚMERO	PORCENTAJE
1A	SI	141	100%
1B	NO	0	0%
TOTAL		141	100%

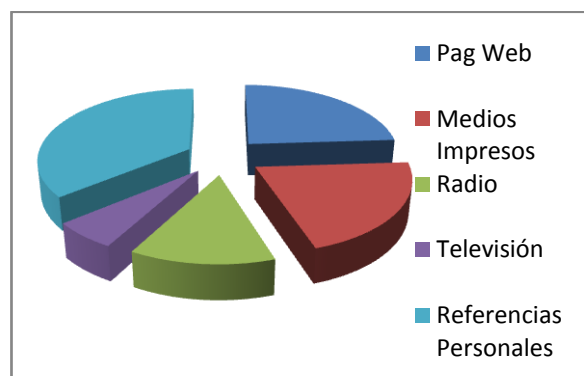


ANÁLISIS

El 100% de los encuestados respondieron con afirmación que consideran que el Ecoparque Monte selva es un sitio seguro para visitar y pernoctar en el mismo.

PREGUNTA 10: ¿Por qué medios conoció el Ecoparque Monte Selva?

CÓDIGO	OPCIÓN	NÚMERO	PORCENTAJE
1A	Pag Web	36	23,9%
1B	Medios Impresos	31	20,7%
1C	Radio	19	12,6%
1D	Televisión	8	5,7%
1E	Referencias Personales	55	37,1%
TOTAL		149	100%

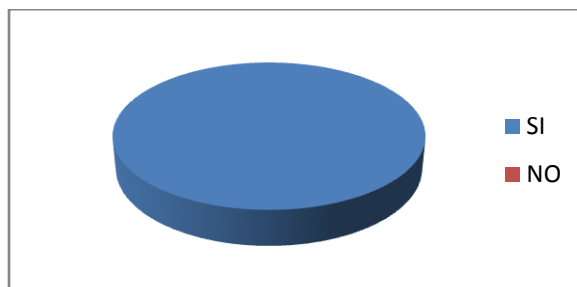


ANÁLISIS

De las personas encuestadas un 23,9% contestaron haber conocido el Ecoparque Monte Selva por la Página Web, mientras que un 20,7% lo conocieron por medios impresos, un 12,6% dijeron por medio de radios, tan solo un 5,7% contestaron conocerlo por medio de televisión y un 37,1% lo conocen por medio de referencias personales.

PREGUNTA 11: Recomendaría Usted a sus conocidos, amigos, familiares visitar el Ecoparque Monte Selva?

CÓDIGO	OPCIÓN	NÚMERO	PORCENTAJE
1A	SI	141	100%
1B	NO	0	0%
TOTAL		141	100%



ANÁLISIS

De todas las personas a las que se les pudo encuestar, el 100% optaron en que si recomendarían a sus familiares, amigos y conocidos el Ecoparque Monte Selva, dentro de sus motivos más relevantes más destacados fueron por sus instalaciones, servicios, su flora y fauna, senderos y sobre todo por lo relajante del SPA.

2.13 Perfil del Consumidor

Geográfica:

Para realizar la segmentación del mercado en forma geográfica, se ha recogido las tres provincias que más afluencia de turistas atrae el Ecoparque Monte Selva que son las provincias de Tungurahua, Pichincha y Guayas. De cada una de estas provincias se ha identificado sectores específicos a los cuales se dirigirá más la publicidad. Es así que en la ciudad de Ambato, Quito y Guayaquil se promocionará de mejor manera, es decir, dando más publicidad para captar de mejor manera en el mercado, a la provincia del Azuay también se va a promocionar ya que es un potencial mercado al cual se puede recurrir y más ahora que está por terminarse de reconstruir la red viál al Azuay y a Guayas.

Demográfica:

El Eco - Lodge va a ofrecer servicios a los dos géneros, tanto masculino como femenino, de estados civiles diversos, desde solteros hasta casados con y sin hijos. De estrato económico medio y medio alto debido a su precio y actividades. Las edades varían entre 25 a 65, acentuando más las edades maduras de 41 a 45 años de edad. Este rango tan amplio de las edades se debe a que este sitio es de tipo familiar. Las nacionalidades de turistas que se espera recibir también oscilan entre nacionales y extranjeros especialmente de Alemania, Estados Unidos y Holanda.

Psicográficas:

El Eco - Lodge está dirigido hacia personas con un nivel de vida alto, pertenecientes a las clases sociales media, media alta y alta, por lo tanto con ingresos significativos. Que

buscan este servicio por diferentes motivos, como relax, diversión, aventura, e incluso el estudio.

Sector a

dirigirse:

Familiar:

Más que nada el Eco - Lodge está dirigido a las familias tanto nacionales como extranjeras que deseen visitar el Ecoparque Monte Selva. El Eco – Lodge se especializará en cuidados y atención hacia familias, puesto que se cuenta con hospedajes familiares para la convivencia del hogar en un mundo natural, además el Ecoparque Monte Selva cuenta con actividades para infantes en donde el padre o madre de familia va a estar en total relajación mientras sus hijos disfrutan de la selva segura. De igual manera, para adultos mayores existirán programas especiales, como relajación en el SPA Shamánico, caminatas, entre otros.

Para los jóvenes de la familia se crearán actividades como deportes extremos, diversión en el karaoke, bar, piscina, senderos de adrenalina, entre otros.

Extranjeros

En el Eco – Lodge se recibirá a turistas de diferentes regiones del mundo, tanto a norteamericanos, sudamericanos y europeos principalmente. Se contará con personal calificado para poder atender a este tipo de clientes, que sepan idiomas, así como de sus culturas. Se ofrecerá facilidades para realizaciones de investigaciones científicas, estudios de la selva, observación de aves, investigaciones de flora y fauna en general, entre otros.

Otros Clientes

El Eco – Lodge está preparado para recibir también a turistas informales, es decir turistas sin tours previos que busquen diversión y relajación. Finalmente, se trabajará también

con grupos de escuelas, colegios y universidades que deseen realizar paseos o giras académicas.

2.14 Demanda

2.14.1 Demanda Ecoparque Monte Selva

2.14.1.1 Demanda Histórica

En el siguiente cuadro se puede observar en forma detallada la demanda histórica que se ha venido efectuando desde la creación del Ecoparque Monte Selva en el año 2005. Estos datos fueron obtenidos en los archivos del establecimiento.

Cuadro # 3 Demanda Histórica de Ecoparque Monte Selva

AÑO	TURISTAS NACIONALES	TURISTAS EXTRANJEROS	TOTAL
2005	27800	2070	29870
2006	24500	2950	27450
2007	27900	2800	30700
2008	29500	2060	31560
2009	30780	2420	34200

Fuente: Archivos de Ecoparque Monte Selva

Elaborado por: La autora

En el siguiente cuadro está detallado estadísticas de los turistas que pernoctaron en el servicio de camping que ofrece Ecoparque Monte Selva desde su creación año 2005.

Cuadro # 4 Pernoctación en el Servicio de Camping Ecoparque Monte Selva

AÑO	TURISTAS
2005	1020
2006	780
2007	1130
2008	1350
2009	1440

Fuente: Archivos de Ecoparque Monte Selva
Elaborado por: La autora

TASAS DE CRECIMIENTO

Cuadro # 5

<u>Período</u>	<u>Nacionales</u>	<u>Extranjeros</u>
2005 - 2006	5.6%	4.7%
2006 – 2007	3.3%	3.9%
2007 – 2008	5.9%	5.2%
2009 – 2010	6.2%	5.4%
2011 - 2012	6.8%	5.8%

Fuente: Archivos de Ecoparque Monte Selva
Elaborado por: La autora

2.14.1.2 Demanda Actual

En cuanto a visitantes se refiere en el Ecoparque Monte Selva tiene en el año 2009 que llegaron 34200 personas. Aproximadamente 200 personas diarias principalmente de jueves a domingo en un promedio de 3200 personas mensuales, esto varía de acuerdo a los meses de temporadas tanto temporadas altas como bajas.

Cuadro # 6 Demanda Actual Ecoparque Monte Selva

2009	30780	2420	34200
-------------	--------------	-------------	--------------

Fuente: Archivos de Ecoparque Monte Selva

Elaborado por: La autora

Las personas que pernoctan la noche en las áreas de campamento los fines de semana normales oscilan en un promedio entre 10 personas diarias que serian los días viernes y sábados se atiende a 20 personas promedio, con un porcentaje de ocupación del 30%.

Cuadro # 7 Pernoctación servicio de Camping año último año en el Ecoparque Monte Selva

2009	1440
-------------	-------------

Fuente: Archivos de Ecoparque Monte Selva

Elaborado por: La autora

En los 6 feriados anuales (carnaval, semana santa, 10 agosto, 9 octubre, finados, navidades) se determina un incremento del 22% contando con lo analizado de las encuestas realizadas. Dentro de los documentos que Ecoparque Monte Selva posee de sus registros de ingresos de visitas en feriados se tiene un incremento del 200%, es decir, que se tiene un incremento abrupto, en el año 2009 solo en los feriados se contabilizó un ingreso total de 12318 turistas siendo el 40.02% de lo generado en el año.

2.14.1.3 Demanda Futura

Se ocupará la fórmula de los mínimos cuadrados para calcular la proyección de la demanda o la demanda futura tanto del los turistas extranjeros como nacionales que ingresan al Ecoparque Monte Selva.

2.14.1.3.1 Cálculo de la Demanda Futura Nacionales

Cuadro # 8 Guía de la Proyección de la Demanda Nacional

Años	Visitantes	B	X = $\beta - x'$	Y = y - y'	X2	Suma XY
2005	28800	0	-2	-96	4	192
2006	24500	1	-1	-4396	1	4396
2007	29900	2	0	1004	0	0
2008	30500	3	1	1604	1	1604
2009	30780	4	2	1884	4	3768
TOTAL	144480	10	0	0	10	9960

$$y' = \frac{\sum Y}{5} = \frac{144480}{5} = 28896$$

$$x' = \frac{\sum \beta}{5} = \frac{10}{5} = 2$$

$$a = 28896$$

$$b = \frac{\sum xy}{\sum x^2} = \frac{9960}{10} = 996$$

$$Y = a + b * (\# \text{ Año Proyectado})$$

$$Y = 28896 + (996 * 5) = 33876$$

$$Y = 28896 + (996 * 6) = 34872$$

$$Y = 28896 + (996 * 7) = 35868$$

$$Y = 28896 + (996 * 8) = 36864$$

$$Y = 28896 + (996 * 9) = 37860$$

$$Y = 28896 + (996 * 10) = 38856$$

$$Y = 28896 + (996 * 11) = 39852$$

Cuadro # 9 Proyección de la Demanda Nacional

Años	Proyección Demanda	# Años Proyectados
2010	33876	5
2011	34872	6
2012	35868	7
2013	36864	8
2014	37860	9
2015	38856	10
2016	39852	11

2.14.1.3.2 Cálculo de la Demanda Futura Extranjeros

Cuadro # 10 Guía de Proyección Demanda Extranjera

Años	Visitantes	B	X = β - x'	Y = y - y'	X2	Suma XY
2005	2070	0	-2	-390	4	780
2006	2950	1	-1	490	1	490
2007	2800	2	0	340	0	0
2008	2060	3	1	-400	1	-400
2009	2420	4	2	-40	4	-40
TOTAL	12300	10	0	0	10	830

$$y' = \frac{\sum Y}{5} = \frac{12300}{5} = 2460$$

$$x' = \frac{\sum \beta}{5} = \frac{10}{5} = 2$$

$$a = 2460$$

$$b = \frac{\sum xy}{\sum x^2} = \frac{830}{10} = 83$$

$$Y = a + b * (\# \text{ Año Proyectado})$$

$$Y = 2460 + (83 * 5) = 2875$$

$$Y = 2460 + (83 * 6) = 2958$$

$$Y = 2460 + (83 * 7) = 3041$$

$$Y = 2460 + (83 * 8) = 3124$$

$$Y = 2460 + (83 * 9) = 3207$$

$$Y = 2460 + (83 * 10) = 3290$$

$$Y = 2460 + (83 * 11) = 3373$$

Cuadro # 11 Proyección de la Demanda Extranjera

Años	Proyección Demanda	# Años Proyectados
2010	2875	5
2011	2958	6
2012	3041	7
2013	3124	8
2014	3207	9
2015	3290	10
2016	3373	11

2.14.2 Demanda Provincia de Pastaza

2.14.2.1 Demanda Histórica

Con la apertura de la carretera se puede fijar que ha existido un incremento proporcional desde el año 2005 al año 2009, siendo solo en el año 2006 una baja debido a la erupción volcánica última de agosto del 2006. No existen datos en donde se encuentren los datos separadas de turistas nacionales y extranjeros.

Cuadro # 12 Demanda Histórica de Pastaza

Años	Demanda Histórica y Actual
2005	481.528
2006	469.929
2007	494.830
2008	540.020
2009	595.780

Fuente. Ministerio de Turismo Regional Amazónico. Sra. Nelly Durán
Elaborado por: Sra Nelly Duran

2.14.2.2 Demanda Actual

Se puede observar que en el año 2009 se tiene una demanda de turistas tanto nacionales como de extranjeros de 595.780 turistas.

Cuadro # 13 Demanda Actual de Pastaza

Años	Demanda Histórica y Actual
2009	595.780

Fuente. Ministerio de Turismo Regional Amazónico. Sra. Nelly Durán

2.14.2.3 Demanda Futura

Se ocupará la fórmula de los mínimos cuadrados dando de forma más exacta los datos de la proyección de la demanda turística de la zona.

Cuadro # 14 Guía de Proyección Demanda

Años	Visitantes	B	X = $\beta - x'$	Y = y - y'	X2	Suma XY
2005	481.528	0	-2	-34.889,4	4	69.778,8
2006	469.929	1	-1	-46.488,4	1	46.488,4
2007	494.830	2	0	-21.587,4	0	0
2008	540.020	3	1	23.602,6	1	23.602,6
2009	595.780	4	2	79.362,6	4	158.725,2
TOTAL	2'582.087	10	0	0	10	298.595

$$y' = \frac{\sum Y}{5} = \frac{2'582.087}{5} = 516.417,4$$

$$x' = \frac{\sum \beta}{5} = \frac{10}{5} = 2$$

$$a = 516.417,4$$

$$b = \frac{\sum xy}{\sum x^2} = \frac{298595}{10} = 29.859,5$$

$$Y = a + b * (\# \text{ Año Proyectado})$$

$$Y = 516.417,4 + (29.859,5 * 5) = 665.714,9$$

$$Y = 516.417,4 + (29.859,5 * 6) = 695.574,4$$

$$Y = 516.417,4 + (29.859,5 * 7) = 725.433,9$$

$$Y = 516.417,4 + (29.859,5 *8) = 755.293,4$$

$$Y = 516.417,4 + (29.859,5 *9) = 785.152,9$$

$$Y = 516.417,4 + (29.859,5 *10) = 815.012,4$$

$$Y = 516.417,4 + (29.859,5 *11) = 844.871,9$$

Cuadro # 15 Proyección de la Demanda

Años	Proyección Demanda	# Años Proyectados
2010	423.714,9	5
2011	431.574,4	6
2012	439.433,9	7
2013	447.293,4	8
2014	455.152,9	9
2015	463.012,4	10
2016	470.871,9	11

2.15 Oferta

2.15.1 Oferta Turística de Ecoparque Monte Selva

Dentro del Ecoparque Monte Selva solo cuenta con oferta de alojamiento alternativo con un servicio de campamentacion, facilitando carpas especializadas para la pernoctación en humedales y el equipo necesario para la comodidad de los huéspedes. Los mismos que son ubicados en un área externa para campistas expertos que buscan una aventura extrema.

Para quienes no gustan de sensaciones de íntima convivencia natural cuenta con un espacio elevado de campamento con cubierta, facilitándoles el mismo equipamiento de carpas, colchonetas, aislantes, baterías sanitarias cercanas, duchas, vestidores, guardarropas y servicio de restaurante.

Pese a los esfuerzos realizados, el servicio de alojamiento en camping que se viene prestando no ha tenido el crecimiento esperado, por cuanto un gran número de turistas buscan más confort que aventura y le consideran al camping como un alojamiento inseguro.

2.15.1.1Oferta Histórica y Actual

El alojamiento es en Camping, como ya está mencionado anteriormente. Se cuenta con Carpas de dos a cinco personas dependiendo de los gustos de los turistas que desean pernoctar en este servicio de alojamiento alternativo con el que cuenta el Ecoparque Monte Selva.

Cuadro # 16 Oferta Histórica y Actual

Años	Plazas por Pax	% Tasa Crecimiento
2005	138	0%
2006	150	8.7%
2007	160	6.7%
2008	160	0%
2009	176	10%

Promedio: 5.08%

Fuente: Archivos de Ecoparque Monte Selva
Elaborado por: La autora

2.15.1.2 Proyección de la Oferta

En base a la media de crecimiento que se obtuvo en la oferta turística la cual dio un promedio del 5.08 % que se calculó sumando todos los porcentajes de crecimiento y dividiendo para el número de los mismos. Se coloca también desde las proyecciones del año 2010 la capacidad instalada que se dará con la creación del Eco-Lodge que serán de 42 plazas.

Se instalará cuatro cabañas familiares con capacidad de seis plazas cada una, del mismo modo se instalará seis cabañas triples con tres plazas cada una, dándonos un total de 42 plazas.

El porcentaje se lo multiplica por el número de las plazas que hay hasta el año 2009 incluida la nueva capacidad del Eco-Lodge y lo cual se va a proyectar hasta el año 2013, donde sube un buen porcentaje en el número de plazas para los turistas.

Cuadro # 17 Proyección Oferta Ecoparque Monte Selva

Años	Plazas	Porcentaje %
2010	216	5.08%
2011	228	5.08%
2012	240	5.08%
2013	252	5.08%

Fuente: Archivos de Ecoparque Monte Selva
Elaborado por: La autora

2.15.2 Oferta Turística de Pastaza

2.15.2.1 Análisis Oferta

La apertura de la carretera de primer orden de Baños – Puyo construida desde el Período del Gobierno del Coronel Lucio Gutiérrez fue el detonante de la demanda turística para la zona, lo cual ha obligado a la provincia a crear servicios turísticos y hoteleros de ciudad, sin la debida planificación ni segmentación del mercado potencial.

Cuadro #18 Oferta Histórica y Actual

Años	Hosterías	Hoteles	Hostales	Plazas/días	Plazas/año
2005	3	8	8	594	216810
2006	6	11	10	684	249660
2007	7	11	10	703	256595
2008	8	12	12	821	299665
2009	8	14	12	851	310615

Fuente. Ministerio de Turismo Regional Amazónico. Sra. Nelly Durán

El siguiente cuadro se puede observar el porcentaje de ocupación estimado de los establecimientos turístico de Puyo, lo que indica que en el año 2006 baja rotundamente un 28% de ocupación debido a las afectaciones que produjo la erupción del Volcán Tungurahua, el mismo que afecto la llegada de turismo a la zona.

El promedio de ocupación establecimientos turísticos del año 2005 al 2008 es del 54.34%. Información dada por la Sra. Nelly Durán Gerente del Ministerio Regional de Turismo.

Cuadro # 19 Porcentaje de Ocupación

Años	Hosterías	Hoteles	Hostales	Porcentaje Promedio
2005	82%	49%	73%	68%
2006	43%	28%	49%	40%
2007	57%	33%	58%	49.4%
2008	61%	43%	71%	58.3%
2009	72%	49%	59%	60%

Fuente. Ministerio de Turismo Regional Amazónico. Sra. Nelly Durán

Actualmente la ciudad del Puyo cuenta con 8 Hosterías, 14 Hoteles, y 12 Hostales, con una capacidad total de 951 plazas. De los cuales sólo las Hosterías son de uso turístico con 620 plazas, mientras que los otros establecimientos son más para uso de comerciantes que deben pernoctar en la ciudad y busca alojamiento que no contenga tantos servicios ya que no ocupan los mismos.

Cuadro # 20 Capacidad Instalada Actual

Establecimiento	Cantidad	Plazas
Hosterías	8	570
Hoteles	14	155
Hostales	12	126
TOTAL		851
TOTAL ANUAL		310.615

Fuente. Ministerio de Turismo Regional Amazónico. Sra. Nelly Durán

2.15.2.2 Análisis de Establecimientos que oferten servicios similares

Competencia

1.- HOSTERÍA HACHA CASPI

Tiene una capacidad de 100 plazas, en habitaciones matrimoniales, dobles, triples y cuádruples; los servicios que oferta son: de Alojamiento, Restaurante, Sala de Convenciones, Piscina, SPA. Con un porcentaje de ocupación 48%. Con un costo de noche promedio de 25 dólares. Creada en el 2002

2.- HOSTERÍA FLOR DE CANELA

Cuenta con una capacidad de 120 plazas, en habitaciones desde matrimoniales o simples a cuádruples, oferta los servicios de alojamiento, restaurante, bar, SPA, piscinas, Sala de convenciones. Con un porcentaje de ocupación 67%, su precio por noche tiene un promedio de 27 dólares. Creada en el 2005.

3.- HOSTERÍA EL PIGÜAL

Cuenta con una capacidad de 80 plazas, con todo tipo de habitaciones de simples a quíntuples, oferta los servicios de alojamiento, piscina, sala de convenciones, SPA, restaurante. Con un porcentaje del 68%. Y un precio promedio por noche de 25 dólares. Creada en el 2006

4.- HOSTERÍA SAFARI

Cuenta con una capacidad de 120 plazas, con habitaciones desde simples a quíntuples, oferta los servicios de alojamiento, piscina, sala de convenciones, SPA, restaurante. Con un porcentaje del 39%. Y un precio promedio por noche de 20 dólares. Primera hostería creada por los años 90.

Cuadro # 21 Capacidad Instalada Actual

Establecimiento	Números de Plazas
Hostería Hacha Caspi	100
Hostería Flor de Canela	120
Hostería El Pigüal	80
Hostería Safari	120
TOTAL	420

Fuente. Oficina de Catastro de la Provincia de Pastaza

2.15.2.2.1 Matriz de Competencia Directa

Cuadro # 22

4 Mayor Fortaleza

3 Menor Fortaleza

2 Menor Debilidad

1 Mayor Debilidad

Establecimiento Características	Hostería Hacha Caspi	Hostería Flor de Canela	Hostería Safari	Hostería el Pigüal	Ecoparque Monte Selva
Seguridad	3	3	3	3	4
Servicio	2	3	3	2	3
Acceso	1	3	1	4	4
Infraestructura	2	3	3	3	3
Precio	3	2	3	2	3
Posicionamiento	2	4	3	4	4
<u>TOTAL</u>	13	20	16	18	21

2.15.2.3 Proyección de la Oferta

Cuadro # 23 Guía de Proyección de la Oferta

Años	Plazas	B	X = $\beta - x'$	Y = y - y'	X2	Suma XY
2005	216.810	0	-2	-49.059	4	98.118
2006	249.660	1	-1	-16.209	1	16.209
2007	256.595	2	0	-9.274	0	0
2008	295.665	3	1	29.796	1	29.796
2009	310.615	4	2	44.746	4	89.492
TOTAL	1'329.345	10	0	0	10	233.615

$$y' = \frac{\sum Y}{5} = \frac{1'329.345}{5} = 265.869$$

$$x' = \frac{\sum \beta}{5} = \frac{10}{5} = 2$$

$$a = 265.869$$

$$b = \frac{\sum xy}{\sum x^2} = \frac{233615}{10} = 23.361.5$$

$$Y = a + b * (\# \text{ Año Proyectado})$$

$$Y = 265.869 + (23.361.5 * 5) = 382.676,5$$

$$Y = 265.869 + (23.361.5 * 6) = 406.038$$

$$Y = 265.869 + (23.361.5 * 7) = 429.399,5$$

$$Y = 265.869 + (23.361.5 * 8) = 452.761$$

$$Y = 265.869 + (23.361.5 *9) = 476.122,5$$

$$Y = 265.869 + (23.361.5 *10) = 499.484$$

$$Y = 265.869 + (23.361.5 *11) = 522.845,5$$

Cuadro # 24 Proyección de la Oferta

Años	Proyección Oferta	# Años Proyectados
2010	382.676,5	5
2011	406.038	6
2012	429.399,5	7
2013	452.761	8
2014	476.122,5	9
2015	499.484	10
2016	522.845,5	11

2.16 Balance Oferta – Demanda

Según datos estadísticos obtenidos en los archivos del Ministerio de Turismo Regional Amazónico el promedio de ocupación de los establecimientos turísticos de alojamiento es del 54.34% durante los años 2005 al 2009.

Es con este valor estadístico se procede a realizar el análisis entre oferta y demanda.

Cuadro # 25 Balance Demanda – Oferta

Año	Proyección Oferta	Proyección Demanda	Proyección Demanda Insatisfecha
2010	382.676,5	665.714,9	283.038,4
2011	406.038	695.574,4	289.536,4
2012	429.399,5	725.433,9	296.034,4
2013	452.761	755.293,4	302.532,4
2014	476.122,5	785.152,9	309.030,4
2015	499.484	815.012,4	315.528,4
2016	522.845,5	844.871,9	322.026,4

De lo obtenido de acuerdo la fórmula realizada, se va a captar un 30%, es decir, que en el año 2010 se tratará de captar 84911,52 que es más que suficiente, debido a que el Eco- Lodge será ocupado por los grupos que la Hostería Monte Selva envíe dentro de los paquetes turísticos que se oferta a los turistas.

CAPÍTULO III

CAPÍTULO III

3.- PLAN DE MARKETING

3.1 Introducción

El turismo rural o de naturaleza es la única actividad económica en la que necesariamente se requiere un estudio de mercado para implementar o construir una infraestructura turística. Si se realizará una encuesta y se preguntara a las personas si les parece necesario un mirador en la cima de una montaña, un hospedaje al pie de una cascada, los resultados podrían ser desde un abrumador no hasta un no responde o no le interesa. En tanto que ya construida la infraestructura turística, la misma generará su propia demanda a pesar de no haberse detectado en los estudios la famosa “demanda insatisfecha”.

Pero esta característica del turismo de naturaleza de no requerir del estudio de mercado, implica a su vez, que ya construida la infraestructura turística, se debe implementar una vigorosa campaña de marketing que permita que sus servicios sean conocidos e ir captando la clientela que tendrá características especiales, pues deberá tener vocación por el turismo de naturaleza, el mismo que actualmente, a nivel mundial, es el segmento de mayor crecimiento de su demanda por sobre el turismo tradicional de sol y playa.

En los proyectos turísticos orientados al disfrute y contacto con la naturaleza, el marketing tienen una mayor importancia que en otro tipo de proyectos, pues se debe “generar” una demanda que existió sin mucho impulso, lo que implica estrategias, técnicas y apuntar a nichos de mercado de características particulares, a los cuales hay que saber cómo llegar, convencer, mantener e incrementar.

3.2 Concepto de Plan de Marketing

El Plan de Marketing es una herramienta que sirve de base para los otros planes de la empresa; asigna responsabilidades, permite revisiones y controles periódicos para resolver los problemas con anticipación. En un escenario cada vez más competitivo hay menos espacio para el error y la falta de previsión. Por ello el Plan de Marketing se convierte en un poderoso instrumento de gestión para la empresa.¹

La volatilidad económica y política que caracteriza al entorno empresarial en nuestro país, torna más necesario este plan, el mismo que debe prever estos bruscos cambios económicos y saber implementar planes de contingencia ante las repentinas crisis políticas que se dan con frecuencia en nuestro país. Por ello, el Plan de Marketing no puede ser un elemento estático, sino muy dinámico, dúctil y con mecanismos que permitan su constante revisión y adaptación a las siempre cambiantes alteraciones del entorno económico en el que debe desenvolverse la empresa.

¹ www.infomipyme.com

3.3 Objetivos

- Conseguir con la aplicación del Plan de marketing un incremento cuantitativo del volumen de los ingresos por la creación del Eco – Lodge en el Ecoparque Monte Selva.
- Generar una marca del Eco-Lodge que sea atractiva y muy vendible en una región que no tiene antecedentes similares.
- Satisfacer las necesidades del cliente en el proceso de venta directa, para conocer sus necesidades y preferencias de consumo y permita satisfacer todas sus expectativas.
- Segmentar el nicho de mercado dentro del cual, se va a generar la demanda de este nuevo servicio turístico.
- Facilitar el acceso de los clientes a los sistemas de información vía Internet y reservas electrónicas.

3.4 Situación Actual

Actualmente el Ecoparque tienen una clientela orientada a sus principales servicios que son el balneario con playas de seguridad para los niños, los Senderos en el Aire (arborismo) canalizados a fortalecer la toma de decisiones a la vez que se presentan como una opción de adrenalina para niños y adultos maduros que no tienen acceso a otras actividades como rafting o canyoning, y el Spa Shamánico, que explota las propiedades terapéuticas de las arcillas amazónicas sumadas a las bondades de la casa de vapor o Temascal. Muchos de estos turistas han expresado su deseo de pernoctar en el Ecoparque pero no habiendo la cultura de la campamentación, prefieren habitaciones

convencionales que brinden una mayor sensación de seguridad respecto del medio ambiente circundante, confort e intimidad.

El Plan de Marketing a realizarse permitirá al Ecoparque Monte Selva tener conocimiento más amplio de lo que implican las estrategias de promoción y publicidad para desarrollar actividades que satisfagan las actuales necesidades que presentan los turistas al llegar al sitio, sobre todo para que el Eco-Lodge se poseione como el mejor atractivo que posee el Ecoparque Monte Selva.

La propuesta que se planteará para el Eco-Lodge contiene actividades, estrategias y objetivos que ayudarán a que crezca y se poseione en el mercado turístico adecuado, además con esta propuesta no solamente se pretende generar réditos económicos para el Grupo Turístico, sino también trata de satisfacer a todos los turistas ya sean nacionales y extranjeros, ya que los servicios a incrementarse serán realizados con la finalidad de cubrir sus expectativas, muchas de estas enmarcadas en estadías de mayor duración a las del fin de semana o el feriado.

Se evidencia la necesidad de un segmento de turísticas de confrontar los conocimientos sobre la Amazonía adquiridos por sus hijos en las escuelas, con la biodiversidad presente en el Ecoparque.

Debido a las grandes extensiones que caracteriza a la Amazonía, el Ecoparque emerge como un centro de interpretación donde se puede tener una panorámica de la biodiversidad de la zona, lo cual constituye un servicio muy atractivo para extranjeros que desean contactar con la Amazonía pero que por razones de tiempo y costos no pueden hacer grandes recorridos y menos en una zona caracterizada por la ausencia de vías terrestres.

3.5 Estrategias

3.5.1 Estrategias de Producto

- **Estrategias de desarrollo de un producto estrella el Eco-Lodge**

Esta estrategia consiste en ofertar a los clientes habituales y público en general, el producto destacado y nuevo del sitio, que es el Eco – Lodge, ya que Ecoparque Monte Selva es conocido a nivel nacional, será mucho más fácil introducir este nuevo servicio de pernoctación en un mercado que ya conoce la marca.

Este producto es el resultado de la demanda manifestada por los clientes de los servicios ya ofertados en el lugar, como es el SPA Shamánico, los servicios de alimentación, balneario, senderos ecológicos, deportes de adrenalina, entre otros; lo que hace más fácil vender este servicio que será incluido en los paquetes turísticos que normalmente comercializa el Grupo Monte Selva, vía Internet, montando stands en ferias o entregando papelería a Agencia y Operadoras. Esta estrategia será incluida en las demás estrategias detalladas a continuación.

- **Estrategia de productos complementarios**

Consiste en unir alianzas estratégicas con otros miembros del Grupo Turístico como son Hostería Monte Selva, Operadora Monte Selva Travel y el Diario Turístico virtual www.trafficnews.ec.

La primera propuesta al público es unir en un mismo paquete turístico los dos hospedajes y su respectivas instalaciones, ofreciéndole al turista la experiencia de vivir su aventura en los Andes y la Amazonía en un solo destino, dándoles la oportunidad de realizar actividades turísticas tanto en él, un establecimiento vinculado a las actividades

del ecosistema andino, como en el otro ligado a la naturaleza amazónica, todo con apenas 45 kilómetros de distancia y en un lapso de carretera abundante en recursos paisajísticos y prestadores de servicios turísticos, como es la vía Baños – Puyo o Ruta de las Cascadas.

Las ganancias obtenidas por esta alianza en primera instancia, son el ahorro en los gastos de promoción y publicidad, menos gastos en personal contratado, fortalecimiento de la marca que pasa de una Hostería en Baños y un Balneario en Puyo, a un “Grupo Turístico”, lo que le permite negociar en mejores condiciones paquetes publicitarios en medios de comunicación convencionales, en revistas especializadas, la fortaleza financiera también se incrementa y permite al Grupo ser sujeto de crédito.

- **Estrategia de movilización**

Está dirigida exclusivamente a clientes que están hospedados en la Hostería en Baños y desean viajar al Ecoparque en Puyo para su siguiente noche de alojamiento, dependiendo del paquete turístico ofertado y escogido.

Se posee varios vehículos que se adaptarán a la cantidad de personas integrantes de cada grupo. La ventaja principal de este transporte “interno” es permitir que el padre de familia deje de ser chofer por un fin de semana y disfrute también del privilegiado paisaje que une la Hostería con el Ecoparque, que no se esté preocupando por la seguridad del vehículo y tampoco por el tráfico vehicular.

Dado que ya existen estos vehículos en la Hostería en Baños, el costo anual de este servicio se reduce a combustible y depreciación del vehículo, calculado en 1152 dólares anuales.

- **Estrategia de Seguro Médico**

Consiste en brindarles toda la protección y seguridad del caso a los turistas que deseen quedarse en el Eco – Lodge con duración de más de dos días. Radica en garantizar la salud de los turistas durante su permanencia, para lo cual se cuenta con un servicio médico en el Ecoparque Monte

Selva, brindando así la certeza de seguridad del lugar, a través de una enfermera de planta, capacitada para prestar atención médica en el sitio, y que de complicarse el diagnóstico de un paciente, se lo trasladaría al Hospital Vozandes, considerado uno de los mejores del Ecuador y con la ventaja de tener médicos nativos de habla Inglesa, lo que es un plus, en especial para Touroperadores que trabajan con extranjeros. El hospital está apenas a 3 kilómetros de distancia. El costo por este seguro y atención médica mensual que se cancela al Hospital Vozandes es de 300 dólares mensuales cancelados el cincuenta % por la Hostería y el otro 50% por el Ecoparque Monte Selva. Es decir, que el Eco – Lodge cancelará el valor de 150 mensuales, con un costo anual de 1800 dólares a cambio de brindar un servicio médico permanente con médicos de habla en Castellano e Inglés.

- **Estrategia de "Taylor Made" de los paquetes turísticos**

La estrategia de adaptar los paquetes turísticos a la necesidad, temporalidad y economía del cliente, está dirigida al segmento familiar que tiene que improvisar sus paseos cuando coinciden las vacaciones de los niños y de los padres. También se direccionará esta modalidad al segmento específico de adolescentes de las provincias, donde la marca Monte selva tiene más acogida, como es en Guayas, Pichincha y Tungurahua; y

que por circunstancias de temporalidad necesitan paquetes específicos para sus necesidades.

Desde un Todo Incluido, hasta tours específicos de deportes de adrenalina, dependiendo de sus expectativas de consumo, se ofertará esta estrategia en temporada de fin de años lectivos, o feriados. Se la aplicará los meses de enero, febrero que son las vacaciones en la Costa y en junio y julio que son las vacaciones en la Sierra. Esta estrategia tiene un costo mensual de 400 dólares y un costo anual de 1600 dólares.

- **Estrategia de personificar cada cabaña con representaciones de las nacionalidades indígenas de la Provincia de Pastaza.**

Serán 7 cabañas que se van a construir para el Eco – Lodge, cada una de estas estarán diseñadas en forma de octágono representado a las comunidades indígenas de Pastaza: Shuar, Huaorani, Ashuar, Andoas, Zápara, Shiwiar, Kichwa.

Esta estrategia consiste en colocar afiches, artesanías, fotografías, leyendas, historia, cultura y demás representaciones de cada una de las comunidades, dentro y fuera de cada una de las cabañas, diferenciando el producto como único. Esto permitirá al turista aprender y compartir la forma de vida de las culturas que existen en la Provincia amazónica de Pastaza. El costo sobre esta estrategia está especificado en el detalle de los muebles y Enseres.

- **Estrategia de capacitar al personal del nuevo departamento en temas referentes a: atención al cliente, gestión de la calidad del servicio.**

Con la creación del Eco – Lodge se establece un nuevo departamento que estará a cargo de todo el funcionamiento del mismo, sea este de limpieza y mantenimiento o de camarería, los mismos que estarán en contacto constante con el turista, es por esta razón, que se les debe capacitar para que tengan una atención de calidad al el turista, brindándoles toda la comodidad posible para que su experiencia sea vivida con intensidad y seguridad.

Las capacitaciones serán costeadas por el Ecoparque Monte Selva, ya que ellos realizan periódicamente capacitaciones a su personal en temas referentes a la atención al cliente y de limpieza. Se realizarán estas capacitaciones tres veces al año con un costo de cada una de 266 dólares, con un valor anual de 800 dólares.

- **Estrategia de mejora de todos los servicios existentes dentro del Ecoparque Monte Selva para satisfacer de mejor manera a los turistas.**

Los servicios que Ecoparque Monte Selva ofrece son de buena calidad, con la inclusión del Eco- Lodge se debe dar importancia a los demás servicios existentes, dándoles las mejoras respectivas como por ejemplo la calidad de la comida, el servicio personalizado, los accesos a los senderos, señalética interna y demás detalles que ayudarán a incrementar el porcentaje de ingresos de turistas al sitio. Costeado por la misma empresa.

Cuadro # 26

Detalle	Valor Unitario	Valor Total Anual
Estrategias de Producto	412,67	4952,00

3.5.2 Estrategias de Plaza

- **Estrategia de apertura regional**

Se realizarán visitas a la mayoría de Agencias de Viajes y Touroperadores de Quito, Ambato, Guayaquil y Cuenca que oferten paquetes turísticos de selva, con el fin de que estén informados de los nuevos servicios y puedan llegar a ser los intermediarios, de esta manera se podrá iniciar una efectiva negociación donde ellos como Grupo Turístico Monte Selva salgan beneficiados y sobre todo se beneficien los clientes. Se cancelará 80 mensuales adicionales al sueldo del personal de ventas del Ecoparque Monte Selva y se prorratarán sus gastos de movilización a razón de 23 dólares mensuales. Con un costo anual de 280 dólares.

Se lo realizará dos veces al año, el resto del año dependiendo de los paquetes a promocionar se lo realizará a través de nuestra página web www.monteselvecuador.com y del diario turístico www.trafficnews.ec propiedad del Grupo Turístico.

- **Estrategia de negociación con proveedores e intermediarios**

Esta estrategia abrirá las puertas a nuevos y mejores proveedores para ampliar el portafolio de productos e insumos y así ofertar servicios de calidad a los clientes.

De preferencia se busca proveedores que ya estén en el mercado, con experiencia probada en postventa, servicio técnico, y garantías de la calidad de todos los productos que sean necesarios, ya sean alimentos, carnes, embutidos, artículos de limpieza hasta lencería de las cabañas, teniendo oportunidades de compra en varios sitios, siempre buscando el mejor de ellos. Se cancelará un costo de 10 dólares por gastos de movilización en la misma ciudad del Puyo. Costo anual de 120 dólares.

- **Estrategia de Canales de Distribución**

Esta estrategia ayudará a usar el canal de distribución adecuado a los patrones de actitudes del consumidor, con el objetivo principal de facilitar y poner a disposición de posibles compradores de nuestros servicios turísticos.

Esta estrategia se fundamenta sobretodo en negociar con los centros comerciales de las grandes ciudades, nuevos sistemas de promoción y adquisición de nuestros paquetes a través de sistemas de facturación más rápidos y de mayor uso, como la compra de tours en los centros comerciales pagados con tarjetas de crédito. La estrategia tendrá un costo mensual de 300 dólares, utilizados en los impresos en forma de tarjetas o gifts, de varios valores y servicios. El distribuidor gana un porcentaje del valor facturado.

Cuadro # 27

Detalle	Valor Unitario	Valor Total Anual
Estrategias de Plaza	58,33	700,00

3.5.3 Estrategias de Precio

- **Estrategia de condición de pago**

La estrategia de condición de pago está establecida para socios o clientes frecuentes en la compra de los servicios. Consiste en dar un pago anticipado o un mínimo del 50% del paquete que requiera comprar por parte del cliente y el resto será cancelado en el día de su check – out o salida. Con esta estrategia se tendrá más fidelidad de clientes ya que tienen más facilidad de pago. Esta estrategia no tiene ningún costo ya que no perjudica en la economía de la empresa, pero asegura la reserva, realizada y no se corre el riesgo de que el turista no venga y la habitación no se utilice.

- **Estrategias de descuentos**

Esta estrategia será ofertada para los socios o clientes regulares, se brindará el 5% de descuento en cualquiera de los paquetes a ofertar los viernes y sábados y el 10% de domingo a jueves. Esta estrategia será realizada todo el año, excluyendo los días de feriados que se cobra la tarifa normal, no tendrá un costo mensual debido a que este descuento está previsto en el tarifario para Agencias y Touroperadores.

- **Estrategia de implementar de nuevas tarifas con descuentos especiales para el Eco-Lodge con un todo incluido.**

La estrategia de implementar un Todo Incluido en el Eco – Lodge ayudaría de gran manera a la implementación de éste nuevo concepto en el mercado nacional e internacional, dando paquetes turísticos donde el Eco – Lodge sea el producto principal, uniendo las otras actividades y servicios turísticos tanto del Grupo Turístico Monte Selva como con otros servicios que se encuentren en la Ruta de las Cascadas, ofreciendo paquetes diferentes y diversos a los clientes para su mejor satisfacción y relajación en el mismo. Su costo mensual es de 100 realizado dos veces al año. El Todo Incluido es un concepto nuevo en el Ecuador y en el caso del Eco – Lodge, incluiría en forma ilimitada: alimentación, snacks, bebidas no alcohólicas, así como masajes y tratamientos con arcillas.

Cuadro # 28

Detalle	Valor Unitario	Valor Total Anual
Estrategias de Precio	82,37	988,40

3.5.4 Estrategias de Promoción y Publicidad

- **Establecer alianzas estratégicas con Trafficnews y su Agencia de Viajes Virtual.**

Trafficnews es un periódico turístico virtual internacional, el mismo que posee una Agencia Turística virtual con paquetes de Ecuador y el mundo. En lo que consiste esta estrategia es realizar diferentes paquetes turísticos con un todo incluido para introducir a

los clientes en esta Agencia y ser promovidos a nivel mundial, de esta manera podremos llegar a vender nuestros servicios a los turistas extranjeros que estén interesados por los paquetes.

La asistencia de Trafficnews a diferentes ferias, facilitará la comercialización de los paquetes a nivel de Agencias y Touroperadores internacionales.

Gracias a que Trafficnews es parte del Grupo Turístico Monte Selva, el promocionar al establecimiento dentro de la Agencia de Viajes virtual que el Grupo Turístico Monte Selva posee no tendrá costo alguno. Esto está representado en el presupuesto de plan de medios.

- **Estrategia de oferta especial**

La estrategia consiste en realizar promoción a precios convenientes en temporadas y días de poca afluencia turística, se promocionará en meses de temporada baja tanto para la Costa como para la Sierra, se ofrecerán varios paquetes turísticos con diferentes actividades y servicios.

Se enfocará rebajas a grupos familiares fuera de la temporada vacacional, pero que coincida con las vacaciones de los padres de familia.

También se enfocará ofertas al sector público, en especial a aquellos que tienen vacaciones conjuntas, como es la vacancia judicial, o la vacancia legislativa.

Esta estrategia se la realizará en los meses de septiembre, octubre, noviembre. Con un costo mensual de 100 dólares, anualmente con un precio de 300 dólares.

- **Estrategia de rotulación en la vía Ambato - Puyo comunicando el nuevo servicio que se oferta.**

Esta estrategia es de vital importancia, ya que ayuda a que el turista o sus acompañantes puedan observar durante todo su viaje los servicios que se ofrece en el Ecoparque Monte Selva y sobre todo del nuevo servicio a brindarse que es el Eco – Lodge, serán colocados cuatro rótulos de un metro y medio de largo por un metro de ancho en la vía Ambato – Baños; y otros cuatro y en la vía Baños – Puyo. . El costo de las impresiones y postes estará cargo de las tarjetas de crédito auspiciantes, ya que su publicidad va en los letreros. La empresa corre únicamente con el costo de la colocación y mantenimiento de los mismos, Se realizará un pago anual de 800 dólares.

- **Estrategia de elaboración POP entregándolos en diferentes puntos estratégicos.**

Esta estrategia consiste en realizar varios afiches, dípticos, etc. para que puedan ser entregados a la ciudadanía y serán entregados en puntos estratégicos de varias ciudades del Ecuador, como Baños, Ambato, Quito, Guayaquil y Cuenca. Un porcentaje del material será guardado para su debida utilización en las ferias turísticas y/o en las mismas instalaciones del Eco – Lodge. El costo está representado en el plan de medios.

- **Estrategia de crear de un Blog dentro de la Página Web del Grupo Turístico Monte Selva.**

El Grupo Turístico Monte Selva cuenta con su propia página web, dentro de la cual están todos los productos turísticos que se ofrece, esta estrategia consiste en crear un Blog sólo del Eco – Lodge para darle más importancia, colocando dentro del mismo

todos los servicios adicionales que el Ecoparque ofrece, ya sea de entretenimiento o relajación. Este Blog se lo realizará una vez que ya esté terminada la construcción del Eco – Lodge y esté listo para su uso. El costo está representado en el plan de medios.

- **Estrategias en eventos especiales**

Esta estrategia consiste en hacer conocer a nivel nacional e internacional. Para la parte nacional se asistirá a la feria turística más importante del Ecuador que es la FITE en Guayaquil, teniendo un stand, asistiendo al Work Shop, a las salas de negociaciones, y atendiendo al público al cual se llegará con nuestros servicios, tarifas y promociones. En la parte internacional se prefiere a asistir a ferias turísticas internacionales como la de Gramado – Brasil, donde asiste invitado Trafficnews, ya que por medio de su agencia virtual se podrá vender nuestros servicios y paquetes turísticos a las agencias emisoras de Brasil, este momento considerado el mercado más importante del mundo, debido a que no sufrió los estragos de la crisis económica mundial, por lo que los brasileros han aumentado sustancialmente sus viajes, además, los costos de promoción y traslado son más bajos para traer a un brasileros que a los europeos que aun sufren los estragos de la crisis mundial. El costo más representativo es de la FITE, que si bien da en stand sin costo sino en canje por los servicios promocionales en el diario turístico, se debe presupuestar para alimentación de la persona que atenderá el stand 300 dólares anuales. Las otras ferias turísticas internacionales serán costeadas dependiendo de las salidas a realizarse.

- **Estrategia para la captación de clientes fijos**

Se basa en fidelizar a los futuros clientes con detalles como los souvenirs, descuentos, tarjetas electrónicas de felicitaciones, cumpleaños, navidad, entre otros; creando así varias cuentas y bases de datos de los clientes con sus datos personales, para que cuando sea la fecha de su cumpleaños a aniversario, enviar ofertas y promociones de nuestros servicios a nuestros clientes.

Dentro de los souvenirs, Monte Selva ya está procesando los productos agrícolas de la zona para convertirlos en artesanías gastronómicas, que el turista las lleva y las mantiene y las consume con su familia, logrando introducir nuestra marca y mensaje en el núcleo familiar. Mermeladas de tomate hechas artesanalmente, ya están a disposición de los clientes de Monte Selva. Este proyecto se autofinancia con la venta de los frascos de mermelada, por lo que sus costos se limitan a un valor mensual de 12 dólares, con un costo anual de 144 dólares.

- **Estrategia de tarjeta para socios**

Se va a crear una base de datos de los principales clientes a los cuales se les va a hacer llegar una tarjeta personal de afiliación al Grupo Turístico Monte Selva, el primer año será gratis, los siguientes años tendrán un costo de 30 dólares anuales. Con esta tarjeta el cliente automáticamente pasa a ser socio del grupo turístico teniendo varios beneficios con la tarjeta, como los descuentos del 10 y 20% al utilizar los servicios, cocteles de bienvenida, frutas a la cabaña, y demás que se vendrán incrementando a medida que se lo requiera. Se realizarán 1000 tarjetas de socios a un costo unitario de 0,80 dólares que son 800 dólares anuales.

- **Estrategia luna de miel y SPA**

Esta estrategia estará dirigida a parejas recién casadas o a parejas que desean realizar por segunda vez su luna de miel. La mencionada estrategia se basa en ofertar un paquete turístico sólo para este tipo de servicios donde la pareja elijará lo que desee que la cabaña tenga, ya sea flores, frutas, bebida incluida y demás detalles, este tendrá una duración de dos a cinco días como máximo dependiendo del gusto del cliente. Esta estrategia será ofertada todo el año sin excepción de feriados. Se asumen gastos de 24 dólares por pareja. Costeado al mes que realicen su viaje 10 parejas serían 240 dólares anuales.

- **Estrategia de Plan de medios**

Esta estrategia va a dirigirse a nuestra futura demanda con la realización de propagandas en radio, material POP, Revistas, Internet, entre otros. Los cuales van a ser detallados con sus respectivos precios a continuación. Cabe recalcar que con la mayoría de estos medios de comunicación los costos serán cancelados en canjes, gracias a la fortaleza de imagen del Grupo Monte Selva, cuya presencia en los medios atrae el pautaaje de otros negocios similares, lo cual saben perfectamente los propietarios de medios y aceptan en forma frecuente los canjes con Monte Selva.

Medio Primario

Cuadro # 29

Periódico Virtual <u>Trafficnews</u>	Precio Unitario	Precio Total
Producción del blog	200	200
Todo el tiempo, se va a seguir modificando depende nuestras ofertas.	0	0
TOTAL MEDIOS SECUNDARIOS:	200	

Medio Secundario

Cuadro # 30

Radio Local (FUEGO) Quito	Precio Unitario	Precio Total
Producción del spot, cuña 1	30	30
1 mes de publicidad/5 emisiones diarias de lunes a domingo/por 6 meses	66.65	399.9
Radio (SUCRE) Guayaquil	Precio Unitario	Precio Total
Producción del spot, cuña 1	45	50
10 menciones mensuales	120	720

Prensa Escrita

Cuadro # 31

La Familia	Precio Unitario	Precio Total
5 anuncios ordinario módulo 1	70	350
5 x 5	70	350

Se van a realizar canjes, por el valor total en las instalaciones del Grupo Turístico

Monte Selva

Cuadro # 32

Revista Pacificard	Precio Unitario	Precio Total
3 banner 3/8 pag 7 x 10cm.	480	1920
Material P.O.P.	Precio Unitario	Precio Total
6000 trípticos (papel couche 200gr.) 25 x 10.	0.12	720
2000 volantes (papel couche 200gr.) 12 x 9.	0.10	200

TOTAL MEDIOS SECUNDARIOS:

3589.9

Medios Auxiliares

Cuadro # 33

Gigantografías	Precio Unitario	Precio Total
3 Gigantografías	270	810
Ferias Turísticas	Precio Unitario	Precio Total
Construcción del Stand, Paneles, Counters, Soportes Publicitarios	1480	1480

TOTAL MEDIOS AUXILIARES: 2290

Total Presupuesto de Estrategia de Plan de Medios

Cuadro # 34

MEDIO	COSTO TOTAL
Medios Primarios	200.0
Medios Secundarios	3589.9
Medios Auxiliares	2290.0
TOTAL PRESUPUESTO	6079.9

Cuadro # 35 Total Estrategia de Promoción y Publicidad

Detalle	Valor Unitario	Valor Total Anual
Estrategias de Promoción y Publicidad	722,00	8663,90

3.6 Presupuesto Total de Estudio de Marketing

Cuadro # 36

Detalle	Valor Unitario	Valor Total Anual
Estrategias de Producto	412,67	4952,00
Estrategias de Plaza	58,33	700,00
Estrategias de Precio	82,37	988,40
Estrategias de Promoción y Publicidad	722,00	8663,90
Total Presupuesto	1275,36	15304,30

CAPÍTULO IV

CAPÍTULO IV

4.- ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL

4.1 Introducción

Es quizá en el turismo donde mejor se refleja la naturaleza humana, su adicción al cambio, su afán de descubrir, su deseo por viajar, su necesidad de probar lo nuevo, lo extraño, lo exótico; es por ello que la actividad turística se reinventa cada día, cambia, muta, se reempaqueta, para estar a la par de esta voraz ansia de experiencia nuevas que exigen los turistas que se movilizan por todos los rincones del mundo.

Evidentemente los hacedores de leyes no pueden seguir el frenético ritmo del quehacer turístico, pero en los países desarrollados esta legalización le pisa los pasos a las actividades turísticas, regulando su accionar para proteger al turista, pero también a la flora, la fauna y las culturas autóctonas.

En Ecuador las leyes de turismo caminan en medio de un letargo que arrastra problemas desde hace varias décadas. Las leyes ecuatorianas no contemplan una regularización del turismo que esté acorde a los tiempos modernos y su vertiginoso cambio diario.

Ello implica que la estructura organizacional, debe ser lo más flexible posible y estar apta para cambios drásticos que se pueden dar de un día para otro, según el humor del ministro de turno. El andamiaje empresarial, debe constituirse en un resorte que se active a favor de la empresa ante un cambio inesperado, caso contrario, de no tener un esquema de gestión administrativa apto para asimilar los cambios que impone cada gobierno, la empresa está destinada a fracasar y morir.

4.2 Concepto

Gestión y administración de la Empresa Turística.- Para gestionar una empresa con éxito es imprescindible conocer la misión de la empresa, siendo fundamental que esos valores y objetivos que se transmiten, sean asumidos por todos los miembros de la organización. La primera obligación y la responsabilidad constante de la dirección de una empresa, es tratar de conseguir los mejores resultados económicos posibles con los recursos que tiene a su disposición.

Las acciones que debe desarrollar la gestión de una empresa y sus directivos son numerosas, pero se pueden integrar en cinco funciones que se desarrollan en forma simultánea en los diferentes ámbitos: económico-financiero, logístico, comercial, operativo y humano, tomando en cuenta las siguientes tareas básicas en la gestión, planificación, organización y control a lo largo de todo el proceso, que una vez terminado, vuelve a empezar para de forma sistemática, buscando siempre optimizar los recursos acortando los procesos.

Gestión de los Recursos Humanos.- Se refiere a una actividad que depende menos de las jerarquías, órdenes y mandatos, y señala la importancia de una participación proactiva de todos los trabajadores de la empresa. El objetivo es fomentar una relación de cooperación entre los directivos y los trabajadores para evitar los frecuentes enfrentamientos derivados de una relación jerárquica tradicional. Una organización hotelera moderna como la del Grupo Monte Selva, no puede basarse en los tradicionales conceptos administrativos, sino que su organización y sus elementos, están cambiando y adaptándose acorde a la temporada, al evento, a la nacionalidad del grupo de turistas.

43.3 Objetivo

- Apoyar la gestión administrativa en el servicio de alojamiento alternativo destacando la gestión de un Recurso Humano capacitado, motivado y adaptable a cambios frecuentes e inesperados.

4.4 Proceso Administrativo

La Dirección de las Relaciones Humanas colabora para el desarrollo de la organización, efectúa análisis de las ocupaciones redefiniendo sus competencias actuales, es así que se plantea realizar un Plan Estratégico de Relaciones Humanas, seleccionando, capacitando, y contratando personas más adecuadas para el desarrollo de cada actividad.

Debido a su carencia de Gestión Administrativa en este sector, se tratará de dar oportunidad a las personas de la comunidad, dotándoles de empleos, capacitándoles en cada área para su mejor desenvolvimiento personal y así brindar una mejor atención a los visitantes de un día y a su vez la satisfacción de los turistas que pernoctan en nuestras instalaciones.

La motivación representa la clave de la Gestión de los Recursos Humanos y sus estímulos son muy importantes, a través de una estructura salarial equitativa que será planteada por el Departamento de Dirección. Un sistema de recompensas económicas en función de metas alcanzadas será un gran motivador. Otro de los factores a tomarse en cuenta será las evaluaciones de desempeño, de manera que exista una verdadera calidad de vida laboral, cauces para la participación activa y reconocimientos generosos en todos sus aspectos.

En la Gestión de Recursos Humanos no se puede olvidar la necesidad de generar acciones que permitan mayor desarrollo del personal residente y de sus familias, las cuales están involucradas en varios proyectos productivos, que proveen a la Hostería y al Eco – Lodge de productos agrícolas artesanalizados, como frutas deshidratadas, mermeladas, yogures, hasta jabones con olores de plantas de la zona. El mejoramiento de la formación y capacitación profesional, ira de la mano de una comunicación abierta y expandida en todos los sentidos con la finalidad de mantener un clima laboral positivo y productivo.

La labor de la Gestión Administrativa es amplia en todos los sentidos, no sólo se trata de mejorar la capacitación y seleccionar personal; se trata de cumplir con el objetivo planteado como que es influir en las actitudes de cambio dentro del Ecoparque Monte Selva y su nuevo servicio. El personal que labore deberá asumir y aceptar con responsabilidad los cargos a desempeñar para el bienestar propio y el de los demás.

Para determinar con claridad cuáles deben ser las labores y metas en las que deben comprometer sus esfuerzos todo el equipo humano contratado, deben tener claro la misión, visión y objetivos del Ecoparque.

4.5 Descripción del Modelo de Recursos Humanos

Los valores evolucionan rápidamente y los recursos se vuelven escasos, conllevando a que cada vez sea más necesario comprender aquello que influye sobre el rendimiento de los individuos en el trabajo, sobre su productividad, eficiencia, eficacia, comportamiento y creatividad, de cuáles deben ser los conocimientos que deben saberse manejar en pro de lograr resultados positivos. En el Grupo Monte Selva, se busca un rendimiento basado en la Escuela de las Relaciones Humanas, es decir, el bienestar del empleado y de su familia es el principal factor de estimulación.

4.6.- Visión del Ecoparque Monte Selva

Generar conocimiento amazónico en las áreas de: administración turística y hotelería alternativa, manejo de vida silvestre, terapias - spa, adrenalina, reproducción de flora, uso de arcillas, uso de bambú, todo lo vinculado a las culturas amazónicas, conocimiento que será escrito e impreso para que todos quienes vengan, sepan cómo se hacen las cosas aquí y las mejoren, para que este maravilloso lugar de la Amazonía, cuando nos marchemos, quede mejor de cómo lo encontramos.

4.7.-Misión de Ecoparque Monte Selva

Preservar la biodiversidad y cultura para permitir un encuentro entre el turista de la ciudad y la flora, fauna y medicina amazónicas en condiciones de seguridad, amabilidad y excelente servicio, de tal forma que se genere en el visitante sentimientos de protección y compromiso con la Amazonia.

4.8.- Objetivos Ecoparque Monte Selva

1. Motivar en la infancia y juventud un compromiso de protección con la naturaleza amazónica
2. Generar una excelente calidad de vida de las especies silvestres a nuestro cargo y calidad en el servicio a los visitantes
3. Ser un complemento educativo a los educandos ecuatorianos. Capacitar y educar a través de pasantías y/o voluntariados
4. Ser un ejemplo de compañerismo, solidaridad y aprendizaje continuo tanto en biodiversidad como en trato al turista.

5. Construir siempre nuevas actividades vinculadas a la naturaleza, la adrenalina y las terapias.
6. Constituirnos en la mejor escuela de HOTELERÍA ALTERNATIVA O DE AVENTURA, dinámicas (juegos) y técnicas de Guía amazónica.
7. Convertirnos en un CENTRO TERAPEUTICO AMAZONICO.
8. Repoblar especies en peligro de extinción y readaptándolas a su hábitat original sin usar jaulas

4.9 Valores del Ecoparque Monte Selva

✓ **Servicio**

Refleja el amor, la vocación y la satisfacción propia por la asistencia a los demás. Es el afecto, la cordialidad, el respeto y la amabilidad en el trato con nuestros clientes, viajeros, socios comerciales y compañeros.

✓ **Integridad**

Somos colaboradores confiables, honestos y leales con nuestros clientes y nuestra organización, y con alto sentido de la responsabilidad, en todos nuestros actos.

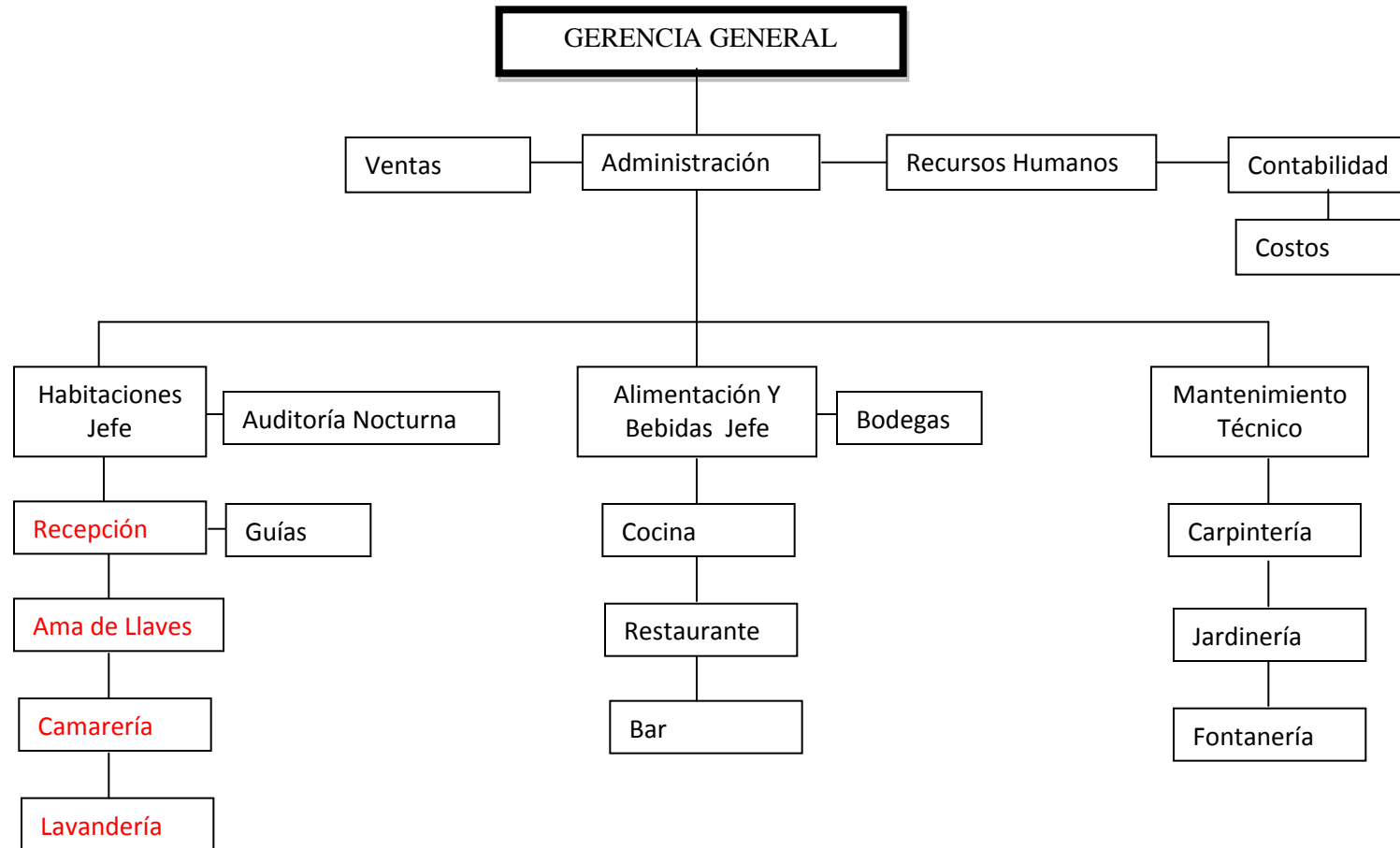
✓ **Compromiso**

Exigencia asumida por voluntad propia, empleando nuestras mejores capacidades para el cumplimiento de lo encomendado y el logro de los objetivos de nuestra organización.

4.10 Organigrama

Organigrama de ECOPARQUE MONTE SELVA

Fuente: Prof. Fabián Narváez



Puestos a agregarse de color rojo

4.11 Análisis de Puestos

Se denomina Análisis de Puestos al procedimiento a través del cual se determinan los deberes y naturaleza de las posiciones y los tipos de personas (en términos de capacidad y experiencia), que deben ser contratadas para ocuparlas. Proporciona datos sobre los requerimientos del puesto que más tarde se utilizan para desarrollar las descripciones de las funciones del puesto (lo que implica el puesto) y las especificaciones del puesto (el tipo de persona que se debe contratar para cubrirlo).

El análisis de puestos nos permite optimizar el recurso humano, ubicando a cada persona en lugar que le corresponda, de acuerdo a su capacitación y profesionalismo dentro de la estructura organizacional.

MANUAL DE FUNCIONES DEL DEPARTAMENTO DE PISOS

RECEPCIONISTA.- Está encargado de la atención directa con el cliente, además debe realizar las reservas y la entrega de información para los deferentes paquetes turísticos a promocionarse al departamento de ventas. Se necesitarán de una persona para realizar esta actividad.

Características:

- Atención directa al cliente
- Reservas de Cabañas
- Entrega de información del establecimiento

Requisitos:

- Bachiller, preferible graduado en colegio con especialidad de turismo
- Experiencia en atención al cliente
- Conocimiento del idioma inglés
- Saber ocupar Computadora e internet

CAMARERÍA.- Está encargado de la limpieza de las cabañas, colocación del menaje, y de suministros a cada habitación. Se necesitarán de dos personas para realizar esta actividad.

Características:

- Limpieza de Cabañas y Área Social
- Responsable de la presentación y estética del entorno

Requisitos:

- Bachiller, preferible graduado en colegio con especialidad de turismo
- Experiencia en atención al cliente

LAVANDERÍA.- Se encarga del lavado y secado del menaje, como también dará un servicio de lavado de ropa a los clientes. Se necesitará de un persona para esta actividad.

Características

- No se requiere de estudios específicos.
- Preferible señora que haya brindado el servicio de lavado en domicilios

Requisitos:

- Bachiller, preferible graduado en colegio con especialidad de turismo
- Experiencia en atención al cliente

4.12 Esquema Jurídico – Legal

Los requisitos necesarios para la creación de un Eco – Lodge dentro del Ecoparque Monte Selva son la obtención de:

- Registro del en el Ministerio de Turismo
- Afiliación a la Cámara Provincial de Turismo (opcional)
- Licencia Anual de Funcionamiento en el Municipio
- Permiso Sanitario en el Ministerio respectivo
- Patente Municipal
- Pago en el Municipio por uso de suelo

Los requisitos para la obtención de estas obligaciones son:

- Copia certificada de la Escritura de Constitución, aumento de capital o reforma de Estatutos.
- Nombramiento del Representante Legal, debidamente inscrito en la Oficina del Registro Mercantil.
- Copia del R.U.C.
- Copia de la cédula de identidad.
- Copia de la papeleta de votación
- Copia del Contrato de compra-venta del establecimiento, en caso de cambio de propietario, con la autorización de utilizar el nombre comercial.
- Certificado de búsqueda de nombre comercial, emitido por el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual IEPPI.
- Copia del título de propiedad (escrituras de propiedad) o contrato de arrendamiento del local, debidamente legalizado.
- Lista de Precios de los servicios ofertados (original y copia)

- Declaración Juramentada de activos fijos para cancelación del uno por mil.
- Patente Municipal
- Tasa de Turismo
- Permiso de Bomberos.
- Copia del comprobante de pago de la tasa de turismo y patente municipal,
- Formulario de Solicitud de Autorización de Funcionamiento firmado por el representante legal
- Permiso de Uso de Suelo
- Certificado de uso de suelo
- Categorización (para locales nuevos) otorgado por el área de Control Sanitario
- Comprobante de pago de patente del año.
- Permiso sanitario de funcionamiento del año anterior (original).
- Certificado (s) de salud.
- Informe del control sanitario sobre cumplimiento de requisitos para la actividad.
- Copia de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación actualizada.
- Copia de la carta del Impuesto Predial del local donde funciona el negocio (la carta puede ser de cualquier año)
- Formulario de declaración del Impuesto de Patentes, original y copia.
- Registro único de Contribuyentes (RUC) original y copia, otorgado por el SRI.
- Copia de la carta de pago del Impuesto Predial del año en curso

Marco Legal

Dentro del Reglamento del Ecoturismo y Sostenibilidad, dentro del Capítulo de Hosterías, Refugios, Moteles y Cabañas, los artículos 26,27,28 y 29 donde consta los conceptos de Cabañas y los servicios que deben tener por estrella.

REGLAMENTO DEL ECOTURISMO Y SOSTENIBILIDAD

HOSTERÍA, REFUGIOS, MOTELES Y CABAÑAS

Art. 26.- Cabañas.- Son cabañas los establecimientos hoteleros situados fuera de los núcleos urbanos, preferentemente en centros vacacionales, en los que mediante precio, se preste servicios de alojamiento y alimentación al público en general, en edificaciones individuales que por su construcción y elementos decorativos están acordes con la zona de su ubicación y cuya capacidad no sea menor de seis cabañas.

Art. 27.- Hostería, refugios, moteles y cabañas de tres estrellas.- Las hosterías, refugios, moteles y cabañas de tres estrellas, deberán contar con los siguientes servicios:

- a) De recepción las veinticuatro horas del día, atendido por personal capacitado que conocerá, además del español, el idioma inglés. Existirá un mozo de equipaje o mensajero que dependerá de la recepción;
- b) Central telefónica para llamadas locales e interprovinciales, en los lugares donde hubiere este servicio, y para comunicación con las habitaciones. Este servicio podrá estar atendido por el mismo personal de la recepción;
- c) En los refugios y moteles, servicio de cafetería las veinticuatro horas del día; y,
- d) Botiquín de primeros auxilios.

Art. 28.- Hosterías, refugios, moteles y cabañas de dos estrellas.- Las hosterías, refugios, moteles y cabañas de dos estrellas, deberán contar con los siguientes servicios:

- a) De recepción las veinticuatro horas del día atendido, por personal calificado. Existirá un mozo de equipaje o mensajero que dependerá de la recepción;

b) Central de teléfonos para llamadas locales e interprovinciales, en los lugares donde hubiere este servicio, y para comunicación con las habitaciones. Este servicio estará atendido por el personal de la recepción;

c) En los moteles, servicio de cafetería las veinticuatro horas del día; y,

d) Botiquín de primeros auxilios.

Art. 29.- Hosterías, refugios, moteles y cabañas de una estrella.- Las hosterías, refugios, moteles y cabañas de una estrella, deberán contar con los siguientes servicios:

a) De recepción, atendido las veinticuatro horas del día por personal capacitado. Existirá un mozo de equipajes y mensajero que dependerá de la recepción;

b) Teléfono público en la recepción;

c) En los moteles, servicio de cafetería las veinticuatro horas del día; y,

d) Botiquín de primeros auxilios.

CAPÍTULO V

CAPÍTULO V

5.- ESTUDIO TÉCNICO

5.1 Introducción

El crecimiento de la afluencia turística en la ciudad de Puyo es un fenómeno reciente, que empezó con la construcción en el año 2005 de la carretera Baños – Río Negro, lo que acortó el trayecto de Baños a Puyo de cuatro a dos horas, así como la terminación de siete túneles, que a más de acortar en trayecto de 55 a 45 kilómetros, eliminó el uso de tramos de carretera de extrema peligrosidad.

Esta nueva vía de comunicación y su cercanía con la ciudad de Baños, el principal destino turístico de Ecuador, hizo que gran parte del empresariado de esta ciudad, en especial los Touroperadores, ofertaron una serie de actividades a realizarse en el territorio de Pastaza, como visita a comunidades indígenas amazónica y rafting en el río Pastaza que termina en el pueblo de Madre Tierra.

Otro fenómeno que influyó de manera determinante, fue la evacuación de la ciudad de Baños en el año 2006, que motivó a varias familias a trasladarse a vivir en la ciudad de Puyo y empezar a brindar servicios turísticos, influyendo enormemente en la población local y orientándola a la prestación de nuevos servicios turísticos..

Así, la ciudad de Puyo que había permanecido aislada por los últimos sesenta años y sin influencia del resto de ecuatorianos, despertó en cuestión de muy pocos años a la actividad turística, gracias a la nueva vía, al ingreso de las Operadoras turísticas y a nuevos habitantes procedentes de la ciudad de Baños, lo que sumado a que el destino “Amazonía” es un producto conocido y ya vendido mundialmente, facilitó el apareamiento de un flujo turístico casi instantáneo, que sorprendió a sus habitantes así como a sus dirigentes políticos, muchos de los cuales no supieron asumir un rol

adecuado y convirtieron a los gobiernos seccionales en competidores de la empresa privada.

Sin embargo, el atractivo por la Amazonía es demasiado poderoso, tanto para el mercado nacional como para el internacional.

5.2 Objetivos

- Probar la viabilidad técnica del proyecto aportando información que facilite su evaluación técnica y económica, proporcionando fundamentos técnicos sobre los cuales se diseñará y efectuará el proyecto.

- Cuantificar y cualificar los precios de los servicios a prestar de acuerdo a los procesos establecidos.

5.3 Justificación

El Ecuador cuenta con un maravilloso escenario natural en donde habitan gente de diversas culturas, cada una identificada por singulares atractivos en lo que a vivienda, alimentación y vestimenta se refiere. De allí se partirá para lograr una identidad propia en la realización y construcción del presente proyecto. Un estudio técnico de los elementos con diseño arquitectónico, determinación de objetos decorativos, insumos, deben ser íntimamente combinados con las costumbres de los pueblos indígenas que habitan la zona alrededor de la ubicación del Ecoparque Monte Selva.

Sin embargo, el mercado proveedor no cuenta con artículos que siendo elaborados en el país mantengan niveles de calidad competitivos y de larga duración, de ahí que el

presente estudio contiene un análisis del mercado y los precios de adquisición en cada uno de los elementos a utilizar.

El diseño arquitectónico es una amalgama de un estilo étnico amazónico y la modernidad del mundo actual, ha sido importante la participación de profesionales en la rama para captar información y lograr una fusión arquitectónica elegante y típica a la vez, que preserve el ambiente, enriquezca el entorno paisajístico, no se preste para vivero de bichos y no dependa de la depredación o tala.

La repartición de áreas, espacios, y sus usos son debidamente estudiados tanto en cuanto el aprovechamiento de sus áreas exteriores beneficien la acomodación interna y la influencia visual externa. La identificación de cada una de las nacionalidades indígenas amazónicas en el tema vivienda y convivencia apoya la realización de este proyecto. Se va a conservar el estilo arquitectónico de las construcciones que existen en el Ecoparque Monte Selva.

DISEÑO

Los materiales a utilizarse serán los del sector. Primeramente la infraestructura se construirá de cemento y los demás diseños internos y externos serán de madera, vegetación, material sintético, entre otros; para el debido confort y relax de los futuros clientes.

Si bien se mantendrá la armonía con el entorno paisajístico, se evitará el uso de materiales autóctonos que impliquen su uso recurrente debido a su poca durabilidad, privilegiando el uso de materiales industriales de larga duración, como el cemento, vidrio o hierro. No se desea construir un destino ecológico que recurra a la deforestación para mantener una apariencia de naturaleza.

Se construirá siete cabañas entre familiares y triples con una capacidad instalada de 46 plazas; en cada cabaña se representará a las siete culturas indígenas de la provincia. Dichas habitaciones no cuentan con televisión ni radio puesto que este Eco – Lodge será para la relajación total, la liberación de las presiones de las ciudades de nuestros clientes y sobretodo la convivencia con la naturaleza a su máximo esplendor.

USO TURÍSTICO DEL PROYECTO

Las actividades que se van a realizar en el Ecoparque Monte Selva ya están creadas por lo que el Eco-Lodge es un servicio adicional que se va a incrementar para la satisfacción de los turistas. Se posee dentro de las instalaciones:

- Juegos internos en la piscina principal
- SPA Shamánico, con casa de vapor, tinas de barro, hidromasajes
- Servicios de alimentación tipo buffet tanto de restaurant como de heladería
- 2 senderos ecológicos de duración de 45 min y de 3 horas respectivamente
- Sendero aéreo de adrenalina
- Canopy
- Avistamiento de animales amazónicos, como mamíferos, aves y reptiles
- Visita a la Ruta de las Cascadas
- Rafting
- Kayak
- Jumping
- Visita al Pailón del Diablo con alimentación incluida

5.4 Localización del Proyecto

5.4.1 Macrolocalización

Ecuador está situado en la zona ecuatorial, en la zona tropical del globo terrestre, en la definición de su clima intervienen ciertas influencias como la cordillera de los Andes que atraviesa de norte a sur el país así como la influencia de las corrientes fría de Humboldt en verano y a la cálida de El Niño en invierno.

La región del Oriente o Amazónica es más cálida y húmeda que la Costa, con una temperatura que alcanza fácilmente los 37,8 °C

Cuenta con envidiables recursos naturales sus bosques tropicales, andinos, húmedos tropicales, nublados y otros, constituyen el recurso más importante del país, ya que cubren un 38% de su territorio, el suelo, el agua, la biodiversidad, así como el, petróleo, oro, plata, cobre, hierro, plomo, zinc, sal y azufre.

La Amazonía Ecuatoriana tiene una división muy específica. La Amazonía “alta” caracterizada por su cercanía a la cordillera andina que influye en su excelente paisaje, un clima templado de 24 °C en promedio, poco apto para la excesiva reproducción de insectos,; y la Amazonía “baja” de temperaturas de 28 °C en promedio, caracterizada por calores sofocantes y abundancia de insectos que tornan molesta la estadía de los turistas.

ZONA TURÍSTICA DEL SECTOR



5.4.2 Microlocalización

El cantón Pastaza con su capital Puyo situada a 950 metros sobre el nivel del mar, con su mejor atractivo la Ruta de las Cascadas, donde se sitúa el Ecoparque Monte Selva a un kilómetro y medio de la vía Puyo – Baños en la carretera de primer orden. El estar junto a la cordillera andina provee de permanentes corrientes frías que mezclado con el calor típico de la zona, dan un clima templado que es fácil de sentir bajo sombra. La cordillera y la permanente movilización de las especies, ha creado muchas variedades de las familias tanto animales como vegetales, convirtiendo a esta zona en una de las de mayor biodiversidad del planeta.

La cordillera andina frena a las grandes nubosidades que vienen desde Brasil, provocando mucha lluvia que torna más exuberante la zona. La lluvia es tibia y no es un impedimento para realizar labores dentro del bosque “lluvioso”.



5.5 Tamaño del Proyecto

Dentro de las 21 hectáreas del EcoParque, se cuenta con una superficie de una hectárea para la construcción del Eco – Lodge. El proyecto es diseñado para un segmento medio alto – alto, cuyo consumidor valore la ecología y biodiversidad como principal elemento que complemente su necesidad de salud, bienestar, conocimiento y diversión, razón por la cual se diseña un producto que combina la ecología, la comodidad y la salud; el mismo que se detalla a continuación:

Se construirá siete cabañas, todas diseñadas con elementos representativos indígenas combinando con el minimalismo, prevaleciendo un estilo contemporáneo de amplios espacios, donde la naturaleza rodea la habitación internándose sutilmente con ligeros detalles naturales; todas ellas cumplen con los estándares que la hotelería internacional recomienda dentro de productos de lujo.

Los interiores serán en colores claros que brinden la sensación de seguridad al visitante y donde no haya sitios oscuros que donde puedan esconderse insectos. La exuberancia vegetal de la zona se trasladará al interior de las habitaciones a través de cuadros pintados por artistas locales, afiches y fotografías.

El abundante uso de vidrio permitirá disfrutar el intenso paisajismo sin las molestias del mismo, en especial las lluvias tormentosas abundantes en rayos que en las noches iluminan el perfil de la selva.

Bodegas de almacenaje para insumos, lavanderías y áreas de reciclaje.

Se destinará un área cercanas a la cabañas para sembríos de productos típicos de la zona como yuca, papa china, café cacao, plátano, que servirán como una atractivo para los turistas a la vez que se incluirán en la alimentación de los mismos, en recetas de elaboración propia que superen el rechazo que normalmente existe a estos productos por su pésima preparación y presentación. La gastronomía amazónica será una carta de presentación del Eco – Lodge.

5.6 Distribución de Áreas del Eco-Lodge

Área a Utilizar

Se ocupará un espacio de terreno de 1156 metros cuadrados con espacios verdes, ambiente al natural propio de la zona, amplia variedades de especies flora y fauna, espacios de construcción de cabañas, área social y áreas de lavandería y bodega.

Cuadro # 37

Detalle	Unidad
Terreno a Utilizar	1156 m ²

Área social:

Área de pisos: 8 metros a la redonda, es decir 64 metros cuadrados, ubicado en el centro de las 7 cabañas y zonas de acceso.

Cuadro # 38

Detalle	Unidad
Área de Construcción	
Área social	64 m2

Áreas de Cabañas:

Se repartirá 36 metros cuadrados de construcción por cabaña, alrededor del área social.

Cuadro # 39

Detalle	Unidad	Total
Área de Construcción		
Área de Cabañas	36 m2	252 m2

Área de Blancas:

Área de lavandería y bodegas: 40 metros cuadrados de construcción, en el mismo que estarán los lavadores, secadores, planchador, almacenamiento de menaje limpio, y un espacio de 2 metros cuadrados para el servicio higiénico de los trabajadores.

Cuadro # 40

Detalle	Unidad
Área de Construcción	
Área de Blancas	40 m2

Área de construcción:

Se repartirá un área de construcción de 356 metros cuadrados distribuidos en todo el espacio que se va a destinar las diferentes áreas del Eco – Lodge.

Cuadro # 41

Detalle	Unidad
Área de Construcción Área social	64 m2
Área de Construcción Área de Cabañas	252 m2
Área de Construcción Área de Blancas	40 m2
Área Total de Construcción	356 m2

Equipamiento de Lavandería y Bodegas

El servicio de mantenimiento y reparaciones es indispensable en el cuidado de los equipos, instalaciones y demás servicios que requieren para un buen funcionamiento, ya que de acuerdo a lo proyectado se desea obtener una demanda de 46 personas diarias siendo el 100% de capacidad instalada y se debe tener todo en orden. Por otro lado en el departamento de lavandería se necesita la infraestructura indispensable para su correcto funcionamiento.

Al momento de referirse a los riesgos involucrados en la operación, se refiere a todas las posibilidades de accidentes o problemas que puedan existir en las cabañas, es por lo que se deben tomar las medidas necesarias para prevenir dichos riesgos.

5.7 Equipamiento del Eco - Lodge

5.7.1 Recursos Materiales de Construcción

Alquiler de Maquinaria Pesada con Oruga.-

Por alquilar maquinaria pesada con oruga con un total de tiempo de ocupación de 8 horas para aplanar el suelo.

Volqueta de material de afirmado de tierra.-

Por alquiler de volqueta con material para afirmar la tierra, el material a traer son piedras, cada volqueta contiene seis metros cúbicos, se necesitan 52 volquetas en total.

Plataforma Elevada de hormigón armado.-

Se ocuparán:

- 44 qq de cemento a 6.35 dólares cada quintal con un valor de 279.4
- 288 ladrillos de 15 centímetros a 30 centavos cada uno con un valor de 86.40 dólares.
- Una volqueta de Ripio a 60 dólares
- Una volqueta de arena a 60 dólares
- Dos semanas de tres obreros por un valor de 414.20 dólares.
- 6 qq de Hierro a 46.6 dólares cada uno, con un valor total de 280 dólares

El costo por metro cuadrado de construcción es de 33.02 dólares.

Plataforma Baja de hormigón armado 64m²

- 64 qq de cemento a 6.35 dólares cada quintal con un valor total de 406.4
- 512 ladrillos de 15 centímetros por 0.30 centavos cada uno son 153.6 dólares
- Dos volquetas de ripio a 60 dólares
- Dos volquetas de arena a 60 dólares
- Dos semanas de cinco obreros por un valor de 730 dólares.
- 8 qq de Hierro a 46.6 dólares cada uno, con un valor total de 372.8

El costo por metro cuadrado de construcción es de 31.38 dólares.

Estructura de cabañas.-

- Vigas en madera tratada de Aguano, con paredes decoradas en madera de balsa por dentro y caña guadúa por fuera con un valor de 37 dólares por metro cuadrado con un total de 1332 dólares
- Cubierta con dura techo tipo teja por un valor de 920 dólares,
- Veinte puertas en total, dos puertas de madera una frontal y otra del baño con un valor de 149 dólares cada una, 298 dólares en total pulidas y colocadas.
- Mamparas de vidrio con marcos de aluminio bronce 570 dólares total. 36 metros de piso porcelanato a 20 dólares colocado, con un valor total de 720 dólares.
- Baterías Sanitarias a 240 dólares por cabaña con total de 1680 dólares, grifería Fv con mezcladoras 198 dólares valor unitario, con un total de 1386.
- 12 metros de baldosa de baño para pared a 15 dólares colocado con un total de 105 dólares por cabaña.
- Instalaciones eléctricas y sanitarias (agua potable, electricidad y canalización) por un costo de 456 dólares por cabaña con un total de 4560 dólares.

- Cortinas de tela a un costo de 365 dólares por cabaña, con un precio total de 2555 dólares

Con un costo total de construcción de la estructura por cabaña de 11876 dólares

Estructura de Área Social.-

- Estructura en madera tratada de Aguano, con un valor de 970 dólares.
- Cubierta con dura techo tipo teja por un valor de 2100 dólares
- 64 metros de porcelanato colocado a 20 dólares el metro cuadrado son 1280 dólares.
- Instalaciones eléctricas y por un costo de 190 dólares.

Con un costo total de construcción de la estructura de 4540 dólares

5.7.1.1 Cálculo de Recursos Materiales de Construcción

Cuadro # 42

Descripción	Cantidad
Alquiler de Maquinaria Pesada con Horuga	8
Volqueta de material de afirmado de tierra	52
Plataforma Elevada de hormigón armado 36m2	7
Plataforma Baja de hormigón armado 64m2	1
Estructuras de Cabañas	7
Estructuras de Área Social	1

5.7.2 Implementación de Muebles y Enseres

Menaje

Camas.-

Por adquirir diez camas matrimoniales de 2 ½ plazas. y catorce de 1 ½ plaza de madera diferentes de la amazonía ecuatoriana con diseños representativos de cada cultura indígena amazónica y con enchapes de aluminio. Cada una de estas camas tienen un costo de 380 dólares y 310 dólares respectivamente.

Colchones.-

Por adquirir diez colchones de 2 ½ plazas de 180 dólares cada una y catorce colchones de 1 ½ plaza de 147 dólares cada una igual, estos colchones de la marca Paraíso.

Juegos de Sábanas.-

Por adquirir treinta juegos de sábanas de 2 ½ plazas con costo unitario de 22.50 dólares y cuarenta y dos juegos de sábanas de 1 ½ plaza con un costo de 18.25 dólares por cada una, son sabanas de 138 hilos 80% algodón, con bordado color marrón con logo de Ecoparque Monte Selva, marca Pintex.

Duvets.-

Por adquirir treinta duvets de 2 ½ plazas con costo unitario de 24.50 dólares, y cuarenta y dos duvets de 1 ½ plaza a 22 dólares cada uno. De marca Magnotex, con plumón de 8 centímetros de espesor con bordes rectos, color blanco, antideslizante de 80% algodón.

Sobres de Duvets.-

Por adquirir treinta sobres de duvets de 2 ½ plazas con precio unitario de 15.80 dólares y cuarenta y dos sobres de duvets de 1 ½ plaza con precio unitario de 14.20 dólares. De marca Magnotex, de 300 hilos, color blanco, incluye logo de Ecoparque Monte Selva, con cruce de cierre tipo cojín.

Cobertores.-

Por adquirir treinta cobertores de 2 ½ plazas y cuarenta y dos cobertores de 1 ½ plaza con costos unitarios de 19 y 17 dólares respectivamente. Tejido típico amazónico con incrustaciones de madera de guadúa y tagua, colores varios, tintes naturales, a colocarse al pie de la cama. Se va a realizar de diferentes diseños que representen cada etnia de la provincia de Pastaza.

Almohadas.-

Por adquirir treinta y cuatro almohadas de plumón a un costo de 5.70 dólares cada una. Marca Pintex de 60 por 40 centímetros.

Mesas de noche.-

Por adquirir veinte y un mesas de noche a un costo unitario de 40 dólares. Mesa redonda de madera de chonta con incrustaciones de yute y semillas de tagua, vidrio central. De 40 centímetros de alto por 50 centímetros de ancho con cuatro patas rectas.

Butacas.-

Por adquirir veinte butacas a un precio de 75 dólares. Butacas de madera chonta con incrustaciones de aluminio, diseños tallados de escrituras e imágenes representativas de cada cultura indígena y cojines de tela de yute con estampados de tintes naturales con imágenes de cada etnia.

Mesas de Centro.-

Por adquirir diez mesas de centro a un precio de 45 dólares. Mesas de madera de chonta con incrustaciones de yute y semillas de tagua, vidrio central, de cuatro patas rectas. De 40 centímetros de alto por 50 centímetros de ancho.

Murales.-

Por adquirir cuarenta cuadros a un costo unitario de 15 dólares. Se colocarán cinco cuadros por habitación. Murales pintados en las paredes de cada cultura indígena. Cuadros de marco de madera de tagua, con imágenes e información de las étnicas amazónicas que corresponda a cada cabaña.

Lámparas de Noche.-

Por adquirir veinte y un lámparas de noche de mesa a 20 dólares cada una. Lámparas de madera con la pantalla color blanco y estampado una figura representativa de cada cultura, de 20 centímetros de alto.

Alfombras.-

Por adquirir veinte y cuatro alfombras de pie de cama a un costo unitario de 8 dólares. Alfombras de 40 por 70 centímetros, 50% sintético y 50% fibra natural, de colores marrón, naranja y verde.

Floreros.-

Por adquirir diez floreros de centro de mesa a 12 dólares cada uno. Florero de Madera de Balsa decorado con pintura de tinte natural típico con diseños amazónicos representativos de cada cultura, diseñados en la Casa de la Balsa, 25 centímetros de alto por 12 centímetros de diámetro.

Accesorios de Baño.-

Por adquirir diez accesorios de Baño, cada uno a 43 dólares. Accesorios Fv tipo madera, de diez piezas cada juego.

Alfombras de Baño.-

Por adquirir diez alfombras de Baño a un precio unitario de 7 dólares. Alfombras marca andino de 40 por 50 centímetros.

Floreros de Baño.-

Por adquirir diez floreros de Baño cada una a 5 dólares. Floreros de cristal tipo tubo de 18 centímetros de alto de vidrio opaco color amarillo.

Porta suministros de Baño.-

Por adquirir diez porta suministros de Baño a 7 dólares cada uno. Cestas de mimbre decorados con fibra natural color amarillo de 15 centímetros de diámetro.

Sujetadores de Cortinas de Baño.-

Por adquirir diez sujetadores de cortinas de Baño a 5 dólares cada una. Sujetadores P.V.C.

Cortinas de Baño.-

Por adquirir veinte cortinas de Baño, cada una a 9 dólares. Cortinas color blanco de marca gaviota.

Letreros de identificación por cabañas.-

Por adquirir siete letreros a 15 dólares cada uno. Y seis letreros con números 1 y 2 tres de cada número a 5 dólares. Letreros de madera de balsa, con fondos decorativos de animales silvestres y calados los nombres de las siete nacionalidades indígenas que habitan en la provincia Pastaza.

Lámparas de Techo.-

Por adquirir veinte y ocho lámparas colgantes cada una a 23 dólares. Lámparas tipo plafón de 30 centímetros de diámetro, de vidrio opaco.

Toallas de Baño.-

Por adquirir treinta y cuatro almohadas de plumón a un costo de 5.70 dólares cada una. Marca Pintex de 60 por 40 centímetros.

5.7.2.1 Calculo Total de Implementación de Muebles y Enseres

Cuadro # 43

Accesorios	Cantidad
Cama 2 ½	10
Cama 1 ½	14
Colchones 2 ½	10
Colchones 1 ½	14
Juego de Sabanas 2 ½	30
Juego de Sabanas 1 ½	42
Duvets 2 ½	30
Duvets 1 ½	42
Sobre de Duvets 2 ½	30
Sobre de Duvets 1 ½	42
Cobertores 2 ½	30
Cobertores 1 ½	14
Almohadas	34
Mesas de noche	21
Butacas	20
Mesas de centro	10
Murales	40
Lámparas de Noche	21
Alfombras	24
Floreros	10
Accesorios de Baño	10
Alfombras de Baño	10
Floreros de Baño	10
Porta suministros de Baño	10
Sujetadores de cortina de Baño	10
Cortinas de Baño	20
Letreros de Identificación	7
Letreros de Identificación números	6
Lámparas de Techo	28

5.7.3 Implementación de Maquinarias y Equipos

Lavadoras Semi Industrial.-

Por adquirir una Lavadora semi industrial con capacidad de 36 libras, marca LG con un costo de 630 dólares.

Secadoras Semi Industrial.-

Por adquirir una Secadora semi industrial con capacidad de 36 libras, marca LG con un costo de 740 dólares.

Planchas Semi Industrial.-

Por adquirir una plancha semi industrial, marca Indeco a un precio de 130 dólares.

Repisas.-

Por adquirir tres repisas de madera a 90 dólares cada repisa, se ubicarán dos en la lavandería y una en bodega para almacenamiento.

Mesa Planchador.-

Por adquirir una mesa planchador de madera a un costo de 120 dólares, de un metro cincuenta centímetros por un metro veinte centímetros.

5.7.3.1 Cálculo Total de Implementación de Maquinarias y Equipos

Cuadro # 44

Accesorios	Cantidad
Lavadora Semi Industrial	1
Secadora Semi Industrial	1
Plancha Semi Industrial	1
Repisas	3
Mesa Planchador	1

5.8 Planos Arquitectónicos

Ver en los planos arquitectónicos del Eco-Lodge que se presentan en anexos de cada una de las estructura que se van a construir dentro del terreno de la Hostería.

CAPÍTULO VI

CAPÍTULO VI

6.- ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

6.1 Introducción

Las entidades financieras públicas y privadas de Pastaza no cuentan con líneas de crédito para el turismo. El aislamiento de la provincia y su dependencia de la agricultura y ganadería, no ha permitido la promoción del turismo a través del financiamiento de este tipo de proyectos, recién en este año, el Banco Nacional de Fomento, abrió un segmento direccionado al turismo, lo que facilita en gran forma, la obtención de recurso financiero.

Esta línea de crédito está vinculada al Ministerio de Turismo el que se encarga de estudiar y avalar el proyecto, lo que facilita el acceso al dinero en condiciones de plazos cómodos y un interés razonable, que permite un endeudamiento sin altos costos financieros, lo que repercute en destinar mayor flujo financiero al costo operacional, garantizando así la calidad del servicio prestado y logrando más recursos para los gastos de promoción y publicidad, imprescindibles en un proyecto que arranca en una ciudad que no ha accedido al nicho de mercado medio – alto, debido a escasez de infraestructuras turísticas orientadas a ese segmento.

La gran extensión del Ecoparque y la existencia de grandes construcciones que implican la presencia de una fuerte inversión económica del sitio, lo que a su vez, incrementa la plusvalía de la propiedad, permiten presentar las garantías necesarias a las institución financiera que facilita el crédito, menor al valor total del Ecoparque.

6.2 Objetivo

- Demostrar la viabilidad económica financiera del proyecto mediante cifras se compara los gastos de inversión con las ganancias planificadas.
- Establecer el tipo de financiamiento que se va utilizar en función de la coyuntura política actual.
- Determinar la inversión indispensable para la complementación del proyecto.

6.3 Ingeniería Económica del Proyecto

Para el estudio económico se explica que los estados financieros fueron proyectados a 2 años ya que la construcción del Eco-Lodge tiene objetivos de permanencia en el tiempo, a una tasa de crecimiento del 5.8% debido a una tasa promedio que se obtuvo del porcentaje de ingresos de turistas al Ecoparque Monte Selva. Cabe recalcar que a la escasez de datos históricos más precisos del ingreso de turistas a las instalaciones, se tuvo que trabajar con informes que fueron proporcionados por el Grupo Turístico Monte Selva.

6.4 Inversión

La inversión es el acto mediante el cual se adquieren ciertos bienes con el ánimo de obtener unos ingresos o rentas a lo largo del tiempo. La inversión se refiere al empleo de un capital en algún tipo de actividad o negocio con el objetivo de incrementarlo.

Dicho de otra manera, consiste en renunciar a un consumo actual y cierto a cambio de obtener unos beneficios futuros y distribuidos en el tiempo.²

Las inversiones necesarias para llevarse a cabo la construcción del Eco - Lodge han sido desagregadas en inversiones fijas tangibles, intangibles y en capital de trabajo. La estimación de dichas inversiones han sido determinadas considerando el tamaño del proyecto; el sistema operativo de servicios que ésta ofrecerá, la localización que influye en el costo de las obras, equipamiento, terrenos, y otros activos que son imprescindibles para obtener el desarrollo del proyecto.

6.5 Formas de Financiamiento

El Ecoparque se compromete a realizar los trámites correspondientes para un crédito bancario en la entidad bancaria estatal, el Banco Nacional de Fomento en su línea de crédito turístico, a través de la aprobación previa del proyecto por parte del Ministerio de Turismo del Ecuador.

6.5.1 Fuentes de Financiamiento Internas

Como el proyecto de la creación de un Eco – Lodge dentro del Ecoparque Monte Selva, cuenta con un capital antiguo ya constituido por lo cual se puede generar un ingreso a favor para obtener el capital, aportará con **84.152,30** dólares; por lo que va a ser de menor cantidad la obtención del préstamo.

² Massé, Pierre (1963). *La elección de las inversiones*. Sagitario.

6.5.2 Fuentes de Financiamiento Externas

El préstamo que va a asumir va a ser de Mediano Plazo (a 10 años), que va por responsabilidad absoluta del Ecoparque Monte Selva en el Banco Nacional de Fomento.

El préstamo será de **86.450,29 dólares** a diez años plazo.

6.6 Total de Activos del Proyecto

6.6.1 Recursos Propios

Para la creación del Eco – Lodge ya se cuenta con el terreno, el capital social que contribuye a la inversión; además se cuenta con inversiones de los diferentes servicios turísticos que van conjuntamente con el proyecto como el área de restaurante, spa, senderos, piscina, bar y otras áreas de recreación.

Cuadro # 45

Descripción	Unidad de Medida	Cantidad	Valor Unitario	Valor total
TERRENO	m2	1156	672,05	8065,12
			Subtotal	8065,12
			Imprevisto 2%	161,30
			Total	8226,42

6.6.2 Activos Fijos Tangibles

Son aquellos recursos materiales palpables, que forman parte primordial del proyecto a construirse. Son los bienes del Eco-Lodge a construirse.

6.6.2.1 Implementación de Recursos Materiales de Construcción

Cuadro # 46

Detalles	Cantidad	Unidad	Valor Unitario	Valor Total
Alquiler de Maquinaria Pesada con Horuga	8	Horas	30	240
Volqueta de material de afirmado de tierra	52	Volqueta	40	2080
Plataforma Elevada de hormigón armado 36m2	7	Plataforma	1189	8323
Plataforma Baja de hormigón armado 64m2	1	Plataforma	2008,04	2008,04
Estructuras de Cabañas	7	Estructura	11876	83132
Estructuras de Área Social	1	Estructura	4540	4540
			Subtotal	100323,04
			Imprevisto 2%	2006,4608
			Total	102329,50

6.6.2.2 Implementación de Muebles y Enseres

Cuadro # 47

Accesorios	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Cama 2 ½	10	380,00	3800,00
Cama 1 ½	14	310,00	4340,00
Colchones 2 ½	10	180,00	1800,00
Colchones 1 ½	14	147,00	2058,00
Juego de Sabanas 2 ½	30	22,50	675,00
Juego de Sabanas 1 ½	42	18,25	766,50
Duvets 2 ½	30	24,50	735,00
Duvets 1 ½	42	22,00	924,00
Sobre de Duvets 2 ½	30	21,00	630,00
Sobre de Duvets 1 ½	42	19,00	798,00
Cobertores 2 ½	30	19,00	570,00
Cobertores 1 ½	14	17,00	238,00
Almohadas	34	5,70	193,80
Mesas de noche	21	40,00	840,00
Butacas	20	75,00	1500,00
Mesas de centro	10	45,00	450,00
Murales	40	15,00	600,00
Lámparas de Noche	21	20,00	420,00
Alfombras	24	8,00	192,00
Floreros	10	12,00	120,00
Accesorios de Baño	10	43,00	430,00
Alfombras de Baño	10	7,00	70,00

Floreros de Baño	10	5,00	50,00
Porta suministros de Baño	10	7,00	70,00
Sujetadores de cortina de Baño	10	5,00	50,00
Cortinas de Baño	20	9,00	180,00
Letreros de Identificacion	7	15,00	105,00
Letreros de Identificacion números	6	5,00	30,00
Lámparas de Techo	28	23,00	644,00
Subtotal			23279,30
Imprevisto 2%			465,59
Total			23744,89

6.6.2.3 Implementación de Maquinarias y Equipos

Cuadro # 48

Accesorios	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Lavadora Semi Industrial	1	630,00	630,00
Secadora Semi Industrial	1	740,00	740,00
Plancha Semi Industrial	1	130,00	130,00
Repisas	3	90,00	270,00
Mesa Planchador	1	120,00	120,00
Subtotal			1890,00
Imprevisto 2%			37,8
Total			1927,80

6.6.2.4 Resumen de Activos Fijos Tangibles

Cuadro # 49

DETALLE	TOTAL
Implementacion de muebles y enseres	23744,89
Implementación de Maquinarias y Equipos	1927,80
Materiales de Construcción	102329,50
TOTAL	128002,19

6.6.3 Activos Diferidos

Son todos los Gastos realizados con los cuales la empresa debe efectuarlos para empezar sus operaciones regulares. Los activos diferidos son los gastos realizados por la empresa, y que una vez pagados no son recuperables o reembolsables. Generalmente estos gastos se efectúan al construir la empresa y son de un valor considerable por lo cual la legislación permite amortizarlos hasta en 5 años, y está conformado de la siguiente manera:³

Cuadro # 50

Detalles	Valor Total Mensual	Valor Total Anual
Permiso de Funcionamiento	480	480,00
Subtotal		480,00
Imprevisto 2%		9,60
Total		489,60

6.6.4 Capital de Trabajo

Se considera en este proyecto los gastos operacionales que serán necesarios para su normal funcionamiento dentro de la actividad de la empresa, ya sean estos los gastos de ventas, gastos administrativos, mano de obra directa e indirecta, mantenimiento para los primeros tres meses de operación del Eco – Lodge.

³www.wikipedia.com

6.6.4.1 Mano de Obra Directa

Cuadro # 51 Anexo de Mano de Obra Directa

Remuneraciones	Cantidad	Sueldo Básico	Décimo Tercer	Décimo Cuarto	Fondo de Reserva	IESS Patronal	Sueldo Mensual	Sueldo Anual
Camarero	1	240	240	240	240	26,76	326,76	3921,12
Camarero	1	240	240	240	240	26,76	326,76	3921,12
Lavandero	1	240	240	240	240	26,76	326,76	3921,12
Recepcionista	1	380	380	380	240	42,37	505,70	6068,44
TOTAL								17831,8

Cuadro # 52

Detalles	Cantidad	Unidad	Valor Unitario	Valor Total
Camarero	12	Sueldo	326,76	3921,12
Camarero	12	Sueldo	326,76	3921,12
Recepcionista	12	Sueldo	326,76	3921,12
Lavandería	12	Sueldo	505,70	6068,44
			Subtotal	17831,80
			Imprevisto 2%	356,636
			Total	18188,44

Nota: Solo se describe a los trabajadores a integrarse por la Creación del Eco-Lodge como lo señala el organigrama en el capítulo administrativo.

6.6.4.2 Mano de Obra Indirecta

Cuadro # 53

Detalles	Cantidad	Unidad	Valor Unitario	Valor Total
Técnico de Mantenimiento	1	Efectivo	200	2400
			Subtotal	2400,00
			Imprevisto 2%	48,0
			Total	2448,00

6.6.4.3 Mantenimiento y Reparación

Cuadro # 54

Detalles	Valor	%	Valor Unitario	Valor Total Mensual	Valor Total Anual
Maquinaria y Equipo	2000	0,05	100	8,33	100
Muebles y Enseres	1500	0,03	45	3,75	45
			Subtotal	12,08	145,00
			Imprevisto 2%		2,9
			Total	12,08	147,90

6.6.4.4 Insumos

Cuadro # 55 Anexo Insumos

Detalles	Cantidad	Unidad	Valor Unitario	Valor Mensual	Valor Total
Escobas	2	Unidad	2,5	2,5	30
Trapeadores	2	Varios	2,5	2,5	30
Desinfectantes	15	Unidad	2	2	24
Ambientales	15	Litros	2	2	24
Materiales Adicionales	8	Varios	2,25	2,25	27
			11,25	11,25	135

Cuadro # 56

Detalles	Cantidad	Unidad	Valor Unitario	Valor Unitario	Valor Total
Materiales de Limpieza	5	Varios	11,25	11,25	135
				Subtotal	135,00
				Imprevisto 2%	2,7
				Total	137,70

6.6.4.5 Gastos Pre – Operativos

6.6.4.5.1 Gastos Administrativos

Cuadro # 57

Anexo de Electricidad y Prorateo

Detalles	Unidad	Cantidad %	Valor Unitario	Valor Total Mensual	Valor Total Anual
Spa	Kwh	3%	66	5,94	71,28
Vestidores/Piscina	Kwh	5%	110	9,9	118,8
Restaurant	Kwh	15%	330	29,7	356,4
Cocina	Kwh	45%	990	89,1	1069,2
Recepción	Kwh	8%	176	15,84	190,08
Bar	Kwh	6%	132	11,88	142,56
Bodega	Kwh	18%	396	35,64	427,68
		1	2200 Kwh	198	2376

0,09 centavos por Kwh hora

2200 kwh promedio mensual

Fuente: Archivos de Ecoparque Monte Selva

Cuadro # 58

Anexo Agua

Detalles	Unidad	Cantidad %	Valor Unitario	Valor Total Mensual	Valor Total Anual
Spa	m3	7%	21,21	7,00	83,99
Vestidores/Piscina	m3	78%	236,34	77,99	935,91
Restaurant	m3	3%	9,09	3,00	36,00
Cocina	m3	8%	24,24	8,00	95,99
Recepción	m3	1%	3,03	1,00	12,00
Bar	m3	2%	6,06	2,00	24,00
Bodega	m3	1%	3,03	1,00	12,00
		100%			

0,33 centavos por metro cúbico

303 m3 promedio mensual

Fuente: Archivos de Ecoparque Monte Selva

Cuadro # 59

Detalles	Unidad	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total Mensual	Valor Total Anual
Administrador	Trabajador	1	380,00	380,00	4560,00
Consumo Electricidad	Kwh	176	0,09	15,84	190,08
Consumo Telefónico	Minutos	100	0,44	44,00	528,00
Consumo Agua	m3	3,03	0,33	1,00	12,00
Útiles de Limpeza	Varios	5	0,85	4,25	51,00
Útiles de Oficina	Varios	10	4,75	47,50	570,00
Subtotal				492,59	5911,08
Imprevisto 2%					118,22
Total				492,59	6029,30

6.6.4.5.2 Gastos de Ventas

Cuadro # 60

Detalles	Unidad	Valor Total Mensual	Valor Total Anual
Total Presupuesto	Varios	1275,36	15304,30
Subtotal			15304,30
Imprevisto 2%			306,09
Total			15610,39

6.6.4.6 Seguro

Cuadro # 61

Detalles	Valor	%	Valor Unitario	Valor Total Mensual	Valor Total Anual
Maquinaria y Equipo	1927,8	0,22	4,23	0,35	4,23
Muebles y Enseres	19966,6	1,9	379,36	31,61	379,36
Construcción	92561,98	1,9	1758,68	146,55	1758,68
Subtotal				178,51	2142,27
Imprevisto 2%					42,8454
Total				178,51	2185,12

6.6.4.7 Resumen Capital de Trabajo

Cuadro # 62

Descripción	Valor Mensual	Valor Anual
Mano de Obra Directa	1515,70	18188,44
Mano de Obra Indirecta	204,00	2448,00
Mantenimiento y Reparación	12,33	147,90
Insumos	11,48	137,70
Seguro	182,09	2185,12
Gastos Administrativos	502,44	6029,30
Gastos de Promoción y Publicidad	1300,87	15610,39
TOTAL	3728,90	44746,84

6.7 Depreciaciones

6.7.1 Total Depreciaciones

Cuadro # 63

Concepto Depreciación	Inversión	Vida Útil	%	Valor Total Anual
Edificio	\$ 92.561,98	20	5%	\$ 4.628,10
Maquinaria y Equipo	\$ 1.927,80	10	10%	\$ 192,78
Muebles y Enseres	\$ 19.966,60	10	10%	\$ 1996,66
TOTAL	\$ 114.456,38			\$ 6.817,54

6.7.2 Depreciación Acumulada

Cuadro # 64

BIEN Maquinaria y Equipos
COSTO \$ 1.927,80
VIDA
ÚTIL 10

Periodo	Depreciación Anual	Depreciación Mensual	Valor Período	Depreciación Acumulada	Valor en Libros
0	0,00	0,00	0,00	0,00	1927,80
1	192,78	16,07	192,78	192,78	1735,02
2	192,78	16,07	192,78	385,56	1542,24
3	192,78	16,07	192,78	578,34	1349,46
4	192,78	16,07	192,78	771,12	1156,68
5	192,78	16,07	192,78	963,90	963,90
6	192,78	16,07	192,78	1156,68	771,12
7	192,78	16,07	192,78	1349,46	578,34
8	192,78	16,07	192,78	1542,24	385,56
9	192,78	16,07	192,78	1735,02	192,78
10	192,78	16,07	192,78	1927,80	0,00

Cuadro # 65

BIEN Edificio
COSTO \$ 92.561,98
VIDA
UTIL 20

Periodo	Depreciación Anual	Depreciación Mensual	Valor Período	Depreciación Acumulada	Valor en Libros
0	0,00	0,00	0,00	0,00	92561,98
1	4628,10	385,67	4628,10	4628,10	87933,88
2	4628,10	385,67	4628,10	9256,20	83305,78
3	4628,10	385,67	4628,10	13884,30	78677,68
4	4628,10	385,67	4628,10	18512,40	74049,58
5	4628,10	385,67	4628,10	23140,50	69421,49
6	4628,10	385,67	4628,10	27768,59	64793,39
7	4628,10	385,67	4628,10	32396,69	60165,29

8	4628,10	385,67	4628,10	37024,79	55537,19
9	4628,10	385,67	4628,10	41652,89	50909,09
10	4628,10	385,67	4628,10	46280,99	46280,99
11	4628,10	385,67	4628,10	50909,09	41652,89
12	4628,10	385,67	4628,10	55537,19	37024,79
13	4628,10	385,67	4628,10	60165,29	32396,69
14	4628,10	385,67	4628,10	64793,39	27768,59
15	4628,10	385,67	4628,10	69421,49	23140,50
16	4628,10	385,67	4628,10	74049,58	18512,40
17	4628,10	385,67	4628,10	78677,68	13884,30
18	4628,10	385,67	4628,10	83305,78	9256,20
19	4628,10	385,67	4628,10	87933,88	4628,10
20	4628,10	385,67	4628,10	92561,98	0,00

Cuadro # 66

BIEN Muebles y Enseres
COSTO \$ 19.966,60
VIDA UTIL 5

Periodo	Depreciación Anual	Depreciación Mensual	Valor Período	Depreciación Acumulada	Valor en libros
0	0,00	0,00	0,00	0,00	19966,60
1	3993,32	332,78	3993,32	3993,32	15973,28
2	3993,32	332,78	3993,32	7986,64	11979,96
3	3993,32	332,78	3993,32	11979,96	7986,64
4	3993,32	332,78	3993,32	15973,28	3993,32
5	3993,32	332,78	3993,32	19966,60	0,00

6.8 Cuadro de Fuentes

Cuadro # 67

Detalle	Valor	Recursos Propios		Financiamiento	
		%	Valor	%	Valor
Edificio	102329,50	20	20465,90	80	81863,60
Maquinaria y Equipos	1927,80			100	1927,80
Muebles y Enseres	23744,89	100	23744,89		
Terreno	8226,42	100	8226,42		
Activo Diferido	489,60			100	489,60
Capital de Trabajo	44746,84		44746,84		
TOTAL	181465,05	95,13%	97184,05	4,87%	84281,00

6.9 Amortizaciones

Cuadro # 68

PRÉSTAMO	84.281,00
TASA	12%
PLAZO	5 AÑOS
GRACIA	0 AÑOS
PAGOS	2 SEMESTRALES

PERIODO	CAPITAL	INTERESES	DIVIDENDO	SALDO
0				84.281,00
1	6.394,23	5.056,86	\$ 11.451,09	77.886,77
2	6.777,88	4.673,21	\$ 11.451,09	71.108,89
3	7.184,55	4.266,53	\$ 11.451,09	63.924,34
4	7.615,63	3.835,46	\$ 11.451,09	56.308,71
5	8.072,56	3.378,52	\$ 11.451,09	48.236,15
6	8.556,92	2.894,17	\$ 11.451,09	39.679,23
7	9.070,33	2.380,75	\$ 11.451,09	30.608,89
8	9.614,55	1.836,53	\$ 11.451,09	20.994,34
9	10.191,43	1.259,66	\$ 11.451,09	10.802,91
10	10.802,91	648,17	\$ 11.451,09	0,00

6.10 Evaluación del Proyecto

6.10.1 Costo del Proyecto

Cuadro # 69

Costos Fijos	Valor Anual
Mano de Obra Directa	18188,44
Mano de Obra Indirecta	2448,00
Seguros	2185,12
Gastos Administrativos	6029,30
Gastos Ventas	15610,39
TOTAL	44461,24

Cuadro # 70

Costo Variable	Valor Anual
Mantenimiento y Reparación	147,90
Insumos	137,70
TOTAL	285,60

6.10.1.1 Proyecciones:

Cuadro # 71

Proyecciones	% Inflación	Valor Anual				
		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Capital de Trabajo	3.46%	44746,84	46295,08	47896,89	49554,12	51268,69
Costos de Producción	3.46%	23107,15	23906,66	24733,83	25589,62	26475,02
Gastos Administrativos	3.46%	6029,30	6237,91	6453,75	6677,05	6908,07
Gastos Ventas	3.46%	15610,39	16150,51	16709,31	17287,46	17885,60
Costos Fijos	3.46%	44461,24	45999,60	47591,18	49237,84	50941,47
Costos Variables	3.46%	285,60	295,48	305,71	316,28	327,23

6.10.2 Precio

Para obtener un valor para el precio nos basamos en las encuestas tanto nacionales como extranjeras realizadas donde un 80 % está dispuesto a pagar entre 21 a 30 dólares y en segundo lugar con un 20 % que está dispuesto a pagar entre 31 a 40 dólares.

Según los datos obtenidos pudimos establecer que un 79% de las personas encuestadas están dispuestos a cancelar como promedio 25 dólares.

6.10.2.1 Ingresos Estimados por Ventas en Dólares

Cuadro # 72

		Cabañas Instaladas	Capacidad Plazas instalada	Laborable Días / Año	Capacidad Total Anual	Precio Unit.	% de Ocupación	Ingreso por Ventas
Año	Referencia	1	2	3	4	5		6
					(2 * 3)			(4 * 5 * %)
1	Alojamiento	7	42	269	11298	22	40%	99422,4
2	Alojamiento	7	42	353	14826	22	50%	163086
3	Alojamiento	7	42	353	14826	22	60%	195703,2
4	Alojamiento	7	42	353	14826	22	70%	228320,4
5	Alojamiento	7	42	353	14826	22	80%	260937,6

No se ha tomado en cuenta los días lunes y martes el primer año debido a que no es conocido por agencias de viajes y por el resultado de las encuestas realizadas en donde los encuestados señalan no venir los días lunes y martes al Ecoparque Monte Selva. Además se disminuye de cada año 12 días de mantenimiento técnico de las instalaciones.

6.10.3 Balance General

Cuadro # 73

ACTIVOS		PASIVOS	
<u>Activo Corriente</u>		<u>Pasivos a Largo Plazo</u>	
Caja/ Bancos	44746,84	Préstamo Largo Plazo	84281,00
Total Activo Corriente	44746,84	Total Pasivo Largo Plazo	84281,00
<u>Activo Fijo</u>		PATRIMONIO	
Edificio	102329,50	Capital	97184,05
Maquinaria y Equipo	1927,80	Total Patrimonio	97184,05
Muebles y Enseres	23744,89		
Terreno	8226,42		
Total Activo Fijo	136228,61		
<u>Activo Diferido</u>	489,60		
Total Activo Diferido	489,60		
TOTAL ACTIVOS	181465,05	TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	181465,05

6.10.4 Estado de Resultados

Cuadro # 74

CONCEPTO	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos		99422,4	163086	195703,2	228320,4	260937,6
Costo de Producción	128002,19	23107,15	23906,66	24733,83	25589,62	26475,02
Utilidad Bruta	-128002,19	76315,25	139179,34	170969,37	202730,78	234462,58
Gastos Administrativos		6029,30	6237,91	6453,75	6677,05	6908,07
Gastos de Ventas		15610,39	16150,51	16709,31	17287,46	17885,60
Utilidad Operacional	-128002,19	54675,56	116790,92	147806,31	178766,28	209668,91
Gasto Financiero		22902,17	22902,17	22902,17	22902,17	22902,17
Utilidad antes de Reparto	-128002,19	31773,39	93888,75	124904,14	155864,10	186766,73
15% Reparto Trabajador		4766,01	14083,31	18735,62	23379,62	28015,01
Utilidad antes Impuestos	-128002,19	27007,38	79805,43	106168,52	132484,49	158751,72
25% Impuesto a la Renta		6751,84	19951,36	26542,13	33121,12	39687,93
Utilidad Neta	-128002,19	20255,53	59854,08	79626,39	99363,37	119063,79

6.10.5 Flujo de Caja

Cuadro # 75

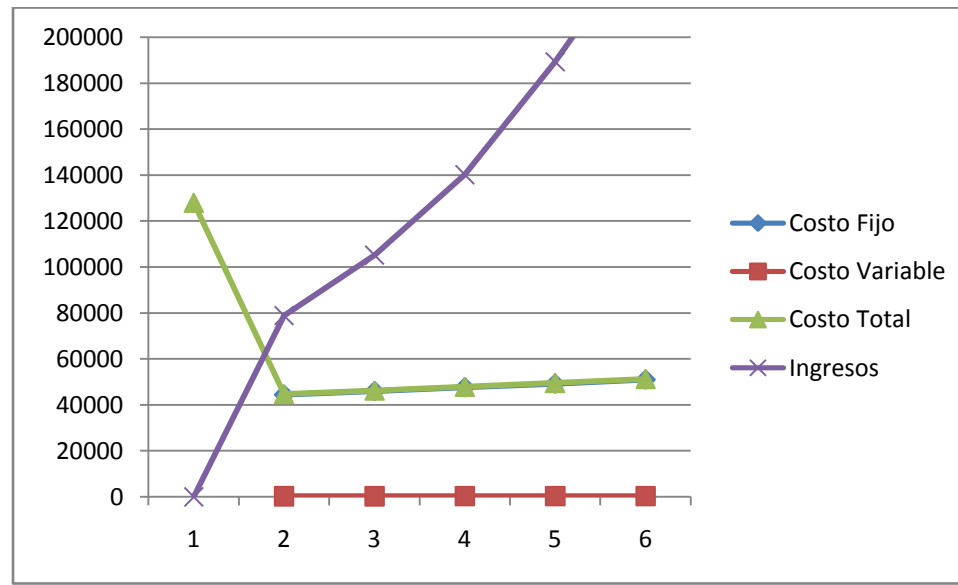
Años	Utilidad Neta	Depreciación y Amortización	Valor Residual	Capital de Trabajo	Inventario Inicial	Préstamo	Amortización	FNC
0	-128002,19				181465,05	84281,00		-97184,05
1	20255,53	8814,20					16856,20	12213,53
2	59854,08	8814,20					16856,20	51812,07
3	79626,39	8814,20					16856,20	71584,39
4	99363,37	8814,20					16856,20	91321,37
5	119063,79	8814,20	8814,20	44746,84			16856,20	111021,79

Concepto	Valor
Edificio	4628,10
Muebles y Enseres	192,78
Maquinaria y Equipo	3993,32
Total	8814,20

6.10.6 Punto de Equilibrio

Cuadro # 76

Descripción		1	2	3	4	5
Costo Fijo		44461,24	45999,60	47591,18	49237,84	50941,47
Costo Variable		285,60	295,48	305,71	316,28	327,23
Costo Total	128002,19	44747,84	46297,08	47899,89	49558,12	51273,69
Ingresos	0,00	99422,40	163086,00	195703,20	228320,40	260937,60
Punto de Equilibrio						



6.10.7 Valor Actual Neto (VAN)

Cuadro # 77

Años	FNC	FNCA
0	-97184,05	-97184,05
1	12213,53	101779,44
2	51812,07	431767,29
3	71584,39	596536,55
4	91321,37	761011,38
5	111021,79	925181,59

2816276,25

2913460,30

6.10.8 Tasa Interna de Retorno (TIR)

Cuadro # 78

Años	FNC	TASA 33%	TASA 35%
0	-97184,05	-97184,05	-97184,05
1	12213,53	3701,07	3489,58
2	51812,07	15700,63	14803,45
3	71584,39	21692,24	20452,68
4	91321,37	27673,14	26091,82
5	111021,79	33642,97	31720,51
		102410,05	96558,04
		5226,00	-626,01

$$TIR = tm + (TM - tm) \left\{ \frac{VAN_{tm}}{VAN_{tm} - VAN_{TM}} \right\}$$

$$TIR = 0,33 + (0,35 - 0,33) \left\{ \frac{5226}{5226 - 626,01} \right\}$$

$$TIR = 0,3418 = 34\%$$

6.10.9 Período de Recuperación Interna (PRI)

Cuadro # 79

Años	FNC	FNCA	FNCAA
0	-97184,05	-97184,05	-97184
1	12213,53	101779,44	-198963
2	51812,07	431767,29	232804
3	71584,39	596536,55	829340
4	91321,37	761011,38	1590352
5	111021,79	925181,59	2515533

2816276,25

2913460,30

6.10.10 Razón Costo – Beneficio

$$\begin{array}{l} \text{RCB} \\ | \\ = \end{array} \begin{array}{l} \text{Total Flujo de Caja} \\ \hline \text{Inversión Inicial} \end{array} = \begin{array}{l} 140131,58 \\ \hline 181465,05 \end{array} = 0,77223$$

$$\text{RCB} = 7,72 \%$$

6.11 Índices Financieros

6.11.1 Rentabilidad sobre la Inversión

$$\text{RI} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Inversión Total}} = \frac{46904,69}{181465,05} = 0,2584$$

$$\text{R} = 2,58 \%$$

611.2 Rentabilidad sobre los Recursos Propios

$$\text{RRP} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Recursos Propios}} = \frac{20255,53}{8226,42} = 2,24622$$

$$\text{RRP} = 22,46 \%$$

6.11.3 Rentabilidad sobre las Ventas

$$\text{RV} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ingresos por Producción}} = \frac{20255,53}{23107,15} = 0,87659$$

$$\text{RV} = 8,77 \%$$

6.11.4 Índice de cobertura del Interés

$$\text{ICI} = \frac{\text{Utilidad Operacional}}{\text{Gasto Financiero}} = \frac{56478,16}{22902,17} = 2,46606$$

$$\text{ICI} = 24,66\%$$

CONCLUSIONES DEL CAPÍTULO

Una vez realizado el estudio económico, los resultados obtenidos sobre la creación de un Eco – Lodge en el Ecoparque Monte Selva muestran la factibilidad para la realización de este proyecto.

El precio a cobrar a los turistas por noche será de 25 dólares excluyendo los servicios extras. El porcentaje de ocupación a obtener el primer año será de un 50% debido a los paquetes turísticos que Hostería Monte Selva realice y envíe a los clientes a Eco - Lodge.

CAPITULO VII

CAPÍTULO VII

7.- CAPITULO AMBIENTAL

7.1 Introducción

La zona de Puyo tienen características ecológica muy especiales.

Se encuentra en medio de la fusión de Andes y Amazonía, lo que la convierte en una zona con mayor biodiversidad que otras regiones de la Amazonía y muy superior a la biodiversidad de los Andes.

El ser una región con uno de los mayores índices de tormentas eléctricas del planeta, a más del espectáculo que esto implica como atractivo turístico, los abundantes rayos que caen en cada tormenta desarrollan temperaturas por sobre los 12.000 °C que cocinan el aire y lo dividen en oxígeno y nitrógeno, este último considerado el mejor abono natural del mundo, el que al abundar en la zona, convierte los terrenos en muy prolíficos y ricos para proporcionar una abundante vegetación que su vez es el hábitat ideal para abundantes especies animales, pese a su fina capa de tierra fértil en su suelo.

La misma característica de mucha nubosidad, asegura una alto índice de lluvias, llegando el nivel pluviométrico hasta los 4.000 mm anuales, uno de los más altos del mundo. Esta abundancia de agua tanto en estado líquido como gaseoso es la que alimenta al bosque “nublado y lluvioso” típico de esta zona.

Finalmente Puyo se encuentra en centro del país que está en el centro del planeta, lo que garantiza la presencia de fuerte y abundante sol durante todo el año. Los rayos solares son imprescindibles para la fotosíntesis que es la base de la vida vegetal.

Así que en esta región tiene abundancia de agua, de sol, y de abono natural que es el nitrógeno, lo que la convierte en uno de los sitios más aptos para el desarrollo de la vida en todas sus formas, no en vano aquí confluyen dos parques nacionales, Llanganates y Sangay, este fue declarado por la Unesco “Patrimonio Natural de la Humanidad” en 1982. La unión de ambos parques fue declarada “Corredor Ecológico” por la WWF.

Un Eco – Lodge situado en un lugar de características tan excepcionales como las descritas, se torna en un atractivo turístico a nivel planetario para el segmento de “Turismo de Naturaleza” que según la Organización Mundial de Turismo, es el de mayor crecimiento y demanda mundial.

7.2 Concepto

Ecosistema.- Es la clave de la Teoría Ecológica, siendo el nivel en donde los elementos que actúan son los individuos. Es la ciencia que estudia las relaciones recíprocas que se establecen entre los organismos y el medio y las variaciones espacio-temporales derivadas de dichas relaciones.

Biodiversidad.- Es la variedad de todas las formas de vida sobre la tierra, plantas, animales y microorganismos; en tanto la interdependencia entre las especies se conoce como diversidad del ecosistema.

Impacto ambiental:

Tipología.- Las relaciones entre el medio físico y las actividades que en él se desarrollan pueden analizarse en función de la capacidad de acogida del territorio o del efecto que producen o producirían.

El término impacto se ha generalizado para designar estos efectos de la incidencia humana sobre el medio. Los efectos pueden ser perjudiciales o beneficiosos; sin embargo, su significado más común conlleva connotaciones negativas.

Recursos naturales.- Se entiende por todo cuanto hay en la naturaleza actual o potencialmente utilizable por el hombre y tiene por finalidad satisfacer necesidades básicas o biológicas del ser humano.

Ecoturismo.- Es el turismo que se practica cuando alguien escoge como destino los entornos naturales donde se desenvuelven actividades viculadas, dicho en otra forma, el ecoturismo, es el turismo cuyo fin primordial es el acercamiento y disfrute de la naturaleza, evitando su deterioro.

7.3 Objetivo

- Analizar las condiciones naturales que disminuyan los posibles impactos ambientales en la realización del Eco Lodge.

- Realizar una investigación de la zona para verificar la factibilidad ambiental de la creación de un Eco – Lodge en el Ecoparque Monte Selva.

7.4 Situación Actual y Factores Ambientales

El aislamiento de la población residente por muchos años, vinculó su subsistencia a la tala, la ganadería y labores agrícolas de escala familiar, lo que repercutió en un alto deterioro del ecosistema caracterizado por la ausencia de bosques primarios, siendo los terrenos adyacentes la principal vía de acceso terrestre, “remontes”, es decir bosques secundarios de unos veinte años de antigüedad en promedio, lo que ha permitido la sobrevivencia de muchas especies que se procrean y refugian en las abundantes irregularidades propias de estribaciones de cordillera con abundantes cursos de agua que en su descenso crean habitats no utilizables por el hombre pero ideales para la fauna nativa.

La creación del Ecoparque con un mensaje de que la “preservación de la naturaleza es rentable” ha causado un gran impacto en la población residente que en muchos casos ha copiado a escala pequeña en concepto de brindar servicios turísticos como el de alimentación y balneario, acompañados de educación ambiental y protección de especies en peligro.

Empero, quienes todavía poseen grandes extensiones de bosques primarios, con el ejemplo del Ecoparque, se han sentido motivados a frenar sus labores de talado y ven en la preservación de sus bosques una fuente alterna de subsistencia, pero en un futuro próximo. En todo caso, la presencia del Grupo Monte Selva en la región, ha causado un gran impacto social y ecológico, que en primera instancia ha frenado la tala y la caza, ha concientizado a la juventud y niñez de la importancia que tiene el tesoro biológico de su región y ha abierto el camino para un turista que busca algo más comprometido con la naturaleza que los deportes de adrenalina.

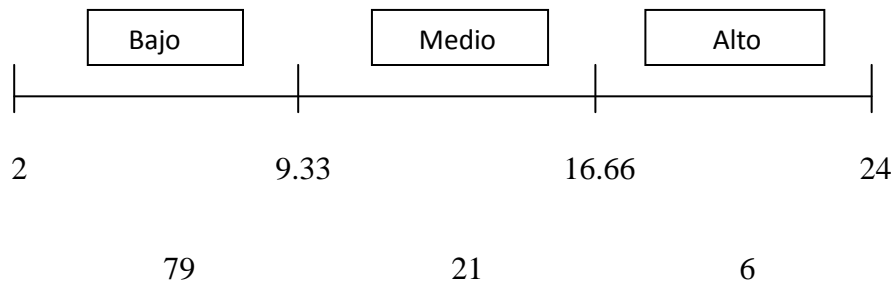
7.5 Área de influencia del Proyecto

CATEGORÍAS

2 – 9.33 Bajo (79)

9.33 – 16.66 Medio (21)

16.66 – 23.99 Alto (6)



7.6 Posibles medidas de Prevención, Mitigación y Compensación

7.6.1 Medidas Ambientales de Prevención

Medida ambiental para prevenir la migración pérdida de la biodiversidad existente en el terreno donde se construirá el Eco – Lodge.

Se van a incrementar diferentes acciones ambientales dentro del Ecoparque como son: lugares más propicios para especies animales determinadas como son las diferentes islas para especies animales de la zona, lo que permite un mejor cuidando de ellas, su recuperación de enfermedades o traumas del cautiverio, readaptación a su medio natural, convivencia con sujetos similares de los cuales pueden aprender técnicas de sobrevivencia como cazar y comer, y alimentación adecuada con técnicas de “enriquecimiento ecológico” que consiste en dificultar el acceso al alimento para que

aprendan a buscarlo y obtenerlo. Una vez que el animal adquiere las destrezas suficientes para sobrevivir, lo más seguro es que abandonará el Ecoparque y se reincorporará a su hábitat natural.

La otra medida ambiental que se va a realizar será el prevenir la interrupción de la reproducción de las especies y los cambios de conducta de las mismas; tratando de recrear su hábitat y que el mismo se mantenga lejos de la presencia humana es por ello que se van a construir las cabañas ecológicas lejos del refugio de vida silvestre y cerca del área de piscina y restaurante donde no existe mucho contacto con las especies que están bajo cuidado. Se van realizar más lugares de cuarentena donde se les va a ayudar y dar proyección a los animales para su respectiva reproducción. En cuanto al cambio de conducta se le va a colocar parlantes donde simulen los sonidos de su mismo hábitat y disminuyan los sonidos extraños como de automotores.

7.6.2 Medidas Ambientales de Mitigación

Se va a realizar también una medida ambiental para mitigar la erosión y contaminación del agua por causa de la intervención de los turistas al lugar, realizando una reforestación constante del suelo para que no se observen ni se dañen las tierras fértiles del sitio, sobre todo para que no se pierda la delgada capa de humos que cubre el terreno y que de perderse, impide el crecimiento de la vegetación. También se darán charlas a los turistas antes de ocupar las habitaciones, proporcionándoles toda la información necesaria para el cuidado del medio ambiente sobretodo del suelo y el agua, para que no exista contaminación.

Se van a realizar canales de desfogue de las aguas servidas directamente hacia pozos de oxigenación, que en cuya superficie se siembra el “lirio de agua”; esta planta acuática se encarga de consumir todo el material orgánico que viene de los desechos y alcantarillas, a la vez que oxigenan el agua, que ya reciclada será evacuado a los riachuelos del sector, sin producir contaminación ni afectar la abundante vida que en ellos habita.

7.6.3 Medidas Ambientales de Compensación

Por último se van a crear medidas ambientales para compensar el ruido existe ya sea en la etapa de construcción como en la etapa de operación. Se van a crear sonidos simuladores de la naturaleza que se colocaran mediante unos parlantes en diferentes lugares del terreno de la Hostería para que no se altere el hábitat existe y no existan cambio de conducta ni migración ni mucho menos interrupción de la reproducción de las especies.

También se capacitará a los turistas sobre el lugar donde se encuentran, informándoles que es un sitio donde van a vivir a la naturaleza y no a alterarla por lo que no se debe hacer ruido excesivo. no contaminarán agua, ni afectarán en gran medida el suelo, pues para el efecto existen senderos hechos con aserrín y bagazo, materiales biodegradable que permiten al turista caminar sin ensuciarse ni resbalarse, pero sin presionar el suelo a niveles de crear barreras invisibles que afectan la movilidad de las especie, en especial de las muy pequeñas. Se cuidará la no contaminación del aire para tener un ambiente sano no solo para las especies sino para los mismos visitantes, por lo que será un sitio para no fumadores.

7.7 Ficha Ambiental
Identificación del proyecto

Nombre del Proyecto:	Codigo:
Creación de un Eco – Lodge en el Ecoparque Monte Selva	Fecha: Mayo de 2010

Localización del Proyecto	Provincia: Pastaza Cantón: Pastaza Parroquia: Puyo Comunidad: Santa Rosa
----------------------------------	---

Auspicio de:	Ministerio de Ambiente Gobierno provincial del Cantón Grupo T. Monte Selva; Sra. Pilar Medina Fundación Raíces; Ing. Guido Calderón
---------------------	--

Tipo del Proyecto	Abastecimiento de agua Agricultura y ganadería: Amparo y bienestar social <u>Protección áreas naturales</u> Educación Electrificación Hidrocarburos Industria y Comercio Minería Pesca Salud Saneamiento ambiental <u>Turismo</u> Vialidad y transporte Otros (especifique)
--------------------------	--

Descripción resumida del proyecto: Este proyecto se lo realizará con el propósito de ofrecer nuevos servicios en el Ecoparque Monte Selva, ya que solo cuenta con servicio de mediana calidad y los turistas no se hospedan en su mayoría en el lugar, es por eso que la creación de la Eco Lodge se va a dar más realce al servicio de buena calidad y teniendo un centro de interpretación			
Nivel de los estudios Técnicos del proyecto	<u>Idea o prefactibilidad</u> Factibilidad Definitivo		
Categoría del proyecto	Construcción Rehabilitación <u>Ampliación o mantenimiento</u> Mantenimiento Equipamiento Capacitación Apoyo Otro (especifique)		
Datos del Promotor / Auspiciante: Grupo Turístico Monte Selva			
Nombre o Razón Social: Privado			
Representante Legal: Sra. Pilar Medina y Sr. Guido Calderón			
Dirección: Km 1 1/2 vía Puyo – Baños			
Barrio:	Santa Rosa	Ciudad: Puyo	Provincia: Pastaza
Teléfono	2886821	Fax	2740566 Email:

Características del Area de Influencia y Localización

Región geográfica	Costa Sierra <u>Oriente</u> Insular
Coordenadas	<u>Geográficas</u> UTM
Altitud	A nivel del mar Entre 0 y 500msnm <u>Entre 501 y 2300msnm</u> Entre 2301 y 3000msnm Entre 3001 y 4000msnm Más de 4000msnm

Clima

Temperatura	Cálido –seco	Cálido- Seco (0-500 msnm)
	Cálido humedo	Cálido- húmedo (0-500msnm)
	<u>Subtropical</u>	Subtropical (500-2,300msnm)
	Templado	Templado (2,300-3,000msnm)
	Frío	Frío (3,000-4,500msnm)
	Glacial	Menor a 0 C en altitud (4,500msnm)

Geología, geomorfología y suelos

Ocupación actual del Area de influencia:	<p>Asentamientos humanos</p> <p>Áreas agrícolas o ganaderas</p> <p><u>Áreas ecológicas protegidas</u></p> <p>Bosques naturales o artificiales</p> <p>Fuentes hidrologicas y causas naturales</p> <p>Manglares</p> <p>Zonas Arqueologicas</p> <p>Zonas con riqueza hodrocarburifera</p> <p>Zonas con riquezas minerales</p> <p><u>Zonas del potencial turistico</u></p> <p>Zonas de valor turistico, cultural y religiosa</p> <p>Zonas ascenicas unicas</p> <p>Zonas inestables con riesgo sismico</p> <p>Zonas reservadas por seguridad nacional</p> <p>Otra (esprcificar)</p>
---	--

Pendiente del suelo	Llano	El terreno es plano. Las pendientes son menores que el 30%
	<u>Ondulado</u>	El terreno es plano. Las pendientes son suaves (entre 30% y 100%)
	Montano	El terreno es quebrado. Las pendientes son mayores al 100%

Tipo de suelo	<p><u>Arcilloso</u></p> <p>Arenoso</p> <p>Semi-duro</p> <p>Rocoso</p> <p>Saturado</p>
----------------------	---

Calidad de suelo	Fértil <u>Semi- fertile</u> Erosionado Otro (espevifique) Saturado						
Permeabilidad del suelo	<table border="0"> <tr> <td>Altas</td> <td>El agua se infiltra fácilmente en el suelo. Los charcos de lluvia desaparecen rápido</td> </tr> <tr> <td><u>Medias</u></td> <td>El agua tiene ciertos problemas para filtrarse en el suelo</td> </tr> <tr> <td>Bajas</td> <td>El agua queda detenida en charcos por espacio de días. Aparecen aguas estancadas</td> </tr> </table>	Altas	El agua se infiltra fácilmente en el suelo. Los charcos de lluvia desaparecen rápido	<u>Medias</u>	El agua tiene ciertos problemas para filtrarse en el suelo	Bajas	El agua queda detenida en charcos por espacio de días. Aparecen aguas estancadas
Altas	El agua se infiltra fácilmente en el suelo. Los charcos de lluvia desaparecen rápido						
<u>Medias</u>	El agua tiene ciertos problemas para filtrarse en el suelo						
Bajas	El agua queda detenida en charcos por espacio de días. Aparecen aguas estancadas						

Condiciones de drenaje	<u>Muy buenas</u>	No existe estacionamiento de agua aun en época de lluvias
	Buenas	existe estacionamiento de agua que se forman durante las Lluvias pero que se desaparecen a las pocas horas de cesar las precipitaciones
	Malas	Las condiciones son malas existen estacionamientos de agua aun en épocas cuando no llueven.

Hidrología

Fuentes	<u>Agua superficial</u> Agua subterránea Agua de mar Ninguna						
Nivel freático	Alto <u>Profundo</u>						
Precipitaciones	<table border="0"> <tr> <td><u>Altas</u></td> <td>Lluvias fuertes y constantes</td> </tr> <tr> <td>Medias</td> <td>Lluvias en época invernal o esporádica</td> </tr> <tr> <td>Bajas</td> <td>Casi no llueve en la zona</td> </tr> </table>	<u>Altas</u>	Lluvias fuertes y constantes	Medias	Lluvias en época invernal o esporádica	Bajas	Casi no llueve en la zona
<u>Altas</u>	Lluvias fuertes y constantes						
Medias	Lluvias en época invernal o esporádica						
Bajas	Casi no llueve en la zona						

Aire

Calidad de aire	<u>Pura</u>	No existen fuentes contaminantes que lo alteren
	Buena	Es aire respirable presenta malos olores en forma esporádica o en alguna época del año se presenta irritaciones leves en los ojos y garganta.
	Mala	El aire ha sido poluido se presenta constantes enfermedades bronquio respiratorias se verifica irritaciones en ojos, mucosas y garganta.
Recirculacion de aire	<u>Muy Buena</u>	Brisas ligeras y constantes existen frecuentes vientos renuevan la capa de aire.
	Buena	Los vientos se presentan con en ciertas épocas e por lo general son escasos.
	Mala	
Ruido	<u>Bajo</u>	No existen molestias y la zona trasmite calma.
	Tolerable	Ruidos admidibles o esporadicos no hay mayores molestias para la población y fauna eistente.
	Ruidoso	Ruidos constantes y altos molestia en los habitantes debido a intensidad o por su frecuencia, aparecen síntomas de sordera o de irritabilidad.

Caracterización del Medio Biotico

Ecosistema

	Páramo Bosque pluvial <u>Bosque nublado</u> Bosque seco tropical Ecosistema marino Otro (especifique)
--	--

Flora

Tipo de cobertura vegetal	<u>Bosques</u> Arbustos Pastos Cultivos Matorrales Sin vegetación
Importancia de la cobertura vegetal	Común del sector Rara o endemeca En peligro de extinción <u>Protegida</u> Intervenida
Usos de la vegetación	Alimenticio Comercial Medicinal <u>Ornamental</u> Construcción Fuente de semilla Mitológico Otro(especifique)

Fauna Silvestre

Tipología	<u>Microfauna</u> Insectos Amfibios Pesces Reptiles <u>Aves</u> Mamíferos
Importancia	Comun Rara o unica especie <u>Fragil</u> En peligro de extinción

Caracterización del Medio Socio Cultural

Demografía

Nivel de consolidación del area de influencia	Urbana Periferica <u>Rural</u>
Tamaño de Población	<u>Entre 0 y 1000 habitantes</u> Entre 1,001 y 10,000 habitantes Mas de 100,00 habitantes

Características étnicas de la población	Mestizos <u>Indígena</u> Negros Otros (especificar)
--	--

Infraestructura social

Abastecimiento de agua	Agua potable Conex. Domiciliaria <u>Agua de lluvia</u> Grifo pblico Servicio permanente Racionado Tanquero Acarreo manual Ninguno
Evaluación de aguas servidas	Alcantari. Sanitario Alcantari. Pluvial <u>Fosas sépticas</u> Letrinas Ninguno
Evaluación de aguas lluvias	Alcantari. pluvial <u>Drenaje superficial</u> Ninguno

Desechos solidos	<u>Barrido y recolección</u> Botadero a cielo abierto Relleno sanitario Otro (especifique)
Electrificación	<u>Red energía eléctrica</u> Plantas eléctricas Ninguno
Transporte public	Servicio Urbano <u>Servicio intercantonal</u> Rancheras Canoa Otros (especifique)
Vialidad y accesos	<u>Vía principal</u> Vía secundaria Caminos vecinales Vías urbanas Otros (especifique)

Telefonía	<u>Red domiciliaria</u> Cabina publica Ninguno
------------------	--

Actividades socio-económicas

Aprovechamiento y uso de la tierra	Residencial Comercial Recreacional <u>Productivo</u> Baldío Otros (especifique)
Tenencia de la tierra	<u>Terrenos privados</u> Terrenos comunales Terrenos municipales Terrenos estatales

Organización social

	<u>Primer grado</u> Segundo grado Tercer grado Otra	Comunal,barrial Pre-cooperativas Asociaciones, federaciones
--	--	--

Aspectos culturales

Lengua	<u>Castellana</u> Nativa Otro (especifique)
Religión	Catolicos <u>Evangélicos</u> Otra (especifique)
Tradiciones	<u>Ancestrales</u> Religiosas Populares Otras (especifique)
Medio perceptual	
Paisaje y turismo	<u>Zona con valor paisajístico</u> <u>Atractivo turístico</u> Rereacional Otro (especifique)

Riesgos Naturales e inducidos

Peligro de Deslizamiento	Inminente	La zona es muy inestable y se desliza con relativa frecuencia
	<u>Latente</u>	La zona podría deslizarse cuando se produzcan precipitaciones.
	Nulo	La zona es estable o prácticamente no tiene peligro
Peligro de inundaciones	Inminente	La zona se inunda con frecuencia
	<u>Latente</u>	La zona podría inundarse cuando se produzcan precipitaciones.
	Nulo	La zona prácticamente, no tiene peligro de inundaciones
Peligro de terremotos	Inminente	La tierra tiembla frecuentemente
	<u>Latente</u>	La tierra tiembla ocasionalmente
	Nulo	La tierra, prácticamente, no tiembla

7.8 Matrices Ambiental

ECO - LODGE EN EL REFUGIO DE VIDA SILVESTRE ECOPARQUE MONTE SELVA

S PROYECTO	PLANIFICACION					CONSTRUCCION				OPERACION			ABANDONO		TOTAL
	Rec. Sitio	Diseño Cabaña	Planos Cabaña	Presupuesto	Aprobación	Transporte	Mano de obra	Obt. Mat. Prima	Eje. Obra	Ingreso turistas	Uso Cabañas	Mantenimiento	Retiro Cabañas	Reforestación	
S AMBIENTALES															
Compactación	0	0	0	0	0	X	X	X	X	X	0	0	0	X	6
Desechos sólidos y líquidos	X	0	0	0	0	0	X	X	0	X	0	0	X	0	5
Erosión	0	0	0	0	0	X	X	0	X	X	0	0	0	0	4
Desechos sólidos y líquidos	X	0	0	0	0	X	X	X	X	X	X	X	X	0	9
Sedimentación y turbidez	0	0	0	0	0	X	X	X	X	X	0	0	0	0	5
Ruido	0	0	0	0	0	X	0	0	X	X	X	0	0	0	4
Perdida de la biodiversidad	0	0	0	0	0	0	0	X	X	X	0	0	X	X	5
Perdida cobertura vegetal	0	0	0	0	0	X	X	0	X	X	0	0	X	X	6
cantidad de especies existentes	0	0	0	0	0	0	X	0	0	X	X	0	0	X	4
Migración de especies	X	0	0	0	0	X	X	X	X	X	0	X	X	X	9
Alteración de habitats	0	0	0	0	0	X	X	X	X	X	X	0	X	X	8
Alteración de paisajes	0	0	0	0	0	0	X	0	X	X	0	0	X	X	5
Comportamiento Social población	0	0	0	0	0	0	0	0	0	X	0	0	0	0	1
perdida de tradiciones y estilos de vida		0	0	0	0	0	0	0	0	X	X	0	0	0	2
Rentabilidad económica de la actividad turística	0	0	0	0	0	0	0	X	X	X	0	0	0	X	4
nivel de educación de la población	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	X	X	0	0	7
existencia de centros de salud para la población aledaña	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	X	X	X	0	8
	3	0	0	0	0	8	10	9	13	16	7	4	8	9	86

Si hay posible Impacto

No hay posibles Impactos

Total interacciones = 86

PROPUESTA DE MATRIZ PARA EVALUACIÓN DE IMPACTOS AMBIENTALES EN PROYECTO TURÍSTICO

Actividad	Subactividad	Impacto		Extensión			Distribución		Ocurrencia			Temporalidad		Reversibilidad		Signo		Magnitud			Total Calificación	
				Local	Regional	Nacional	Directa	Indirecta	Inmediata	Mediata	Semanas	Meses	Años	Reversible	Irreversible	Negativo	Positivo	Baja	Media	Alta		
				1	3	5	0,5	1	1	2	0,5	1	2	1	2	-1	1	1	3	5		
1. Planificación.	1.1. Reconoc. Sitio	Suelo	Contaminación con desechos sól.y liq.	1			0,5		2			0,5		1		-1		1			-3,0	
		Agua	Contaminación con desechos sól.y liq.	1			0,5		2			0,5		1		-1		1			-3,0	
		Aire	Contaminación por ruido	1			0,5		2			0,5		1		-1		1			-3,0	
		Fauna	Migración de especies	1			0,5		2			0,5		1		-1		1			-3,0	
	Subtotal				4			2		8			2,0		4		-4		4		-12,0	
2. Construcción.	2.1 Transporte	suelo	Compactación	1			0,5		1			1		2		-1		1			-5,0	
			Contaminación con desechos sól.y liq.	1			1		2		1		1		1		-1		1			-4,0
			Erosión	1			1		1		1		1		1		-1		3			-5,0
		agua	Contaminación con desechos sól.y liq.	1			0,5		2			1		1		-1		1			-3,5	
		aire	Ruido	1			0,5		1			1		1		-1		5			-6,5	
		flora	Pérdida de cobertura vegetal	1			0,0		2		0,5			1		-1			3			-3,5
			Introducción de especies exóticas	1			0,5		1		1,0			1		-1			1			-2,5
			Interrupción procesos reproductivos	1			0,5		1		1,0			1		-1			1			-2,5
		fauna	Introducción de especies exóticas	1			0,5		1		1,0			1		-1			1			-2,5
			Interrupción procesos reproductivos	1			0,5		1		1,0			1		-1			1			-2,5
	Cambios patrones de conducta		1			0,5		1		2,0			1		-1			3			-7,5	
			Migración de especies	1			0,5		2			2,0		1		-1		1			-4,5	
	ecosistemas	Alteracion de habitats	1			0,5		2		1,0			1		-1			1			-3,5	
	2.2. Mano de Obra	suelo	Compactacion	1			1,0		1			0,5		2		-1		3			-7,0	
			Contaminación con desechos sól.y liq.	1			0,5		2		0,5			1		-1		3			-4,0	
Erosion			1			1,0		1		0,5			1		-1		3			-3,5		
Agua		Contaminación con desechos sól.y liq.	1			0,5		2			0,5		1		-1		3			-4,0		
Aire		Ruido	1			1		1			1,0		1		-1		3			-5,0		
Flora		Pérdida cobertura vegetal	1			0,5		1			0,5		2		-1		3			-6,0		
Subtotal				19			11,5		26			18,0		22		-19		41		-82,5		

Actividad	Subactividad	Impacto	Extensión					Ocurrencia			Temporalidad			Reversibilidad			Signo	Magnitud			Total Calificaci		
			Local	Regional	Nacional	Dirección	Indirecta	Directa	Indirecta	Alta	Mediana	Baja	Meses	Años	Reversible	Irreversible		Positivo	Baja	Media		Alta	
			1	3	5	0,5	1	1	2	0,5	1	2	1	2	1	2	-1	1	1	3	5		
		Fauna					1		0,5		1			2		2		-1		3		-15,0	
							1		0,5		1			2		2		-1		3		-15,0	
							1		1		1			2		2		-1		3		-16,0	
							1		0,5		1			1		2		-1		3		-9,0	
	2.3 Obtención de Materia Prima	Suelo					1		0,5		2			2		2		-1		3		-17,0	
							1		0,5		1			1		2		-1		3		-9,0	
							1		0,5		2			1		2		-1		3		-11,0	
		Agua	Contaminación con desechos sól.y liq.				1		1		1			1		1		-1		5		-7,0	
		Aire	Ruido				1		0,5		1			1		1		-1		3		-4,5	
		Flora	Interrupcion procesos reproductivos				1		0,5		1			2		2		-1		3		-15,0	
		Fauna	Interrupcion procesos reproductivos				1		0,5		1			2		2		-1		3		-15,0	
				Cambio patrones conducta				1		1		1			2		2		-1		5		-24,0
				Disminucion tamaño poblacion				1		0,5		2			1		2		-1		3		-11,0
				Migracion Spp.				1		1		1			1		2		-1		5		-14,0
		Ecosistemas	Alteracion paisajes				1		0,5		1			2		2		-1		3		-15,0	
		Poblacion local	Impactos en valores culturales y común				1		1,0		1			1		1		-1		1		-3,0	
				Perdidas practicas estilos de vida				1		1,0		2			1		1		-1		1		-4,0
				Generacion ingresos alternativos				1		0,5		1			1		1		1		3		4,5
				Migracion Spp.				1		0,5		1			1		1		-1		1		-2,5
		2.4 Ejecucion obra	Suelo						1		0,5			2		2		-1		3		-15,0	
				Contaminación con desechos sól.y liq.				1		0,5		1			1		2		-1		3		-9,0
				Erosion				1		0,5		1			2		2		-1		3		-15,0
			Agua	Contaminación con desechos sól.y liq.				1		1		1			1		1		-1		5		-7,0
			Aire	Ruido				1		0,5		1			1		1		-1		3		-4,5
	Flora		Interrupcion procesos reproductivos				1		1,0		2			2		2		-1		3		-18,0	
	Fauna		Interrupcion procesos reproductivos				1		1		1			2		2		-1		3		-16,0	
				Cambio patrones conducta				1		1		1			2		2		-1		5		-24,0
				Disminucion tamaño población				1		0,5		1			1		2		-1		3		-9,0
				Migracion Spp.				1		1		2			1		2		-1		5		-16,0
	Ecosistemas		Alteracion paisajes				1		0,5		1			2		2		-1		3		-15,0	
	Poblacion local		Generacion ingresos alternativos				1		0,5		1			1		1		1		5		6,5	
	Subtotal						31		21,0		37			45		53		-27		101		-344,5	

Actividad	Subactividad	Impacto		Extensión			Distribución		Ocurrencia		Temporalidad			Reversibilidad		Signo		Magnitud			Total Calificación	
				Local	Regional	Nacional	Directa	Indirecta	Inmediato	Mediato	Semanas	Meses	Años	Reversible	Irreversible	Negativo	Positivo	Baja	Media	Alta		
				1	3	5	0,5	1	1	2	0,5	1	2	1	2	-1	1	1	3	5		
3. Operación.	3.1 Ingreso de Turistas	Suelo	Compactación	1			0,5		2			2		1		-1		3			-8,5	
			Contaminación con desechos sól.y liq.	1			0,5		1		2		2		1		-1		3			-7,5
			Erosión	1			0,5		2		2		2		1		-1		1			-4,5
		Agua	Contaminación con desechos sól.y liq.	1			1		1		2		2		2		-1		5			-24,0
		Aire	Ruido	1			0,5		1		2		2		2		-1		5			-23,0
		Flora	Perdida de Biodiversidad	1			0,5		2		2,0		2		2		-1		3			-17,0
			Introducción de especies exóticas	1			1,0		1		2		1		1		-1		1			-4,0
			Interrupción procesos reproductivos	1			0,5		1		2		2		2		-1		3			-15,0
		Fauna	Introducción de especies exóticas	1			0,5		1		2		2		1		-1		1			-3,5
			Interrupción procesos reproductivos	1			0,5		2		2		2		2		-1		3			-17,0
			Cambio patrones conducta	1			1		1		2		2		2		-1		5			-24,0
			Disminución tamaño población	1			0,5		1		2		2		1		-1		3			-7,5
		Ecosistema	Migración Spp.	1			1		2		2		2		1		-1		3			-9,0
			Alteración de hábitats	1			0,5		2		2		2		1		-1		3			-8,5
	Alteración de paisajes		1			0,5		1		2		2		1		-1		3			-7,5	
	Población local	Generación nuevos ingresos alternativos	1			0,5		1		2		2		1		1		5			11,5	
		Pérdidas prácticas tradic.y estilos de vida	1			1,0		1		2		2		1		-1		3			-8,0	
	3.2. Uso de Cabañas	Suelo	Contaminación con desechos sól.y liq.	1			1,0		1		2		2		1		-1		3			-8,0
		Agua	Contaminación con desechos sól.y liq.	1			0,5		1		2		2		1		-1		5			-11,5
		Aire	Ruido	1			0,5		1		2		2		1		-1		3			-7,5
Fauna		Disminución tamaño población	1			0,5		2		2		2		1		-1		1			-4,5	
Ecosistema		Alteración de hábitats	1			0,5		1		2		2		1		-1		1			-3,5	
Población local		Generación nuevos ingresos alternativos	1			0,5		1		2		2		1		1		3			7,5	
	Subtotal				23		14,5		30		46		29		-19		69			-204,5		

Actividad	Subactividad	Impacto	Extensión			Distribución		Ocurriencia	Mediata	Semanas	Temporalidad			Reversible	Irreversible	Signo		Magnitud			Calificación Total
			Local	Regional	Nacional	Directa	Indirecta				Reversible	Meses	Años			Negativo	Positivo	Baja	Media	Alta	
			1	3	5	0,5	1	1	2	0,5	1	2	1	2	-1	1	1	3	5		
	3.3.Mantenimiento	Suelo	Compactacion	1		0,5		1		1			1		-1		1		-2,5		
			Contaminación con desechos sól.y liq.	1		0,5		1		1		1		1		-1		3		-4,5	
			Erosion	1		0,5		1		2		2		2		-1		3		-15,0	
		Agua	Contaminación con desechos sól.y liq.	1		0,5		1		0,5		2		2		-1		3		-6,0	
		Aire	Ruido	1		0,5		1		0,5		2		2		-1		1		-4,0	
		Flora	Interrupcion procesos reproductivos	1		0,5		1		0,5		2		2		-1		1		-4,0	
		Fauna	Interrupcion procesos reproductivos	1		1		1		0,5		2		2		-1		3		-7,0	
			Cambio patrones conducta	1		1		1		0,5		2		2		-1		3		-7,0	
			Migracion Spp.	1		0,5		1		1		1		1		-1		1		-2,5	
		Poblacion local	Generacion nuevos ingresos alternativos	1		1		1		1		1		1		1		3		5,0	
	Subtotal		9		6,0		12		18		11		-7		29		-279,5				

ABANDONO	4.1 Retiro de Cabañas	Suelo	Compactacion	1	0,5	1	1	1	-1	1	-2,5
			Contaminación con desechos sól.y liq.	1	0,5	1	0,5	1	-1	1	-2,0
			erosion	1	0,5	1	2	1	-1	3	-7,5
		Agua	Contaminación con desechos sól.y liq.	1	0,5	1	1,0	2	-1	3	-9,0
		Aire	Ruido	1	0,5	1	1,0	1	-1	1	-2,5
		Flora	Interrupcion procesos reproductivos	1	0,5	1	0,5	1	-1	1	-2,0
		Fauna	Interrupcion procesos reproductivos	1	0,5	2	0,5	1	-1	1	-3,0
			Cambio patrones conducta	1	0,5	2	1	1	-1	3	-5,5
			Migracion Spp.	1	0,5	2	1	1	-1	3	-5,5
		Poblacion local	Generacion nuevos ingresos alternativos	1	1	1	1	1	1	1	3,0
	4.2 Reforestación	Suelo	Compactacion	1	0,5	2	1	1	-1	1	-3,5
			Contaminación con desechos sól.y liq.	1	1	1	1	1	-1	1	-3,0
		Agua	Contaminación con desechos sól.y liq.	1	1	1	0,5	1	-1	1	-2,5
		Aire	Ruido	1	0,5	1	0,5	1	-1	1	-2,0
		Flora	Interrupcion procesos reproductivos	1	0,5	2	0,5	1	-1	1	-3,0
		Fauna	Interrupcion procesos reproductivos	1	1	1	0,5	1	-1	1	-2,5
			Cambio patrones conducta	1	1	1	1	1	-1	1	-3,0
			Migracion Spp.	1	1	2	1	1	-1	1	-4,0
		Poblacion local	Generacion nuevos ingresos alternativos	1	1	1	1	1	-1	3	-5,0
		Subtotal				10	6,5	10	8,5	16	-8
Total				37	55,5	111	119,5	124	-77	237	-988,0

CONCLUSIONES

- Existe una demanda internacional de turismo de naturaleza en crecimiento a la par que el Ecuador empieza a ser conocido a nivel mundial, sobre todo, por sus características únicas como ser el país que más formas de vida tienen por metro cuadrado y una alta concentración geográfica, que permite en pocas horas transitar de un ecosistema a otro muy diferente pero complementario.
- La demanda turística a nivel nacional va incrementándose, por la promoción realizada, por una nueva red vial de larga duración, por la concepción del turismo ya no como un lujo sino como una necesidad vivencial y cultural, trayendo consigo nuevas oportunidades de ingresar a negocios que ofrecen servicios de hospedaje, alimentación o venta de artesanías propias a la región visitada.
- A nivel regional la Amazonía emerge como una nueva opción turística en tanto en el plano provincial, la provincia Pastaza es la región selvática más cercana al más grande mercado emisor interno que es Guayaquil y está cercana a Quito, en tanto sus gobiernos seccionales tiene ya en funcionamiento departamentos o unidades de turismo que trabajan en coordinación con gremios que aglutinan a los servidores turísticos.
- El Grupo Monte Selva es una marca reconocida y en franco crecimiento, gracias a una sostenida campaña publicitaria, presencia en ferias nacionales e internacionales y su agresiva incursión en el mercadeo por Internet.

En este contexto, crean dentro del Ecoparque de la ciudad de Puyo, un Eco – Lodge con el propósito de brindar el servicio de hospedaje y restaurante a viajeros nacionales e internacionales, creándoles bienestar durante su estadía, generando un encuentro agradable con la biodiversidad amazónica, satisfaciendo sus exigencias de conocimiento, brindando un servicio de calidad, manteniéndonos siempre a la vanguardia tecnológica y considerando a nuestro factor humano como a clave del éxito.

- Al proponer un Plan de Gestión Administrativa dirigido a la satisfacción del cliente, se logrará suficientes niveles de aceptación de quienes se benefician de los servicios, que serían los turistas; y de los empresarios que pretenden invertir en la zona en servicios alternativos de alojamiento con infraestructuras ecológicas, sostenibles y sustentables.

- El temor a los bruscos cambios políticos nacionales, las tendencias variantes del mercado, no son buenos compañeros de la innovación de servicios, por tanto al implementar un Modelo de Gestión Administrativa que abarque la organización eficiente, la administración correcta y control adecuado de estos servicios, facilitará la ejecución y crecimiento de estos proyectos ecoturísticos que tanta falta hacen es este destino turístico prometedor que es Pastaza, con condiciones de biodiversidad excepcionales, vías de acceso excelentes, una población en proceso de concientización hacia la preservación y características muy específicas, como larga longevidad de sus habitantes u hospitales con médicos norteamericanos

A esto se suma la experiencia del equipo humano del Grupo Monte Selva en la rama turística, en atención al cliente y en la innovación de nuevos servicios turísticos

RECOMENDACIONES

- Es evidente que existen condiciones endógenas y exógenas, internacionales, nacionales y regionales, que brindan una oportunidad que debe ser aprovechada y más de una actividad en la cual se tiene experiencia y conocimiento.

- Se estimularía la inversión en empresas ecoturísticas en Pastaza, mostrando un Plan de Gestión de servicios de hospedaje alternativos, al alcance de un segmento económico medio – alto, con el condicionante de tener principios ambientalistas de preservación, amor a la naturaleza y respeto a las culturas locales.

- Se recomienda la puesta en marcha del Eco - Lodge debido a la gran afluencia de turistas a esta región y que crece año a año sobre todo en Baños, destino del cual se puede captar una parte importante de flujo turístico vinculado a la naturaleza.

- Ejecutar el proyecto con clasificación de tres estrellas, proyectado por la rentabilidad estimada en el presente estudio de factibilidad.

- El turismo vacacional en el Ecuador necesita hosterías pequeñas y medianas con identidad local, con personal altamente capacitado y motivado, en entornos de características específicas que tornen rentables las labores de preservación y sirvan de motivación a otros inversionistas.

-Con un excelente asesoramiento técnico y la implementación de estrategias de mercadeo se puede incrementar la demanda de alojamiento del Eco – Lodge, permitiendo expandir este servicio hospedaje ecológico que se enmarca en las tendencias del mercado.

-Se debe tener una visión estratégica, una cultura empresarial orientada a la calidad, y un equipo de trabajadores basado en la creatividad e innovación, con una capacidad de adaptación y reacción a los cambios y a los nuevos retos que exige una nueva era de conocimientos y globalización.

- Tanto la empresa pública como la privada debería tomar en cuenta esta nueva inversión como herramienta de estimulación para el desarrollo ecoturístico de la provincia, la difusión del presente trabajo es aporte fundamental en el desarrollo económico y el manejo de imagen turística que busca la provincia de Pastaza.

BIBLIOGRAFÍA

- CEPA/AAT “*Manual de Proyectos de Desarrollo Económico*”
- CHAVEZ DE LA PEÑA, Jorge, Ecoturismo TAP, Edición Trillas, Mexico, 2005
- INEC, Datos preliminares del VI censo de población y V de vivienda 2001. Pag.74 Folletos de censo de la Provincia de Pastaza.
- KOTLER Philip; BOWES, John; MAKENS, James, Marketing para Turismo, PEARSON EDUCACION S.A., tercera edición, Madrid, 2004
- LUZURIAGA, Jorge; A. José María, Metodología de la Investigación, PROPAD, cuarta edición, Quito, 2005
- MOLINA Antonio, Contabilidad de Costos, Impretec, tercera edición, Quito, 2002
- NARANJO, Plutarco, Clima del Ecuador. Editorial Casa de la Cultura Ecuatoriana. 1981 – PaQ72
- OCHOA, Hugo Xavier, Programa de Preinversión (FONAPRE), Tomo III, Cap VIII, Edición 1978.
- PADILLA, Minan. Potencial Turístico de la ciudad de Puyo y sus alrededores
- PLANIFICACION TURISTICA, Estudio Técnico y Económico
- WESCHE, Rolf; DRUMM, Andy, Defending our RainForest, Edición 1999
- ZAPATA, Pedro, Contabilidad General, Pag 141, 129

Bibliografía de Internet

- <http://www.monteselvecuador.com>
- <http://www.trafficnews.ec>
- PUYO www.thebestofecuador.com
- Visitando la Provincia de Pastaza, www.vivecuador.com/html2/esp/ministerio.htm.34k

ANEXO

ENCUESTA NACIONALES

Un cordial saludo, Soy estudiante de la Carrera de Ingeniería en Turismo de la Universidad Tecnológica Equinoccial, estoy realizando un estudio de mercado para la implementación de un Eco Lodge en el Ecoparque Monte Selva, motivo por el cual, pido su colaboración.

INDICACIONES: Por favor indique con una (x) sus respuestas y escoja una sola opción por pregunta.

Edad: 21 a 25 años ____ 26 a 30 años ____ 31 a 35 años ____

36 a 40 años ____ 41 a 45 años ____ 46 a 50 años ____

Género: Masculino ____ Femenino ____

Lugar de procedencia: _____

Profesión _____

CUESTIONARIO

1. Su viaje lo realiza con:

Familia ____ Amigos ____ Compañeros de trabajo ____ Solo ____

2. Con cuántas personas realiza su viaje?

Solo ____ 1 a 3 persona ____ 4 a 6 personas ____

7 o más personas ____

3. ¿Cuántas veces ha visitado el Ecoparque Monte Selva?

1 vez ____ 2 veces ____ 3 veces ____

4 veces ____ 5 veces ó más ____ Especifique ____

4. ¿Qué días de la Semana prefiere visitar Ecoparque Monte Selva?

Lunes ____ Miércoles ____ Viernes ____

Domingo ____

Martes ____ Jueves ____ Sábado ____

5. Qué temporadas del año prefiere visitas Ecoparque Monte Selva?

Feriados _____ Fines de Semana _____
Vacaciones Escolares _____ Días Laborables _____

6. ¿Ha utilizado en sus visitas el servicio de Camping que ofrece el Ecoparque Monte Selva?

Si _____ No _____

En el caso de responder Si: Califique el servicio que le proporcionó de acuerdo a su satisfacción.

Excelente _____ Regular _____ Malo _____

7. Le gustaría que el Ecoparque Monte Selva cuente con el servicio de Eco-Lodge (Cabañas Ecológicas) para su mejor satisfacción?

Si _____ No _____

8. ¿Cuál sería el precio que estuviera dispuesto a cancelar por este nuevo servicio por persona?

20 a 30 _____ 31 a 40 _____ 41 a 50 _____ 51 a 60 _____

Ponga el costo si es más _____

9. Qué tiempo le gustaría hospedarse en el Eco – Lodge?

1 noche _____ 3 noches _____
2 noches _____ 4 noches o más _____ Especifique _____

10. ¿Por qué medios conoció el Ecoparque Monte Selva?

Pág Web _____ Radio _____ Referencias _____
Personales _____
Medios Impresos _____ Televisión _____

11. Considera que el Ecoparque Monte Selva es un sitio seguro para visitar?

Si ____ No ____

Si es No, identifique las causas: _____

12. Recomendaría Usted a sus conocidos, amigos, familiares visitar el Ecoparque Monte Selva?

Si ____ No ____

¿Por qué? _____

**Su información y aporte es muy valioso.
Gracias por su colaboración.**

ENCUESTA EXTRANJEROS

Un cordial saludo, Soy estudiante de la Carrera de Ingeniería en Turismo de la Universidad Tecnológica Equinoccial, estoy realizando un estudio de mercado para la implementación de un Eco Lodge en el Ecoparque Monte Selva, motivo por el cual, pido su colaboración.

INDICACIONES: Por favor indique con una (x) sus respuestas y escoja una sola opción por pregunta.

Edad: 21 a 25 años ____ 26 a 30 años ____ 31 a 35 años ____

36 a 40 años ____ 41 a 45 años ____ 46 a 50 años ____

Género: Masculino ____ Femenino ____

Lugar de procedencia: _____

Profesión _____

CUESTIONARIO

1. Cuántas veces ha visitado el Ecuador?

1 vez ____ 2 veces ____ 3 veces ____ más veces (especifique) ____

2. Su viaje lo realiza con:

Familia ____ Amigos ____ Compañeros de trabajo ____ Solo ____

3. Con cuántas personas realiza su viaje?

Solo ____ 1 a 3 persona ____ 4 a 6 personas ____

7 o más personas ____

4. ¿Cuántas veces ha visitado el Ecoparque Monte Selva?

1 vez ____ 2 veces ____ 3 veces ____

4 veces ____ 5 veces ó más ____ Especifique ____

5 ¿Ha utilizado en sus visitas el servicio de Camping que ofrece el Ecoparque Monte Selva?

Si _____ No _____

En el caso de responder Si: Califique el servicio que le proporcionó de acuerdo a su satisfacción.

Excelente _____ Regular _____ Malo _____

6 Le gustaría que el Ecoparque Monte Selva cuente con el servicio de Eco-Lodge (Cabañas Ecológicas) para su mejor satisfacción?

Si _____ No _____

7 ¿Cuál sería el precio que estuviera dispuesto a cancelar por este nuevo servicio por persona?

20 a 30 _____ 31 a 40 _____ 41 a 50 _____ 51 a 60 _____

Ponga el costo si es más _____

8 Qué tiempo le gustaría hospedarse en el Eco – Lodge?

1 noche _____ 3 noches _____
2 noches _____ 4 noches o más _____ Especifique _____

9 ¿Por qué medios conoció el Ecoparque Monte Selva?

Pág Web _____ Radio _____ Referencias Personales _____
Medios Impresos _____ Televisión _____

10 Considera que el Ecoparque Monte Selva es un sitio seguro para visitar?

Si _____ No _____

Si es No, identifique las causas: _____

11 Recomendaría Usted a sus conocidos, amigos, familiares visitar el Ecoparque Monte Selva?

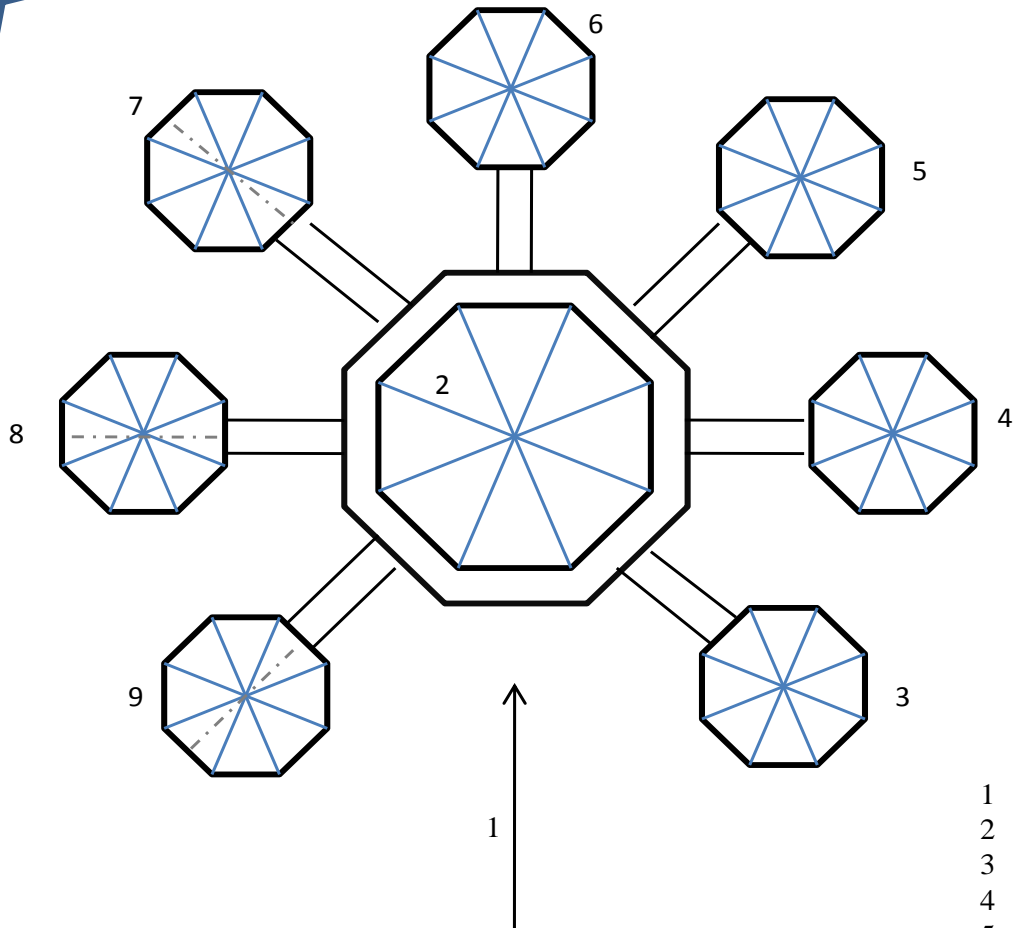
Si _____ No _____

¿Por qué? _____

Su información y aporte es muy valioso.

Gracias por su colaboración.

Distribución de Cabañas y Área Social

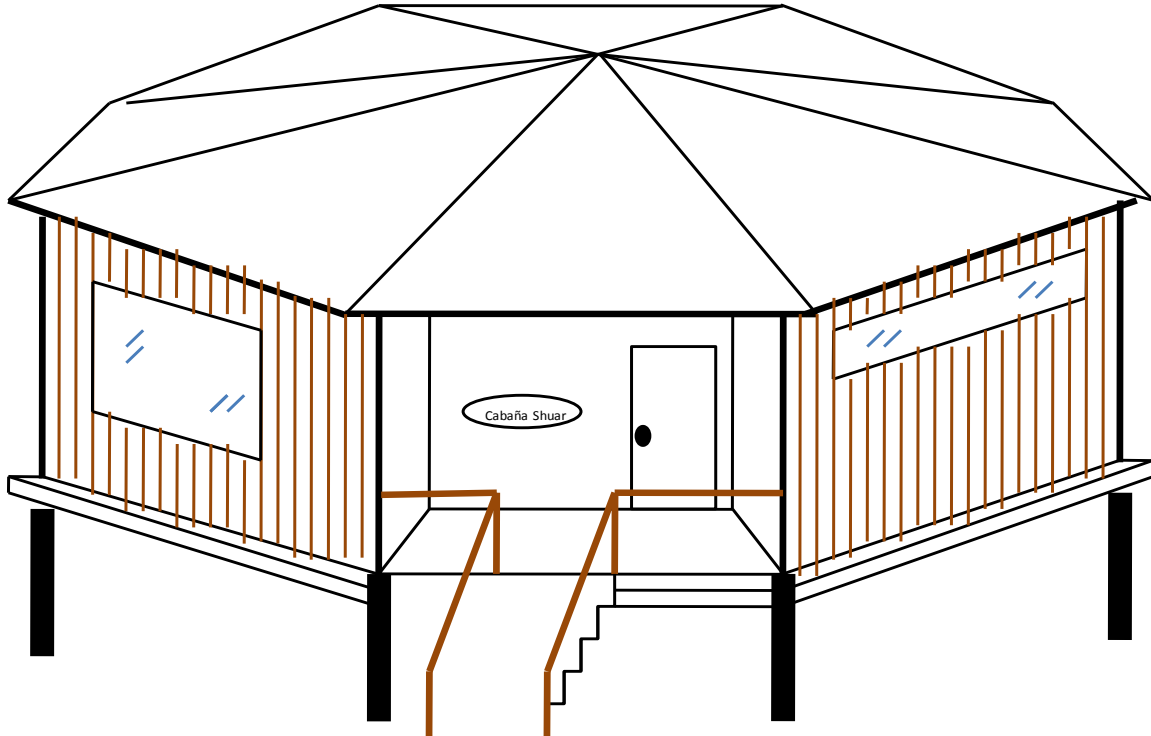


- 1 Ingreso
- 2 Área Social
- 3 Cabaña Huaorani
- 4 Cabaña Shuar
- 5 Cabaña Achuar
- 6 Cabaña Andoas
- 7 Cabaña Zapara 1 y 2
- 8 Cabaña Kiwcha 1 y 2
- 9 Cabaña Khiwiar 1 y 2

Eco – Lodge para Ecoparque Monte Selva

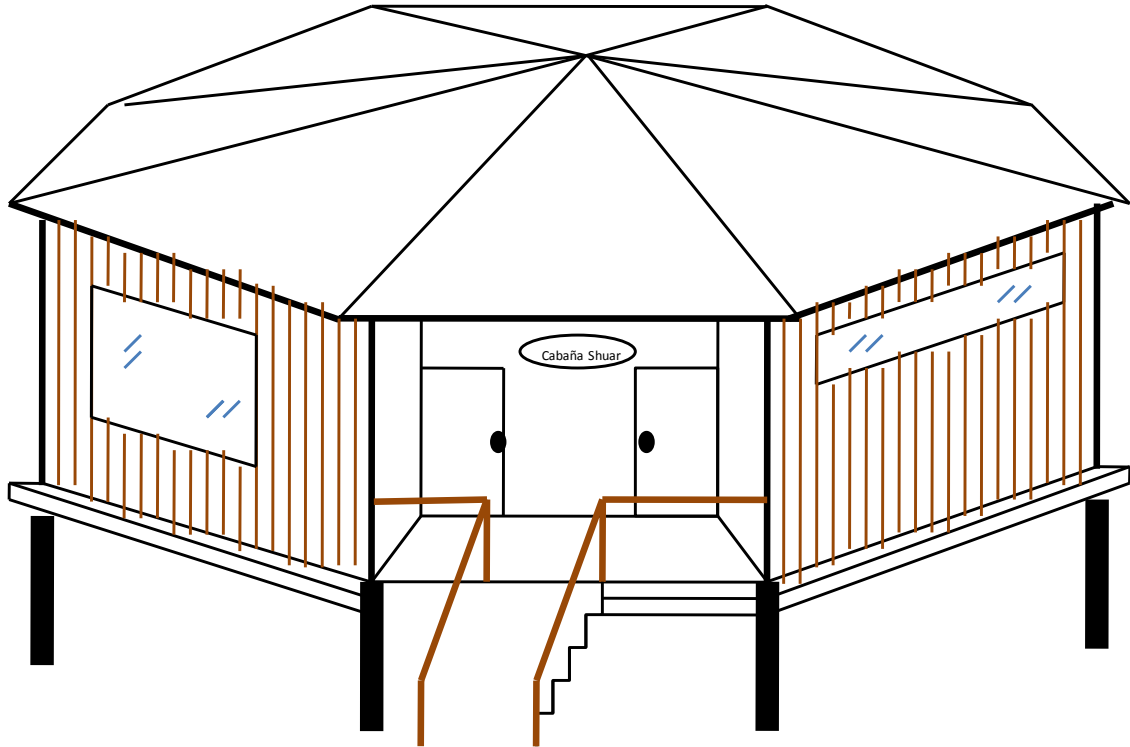
Proyecto	Propietario	Constructor	Contiene	Escala: Indicada	Lámina
Planos de Cabañas y Área Social del Eco – Lodge.	Ing. Pilar Medina	Arq. Wilde Ocaña	Escala: 1:125 1 Planta	Fecha:	1
				Julio, 2010	
				Ubicación: Ecoparque Monte Selva	

Fachada Frontal Cabañas Familiares



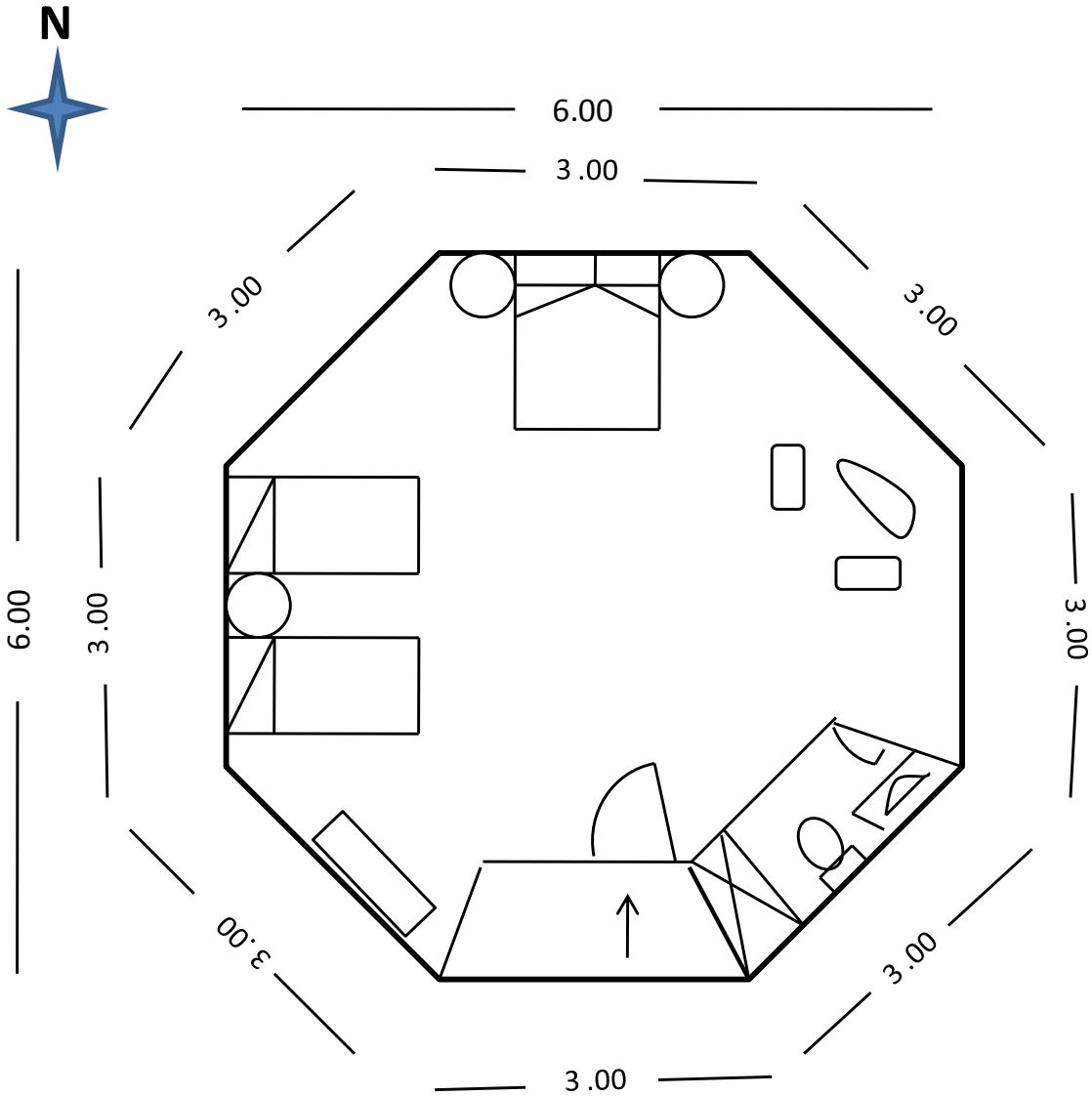
Eco – Lodge para Ecoparque Monte Selva					
Proyecto	Propietario	Constructor	Contiene	Escala: Indicada	Lámina
Planos Fachada Frontal Cabañas Familiares	Ing. Pilar Medina	Arq. Wilde Ocaña	Escala: 1:125 1 Planta	Fecha:	2
				Ubicación:	
				Indicada	
				Julio, 2010	
				Ecoparque Monte Selva	

Fachada Frontal Cabañas Triples



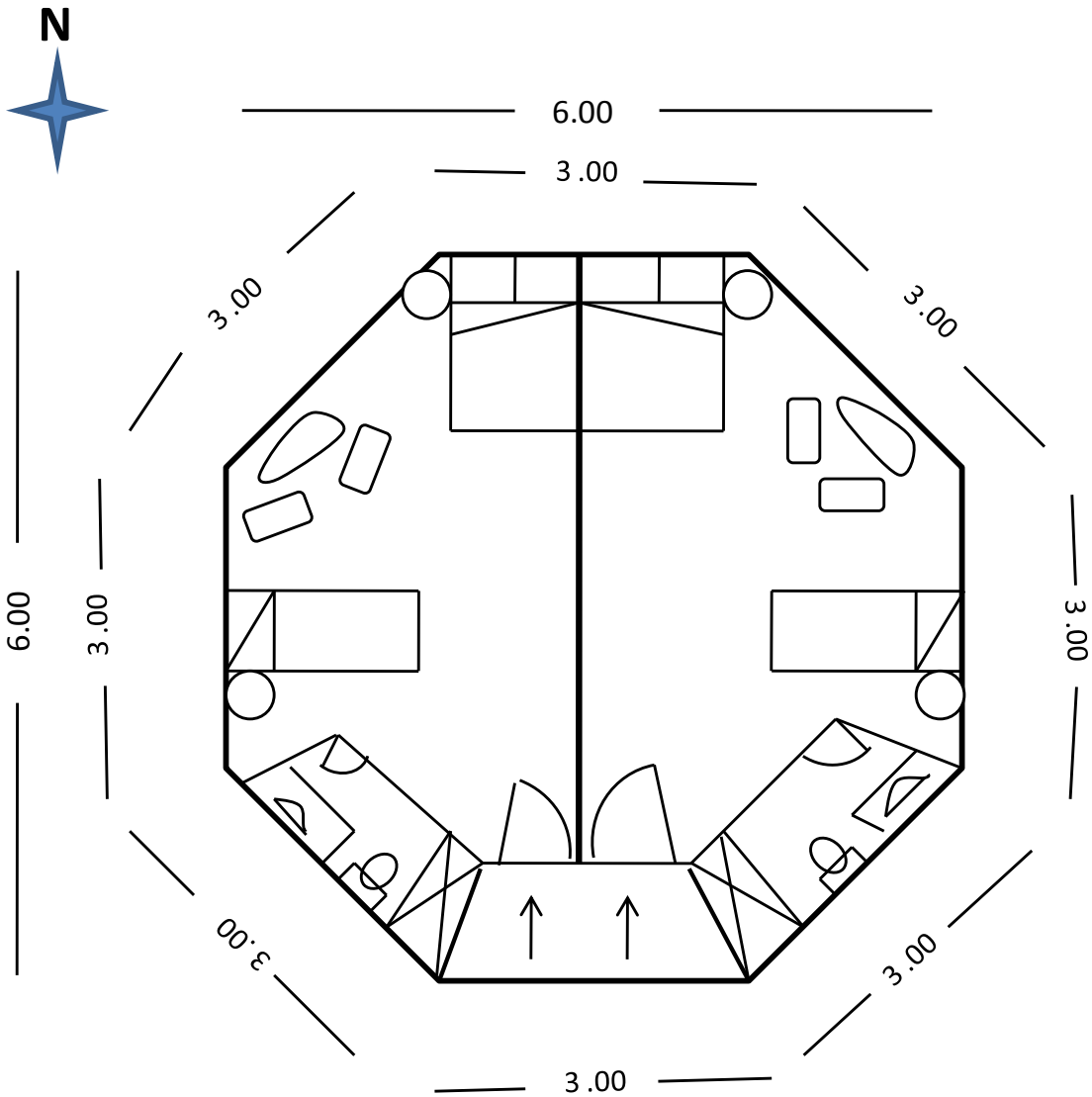
Eco – Lodge para Ecoparque Monte Selva					
Proyecto	Propietario	Constructor	Contiene	Escala: Indicada	Lámina
Planos Fachada Frontal Cabañas Triples	Ing. Pilar Medina	Arq. Wilde Ocaña	Escala: 1:125 1 Planta	Fecha:	3
				Ubicación:	
				Indicada	
				Fecha: Julio, 2010	
				Ubicación: Ecoparque Monte Selva	

Plano Planta Única de Cabañas Familiares

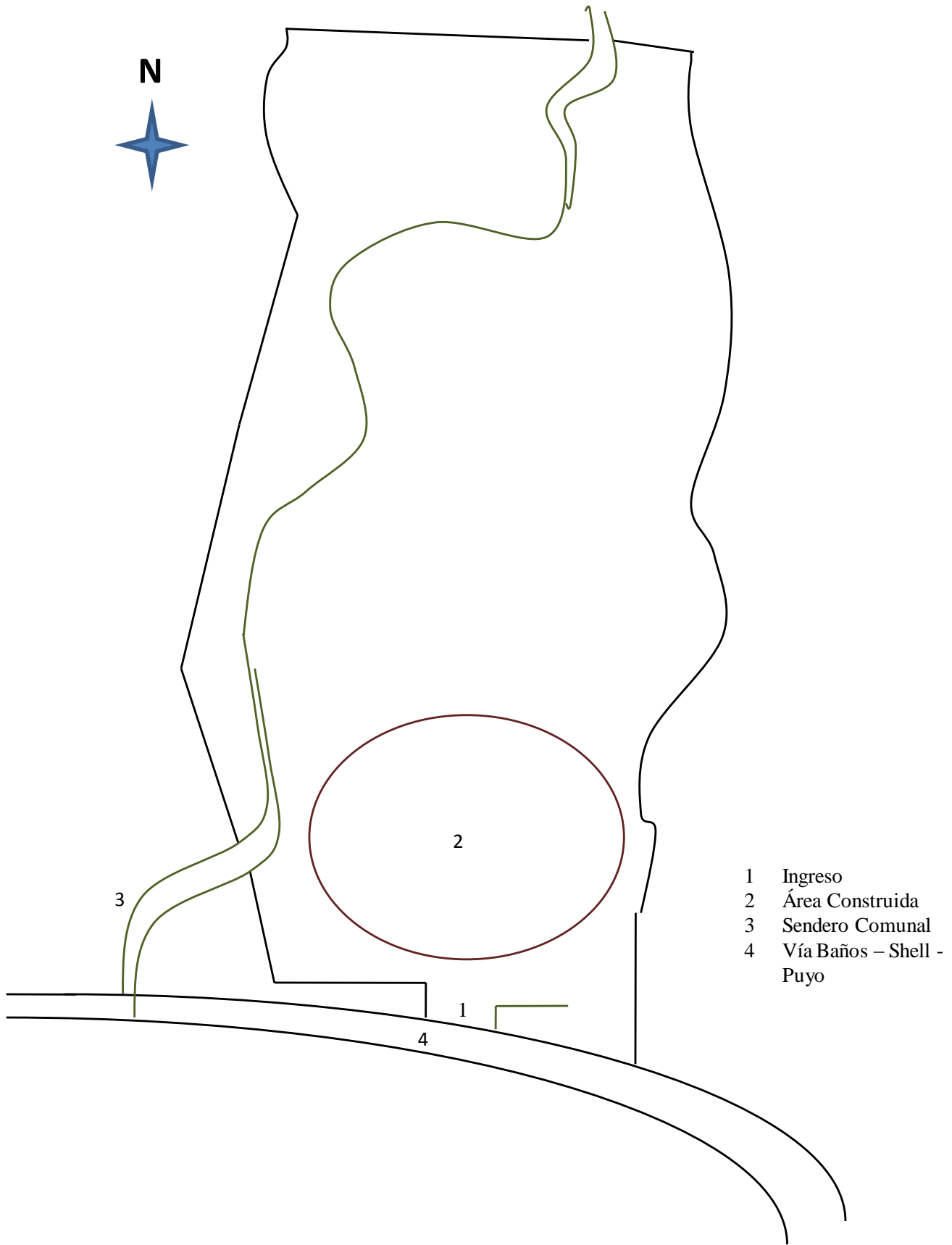


Eco – Lodge para Ecoparque Monte Selva					
Proyecto	Propietario	Constructor	Contiene	Escala: Indicada	Lámina
Planos Planta Única de Cabañas Familiares	Ing. Pilar Medina	Arq. Wilde Ocaña	Escala: 1:125 1 Planta	Fecha:	4
				Ubicación:	
				Ecoparque Monte Selva	

Plano Planta Única de Cabañas Triples

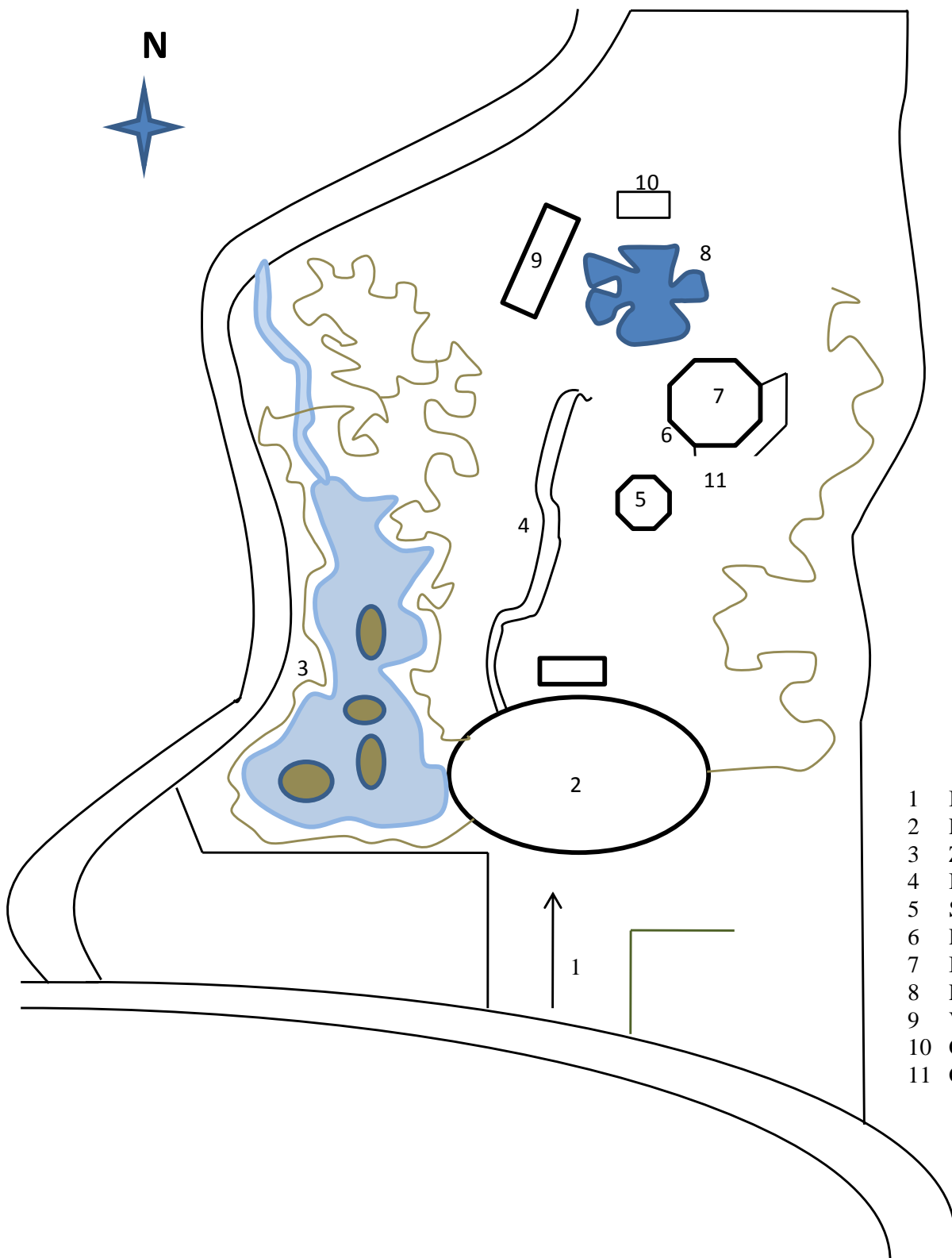


Eco – Lodge para Ecoparque Monte Selva					
Proyecto	Propietario	Constructor	Contiene	Escala: Indicada	Lámina
Planos Planta Única de Cabañas Triples	Ing. Pilar Medina	Arq. Wilde Ocaña	Escala: 1:125 1 Planta	Fecha: Julio, 2010	5
				Ubicación: Ecoparque Monte Selva	



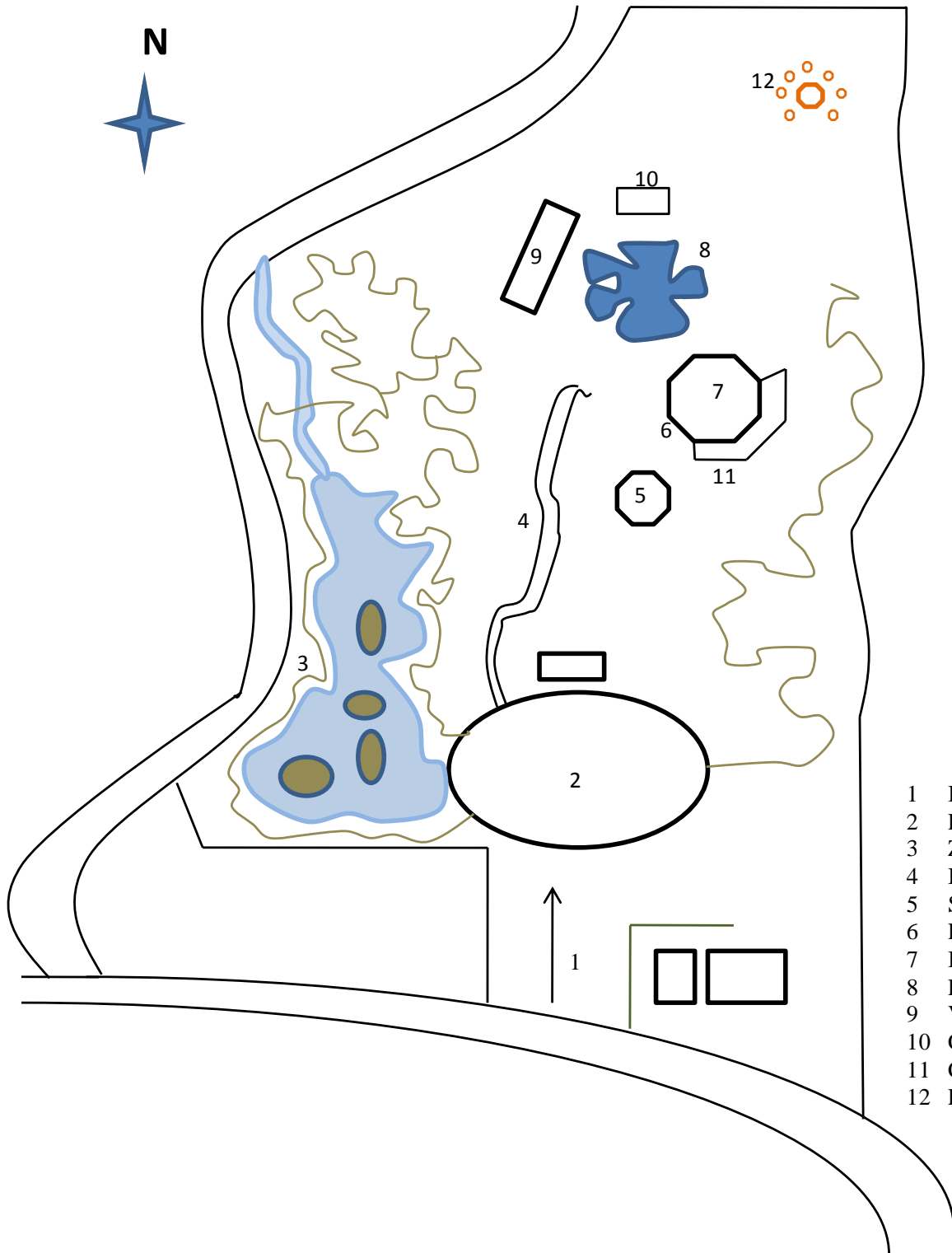
- 1 Ingreso
- 2 Área Construida
- 3 Sendero Comunal
- 4 Vía Baños - Shell - Puyo

Eco - Lodge para Ecoparque Monte Selva					
Proyecto	Propietario	Constructor	Contiene	Escala: Indicada	Lámina
Planos de Ecoparque Monte Selva	Ing. Pilar Medina	Arq. Wilde Ocaña	Escala: 1:125	Fecha:	6
				Ubicación:	
			1 Planta	Julio, 2010 Ecoparque Monte Selva	



- 1 Ingreso
- 2 Parqueadero
- 3 Zoo hogar
- 4 Ingreso Área Recreacional
- 5 Spa – Shamánico
- 6 Recepción
- 7 Bar – Restaurante
- 8 Piscina
- 9 Vestidores, Duchas, SS-HH
- 10 Cancha Deportiva
- 11 Camping

Eco – Lodge para Ecoparque Monte Selva					
Proyecto	Propietario	Constructor	Contiene	Escala: Indicada	Lámina
Planos Área Construida de Ecoparque Monte Selva	Ing. Pilar Medina	Arq. Wilde Ocaña	Escala: 1:125	Fecha:	7
				Ubicación:	
			1 Planta	Ecoparque Monte Selva	



- 1 Ingreso
- 2 Parqueadero
- 3 Zoo hogar
- 4 Ingreso Área Recreacional
- 5 Spa – Shamánico
- 6 Recepción
- 7 Bar – Restaurante
- 8 Piscina
- 9 Vestidores, Duchas, SS-HH
- 10 Cancha Deportiva
- 11 Camping
- 12 Eco - Lodge

Eco – Lodge para Ecoparque Monte Selva					
Proyecto	Propietario	Constructor	Contiene	Escala: Indicada	Lámina
Planos Área Construida de Ecoparque Monte Selva con Área del Eco - Lodge	Ing. Pilar Medina	Arq. Wilde Ocaña	Escala: 1:125 1 Planta	Fecha:	8
				Ubicación:	
				Ecoparque Monte Selva	