



# **UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL**

**FACULTAD DE TURISMO,  
HOTELERÍA Y GASTRONOMÍA**

**CARRERA DE TURISMO Y  
PRESERVACIÓN AMBIENTAL**

**TESIS DE GRADO PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
INGENIERA EN EMPRESAS TURÍSTICAS Y ÁREAS NATURALES**

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN ECOLOGE EN EL CANTON  
QUIJOS, PROVINCIA DEL NAPO”**

**AUTORA:**

**SORAYA NATALIA FLOR ANANGONO**

**DIRECTOR:**

**MS. RICARDO RIVAS**

**QUITO – ECUADOR**

**2015**

## **DECLARATORIA**

El contenido de la presente Investigación, “**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN ECOLOGDE EN EL CANTON QUIJOS, PROVINCIA DEL NAPO**” se responsabilizan las personas que comparecen a continuación.

SORAYA NATALIA FLOR A.  
**AUTORA**

MR. RICARDO RIVAS  
**DIRECTOR**

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios por su infinito amor demostrado en la perseverancia y fortaleza que me ha permitido lograr cumplir una meta más.

A la Universidad Tecnológica Equinoccial, Autoridades Universitarias, Docentes encargados de transmitir los conocimientos y sabiduría durante toda la carrera.

A mi Madre quien ha sido pilar fundamental en mi vida y educación, gracias por toda tu tenacidad, amor, paciencia y lucha insaciable eres un gran ejemplo a seguir. Te amo infinitamente.

A mi hermana que aunque hay ocasiones que parecemos estar en batalla, hay momentos en que la guerra cesa y nos unimos para lograr nuestros objetivos, tu eres parte de este logro y mi gran motivación.

A mis grandes amigos por todos estos años juntos porque cada día me han animado a cumplir esta meta, nunca olvidare cada uno de sus consejos oportunos y ayuda totalmente desinteresada.

Y gracias a todas esas personas que no han sido mencionadas pero que han contribuido con un granito de arena para que hoy sea un buen ser humano dispuesto a compartir lo poco o mucho que la vida me ha dado.

Gracias nuevamente por todo!!!

## DEDICATORIA

A mi madre por su ejemplar demostración de que en la vida no hay que desfallecer ni rendirse ante nada, tus esfuerzos son impresionantes y tu amor para mi es invaluable.

Me has guiado por este largo camino corrigiendo mis faltas y celebrando mis triunfos.

Esto es por ti y para tíjji

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

DECLARATORIA

AGRADECIMIENTO

DEDICATORIA

ÍNDICE DE CONTENIDOS

ÍNDICE DE TABLAS

ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>I. PLAN DE TESIS .....</b>	<b>i</b>
<b>I.I. Planteamiento del problema .....</b>	<b>i</b>
<b>I.II. Antecedentes .....</b>	<b>i</b>
<b>I.III. Justificación .....</b>	<b>iii</b>
<b>I.IV. Delimitación del tema.....</b>	<b>iii</b>
<b>I.V. Planteamiento de objetivos .....</b>	<b>iv</b>
I. V. I. Objetivo general.....	iv
I.V.II. Objetivos específicos .....	iv
<b>I.VI. Marco referencial.....</b>	<b>v</b>
<b>I.VII. Marco teórico .....</b>	<b>v</b>
<b>I.VIII. Marco jurídico .....</b>	<b>ix</b>
<b>I.IX. Marco conceptual .....</b>	<b>ix</b>
<b>I.X. Variables .....</b>	<b>x</b>
<b>I.XI. Técnicas de investigación .....</b>	<b>xi</b>
<b>CAPITULO I.....</b>	<b>1</b>
<b>1. GENERALIDADES DE LA PROVINCIA DEL NAPO .....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 ANTECEDENTES HISTÓRICOS.....</b>	<b>1</b>
1.1.1 La expedición de Gonzalo Pizarro .....	1
1.1.2 Las poblaciones aborígenes .....	1

1.1.3	Los quichuas del Napo .....	2
1.1.4	Los aucas o Huaoranis .....	2
<b>1.2</b>	<b>SITUACIÓN GEOGRÁFICA .....</b>	<b>3</b>
1.2.1	Geografía.....	3
1.2.2	Ríos .....	4
1.2.3	Demografía.....	4
1.2.4	Clima .....	4
<b>1.3</b>	<b>TURISMO.....</b>	<b>5</b>
1.3.1	Atracciones para el turismo .....	5
<b>1.4</b>	<b>CANTÓN QUIJOS .....</b>	<b>6</b>
1.4.1	Antecedentes Históricos .....	6
<b>1.5</b>	<b>SITUACIÓN GEOGRÁFICA .....</b>	<b>8</b>
1.5.1	Ubicación Geográfica .....	8
1.5.2	Límites .....	8
1.5.6	Clima .....	9
1.5.7	Precipitación anual .....	9
1.5.8	Temperatura .....	9
1.5.9	Población.....	9
1.5.10	Vialidad.....	10
<b>1.6</b>	<b>ASPECTO SOCIO ECONÓMICO .....</b>	<b>11</b>
1.6.1	El comercio.....	11
1.6.2	Actividades económicas en Quijos .....	12
<b>1.7</b>	<b>ATRATIVOS TURÍSTICOS .....</b>	<b>14</b>
1.7.1	Termas de Papallacta.....	14
1.7.2	Río Quijos.....	15
1.7.3	El Río Cosanga.....	15
1.7.4	Baeza, Patrimonio Cultura de la Nación .....	16
1.7.5	La ruta del agua.....	17
<b>1.8</b>	<b>MANIFESTACIONES CULTURALES .....</b>	<b>17</b>
<b>1.9</b>	<b>PARROQUIA BAEZA .....</b>	<b>19</b>
1.9.1	Reseña histórica .....	19
1.9.2	Extensión .....	20
1.9.3	Temperatura .....	20
1.9.4	Límites.....	20

1.9.5 Población .....	20
1.9.6 Hidrografía.....	21
<b>1.10 PRINCIPALES ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE LA PARROQUIA BAEZA .....</b>	<b>21</b>
1.10.1 Mirador de Condijua .....	21
1.10.2 Cascada del Río Machángara .....	22
1.10.3 Reserva Etno-Botánica Cumandá .....	22
1.10.4 Baeza Colonial .....	23
1.10.5 Galería Arte los Troncos .....	23
1.10.6 Granja integral Quijos.....	24
<b>1.11 ACCESO.....</b>	<b>25</b>
<b>1.12 GASTRONOMÍA.....</b>	<b>26</b>
<b>CAPITULO II .....</b>	<b>28</b>
<b>2 ESTUDIO DE MERCADO .....</b>	<b>28</b>
2.1 INTRODUCCIÓN.....	28
2.2 OBJETIVOS .....	28
2.3 DEFINICIÓN DE ESTUDIO DE MERCADO .....	29
2.4 SEGMENTO DE MERCADO .....	29
2.5 TAMAÑO DEL PROYECTO.....	29
2.6. DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA .....	29
2.6.1. Turistas Nacionales .....	29
2.6.1.1. Encuesta nacionales.....	32
2.6.1.2. Tabulación y análisis de la encuesta realizada a una muestra poblacional de la parroquia de Baeza.....	32
2.6.2 Pobladores .....	47
2.6.2.1. Diseño de la encuesta para los pobladores .....	49
2.6.2.2. Tabulación y análisis de la encuesta realizada a una muestra poblacional la parroquia de Baeza.....	49
2.7 ANÁLISIS DE LA OFERTA.....	57
2.7.1 Oferta directa.....	57
2.8 ANÁLISIS DE LA DEMANDA .....	58

2.9 CALCULO DE LA DEMANDA ACTUAL Y FUTURA PROYECCIONES	60
2.11 OPORTUNIDADES EN EL MERCADO .....	62
<b>CAPITULO III.....</b>	<b>64</b>
<b>3. PLAN DE MARKETING .....</b>	<b>64</b>
3.1 INTRODUCCIÓN.....	64
3.2 DEFINICIÓN DE MARKETING TURÍSTICO .....	64
3.3 DEFINICIÓN DE PLAN DE MARKETING TURÍSTICO.....	64
3.3.1 Objetivo del plan de marketing.....	65
3.4 ESTRUCTURA DE UN PLAN DE MARKETING.....	65
3.4.1 Sumario ejecutivo.....	65
3.4.2 Análisis de situación.....	65
3.4.3 Análisis de mercado.....	66
3.4.5 Análisis FODA.....	66
3.4.4.1 Definición de FODA.....	66
3.4.4.2 Análisis FODA del Eco Lodge.....	69
3.5 MATRIZ FODA .....	70
3.6 MARKETING MIX.....	71
3.6.1 Producto.....	71
3.6.2 Precio .....	73
3.6.3 Plaza .....	75
3.6.4 Promoción y publicidad .....	76
3.7 Presupuesto .....	78
3.8 SISTEMA DE CONTROL .....	78
3.8.1 Proceso de control .....	79
<b>CAPITULO IV.....</b>	<b>80</b>
<b>4. ESTUDIO TÉCNICO PARA LA CREACIÓN DE UN ECO LODGE .....</b>	<b>80</b>
4.1. INTRODUCCIÓN.....	80
4.2 OBJETIVOS DEL ESTUDIO TÉCNICO .....	80

<b>4.3 CALIDAD EN LOS SERVICIOS TURÍSTICOS .....</b>	<b>80</b>
4.3.1 Reglamento de ecoturismo y sostenibilidad .....	82
<b>4.4 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO.....</b>	<b>83</b>
4.4.1 Macro localización.....	83
4.3.2 Micro localización .....	85
4.3.2.1 FACTORES DE LOCALIZACIÓN .....	86
<b>4.4 ECO LODGE .....</b>	<b>87</b>
4.4.1 Logotipo.....	87
<b>4.5 SLOGAN .....</b>	<b>88</b>
<b>4.6 ITINERARIO DE ACTIVIDADES .....</b>	<b>88</b>
<b>4.7 PLANIFICACIÓN ARQUITECTÓNICA .....</b>	<b>91</b>
<b>4.8 MATERIALES.....</b>	<b>92</b>
<b>4.9 PLANIFICACIÓN DE INGENIERÍA .....</b>	<b>93</b>
<b>4.10 INGENIERÍA DEL PROYECTO.....</b>	<b>93</b>
4.10.1 Áreas Generales .....	95
4.10.2 Área administrativa.....	101
4.10.3 Áreas de Servicios .....	102
<b>4.11 RECURSOS MATERIALES DEL PROYECTO .....</b>	<b>103</b>
4.11.1 Materiales áreas generales .....	103
4.11.2 Materiales área administrativa.....	106
4.11.3 Materiales área de servicios.....	108
<b>CAPITULO V.....</b>	<b>111</b>
<b>ESTUDIO ADMINISTRATIVO, Y LEGAL .....</b>	<b>111</b>
<b>5.1. INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>111</b>
<b>5.2. JUSTIFICACIÓN .....</b>	<b>111</b>
<b>5.3 AYAGUAZCA.....</b>	<b>111</b>
5.3.1 Misión.....	111
4.3.2 Visión .....	112
4.3.3 Valores corporativos.....	112
4.3.4 Política empresarial.....	113

<b>5.4 ESTRATEGIAS:</b> .....	<b>114</b>
<b>5.6 REQUERIMIENTO ADMINISTRATIVO Y ORGANIZACIONAL DEL ECO LODGE</b> .....	<b>115</b>
<b>5.7 PROCESOS DE SELECCIÓN DE PERSONAL</b> .....	<b>118</b>
5.5.1 Planes para capacitación .....	119
5.5.2 PLANES VALORACIONES DE SUELDOS Y PRESUPUESTOS .	119
<b>5.6 Aspectos administrativos</b> .....	<b>120</b>
<b>5.7 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL</b> .....	<b>120</b>
5.7.1 Organigrama estructural y funcional.....	121
<b>5.8 ASPECTOS LEGALES</b> .....	<b>122</b>
5.8.1 Ley de turismo.....	122
<b>5.9 PROCESO JURÍDICO A ADOPTARSE</b> .....	<b>123</b>
<b>5.10 PROCESOS PARA OBTENER PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO Y AUTORIZACIONES LEGALES</b> .....	<b>123</b>
5.10.1 Licencia anual de funcionamiento .....	123
4.10.2 Registro del nombre del proyecto.....	126
4.10.3 Requisitos para la afiliación a la cámara de turismo .....	127
5.10.4 Patente municipal.....	127
5.10.5 Uso de suelo .....	128
5.10.6 Registro único de contribuyentes .....	128
5.10.7 Certificado de control sanitario .....	128
4.10.8 Permiso del cuerpo de bomberos.....	129
4.10.9 Certificado ambiental.....	129
5.10.10 Afiliación.....	130
<b>CAPITULO VI</b> .....	<b>131</b>
<b>6. ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO</b> .....	<b>131</b>
<b>6.1 INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>131</b>
6.1.1 INVERSIONES DEL PROYECTO .....	131
6.1.1.1 Inversiones fijas .....	132
6.1.2 Capital de trabajo .....	135
<b>6.2 COSTOS DEL PROYECTO</b> .....	<b>136</b>

6.2.1 Costos de producción.....	137
<b>6.3 GASTOS DEL PROYECTO .....</b>	<b>139</b>
6.3.1 Gastos administrativos.....	139
6.3.2 Gastos de ventas .....	142
<b>6.4 PRESUPUESTOS .....</b>	<b>143</b>
6.4.1 Presupuesto de egresos .....	143
6.4.2 Presupuesto de ingresos.....	145
<b>6.5 FINANCIAMIENTO.....</b>	<b>147</b>
<b>6.6 ESTADOS FINANCIEROS.....</b>	<b>148</b>
6.6.1 Estado de situación inicial .....	149
6.6.2 Estado de resultados.....	152
6.6.3 Flujo de efectivo .....	154
<b>6.7 EVALUACIÓN FINANCIERA .....</b>	<b>156</b>
6.7.1 Valor Actual Neto (VAN).....	156
6.7.2 Tasa Interna de Retorno (TIR) .....	157
6.7.2 El Costo Beneficio (B/C).....	159
6.7.3 El periodo de Recuperación de la Inversión (PRI).....	159
6.7.4 Punto de Equilibrio .....	161
<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....</b>	<b>163</b>
<b>CONCLUSIONES .....</b>	<b>163</b>
<b>RECOMENDACIONES .....</b>	<b>164</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA .....</b>	<b>165</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1.</b> Parroquias del Cantón Quijos .....	8
<b>Tabla 2.</b> Prestaciones .....	9
<b>Tabla 3.</b> Población Cantón Quijos.....	10
<b>Tabla 4.</b> Agricultura en Baeza.....	13
<b>Tabla 5.</b> Turistas nacionales .....	30
<b>Tabla 6.</b> Oferta directa .....	57
<b>Tabla 7.</b> Ingreso de turistas cantón Quijos.....	59
<b>Tabla 8.</b> Calculo de demanda actual y futura proyecciones.....	60
<b>Tabla 9.</b> Demanda futura .....	61
<b>Tabla 10.</b> Análisis FODA.....	69
<b>Tabla 11.</b> Matriz FODA .....	70
<b>Tabla 12.</b> Fijación de precios .....	74
<b>Tabla 13. Gastos de marketing</b> .....	78
<b>Tabla 14.</b> Factores de localización.....	86
<b>Tabla 15.</b> Senderos ecológicos.....	100
<b>Tabla 16.</b> Área para piscina .....	100
<b>Tabla 17.</b> Área para camping.....	100
<b>Tabla 18.</b> Área de juegos infantiles .....	101
<b>Tabla 19.</b> Áreas Verdes .....	101
<b>Tabla 20.</b> Área administrativa .....	101
<b>Tabla 21.</b> Área para bodega .....	102
<b>Tabla 22.</b> Área para parqueadero .....	102
<b>Tabla 23.</b> Área para habitaciones .....	102
<b>Tabla 24.</b> Área para restaurante .....	103
<b>Tabla 25.</b> Área <b>Centro de interpretación ambiental</b> .....	103
<b>Tabla 26.</b> Valor sección senderos.....	104
<b>Tabla 27.</b> Valor sección piscina .....	104
<b>Tabla 28.</b> Valor sección camping.....	104
<b>Tabla 29.</b> Valor sección juegos infantiles .....	105
<b>Tabla 30.</b> Valor sección áreas verdes.....	105
<b>Tabla 31.</b> Materiales ares generales.....	105
<b>Tabla 32.</b> Valor sección administrativa.....	106

<b>Tabla 33.</b> Valor sección bodega.....	107
<b>Tabla 34.</b> Valor sección parqueadero .....	107
<b>Tabla 35.</b> Materiales.....	107
<b>Tabla 36.</b> Valor sección informática .....	108
<b>Tabla 37.</b> Valor sección habitaciones .....	109
<b>Tabla 38.</b> Valor sección restaurante .....	109
<b>Tabla 39.</b> Materiales para secciones .....	110
<b>Tabla 40.</b> Personal para Eco Lodge.....	119
<b>Tabla 41.</b> Personal.....	120
<b>Tabla 42.</b> Edificio .....	132
<b>Tabla 43.</b> Terreno .....	133
<b>Tabla 44.</b> Muebles y Enseres.....	133
<b>Tabla 45.</b> Vehículos .....	134
<b>Tabla 46.</b> Equipos Generales.....	134
<b>Tabla 47.</b> Equipo de Computo .....	134
<b>Tabla 48.</b> Maquinarias.....	135
<b>Tabla 49.</b> Capital de Trabajo.....	136
<b>Tabla 50.</b> Materias primas.....	137
<b>Tabla 51.</b> Mano de obra.....	138
<b>Tabla 52.</b> Materiales directos .....	138
<b>Tabla 53.</b> Materiales indirectos .....	139
<b>Tabla 54.</b> Sueldo y salarios.....	140
<b>Tabla 55.</b> Accesorios.....	140
<b>Tabla 56.</b> Gasto de oficina .....	141
<b>Tabla 57.</b> Gastos administrativos.....	141
<b>Tabla 58.</b> Servicios básicos .....	141
<b>Tabla 59.</b> Otros Gastos administrativos .....	142
<b>Tabla 60.</b> Depreciaciones .....	142
<b>Tabla 61.</b> Gastos de Ventas.....	143
<b>Tabla 62.</b> Presupuesto de egresos .....	144
<b>Tabla 63.</b> Precios y turistas para Eco Lodge.....	145
<b>Tabla 64.</b> Presupuesto de ingresos .....	145
<b>Tabla 65.</b> Préstamo bancario .....	148
<b>Tabla 66.</b> Estado Situación Inicial .....	150

<b>Tabla 67.</b> Estado Resultados .....	152
<b>Tabla 68.</b> Flujo de Efectivo.....	154
<b>Tabla 69.</b> Tasa de descuento.....	156
<b>Tabla 70.</b> Calculo de la TIR.....	158
<b>Tabla 71.</b> Cálculo periodo de recuperación.....	160

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>Gráfico 1.</b> Geografía de la Provincia de Napo .....	3
<b>Gráfico 2.</b> Cantón Quijos .....	7
<b>Gráfico 3.</b> División del Cantón .....	11
<b>Gráfico 4.</b> Actividades comerciales .....	12
<b>Gráfico 5.</b> Actividad económica del Quicos .....	13
<b>Gráfico 6.</b> Termas de Pallacta .....	14
<b>Gráfico 7.</b> Rio Quijos .....	15
<b>Gráfico 8.</b> Rio Cosanga .....	16
<b>Gráfico 9.</b> Arqueología de Baeza .....	17
<b>Gráfico 10.</b> Primeros colonos de Baeza frente a la segunda iglesia en los años 30 .....	20
<b>Gráfico 11.</b> Mirador de Condijua.....	21
<b>Gráfico 12.</b> Cascada Rio Machángara.....	22
<b>Gráfico 13.</b> Óleo de Joel Gutiérrez Marín, "Nostalgia", Iglesia y Convento de Baeza Antigua. 2006 .....	23
<b>Gráfico 14.</b> Galería Arte los Troncos .....	24
<b>Gráfico 15.</b> Granja municipal .....	26
<b>Gráfico 16.</b> Trucha.....	26
<b>Gráfico 17.</b> Chicha de chonta .....	27
<b>Gráfico 18.</b> Nivel de conocimiento Cantón Quijos .....	32
<b>Gráfico 19.</b> Motivo de viaje .....	33
<b>Gráfico 20.</b> Tipo de alojamiento para para su viaje .....	34
<b>Gráfico 21.</b> Numero de acompañantes en su viaje.....	35
<b>Gráfico 22.</b> Tiempo de estadía .....	36
<b>Gráfico 23.</b> Tarifa de alojamiento .....	37
<b>Gráfico 24.</b> Actividad turística que realiza .....	38
<b>Gráfico 25.</b> Medios de publicidad para los nuevos lugares de alojamiento ....	39
<b>Gráfico 26.</b> Calificación de la oferta hotelera.....	40
<b>Gráfico 27.</b> Presupuesto para su viaje.....	41
<b>Gráfico 28.</b> Motivo de visita .....	42
<b>Gráfico 29.</b> Gastronomía que espera recibir.....	43
<b>Gráfico 30.</b> Infraestructura turística .....	44

<b>Gráfico 31.</b> Sistema todo incluido en precios .....	45
<b>Gráfico 32.</b> Servicio de hospedaje.....	46
<b>Gráfico 33.</b> Servicio de hospedaje en Baeza.....	49
<b>Gráfico 34.</b> Implementación de nueva Infraestructura hotelera .....	50
<b>Gráfico 35.</b> Nivel de aceptación en la construcción de un establecimiento ecológico .....	51
<b>Gráfico 36.</b> Afluencia turística.....	52
<b>Gráfico 37.</b> Mejora en la calidad de vida .....	53
<b>Gráfico 38.</b> Infraestructura vial .....	54
<b>Gráfico 39.</b> Participación de la comunidad .....	55
<b>Gráfico 40.</b> Servicios a implementar.....	56
<b>Gráfico 41.</b> Demanda futura .....	62
<b>Gráfico 42.</b> Proceso de control .....	79
<b>Gráfico 43.</b> Zonas turísticas.....	83
<b>Gráfico 44.</b> Micro localización.....	85
<b>Gráfico 45.</b> Logotipo Eco Lodge .....	87
<b>Gráfico 46.</b> Diseño arquitectónico .....	96
Gráfico 47. Cabañas.....	97
<b>Gráfico 48.</b> Administración .....	98
Gráfico 49. Hospedaje administración.....	99
<b>Gráfico 50.</b> Requerimiento administrativo y organizacional del Eco Lodge ..	117
<b>Gráfico 51.</b> Organigrama estructural y funcional .....	121
<b>Gráfico 52.</b> Organigrama estructural y funcional .....	121
<b>Gráfico 53.</b> Punto de equilibrio .....	161

## **I. PLAN DE TESIS**

### **I.I. Planteamiento del problema**

En estos últimos años hemos sido testigos de la destrucción de la Amazonia Ecuatoriana, provocada por empresas petroleras que en su afán de extraer petróleo no les ha importado acabar con los últimos remanentes de bosque primario, lo que implica también terminar con la flora y fauna de la región. Otro de los problemas que afecta directamente a la zona de influencia del proyecto es la deforestación de los bosques debido a la falta de control por parte de las autoridades, la deficiente capacitación y educación ambiental a las comunidades.

La aculturización de los pueblos en el que no se ha tomado en cuenta el conocimiento ancestral de la etnia, ni su cosmovisión por lo tanto su cultura se deteriora y se pierden saberes ancestrales de gran valor. Su enseñanza está basada en el modelo occidental y no corresponde a un tipo de educación que debería estar basada en el rescate y difusión de su sabiduría patrimonial.

Tomando en cuenta así que el turismo en esta región es diverso, por lo que en el Cantón Quijos no existe un lugar de esparcimiento y relajación que cuenten con la capacidad y servicios de calidad por lo que surge la necesidad de crear un Eco Lodge que cumpla con todas las normas de calidad y ambientales ISO y a su vez logre interactuar con el turista fomentando la conservación de dicho lugar y satisfaciendo sus necesidades.

### **I.II. Antecedentes**

El Cantón Quijos es una zona de mucha riqueza turística y biodiversidad, con un gran potencial económico y a su vez con una débil infraestructura y fragilidad en su ecosistema. Zona que se desarrolla actualmente en el aspecto agrícola con invernaderos destinados a los cultivos de tomate arveja, hortalizas y se ha incursionado en el cultivo del babaco.

Además se están desarrollando actividades paralelas en menor escala como la piscicultura que ha encontrado condiciones muy favorables para obtener un buen desarrollo. Por dichas características se ha escogido el Cantón Quijos para la realización de dicho proyecto con el que se pretende principalmente promocionar el lugar y así lograr que este se convierta en un destino turístico preferido tanto por el turismo nacional como el internacional.

En medio de este tesoro natural se pretende realizar un estudio el mismo que nos permita determinar y verificar la aceptación del turista y si es apropiado la creación del proyecto observando el lugar y la zona de influencia determinando así sus aspectos sociales, ambientales, económicas y culturales que nos ayuden a determinar lineamientos para la implementación del mismo, determinando sus deficiencias existentes en los actuales Establecimientos Turísticos con la finalidad de analizar y asumir errores para evitar que no se comenten más falencias de ese tipo.

Para ello se creará un Eco Lodge que cumpla con todas las Normas de Calidad Ambientales. Por lo que en este nuevo sitio de recreación su infraestructura será basada en materiales autóctonos de la zona, los que eviten que se genere un Impacto Ambiental y a su vez cumpla con las expectativas del turista. El visitante aprenderá acerca de la biodiversidad de la zona, por medio de la conservación de arcaes vegetales en las mismas que se podrá realizar sembrados en el cual se demuestre la importancia de la prevención, cuidado y mantenimiento de la vida vegetal, ya que cada árbol menos en la faz de la tierra es un día menos en nuestra existencia.

El sitio estará muy bien orientado al esparcimiento a través de un sendero guiado en el que se podrá apreciar el avistamiento de toda la flora y fauna existente y para finalizar un grato encuentro con una majestuosa cascada la que brindará paz interior al alma del visitante, garantizando bajos niveles de estrés. Por lo cual se asegura que estas actividades serán practicadas solo para aquellos aventureros quienes buscan llegar al clímax en medio de un paraíso de aguas puras y cristalinas.

### **I.III. Justificación**

El área de ejecución de dicho proyecto es el Cantón Quijos, brinda características favorables para desarrollar actividades turísticas de relajación y esparcimiento. Por otro lado la demanda que existe en la zona es amplia pero existen pocos establecimientos que brinden la calidad y los servicios para la satisfacción de los turistas.

La ventaja de esta zona es que presta condiciones de recursos naturales que pueden ser explotados racionalmente para el desarrollo de la actividad turística. Por lo que se desarrollara un proyecto innovador que a más de proteger la naturaleza, cumplirá con los servicios básicos para esta actividad, lo que es muy importante para el flujo de turistas que necesitan ser atendidos de una buena manera.

La importancia de implementar fuentes de trabajo es otro de los factores que impulsan para la creación de este novedoso proyecto por lo que se incluirá varias actividades con la comunidad para que las mismas mantengan un mejor nivel y calidad de vida. Las actividades turísticas bien planificadas y fundamentadas pueden representar una nueva alternativa de hacer turismo, que es justamente lo que se pretende en la realización de este proyecto como:

Realizar tours con la finalidad de que los turistas aprendan más acerca de los recursos naturales y la suntuosidad de la naturaleza. Producción de alimentos autóctonos de la zona con la participación de la comunidad y Motivación para el intercambio de la cultura, folclore y tradiciones de la zona.

### **I.IV. Delimitación del tema**

En la presente investigación se propone un estudio para diseñar un Eco Lodge en el Cantón Quijos, Provincia de Napo realizando un diagnóstico eco turístico; elaborando un estudio de mercado con la aplicación de encuestas a turistas extranjeros nacionales y locales de las ciudades de Quijos y Baeza, el mismo que se realizara en un tiempo aproximado de 3 años. Cuenta con un enlace

terrestre Vía Quito – Papallacta – Y de Baeza –Baeza con un tiempo de 2h 35 con un servicio de buses interprovinciales.

Las limitaciones de estudio se presentan debido al factor económico y falta de medios de información. Sin embargo es factible la realización del mismo es viable ya que la ejecución del mismo constituye una propuesta base para el desarrollo turístico de la zona.

## **I.V. Planteamiento de objetivos**

### **I. V. I. Objetivo general**

Crear la infraestructura necesaria para fomentar la práctica de actividades eco turístico en el Cantón Quijos para la conservación de la biodiversidad y mejorar el desarrollo socioeconómico de la zona.

### **I.V.II. Objetivos específicos**

- Identificar la oferta y demanda de los turistas de CO.
- Elaborar el presupuesto respectivo.
- Plantar estrategias para promocionar el turismo.
- Evitar el impacto ambiental negativo.
- Elaborar un diagnóstico situacional actual del área de estudio.
- Involucrar a las dependencias dedicadas al turismo en la fomentación del trabajo.
- Generar fuentes de trabajo para aumentar la población laboral.

## **I.VI. Marco referencial**

## **I.VII. Marco teórico**

### **Descripción General de la Provincia de Napo**

La provincia de Napo es la más poblada de la Amazonia; esto se explica por las explotaciones petroleras que se realizan. Los más importantes pobladores son grupos Étnicos como los Cofanes, Sionas, Aguaricos, Zapparos, Quijos, yumbos, Payaminos, Sunos y Aucas. A ellos se suman minoritariamente los colonos.

Está rodeada de los nevados Antisana y el Quilindaña, con grandes atractivos en su misteriosa jungla, sus anchos ríos navegables y la vegetación tropical.

Siendo la más grande reserva de agua dulce y de diversidad biológica del país, la cual actualmente tiene 6 Áreas protegidas como; Reserva Cayambe-Coca, Parque Llanganates, Parque Napo Galeras, Reserva Antisana, Parque Nacional Sumaco, parte del parque Nacional Cotopaxi y la Reserva de Biosfera Sumaco. Los páramos de los Parques Llanganates, las Reservas Antisana y Cayambe Coca, se han concesionado a más de 30 ríos con fines comerciales, para dar agua potable, riego y energía eléctrica a sectores de las grandes ciudades como Quito, Latacunga, Cotopaxi e Imbabura.

### **Atractivos turísticos**

#### **Tena**

Desde el Parque Central de la capital de Napo, es fácil observar los volcanes Sumaco (3.900 msnm), Reventador y Sangay, la cadena volcánica más activa del Ecuador. La ciudad de Tena se encuentra entre los ríos Tena y Pano, que conforman balnearios como Rancho Alegre, Cocha del Cementerio y Dos Ríos, entre otros. Cuenta con un jardín botánico en medio de la ciudad, denominado Parque Amazónico ideal para ecologistas.

Desde aquí se parte hacia mágicas excursiones que llevan a varios interesantes destinos en la selva.

### **Archidona**

Es la ciudad más antigua. Se puede dar un paseo por Chaupishungo, Rucullacta y a la cascada de Hollán para disfrutar de una vista panorámica inolvidable del valle de Misahuallí. Además, puede adquirir artesanías típicas del lugar.

### **Baeza**

Conjuga vestigios antiguos y construcciones modernas, a cuyas cercanías se pueden dar cita los aficionados a la pesca para disfrutar de las deliciosas truchas de los ríos Cosanga y Quijos. Por la zona atraviesa el oleoducto trasandino, el más alto del mundo.

### **Papallacta**

Las fuentes de aguas termales de la provincia de Napo, están en el balneario de Papallacta. Sobre una llanura rodeada de montañas, sus aguas tienen poderes curativos. Las termas contienen minerales de alto poder y temperaturas entre 35 y 64 grados centígrados. El sector ofrece posibilidades de acampar junto a varias lagunas como Ninalviro y Paltacocha.

### **Parque Nacional Yasuní**

Este parque abarca las cuencas de los ríos Yasuní-, Nashino, Cononaco y Tiputini. Cuenta con colinas de densa vegetación, árboles madereros y muchas especies de aves. Así mismo, tiene llanuras con extensos pantanos. En la fauna que habita en el Parque Nacional Yasuní, se cuentan jaguares, águilas arpí-<sup>as</sup> y caimanes, principalmente. Su temperatura bordea los 30 grados centígrados. Su principal vía de comunicación es la fluvial y su extensión es de 982.000 Has, aproximadamente.

## **CASCADAS:**

### **Cascada San Rafael**

Por la ruta hacia Lago Agrio, el río Coca da lugar a una cascada de 160 metros de altura, llamada San Rafael. Existe un sendero hacia un mirador propicio, aunque se puede llegar hasta el fondo del barranco y observar de frente y a escasos metros, el impresionante salto del agua.

### **Cascada Los Tayos**

Tiene una altura de 60 m su agua es cristalina. En ella se puede observar los tayos que son aves muy raras que habitan en el lugar. Se ubica en la Parroquia Tena, comunidad Atacapi. Se encuentra en la vía Tena Muyuna, se continúa por un sendero y su distancia de la ciudad es de 13 km.

## **RÍOS:**

### **Quijos**

La arteria más importante es el río Quijos, sus recursos de flora y fauna son extraordinariamente variados por los diferentes tipos de clima. La práctica rafting y kayaking se realizan en diferentes ríos aptos para este tipo de deporte, además puede realizar excursiones al Antisana se encuentra a una altura de 5.704 mts, sobre el nivel del mar, al igual que el Sumaco a 3.900 mts, sobre el nivel del mar.

### **Misahualí**

Un balneario de río con arena blanca y blanda es Puerto Misahualí. La playa está decorada por decenas de árboles que son el hábitat de Peco, un mono, y sus descendientes. Los pequeños simios están acostumbrados a los turistas y son unos de los atractivos del pueblo. Puerto Misahualí es el lugar de ingreso para las excursiones de la selva. En la playa varias canoas ofrecen sus servicios.

## **CARACTERÍSTICAS DE UN ECO LODGE**

Es una construcción típica con materiales de la zona, generalmente ubicada en el interior del territorio (bosques, montañas, zonas de amortiguamiento de los parques nacionales y otras áreas equivalentes, áreas de uso público de los parques nacionales, etc.) Pueden ser de una, dos, cuatro o más habitaciones con sus servicios, cuya calidad debe ajustarse a los estándares internacionales de la empresa turística de alojamiento. Están destinados básicamente para el eco turismo, por lo que deben ser sanos y ambientalmente respetuosos del medio ambiente (reciclaje de la basura y las aguas negras y tratadas, integración de las comunidades locales, uso sostenibles de los recursos naturales, implementación de micro empresas eco turísticas, etc.)

## **ESTRATEGIAS PARA PROMOCIONAR EL ECO LODGE**

Nuestra estrategia de mercado será enfocada a promocionar nuestros productos y servicios siendo dinámicos e interactivos. Algunas serán planificadas y otras acorde a las necesidades del turista. Manejaremos estrategias más flexibles para poder reaccionar ante los cambios del mercado. Para que los mercados se interesen en nuestro producto debe haber cantidad suficiente de alternativas y opciones. Trabajaremos con intermediarios claves entre ellos: Operadores de Tours, medios de difusión entre otros. Crearemos nuestro logo y marca propia.

## **IMPORTANCIA DENTRO DEL SECTOR TURÍSTICO**

Satisfacer las necesidades de las generaciones presentes sin comprometer las posibilidades de las del futuro para atender sus propias necesidades.

El sector turístico ha presentado en las últimas décadas un sostenido crecimiento a nivel mundial. Es sabido que el turismo es un generador económico muy potente, cuando este se encuentra en funcionamiento se expande como un virus que si no se controla puede arrasarse con el medio ambiente y la misma industria turística.

## **I.VIII. Marco jurídico**

Requisitos para la creación de un Eco Lodge solicitados por el Ministerio de Turismo

1. Copia del registro único de contribuyentes (RUC)
2. Fotocopia de la cedula de identidad
3. Copia de la última papeleta de votación
4. Certificado de búsqueda de nombre comercial, emitido por el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPPI), de no encontrarse registrada la razón social, (nombre comercial del establecimiento).
5. Fotocopia de escrituras de propiedad, pago predial o contrato de arrendamiento del local, debidamente legalizado.
6. Lista de precios de los servicios ofertados, (original y copia). Declaración de activos fijos para cancelación del 1 por mil. (Formulario del Ministerio de Turismo)
7. Inventario valorado de maquinaria, muebles, enseres y equipos. (firmado bajo la responsabilidad del propietario o representante legal, sobre los valores declarados)

## **I.IX. Marco conceptual**

**Oleoducto.-** Se denomina oleoducto a la tubería e instalaciones conexas utilizadas para el transporte de petróleo, sus derivados y biobutanol, a grandes distancias.

**Rafting.-** El descenso de ríos es una actividad deportiva y recreativa que consiste en recorrer el cauce de ríos en la dirección de la corriente río.

**Eco Lodge.-** Es una construcción típica con materiales de la zona, generalmente ubicada en el interior del territorio (bosques, montañas, zonas de

amortiguamiento de los parques nacionales y otras áreas equivalentes, áreas de uso público de los parques nacionales, etc.)

**Ecoturismo.-** También llamado "turismo orientado hacia la naturaleza". Es la ejecución de un viaje a áreas naturales que están relativamente sin disturbar o contaminar, con el objetivo específico de estudiar, admirar o gozar el panorama junto con sus plantas y animales silvestres y, así mismo.

**Cabaña.-** Es una vivienda, típicamente en un área rural, o semi-rural fabricada con materiales típicos de la zona.

**Manejo sostenible.-** Garantizar la conservación de los recursos naturales y culturales, generando beneficios económicos para las comunidades locales y las áreas protegidas.

**Turismo.-** Es traslado de su domicilio habitual a otro punto geográfico, estando ausente de su lugar de residencia.

**Turista.-** Persona aficionada a viajar por gusto de recorrer un país.

**Turismo sostenible.-** El desarrollo turístico deberá fundamentarse sobre criterios de sostenibilidad, es decir, ha de ser soportable ecológicamente a largo plazo

## **I.X. Variables**

### **Variable dependiente**

Son las variables llamadas cuantitativas o de efecto, es decir que se pueden cuantificar, medir, numerar, etc.

Por lo que en el siguiente estudio se aplicaran las siguientes variables:

## **Edad**

### **Variables independientes**

Son las llamadas causales o cualitativas las que se refieren a la cualidad, calidad o clase. Por lo que en el siguiente estudio se aplicaran las siguientes variables:

- Genero
- Ocupación
- Estado Civil
- Nacionalidad

### **I.XI. Técnicas de investigación**

**Población:** Investigar a los habitantes/pobladores de la zona comprendida en la edad de 20 a 45 años, se realiza la investigación a los turistas y Agencias de Viajes

**Muestra:** Se establecerá una muestra con los mecanismos establecidos a través del método aleatorio simple.

**Tabulación y Procesamiento de Datos:** (Contabilizar la respuesta a cada pregunta). Después de obtener los datos mediante la aplicación de la encuesta se realizara el respectivo conteo de datos y de agrupación en tablas respectivas

**Tratamiento estadístico:** Se realizara gráficos estadísticos como barras y pasteles con los datos en forma de porcentaje.

**Análisis de los Resultados Obtenidos:** Consiste en interpretar los datos obtenidos los mismos que están en relación con el problema de investigación y la hipótesis, con el fin de determinar si el estudio es factible o no de su relación.

## CAPITULO I

### 1. GENERALIDADES DE LA PROVINCIA DEL NAPO

#### 1.1 ANTECEDENTES HISTÓRICOS

##### 1.1.1 La expedición de Gonzalo Pizarro

La leyenda del Dorado y del país de la Canela fue para los conquistadores españoles una obsesión. A los pocos años de la fundación de Quito, luego de que los Pizarro ajusticiaron al viejo Diego de Almagro y quedaron como dueños y señores de estas tierras, Gonzalo Pizarro fue reconocido como gobernador de Quito (1<sup>ro</sup> de diciembre de 1540) e inmediatamente se ocupó de poner por obra su proyecto de descubrir y conquistar las provincias de Oriente "donde creía encontrar ciudades populosas, imperios opulentos y grandes señores con inmensas riquezas". La expedición se internó por la actual provincia de Napo y allí le dio alcance Francisco de Orellana que al proseguir el viaje descubriría el gran río de las Amazonas el año 1542.<sup>1</sup>

##### 1.1.2 Las poblaciones aborígenes

En la provincia de Napo conviven varias parcialidades aborígenes cuyas culturas han sido estudiadas por antropólogos, lingüistas y sociólogos. En el pasado fue costumbre designar a estos indígenas con el vocablo genérico de "Yumbos" o "Jíbaros". Poco se sabe de la cultura y vida social de todas estas etnias antes del contacto iniciado durante la conquista. Según hallazgos arqueológicos relativamente recientes se sabe que en el pasado precolombino existieron culturas notables.

---

<sup>1</sup> <http://www.explored.com.ec/ecuador/continue/napo4.htm>

### **1.1.3 Los quichuas del Napo**

Al occidente de la provincia, entre los ríos Napo y Coca, así como en la provincia de Pastaza, existen concentraciones de indígenas de la selva tropical. Se los conoce como Napo quichuas o quichuas amazónicos porque comparten una misma tradición lingüística y en muchos aspectos también cultural. Su número es aproximadamente de 60 mil. Su territorio se divide en zonas familiares llamadas "Llactas" dentro de las cuales cada grupo nuclear posee su propia parcela o "chacra.

Sus ocupaciones son la caza, la pesca y la agricultura. Actualmente numerosas familias se dedican a la crianza de ganado para luego comercializarlo en los pueblos. Cada grupo familiar tiene un "shamán" llamado "banco" que es respetado en la comunidad y considerado el mediador entre lo espiritual y lo humano. En los relatos de sus antepasados se destaca el guerrero Jumandi que se rebeló dos veces y quemó Archidona. En la actualidad los quichuas del Napo tienen problemas de tierras debido al avance de la colonización.

### **1.1.4 Los aucas o Huaoranis**

Su territorio está ubicado al noreste de la región amazónica, entre los ríos Napo y Curaray. Son aproximadamente mil personas cuya subsistencia se basa en productos agrícolas, la caza y la pesca. Debido a la acción de grupos misioneros, la mayoría de la población Huaorani está concentrada en un territorio de 60 mil hectáreas. La vivienda es de forma rectangular, con techo a dos aguas y cubierta de hojas de palma entretejidas. En su interior cuelgan las hamacas y guardan los utensilios de caza y de cocina. Viven completamente desnudos pero la presión civilizadora empieza a generalizar la vestimenta occidental. Su idioma es el Huao pero debido al influjo de los misioneros empiezan a adoptar el quichua y el castellano<sup>2</sup>.

---

<sup>2</sup> <http://www.explored.com.ec/ecuador/continue/napo4.htm>

## 1.2 SITUACIÓN GEOGRÁFICA

### 1.2.1 Geografía

La provincia de Napo comparte las características geográficas de las provincias de la región amazónica. Lo típico de esta región es su gran llanura selvática, cubierta de vegetación milenaria y tupida. Los bosques están formados por árboles de las más variadas especies. Esta región en su parte occidental está ocupada por los declives y estribaciones de la cordillera oriental y por los vestigios de los Preándides denominados generalmente Tercera Cordillera (F. Terán). Un ramal que se desprende de la cordillera oriental es la cordillera del Dué que arranca de las estribaciones nororientales de las sierras de Pimampiro. Del Saraurco se desprende la cordillera de Pisambilla y del Antisana la cordillera de Guacamayos y de los Llanganates.

**Gráfico 1.** Geografía de la Provincia de Napo



**Fuente:** [www.viajandox.com/napo/napo\\_quijos](http://www.viajandox.com/napo/napo_quijos)

La provincia de Napo en su extensión originaria fue dividida para crear la provincia de Sucumbíos que ahora se encuentra en la parte norte de la antigua provincia de Napo. En esta región amazónica las principales elevaciones son: el volcán Reventador (3.485 mts.) (Situado hoy en la provincia de Sucumbíos)

que es el volcán más joven, muy cerca de las faldas de la cordillera oriental. El otro volcán es el Sumaco (3.828 mts.) cuyas lavas se han derramado cubriéndolos sedimentos del Cretáceo. Los descensos de la cordillera son suaves y disminuyen a medida que se tienden a la región oriental, dejando llanuras que son interrumpidas por el cauce de los ríos.

### **1.2.2 Ríos**

Este sistema está formado por todos los ríos que descienden de la cordillera oriental de los Andes y corren hacia el gran río de las Amazonas. Los cauces son muy anchos, con grandes meandros y de continuo los ríos cambian de lecho, lo cual ha ocurrido desde remotos tiempos. Un cambio reciente se produjo en algunos ríos como consecuencia del terremoto que devastó una amplia zona de esta región

### **1.2.3 Demografía**

La provincia de Napo es la de mayor población entre las provincias de la región amazónica. La diferencia es notable porque la que le sigue en población que es Morona-Santiago, tiene 84.216 habitantes. La población ha aumentado entre otros factores por la explotación hidrocarburífera. En su composición hay que destacar la presencia de importantes parcialidades étnicas: Cofanes, Tetetes, Sionas, Aguaricos, Záparos, Quijos, Yumbos, Misaguallis, Ahuanos, Payaminos, Sunos, Aucas (Aushiris). En cuanto al fenómeno de concentración urbana, casi de cada 5 habitantes uno habita en centros poblados. En consecuencia, la población es mayoritariamente rural.

### **1.2.4 Clima**

Si se sigue la división de la región amazónica en Alto y Bajo Oriente, la región alta de esta provincia con alturas que sobrepasan los 500 mts. Que comprende la depresión Ila-Archidona-Jombachi, tiene una temperatura media que no sobrepasa los 25 grados centígrados, pero soporta el máximo de lluvias de todo el país y su clima es súper húmedo. El Bajo Oriente corresponde a la

llanura amazónica que tiene temperatura media de 25 grados centígrados, humedad relativa de 80, lluvias superiores a 1.500 mms. Es un clima subtropical<sup>3</sup>.

## **1.3 TURISMO**

### **1.3.1 Atracciones para el turismo**

El Turismo tiene grandes atractivos en la Provincia de Napo, comenzando por la naturaleza y belleza extraordinaria de este mundo de contrastes, desde las elevaciones de más de 5.700 metros de altitud del Antisana hasta las planicies bajas de 200 metros sobre el nivel del mar. Sol y lluvia y las corrientes rumorosas aportan a la belleza natural, que es el principal atractivo para el turismo. Las ciudades y poblaciones cabeceras cantonales tienen comodidades y ventajas de servicios hoteleros, energía eléctrica, centros de estudio y colecciones de museo, que son interesantes para el turismo cultural y científico. Lo mismo que el conocimiento de los pueblos nativos y de las tribus originarias de esta tierra americana, sus idiomas peculiares, usos y costumbres, fiestas y solemnidades que llaman la atención de los visitantes en Limoncocha, por ejemplo.

La grandeza de la floresta es una reserva de especies y muestras de las más bellas y más raras plantas y flores y árboles que sirven, no solamente para la contemplación, para la experimentación de los efectos extraordinarios de sus virtudes, sino también para el turismo mercantil y de negocios. La caza y la pesca son otros tantos atractivos para los turistas y los safaris al interior de la provincia, a los valles y riberas de las bellas corrientes y lagos como de los Ríos Putumayo, Aguarico, Napo. Hay un servicio de hotel flotante para el recorrido de las paradisíacas regiones del Napo.

En la zona de Archidona, a cinco kilómetros de esta población, están las maravillosas cavernas ante diluviales de Jumandí, con una fantástica formación

---

<sup>3</sup> <http://www.ecuaworld.com.ec/napo.htm>

de las rocas calcáreas permeables, que con el transcurso de siglos han permitido la formación de estalactitas y estalagmitas en caprichosa y sorprendente distribución. Las impresiones más fuertes pueden lograrse con la visita a la provincia de Napo, con los viajes de exploración, de conocimiento y estudio, que van más allá de la aventura turística. La naturaleza grande y misteriosa es una de las mejoras atracciones para el hombre.

## **1.4 CANTÓN QUIJOS**

### **1.4.1 Antecedentes Históricos**

Su historia se remonta al siglo XVI en la que ya se habla de la provincia los Quijos como paso obligado hacia el mito del “Dorado y la Canela” y que terminó con el descubrimiento del Río Amazonas, territorio de la temida tribu de los Quijos, de habla quechua, se tiene noticia que en épocas precolombinas mantenían relaciones como comerciantes de la Sierra. Tal es su importancia que hay consenso en considerar al camino que de la sierra va por Papallacta a Baeza como una de las rutas principales de comunicación entre la zona andina y las zonas bajas del Ecuador. La penetración al “Oriente” fue hecha por este paso de la montaña. La riqueza potencial ambicionada por los españoles era aparentemente más íntima a "El Dorado" mítico en el territorio de los Quijos.

"La puerta a la Amazonia" estaba abierto de manera que su pago en tributos por parte de los indios era grande sumado a la situación estratégica motivó en los gobernantes españoles la consideración de un título de nobleza para la ciudad recientemente creada, Baeza. La fundación del "Muy Noble y Muy Leal Ciudad de Baeza de los Quijos" era un hito en la expansión de cultura occidental en las selvas montañosas y después, al territorio de la Amazona.

Así en 1559, el 14 de mayo el Capitán Gil Ramírez Dávalos funda la Muy Noble y Muy Leal Ciudad de Baeza del Espíritu Santo de la Nueva Andalucía, a finales del mismo año Rodrigo Núñez de Bonilla funda por segunda vez Baeza, con el nombre de Muy Noble y Muy Leal Ciudad de Baeza del Espíritu de la Nueva Andalucía de Nuestra Señora de Nieva, cerca de Condiuja. La tercera

fundación la realiza Fermín Inca, indígena oriundo de Tumbaco, cerca de donde estaba situada la segunda ciudad fundada. La cuarta y última fundación se da 1925 por parte del Padre Pedro Sabio, en lo que actualmente se conoce con el nombre de Barrio “Baeza Colonial”.

La importancia de este lugar es reconocida por el Congreso Nacional es así que de acuerdo a la Reforma planteada a la Ley Especial del Oriente promulgada el 6 de Noviembre de 1954 y ejecutada por el Presidente de la República el 11 de Enero de 1955, se procede a la creación del Cantón Quijos como parte de la provincia Napo Pastaza y se lo publica en el Registro Oficial No 717, el 17 de Enero de 1955, quedando esta fecha como día para celebrar sus fiestas de cantonización.

En 1994, a Baeza se nombró formalmente como un Sitio de Herencia Cultural ecuatoriano, en reconocimiento de su importancia histórica<sup>4</sup> . En el 2003 el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural del Ecuador (INPC), entregó al alcalde de este cantón Renán Balladares un documento de sustento mediante el cual “Baeza la antigua ha sido declarada como Patrimonio Cultural de la Nación, en reconocimiento a que es una joya que se ha permanecido por diversas circunstancias intocada”.

**Gráfico 2.** Cantón Quijos



**Fuente:** [www.viajandox.com/napo/napo\\_quijos](http://www.viajandox.com/napo/napo_quijos)

<sup>4</sup> **GOBIERNO MUNICIPAL DE QUIJOS, Plan de Desarrollo Estratégico Cantonal de Quijos.**

## 1.5 SITUACIÓN GEOGRÁFICA

### 1.5.1 Ubicación Geográfica

Físicamente, se halla localizado: una parte en la ramificación del flanco de la cordillera oriental de los Andes, y otra en el sector del Alto Oriente que comprende las zonas pertenecientes al volcanismo moderno.

### 1.5.2 Límites

Administrativamente forma parte de la provincia de Napo, limitando con los cantones:

**NORTE:** El Chaco

**SUR:** Archidona

**ESTE:** Loreto

**OESTE:** Quito

**Cabecera Cantonal:** Baeza

**Fecha de Cantonización:** 17 de Enero de 1.955

**Extensión y división política administrativa.** Políticamente se encuentra conformado por las siguientes parroquias:

**Tabla 1.** Parroquias del Cantón Quijos

<b>PARROQUIA</b>	<b>EXTENSIÓN</b>
Baeza (Cabecera Cantonal)	506,80 Km <sup>2</sup>
S. Francisco de Borja (antigua Virgilio Dávila)	138,80 Km <sup>2</sup>
Cosanga	401,40 Km <sup>2</sup>
Cuyuja	316,40 Km <sup>2</sup>
Papallacta	319,60 Km <sup>2</sup>
Sumaco	247,03 KM <sup>2</sup>
<b>TOTAL CANTONAL</b>	<b>1682,00 Km<sup>2</sup></b>

**Fuente:** Instituto Nacional de Estadísticas y Censos **INEC**  
**Elaborado por:** Natalia Flor

### 1.5.6 Clima

El clima tiene características serraniegas aunque es muy lluvioso por estar en las faldas de la cordillera. Las poblaciones de Papallacta, Cosanga, Baeza, Borja, Cuyuja gozan de clima templado en tanto que la parroquia de Sumaco ya en la llanura amazónica tiene clima templado y húmedo.

### 1.5.7 Precipitación anual

Datos referentes a la pluviosidad del cantón se los obtiene de los informes de las dos estaciones que se encuentran en su territorio:

**Tabla 2.** Prestaciones

<b>ESTACIÓN</b>	<b>VALOR MÍNIMO</b>	<b>VALOR MÁXIMO</b>
Papallacta	92.4 mm (en octubre)	218.7 mm (en julio)
Baeza	121.4 mm (en enero)	292 mm (en jun

Fuente: <http://bit.ly/1vLHw7A>

### 1.5.8 Temperatura

- La temperatura media anual en la zona más fría alcanza a 9.4° C, en el resto del cantón aproximadamente el promedio es de 16.2° C.
- La humedad relativa del cantón es alta, con valores que superan el 85%. En la estación de Papallacta el valor más bajo es de 89% mientras que la estación de Baeza registra valores entre 85 y 93%.

### 1.5.9 Población

Los procesos de re poblamiento de la región son recientes, surgen como efecto del proceso de colonización y planificación realizado por el Estado durante el “boom bananero” de los cuarenta, sí por ejemplo en 1952 se crea la Parroquia Borja, en 1955 se crea el cantón Quijos, en 1961 se parroquializa Cosanga, en 1963 Cuyuja y en 1969 se da la parroquialización de Sumaco. La población

actual se evidencia en siguiente cuadro que contiene los datos oficiales emitidos el INEC sobre el Censo del 2010 y con una proyección del crecimiento poblacional del 3% anual en la provincia de Napo.

**Tabla 3.** Población Cantón Quijos

<b>PARROQUIAS</b>	<b>TOTAL</b>	<b>Proyección 2013</b>
BAEZA	1946	2126
CASANGA	505	552
CUYUJA	614	670
PAPALLACTA	920	1005
SAN FCO. DE BORJA	2200	2403

**Fuente:** Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

**Elaborado por:** Natalia Flor

### **1.5.10 Vialidad**

El sistema vial de Quijos depende principalmente de una vía principal que es la carretera Interoceánica, la cual atraviesa el cantón de Este a Noreste, conectándolo con Quito y Lago Agrio respectivamente; además existe una vía que se une Baeza, con la provincial, Tena y además con la provincia de Orellana. La vía que lo conecta con la capital de la República está asfaltada.

Se cuenta además con algunas vías de tercer orden, lastradas, que conducen a lugares específicos dentro del cantón, como es el caso de las carreteras hacia el sector de las Caucheras, Bermejo y Sumaco. En este grupo está también un By pass, que conecta el sector de Pituro (cercano a Baeza) con la Estación de Almacenamiento del Oleoducto Secundario (Vía Interoceánica) construida con el objetivo de dar mantenimiento al citado oleoducto. Actualmente no se cuenta con transporte público interparroquial e Intercantonal con un servicio regular y con salidas desde nuestra jurisdicción.

## 1.6 ASPECTO SOCIO ECONÓMICO

Gráfico 3. División del Cantón



Fuente: <http://bit.ly/1vLHw7A>

Cuando se comprende sobre las condiciones sociales se refiere fundamentalmente al acceso a salud, educación a los servicios básicos, pero Quijos con relación al resto de la provincia y en algunos casos con relación al país, muestra índices de cobertura y acceso que están por encima del promedio. Por tal razón se exponen algunos datos que muestran la cobertura en el cantón resaltando que la salud y la educación, son parte del patrimonio simbólico de la gente y elementos indispensables para la gestión adecuada de los recursos ambientales, así como para el bienestar de la población

### 1.6.1 El comercio

El comercio es aún una actividad poco desarrollada debido a varias causas como: centros poblados pequeños, la proximidad de la capital de la república, la ausencia de zonas industriales y de procesamiento de materia prima, ya que la leche producida es llevada en un gran porcentaje a la provincia de Pichincha hacia fábricas de lácteos como NESTLÉ, REY LECHE y ASGO; mientras que la mayor parte de la producción agrícola es básicamente de consumo familiar<sup>5</sup>.

<sup>5</sup> GOBIERNO MUNICIPAL DE QUIJOS, Plan de Desarrollo Estratégico Cantonal de Quijos.

**Gráfico 4.** Actividades comerciales



**Fuente:** Municipalidad del Cantón Quijos

Por otro lado, es evidente que la presencia de la industria petrolera, las crecientes necesidades de la población urbana y el turismo, promueven el comercio de algunos materiales y mercancías, sin embargo, como el mercado local es pequeño, configura un comercio de baja intensidad incapaz de impulsar otras cadenas productivas para el consumo local.

### **1.6.2 Actividades económicas en Quijos**

Dentro de la ganadería la producción de la leche es la principal fuente de ingresos y la que ocupa alrededor del 60% de la población económicamente activa se concentra fundamentalmente en la mediana propiedad y aunque algunas zonas los productores han mejorado su ganado y tecnificado su producción, es una actividad que tiende a las formas extensivas de producción, debido a varios factores como el acceso limitado a fuentes de crédito y tecnología, las condiciones climáticas desfavorables para esta actividad que se convierte en una gran presión para la vegetación nativa a través de la expansión de la frontera agrícola y la afectación del paisaje y reservas<sup>6</sup>.

<sup>6</sup> GOBIERNO MUNICIPAL DE QUIJOS, Plan de Desarrollo Estratégico Cantonal de Quijos.

**Gráfico 5.** Actividad económica del Quicos



**Fuente:** Municipalidad del Cantón Quijos

## Agricultura

**Tabla 4.** Agricultura en Baeza

CULTIVOS	ÁREA	UBICACIÓN	DESTINO
<b>Tomate de árbol</b>	250.000 m <sup>2</sup>	Baeza	Fase inicial
	60.000 m <sup>2</sup>	Borja	Fase inicial
	40.000 m <sup>2</sup>	Cosanga: sector Bermejo	-----
<b>Tomate riñón</b>	3000 m <sup>2</sup>	Baeza	Venta interna y en la ciudad de Quito
	12.600 m <sup>2</sup>	Borja	
<b>Naranjilla dulce</b>	20.000 m <sup>2</sup>	Cosanga: sector Semejo	-----
<b>Huertos familiares:</b> col, acelga, remolacha, rábano, coliflor, apio, lechuga, perejil, cebolla paiteña, pepinillo, papa nabo.	15 unidades	Borja	Consumo familiar
	20 unidades	Baeza	Consumo familiar
	16 unidades	Papallacta	Consumo familiar
<b>Huertos escolares:</b> tomate riñón, col, acelga, remolacha, rábano, coliflor, apio, lechuga, perejil, cebolla paiteña, pepinillo, papa nabo.	1 unidad	Cosanga: Escuela Gil Ramírez Dávalos	Consumo de la comunidad educativa
	1 unidad	Sumaco: Escuela Quijos	
<b>Cultivos de ciclo corto bajo invernadero:</b> tomate riñón, acelga, col, lechuga, perejil, cebolla paiteña, apio, coliflor, rábano, remolacha, col morada.	3 unidades	Baeza : San Fermín	Venta interna
Maíz	20.000 m <sup>2</sup>	Cosanga: Sector Bermejo	-----

**Fuente:** Ministerio de Agricultura y Ganadería - Oficina Baeza  
**Elaborado por:** Natalia Flor

## 1.7 ATRACTIVOS TURÍSTICOS

### 1.7.1 Termas de Papallacta

Es un sitio natural maravilloso renombrado por sus aguas termales cloro sulfatado, sin olor y casi insaboras. El paisaje es hermoso. A 3.220 metros sobre el nivel del mar, altas montañas cubiertas con la vegetación de páramo rodean un plácido y tranquilo valle. Uno de los más importantes es las aguas termales, que ya fueron cotizadas por los incas. Para ellos, Papallacta era un centro de sanación y de paso obligado para los guerreros fatigados o heridos. Actualmente, el sitio se está abriendo un espacio en el turismo internacional.

Al sito se puede llegar de dos formas si se está en Quito se puede tomar cualquier autobús que se dirigen a Lago Agrio o al Tena, se compra el ticket hasta la población de Papallacta, aquí existe una parada en una y desde donde se puede alquilar una camioneta y si el equipaje no es pesado se puede subir a pie el trayecto no es largo. Desde Baeza se puede abordar cualquier Autobús con destino a Quito o a su vez contratar a una camioneta el recorrido no es más de 35 minutos<sup>7</sup>.

**Gráfico 6.** Termas de Pallacta



**Fuente:** [www.termas de papallacta.com](http://www.termas de papallacta.com)

---

<sup>7</sup> GOBIERNO MUNICIPAL DE QUIJOS, Quijos la Ruta del Agua

### 1.7.2 Río Quijos

El Río Quijos, de aproximadamente 44,5 Km., cuyo origen lo constituyen los deshielos de las estribaciones de la cordillera oriental de los Andes, se origina en las faldas del nevado Antisana. Ideal para realizar prácticas de rafting y kayak, es posible de bañarse cuidando de hacer en lugares seguros se recomienda cerca de Borja y Sumaco.

**Gráfico 7.** Rio Quijos



**Fuente:** Natalia Flor

### 1.7.3 El Río Cosanga

El Río Cosanga, tiene un recorrido de aproximadamente 51 Km. atraviesa la población que recibe el mismo nombre, ideal para practicar deportes extremos en sus aguas, calificado con el nivel II-IV.

**Gráfico 8.** Río Cosanga



**Fuente:** Natalia Flor

#### **1.7.4 Baeza, Patrimonio Cultura de la Nación**

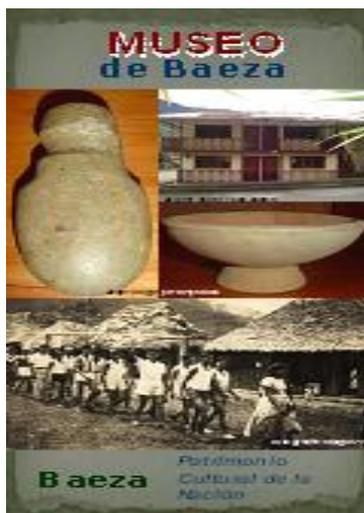
El Museo se sitúa en Baeza antigua, ciudad declarada por el Ministerio de Educación como Bien Pertenciente al Patrimonio Cultural de la Nación el 16 de mayo de 1995, considerando el valor que su pasado histórico le otorga, y el 14 de mayo del 2009 cumple 450 años de fundación española.

Las casas, consideradas en la categoría de Arquitectura Tradicional Selectiva, situadas alrededor del parque, datan sus construcciones en madera desde los años veinte como la ex tenencia política y aún se puede apreciar su configuración física donde sobresalen los balcones, diseñados para observar los eventos deportivos, cívicos, sociales y culturales que se concentraban en la plaza pública<sup>8</sup>.

---

<sup>8</sup> GOBIERNO MUNICIPAL DE QUIJOS, Quijos la Ruta del Agua

**Gráfico 9.** Arqueología de Baeza



**Fuente:** Municipalidad del Cantón Quijos

### **1.7.5 La ruta del agua**

La Ruta del Agua, articula la oferta de productos y servicios de turismo sostenible, que permite la dinamización y la diversificación de la oferta turística bajo los lineamientos establecidos en el Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible en Ecuador hacia el año 2020.

El agua como elemento fundamental para todas las formas de vida permitirá generar un imaginario de visita diferencial asociado a la conservación, protección y uso sostenible del patrimonio natural y cultural, a la vez que aprovechar para consolidar la oferta turística que integre a todo el territorio amazónico ecuatoriano como destino de turismo sostenible, a través de la implementación de las rutas temáticas de agroturismo, aviturismo, ecoturismo y turismo de naturaleza, turismo de recreación y turismo comunitario<sup>9</sup>.

## **1.8 MANIFESTACIONES CULTURALES**

Quijos es uno de los cantones de nuestro país que posee una gran cantidad de vestigios arqueológicos que corresponden principalmente a la fase

---

<sup>9</sup> GOBIERNO MUNICIPAL DE QUIJOS, Quijos la Ruta del Agua.

Cosanga-Píllaro y que en la actualidad se los encuentra en los sectores de Huila, Baeza y Borja.

Hablar de Quijos es hablar de Baeza, una ciudad fundada por españoles quienes dejaron un legado de costumbres que hasta hoy se las recuerda. Tal es el caso de la religión; desde antaño la fe se ha visto reflejada en la devoción a la Virgen María, venerada con distintos nombres según la parroquia que se identifique; así por ejemplo:

Virgen de Quijos en Cuyuja, Santa Catalina en Papallacta, Nuestra Señora de Guadalupe en Sumaco, Virgen del Rosario en Baeza, Santísima Virgen del Quinche en Borja, Baeza y Cosanga. Las leyendas se han ido consumando una tras otra bajo el manto de la fantasía pueblerina en donde los protagonistas son: el diablo en forma de aparecido, duende o espanto; los animales no se salvan de los cuentos y cobran vigencia para alarmar con sus hazañas a los vecinos de la época. Tampoco podía faltar la leyenda de la hasta ahora enigmática laguna de Papallacta.

Por su situación geográfica, Quijos tiene una incidencia mayoritaria de las costumbres folklóricas serranas y al mismo tiempo surgen las autóctonas orientales. La antigua Baeza, hoy el barrio Baeza Colonial fue declarada Patrimonio Histórico y Cultural gracias a los rasgos de sus viviendas. Es aquí donde funciona el Centro de Interpretación Cultural destinado a brindar una información veraz sobre la historia de nuestro cantón.

El plato típico de la zona es la trucha en sus diferentes preparaciones, sea en maito, frita, asada, apanada, al ajillo y como la imaginación lo permita. El sector agrícola ganadero programa frecuentemente ferias en donde se dan cita los principales ganaderos del Valle de Quijos quienes acuden con sus mejores ejemplares y productos cosechados. En el ámbito educativo, el Gobierno Municipal incentiva la participación de los establecimientos educativos en desfiles cívicos así como en concursos que estimulen las habilidades y destrezas de niños y jóvenes.

## **1.9 PARROQUIA BAEZA**

### **1.9.1 Reseña histórica**

Empieza en el siglo XVI cuando realizaron viajes en busca del Dorado y la Canela; Francisco de Orellana en el año de 1542 descubre el río Amazonas. El 14 de mayo de 1559, el capitán Gil Ramírez Dávalos funda la Muy Noble Leal

Ciudad de Baeza del Espíritu Santo de la Nueva Andalucía. A fines del año Rodrigo Núñez de Bonilla funda por segunda vez Baeza, con el nombre de Muy Noble Leal Ciudad de Baeza del Espíritu Santo de la Nueva Andalucía de Nuestra Señora de Nieva, a los costados del Machángara, cerca de Condiuja; no existen actas. Para el año de 1576 el Rey Felipe II, declara a la Virgen del Rosario como patrona de la ciudad de Baeza. Y para el año de 1578 y 1579, se realiza el levantamiento general de Quijos, encabezados por Jumandy, Beto, Huami e Imbate. Dentro del siglo XVII, entre hambrunas, epidemias que exterminaron gran parte de la población, levantamientos y mal tratos afectan gravemente a la población quijense; tanto a indígenas como a españoles.

En el siglo XVIII, durante el año 1751, Baeza queda completamente despoblada; Carlos III expulsa a los jesuitas de sus dominios, así ellos abandonaron las tierras de Quijos. Para el siglo XIX, Fermín Inca, indio de Tumbaco, y su familia realizan la tercera fundación de Baeza, cerca del lugar donde estaba la segunda ciudad fundada. En esa época los quijos son acosados y víctimas de los caucheros. A fines de este siglo: Eloy Alfaro empieza con la construcción del camino de herradura Pifo-Papallacta-Baeza. Además los jesuitas son expulsados dos veces y readmitidos en el territorio nacional.

Para el siglo XX, se realiza la parroquialización de Papallacta en la fecha De 5 de enero de 1921 y para el año de 1925 el padre Pedro Sabio, sacerdote josefino, funda por cuarta vez Baeza, en lo que actualmente se conoce con el nombre de barrio “Baeza Colonial”.

**Gráfico 10.** Primeros colonos de Baeza frente a la segunda iglesia en los años 30



**Fuente:** Municipalidad del Cantón Quijos

### **1.9.2 Extensión**

Baeza, cabecera cantonal, cuenta con una superficie aproximada de 506.80 Km<sup>2</sup>.

### **1.9.3 Temperatura**

La temperatura del cantón oscila de 02° C. a 18° C y cuenta con una precipitación anual de 121.4 mm (enero) y 292 mm (junio).

### **1.9.4 Límites**

AL NORTE: Con las parroquias de Cuyuja y Borja.

AL SUR: Con la parroquia de Cosanga.

AL ESTE: Con la parroquia de Sumaco.

AL OESTE: Con la parroquia de Cuyuja.

### **1.9.5 Población**

Hombres: 619 hab.

Mujeres: 601 hab.

Población total: 1.220 hab.

### 1.9.6 Hidrografía

Dentro de la hidrografía más importante de la parroquia de Baeza es: río Quijos, río Machángara y Río Guagrayacu.

## 1.10 PRINCIPALES ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE LA PARROQUIA BAEZA

### 1.10.1 Mirador de Condijua

Desde el mirador del cerro Condijua hacia el frente, al otro lado del valle, se vislumbra en su inmensidad el bosque nublado de la cordillera Oriental de los Andes; por el norte se tiene una mirada espectacular del río Quijos y el valle formado por este; el volcán Reventador; la vía Interoceánica y poblaciones como Baeza y su asentamiento antiguo, San Francisco de Borja, El Chaco, Santa Rosa de Quijos y caseríos ubicados a lo largo de la vía Baeza-Lago Agrio. Hacia el sur se descubre el valle del río Cosanga y algunos sectores como Arrayán, Oritoyacu, Bermejo en la vía hacia Tena.

**Gráfico 11.** Mirador de Condijua



**Fuente:** Municipalidad del Cantón Quijos

### 1.10.2 Cascada del Río Machángara

Este sitio Natural tipo río, ubicado a una altitud de 1886 m.s.n.m. conjuga plenamente el paisaje, debido a su formación y características topográficas, que la hace diferente, con un encañonado rocoso de dimensiones de 30 m de alto por 7 m, de ancho por el que discurre el caudal del río Machángara. Con sus aguas cristalinas y limpias, en las cuales no existe contaminación<sup>10</sup>.

**Gráfico 12.** Cascada Rio Machángara



**Fuente:** Municipalidad del Cantón Quijos

### 1.10.3 Reserva Etno-Botánica Cumandá

El área de interés tiene una extensión de 363,20 ha, de las cuales 224 fueron declaradas bosque protector. Corresponde al bosque muy húmedo-Pre montano que se caracterizan por presentar precipitaciones que están entre los 1.000 y 2.000 mm de promedio anual. Contiene ejemplos tanto de aquella biota asociada al bosque primario y al montano secundario nublado. En general los suelos son de origen volcánico formado por la depresión de los Andes. Los niveles de las pendientes son bastante pronunciados, lo que da lugar a continuos derrumbes sobre todo en aquellos cerros cercanos al bosque protector. Los disturbios naturales han originado interesantes formaciones vegetales con características únicas que permiten el establecimiento de comunidades de animales adaptados a estas condiciones. Entre las especies

<sup>10</sup> GOBIERNO MUNICIPAL DE QUIJOS, Quijos la Ruta del Agua

de árboles que más abunda está: el aliso, aguacatillo, cedro, nogal, Platanillo musgos y helechos y en cuanto a fauna se puede encontrar: lagartija, gallo de la peña, loros, colibrís, tucán grande, perdiz y mamíferos como ardilla, guatusa y cucucho.

#### 1.10.4 Baeza Colonial

Baeza antigua conserva una traza octogonal en su primer cuadro con el esquema clásico de composición virreinal de una plaza central donde a partir de ella se va repartiendo la parcelación del suelo con sus manzanas geométricas. Debido a ser declarada Patrimonio Nacional se puede acceder a: conocimiento antropológico y arquitectónico de la post-colonia, fotografía, observación de restos arqueológicos, información sobre turismo y áreas protegidas y vista panorámica hacia el sector la “Y” y el río Quijos<sup>11</sup>.

**Gráfico 13.** Óleo de Joel Gutiérrez Marín, "Nostalgia", Iglesia y Convento de Baeza Antigua. 2006



**Fuente:** Municipalidad del Cantón Quijos

#### 1.10.5 Galería Arte los Troncos

Los trabajos son producto de los desechos de madera a través de troncos, ramas y raíces, unos que han sido tumbados y abandonados por el maderero y otros que los acarrea el río. Las mejores creaciones salen de árboles que fueron tumbados hace dos, tres, cuatro décadas y mantienen su

<sup>11</sup> GOBIERNO MUNICIPAL DE QUIJOS, Quijos la Ruta del Agua

vitalidad. En sus labores utiliza las formas que contienen los materiales para crear sillas, camas, mesas, relojes, baúles, cofres, llaveros, lo que el cliente necesita. Cada obra es única, jamás se parece a otra, porque cada tronco es diferente. El trabajo lo realiza a nivel familiar, sin asumir las características de empresa ni otra organización. Su característica es mostrar su modus vivendi sin esconder detalle alguno. Además narra sus experiencias en forma de memorias para comprensión del entorno que envuelve sus labores.

**Gráfico 14.** Galería Arte los Troncos



**Fuente:** Municipalidad del Cantón Quijos

#### **1.10.6 Granja integral Quijos**

Posee una extensión de 40.000 m<sup>2</sup>. En la granja existen proyectos de modelo práctico agro productivo en un área de 15.000 m<sup>2</sup> y crianza de especies menores en un sistema demostrativo; las ventajas que representa esta actividad son mejorar la nutrición familiar, generar abonos a través de sus desechos, además de mejorar los ingresos familiares. Las especies que al momento están criándose en la granja son lombrices, cuyes, cabras lecheras; todas estas con un proceso validado ya apto para transferir técnicas aplicadas, a las comunidades.

Se han construido habitáculos para las especies nativas como: capibara, danta (Tapiruspinchaque), puerco sahino (Tayassu tajacu), y están

por construirse para guanta (*Cuniculus paca*), guatusa (*Dasyprocta fuliginosa*), guacamayos (varias especies). Un eco museo se ubica en un área de 25.000 m<sup>2</sup> degradada por el sobre pastoreo, compactación del suelo y con todos los impactos negativos que conlleva este manejo.

Con el fin de enriquecer al bosque está utilizándose el sistema forestal análogo, consistente en lograr un muestreo e inventario de un bosque primario para luego transferirlo al área. Dentro de esta técnica se ha iniciado con trochas de enriquecimiento para cultivar especies arbóreas, heliconias, palmáceas, epifitas, orquídeas, y de esta manera ir consolidando el proceso de formación. Tiene senderos ecológicos, uno de ellos se dirige hacia las cascadas 2 y 3 del río Machángara localizado en el interior de la Granja por el norte, en dirección de los pastizales de una finca privada adyacente, siguiendo un trazado de sentido este oeste<sup>12</sup>.

Precisamente así es el panorama del entorno a lo largo de los primeros metros. Más adelante, una densa cobertura vegetal flanquea ambos costados. En su recorrido, además de apreciar la flora y fauna y de atravesar tres puentes pequeños de madera construida a la usanza antigua cubiertos de paja a imitación de las chozas pertenecientes a los Quijos, se tiene una vista panorámica al río Quijos, el valle formado por éste y de la gran cordillera guardiana de la biodiversidad.

## **1.11 ACCESO**

Viajando 1 hora con 30 minutos al este de la ciudad de Quito, pasando por Cumbayá, Tumbaco y Pifo siguiendo la vía Interoceánica, completamente asfaltada, se llega a la entrada del cantón en el páramo de la Virgen, cerro Guamaní, tomando buses interprovinciales que parten cada 45 minutos desde el terminal terrestre Quitumbe con destino a Tena, Lago Agrio o Coca. Además, la Cooperativa de Transportes “Quijos” sale hacia todas las poblaciones del cantón desde el sector La Marín en Quito, a una cuadra del coliseo Julio César

---

<sup>12</sup> GOBIERNO MUNICIPAL DE QUIJOS, Quijos la Ruta del Agua

Hidalgo, con horarios de 12H00 hasta las 16H45. Y desde la ciudad de Tena, se puede tomar un bus en el terminal terrestre que vaya a la ciudad de Quito, pasando Archidona hasta llegar a Baeza, tiene una duración de recorrido de 3 horas.

**Gráfico 15.** Granja municipal



**Fuente:** Municipalidad del Cantón Quijos

## 1.12 GASTRONOMÍA

**Trucha:** Este atractivo gastronómico lo encuentra en todos los restaurantes de Quijos. La trucha es el plato especial de este sector, la misma que tiene variadas preparaciones de acuerdo a los gustos y exigencias del cliente.

**Gráfico 16.** Trucha



**Fuente:** Natalia Flor

**Maitos:** De carne de armadillo, guanta, guatusa y de pescado: consiste en envolver estas carnes en hojas de platanillo o bijao (similar a la hoja de plátano) luego colocarlo sobre el fogón

**Chicha de Chonta:** Bebida utilizada por los indígenas en rituales y festividades, consiste en cocinar la chonta, pelarla, sacar la semilla y se muele en los batanes luego se tritura la chonta con la ayuda de piedras cóncavas. En nuestro medio se licua (se añade azúcar).

**Gráfico 17.** Chicha de chonta



**Fuente:** [www.viajandox.com/napo/napo\\_quijos](http://www.viajandox.com/napo/napo_quijos)

**Fiestas más Importantes:** Cantonización de Quijos.

Actividades de las Fiestas: Fiesta de Cantonización, pregón, elección de la reina, competencia de cuatro por cuatro y MotoCross, Festival de danza nacional, ciclo paseo ruta Papallacta -Baeza, campeonato de cuarenta, carrera pedestre, exposiciones de pintura, Festival de comida típica, sesión solemne, desfile, vóley playero, Festival de regatón, rafting<sup>13</sup>.

---

<sup>13</sup> <http://www.explored.com.ec/ecuador/continue/napo4.htm>

## **CAPITULO II**

### **2 ESTUDIO DE MERCADO**

#### **2.1 INTRODUCCIÓN**

En una época de globalización de alta competitividad en los productos y servicios, como lo es el cambiante mundo del Marketing, es necesario estar alerta a las exigencia y expectativas del medio turístico, para ello es de vital importancia asegurar el éxito de una empresa, haciendo uso de técnicas y herramientas como es un Estudio de Mercado, para establecer si es factible la propuesta de creación de un Eco Lodge en el Cantón Quijos, Provincia de Napo.

Es indispensable analizar a la posible competencia, la oferta, la demanda y obviamente el sector hacia el que va a ir dirigido nuestro producto. Sin dejar de mencionar que después del análisis respectivo se buscara alternativas para la implementación del Marketing y Publicidad para promocionar el Eco Lodge. La herramienta principal será la Encuesta, de manera que permitirá recopilar información valiosa. Una vez recolectado los datos estos son utilizados para obtener un diagnóstico referente al tipo de servicios y actividades a instalar. Además en este capítulo se da a conocer los pasos, así como un análisis de las inferencias turísticas para calcular el tamaño de la muestra, que tipo de muestreo se va aplicar, identificación de mercado, universo, etc.

#### **2.2 OBJETIVOS**

- Desarrollar una Investigación de Mercado para determinar el turista, la comunidad, o agencia de viajes que requiera nuestros servicios. Es decir el segmento de Mercado.
- Realizar encuestas a una muestra de la población del Cantón Quijos de la Provincia de Napo dirigida a turistas nacionales y extranjeros.
- Identificar la competencia real que se tiene.

## **2.3 DEFINICIÓN DE ESTUDIO DE MERCADO**

Para este proyecto es determinante realizar una investigación para estudiar y evaluar diferentes factores que podrían influir en el éxito del proyecto. Entre los factores que se van a analizar se puede mencionar: la demanda, la oferta, los competidores. El estudio de mercado permitirá conocer la situación actual de la industria en la que se va a competir.

## **2.4 SEGMENTO DE MERCADO**

Tomando en cuenta la población de la Parroquia de Baeza, la población de la ciudad de Quito y la afluencia de turistas extranjeros que visitan el país se conforma la totalidad de la población a estudiar.

Demográficamente, se toma en cuenta a turistas de estado civil casados y con ingresos superiores a \$600. Con hábitos de consumo 2 veces al año. Segmentado en base a clases Sociales de media y media – alta.

## **2.5 TAMAÑO DEL PROYECTO**

Si el tamaño del proyecto a ofertar cubre una totalidad de 1390 pax. Se tiene que el proyecto está enfocado a cubrir un 3.13% del total de la demanda insatisfecha. Por lo tanto la participación en el Mercado será del mismo porcentaje.

## **2.6. DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA**

### **2.6.1. Turistas Nacionales**

**Universo.-** está constituido por el número de turistas nacionales que visitan la Provincia de Napo. En el año 2010 la cantidad de turistas que visitan la Provincia de Napo es alrededor de 37.602 personas, según las estadísticas del Ministerio de Turismo. Para la parroquia de Baeza alrededor de 6.078 actualmente.

**Universo.-** Las cifras que se presentan a continuación corresponden a la información recopilada en el módulo de turismo inserto en la encuesta de empleo, Desempleo y Subempleo, que le INEC realizó en el mes de junio de 2010

El periodo de referencia de la información es marzo - Mayo de 2010, durante este lapso se desplazaron 30.074 habitantes de Ecuador hacia la provincia de Napo, lo que genero 37.602 visitas ya que en varios casos los habitantes viajaron más de una vez hasta esta provincia en el periodo mencionado.

**Tabla 5.** Turistas nacionales

ÁREA	NAPO
Rural	6.078
Urbana	31.524
<b>Total General</b>	<b>37.602</b>

**Fuente:** Ministerio de Turismo

**Muestra.-** La muestra es el grupo de personas que poseen características similares o comunes a las que se les aplicara las respectivas encuestas.

### **Fórmula determinacional**

Universo finito (n)

Para la presente investigación se utiliza como referencia a las estadísticas de turistas nacionales que visitan la Parroquia de Baeza entre los meses de enero a diciembre del 2010. Según las estadísticas del Ministerio de Turismo del Ecuador.

$$n = \frac{Z^2 * N (p * q)}{E^2 (N-1) + Z^2 (p * q)}$$

De donde:

Z2 = Nivel de Confianza

N = Universo de Estudio

P = Probabilidad a favor

Q = Probabilidad en contra

E2 = Margen de error

n = tamaño de la muestra

Z2 = 1.96

N = 37.602

P = 50% (0.5)

Q = 50% (0.5)

E2 = 6% (0.06)

n= ?

$$1.96^2 * 37.602 (0.5*0.5) \\ 0.06^2 (37.602 -1) + 1.96^2 (0.5*0.5)$$

$$3,8416* 37.602 (0.25) \\ (0.0036) (37.602) + 3,8416 (0.25)$$

$$3,8416 (9400.50) \\ (135.3636) + (9604)$$

$$361.129.608 \\ 1363.240$$

Número de encuestas a realizar: 264.90

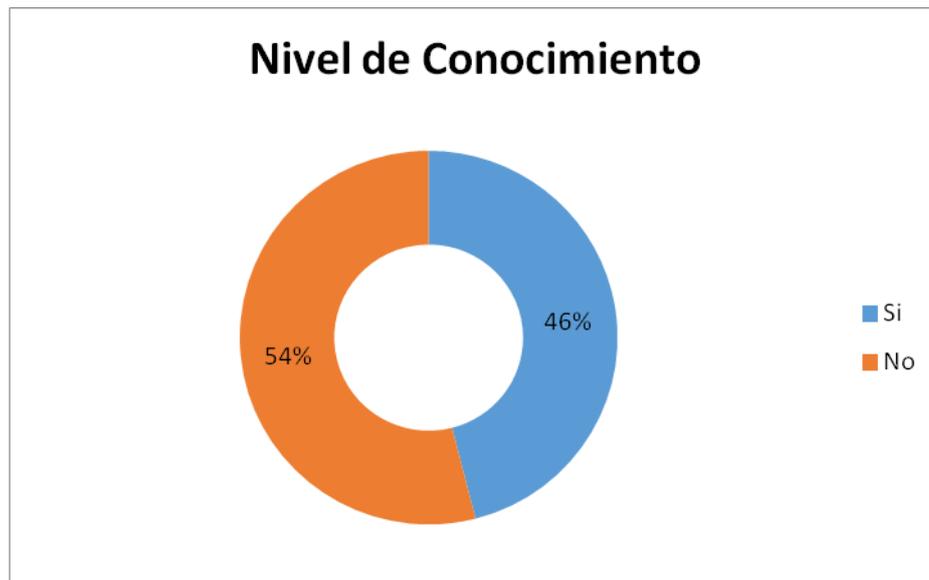
Total: 265 Encuestas

### 2.6.1.1. Encuesta nacionales

### 2.6.1.2. Tabulación y análisis de la encuesta realizada a una muestra poblacional de la parroquia de Baeza.

#### 1. ¿Conoce usted el Cantón Quijos?

Gráfico 18. Nivel de conocimiento Cantón Quijos



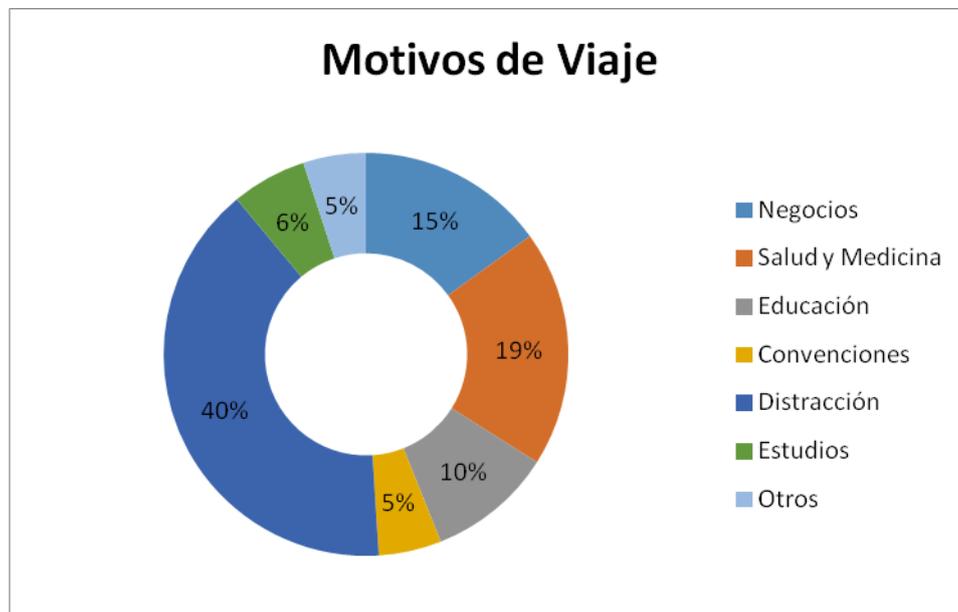
Fuente: Investigación directa  
Elaborado por: Natalia Flor

#### Interpretación

Del total de los encuestados el 54% no conoce el Cantón Quijos, mientras que el 46% si lo conoce lo que demuestra que existe un buen porcentaje el cual puede ser aprovechado para explotar y dar a conocer los atractivos del mismo.

## 2. ¿Cuál es su motivo de viaje más usual?

Gráfico 19. Motivo de viaje



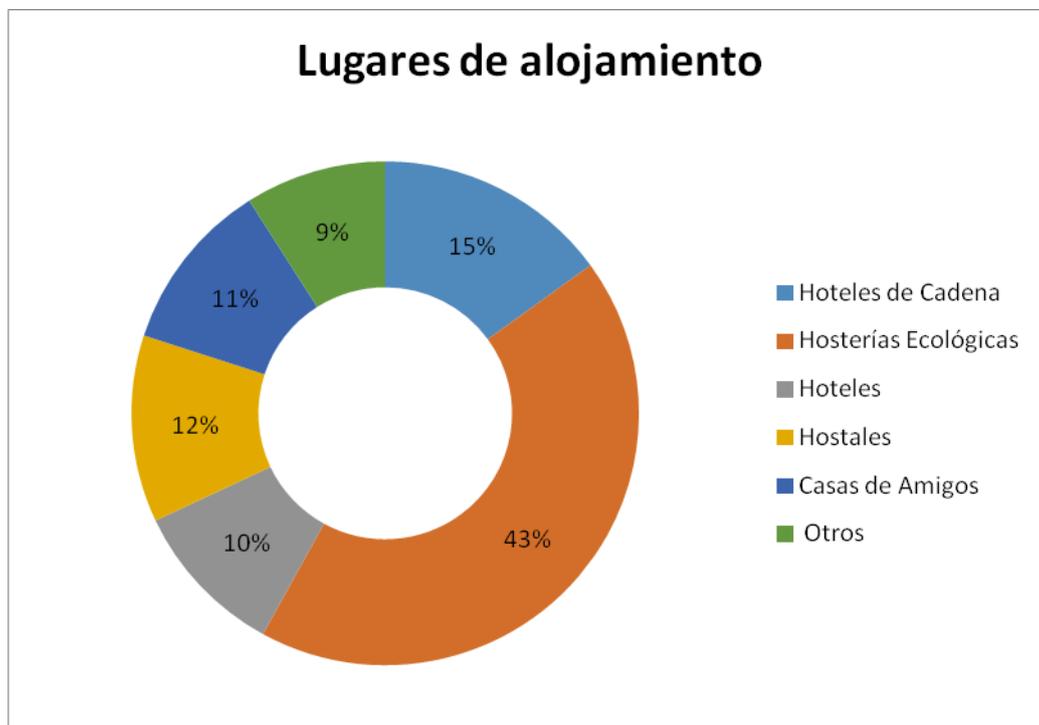
Fuente: Investigación directa  
Elaborado por: Natalia Flor

### Interpretación

Del total de los encuestados el 40% opta por viaje de distracción eso se podría tomar en cuenta dado los niveles de stress y vida sedentaria actual, el 19% prefiere por salud y medicina buscando igual mejorar su calidad de vida, el 15% por negocios en casos de personas o turistas que viajan por realizar una actividad específica, el 10% educación, el 6% por motivo de estudios, el 5% por convenciones o eventos llevados a cabo en la Parroquia y finalmente el 5% restante por otros motivos como visitas a familiares.

### 3. Cuando usted sale de viaje prefiere alojarse en:

Gráfico 20. Tipo de alojamiento para para su viaje



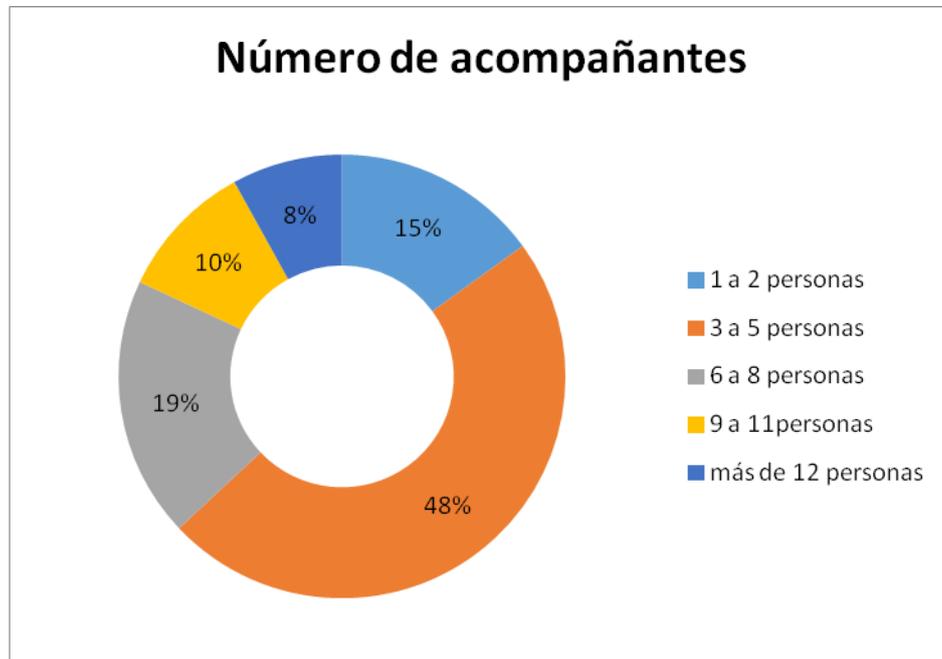
**Fuente:** Investigación directa  
**Elaborado por:** Natalia Flor

#### Interpretación

Como se puede observar en el cuadro la mayoría de los turistas prefieren alojarse en un lugar ecológico en un 43% esto dado la diferencia de servicios e infraestructura por lo que esto da más pautas para crear este lugar de esparcimiento y alojamiento.

#### 4. ¿Cuántas personas le acompañan en su viaje normalmente?

Gráfico 21. Numero de acompañantes en su viaje



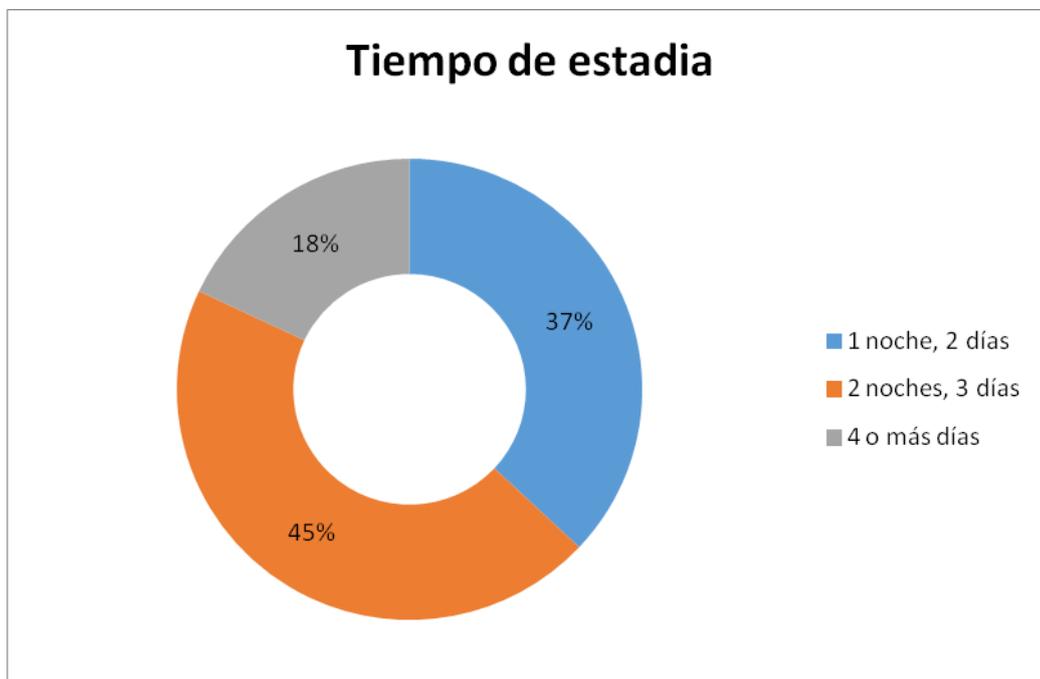
Fuente: Investigación directa  
Elaborado por: Natalia Flor

#### Interpretación

Del total de los encuestados cuando realizan viajes ya sea por vacaciones u otros motivos la mayoría lo hacen en compañía de 3 a 4 personas en un 48%, siendo un buen número de personas el cual el Eco Lodge puede acoger en sus instalaciones. Por lo tanto es indispensable que se cree cabañas familiares para satisfacer las necesidades presentes.

## 5. ¿Cuánto tiempo dura su estadía?

Gráfico 22. Tiempo de estadía



Fuente: Investigación directa  
Elaborado por: Natalia Flor

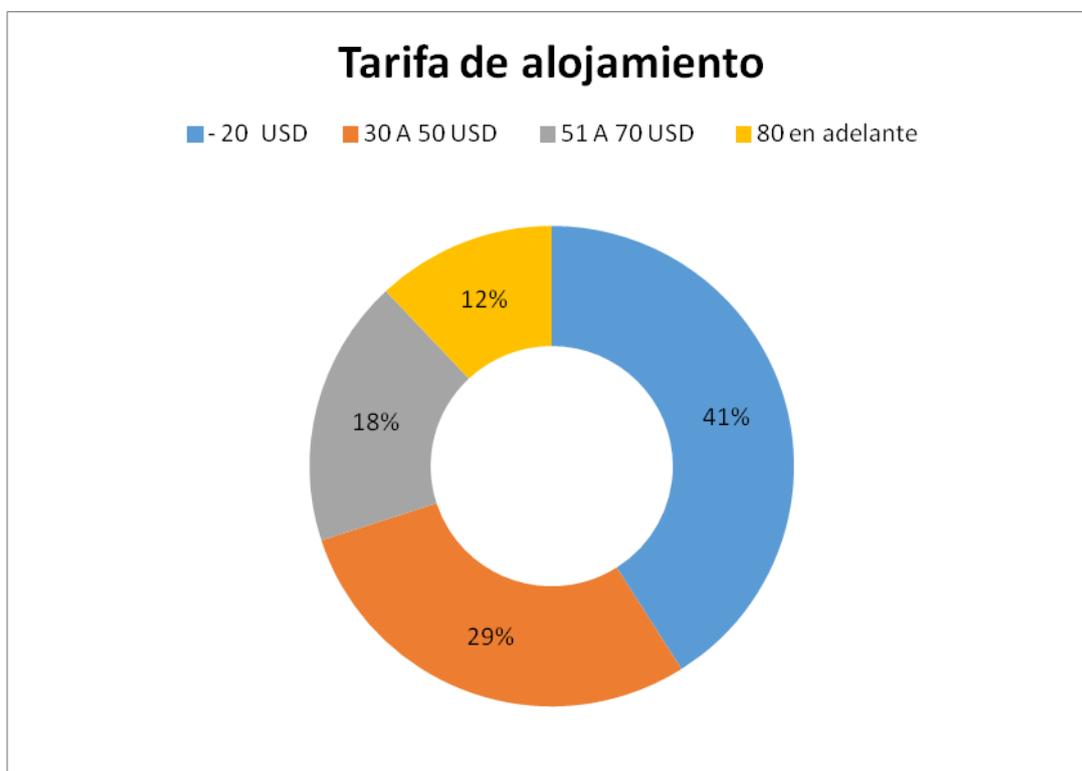
### Interpretación

A la mayoría de las personas les encantaría tomarse 3 días de vacaciones, con un 45% dada sus ocupaciones normales por lo que no les permite tomar más días de esparcimiento así que un 37% de los encuestados suele tomar de uno a dos días o el fin de semana para descansar.

Por lo tanto se debe idear paquetes para familias que duren no más de 3 días en los que puedan combinar actividades novedosas y descansar al mismo tiempo.

6. Su tarifa de alojamiento por noche está entre:

Gráfico 23. Tarifa de alojamiento



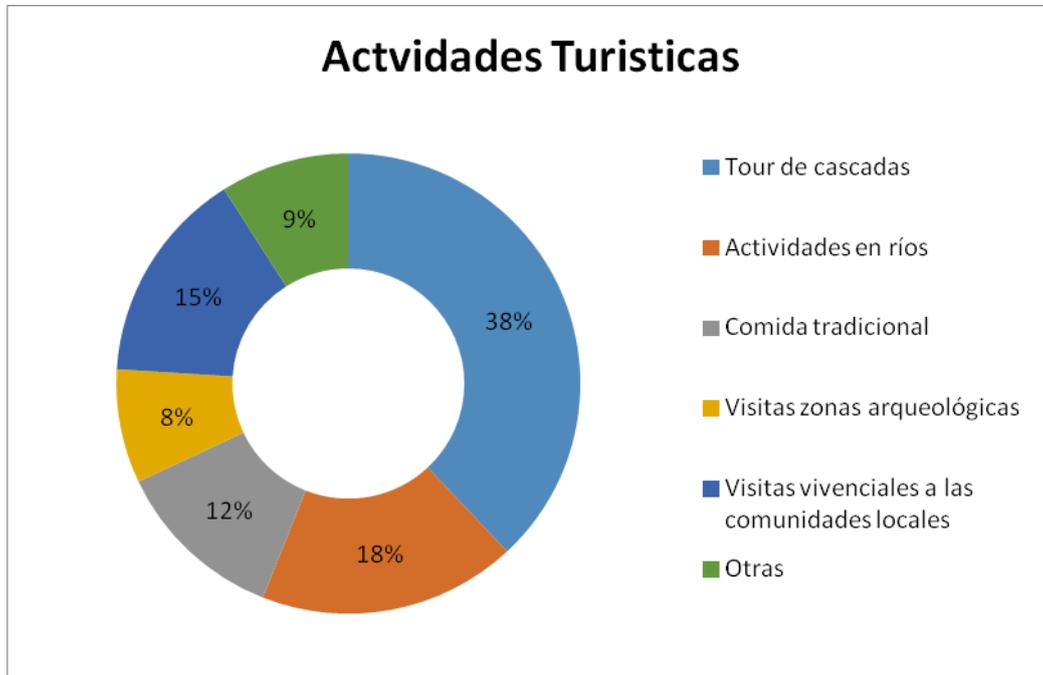
Fuente: Investigación directa  
Elaborado por: Natalia Flor

### Interpretación

El 41% de los encuestados estarán dispuestos a pagar por persona en alojamiento menos de 20. Un 29% pagaría hasta 30 dólares por persona, lo que indica que es preferible manejar para turistas nacionales algo de excelente calidad pero con costos accesibles.

7. ¿Según sus preferencias indique las actividades que le gustaría encontrar?

Gráfico 24. Actividad turística que realiza



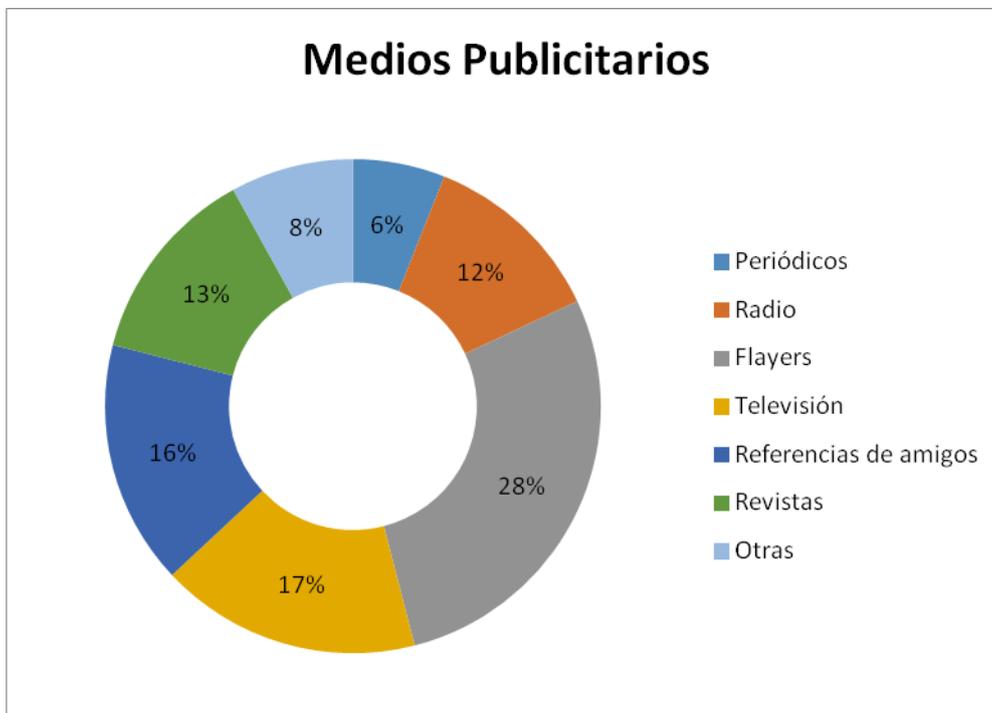
Fuente: Investigación directa  
Elaborado por: Natalia Flor

### Interpretación

Si de tener una preferencia para hacer turismo la mayoría se inclina por el tour de cascadas con un 26% dado por el espectacular paisaje que presenta la zona, seguido muy de cerca por las actividades en ríos de esta manera el turista logra esparcimiento y relax logrando salir del estrés que causa la vida cotidiana.

**8. Como se informa de los nuevos lugares de alojamiento y en qué orden de importancia. En escala de 1 a 6 siendo 1 menor y 6 mayor.**

**Gráfico 25.** Medios de publicidad para los nuevos lugares de alojamiento



**Fuente:** Investigación directa  
**Elaborado por:** Natalia Flor

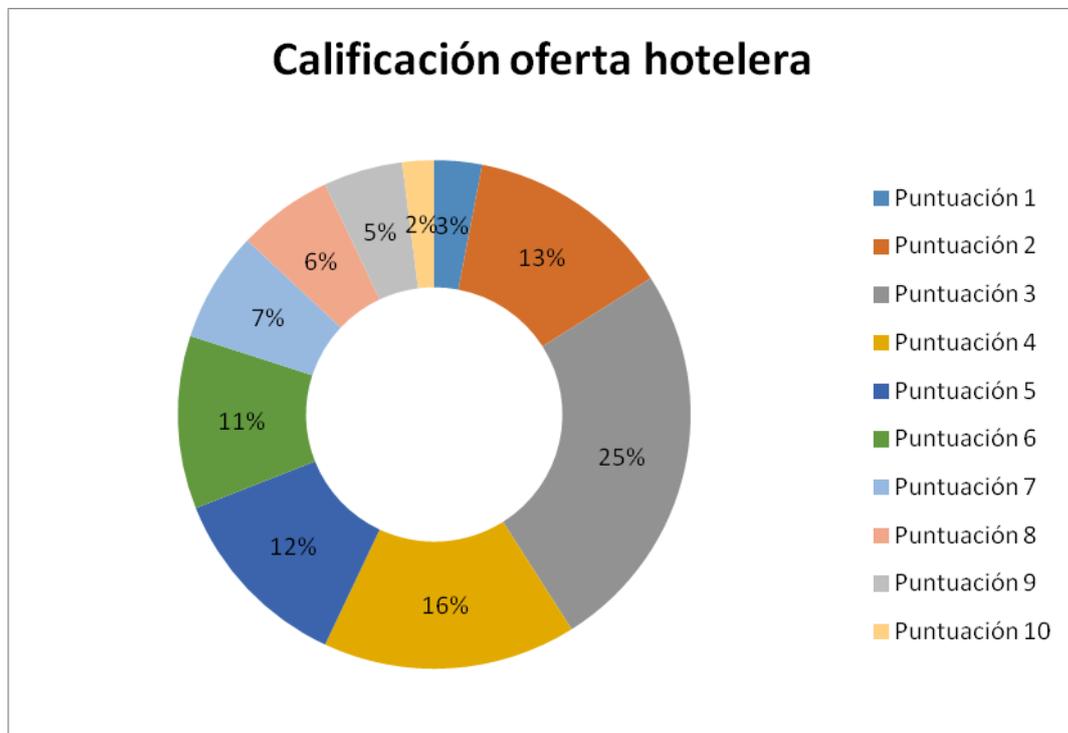
### Interpretación

En cuanto a la inversión que los prestadores de servicios turísticos hacen para la promoción de sus servicios se observa que los más usados son los flayer publicitarios que normalmente son entregados en los paraderos turísticos dentro de la vía Panamericana Norte, peajes, gasolineras o entrada a los núcleos urbanos.

Otro medio que ellos consideran con mejores resultados es la promoción turística dada por los medios de comunicación. Lógicamente muy pocos invierten en medios más caros como la tv o radio, pero un buen porcentaje se inclinan hacia los anuncios en guías turísticas o revistas especializadas entregadas normalmente en puntos de información turística.

**9. Cómo calificaría usted la oferta hotelera de la ciudad de Baeza. En escala de 1 a 6 siendo 1 menor y 6 mayor. ?**

**Gráfico 26.** Calificación de la oferta hotelera



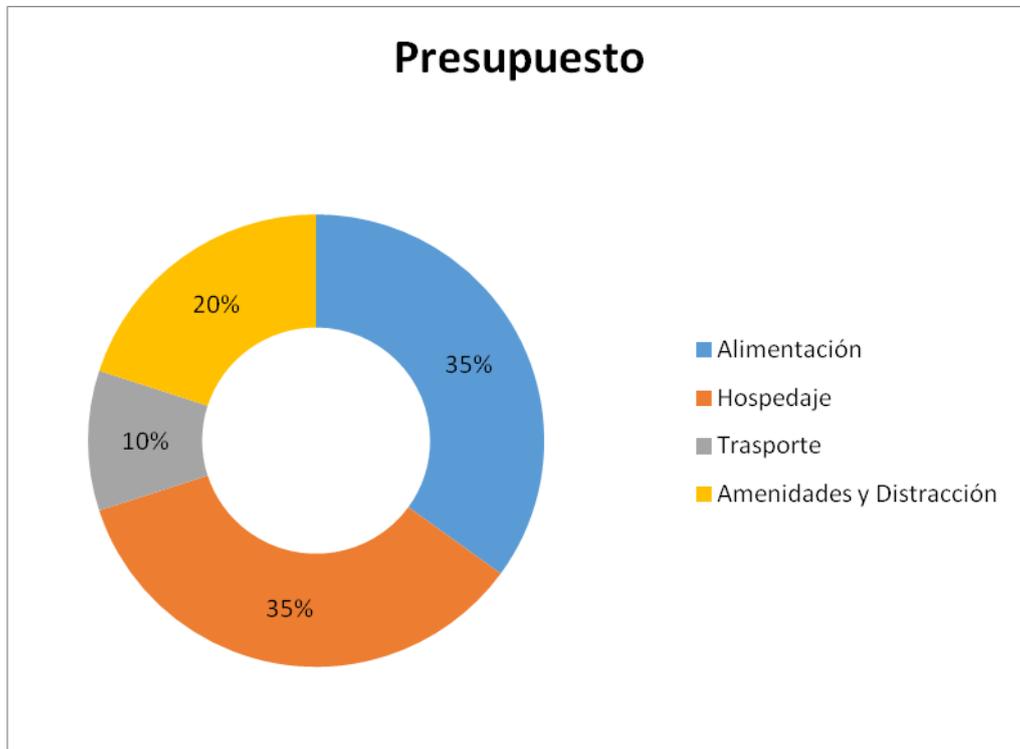
**Fuente:** Investigación directa  
**Elaborado por:** Natalia Flor

**Interpretación**

La mayoría de turistas con un 23% considera que la calificación acorde al servicio de alojamiento es un 3 lo que indica que hay mucho por mejorar y trabajar para lograr mayor cantidad de turistas en la zona que confíen en la calidad de alojamiento de la parroquia.

10. ¿Cuál es el porcentaje adecuado, que usted designa en su presupuesto de viaje para las siguientes actividades?

Gráfico 27. Presupuesto para su viaje



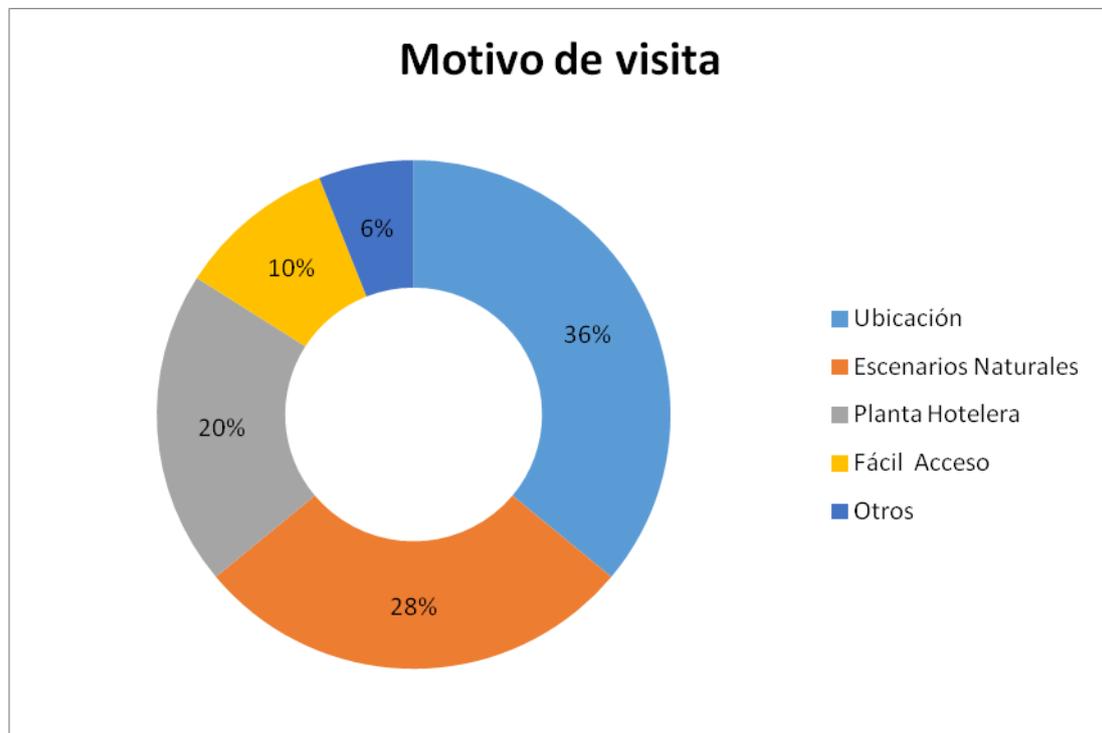
Fuente: Investigación directa  
Elaborado por: Natalia Flor

### Interpretación

Según el cuadro y después de realizadas las encuestas existe un porcentaje similar en cuanto al presupuesto designado tanto en alojamiento como en alimentación, el turista considera que estas dos opciones son las más importantes el momento de decidir realizar un viaje.

**11. Le agradaría visitar un Eco Lodge ubicado en el Cantón Quijos, Parroquia de Baeza por:**

**Gráfico 28.** Motivo de visita



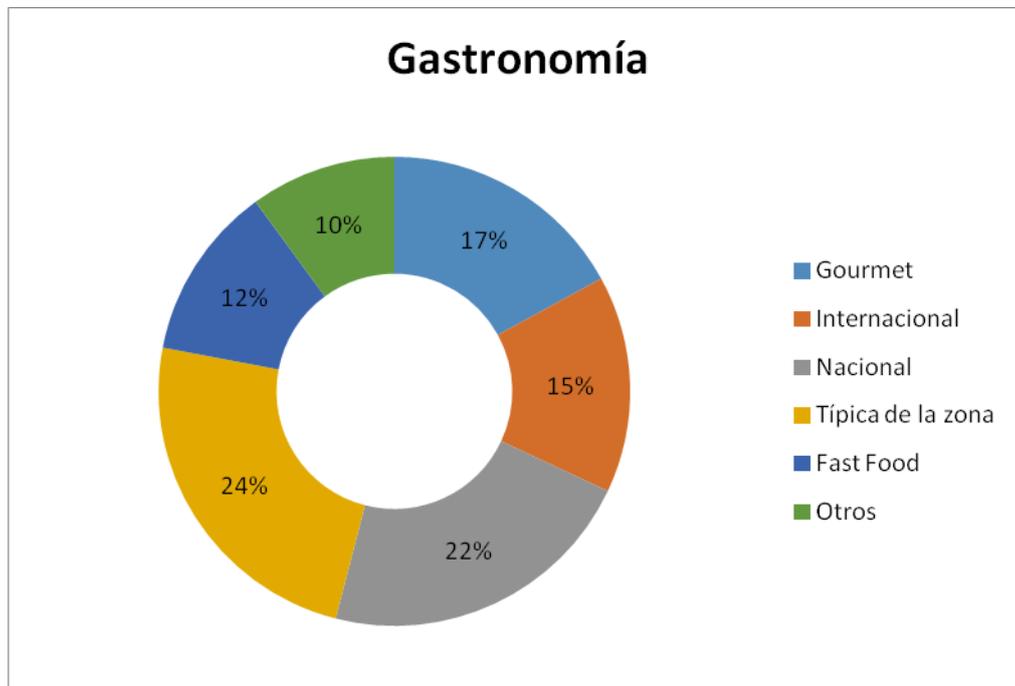
**Fuente:** Investigación directa  
**Elaborado por:** Natalia Flor

**Interpretación**

Es totalmente claro que la mayoría de turistas en un 36% prefiere visitar un lugar turístico con excelente ubicación y cercanía, seguido de otro motivo de visita realmente importante que son los atractivos turísticos que existen en la zona con 28%, la planta hotelera también es otro punto de importancia para el turista por las comodidades que brindan los mismo.

## 12. ¿Qué tipo de comida le gustaría que sirvan en el Eco Lodge?

Gráfico 29. Gastronomía que espera recibir



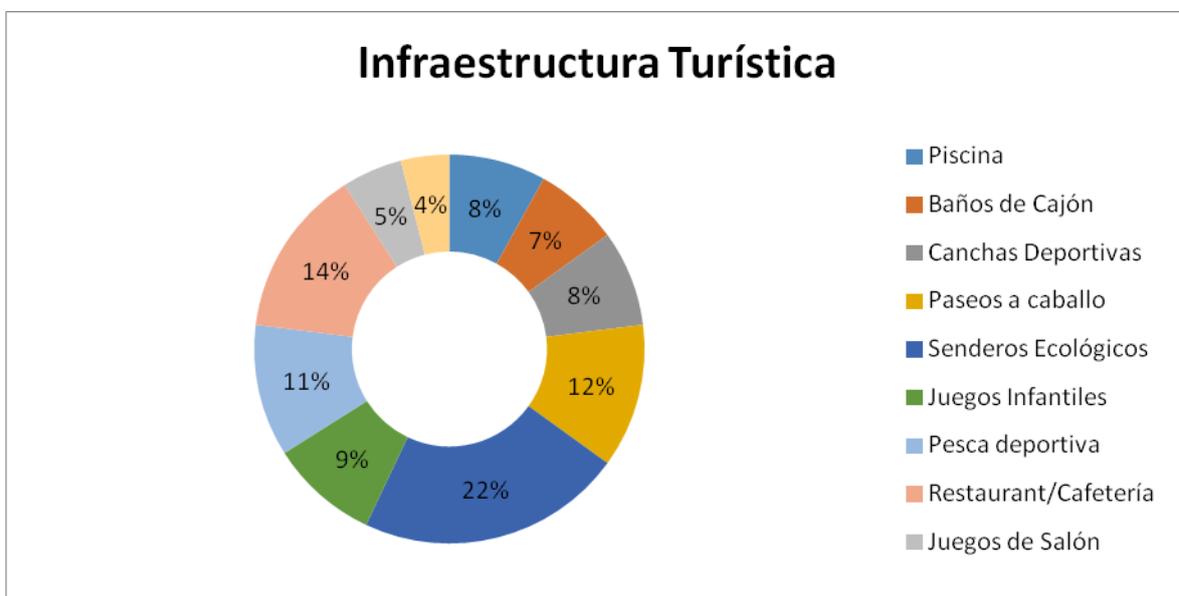
**Fuente:** Investigación directa  
**Elaborado por:** Natalia Flor

### Interpretación

La mayoría de turistas en un 24% prefiere degustar comida típica de la zona por sus sabores distintos, pero seguido se tiene la comida nacional con un 22%, la idea es tratar de mantener una carta apta para todos los paladares.

### 13. Seleccione los servicios que le gustaría funcionen en el Eco Lodge

Gráfico 30. Infraestructura turística



Fuente: Investigación directa  
Elaborado por: Natalia Flor

#### Interpretación

Dentro de la infraestructura turística la mayoría prefiere en un 22% existan Senderos Ecológicos que les permitan conocer la flora y fauna de la zona, seguido de paseos a caballo con un 12% la mayoría se encamina a infraestructuras de tipo natural sin dañar el medio ambiente, sin embargo con un 14% la implementación con creación de un lugar adecuado para la alimentación del turista también es de suma importancia siempre se mantenga las normas de higiene y calidad.

14. ¿Le gustaría que el Eco Lodge tenga un sistema todo incluido en el precio?

Gráfico 31. Sistema todo incluido en precios



Fuente: Investigación directa  
Elaborado por: Natalia Flor

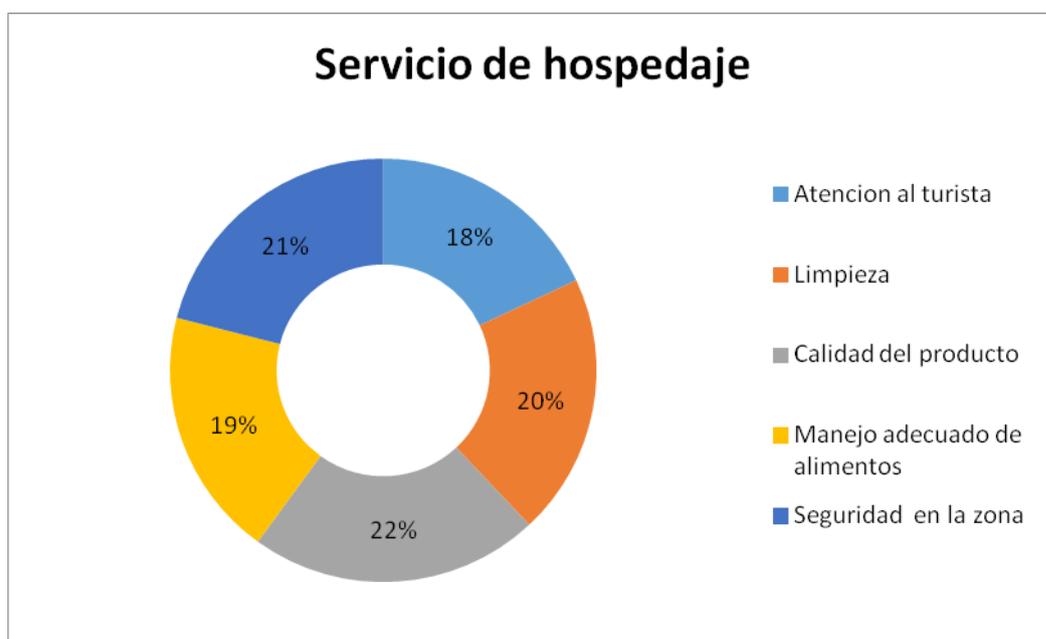
### Interpretación

El 65% de los encuestados prefiere un sistema todo incluido lógicamente esto evitaría que nuestro cliente potencial genere un presupuesto y se evite tener un mayor gasto del planificado, así mantendrán un servicio completo y su satisfacción generara una visita próxima a nuestras instalaciones.

15. ¿A su criterio que es lo más importante en un servicio de hospedaje?

Siendo 1 menos importante y 5 más importante.

Gráfico 32. Servicio de hospedaje



Fuente: Investigación directa  
Elaborado por: Natalia Flor

### Interpretación

El 20% de los encuestados consideran que la calidad del producto es lo más importante este debe incluir un servicio satisfactorio tanto para el cliente como para los que conforman el Eco Lodge dejando así una buena impresión ante los ojos de nuestros turistas, seguido con un 20% de la limpieza factor de gran importancia para ese tipo de negocio que se va a emprender, la seguridad en un 21% es valiosa para el turista y en cuanto a atención y manejo de productos de alimentación, igualmente su porcentaje no deja de ser importante para el momento de poner en práctica dicho proyecto.

## 2.6.2 Pobladores

**El Universo.-** está constituido por el número pobladores que habitan en la Parroquia de Baeza que según el INEC es de 1.220.

**Muestra.-** la muestra es el grupo de personas que poseen características similares o comunes a las que se les aplicara las respectivas encuestas.

### Formula determinacional

Para un universo finito  $n$

Para la presente investigación se utiliza como referencia a las estadísticas de pobladores que habitan en la Parroquia de Baeza.

$$n = \frac{Z^2 * N (p * q)}{E^2 (N-1) + Z^2 (p * q)}$$

De donde:

$Z^2$  = Nivel de Confianza

$N$  = Universo de Estudio

$P$  = Probabilidad a favor

$Q$  = Probabilidad en contra

$E^2$  = Margen de error

$n$  = tamaño de la muestra

$$Z^2 = 1.96$$

$$N = 1.220$$

$$P = 50\% (0.5)$$

$$Q = 50\% (0.5)$$

$$E^2 = 6\% (0.06)$$

$$n=?$$

$$1.962 * 1.220 (0.5*0.5)$$
$$0.062 (1.220-1) + 1.962 (0.5*0.5)$$

$$3,8416 * 1220 (0.25)$$
$$(0.0036) (1219) + 3,8416 (0.25)$$

$$3,8416 (305)$$
$$(43884) + (9604)$$

$$11.716.880$$
$$53.488$$

Numero de encuestas a realizar: 219.0562369

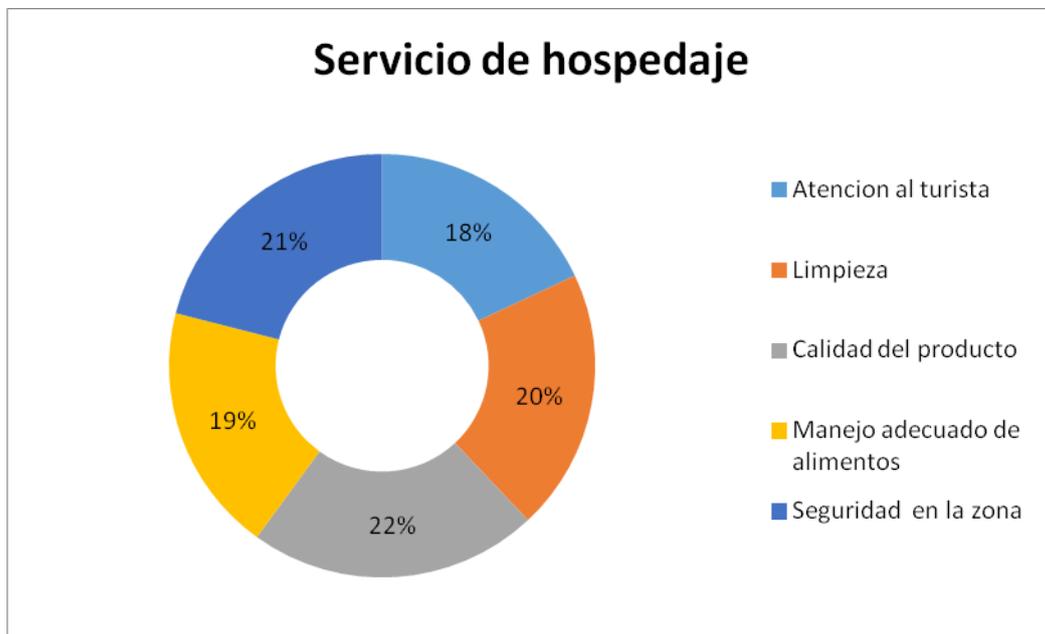
Entonces: 219

### 2.6.2.1. Diseño de la encuesta para los pobladores

### 2.6.2.2. Tabulación y análisis de la encuesta realizada a una muestra poblacional la parroquia de Baeza

1. ¿Qué opinión tiene sobre la oferta hotelera actual en la parroquia de Baeza? En escala de 1 a 10 siendo 1 Insatisfecho y 10 Totalmente Satisfecho

Gráfico 33. Servicio de hospedaje en Baeza



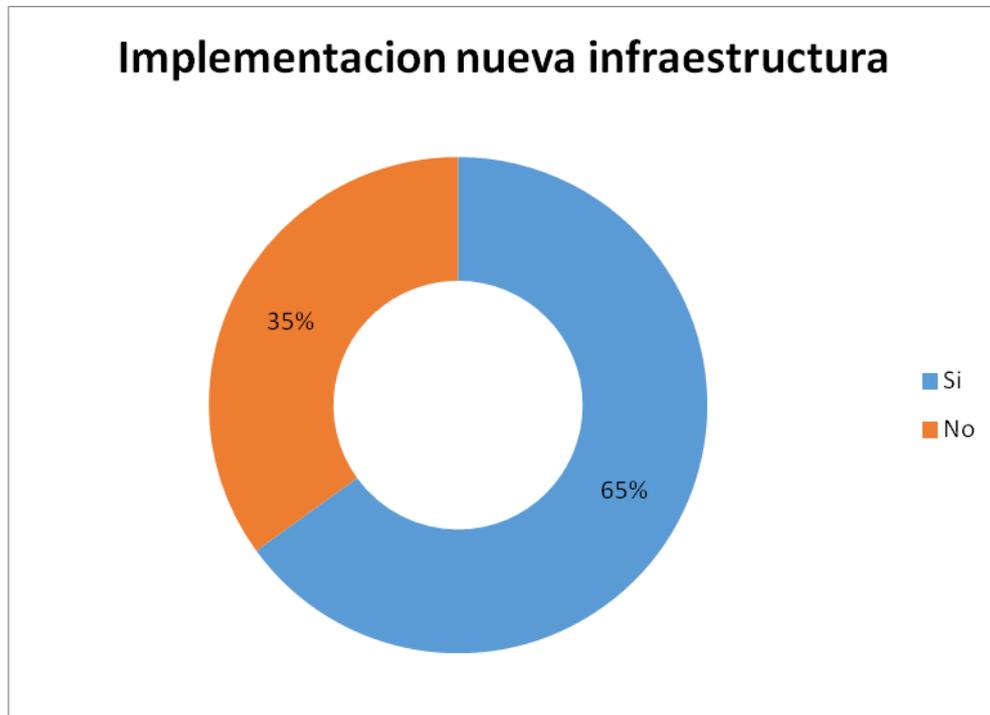
Fuente: Investigación directa  
Elaborado por: Natalia Flor

### Interpretación

Como se puede apreciar en el cuadro la mayoría de pobladores en un 19% opina que en una calificación de 1 a 10 el 5 es el intermedio en cuanto a satisfacción del servicio dando como resultado notable que hay mucho por trabajar para lograr tener un nivel de satisfacción de 10

2. ¿Piensa que es importante la implementación de una nueva oferta hotelera en la zona?

Gráfico 34. Implementación de nueva Infraestructura hotelera



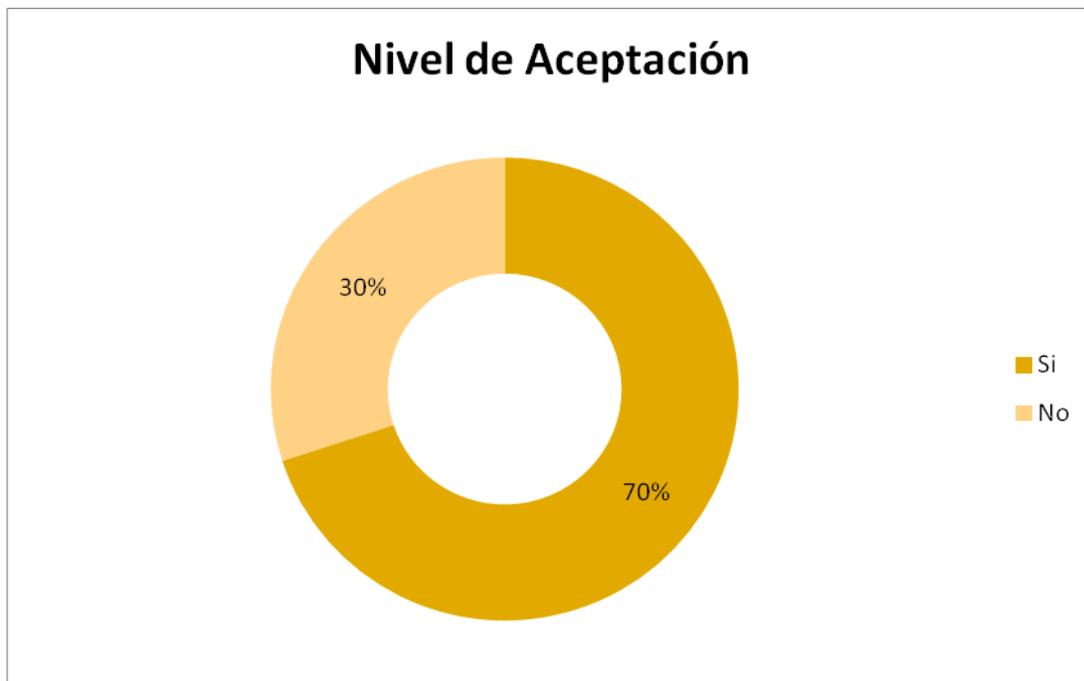
Fuente: Investigación directa  
Elaborado por: Natalia Flor

### I Interpretación

La mayoría de los pobladores en un 65% desea y considera la implementación de más infraestructura turística ya que la mayoría de turistas toman a la Parroquia de Baeza como sitio de paso debido q que no existe más lugares de alojamiento adecuados para sus necesidades.

**3. ¿Estaría de acuerdo en que se inicie la construcción de un establecimiento ecológico que acoja tanto a turistas nacionales como extranjeros?**

**Gráfico 35.** Nivel de aceptación en la construcción de un establecimiento ecológico



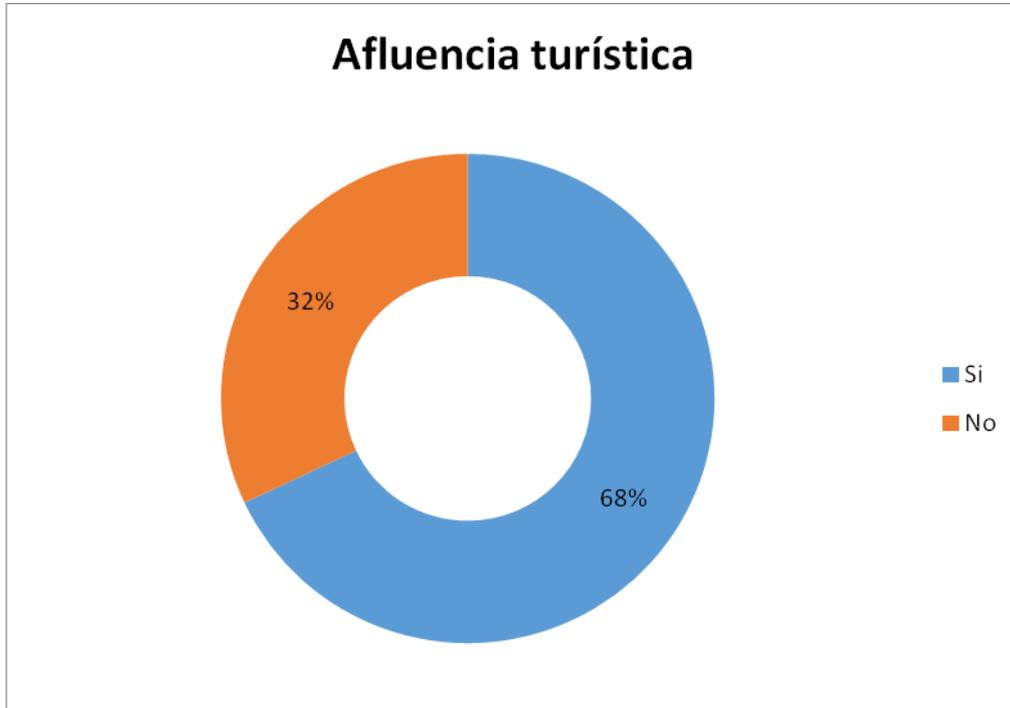
**Fuente:** Investigación directa  
**Elaborado por:** Natalia Flor

### **Interpretación**

En cuanto al nivel de aceptación la mayoría está totalmente de acuerdo en la implementación de un lugar para alojamiento en un 70% consideran que esa apertura generara nueva posibilidades de empleo

#### 4. ¿Piensa que con dicha implementación existiría más afluencia turística a la zona?

Gráfico 36. Afluencia turística



Fuente: Investigación directa  
Elaborado por: Natalia Flor

#### Interpretación

Como ya se mencionó anteriormente una de las causas por las cuales el turista no se hospeda en la zona es por la falta de infraestructura, y al crear esta nuevo Eco Lodge generaran más expectativas al turista para que se hospede y a su vez fomentar el turismo en la zona. Es por ello que en un 68% los pobladores opinan positivamente en cuanto a la implementación de dicho centro de alojamiento.

5. ¿Con la implementación mejoraría la calidad de vida de la población desde el punto de vista económico?

Gráfico 37. Mejora en la calidad de vida



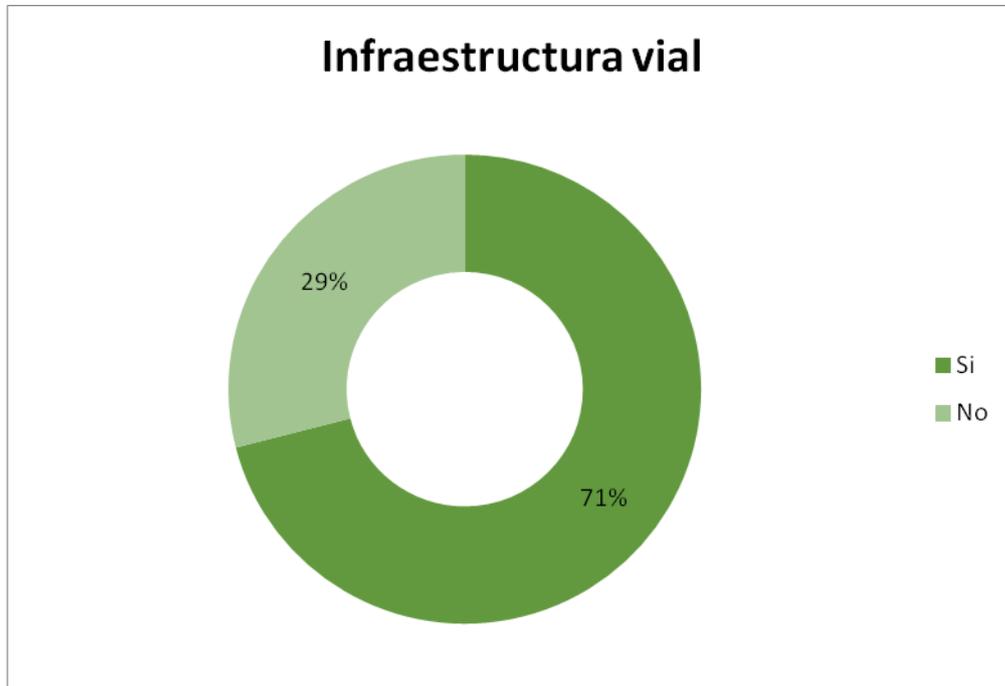
Fuente: Investigación directa  
Elaborado por: Natalia Flor

### Interpretación

En cuanto se refiere a la calidad de vida la población se reparte en un 50 % ya que muchos opinan que en la mayoría se pueden beneficiar los dueños del establecimiento por otro lado la otra mitad opina que siempre y cuando el lugar genere fuentes de empleo y a su vez mas número de turista la calidad de vida tendría mayor expectativa para los pobladores

6. **¿Considera que el acceso o viabilidad a la Parroquia de Baeza es el adecuado?**

**Gráfico 38.** Infraestructura vial



**Fuente:** Investigación directa  
**Elaborado por:** Natalia Flor

### **Interpretación**

Como pobladores se sienten bastante satisfechos con el mejoramiento de la infraestructura vial en un 71%, el acceso es más seguro con una carretera de primer orden sin embargo el otro 29% opina que siempre existe algo por hacer y mejorar.

## 7. ¿Le gustaría ser parte activa del proyecto?

Gráfico 39. Participación de la comunidad



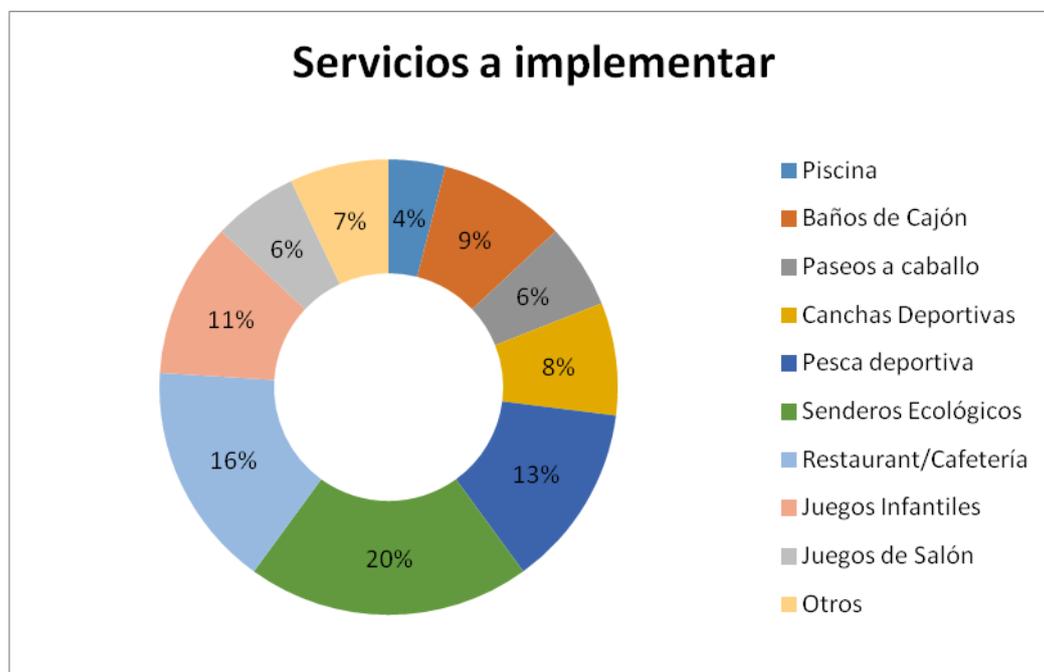
Fuente: Investigación directa  
Elaborado por: Natalia Flor

### Interpretación

Dentro del nivel de participación dentro de la comunidad se puede observar que la mayoría de los encuestados, un 63% participaría activamente colaborando y generando ideas productivas para este proyecto con la finalidad de lograr que tanto para la comunidad, como para los accionistas del mismo sea efectivo y se logre obtener resultados

**8. Acorde a su criterio que servicios debería ofertar el nuevo establecimiento para que tenga acogida y cause impacto en los visitantes:**

**Gráfico 40.** Servicios a implementar



**Fuente:** Investigación directa  
**Elaborado por:** Natalia Flor

### Interpretación

Al plantear a los encuestados que servicios debería prestar el Eco Lodge reveló los siguientes resultados.

El 20% de los encuestados prefiere como servicios Senderos ecológicos dado el lugar de ubicación y los atractivos que se prestan para la explotación de los mismo, el 16% cree que es muy importante la existencia de un Restaurant-Cafetería, cada uno de los servicios es con la finalidad de brindar un buen servicio a las personas que lleguen a las instalaciones para todos los clientes nacionales y extranjeros dado que contando con el suficiente menaje según sea el caso o de alimentación así como instrumentos deportivos en caso de entretenimiento.

## 2.7 ANÁLISIS DE LA OFERTA

El número de los operadores turísticos pertenecientes a la provincia de Napo se encuentra registrado en catastros se detallan a continuación para poder establecer un análisis más profundo de los establecimientos que se pueden convertir en competencia. De acuerdo al Catastro de información de operadores turísticos que se encuentran en la provincia de Napo, no se observa un establecimiento de alojamiento con característica Eco Lodge. Pero muy de cerca se encuentran “Las Termas de Papallacta” que pueden llegar hacer un competidor potencial para nuestro proyecto.

Con este establecimiento mencionado se puede realizar una entrevista o encuesta para poder conocer el nivel de competencia que se puede presentar con dicho establecimiento.

### 2.7.1 Oferta directa

La Competencia Directa representa un negocio que ofrece los mismos productos y servicios al mismo mercado y al mismo tipo de Cliente.

Tabla 6. Oferta directa

NOMBRE	TIPO DE CATEGORÍA	SERVICIOS	CAPACIDAD INSTALADA	CAPACIDAD TURISTAS AL MES	ANUAL
Hacienda Cumandá	Hostería	Restaurante, Deporte de Aventura	Dobles y Triples	150 pax	1800
La Casa de Rodrigo	Hotel	Restaurante	Simples y Dobles	95 pax	1140
La Casa de Gina	Hotel	Alojamiento	Simples y Dobles	56 pax	672
<b>TOTAL</b>				<b>301</b>	<b>3612</b>

Fuente: Investigación directa  
Elaborado por: Natalia Flor

## **Análisis:**

Según los datos obtenidos en la capacidad de alojamiento del Cantón Quijos tiene un número de plazas de 3612 visitantes a ser alojados al año, este dato se ha ido incrementando desde años anteriores debido a que las comunidades quieren dar más apoyo al turismo como actividad generadora de recursos.

Según datos del ITUR del Cantón Quijos el porcentaje en cuanto al crecimiento de la capacidad de alojamiento es de 2% al año.

Considerando un porcentaje de ocupación promedio actual es del 25%

### **2.7.2 OFERTA INDIRECTA**

La Competencia Indirecta es un negocio que ofrece los mismos productos y servicios a un mercado diferente.

Según el Catastro del Ministerio de Turismo en El Cantón Quijos se atiende a más de 8.256 turistas

#### **2.7.2.1 Calculo de la Oferta**

Si consideramos que la competencia directa es de 109865 + 8526 turistas de oferta indirecta tenemos:

Oferta = Competencia Directa + Competencia Indirecta

Oferta = 3612 + 8526

**Oferta = 12138**

## **2.8 ANÁLISIS DE LA DEMANDA**

Un destino puede identificar su mercado objetivo de dos formas: la primera consiste en recabar información acerca de los visitantes actuales. De donde vienen y por qué. Cuáles son las variables demográficas, si están

satisfechos y cuánto pueden gastar. Examinadas éstas y otras preguntas se puede definir a qué tipo de turistas dirigirse. Existen tres tipos de demanda:

1. Demanda Turística efectiva; la cual se ejecuta en el mercado en la actualidad, es el que ya se lo tiene en ese preciso momento.

2. Demanda Turística Potencial: Potencialmente es la que se podría ejercer, o recibir, pero no por razones de trabajo, enfermedad, o problemas familiares, sino con la finalidad de conocer el lugar

3. Demanda Turística diferida: no ha podido ser efectiva pero lo que será más adelante, es decir tiene un retraso en el tiempo.

Gracias a las encuestas aplicadas en los turistas actuales, se sabe cuáles son sus preferencias y motivos de viaje, su perfil, y su posible gasto, lo cual serán datos muy útiles para el desarrollo de las propuestas.

4. Demanda Histórica: Con la finalidad de conocer la demanda futura que tendrá el Cantón de Quijos, se analizará la demanda histórica. Desafortunadamente el Cantón no posee registros oficiales del número de visitantes que ha tenido anualmente, pero gracias a al Ministerio de Turismo del Ecuador y las Oficinas del ITUR se obtiene datos que serán de utilidad para el análisis.

Tabla 7. Ingreso de turistas cantón Quijos

<b>Ingreso de turistas a Cantón Quijos</b>	
<b>Años</b>	<b>Turistas</b>
<b>2007</b>	<b>14995,9</b>
<b>2008</b>	<b>13495,9</b>
<b>2009</b>	<b>17176,6</b>
<b>2010</b>	<b>20857,3</b>
<b>2011</b>	<b>24538</b>

**Fuente:** Investigación directa  
**Elaborado por:** Natalia Flor

Como se manifiesta en el cuadro anterior, evidencia que el avance de llegada de turistas ha ido mejorando cada año en un nivel de crecimiento del 15%, lo cual no es un crecimiento adecuado, dado que la población ha invertido y cambiado su forma de ver el turismo, donde se muestra una caída significativa en el año 2006, por los problemas económicos y naturales que acontecieron y redujeron el número de visitantes.

## 2.9 CALCULO DE LA DEMANDA ACTUAL Y FUTURA PROYECCIONES

Para este fin se utilizara el método de los mínimos cuadrados esto permitirá reagrupar los datos al azar y proyectar el número de la demanda que se necesita analizar

Se utilizaran los datos de crecimiento y decrecimiento obtenidos de la Ilustre Municipio del Tena.

Tabla 8. Calculo de demanda actual y futura proyecciones

Calculo de la Demanda Futura	Columna 1	Columna 2	Columna 3	Columna 4
AÑOS	X	Y	Xy	X2
2011	-2	32825	-65650	4
2012	-1	35779	-35779	1
2013	0	43119	0	0
2014	1	45161	45161	1
2015	2	47204	94408	4
TOTAL		204088	38140	10

**Fuente:** Investigación directa  
**Elaborado por:** Natalia Flor

### Calculo de la demanda futura

$$Y = b + m(x)$$

$$B = \sum y / n$$

$$M = \sum xy / \sum x^2$$

$$b = 204088 / 5 = 40817,6$$

$$m = 38140 / 10 = 3814$$

$$Y=3814(x)+ 40817,6$$

Para el pronóstico del año 2016 se interpondrá el valor de  $x= 3$  debido a que dentro de la formula lineal debe ser continuo con el punto base con los datos históricos por tanto:

$$Y=3814(3)+ 40817,6= 52256,6$$

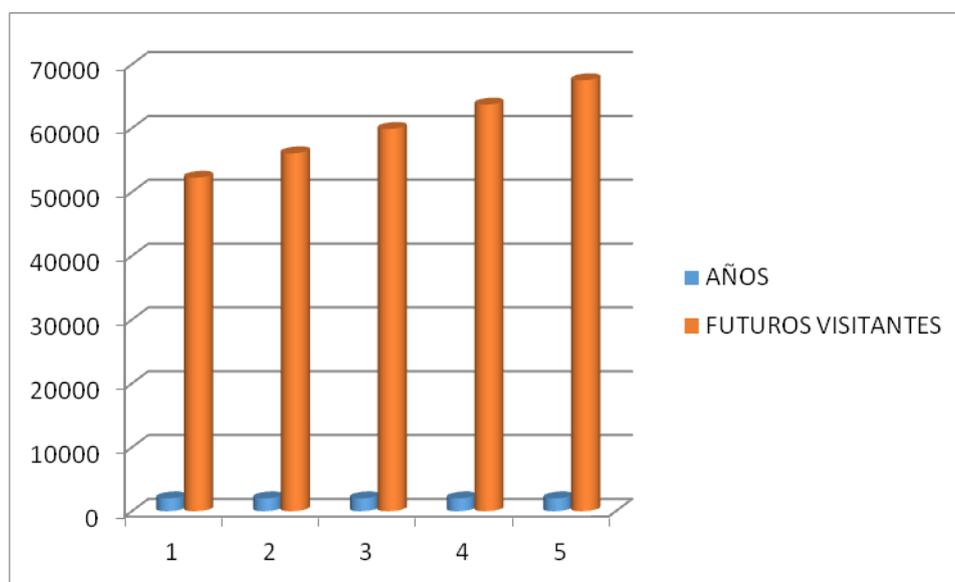
Siguiendo el siguiente procedimiento, la demanda en los siguientes años se presentara así:

Tabla 9. Demanda futura

<b>AÑOS</b>	<b>X</b>	<b>Futuros visitantes</b>
<b>2016</b>	3	52259,6
<b>2017</b>	4	56073,6
<b>2018</b>	5	59887,6
<b>2019</b>	6	63701,6
<b>2020</b>	7	67515,6

**Fuente:** Investigación directa  
**Elaborado por:** Natalia Flor

**Gráfico 41. Demanda futura**



**Fuente:** Investigación directa  
**Elaborado por:**

Natalia

Flor

## 2.10 Determinación de la demanda insatisfecha

Se analiza en base a un sencillo cálculo la Oferta actual y la Demanda Potencial tenemos:

**Demanda Insatisfecha = Demanda Potencial – Oferta**

**Demanda Insatisfecha = 52259 - 12138**

**Demanda Insatisfecha = 40121**

## 2.11 OPORTUNIDADES EN EL MERCADO

Después de realizar el análisis de mercado para la creación del Eco Lodge se han visto que las siguientes oportunidades:

- La falta de alternativas ecológicas dentro del área de Baeza hace que la creación del Eco Lodge sea pertinente para cubrir las necesidades de demanda.

- Cercanía de los núcleos distribuidores de turismo desde Quito hacia los atractivos turísticos con un tiempo estimado ( 01H10 )
- Precios promocionales para inclusión en el mercado ( mitad de precio para adultos en primer mes de inauguración)
- Flora y Fauna endémica de la zona
- Colaboración y ayuda comunitaria hacia los proyectos de emprendimiento en especial de turismo y gastronomía.
- Realización de deportes de aventura y pesca dentro de la zona en la actualidad inexistente

## **CAPITULO III**

### **3. PLAN DE MARKETING**

#### **3.1 INTRODUCCIÓN**

El marketing se ha convertido en un instrumento esencial para poder integrar y encausar los esfuerzos destinados a la promoción y comercialización de la oferta turística de un sitio o destino.

Por esta razón en este capítulo se desarrolla el plan de marketing del Eco Lodge Ayaguazca y se presentara los respectivos procesos de elaboración y difusión. Además identificar la necesidad de los consumidores que nuestro servicio va a satisfacer, por lo cual se debe determinar qué es lo que quieren nuestros clientes. Sin olvidar realizar el respectivo análisis FODA el cual nos permitirá tener un diagnóstico preciso el mismo que ayudara a tomar decisiones acordes con los objetivos y políticas formuladas.

#### **3.2 DEFINICIÓN DE MARKETING TURÍSTICO**

“Conjunto dinámico de actividades necesarias, para el aprovechamiento, creación, distribución de los bienes, productos y servicios turísticos por cualquier ente con el fin de ponerlo a disposición del consumidor o usuario con la óptica filosófica de satisfacer su demanda o necesidades, como, cuando y donde el usuario turístico (el turista) lo precisa”<sup>14</sup>

#### **3.3 DEFINICIÓN DE PLAN DE MARKETING TURÍSTICO**

“El Plan de Marketing es un documento escrito en el cual se recogen y detallan las acciones necesarias para alcanzar un objetivo específico de mercado. Puede ser para un bien o servicio, una marca o una gama de

---

<sup>14</sup> Marketing turístico de lo global a lo local, Robert Lanquar , editorial Ariel, Bracelona pág. 132

productos. Puede hacerse para todas las actividades de una empresa, Su periodicidad puede ser de un año, dos o tres dependiendo del objetivo”

### **3.3.1 Objetivo del plan de marketing**

- Desarrollar una estructura de plan de marketing acorde al Eco Lodge Ayaguazca
- Determinar las ventajas comparativas y competitivas del Eco Lodge Ayaguazca
- Determinar estrategias de posicionamiento de servicios y actividades turísticas.

## **3.4 ESTRUCTURA DE UN PLAN DE MARKETING**

- Sumario Ejecutivo
- Análisis de Situación
- Análisis de mercado
- Análisis F.O.D.A
- Programas de acción – Investigación de Mercados
- Marketing mix
- Presupuesto

### **3.4.1 Sumario ejecutivo**

Se describe y se explica la esencia del plan de marketing.

### **3.4.2 Análisis de situación**

Permite analizar objetivamente circunstancias que pueden afectar al proyecto. Este análisis se realiza en tres partes:

**Condiciones Generales:** Son las que afectan a todo el sistema económico o a todo el sector en que la empresa está inmerso. Pueden ser tecnología, económica, entornos social político, cultural, etc.

**Condiciones de la competencia:** Se presenta con detalle a los principales posibles competidores, sus productos, sus debilidades, puntos fuertes cuotas de mercado, proveedores y estrategias táctiles, actuales y previsibles en el futuro.

**Condiciones de la misma empresa:** Como para los competidores describe, los productos actuales, know – how, relaciones con los proveedores y agentes financieros, para finalmente agrupar toda esta información en una serie de puntos fuertes y débiles.

### **3.4.3 Análisis de mercado**

La definición del mercado objetivo, es saber a quién está dirigido el producto o servicio, es el paso más importante en el análisis de la empresa. No puede realizarse un marketing efectivo sin un conocimiento preciso del consumidor actual y potencial. Para definir el mercado objetivo se utilizan criterios demográficos, geográficos, psicológicos y estilo de vida.

Cabe resaltar que este análisis ya fue realizado en el capítulo 2 determinando la segmentación y mercado meta.

### **3.4.5 Análisis FODA**

#### **3.4.4.1 Definición de FODA**

El Análisis FODA, también conocido como Matriz o Análisis "FODA" es una metodología de estudio de la situación competitiva de una empresa en su mercado (situación externa) y de las características internas (situación interna) de la misma, a efectos de determinar sus Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas.

La situación interna se compone de dos factores controlables: fortalezas y debilidades, mientras que la situación externa se compone de dos factores no controlables: oportunidades y amenazas.

Es la herramienta estratégica por excelencia más utilizada para conocer la situación real en que se encuentra la organización 1

## **Oportunidades**

Las Oportunidades son aquellas situaciones externas, positivas, que se generan en el entorno y que, una vez identificadas, pueden ser aprovechadas.<sup>15</sup>

Algunas de las preguntas que se pueden realizar y que contribuyen en el desarrollo son:

- ¿A qué buenas oportunidades se enfrenta la empresa?
- ¿De qué tendencias del mercado se tiene información?
- ¿Existe una coyuntura en la economía del país?
- ¿Qué cambios de tecnología se están presentando en el mercado?
- ¿Qué cambios en la normatividad legal y/o política se están presentando?
- ¿Qué cambios en los patrones sociales y de estilos de vida se están presentando?

## **Amenazas**

Las Amenazas son situaciones negativas, externas al programa o proyecto, que pueden atentar contra éste, por lo que llegado al caso, puede ser necesario diseñar una estrategia adecuada para poder sortearla.

Algunas de las preguntas que se pueden realizar y que contribuyen en el desarrollo son:

---

<sup>15</sup> <http://es.wikipedia.org/wiki/FODA>

- ¿A qué obstáculos se enfrenta la empresa?
- ¿Qué están haciendo los competidores?
- ¿Se tienen problemas de recursos de capital?
- ¿Puede algunas de las amenazas impedir totalmente la actividad de la empresa?

## **Fortalezas**

Las Fortalezas son todos aquellos elementos internos y positivos que diferencian al programa o proyecto de otros de igual clase.<sup>16</sup>

Algunas de las preguntas que se pueden realizar y que contribuyen en el desarrollo son:

- ¿Qué ventajas tiene la empresa?
- ¿Qué hace la empresa mejor que cualquier otra?
- ¿A qué recursos de bajo coste o de manera única se tiene acceso?
- ¿Qué percibe la gente del mercado como una fortaleza?
- ¿Qué elementos facilitan obtener una venta?

## **Debilidades**

Las Debilidades se refieren, por el contrario, a todos aquellos elementos, recursos, habilidades y actitudes que la empresa ya tiene y que constituyen barreras para lograr la buena marcha de la organización. También se pueden clasificar: Aspectos del Servicio que se brinda, Aspectos Financieros, Aspectos de Mercadeo, Aspectos Organizacionales, Aspectos de Control.

Las Debilidades son problemas internos, que, una vez identificados y desarrollando una adecuada estrategia, pueden y deben eliminarse. Algunas de las preguntas que se pueden realizar y que contribuyen en el desarrollo son:

---

<sup>16</sup> <http://es.wikipedia.org/wiki/FODA>

- ¿Qué se puede mejorar?
- ¿Que se debería evitar?
- ¿Qué percibe la gente del mercado como una debilidad?
- ¿Qué factores reducen las ventas o el éxito del proyecto?

El mexicano Raúl Francisco Díaz Mortera dice en su frase "Un imperio no cae por fuerzas externas sino por debilidades internas".

### 3.4.4.2 Análisis FODA del Eco Lodge

**UBICADO:** PROVINCIA DEL NAPO

**CANTÓN:** QUIJOS

**PARROQUIA:** BAEZA

Tabla 10. Análisis FODA

<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
Dispone de exuberante flora y fauna	Inicio en el mercado turístico
Eco Lodge nuevo en el sector	Falta de confianza en una nueva identidad
Dispone de varios recursos naturales para el desarrollo de actividades eco turísticas y de aventura	
Utilización de materiales de la zona	
Dotación de todas las facilidades	
No existencia de lugares para alojamiento y alimentación	
Precios acordes a los servicios y a las actividades prestadas	
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
Establecer alianzas con empresas turísticas tanto nacionales como extranjeras	Falta de iniciativa de la comunidad en incentivar el turismo interno
Acceso vial	
Ubicación estratégica	

**Fuente:** Directa  
**Autora:** Natalia Flor

### 3.5 MATRIZ FODA

Se asignara una ponderación a cada fortaleza, debilidad, amenaza y oportunidad, con una calificación entre 1 y 2 en orden de importancia:

Debilidad Importante 2

Amenaza Importante 2

Debilidad Menor 1

Amenaza Menor 1

Fortaleza Importante 2

Oportunidad Importante 2

Fortaleza Menor 1

Oportunidad Menor 1

Tabla 11. Matriz FODA

FACTOR	FORTALEZAS	AMENAZAS	DEBILIDADES	OPORTUNIDADES
A	2	2	1	2
B	1	2	2	2
C	2		1	1
D	2			
E	2			
F	2			
G	1			
H	2			
I	1			
TOTAL	15	4	4	5
<b>TOTAL PONDERACIÓN</b>	1,7	1,3	1,3	1,7

**Fuente:** Directa  
**Autora:** Natalia Flor

Los resultados que presenta el total en porcentaje se observa que las fortalezas y oportunidades son mayores a comparación de las amenazas y debilidades.

### **3.6 MARKETING MIX**

Después de haber analizado los anteriores pasos incluyendo el FODA del Eco Lodge, se procederá a realizar el estudio de las 4 P del Marketing que son:

- Producto
- Precio
- Plaza
- Promoción

#### **3.6.1 Producto**

El producto que se ofrecerá en el Eco Lodge son servicios dirigidos para el turista nacional y extranjero, de acuerdo a sus necesidades, gustos y preferencias obtenidos en el capítulo de estudio de mercado.

#### **Estrategia de Producto**

El Eco Lodge ofertará gran variedad de actividades de naturaleza, servicios turísticos como alojamiento, alimentación y guianza para lo cual se tomará en cuenta los siguientes aspectos:

- La presentación de servicios y actividades del Eco Lodge serán de calidad, a través de la atención, inmediata y eficaz.
- El Eco Lodge será único y novedoso en el sector por su Arquitectura y por su conservación del espacio natural.
- Además de presentar actividades de naturaleza, también se ofertarán servicios de alojamiento, alimentación y recreación para toda edad, género y condición económica.

- El Eco Lodge brindara comodidad y seguridad al turista dentro y fuera del centro ya que su ubicación permitirá que la población vele por la seguridad y bienestar del turista.
- Entre las actividades y servicios que ese presentara en el Eco Lodge se puede detallar las siguientes:
  - ✓ Alojamiento
  - ✓ Restaurante (Comida típica)
  - ✓ Bar ( Bebidas tradicionales)
  - ✓ Piscina natural a través del encauzamiento del rio
  - ✓ Camping
  - ✓ Huerto de plantas medicinales y alimenticias
  - ✓ Espacio recreacional para plantar arboles
  - ✓ Sendero para la observación de las especies de flora y fauna
  - ✓ Caminatas y rapel en cascadas propias del sector
  - ✓ Pesca tradicional
- Los servicios ofrecidos se basaran en las necesidades y beneficios buscados por turistas y visitantes.
- Los servicios y actividades pueden cambiar con el tiempo, por lo que se debe analizar periódicamente estos aspectos.

El producto estará en continua innovación de acuerdo a la nueva tecnología que se desarrolle en el país.

Los productos a ofrecer son Cabañas familiares o grupales las mismas que brindan todas las comodidades, tranquilidad, descanso y contacto directo con la naturaleza.

Paquete Turístico Uno: 3 días 2 noches inicia viernes en la tarde y termina domingo en la tarde.

Paquete Turístico Dos: 4 días 3 noches inicia martes en la tarde y termina viernes en la tarde.

Los Paquetes incluyen:

- \* Alojamiento en cabañas amobladas con camas, mini sala y baño.
- \* Recorrido y visita guiada por la zona.
- \* Alimentación: Desayuno, Almuerzo, Cena.

Se brindara una carta con los menús a escoger cada día los mismos que tendrán varias opciones en entradas, platos fuertes, postres y bebidas.

### **3.6.2 Precio**

De acuerdo al estudio de Mercado realizado a turistas nacionales y extranjeros se pudo precisar que el perfil de nuestro turista es de un nivel socio-económico medio alto, por lo tanto este aspecto se tomara en cuenta para determinar el costo de cada actividad y servicio que se ofertara el Eco Lodge.

#### **Estrategias de precio**

- El hecho de que los servicios no se puedan almacenar y de que las fluctuaciones de la demanda no se puedan atender tan fácilmente mediante el uso de inventarios, tiene consecuencias en los precios. Se pueden utilizar ofertas especiales de precios y reducciones de precios para grupos familiares o grupos de amigos.
- El servicio o actividad será más exclusivo para la fijación de precio
- Se establecerá cierto grado de uniformidad de precios con la competencia directa.

- El precio será el mismo tanto para turistas nacionales como para extranjeros ya que algunos problemas se pueden presentar cuando se usan los precios diferenciales.
- Las Agencias de Viajes tendrán precios especiales.
- Existirán descuentos y promociones con la finalidad de que se permita que haya consumo de servicios y actividades.

### Fijación de precios

Una empresa no solo debe ir en busca de obtener ganancias sino también en busca de la satisfacción de sus clientes ofertando precios accesibles y al mismo tiempo ofreciendo servicios de calidad. Es por esta razón que se han fijado los siguientes precios por cada paquete turístico:

- ✚ Paquete Turístico de 3 días, 2 noches (todo Incluido) \$130
- ✚ Paquete Turístico de 4 días, 3 noches (todo Incluido) \$160

Tabla 12. Fijación de precios

		OCUPACIÓN ANUAL		
CANTIDAD	PAQUETES	CABAÑAS	PAQUETES MES	PRECIOS POR PAQUETE
4	Fines de semana	12	48	160
3	Entre semana	12	36	130
		<b>TOTAL</b>	84	
	<b>PAQUETES MES</b>	<b>MESES</b>	<b>PAX AL AÑO</b>	
7	84	12	1008	

**Elaborado por:** Natalia Flor

La capacidad máxima del proyecto es de 1440 pax al año, teniendo una rotación mensual de 8 veces, que constituye 120 pax mensuales que en porcentaje representa el 100%. En días laborables al año son 348 días, ya que el lunes no se laborara como política del establecimiento ya sea por descanso para el personal o mantenimiento del lugar.

Como es un proyecto nuevo, los primeros años se prevé mantener una ocupación de 87.5% con una rotación mensual de 7 veces, las mismas que están conformadas por 4 fines de semana y 3 ocupaciones entre semana lo que constituye un total de 84 pax mensuales, es decir 1008 pax al año. En días laborables son 252 días al año. Con el objetivo de mantener este porcentaje de ocupación se realizara Alianzas Estratégicas con empresas nacionales que busquen un lugar alejado de la ciudad que brinde todo el servicio de calidad, que sea acogedor y con todos los servicios adicionales para salir de la rutina diaria.

### **3.6.3 Plaza**

También llamada canal, sitio, entrega, distribución, ubicación o cobertura. La Parroquia de Baeza es un lugar apto para el desarrollo de actividades turísticas ecológicas, por su ubicación a lo largo del rio Quijos de gran importancia turística en la zona.

### **Canales de distribución**

Para escoger los canales de distribución es necesario tomar en cuenta la demanda objetivo del AYAGUAZCA Eco Lodge, es decir, que los canales de distribución deben ser accesibles a turistas nacionales y extranjeros. Para lo cual se utiliza canales de distribución directos e indirectos.

### **Turistas Extranjeros**

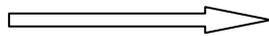
- **Mayoristas o Tour Operadores:** Encargados de la distribución masiva de los productos.

- **Agencia de Viajes Minoristas:** encargada de la venta de paquetes turísticos incluyendo el ofertado por nuestro Eco Lodge
- **Estrategia de Hale (pull):** atraerá al consumidor final a nuestro producto mediante canales de distribución como los anteriormente mencionados.

### Turistas Nacionales

- Estrategia de Empuje (push): por nuestro mercado meta se utilizara ciertas poblaciones específicas como pobladores de la Provincia de Pichincha, Guayas, Tungurahua para así lograr acercar al cliente al producto sin ningún intermediario.

PRODUCTOR



CONSUMIDOR FINAL

### 3.6.4 Promoción y publicidad

Para promocionar y publicitar el AYAGUAZCA Eco Lodge y sus actividades se tomara algunos medios publicitarios como:

- Internet
- Trípticos
- Afiches Publicitarios
- Suscripciones en revistas
- Guías de viajeros
- Páginas Web

A continuación se detallan las estrategias a utilizar para la difusión del Eco Lodge:

Estrategias de promoción y publicidad:

- Se tomara en cuenta una agresiva campaña publicitaria con la finalidad de llegar a medios masivos y de poder adquisitivo.
- Posicionar el logotipo y el eslogan del Eco Lodge mediante los diferentes medios publicitarios

- Distribución de trípticos y afiches publicitarios en las diferentes Agencias de Viajes, Cafés, Hoteles De la ciudad de Quito y diferentes Centros Turísticos.
- Elaboración de gigantografías o rótulos para ser ubicados en la Vía Baeza – Tena y Puyo – Tena y lógicamente en la entrada del Eco Lodge.
- Crear una página Web con posicionamiento a nivel Internacional dando a conocer servicios, actividades, ofertas, precios, reservas en línea, fotos, etc.
- Establecer alianzas estratégicas con otras empresas dedicadas al Ecoturismo.
- Suscripciones en guía de viajeros como: La guide de Rooutard (Francesa), Lonely Planet (Ingles, Frances), Pite Fute (Francesa).
- Suscripciones en Tips de Viajeros: Club Adventure, Welcome Ecuador.
- Promocionar el Eco Lodge en: Escuelas, Colegios, Universidades, Empresas Privadas y Públicas.
- Se realiza la venta directa, es decir:
  - ✓ Manteniendo excelentes relaciones con los clientes
  - ✓ Adoptando una orientación profesional
  - ✓ Crear y mantener una imagen favorable
  - ✓ Hacer la compra fácil
- Para la promoción y publicidad se utilizara:
  - ✓ Mensajes totalmente claros sin ambigüedad
  - ✓ Destacar los beneficios en los servicios
  - ✓ Prometer lo que se puede dar
  - ✓ Mantener comunicación verbal
  - ✓ Dar pistas tangibles (símbolos, temas, formatos, etc.)
  - ✓ Dar continuidad a la publicidad

### 3.7 Presupuesto

Una vez que se sabe que es lo que hay que hacer, solo faltan los medios necesarios para llevar a cabo las acciones definidas. Todo se materializa en base a un presupuesto, cuya secuencia de gasto se hace según lo programas de trabajo y tiempo aplicado, para que de esta manera la dirección general apruebe el plan de marketing, deseara saber el esfuerzo cuantificado expresado en términos monetarios, siendo el dinero un denominador común de diversos recursos, así como lo que lleva a producir en términos de benéficos. Después de la aprobación el presupuesto puede ser autorizado para utilizar los recursos económicos.

Tabla 13. Gastos de marketing

GASTOS DE MARKETING				
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR USD		
		UNITARIO	MENSUAL	ANUAL
Viajes de familiarización para Agentes (Tour 3 días 2 noches + transporte UIO-LODGE-UIO)	2	120	12	2.880
Trípticos	1000	800	66.7	800
Afiches	1000	800	66.70	800
Página Web	900	900	75	900
<b>Subtotal</b>				<b>5380</b>
<b>Imprevistos 2%</b>				<b>50</b>
<b>Total</b>				<b>5430</b>

**Fuente:** Directa  
**Autora:** Natalia Flor

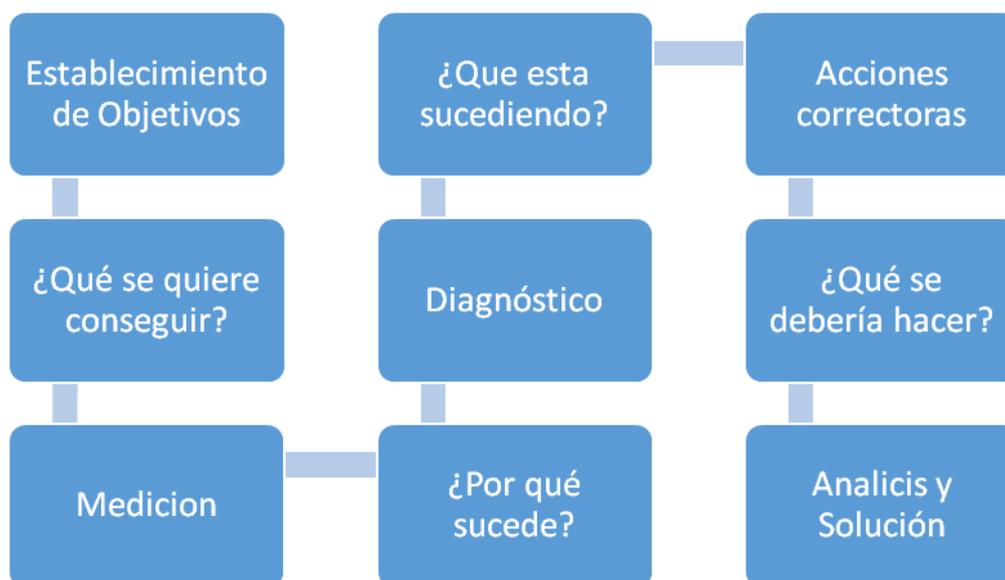
### 3.8 SISTEMA DE CONTROL

El control es el último requisito para concluir un plan de marketing, el control de la gestión y la utilización de los cuadros de mando permiten saber el grado de cumplimiento de los objetivos a medida que se van aplicando las estrategias y tácticas definidas. A través de este control se pretende detectar los posibles fallos y desviaciones para poder aplicar soluciones y medidas

correctas. El siguiente cuadro puede enseñar el proceso de control para lograr el objetivo planteado.

### 3.8.1 Proceso de control

**Gráfico 42.** Proceso de control



**Fuente:** Investigación Directa  
**Autora:** Natalia Flor

“Por ultimo solo resta analizar las posibles desviaciones existentes, para realizar el feed back correspondiente con el ánimo de investigar las causas que las han podido producir y no puedan servir para posteriores experiencias.

Por tanto, a la vista de los distintos controles periódicos que se realizara, será necesario llevar a cabo modificaciones sobre el plan original, de mayor a menor importancia. No estaría de más establecer un plan de contingencia, tanto para el caso del fracaso del plan original como para reforzar las desviaciones que se puedan producir. Esto dará una capacidad de respuesta y de reacción inmediata, lo que permitirá ser más.”<sup>17</sup>

<sup>17</sup> Muñiz González, Rafael. Marketing en el Siglo XXI

## **CAPITULO IV**

### **4. ESTUDIO TÉCNICO PARA LA CREACIÓN DE UN ECO LODGE**

#### **4.1. INTRODUCCIÓN**

El presente capítulo tiene como objetivo realizar el estudio técnico, localización e infraestructura a utilizarse en la propuesta de creación de un Eco Lodge en el Cantón Quijos Provincia de Napo, es indispensable analizar el lineamiento que se debe seguir para la construcción de centros para que cumplan la categoría de Ecológicos. El tipo de material, las facilidades y los estándares de calidad todo tipo de recurso que se vaya a ofertar en el Complejo Ecológico. Sin dejar de inventariar todos los recursos naturales y culturales que ofrece la zona y potencializarlos como un destino turístico nuevo y agradable para el turista tanto nacional como extranjero.

#### **4.2 OBJETIVOS DEL ESTUDIO TÉCNICO**

- ✓ Establecer el lugar y el tamaño del terreno para el uso del espacio físico a ser utilizado por el Eco Lodge.
- ✓ Determinar cada una de las áreas con sus respectivas características
- ✓ Diseñar los productos y servicios turísticos que brindara el Eco Lodge

#### **4.3 CALIDAD EN LOS SERVICIOS TURÍSTICOS**

“En general se deduce que la calidad en los servicios turísticos es una calidad de bondad, un término de comparación, en definitiva una unidad de valoración. El visitante utiliza la calidad como símbolo de valoración de un bien con respecto a otro, y este es el primer concepto que se debe tener en cuenta. Hay que resaltar que no existe una única calidad, como no existe la “gran calidad”, “calidad máxima” o la “calidad total”.

La calidad es una cualidad intrínseca de cada producto; cada uno de ellos posee su propio atributo y el éxito está en conseguir que la calidad de nuestro producto sea aquella que el consumidor espera encontrara según el precio y las condiciones visibles del mismo. Es decir, lograr la calidad suficiente, de acuerdo con el producto que busca y el precio que paga el consumidor.

El conocimiento del producto turístico y de las condiciones de la competencia, así como el análisis de los deseos y las necesidades de la demanda, son los que permitirán lograr el punto de calidad necesaria para competir en el mercado.

La calidad del servicio turístico está constituido por un conjunto de factores tangibles e intangibles que hacen que el cliente disfrute de un grado de satisfacción óptimo durante nuestra estancia. No es fácil precisar la calidad de un servicio de antemano; el cliente no sabe si el servicio será o no satisfactorio si no lo compra y pasa por la experiencia. A continuación se detalla el orden de importancia, la forma en que un cliente percibe o mide la calidad:

1. actitud del personal y comportamiento (cortesía, actitud, atención personal).
2. satisfacción de necesidades.
3. comparación de experiencias pasadas con la actual.
4. diligencia (servicio rápido, tiempo de ejecución).
5. precio (asequible, justo).”<sup>18</sup>

---

<sup>18</sup> Estrategia Ambiental para el Desarrollo Sostenible del Ecuador

### **4.3.1 Reglamento de ecoturismo y sostenibilidad**

#### **Lineamientos Establecidos por la ASEC**

#### **ASOCIACIÓN ECUATORIANA DE ECOTURISMO – ASEC**

La Asociación Ecuatoriana de Ecoturismo es una organización sin fines de lucro, cuyo principal objetivo es apoyar al desarrollo sostenible del turismo y concretamente del ecoturismo en el país; al mismo tiempo, el desarrollo de sus miembros y así conseguir que el turismo sostenible se realice en términos de sostenibilidad y bajo estrictas normas de conducta y éticas tanto para las operaciones turísticas como para los visitantes.

La Asociación Ecuatoriana de Ecoturismo tiene su base en la ciudad de Quito, sin embargo los miembros se encuentra en las principales ciudades a un nivel <sup>19</sup>nacional, entre ellas Guayaquil, Cuenca, Riobamba, Otavalo, Ibarra, Loja, Guaranda, Manta, Esmeraldas, Tena, Puyo.

#### **La visión de ASEC:**

“En el año 2012 La Asociación Ecuatoriana de Ecoturismo – ASEC será el líder regional en turismo sostenible, apoyando el desarrollo de la industria turística, la conservación y la cultura, otorgando beneficios a sus socios”.

#### **La misión de ASEC:**

“La Asociación Ecuatoriana de Ecoturismo – ASEC es una organización de amplia cobertura, que promueve la relación armónica entre las actividades turísticas, la conservación, la investigación y educación bajo términos de sostenibilidad”

---

<sup>19</sup> Estrategia Ambiental para el Desarrollo Sostenible del Ecuador

## Principios y Valores:

La Asociación Ecuatoriana de Ecoturismo – ASEC promulga los siguientes principios y valores:

- La Transparencia
- La Solidaridad
- La Equidad
- La Pro actividad
- La Eficiencia

## 4.4 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

### 4.4.1 Macro localización

El estudio de factibilidad que se plantea en esta tesis, tiene como objetivo, implementarlo en la Provincia de Napo, Cantón Quijos, Parroquia de Baeza, en la hacienda “San Luis”.

Gráfico 43. Zonas turísticas



Fuente: Investigación Directa

**Zona turística del sector:** La Provincia tiene grandes atractivos, comenzando por la naturaleza y belleza extraordinaria de gran contraste, desde las elevaciones de más de 5.700 metros de altitud del Antisana hasta las planicies bajas de 200 metros sobre el nivel del mar. Sol y lluvia y las corrientes rumorosas aportan de la belleza natural, que es el principal atractivo para el turismo.

**Área Turística:** Centro turístico: Las ciudades y poblaciones cabeceras cantonales tienen comodidades y ventajas de servicios hoteleros, energía eléctrica, centros de estudio y colecciones de museo, que son interesantes para el turismo cultural y científico. Lo mismo que el conocimiento de los pueblos nativos y de las tribus originarias de esta tierra americana, sus idiomas peculiares, usos y costumbres, fiestas y solemnidades que llaman la atención de los visitantes en Limoncocha, por ejemplo.

La grandeza de la floresta es una reserva de especies y muestras de las más bellas y más raras plantas y flores y árboles que sirven, no solamente para la contemplación, para la experimentación de los efectos extraordinarios de sus virtudes, sino también para el turismo mercantil y de negocios. La caza y la pesca son otros tantos atractivos para los turistas y los safaris al interior de la provincia, a los valles y riberas de las bellas corrientes y lagos como de los Ríos Putumayo, Aguarico, Napo. Hay un servicio de hotel flotante para el recorrido de las paradisíacas regiones del Napo.

**Corredor Turístico:** Al Cantón Quijos se llega a través de la vía Interoceánica que une la capital de la República con la región amazónica esta carretera está en buen estado su recorrido toma dos horas con treinta minutos. Se vincula también a la región Sierra norte por un carretero lastrado que une la población de Papallacta ubicada en las estribaciones orientales de los Andes y la población Oyacachi del vecino cantón El Chaco, esta vía atraviesa la Reserva Ecológica Cayambe Coca por lo que a su paso se puede observar una flora y fauna muy diversa.

### 4.3.2 Micro localización

El área donde se va a implementar el Eco Lodge está ubicada en la Hacienda “San Luis” en la Parroquia Baeza, Cantón Quijos de la Provincia de Napo. A continuación los planos y datos generales del terreno.

**País:** Ecuador

**Provincia:** Napo

**Parroquia:** Baeza

**Extensión:** 46 Hectáreas

**Límites:** Colinda con:

**Norte:** Reserva Ecológica Cayambe Coca R 82´30 E 180 mtrs.

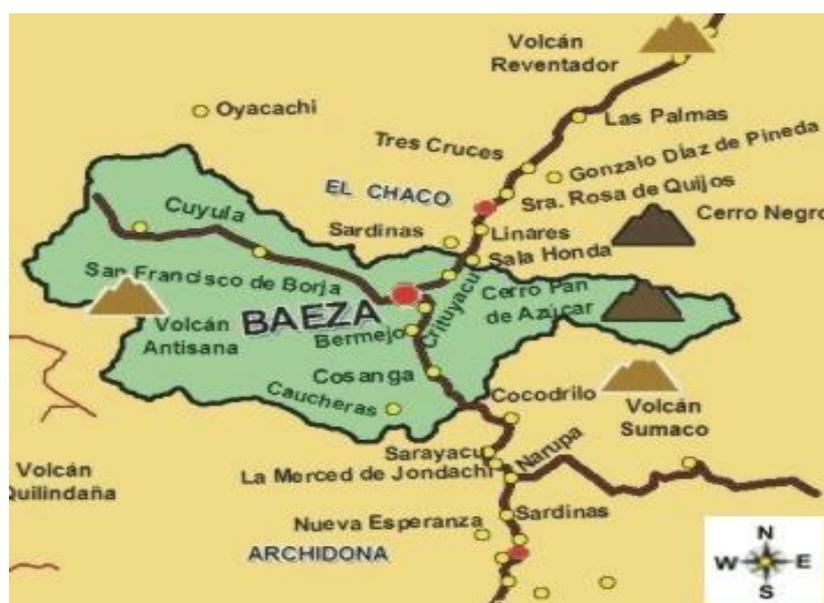
**Este:** Río Quijos Rumbo variable 600 mtrs.

**Oeste:** Terrenos del Sr. Alfonso Vega RS 24´00E en 1800 mtrs.

**Sur:** Terrenos del Sra. Yolanda Vega R.N 26´RWE en 950 mtrs.

**Altitud:** la altitud de este lugar oscila entre 1600 y 1800 m.s.n.m.

**Gráfico 44.** Micro localización



**Fuente:** <http://www.ecuaworld.com.ec/napo.htm>

**Vías de Acceso:** Desde Quito se toma la vía Interoceánica carretera de primer orden hasta llegar a la bomba de gasolina Shell, una cuadra antes de arribar a la Parroquia de Baeza Colonial. A mano izquierda de la vía se toma junto al camino lastrado de segundo orden, se puede acceder a pie o en auto 4x4 en exactamente 10 minutos ahí se observa una cabaña de madera, la misma que será la recepción del Eco Lodge.

#### 4.3.2.1 FACTORES DE LOCALIZACIÓN

Para dicho estudio es necesario hacer un análisis de los factores de localización para estar seguros de que el lugar en el cual se va implementar el Eco LODE se ideal y los resultados que se desprenden de este análisis para la demanda turística.

Los factores que se analizaran son los siguientes:

- Disponibilidad de vías de acceso
- Infraestructura Básica
- Disponibilidad y costo de mano de obra
- Cercanía para el cliente

Tabla 14. Factores de localización

FACTORES	PESO	PARROQUIA DE BAEZA	
		Calificación	Ponderación
Disponibilidad de vías de acceso	0.40	8	3.2
Infraestructura Básica	0.25	8	2
Disponibilidad y costo de mano de obra	0.15	6	0.9
Cercanía para el turista	0.20	7	1.4
<b>Totales:</b>	<b>1,00</b>		<b>7,5</b>

**Fuente:** Investigación Directa

**Autora:** Natalia Flor

Con dicho análisis se puede observar que la Parroquia de Baeza es un lugar en el cual es conveniente establecer dicho proyecto ya que cuenta con las vías de acceso necesarias para el desarrollo del turismo, tiene infraestructura básica y es cercano para los turistas. Con esto se puede concluir que la Parroquia de Baeza es favorable para aplicar el siguiente proyecto turístico.

#### 4.4 ECO LODGE

##### 4.4.1 Logotipo

Un logotipo (coloquialmente conocido como logo) es un elemento gráfico, verbo visual o auditivo y servirá a nuestro Eco Lodge como un símbolo y será nuestra representación. El logotipo puede ser el eje afirmador de la propiedad privada a través del hecho de la autoría.

Así el logotipo que representara a **“AYAGUAZCA”**:

Gráfico 45. Logotipo Eco Lodge



Elaborado por: Natalia Flor

## 4.5 SLOGAN

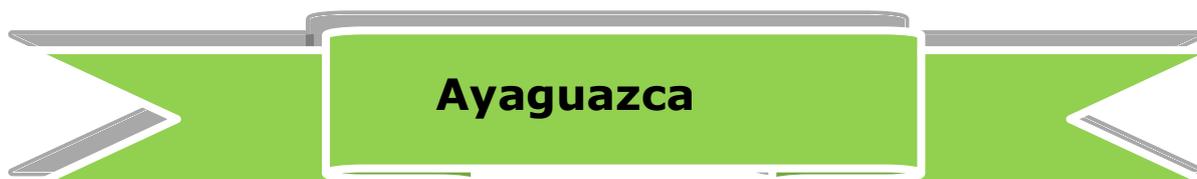
El slogan es la forma más fácil con la cual se puede atraer a los futuros cliente, a través del slogan se va a proclamar las cualidades del producto. Es importante mencionar que un slogan efectivo:

- Hace una declaración simple, concisa, tajante, directa y apropiada.
- A menudo es ingenioso.
- Adopta una personalidad “distintiva” respecto al resto.
- Da una impresión creíble de la marca o producto.
- Un buen slogan debe ser corto, original y sobre todo que cause impacto.

Para conseguirlo se utiliza un juego de palabras puesto que obligan hacer un esfuerzo adicional al oyente que emite fijarlo más en su memoria. El espectador además, los considera ingeniosos por lo que no los rechaza. Es por eso que para nuestro Eco Lodge es importante el slogan ya que si se identifican lo repetirán seguido.

Así **AYAGUAZCA** utilizara el siguiente slogan:

“AYAGUAZCA.... ¡UN VUELO NATURAL !”



## 4.6 ITINERARIO DE ACTIVIDADES

Se organizaran las actividades que los turistas prefieran. El precio que pagarán los huéspedes para cada noche de alojamiento incluye un arbolito, el mismo que se le invitará a sembrarlo, o puede mirar mientras están sembrándolo. Para una aventura activa, nuestros guías acompañaran a

realizar una interesante caminata o subir a los valles y los fragmentos del bosque. Además, puede alquilar un caballo y explorar en una cabalgata guiada en paisajes atractivos. Si su objetivo es descansar, puede simplemente pernoctar en nuestras instalaciones, beber jugos frescos de frutas tropicales o dedicar su tiempo observando una amplia variedad de aves, mariposas, insectos de colores. En el bosque más alto la fauna silvestre incluye monos, perezosos y armadillos. Una caminata guiada en la noche en el bosque le dará una perspectiva diferente en la fauna de esta zona de Ecuador.

Puede refrescarse en una cascada o en el río antes de almorzar pescado fresco del río o disfrutar una parrillada bajo las estrellas. Pruebe los tratamientos de nuestro spa en el estilo del campo, reciba un masaje con baños de vapor y lodo curativo, usando ingredientes locales. Nuestros guías construirán una balsa y usted puede disfrutar de un viaje flotando en el río. Para experimentar la cultura local, se lo llevará al Museo de Baeza con el objetivo de mostrar y conocer más sobre la historia de esta pequeña pero importante ciudad. Lo que caracteriza y hace de “Ayaguazca” un lugar diferente es que todo el equipo de trabajo dará una idea de lo que se puede hacer como punto de partida y se puede ir cambiando con la finalidad de satisfacer las expectativas de nuestros huéspedes.

**Tour Aventura Activa: Incluye** trekking, caminata guiada, y un viaje en balsa, todo esto en 3 días llenos de acción. O pruebe la versión extendida por una semana de aventura que incluye una caminata de 2 días con paisajes lindos en las montañas.

**Tour Descanse y reanímese:** Es de 5 días y 4 noches de descanso. Disfrutar del descanso en una hamaca bebiendo jugos de frutas exóticas, mientras los colibríes revolotean en las flores tropicales. Báñese en una cascada. Experimente tratamientos de spa, basados en especies locales y otros ingredientes naturales incluyendo arcilla curativa. Reciba un baño de vapor. Deléitese de una parrillada al pie del río o una cena de pescado al lado de la piscina.

**Tour Diversión Familiar:** Ofrece aventuras y actividades conforme a la edad de los niños. Explorar la finca, recolectar frutas frescas de los árboles, chapotear en las cascadas, montar a caballo y sembrar arbolitos son actividades atractivas para la mayoría de los niños. Los niños más grandes pueden fabricar bisutería de semillas y disfrutar la aventura de una caminata guiada en el bosque en la noche. Un "safari de insectos" revela todos tipos de pequeñas criaturas, insectos y lagartitos para admirar. Toda la familia disfrutará una parrillada y una tarde nadando en el río.

**Tour fauna silvestre del Ecuador:** Se enfoca en el rango diverso de flora y fauna en la zona. La madrugada es el mejor tiempo para ver muchas de las aves, como mirlos, curiquingues en el anochecer es ideal para mirar murciélagos, polillas y otra fauna silvestre. Durante el día, se puede ver una variedad sorprendente de insectos y mariposas. Se puede observar vegetación como flores silvestres por todo lado. Visita a la Granja Integral verificando la asombrosa biodiversidad del Ecuador.

**Tour Artesanías y Gastronomía:** La idea es incentivar e intentar recolectar semillas para fabricar sus propias artesanías como collares, pulseras y dejar volar la habilidad e imaginación. Otra alternativa experimente tallar madera usando materiales locales. Por otro lado descubrir los secretos de una cocina ecuatoriana y participar en la cocción o preparación de los alimento, con productos de la temporada.

**Tours especializados:** Se pueden diseñar conforme a los requerimientos. Por ejemplo:

**Tours de fotografía:** La intención es facilitar más tiempo en cada lugar para poder capturar la imagen perfecta. Su guía trabajará con usted para buscar las ubicaciones más escénicas y la fauna fotogénica.

**Precios:** Los precios fluctúan desde USD 150 por Persona, por la estadía más corta de 3 días 2 noches.

**El precio incluye:** Todo el transfer en transporte privado, alimentación Completa, hospedaje sobre la base de habitaciones dobles o familiares. Guías nativos que asistirán a los visitantes durante todo su recorrido, entrados a los sitios de visitas, realización de los recorridos de acuerdo al itinerario propuesto.

**El Precio no Incluye:** Bebidas alcohólicas, seguros de viaje, propinas ni nada que no haya sido especificado en este programa.

#### **4.7 PLANIFICACIÓN ARQUITECTÓNICA**

Para implementar la infraestructura y el diseño arquitectónico de las cabañas y lugares que debe tener el Complejo, se tomará en cuenta los siguientes parámetros y lineamientos de construcción y utilización de material:

- Las obras no deben constituir el principal atractivo.
- No dominar el paisaje.
- Deben someterse previamente a estudios de impactos ambientales.
- Deberán armonizar con el medio ambiente.
- Se debe conceder especial atención al manejo de desechos.
- Utilizar materiales y técnicas constructivas de la zona.
- Deben ser de baja densidad y reducida altura (por el paisaje).
- Aplicar eco técnicas en el planeamiento y ejecución.
- Iluminación alternativa.
- Facilidades para minusválidos (rampas, parqueos, SSHH de diseño especial, andadores, sillas de rueda, etc.)
- Hacer provisiones para el futuro para evitar demoliciones
- Consideraciones sísmicas : no en rellenos, no cerca de quebradas o fallas
- No junto a ríos
- Edificios de alojamiento máximo de 2 niveles
- Construcciones para fines científicos en relación a la filosofía ambiental
- Biblioteca con muebles cómodos para la lectura

- Las excavaciones para cimientos hacerlas a mano (evitar equipo pesado; clavos, plásticos)
- Diseño de conjunto en forma orgánica, evitando el exceso de ángulos rectos
- Los turista por lo general están dispuestos a pagar tarifas comparables a un hotel de lujo ya que lo buscan es algo “exótico”: la naturaleza
- En general el costo será 3 – 4 veces menor
- Tomar en cuenta el clima, topografía, morfología
- Utilizar vegetación para regular el clima y paisaje
- Prohibir extracción de árboles. Usar los caídos

#### 4.8 MATERIALES

Tomando en cuenta que el Eco Lodge tendrá carácter ecológico, los materiales de construcción de las facilidades deben ir acorde al ecosistema que se encuentra en el lugar. De tal manera que se toma en cuenta los siguientes aspectos para la obtención y utilización de materiales, tales como su procedencia, su inocuidad debido a que todos los objetos que rodean al hombre emanan energías tanto positiva como negativa misma que busca el bienestar de las personas mediante el equilibrio de las construcciones con la naturaleza. Se presenta varias opciones de materiales que sirven para el diseño de las cabañas.

- **Buenos materiales:** Guadua, bambú, chonta
- **Maderas finas:** guayacán, chanul, colorado, moral, laurel, caoba, teca.
- **Pambil:** elementos gruesos, cercas
- **Caña guadua:** divisiones, tiras de cubierta, serchas
- **Chonta:** pasamanería
- **Bambú común:** adornos (espejos), cielos rasos, cubiertas
- **Calabazas:** mate: vajillas, cubiertos
- **Techos:** hojas de coco, sande, toquilla (rampira) capas, bien tejidas (60, 80, 100 cm.); 140 – 200 hojas/m<sup>2</sup>

## **4.9 PLANIFICACIÓN DE INGENIERÍA**

### **Iluminación artificial**

Estrictamente limitada (evitar impactos ambientales), y para brindar más calor el uso limitado y sustentable de la leña para (chimeneas en sitios fríos)

### **Ventilación**

La ventilación debe ser con respiraderos en los techos y ventanas para no utilizar en energía ni aparatos que causen ruido ni malgasten la energía.

### **Reciclaje y tratamiento de desechos**

De todo tipo de desechos y basuras orgánicas: utilizando tachos de tres tipos de colores diferentes para el depósito de desechos.

- Desechos inorgánicos en tachos azules y de preferencia utilizar fundas de papel y no de polietileno.
- Desechos reciclables o reutilizables en tachos de color violeta para en lo posterior dar tratamiento a estos.
- Desechos orgánicos en tachos de color verde, los mismos que en lo posterior se utilizarán como alimento de las granjas productoras de Lombricultura.

En el caso de los desechos de los servicios higiénicos se llevaran mediante un sistema de conexión hacia pozos sépticos que alimentan a Biodigestores, los mismos que abastecen de energía para las cocinas o las luces bajas de iluminación de jardines.

## **4.10 INGENIERÍA DEL PROYECTO**

Se menciona que todos los materiales se los obtendrá de las cercanías del lugar observando que ofrezcan la calidad necesaria para las distintas construcciones, en el caso de requerirse materiales no existentes en la zona,

estos se los comprará en los sitios adecuados. Además se consideran aspectos como la ambientación, la decoración y materiales mobiliarios.

**La ambientación:** Los colores y materiales de construcción estarán armoniosamente combinados en habitaciones, baños, restaurante, áreas comunes, etc., se utilizarán materiales naturales como madera los mismos que reflejen la cultura local en la decoración evitando materiales sintéticos. Se evitarán fuentes de malos olores, ruidos molestos, se propenderá a fomentar la paz y tranquilidad para escuchar el canto y trinar de las aves y escuchar el agradable curso de las aguas de los ríos.

**La decoración:** Para la decoración de toda la Infraestructura del lugar se utilizarán objetos elaborados en la zona, como artesanías, tejidos, también se utilizará membretes de identificación de las figuras o piezas arqueológicas, históricas, artísticas a manera de ponderar e interpretar su valor turístico, cultural y natural e incentivar el conocimiento y curiosidad de nuestros visitantes.

**Materiales mobiliarios:** El mobiliario del Eco Lodge será sencillo, cómodo y funcional; en buen estado de funcionamiento se dará prioridad al mantenimiento continuo de los muebles y enseres que se conjugan para dar apariencia acogedora no solo a las habitaciones sino a todas las áreas comunales. Mediante la observación de estos tres aspectos se efectuaran todas las construcciones necesarias, pero también como parte de un control de las tareas por efectuar se dividieron en tres áreas principales, siendo estas:

- ✓ Áreas generales
- ✓ Área administrativa
- ✓ Área de servicios

En cada una de estas áreas se establecieron diversas secciones donde los visitantes podrán disfrutar de todo el entorno ofrecido por “AYAGUAZCA”

#### 4.10.1 Áreas Generales

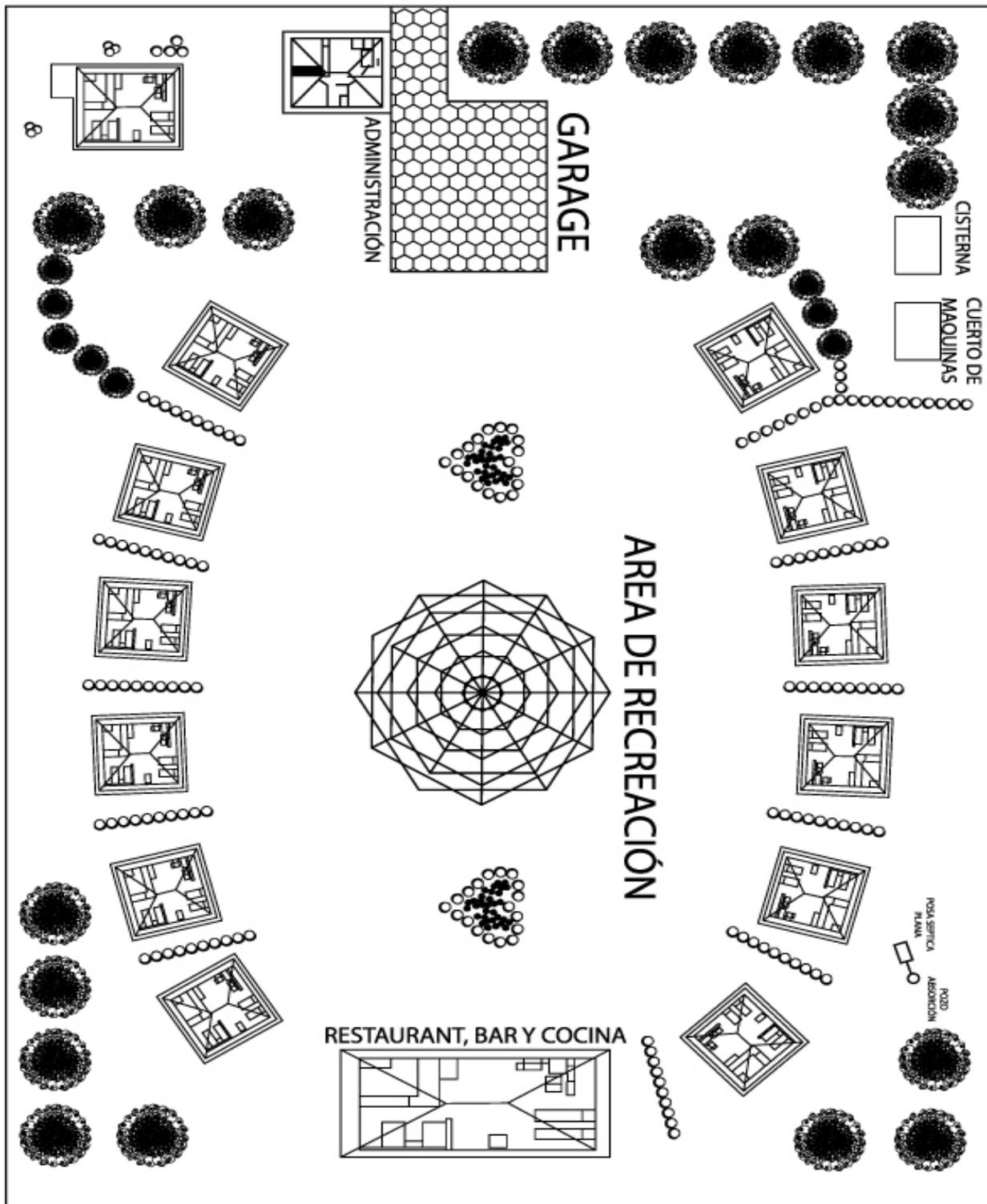
Las instalaciones del Eco Lodge serán construcciones nuevas, amplias, con madera del sector como chonta, teca, bambú y piedra, se evitará el uso de maderas que sus especies se hallen en peligro de extinción. Las instalaciones de las habitaciones, comedor, cocina, baño, local para eventos no deberán ser pintadas con pintura normal que se utiliza en casas, sino únicamente tendrán un barnizado permeable. En todas las zonas del Complejo tendrán de preferencia un sistema de ventilación natural, aire acondicionado ya que el lugar es de clima cálido –húmedo. En general la delimitación de todas las dependencias del Eco Lodge se verán compatibles con el paisaje del entorno, y que no impacten negativamente sobre el ambiente en su conjunto.

La capacidad de los estacionamientos será de una por cada unidad habitacional independiente, y se dispondrá de al menos dos plazas para buses, garantizando siempre la seguridad de los vehículos. Cada área así como unidad de alojamiento estará debidamente iluminada para facilitar la localización de las mismas, los caminos o senderos que conducen de un lugar a otro serán iluminados con antorchas. Las principales secciones en áreas generales del Eco Lodge serán:

- ✓ Senderos
- ✓ Piscina
- ✓ Camping
- ✓ Juegos infantiles
- ✓ Áreas verdes

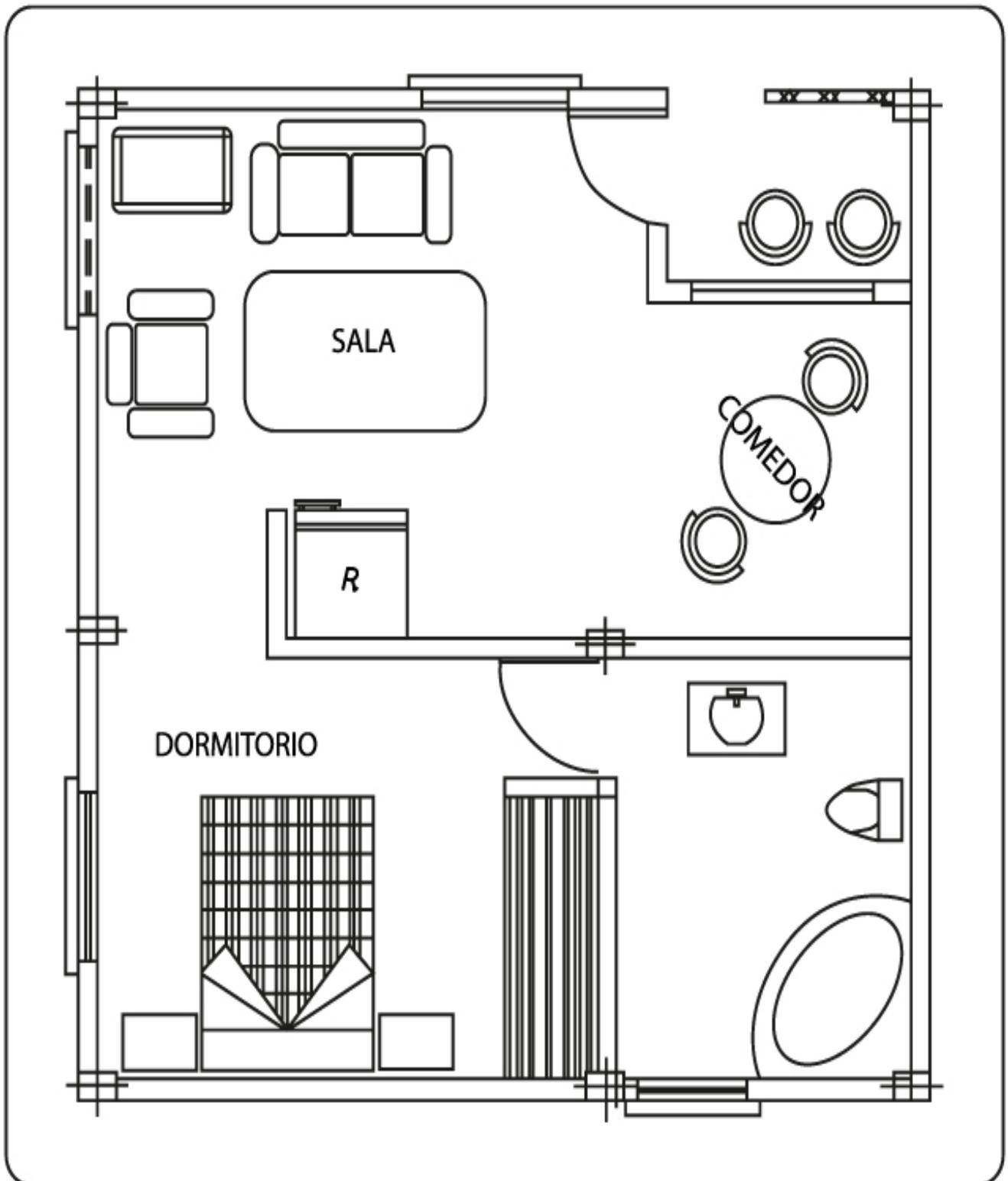
Para cada una de las secciones se estableció el espacio apropiado, determinado de la siguiente forma:

Gráfico 46. Diseño arquitectónico



Fuente: Natalia Flor

Gráfico 47. Cabañas



**Gráfico 48.** Administración

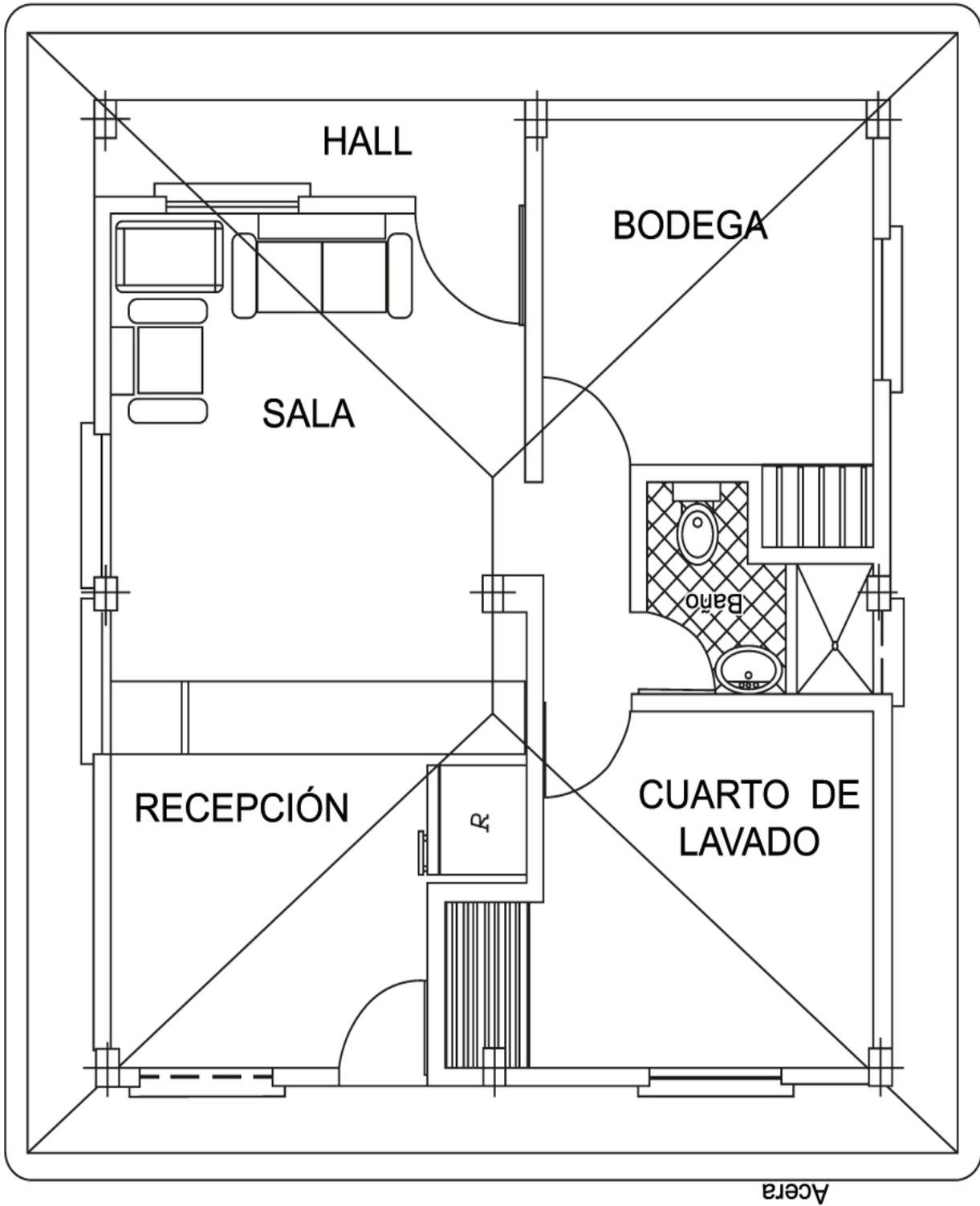
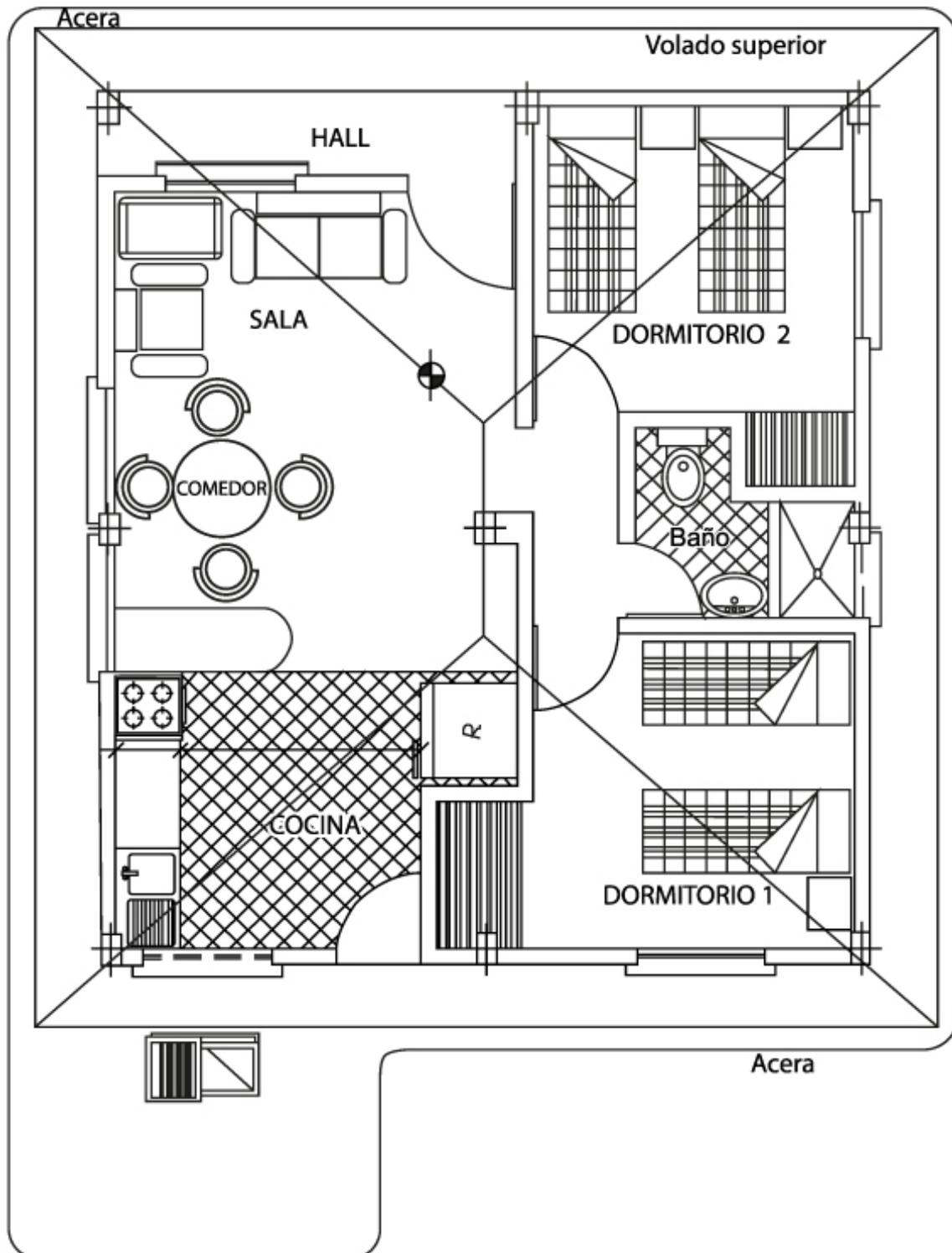


Gráfico 49. Hospedaje Administración



## Senderos Ecológicos

Tabla 15. Senderos ecológicos

<b>Áreas Generales</b>	<b>ÁREA m<sup>2</sup></b>
<b>Sendero</b>	10000
<b>Total</b>	<b>10000</b>

Elaborado por: Natalia Flor

## Piscina

Tabla 16. Área para piscina

<b>Áreas Generales</b>	<b>ÁREA m<sup>2</sup></b>
<b>Vestidores</b>	24
<b>Baños</b>	24
<b>Área para sillas</b>	32
<b>Piscina Adultos</b>	60
<b>Piscina Niños</b>	30
<b>Total</b>	<b>170</b>

Elaborado por: Natalia Flor

## Camping

Tabla 17. Área para camping

<b>Áreas Generales</b>	<b>ÁREA m<sup>2</sup></b>
<b>Parrillas</b>	50
<b>Camping</b>	100
<b>Fogata</b>	6
<b>Total</b>	<b>156</b>

Elaborado por: Natalia Flor

## Juegos Infantiles

Tabla 18. Área de juegos infantiles

Áreas generales	Área m <sup>2</sup>
Juegos Infantiles en madera	80
<b>Total</b>	<b>80</b>

Elaborado por: Natalia Flor

## Áreas Verdes

Tabla 19. Áreas Verdes

Áreas Generales	Área m <sup>2</sup>
Jardines	1500
<b>Total</b>	<b>1500</b>

Elaborado por: Natalia Flor

### 4.10.2 Área administrativa

Las secciones para el área administrativa observadas fueron principalmente para el mantenimiento y el almacenamiento de materiales, pero se adicionó un elemento siendo los parqueaderos para visitantes. Las áreas de construcciones fueron las siguientes:

#### Administración

Tabla 20. Área administrativa

Área Administrativa	Área m <sup>2</sup>
Administración	65
<b>Total</b>	<b>65</b>

Elaborado por: Natalia Flor

## Bodega

Tabla 21. Área para bodega

Área Administrativa	ÁREA m <sup>2</sup>
Bodega	20
Total	20

Elaborado por: Natalia Flor

## Parqueadero

Tabla 22. Área para parqueadero

Área Administrativa	Área m <sup>2</sup>
Parqueadero	1000
Total	1000

Elaborado por: Natalia Flor

### 4.10.3 Áreas de Servicios

Como parte de los servicios que se brindarán a los diferentes turistas, ciertas zonas contarán con información y otros con la comodidad requerida, estas secciones serán las habitaciones, el restaurante y para conocer un poco más del lugar existirá señaléticas y un centro de interpretación, las dimensiones establecidas para la construcción serán:

## Habitaciones

Tabla 23. Área para habitaciones

Áreas de servicios	ÁREA M2
Habitaciones	450
Total	450

Elaborado por: Natalia Flor

## Restaurante

Tabla 24. Área para restaurante

Áreas de servicios	Área m <sup>2</sup>
Cocina	40
Restaurante y bar	150
Baños	10
<b>Total</b>	<b>200</b>

Elaborado por: Natalia Flor

## Información

Tabla 25. Área Centro de interpretación ambiental

Áreas de servicios	ÁREA m <sup>2</sup>
Centro de interpretación ambiental	40
<b>Total</b>	<b>40</b>

Elaborado por: Natalia Flor

## 4.11 RECURSOS MATERIALES DEL PROYECTO

De acuerdo las áreas principales y por las secciones que se deben construir, los materiales se determinaron de igual forma, es decir se clasificaron por las áreas generales, administrativas y de servicios, además se incorporó los costos por construcción y por materiales necesarios.

### 4.11.1 Materiales áreas generales

Las principales construcción y materiales que se emplearan en estas secciones serán las siguientes:

### Sección senderos.

Tabla 26. Valor sección senderos

	<b>Área m<sup>2</sup></b>	<b>VALOR UNITARIO</b>
<b>Sendero</b>	10000	5.00
<b>Total</b>	10000	

Elaborado por: Natalia Flor

### Sección Piscina.

Tabla 27. Valor sección piscina

	<b>ÁREA m<sup>2</sup></b>	<b>VALOR UNITARIO</b>
<b>Vestidores</b>	24	170.00
<b>Baños</b>	24	170.00
<b>Área para sillas</b>	32	170.00
<b>Piscina Adultos</b>	60	170.00
<b>Piscina Niños</b>	30	170.00
<b>Total</b>	170	

Elaborado por: Natalia Flor

### Sección Camping.

Tabla 28. Valor sección camping

	<b>ÁREA m<sup>2</sup></b>	<b>VALOR UNITARIO</b>
<b>Parrillas</b>	50	80.00
<b>Camping</b>	100	110.00
<b>Fogata</b>	6	60.00
<b>Total</b>	156	

Elaborado por: Natalia Flor

## Sección Juegos infantiles.

Tabla 29. Valor sección juegos infantiles

	ÁREA m <sup>2</sup>	VALOR UNITARIO
<b>Juegos Infantiles en madera</b>	80	220.00
<b>Total</b>	80	

Elaborado por: Natalia Flor

## Sección áreas verdes.

Tabla 30. Valor sección áreas verdes

	ÁREA m <sup>2</sup>	VALOR UNITARIO
<b>Jardines</b>	1500	50.00
<b>Total</b>	1500	

Elaborado por: Natalia Flor

En cuanto a los materiales necesarios para incorporar dentro de cada una de las secciones establecidas, estos serían los siguientes:

## Materiales áreas generales

Tabla 31. Materiales áreas generales

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD
<b>Senderos</b>		
<b>Señaléticas grandes</b>	unidad	5
<b>señaléticas pequeñas</b>	unidad	15
<b>Piscina</b>		
<b>Bomba para piscina</b>	unidad	1
<b>Filtro de arena</b>	unidad	1
<b>Equipo de limpieza</b>	unidad	1

<b>Camping</b>		
<b>Carpas</b>	unidad	15
<b>Sleeping</b>	unidad	15
<b>Linternas</b>	unidad	15
<b>Juegos infantiles</b>		
<b>Juegos grandes</b>	unidad	4
<b>Juegos pequeños</b>	unidad	10
<b>Áreas verdes</b>		
<b>Materiales decoración</b>	unidad	10
<b>Taburetes madera</b>	unidad	14
<b>Basureros</b>	unidad	20
<b>Hamacas</b>	unidad	10

Elaborado por: Natalia Flor

#### 4.11.2 Materiales área administrativa

En el área de administración se indicaron tres secciones principales, siendo las de control y supervisión o administrativas, la bodega y el parqueadero pero además se presentaron costos y áreas de construcción.

#### Sección administrativa.

Tabla 32. Valor sección administrativa

	<b>ÁREA m<sup>2</sup></b>	<b>VALOR UNITARIO</b>
<b>Administración</b>	65	150
<b>Total</b>	65	

Elaborado por: Natalia Flor

## Sección bodega.

Tabla 33. Valor sección bodega

	<b>ÁREA m<sup>2</sup></b>	<b>VALOR UNITARIO</b>
<b>Bodega</b>	20	90.00
<b>Total</b>	20	

Elaborado por: Natalia Flor

## Sección parqueadero.

Tabla 34. Valor sección parqueadero

	<b>ÁREA M2</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>
<b>Parqueadero</b>	1000	60.00
<b>Total</b>	1000	

Elaborado por: Natalia Flor

Lo materiales principales que se utilizarían en estas secciones son presentados a continuación:

Tabla 35. Materiales

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>UNIDAD DE MEDIDA</b>	<b>CANTIDAD</b>
<b>Oficina</b>		
<b>Infocus</b>	unidad	1
<b>TV LCD 40 "</b>	unidad	1
<b>Escritorio de trabajo</b>	unidad	1
<b>Mesas de trabajo</b>	unidad	2
<b>Computador</b>	unidad	1
<b>Teléfono</b>	unidad	1
<b>Sillas</b>	unidad	5
<b>Impresora</b>	unidad	1
<b>Bodega</b>		
<b>Escobas</b>	unidad	48

<b>Guantes de caucho</b>	Pares	48
<b>Trapeadores</b>	unidad	48
<b>Poncho de agua</b>	unidad	25
<b>Botas de caucho</b>	unidad	25
<b>Baldes de plástico</b>	unidad	25
<b>Bicicletas</b>	unidad	20
<b>Camioneta Crevrolet Dimax</b>	unidad	1
<b>Bus mediano</b>	unidad	2
<b>Parqueadero</b>		
<b>Señaléticas</b>	unidad	5
<b>Conos de seguridad</b>	unidad	8

Elaborado por: Natalia Flor

#### 4.11.3 Materiales área de servicios

Para brindar un servicio acordó a lo solicitado por los turistas se determinaron las secciones de información, habitaciones y de restaurante, a continuación se presenta los espacios de construcción y materiales a emplear.

#### Sección información.

Tabla 36. Valor sección informática

	<b>ÁREA M2</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>
<b>Centro de interpretación ambiental</b>	40	350.00
<b>Total</b>	40	

Elaborado por: Natalia Flor

## Sección habitaciones.

Tabla 37. Valor sección habitaciones

	ÁREA M2	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
<b>Cabaña Familiar/Grupo 1</b>	51	220	11220
<b>Cabaña Familiar/Grupo 2</b>	42	220	9242
<b>Cabaña Familiar/Grupo 3</b>	48	220	10560
<b>Cabaña Familiar/Grupo 4</b>	48	220	10560
<b>Cabaña Familiar/Grupo 5</b>	48	220	10560
<b>Cabaña Familiar/Grupo 6</b>	48	220	10560
<b>Cabaña Triple 1</b>	30	220	6600
<b>Cabaña Triple 2</b>	30	220	6600
<b>Cabaña Triple 3</b>	30	220	6600
<b>Cabaña Doble 1</b>	12	220	2640
<b>Cabaña Doble 2</b>	12	220	2640
<b>Cabaña Doble 3</b>	12	220	2040
<b>Secciones complementarias</b>	39	220	8580
<b>Habitaciones</b>	450	220	99000
<b>Total</b>	<b>450</b>		99000

Elaborado por: Natalia Flor

## Sección de restaurante.

Tabla 38. Valor sección restaurante

	ÁREA m <sup>2</sup>	VALOR UNITARIO
<b>Cocina</b>	40	230.00
<b>Restaurante y bar</b>	150	230.00
<b>Baños</b>	10	230.00
<b>Total</b>	200	

Elaborado por: Natalia Flor

Finalmente los materiales que se identificaron a emplearse dentro de las secciones indicadas fueron los siguientes:

Tabla 39. Materiales para secciones

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>UNIDAD DE MEDIDA</b>	<b>CANTIDAD</b>
<b>Centro de interpretación</b>		
<b>Paneles de información</b>	unidad	6
<b>Artesanías de la zona</b>	unidad	12
<b>habitaciones</b>		
<b>Cama de 2 plazas</b>	unidad	6
<b>Cama de plaza y media</b>	unidad	18
<b>Literas de plaza y media</b>	unidad	9
<b>Velador</b>	unidad	27
<b>Cubrecamas</b>	unidad	40
<b>Almohadas</b>	unidad	40
<b>Colchones de dos plazas</b>	unidad	6
<b>Colchones de plaza y media</b>	unidad	27
<b>Juegos de sabana</b>	unidad	40
<b>Juego de toallas</b>	unidad	60
<b>Lavadora</b>	unidad	1
<b>Secadora</b>	unidad	1
<b>Restaurante</b>		
<b>Mesa de aluminio</b>	unidad	2
<b>Cocina Industrial</b>	unidad	1
<b>Nevera</b>	unidad	1
<b>Refrigerador</b>	unidad	1
<b>Procesador de alimentos</b>	unidad	2
<b>Microondas</b>	unidad	1
<b>Cafetera</b>	unidad	1
<b>Freidor de papas</b>	unidad	1
<b>Gril</b>	unidad	1
<b>Congelador</b>	unidad	1
<b>Balanza electrónica</b>	unidad	1
<b>Mesa pequeña</b>	unidad	18
<b>Sillas</b>	unidad	27
<b>Mesa para 4 personas y sillas</b>	unidad	8
<b>Mesas para 8 personas y sillas</b>	unidad	2
<b>Estantería para licores</b>	unidad	2
<b>Lava paltos</b>	unidad	2
<b>Extractor de olores</b>	unidad	1
<b>Sillas playeras</b>	unidad	15

Elaborado por: Natalia Flor

## **CAPITULO V**

### **ESTUDIO ADMINISTRATIVO, Y LEGAL**

#### **5.1. INTRODUCCIÓN**

El propósito del presente capítulo es mostrar las bases y el sustento legal necesario para poder establecer un Eco Lodge como tal, su nombre, inscripción, afiliación a gremios y permisos de funcionamiento respectivos para poner en marcha este proyecto. De igual forma hacer un estudio de selección de personal de la zona donde se va a desarrollar el proyecto para trabajar en el mismo y la pertinente capacitación, además de un diseño de puestos u organigramas para valoraciones de puestos y todo lo que concierne al campo administrativo.

#### **5.2. JUSTIFICACIÓN**

En el caso supuesto que ninguno de los menesteres que se necesita para establecer un Eco Lodge se realizará un estudio al que se orienta este capítulo es de vital importancia. Si no se rigen a los lineamientos legales que imponen el Estado y la sociedad no se estaría cumpliendo uno de los objetivos principales que es ofrecer una alternativa de Turismo Sostenible. De igual forma sin una orientación administrativa el buen desenvolvimiento de las actividades turísticas sería un fracaso.

#### **5.3 AYAGUAZCA**

##### **5.3.1 Misión**

Desarrollar un proyecto eco turístico, que posea todas las facilidades y servicios turísticos dando privilegio a actividades turísticas de naturaleza y aventura en la Parroquia de Baeza para visitantes de todas las edades y de todas partes del mundo.

### 4.3.2 Visión

Convertirse en uno de los más prestigiosos e importantes establecimientos eco turístico de la Parroquia de Baeza, en la Provincia de Napo, satisfaciendo todas las necesidades, deseos y expectativas de los turistas, motivando su visita para todas las actividades de turismo de aventura, naturaleza, ofreciendo un servicio profesional.

### 4.3.3 Valores corporativos

“Constituyen una parte esencial de toda cultura empresarial ya que aportan un sentido de dirección común a todas las personas que componen la empresa” Al plantear los valores se creara una identidad propia y de esa manera todos los integrantes tendrán que acogerse a dichos valores.

Siendo los valores los siguientes:

**Enfoque al cliente:** El cliente que recibe nuestro servicio es la razón de ser de nuestra empresa como tal nuestras actividades deberán aportar valor a nuestros clientes.

**Trabajo en equipo:** El trabajo será en equipo, con la mayor eficiencia, pero también tratando a la vez de simplificar el mismo.

**Transparencia:** Se cree en la honestidad e integridad como generadores de la lealtad de nuestros clientes y también de nuestros trabajadores.

#### **Principios:**

- Optima atención al cliente
- Trabajo en equipo Ética
- Profesionalismo
- Iniciativa

- Creatividad
- Productividad

#### **4.3.4 Política empresarial**

“La política empresarial es una de las vías para hacer operativa la estrategia. Suponen un compromiso de la empresa; al desplegarla a través de los niveles jerárquicos de la empresa, se refuerza el compromiso y la participación del personal.” Deben ser comunicadas y comprendidas por todos los integrantes de la empresa.

A continuación se describe las políticas que se aplicaran dentro de la organización:

##### **Accionistas:**

- Ejercer una excelente administración para potencializar el uso del establecimiento y sus actividades para poder generar un rendimiento constante del capital hacer invertido.
- Crear estrategias de marketing y publicidad para que se dé a conocer el establecimiento ecológico y cada una de sus actividades turísticas.
- Dar incentivos a nuestros empleados para que brinden un servicio de calidad a los turistas
- Mantener buenas relaciones con la competencia.

##### **Empleados:**

- El personal debe ser capacitado para brindar un servicio excepcional en cada área.
- Desempeñar sus conocimientos eficazmente y con buen voluntad

- Tratar al cliente con respeto, ofreciendo un servicio de calidad ya que la base fundamental es “Un buen cliente atendido genera muchos más”

#### **Clientes:**

- Satisfacer las necesidades de los clientes prestando un servicio de buena calidad, mediante productos innovadores y actividades que llamen la atención del cliente.
- El cliente tendrá la opción de pagar en efectivo o con tarjeta de crédito.

#### **5.4 ESTRATEGIAS:**

Llevar adelante una empresa no es tarea fácil, ni para los grandes hombres de negocios; Las actividades comerciales requieren de un proceso de planeamiento muy arduo para lograr los propósitos que se plantean. Pero estos planteamientos incluyen varios ítems que no pueden ser obvios si se desea que este negocio sea fructífero, entre estos ítems se encuentran las estrategias empresariales. Existe una jerarquía de estrategias empresariales como lo son las siguientes:

**Estrategia Corporativa:** Los ejecutivos trazan la estrategia general de una compañía diversificada. Se toman decisiones respecto de las industrias en las que la compañía desea competir.

**Estrategias de negocios:** Usualmente a cargo del administrador general de una unidad de negocio. El propósito de la estrategia de negocios es la intención de una ventaja competitiva en una área de las líneas de productos particulares.

**Estrategias o políticas funcionales:** En este caso se generan estrategias por departamentos u otras unidades de la organización. El objetivo es apoyar las estrategias de negocios y corporativa.

## **5.6 REQUERIMIENTO ADMINISTRATIVO Y ORGANIZACIONAL DEL ECO LODGE**

Se considera que para brindar un buen servicio a sus clientes externos debe poseer a los mejores profesionales en materia Turística y Medio Ambiental, para reclutarlos se considera los siguientes requisitos:

### **Profesionales en:**

- Turismo
- Ecología
- Gastronomía
- Administración

### **Con los siguientes perfiles:**

- Títulos Universitarios,
- Experiencia laboral (mínimo un año)
- Excelente presencia
- Responsables, Honrados y Solidarios.

Cabe mencionar que para escoger a las personas que trabajarán en el Complejo se realizará la respectiva selección de personal calificando los mejores currículos y llamando a la rendición de un examen actitudinal.

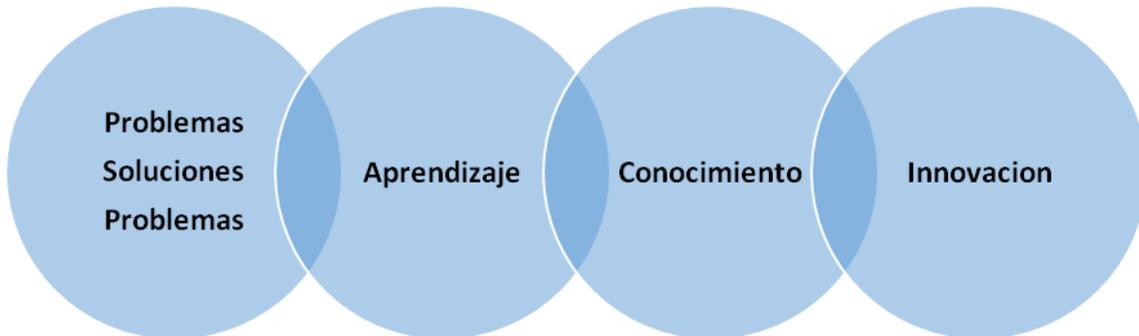
Sin descartar que se propenderá a reclutar personal de la zona y a capacitarla en caso de que su perfil no esté acorde a los requerimientos. Como una empresa social se considera además los siguientes parámetros para implementarlos en la empresa con los clientes internos (trabajadores).

- La influencia que ejerce la empresa con los clientes internos es fabulosa ya que incentiva a estar de acuerdo en cuanto a nuevos procedimientos, dando libertad para que sean aplicados. También influye en los clientes

externos ya que el cambio de leyes que puede afectar a las empresas privadas o públicas con los cuales se tiene contacto no son impedimento para cumplir las reglas, así se cumplirá a cabalidad con lo bueno y lo correcto.

- La responsabilidad en la empresa es uno de los principios básicos. Cada actividad tendrá una persona responsable que coordinará el trabajo, la misma que trabajará en equipo con una persona de cada departamento de manera que pueda coordinar cada asunto del proyecto o contratará un especialista en determinado tema a necesitarse en el proyecto. Hay que tomar en cuenta que en este complejo ningún departamento es aislado del otro, todos son un universo que trabaja por un mismo objetivo, aportando con las especialidades que requiera cada actividad.
- La innovación dentro de la empresa no es un tabú, sino más bien una oportunidad de ser mejores y dar un servicio de calidad. Se incluye la innovación como un proceso dirigido a introducir el cambio en la empresa dando soluciones originales a los problemas, con este proceso de resolución de problemas se produce aprendizaje, conocimientos y la retroalimentación de todos los integrantes de la empresa como un solo universo de trabajo que no trabaja aislado. La mejor forma de premiar la innovación dentro de la empresa es premiando el mejor con un incentivo económico. Siempre se toma en cuenta el siguiente patrón de comportamiento con la innovación.

**Gráfico 50.** Requerimiento administrativo y organizacional del Eco Lodge



**Fuente:** Investigación Directa  
**Elaborado por:** Natalia Flor

Siempre en busca de satisfacer las necesidades de los clientes, llevados de la mano con el deseo de cambio que nuestro proyecto pregona, nacional e internacionalmente busca ser pionero en desarrollo de turismo ecológico sostenible.

- Se busca también la satisfacción del personal, realizando mensualmente una encuesta para conocer las necesidades, inquietudes, sugerencias que tengan los empleados, eso además de las quejas y hechos relevantes que hagan conocer directamente cada miembro trabajador.
- Sin duda el trabajo en equipo es uno de los fuertes parámetros que dispone la empresa, trata de inculcar esto de la mejor manera. ¿Cómo? Todos los empleados son responsables de la tarea a realizar. Sin embargo todo tendrá su coordinación. Obviamente el interés del equipo es lograr el mejor desenvolvimiento para que se dé mayor satisfacción al cliente siempre buscando cuidar el medio ambiente que es la razón de nuestra actividad.

- La visión común de la empresa se enfoca al cumplimiento de una actividad turística ecológica correcta. Para esto los empleados saben que su trabajo debe ser realizado con toda la honradez, responsabilidad y veracidad posible y de esta manera ser reconocidos en el ámbito para poder llegar al mercado nacional e internacional creando una conciencia de responsabilidad que no es impuesta, sino es el reflejo de nuestro trabajo y nuestra ayuda al mejoramiento continuo de los planes turístico ecológicos propuestos.
- La Evaluación por competencias de todo el Recurso Humano de nuestra empresa, ya que un personal capacitado, es quien va arrojar frutos en un trabajo de calidad.

## **5.7 PROCESOS DE SELECCIÓN DE PERSONAL**

Para la selección de personal a trabajar en el complejo se requiere tomar en cuenta los siguientes pasos:

1. Publicación o llamamiento de personas a trabajar en el lugar, determinando los perfiles de acuerdo al puesto a ocupar.
2. Selección de carpetas, previa revisión de currículum y estimación de los más idóneos.
3. Entrevistas y prácticas a una terna para posteriores pruebas Psicológicas.
4. Contratación.

Es el procedimiento a seguir con todas las personas que trabajen en el lugar, obviamente los perfiles cambiarán de acuerdo a las necesidades.

Se tiene previsto una lista tentativa para trabajar en el Complejo Ecológico:

Tabla 40. Personal para Eco Lodge

ÁREA	CANTIDAD	PERFIL
<b>COCINA</b>	2	Un chef y un ayudante
<b>CABAÑAS</b>	3	Tres camareras que se encargarán de la limpieza de cabañas y los salones de juegos, lectura, etc.
<b>SENDEROS/MIRADORES Y GRANJAS</b>	6	Seis personas encargadas del mantenimiento, recolección de desechos y actividades agrícolas.
<b>ENTRETENIMIENTO</b>	5	Guías Naturalistas o Nativos. Un chofer y dos masajistas.
<b>ADMINISTRACIÓN</b>	3	Un administrador general, recepcionista y guardianía

**Fuente:** Investigación Directa  
**Elaborado por:** Natalia Flor

### 5.5.1 Planes para capacitación

En caso de que las personas que se presentan a trabajar especialmente de la zona que no tengan una buena instrucción ya sea técnica o asistencial se procederá a capacitarlos en el área de cada uno en grupos por un tiempo de dos semanas, posteriormente se les someterá a pruebas prácticas. Cabe mencionar que la inducción será en el campo para una mejor comprensión del procedimiento de las actividades.

### 5.5.2 PLANES VALORACIONES DE SUELDOS Y PRESUPUESTOS

Para la valoración de sueldos se tiene establecido de acuerdo al siguiente cuadro el pago mensual a los siguientes trabajadores:

Tabla 41. Personal

<b>TRABAJADORES</b>
<b>CHEF</b>
<b>AYUDANTE DE COCINA</b>
<b>CAMARERAS</b>
<b>GUIAS</b>
<b>GRANJEROS</b>
<b>ADMINISTRADOR GENERAL</b>
<b>RECEPCIONISTA</b>
<b>GUARDIA</b>
<b>CHOFER</b>
<b>MASAJISTAS</b>
<b>MANTENIMIENTO</b>

**Fuente:** Investigación Directa  
**Elaborado por:** Natalia Flor

## **5.6 Aspectos administrativos**

En cuanto al área Administrativa, se establece a una persona titulada en Hotelería o Turismo y Biodiversidad o afines para que se encargue de la planificación, ejecución y control de las actividades y el buen desempeño del Complejo.

## **5.7 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL**

La estructura organizacional puede ser definida como las distintas maneras en las que puede ser dividido el trabajo dentro de una organización para alcanzar luego la coordinación del mismo orientándolo a lograr los objetivos.

### 5.7.1 Organigrama estructural y funcional

El siguiente organigrama se lo aplicara en la empresa:

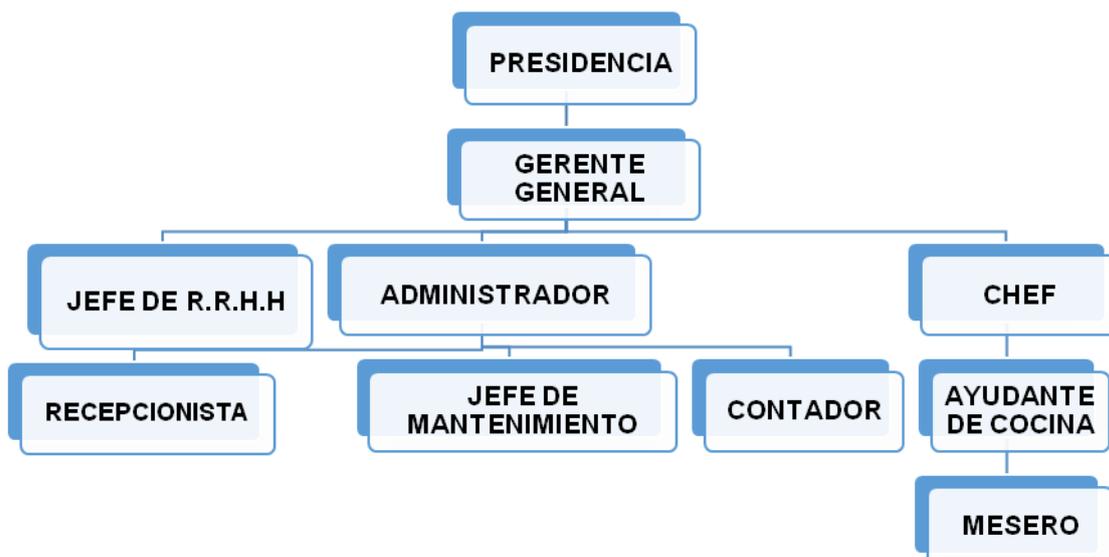
Gráfico 51. Organigrama estructural y funcional



Elaborado por: Natalia Flor

### Organigrama estructural y funcional

Gráfico 52. Organigrama estructural y funcional



Elaborado por: Natalia Flor

## **5.8 ASPECTOS LEGALES**

Por el poder que confiere la Constitución de la República Del Ecuador vigente hasta la fecha (febrero 2008) el establecimiento de cualquier centro que busque desarrollar el Turismo de una manera sostenible está permitido a cualquier persona Natural o jurídica ya que el Turismo desde el año 2001 figura dentro de la Constitución de la República como Política de Estado en decreto ejecutivo 1424, publicado en el Registro Oficial 309 de 19 de abril del 2001

### **5.8.1 Ley de turismo.**

Ley No. 97. RO/ Sup 733 de 27 de Diciembre del 2002.

#### **CONGRESO NACIONAL**

Considerando:

Que la Ley Especial de Desarrollo Turístico, promulgada en el Registro Oficial 118 del 28 de enero de 1997, a la fecha se encuentra desactualizada, por lo que es necesario incorporar disposiciones que estén acordes con la vigente Constitución Política de la República;

Que el Plan de Competitividad Turística planteó la necesidad de actualizar la legislación turística ecuatoriana, reincorporando importantes disposiciones de la Ley Especial de Desarrollo Turístico, que no han perdido vigencia en el tiempo a fin de atraer la inversión e inyectar divisas a nuestra economía;

Que el Decreto Ejecutivo 1424, publicado en el Registro Oficial 309 de 19 de abril del 2001, declaró como Política Prioritaria de Estado el desarrollo del turismo en el país; y,

En ejercicio de sus facultades constitucionales y legales, expide la siguiente:

## **5.9 PROCESO JURÍDICO A ADOPTARSE**

Con pleno conocimiento de las leyes que rigen en nuestro país, sus obligaciones, deberes y derechos y estando dentro de la ley con un proyecto de desarrollo de Turismo Sostenible adoptando un compromiso con la comunidad y los gobiernos seccionales para proceder a obtener la LUAF (Licencia Única Anual de Funcionamiento). Y con el lineamiento legal del reglamento General para actividades Turísticas, también con el registro del nombre del proyecto en el IEPI, etc.

## **5.10 PROCESOS PARA OBTENER PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO Y AUTORIZACIONES LEGALES**

### **5.10.1 Licencia anual de funcionamiento**

Art. 141.- Obligación de registro y licencia.- Para que las personas naturales o jurídicas puedan ejercer las actividades turísticas previstas en la ley y en el presente reglamento, deberán registrarse como tales en el Ministerio de Turismo, obtener la licencia anual de funcionamiento, la aprobación de los precios de los bienes y servicios que prestan y los demás requisitos y documentos exigidos en otras leyes, reglamentos especiales, resoluciones del Ministerio de Turismo y otros instructivos administrativos.

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

a) Copia, certificada de la escritura pública de constitución de la compañía y de aumento de capital o reformas de estatutos, si los hubiere, tratándose de personas jurídicas;

b) Nombramiento del representante legal, debidamente inscrito, de la persona jurídica solicitante;

c) Certificado del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual de no encontrarse registrada la razón o denominación social o nombre comercial motivo de la solicitud; y,

d) Registro Único de Contribuyentes o cédula de ciudadanía o de identidad, según sea la persona natural ecuatoriana o extranjera solicitante.

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

Art. 146.- Momento de la solicitud.- El registro y la licencia anual de funcionamiento de nuevos establecimientos de alojamiento deberá solicitarse por lo menos con treinta días de anticipación a la fecha prevista para iniciar sus actividades.

Art. 147.- Pago por una sola vez.- El valor por concepto de certificado de registro será pagado por una sola vez, siempre que se mantenga el tipo y la actividad principal. En caso de cambio de la actividad, se pagará un nuevo registro como si se tratara de la primera vez.

Si un establecimiento debidamente registrado en el Ministerio de Turismo se traspasa o arrienda, el titular del establecimiento tendrá la obligación de informar al Ministerio de Turismo dentro de treinta días de efectuada la transferencia o arrendamiento, y el nuevo propietario o arrendatario presentará los documentos que le acrediten como tal; en caso contrario, pagará un nuevo registro como si se tratara de la primera vez.

Art. 148.- Valor a pagarse por registro.- El valor de registro será una cantidad igual a la que corresponda por Licencia Anual de Funcionamiento, calculada ésta para todo el año calendario.

Art. 149.- Licencia anual de funcionamiento.- La licencia anual de funcionamiento constituye la autorización legal otorgada por el Ministerio de Turismo a los establecimientos o empresas turísticas dedicadas a actividades y servicios turísticos; sin la cual no podrán operar, y tendrá validez durante el año en que se la otorgue y los sesenta primeros días del año siguiente.

Quando se trate de empresas cuyas operaciones no se inicien en los primeros treinta días de cada año, el pago por Licencia de Funcionamiento será por el valor equivalente a los meses que restaren del año calendario.

Art. 151.- Facultad de realizar inspecciones.- El Ministerio de Turismo tiene plena facultad para en cualquier día y hora realizar, sin notificación previa, inspecciones a las empresas y establecimientos turísticos, para constatar si cumplen con todas y cada una de las condiciones y obligaciones estipuladas en la clasificación que se le otorgó. En la inspección se comprobará la información que requiere el Ministerio de Turismo y que constará en los formularios y documentos que se elaboren. El acto de inspección se lo ejecutará con la sola presentación del documento que acredite que la persona es funcionario o empleado de la institución y con la orden que al respecto dicte el Ministro de Turismo. El funcionario o empleado en el acto de inspección guardará el respeto al derecho de la persona y propiedad ajena y será responsable de la veracidad de los datos que consigne en su informe.

La inspección deberá realizarse con la presencia del propietario o Administrador de la empresa inspeccionada. Los propietarios, administradores, representantes legales o la persona que al momento de la inspección aparezca como la Administradora o Directora, están en la obligación de aceptar la intervención del Ministerio de Turismo y brindar todas las facilidades y la información requerida para que se cumpla con lo dispuesto en el presente artículo.

Art. 152.- Variación de condiciones.- La empresa o establecimiento turístico, para el caso de que hayan variado las condiciones y obligaciones que se le impuso en la clasificación, podrá cumplir las observaciones hechas por el Ministerio de Turismo en virtud de la inspección a la que se refiere el artículo anterior, conservando de esta manera la categoría o pedir la reclasificación justificando las razones de su petición y siguiendo el trámite de ley. Si del acto de inspección se comprobare que en la empresa o establecimiento turístico han variado las condiciones y obligaciones constantes en la clasificación que se otorgó, el Ministerio de Turismo procederá de oficio a reclasificarlo, siguiendo el trámite que corresponde para el caso de registro.

Art. 153.- Uso de denominaciones.- Ningún establecimiento o empresa turística podrá usar denominación o razón social o nombre comercial y categoría distintas a las que fueron asignadas por el Ministerio de Turismo.

Art. 154.- Transferibilidad.- Los registros y licencias a los que se refiere este título, son intransferibles.

Art. 155.- Permiso hasta por noventa días.- El Ministerio de Turismo concederá permiso anual de funcionamiento hasta por noventa días a los establecimientos y empresas turísticas, cuando las circunstancias lo ameriten.

#### **4.10.2 Registro del nombre del proyecto**

Previo a la obtención de la LUAF es necesario haber registrado el nombre del Establecimiento en el IEPI (Instituto Nacional de Propiedad Intelectual) con los siguientes requisitos:

- Cedula de Identidad
- Nombre Tentativo
- Pago de Revisión
- Formularios

#### **4.10.3 Requisitos para la afiliación a la cámara de turismo**

Todas las personas naturales o jurídicas propietarias de empresas dedicadas a actividades turísticas tendrán previo el ejercicio de dichas actividades que afiliarse a la Cámara Provincial de turismo de su respectiva jurisdicción.

Los requisitos que se debe presentar para la afiliación son:

- Copia de cedela de identidad
- Copia del certificado de votación
- Solicitud de afiliación
- Copia de registro Único de contribuyentes (RUC)
- Copia de patente municipal

Las cámaras deben otorgar los certificados de afiliación para la inscripción en el Registro Mercantil a las personas naturales o jurídicas que se dediquen a la actividad turísticas.

Lugar a tramitarse: Cámara Provincial de Turismo

Tiempo de entrega: 15 días laborables

#### **5.10.4 Patente municipal**

Patente personas jurídicas:

1. Copia de escritura de Constitución de la Compañía
2. Copia de la resolución de Constitución otorgada por la Superintendencia de Compañías
3. Copia de la cedula de Ciudadanía de cada uno de los socios.
4. Formulario de declaración de patente común el dato de la clave catastral
5. Copia de la cata del pago del Impuesto Predial de cualquier año.

6. En el caso de tratarse de establecimientos de expendio de alimentos:  
Categorización otorgada por la Unidad de Salud de la Administración correspondiente.
7. En caso de cambio de domicilio; copia de declaración del impuesto a la Renta aceptado por la Superintendencia de Compañía.

#### **5.10.5 Uso de suelo**

**Obligación:** Obtener el permiso de uso de suelo para desarrollar una actividad comercial.

**Plazo:** Obtención cuando se va a instalar el establecimiento. El permiso tiene validez de 1 año.

**Lugar de tramitación:** Municipalidad de su jurisdicción. Administración zonal correspondiente.

#### **5.10.6 Registro único de contribuyentes**

1. Original y Copia de la cedula de ciudadanía.
  2. Original y copia del certificado de votación
- **Lugar de tramitación:** Servicio de Rentas Internas
  - **Tiempo de entrega:** 8 días laborables

#### **5.10.7 Certificado de control sanitario**

Solicitud valorada

Planilla de inspección

Certificado de la categoría del establecimiento

Carné de salud ocupacional y copias

Copia de la cedula de ciudadanía del propietario

Copia del registro único de contribuyentes (RUC)

- **Lugar de tramitación:** Dirección de control Sanitario
- **Tiempo de entrega:** 15 días laborables

### **Tasas por control sanitario**

Para la concesión de permisos sanitarios se deben cancelar las tasas establecidas en el Reglamento de Tasa por Control Sanitario y permisos de funcionamiento publicado en el Registro Oficial N° 58 del 9 de Abril del 2003; normativa utilizada por el Ministerio de salud para la recaudación de tasa.

#### **4.10.8 Permiso del cuerpo de bomberos**

1. Llenar la solicitud de inspección
2. Pago del impuesto según la categoría

- **Lugar de tramitación:** Cuerpo de Bomberos de su jurisdicción
- **Tiempo de entrega:** 15 días laborables

#### **4.10.9 Certificado ambiental**

- **Obligación:** Registrarse en la administración zonal correspondiente
- **Plazo:** Obtención cuando se va a instalar el establecimiento. El permiso tiene validez de 2 años.
- **Lugar de tramitación:** Municipalidad de su jurisdicción. Administración zonal correspondiente.

### **5.10.10 Afiliación**

- **Dirección:** Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social

#### **Requisitos:**

Empresa unipersonal y Persona Natural

Solicitud que debe ser obtenida través de la página web: [www.iess.gov.ec](http://www.iess.gov.ec)

Empleadores:

1. Copia de Registro único de Contribuyente
2. Copia de la Cedula de ciudadanía del patrono
3. Copia de planillas de agua, luz o teléfono.

#### **Conclusión:**

Después de concluir el presente capítulo, se tiene que: es factible la Creación de un Eco Lodge, ya que es posible adquirir la licencia de funcionamiento (LUAF), es posible la contratación de personas especializadas en los requerimientos (profesiones existentes), es posible la administración de un lugar de carácter turístico.

## **CAPITULO VI**

### **6. ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO**

#### **6.1 INTRODUCCIÓN**

Para poner en práctica cualquier tipo de proyecto es indispensable poseer recursos que garanticen la implementación, en el mundo globalizado los recursos económicos son los que predominan en estas situaciones. Las estrategias para conseguir este tipo de recursos serán mediante instituciones financieras que efectúan préstamos en proyectos de inversión, con plazos adecuados para realizar las actividades necesarias en la ejecución del nuevo plan.

Para identificar los valores totales en el proyecto fue indicado de forma detalla cada una de las actividades que se deben efectuar, con sus respectivos costos, cantidades y cifras totales a más de incorporar en ciertos gastos un imprevisto del 3%, que puede ocurrir. Finalmente se presentó de forma resumida todas estas acciones en los correspondientes balances, dejando al final los indicadores de evaluación de proyectos.

##### **6.1.1 INVERSIONES DEL PROYECTO**

Las inversiones son la parte inicial de un proyecto, dentro de ellos se completan todos aquellos materiales para ofrecer un servicio de calidad a los turistas, algunos autores los denominan como plan de inversiones, donde se detalla cada uno de los implementos a utilizar. Según Hernández y Rodríguez sobre un plan de inversiones mencionan: “El plan de inversiones consiste en presentar una relación detallada de los diversos elementos que son necesarios para la puesta en marcha del proyecto y para su adecuado funcionamiento, registrando también su valoración económica” (Hernández & Rodríguez, 2011, p 212)

Como indican los autores son todos aquellos elementos que se van a utilizar en el inicio del proyecto, pero con el respectivo detalle, es decir, se menciona la cantidad, el costo, el gasto total y todo lo que se considere necesario colocar como la descripción del bien.

### 6.1.1.1 Inversiones fijas

Las inversiones fijas o también conocidos como activos fijos son los equipos maquinarias y demás que la empresa emplea para producir, almacenar y comercializar sus bienes o servicios a un determina número de clientes, dependiendo del tipo de proyecto existirán más o menos implementos. Para el caso de Eco Lodge estos se detalla en las siguientes tablas, con sus respectivas cantidades y valores tanto unitarios como totales.

Tabla 42. Edificio

ÍTEMS	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1	SENDEROS	1	50,000.00	50,000.00
2	PISCINA	1	28,900.00	28,900.00
3	CAMPING	1	15360	15,360.00
4	JUEGOS INFANTILES	1	17,600.00	17,600.00
5	ÁREAS VERDES	1	75,000.00	75,000.00
6	ADMINISTRACIÓN	1	9,750.00	9,750.00
7	BODEGA	1	1,800.00	1,800.00
8	PARQUEADERO	1	60,000.00	60,000.00
9	INFORMACIÓN	1	14,000.00	14,000.00
10	HABITACIONES	1	99,000.00	99,000.00
11	RESTAURANTE	1	46000	46,000.00
<b>SUBTOTAL</b>				<b>417,410.00</b>
<b>IMPREVISTOS 3%</b>				<b>12,522.30</b>
<b>TOTAL</b>				<b>429,932.30</b>

Elaborado por: Natalia Flor

Tabla 43. Terreno

ÍTEMS	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1	Terreno	46	1,250.00	57,500.00
<b>SUBTOTAL</b>				57,500.00
<b>IMPREVISTOS 3%</b>				1,725.00
<b>TOTAL</b>				<b>59,225.00</b>

Elaborado por: Natalia Flor

Tabla 44. Muebles y Enseres

ÍTEMS	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1	Cama de 2 plazas	6	220.00	1,320.00
2	Cama de plaza y media	18	150.00	2,700.00
3	Literas de plaza y media	9	200.00	1,800.00
4	Velador	27	85.00	2,295.00
5	Colchones de dos plazas	6	150.00	900.00
6	Colchones de plaza y media	27	90.00	2,430.00
7	Mesa de aluminio	2	75.00	150.00
8	Mesa pequeña	18	55.00	990.00
9	Sillas	27	25.00	675.00
10	Mesa para 4 personas y sillas	8	60.00	480.00
11	Mesas para 8 personas y sillas	2	90.00	180.00
12	Estantería para licores	2	350.00	700.00
13	Sillas playeras	15	35.00	525.00
14	Escritorio de trabajo	1	280.00	280.00
15	Mesas de trabajo	2	180.00	360.00
16	Sillas	5	30.00	150.00
<b>SUBTOTAL</b>				15,935.00
<b>IMPREVISTOS 3%</b>				478.05
<b>TOTAL</b>				<b>16,413.05</b>

Elaborado por: Natalia Flor

Tabla 45. Vehículos

ÍTEMS	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1	Camioneta Crevrolet Dimax	1	22,500.00	22,500.00
2	Bus mediano	2	85,000.00	170,000.00
<b>SUBTOTAL</b>				192,500.00
<b>IMPREVISTOS 3%</b>				5,775.00
<b>TOTAL</b>				<b>198,275.00</b>

Elaborado por: Natalia Flor

Tabla 46. Equipos Generales

ÍTEMS	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1	Infocus	1	450.00	450.00
2	TV LCD 40 "	1	850.00	850.00
3	Bomba para piscina	3	120.00	360.00
4	Juegos grandes	4	2,500.00	10,000.00
5	Juegos pequeños	10	1,100.00	11,000.00
<b>SUBTOTAL</b>				22,660.00
<b>IMPREVISTOS 3%</b>				679.80
<b>TOTAL</b>				<b>23,339.80</b>

Elaborado por: Natalia Flor

Tabla 47. Equipo de Computo

ÍTEMS	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1	Computador	1	750.00	750.00
2	Teléfono	1	45.00	45.00
3	Impresora	1	280.00	280.00
<b>SUBTOTAL</b>				1,075.00
<b>IMPREVISTOS 3%</b>				32.25
<b>TOTAL</b>				<b>1,107.25</b>

Elaborado por: Natalia Flor

Tabla 48. Maquinarias

ÍTEM	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1	Lavadora	1	780.00	780.00
2	Secadora	1	850.00	850.00
3	Cocina Industrial	1	1,200.00	1,200.00
4	Nevera	1	1,350.00	1,350.00
5	Procesador de alimentos	2	400.00	800.00
6	Microondas	1	200.00	200.00
7	Cafetera	1	150.00	150.00
8	Freidor de papas	1	350.00	350.00
9	Congelador	1	1,400.00	1,400.00
10	Balanza electrónica	1	120.00	120.00
11	Lava paltos	2	650.00	1,300.00
12	Extractor de olores	1	2,250.00	2,250.00
<b>SUBTOTAL</b>				10,750.00
<b>IMPREVISTOS 3%</b>				322.50
<b>TOTAL</b>				<b>11,072.50</b>

Elaborado por: Natalia Flor

El proyecto requiere mayormente de inversiones para la edificación de las diferentes secciones establecidas.

### 6.1.2 Capital de trabajo

El capital de trabajo es considerando como aquella cantidad económica que se emplea para los gastos operativos, sin que el negocio ofrezca ingresos durante un tiempo establecido. Para el respectivo cálculo de este valor en el negocio, se empleó la siguiente formula:

$$CT = \frac{\text{TOTAL DE COSTOS INVOLUCRADOS}}{365} \times \# \text{ DE DIAS DE DESFACE}$$

En los costos involucrados se considerados todos aquellos que son parte del primer años de operaciones, mientras que en los días de desfase se indicó 60 días como un tiempo apropiado para no contar con ingresos. Los cálculos obtenidos fueron los siguientes:

Tabla 49. Capital de Trabajo.

DESCRIPCIÓN	TOTAL ANUAL
<b>COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>	<b>\$ 146,112.49</b>
MANO DE OBRA	29,170.20
MATERIA PRIMA	88,188.60
MATERIALES DIRECTOS	22,079.29
MATERIALES INDIRECTOS	6,674.40
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b>\$ 65,878.01</b>
SUELDO Y SALARIOS	29,553.10
ACCESORIOS	11,080.95
GASTOS DE OFICINA	1,266.59
GASTOS ADMINISTRATIVOS	5,191.20
SERVICIOS BÁSICOS	503.67
OTROS GASTOS ADMINISTRATIVOS	18,282.50
<b>GASTOS DE VENTAS</b>	
GASTOS DE VENTAS	2,060.00
	<b>\$ 214,050.49</b>

Elaborado por: Natalia Flor

Aplicando la formula se obtuvo:

COSTOS INVOLUCRADOS	DÍAS DESFASE	DÍAS AL AÑO	TOTAL
214,050.49	60	365	<b>35,186.38</b>

Elaborado por: Natalia Flor

El capital establecido fue de 35,186.38 dólares para un tiempo de 60 días como máximo.

## 6.2 COSTOS DEL PROYECTO

Los costos es la adquisición de materias primas, mano de obra y de materiales necesarios para producir un bien, en el caso de Eco Lodge, son aquellos implementos utilizando en brinda un servicio de calidad a todos los

turistas que visiten el lugar. Pero también se incluyen el equipo humano que a través de sus servicios garanticen la atención requerida.

### 6.2.1 Costos de producción

Como en todo proceso se requiere la utilización de distintos recursos con el objetivo de obtener un bien o servicio acorde a las exigencias del cliente, en Eco Lodge estos fueron clasificados por materias primas, mano de obra y materiales directos e indirectos, en la siguiente tabla se presentan cada uno de ellos con sus respectivas cantidades y recursos económicos necesarios.

Tabla 50. Materias primas

ÍTEMS	DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
1	Menú 1	Platos	550	2.50	1,375.00	16,500.00
2	Menú 2	Platos	450	3.80	1,710.00	20,520.00
3	Menú 3	Platos	300	2.50	750.00	9,000.00
4	Menú 4	Platos	350	1.75	612.50	7,350.00
5	Menú 5	Platos	250	1.75	437.50	5,250.00
6	Postres	Platos	2000	0.50	1,000.00	12,000.00
7	Bebidas	Unidades	2500	0.50	1,250.00	15,000.00
<b>SUBTOTAL</b>						85,620.00
<b>IMPREVISTOS 3%</b>						2,568.60
<b>TOTAL</b>						<b>88,188.60</b>

Elaborado por: Natalia Flor

Tabla 51. Mano de obra

ÍTEMS	DETALLE	CANTIDAD	SUELDO MENSUAL
1	Camareras	2	350
2	Cocineros	2	400
3	Mesero	2	350
4	Choferes	3	400
5	Guía de turismo	3	400

ÍTEMS	DETALLE	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	APORTE PATRONAL	VALOR MENSUAL	VALOR PRIMER AÑO
1	Camareras	29.17	28.33	42.53	450.03	5,400.30
2	Cocineros	33.33	28.33	48.60	510.27	6,123.20
3	Mesero	29.17	28.33	42.53	450.03	5,400.30
4	Choferes	33.33	28.33	48.60	510.27	6,123.20
5	Guía de turismo	33.33	28.33	48.60	510.27	6,123.20
						<b>29,170.20</b>

Elaborado por: Natalia Flor

Tabla 52. Materiales directos

ÍTEMS	DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
1	Jabón de tocador	Paquetes	800	0.15	120.00	1,440.00
2	Papel higiénico	Paquetes	300	1.25	375.00	4,500.00
3	Shampoo	Cojines	500	0.18	90.00	1,080.00
4	Pinocklin	Galones	50	4.50	225.00	2,700.00
5	Detergente	Kilos	60	2.30	138.00	1,656.00
6	Escobas	Unidades	15	1.90	28.50	342.00
7	Trapeadores	Unidades	13	2.75	35.75	429.00
8	Ajax cloro	Frascos	60	2.65	159.00	1,908.00
9	Guante caucho	Pares	40	1.80	72.00	864.00
10	Ambientales	Unidades	120	0.65	78.00	936.00
11	Jabón lava platos	Unidades	50	1.55	77.50	930.00
12	Jabón de ropa	Paquetes	45	0.78	35.10	421.20
13	Juego de toallas	Juegos	15	23.50	352.50	4,230.00
<b>SUBTOTAL</b>						<b>21,436.20</b>
<b>IMPREVISTOS 3%</b>						<b>643.09</b>
<b>TOTAL</b>						<b>22,079.29</b>

Elaborado por: Natalia Flor

Tabla 53. Materiales indirectos

ÍTEMS	DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
1	Agua	m <sup>3</sup>	350	0.35	122.50	1,470.00
2	Energía Eléctrica	KWH	950	0.15	142.50	1,710.00
3	Combustible	Galones	220	1.25	275.00	3,300.00
<b>SUBTOTAL</b>						6,480.00
<b>IMPREVISTOS 3%</b>						194.40
<b>TOTAL</b>						<b>6,674.40</b>

Elaborado por: Natalia Flor

Los costos involucrados durante el primer año fueron de aproximadamente unos 150,000 dólares.

### 6.3 GASTOS DEL PROYECTO

Son considerados gastos aquellos recursos económicos que no pueden ser recuperados con la venta del bien o servicio, por lo general son empleados en la planificación, supervisión y control de las actividades del negocio, estos se los clasifica en administrativos y en ventas. Dentro de esta clasificación se podrá establecer varios cálculos según sea el tipo de negocio que se va a realizar y también del tiempo que permanecerá.

#### 6.3.1 Gastos administrativos

Los gastos administrativos se emplean especialmente para la organización del negocio, como pago de personal administrativo, mantenimiento de instalaciones, servicios como electricidad, agua, entre otros implementos empleados en la gestión de la empresa, los principales gastos para Eco Lodge se indican en las siguientes tablas:

Tabla 54. Sueldo y salarios

ÍTEMS	DETALLE	CANTIDAD	SUELDO MENSUAL
1	Recepcionista	1	350
2	Administrador	1	650
3	Seguridad	2	450
4	Contador	1	500

ÍTEMS	DETALLE	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	APORTE PATRONAL	VALOR MENSUAL	VALOR PRIMER AÑO
1	Recepcionista	29.17	28.33	42.53	450.03	5,400.30
2	Administrador	54.17	28.33	78.98	811.48	9,737.70
3	Seguridad	37.50	28.33	54.68	570.51	6,846.10
4	Contador	41.67	28.33	60.75	630.75	7,569.00
						<b>29,553.10</b>

Elaborado por: Natalia Flor

Tabla 55. Accesorios

ÍTEMS	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
1	Cubre camas	40	25.00	1,000.00	1,000.00
2	Almohadas	40	8.00	320.00	320.00
3	Juegos de sabana	40	18.00	720.00	720.00
4	Juego de toallas	60	12.00	720.00	720.00
5	Carpas	15	75.00	1,125.00	1,125.00
6	Sleeping	15	45.00	675.00	675.00
7	Taburetes maderas	14	17.00	238.00	238.00
8	Basureros	20	9.00	180.00	180.00
9	Hamacas	10	11.00	110.00	110.00
10	Escobas	48	1.50	72.00	72.00
11	Guantes de caucho	48	0.10	4.80	4.80
12	Trapeadores	48	1.80	86.40	86.40
13	Poncho de agua	25	5.50	137.50	137.50
14	Botas de caucho	25	22.00	550.00	550.00
15	Baldes de plástico	25	7.50	187.50	187.50
16	Bicicletas	20	230.00	4,600.00	4,600.00
17	Conos de seguridad	8	4.00	32.00	32.00
<b>SUBTOTAL</b>					<b>10,758.20</b>
<b>IMPREVISTOS 3%</b>					<b>322.75</b>
<b>TOTAL</b>					<b>11,080.95</b>

Elaborado por: Natalia Flor

Tabla 56. Gasto de oficina

ÍTEM S	DESCRIPCIÓN	CANTIDA D	VALOR UNITARI O	VALOR MENSUA L	VALOR ANUAL
1	Perforadora	2	1.20	2.40	7.20
2	Grapadora	2	1.35	2.70	8.10
3	Direct TV	1	65.70	65.70	788.40
4	Otros materiales de oficina	1	35.50	35.50	426.00
<b>SUBTOTAL</b>					1,229.70
<b>IMPREVISTOS 3%</b>					36.89
<b>TOTAL</b>					<b>1,266.59</b>

Elaborado por: Natalia Flor

Tabla 57. Gastos administrativos

ÍTEMS	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
1	Mantenimiento	1	250.00	250.00	3,000.00
2	Seguros	1	120.00	120.00	1,440.00
3	otros gastos administrativos	1	50.00	50.00	600.00
<b>SUBTOTAL</b>					5,040.00
<b>IMPREVISTOS 3%</b>					151.20
<b>TOTAL</b>					<b>5,191.20</b>

Elaborado por: Natalia Flor

Tabla 58. Servicios básicos

ÍTEM S	DESCRIPCIÓN	CANTIDA D	VALOR UNITARI O	VALOR MENSUA L	VALOR ANUAL
1	Agua	35	0.35	12.25	147.00
2	Energía Eléctrica	85	0.15	12.75	153.00
3	Teléfono	1	15.75	15.75	189.00
<b>SUBTOTAL</b>					489.00
<b>IMPREVISTOS 3%</b>					14.67
<b>TOTAL</b>					<b>503.67</b>

Elaborado por: Natalia Flor

Tabla 59. Otros Gastos administrativos

ÍTEM S	DESCRIPCIÓN	CANTIDA D	VALOR UNITARI O	VALOR MENSUA L	VALOR ANUAL
1	Estudios y diseño definitivos	1	15,000.00	15,000.00	15,000.00
2	Gastos de Constitución	1	2,500.00	2,500.00	2,500.00
3	Registros y licencias	1	250.00	250.00	250.00
<b>SUBTOTAL</b>					17,750.00
<b>IMPREVISTOS 3%</b>					532.50
<b>TOTAL</b>					<b>18,282.50</b>

Elaborado por: Natalia Flor

Tabla 60. Depreciaciones

ÍTEMS	DETALLE	COSTO TOTAL	VALOR RESIDUAL	VALOR A DEPRECIAR	AÑO VIDA ÚTIL	DEPRECIACIÓN ANUAL
1	EDIFICIO	429,932.30	42,993.23	386,939.07	20	19,346.95
2	VEHÍCULO	198,275.00	19,827.50	178,447.50	5	35,689.50
3	MUEBLES Y ENSERES	16,413.05	1,641.31	14,771.75	10	1,477.17
4	EQUIPOS GENERALES	23,339.80	2,333.98	21,005.82	10	2,100.58
5	EQUIPO DE COMPUTO	1,107.25	110.73	996.53	3	332.18
6	MAQUINARIA S	11,072.50	1,107.25	9,965.25	10	996.53
						<b>59,942.91</b>

Elaborado por: Natalia Flor

### 6.3.2 Gastos de ventas

Para la difusión de los servicios ofrecidos a los posibles clientes se indicaron varias estrategias, siendo los costos de estas las que se presentan en la siguiente tabla:

Tabla 61. Gastos de Ventas

ÍTEMS	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
1	Trípticos	1	300.00	300.00	600.00
2	Afiches	1	250.00	250.00	500.00
3	Página Web	1	900.00	900.00	900.00
<b>SUBTOTAL</b>					2,000.00
<b>IMPREVISTOS 3%</b>					60.00
<b>TOTAL</b>					<b>2,060.00</b>

Elaborado por: Natalia Flor

## 6.4 PRESUPUESTOS

Con la determinación de los diferentes costos y gastos a utilizarse dentro de la ejecución de un proyecto, se posibilita la agrupación tanto de los ingresos y egreso que se tendrá durante los años que se evaluará al proyecto. Además para la presentación de estos presupuestos fue necesario identificar una tasa de proyección siendo en Eco Lodge la tasa de inflación obtenida en el Ecuador durante el año 2013, es decir, del 2.70%

### 6.4.1 Presupuesto de egresos

En los presupuestos de egresos, se emplearon los costos de producción del servicio como los gastos administrativos como los de venta, toda esta cantidad se presenta en la siguiente tabla:

Tabla 62. Presupuesto de egresos

	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>	<b>AÑO 6</b>	<b>AÑO 7</b>	<b>AÑO 8</b>	<b>AÑO 9</b>	<b>AÑO 10</b>
<b>COSTO DE PRODUCCIÓN</b>										
MANO DE OBRA	29,170.20	29,957.80	30,766.66	31,597.36	32,450.48	33,326.65	34,226.47	35,150.58	36,099.65	37,074.34
MATERIA PRIMA	88,188.60	90,569.69	93,015.07	95,526.48	98,105.70	100,754.55	103,474.92	106,268.75	109,138.00	112,084.73
MATERIALES DIRECTOS	22,079.29	22,675.43	23,287.66	23,916.43	24,562.17	25,225.35	25,906.44	26,605.91	27,324.27	28,062.03
MATERIALES INDIRECTOS	6,674.40	6,854.61	7,039.68	7,229.75	7,424.96	7,625.43	7,831.32	8,042.76	8,259.92	8,482.94
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>										
SUELDO Y SALARIOS	29,553.10	30,351.03	31,170.51	32,012.12	32,876.44	33,764.11	34,675.74	35,611.98	36,573.51	37,560.99
ACCESORIOS	11,080.95	11,380.13	11,687.40	12,002.95	12,327.03	12,659.86	13,001.68	13,352.73	13,713.25	14,083.51
GASTOS DE OFICINA	1,266.59	1,300.79	1,335.91	1,371.98	1,409.02	1,447.07	1,486.14	1,526.26	1,567.47	1,609.79
GASTOS ADMINISTRATIVOS	5,191.20	5,331.36	5,475.31	5,623.14	5,774.97	5,930.89	6,091.03	6,255.48	6,424.38	6,597.84
SERVICIOS BÁSICOS	503.67	517.27	531.24	545.58	560.31	575.44	590.97	606.93	623.32	640.15
OTROS GASTOS ADMINISTRATIVOS	18,282.50	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
<b>GASTOS DE VENTAS</b>										
GASTOS DE VENTAS	2,060.00	2,115.62	2,172.74	2,231.41	2,291.65	2,353.53	2,417.07	2,482.33	2,549.36	2,618.19
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>										
PRÉSTAMO BANCARIO	76,316.44	76,316.44	76,316.44	76,316.44	76,316.44	76,316.44	76,316.44	76,316.44	76,316.44	76,316.44
<b>TOTAL DE EGRESOS</b>	<b>290,366.93</b>	<b>277,370.17</b>	<b>282,798.62</b>	<b>288,373.64</b>	<b>294,099.18</b>	<b>299,979.31</b>	<b>306,018.21</b>	<b>312,220.16</b>	<b>318,589.56</b>	<b>325,130.94</b>

Elaborado por: Natalia Flor

#### 6.4.2 Presupuesto de ingresos

En el presupuesto de ingreso se consideró tanto el precio por paquete turístico como el número de turista y para las futuras proyecciones un incremento del 3% tanto del precio como de los turistas, en la siguiente tabla se muestra estos cálculos:

Tabla 63. Precios y turistas para Eco Lodge.

<b>AÑO</b>	<b>PAQUETE UNO</b>	<b>PAQUETE DOS</b>	<b>VISITANTES AL AÑO</b>
1	130.00	160.00	1200
2	133.90	164.80	1236
3	137.92	169.74	1272
4	142.05	174.84	1308
5	146.32	180.08	1356
6	150.71	185.48	1392
7	155.23	191.05	1428
8	159.88	196.78	1276
9	164.68	202.68	1524
10	169.62	208.76	1560

**Elaborado por:** Natalia Flor

Con esta información se estableció el siguiente presupuesto de ingresos:

Tabla 64. Presupuesto de ingresos

<b>Año 1:</b>					
<b>ÍTEMS</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VISITA MENSUAL</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
1	Paquete uno	100	130.00	13,000.00	156,000.00
2	Paquete dos	100	160.00	16,000.00	192,000.00
					<b>348,000.00</b>

<b>Año 2:</b>					
<b>ÍTEMS</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VISITA MENSUAL</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
1	Paquete uno	103	133.90	13,791.70	165,500.40
2	Paquete dos	103	164.80	16,974.40	203,692.80
					<b>369,193.20</b>

<b>Año 3:</b>					
<b>ÍTEMS</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VISITA MENSUAL</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
1	Paquete uno	106	137.92	14,631.61	175,579.37
2	Paquete dos	106	169.74	18,008.14	216,097.69
					<b>391,677.07</b>

<b>Año 4:</b>					
<b>ÍTEMS</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VISITA MENSUAL</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
1	Paquete uno	109	142.05	15,522.68	186,272.16
2	Paquete dos	109	174.84	19,104.84	229,258.04
					<b>415,530.20</b>

<b>Año 5:</b>					
<b>ÍTEMS</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VISITA MENSUAL</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
1	Paquete uno	113	146.32	16,468.01	197,616.13
2	Paquete dos	113	180.08	20,268.32	243,219.86
					<b>440,835.99</b>

<b>Año 6:</b>					
<b>ÍTEMS</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VISITA MENSUAL</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
1	Paquete uno	116	150.71	17,470.91	209,650.96
2	Paquete dos	116	185.48	21,502.66	258,031.94
					<b>467,682.90</b>

<b>Año 7:</b>					
<b>ÍTEMS</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VISITA MENSUAL</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
1	Paquete uno	119	155.23	18,534.89	222,418.70
2	Paquete dos	119	191.05	22,812.17	273,746.09
					<b>496,164.79</b>

<b>Año 8:</b>					
<b>ÍTEMS</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VISITA MENSUAL</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
1	Paquete uno	123	159.88	19,663.67	235,964.00
2	Paquete dos	123	196.78	24,201.44	290,417.23
					<b>526,381.22</b>

<b>Año 9:</b>					
<b>ÍTEMS</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VISITA MENSUAL</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
1	Paquete uno	127	164.68	20,861.18	250,334.20
2	Paquete dos	127	202.68	25,675.30	308,103.64
					<b>558,437.84</b>

<b>Año 10:</b>					
<b>ÍTEMS</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VISITA MENSUAL</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
1	Paquete uno	130	169.62	22,131.63	265,579.56
2	Paquete dos	130	208.76	27,238.93	326,867.15
					<b>592,446.71</b>

Elaborado por: Natalia Flor

## 6.5 FINANCIAMIENTO

Todo los recursos económicos en un proyecto puede venir de los inversiones, sin embargo las instituciones financieras aceptan solicitudes en donde se expone todo lo referente a la ejecución de un nuevo proyecto, en el

caso de Eco Lodge, se utilizará las dos estrategias, es decir una parte de la inversión será financiada con un crédito y la otra con aportaciones propias.

El financiamiento será del 60% del total de la inversión, con una tasa referencial del 10.21% anual y para un periodo de 10 años, la tabla de amortización del préstamo será la siguiente:

Tabla 65. Préstamo bancario

<b>AÑOS</b>	<b>CUOTA FIJA</b>	<b>CAPITAL</b>	<b>INTERÉS</b>	<b>SALDO</b>
0				\$ 464,730.77
1	\$ 76,316.44	\$ 28,867.43	\$ 47,449.01	\$ 435,863.34
2	\$ 76,316.44	\$ 31,814.79	\$ 44,501.65	\$ 404,048.55
3	\$ 76,316.44	\$ 35,063.08	\$ 41,253.36	\$ 368,985.47
4	\$ 76,316.44	\$ 38,643.02	\$ 37,673.42	\$ 330,342.45
5	\$ 76,316.44	\$ 42,588.47	\$ 33,727.96	\$ 287,753.98
6	\$ 76,316.44	\$ 46,936.76	\$ 29,379.68	\$ 240,817.22
7	\$ 76,316.44	\$ 51,729.00	\$ 24,587.44	\$ 189,088.22
8	\$ 76,316.44	\$ 57,010.53	\$ 19,305.91	\$ 132,077.69
9	\$ 76,316.44	\$ 62,831.31	\$ 13,485.13	\$ 69,246.38
10	\$ 76,316.44	\$ 69,246.38	\$ 7,070.06	\$ -

**Elaborado por:** Natalia Flor

La cuota establecida en el préstamo fue de 76,316.44 dólares

## 6.6 ESTADOS FINANCIEROS

Los estados financieros son la presentación resumida de todas las actividades que ha efectuado una empresa, según Gaitán: “Los estados financieros constituyen una representación financiera estructurada de la situación financiera y de las transacciones llevadas a cabo por la empresa” (Gaitán, 2012 p 35), los principales son:

- ✓ Estado de situación inicial

- ✓ El estado de resultados
- ✓ Flujo de efectivo

A través de estos estados se presentan toda la información de la empresa, la misma que sirve de base para futuros análisis y la correspondiente toma de decisiones.

### **6.6.1 Estado de situación inicial**

En este estado se colocan todos aquellos materiales pertenecientes a la empresa, también se lo identifica como la toma fotográfica de la organización donde se expone cuáles son las cifras a favor y cuáles deben ser canceladas a otras empresas, también se incluyen las aportaciones que los accionistas colocaron para el inicio de las actividades.

El estado de Eco Lodge es el siguiente:

Tabla 66. Estado Situación Inicial

	AÑOS											
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
<b>ACTIVO</b>												
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>												
Efectivo y equivalente del efectivo	35,186.38	63,952.02	113,216.67	170,540.76	235,406.77	310,305.56	216,309.54	309,851.96	415,030.97	531,419.84	658,608.05	
<b>ACTIVO NO CORRIENTE</b>												
EDIFICIO	429,932.30	429,932.30	429,932.30	429,932.30	429,932.30	429,932.30	429,932.30	429,932.30	429,932.30	429,932.30	429,932.30	
Depreciación de edificio		-19,346.95	-38,693.91	-58,040.86	-77,387.81	-96,734.77	116,081.72	135,428.67	154,775.63	174,122.58	193,469.54	
VEHÍCULO	198,275.00	198,275.00	198,275.00	198,275.00	198,275.00	198,275.00	198,275.00	198,275.00	198,275.00	198,275.00	198,275.00	
Depreciación de vehículo		-35,689.50	-71,379.00	107,068.50	142,758.00	-178,447.50	-35,689.50	-71,379.00	107,068.50	142,758.00	178,447.50	
MUEBLES Y ENSERES	16,413.05	16,413.05	16,413.05	16,413.05	16,413.05	16,413.05	16,413.05	16,413.05	16,413.05	16,413.05	16,413.05	
Depreciación de muebles y enseres		-1,477.17	-2,954.35	-4,431.52	-5,908.70	-7,385.87	-8,863.05	-10,340.22	-11,817.40	-13,294.57	-14,771.75	
EQUIPOS GENERALES	23,339.80	23,339.80	23,339.80	23,339.80	23,339.80	23,339.80	23,339.80	23,339.80	23,339.80	23,339.80	23,339.80	
Depreciación de equipos generales		-2,100.58	-4,201.16	-6,301.75	-8,402.33	-10,502.91	-12,603.49	-14,704.07	-16,804.66	-18,905.24	-21,005.82	
EQUIPO DE COMPUTO	1,107.25	1,107.25	1,107.25	1,107.25	1,107.25	1,107.25	1,107.25	1,107.25	1,107.25	1,107.25	1,107.25	
Depreciación de equipo de computo		-332.18	-664.35	-996.53	-332.18	-664.35	-996.53	-332.18	-664.35	-996.53	-332.18	
MAQUINARIAS	11,072.50	11,072.50	11,072.50	11,072.50	11,072.50	11,072.50	11,072.50	11,072.50	11,072.50	11,072.50	11,072.50	
Depreciación de maquinarias		-996.53	-1,993.05	-2,989.58	-3,986.10	-4,982.63	-5,979.15	-6,975.68	-7,972.20	-8,968.73	-9,965.25	
TERRENO	59,225.00	59,225.00	59,225.00	59,225.00	59,225.00	59,225.00	59,225.00	59,225.00	59,225.00	59,225.00	59,225.00	
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>774,551.28</b>	<b>743,374.01</b>	<b>732,695.75</b>	<b>730,076.93</b>	<b>735,996.56</b>	<b>750,952.44</b>	<b>775,461.01</b>	<b>810,057.04</b>	<b>855,293.14</b>	<b>911,739.10</b>	<b>979,980.93</b>	

	AÑOS										
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>PASIVO</b>											
<b>PASIVO CORRIENTE</b>											
<b>PASIVOS NO CORRIENTES</b>											
Préstamos bancarios a largo plazo	464,730.77	464,730.77	464,730.77	464,730.77	464,730.77	464,730.77	464,730.77	464,730.77	464,730.77	464,730.77	464,730.77
Pago préstamo bancario		-28,867.43	-60,682.22	-95,745.30	134,388.32	176,976.79	223,913.55	275,642.55	332,653.08	395,484.39	464,730.77
<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>464,730.77</b>	<b>435,863.34</b>	<b>404,048.55</b>	<b>368,985.47</b>	<b>330,342.45</b>	<b>287,753.98</b>	<b>240,817.22</b>	<b>189,088.22</b>	<b>132,077.69</b>	<b>69,246.38</b>	<b>0.00</b>
<b>PATRIMONIO</b>											
<b>CAPITAL SOCIAL</b>											
Capital social	309,820.51	309,820.51	309,820.51	309,820.51	309,820.51	309,820.51	309,820.51	309,820.51	309,820.51	309,820.51	309,820.51
<b>UTILIDADES O PERDIDAS</b>											
Utilidades o Perdida del ejercicio		-2,309.84	21,136.52	32,444.26	44,562.65	57,544.35	71,445.33	86,325.03	102,246.64	119,277.26	137,488.21
Utilidad o Perdida años anteriores			-2,309.84	18,826.68	51,270.94	95,833.59	153,377.95	224,823.28	311,148.31	413,394.94	532,672.20
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>309,820.51</b>	<b>307,510.67</b>	<b>328,647.19</b>	<b>361,091.46</b>	<b>405,654.11</b>	<b>463,198.46</b>	<b>534,643.79</b>	<b>620,968.82</b>	<b>723,215.46</b>	<b>842,492.72</b>	<b>979,980.92</b>
<b>PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b>774,551.28</b>	<b>743,374.01</b>	<b>732,695.75</b>	<b>730,076.93</b>	<b>735,996.56</b>	<b>750,952.44</b>	<b>775,461.01</b>	<b>810,057.04</b>	<b>855,293.14</b>	<b>911,739.10</b>	<b>979,980.92</b>

Elaborado por: Natalia Flor

## 6.6.2 Estado de resultados

En este estado se ubican todas las operaciones de la empresa y el resultado final ofrecerá conocer si se ha obtenido una ganancia o pérdida en el periodo que se evalúa. Además se incluirán en sus cuentas los pagos de beneficio como de los impuestos a las autoridades de control, Eco Lodge presentó el siguiente estado de resultados:

Tabla 67. Estado Resultados

	AÑOS									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>INGRESOS</b>										
Paquete uno	156,000.00	165,500.40	175,579.37	186,272.16	197,616.13	209,650.96	222,418.70	235,964.00	250,334.20	265,579.56
Paquete dos	192,000.00	203,692.80	216,097.69	229,258.04	243,219.86	258,031.94	273,746.09	290,417.23	308,103.64	326,867.15
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>348,000.00</b>	<b>369,193.20</b>	<b>391,677.07</b>	<b>415,530.20</b>	<b>440,835.99</b>	<b>467,682.90</b>	<b>496,164.79</b>	<b>526,381.22</b>	<b>558,437.84</b>	<b>592,446.71</b>
<b>EGRESOS</b>										
<b>COSTO DE PRODUCCIÓN</b>										
MANO DE OBRA	29,170.20	29,957.80	30,766.66	31,597.36	32,450.48	33,326.65	34,226.47	35,150.58	36,099.65	37,074.34
MATERIA PRIMA	88,188.60	90,569.69	93,015.07	95,526.48	98,105.70	100,754.55	103,474.92	106,268.75	109,138.00	112,084.73
MATERIALES DIRECTOS	22,079.29	22,675.43	23,287.66	23,916.43	24,562.17	25,225.35	25,906.44	26,605.91	27,324.27	28,062.03
MATERIALES INDIRECTOS	6,674.40	6,854.61	7,039.68	7,229.75	7,424.96	7,625.43	7,831.32	8,042.76	8,259.92	8,482.94
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>										
SUELDO Y SALARIOS	29,553.10	30,351.03	31,170.51	32,012.12	32,876.44	33,764.11	34,675.74	35,611.98	36,573.51	37,560.99
ACCESORIOS	11,080.95	11,380.13	11,687.40	12,002.95	12,327.03	12,659.86	13,001.68	13,352.73	13,713.25	14,083.51
GASTOS DE OFICINA	1,266.59	1,300.79	1,335.91	1,371.98	1,409.02	1,447.07	1,486.14	1,526.26	1,567.47	1,609.79
GASTOS ADMINISTRATIVOS	5,191.20	5,331.36	5,475.31	5,623.14	5,774.97	5,930.89	6,091.03	6,255.48	6,424.38	6,597.84

SERVICIOS BÁSICOS	503.67	517.27	531.24	545.58	560.31	575.44	590.97	606.93	623.32	640.15
OTROS GASTOS ADMINISTRATIVOS	18,282.50	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
DEPRECIACIONES	59,942.91	59,942.91	59,942.91	59,942.91	59,942.91	59,942.91	59,942.91	59,942.91	59,942.91	59,942.91
<b>GASTOS VENTAS</b>										
GASTOS DE VENTAS	2,060.00	2,115.62	2,172.74	2,231.41	2,291.65	2,353.53	2,417.07	2,482.33	2,549.36	2,618.19
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	74,006.60	108,196.56	125,251.98	143,530.09	163,110.34	184,077.11	206,520.10	230,534.59	256,221.81	283,689.30
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>										
PAGO PRÉSTAMO	76,316.44	76,316.44	76,316.44	76,316.44	76,316.44	76,316.44	76,316.44	76,316.44	76,316.44	76,316.44
<b>UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIÓN</b>	-2,309.84	31,880.12	48,935.54	67,213.65	86,793.90	107,760.68	130,203.67	154,218.15	179,905.37	207,372.86
15% TRABAJADORES	0.00	4,782.02	7,340.33	10,082.05	13,019.08	16,164.10	19,530.55	23,132.72	26,985.81	31,105.93
<b>UTILIDAD ANTE DE IMPUESTOS</b>	-2,309.84	27,098.10	41,595.21	57,131.60	73,774.81	91,596.57	110,673.12	131,085.43	152,919.56	176,266.93
22% IMPUESTO A LA RENTA	0.00	5,961.58	9,150.95	12,568.95	16,230.46	20,151.25	24,348.09	28,838.79	33,642.30	38,778.72
<b>UTILIDAD/PERDIDA DEL EJERCICIO</b>	<b>-2,309.84</b>	<b>21,136.52</b>	<b>32,444.26</b>	<b>44,562.65</b>	<b>57,544.35</b>	<b>71,445.33</b>	<b>86,325.03</b>	<b>102,246.64</b>	<b>119,277.26</b>	<b>137,488.21</b>

Elaborado por: Natalia Flor

### 6.6.3 Flujo de efectivo

El último de los estados financieros es conocido como flujo de efectivo, se colocará toda la información respecto a los movimientos de ingresos y egresos de efectivo, sin considerar aquellas transacciones que son contables, es decir, amortizaciones o depreciaciones, el flujo de Eco Lodge fue:

Tabla 68. Flujo de Efectivo

	AÑOS										
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>INGRESOS</b>											
Paquete uno		156,000.00	165,500.40	175,579.37	186,272.16	197,616.13	209,650.96	222,418.70	235,964.00	250,334.20	265,579.56
Paquete dos		192,000.00	203,692.80	216,097.69	229,258.04	243,219.86	258,031.94	273,746.09	290,417.23	308,103.64	326,867.15
<b>TOTAL INGRESOS</b>		<b>348,000.00</b>	<b>369,193.20</b>	<b>391,677.07</b>	<b>415,530.20</b>	<b>440,835.99</b>	<b>467,682.90</b>	<b>496,164.79</b>	<b>526,381.22</b>	<b>558,437.84</b>	<b>592,446.71</b>
<b>EGRESOS</b>											
MANO DE OBRA		29,170.20	29,957.80	30,766.66	31,597.36	32,450.48	33,326.65	34,226.47	35,150.58	36,099.65	37,074.34
MATERIA PRIMA		88,188.60	90,569.69	93,015.07	95,526.48	98,105.70	100,754.55	103,474.92	106,268.75	109,138.00	112,084.73
MATERIALES DIRECTOS		22,079.29	22,675.43	23,287.66	23,916.43	24,562.17	25,225.35	25,906.44	26,605.91	27,324.27	28,062.03
MATERIALES INDIRECTOS		6,674.40	6,854.61	7,039.68	7,229.75	7,424.96	7,625.43	7,831.32	8,042.76	8,259.92	8,482.94
SUELDO Y SALARIOS		29,553.10	30,351.03	31,170.51	32,012.12	32,876.44	33,764.11	34,675.74	35,611.98	36,573.51	37,560.99
ACCESORIOS		11,080.95	11,380.13	11,687.40	12,002.95	12,327.03	12,659.86	13,001.68	13,352.73	13,713.25	14,083.51
GASTOS DE OFICINA		1,266.59	1,300.79	1,335.91	1,371.98	1,409.02	1,447.07	1,486.14	1,526.26	1,567.47	1,609.79
GASTOS ADMINISTRATIVOS		5,191.20	5,331.36	5,475.31	5,623.14	5,774.97	5,930.89	6,091.03	6,255.48	6,424.38	6,597.84
SERVICIOS BÁSICOS		503.67	517.27	531.24	545.58	560.31	575.44	590.97	606.93	623.32	640.15

OTROS GASTOS ADMINISTRATIVOS		18,282.50	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
DEPRECIACIONES		59,942.91	59,942.91	59,942.91	59,942.91	59,942.91	59,942.91	59,942.91	59,942.91	59,942.91	59,942.91
GASTOS DE VENTAS		2,060.00	2,115.62	2,172.74	2,231.41	2,291.65	2,353.53	2,417.07	2,482.33	2,549.36	2,618.19
PAGO PRÉSTAMO		76,316.44	76,316.44	76,316.44	76,316.44	76,316.44	76,316.44	76,316.44	76,316.44	76,316.44	76,316.44
15% TRABAJADORES		0.00	4,782.02	7,340.33	10,082.05	13,019.08	16,164.10	19,530.55	23,132.72	26,985.81	31,105.93
22% IMPUESTO A LA RENTA		0.00	5,961.58	9,150.95	12,568.95	16,230.46	20,151.25	24,348.09	28,838.79	33,642.30	38,778.72
<b>TOTAL EGRESOS</b>		<b>350,309.84</b>	<b>348,056.68</b>	<b>359,232.80</b>	<b>370,967.55</b>	<b>383,291.63</b>	<b>396,237.57</b>	<b>409,839.76</b>	<b>424,134.59</b>	<b>439,160.58</b>	<b>454,958.50</b>
DEPRECIACIONES		59,942.91	59,942.91	59,942.91	59,942.91	59,942.91	59,942.91	59,942.91	59,942.91	59,942.91	59,942.91
<b>INVERSIONES</b>											
ACTIVOS FIJOS	739,364.90										
CAPITAL DE TRABAJO	35,186.38										
PRÉSTAMO	464,730.77										
<b>FLUJO DE FONDOS</b>	<b>(309,820.51)</b>	<b>57,633.07</b>	<b>81,079.43</b>	<b>92,387.17</b>	<b>104,505.56</b>	<b>117,487.26</b>	<b>131,388.24</b>	<b>146,267.94</b>	<b>162,189.55</b>	<b>179,220.17</b>	<b>197,431.12</b>

Elaborado por: Natalia Flor

## 6.7 EVALUACIÓN FINANCIERA

Para conocer si las operaciones futuras del negocio tendrán un rendimiento económico en el futuro, se deben emplear varios indicadores que permiten observar la rentabilidad que el proyecto ofrecerá, los más comunes son los siguientes:

- ✓ Valor Actual Neto (VAN)
- ✓ Tasa interna de retorno (TIR)
- ✓ El costo Beneficio (B/C)
- ✓ El periodo de recuperación (PRI)
- ✓ Punto de Equilibrio

La evaluación de todos estos indicaron necesitan la utilización de una tasa de descuento, o tasa de valoración, para determinar esta tasa se emplearon los siguientes parámetros:

Tabla 69. Tasa de descuento

<b>TASA INTERÉS PASIVA</b>	<b>5.07%</b>	<b>5.07%</b>
<b>RIESGO PAÍS NOV-20-2014</b>	546	5.46%
<b>INFLACIÓN DEL PAÍS 2013</b>	2.70%	2.70%
		<b>13.23%</b>

Elaborado por: Natalia Flor

La tasa establecida fue del 13.23%

### 6.7.1 Valor Actual Neto (VAN)

Este indicador utiliza a más de la tasa de descuento, los valores obtenidos como resultado final del flujo de efectivo, mediante los cálculos respectivos se identifica el valor, además se menciona que cuando el cantidad del VAN es cero o negativo el proyecto no es rentable, pero si resultará positivo el negocio ofrece una rentabilidad para quienes decidan invertir.

La fórmula empleada para el cálculo del VAN utilizada fue la siguiente:

$$\text{VAN} = \frac{\text{FLUJOS}}{1/(1+i)^N}$$

Los valores del flujo fueron:

0	1	2	3	4	5
-309,820.51	57,633.07	81,079.43	92,387.17	104,505.56	117,487.26

6	7	8	9	10
131,388.24	146,267.94	162,189.55	179,220.17	197,431.12

Y el resultado del cálculo del VAN fue:

$$\text{VAN} = \frac{(309,821)}{1/(1+0,1323)^0} + \frac{57,633}{1/(1+0,1323)^1} + \frac{81,079}{1/(1+0,1323)^2} + \frac{92,387}{1/(1+0,1323)^3} + \frac{104,506}{1/(1+0,1323)^4} + \frac{117,487}{1/(1+0,1323)^5}$$

$$+ \frac{131,388}{1/(1+0,1323)^6} + \frac{146,268}{1/(1+0,1323)^7} + \frac{162,190}{1/(1+0,1323)^8} + \frac{179,220}{1/(1+0,1323)^9} + \frac{197,431}{1/(1+0,1323)^{10}}$$

$$\text{VAN} = \$ 259,547.72$$

La cifra resultante del correspondiente cálculo fue positiva, con este resultado se puede mencionar que el proyecto es rentable.

### 6.7.2 Tasa Interna de Retorno (TIR)

Este es otro indicador para la evaluación de la rentabilidad de cualquier proyecto, su función al igual que el VAN es mediante ciertos cálculos obtener un valor o tasa, que puede considerarse para tomar decisiones, la fórmula empleada fue la siguiente:

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

Donde:

**tm:** tasa menor

**TM:** tasa mayor

**VAN<sub>tm</sub>:** VAN de tasa menor

**VAN<sub>TM</sub>:** VAN de tasa mayor.

Los respectivos cálculos fueron los siguientes:

Tabla 70. Calculo de la TIR

AÑOS	FLUJOS	TASA MENOR	TASA MAYOR
		25%	30%
0	(309,820.51)	(309,820.51)	(309,820.51)
1	57,633.07	46,106.46	44,333.13
2	81,079.43	51,890.84	47,976.00
3	92,387.17	47,302.23	42,051.51
4	104,505.56	42,805.48	36,590.30
5	117,487.26	38,498.23	31,642.74
6	131,388.24	34,442.64	27,220.52
7	146,267.94	30,674.61	23,310.18
8	162,189.55	27,210.89	19,882.73
9	179,220.17	24,054.52	16,900.39
10	197,431.12	21,199.00	14,321.29
		<b>54,364.38</b>	<b>(5,591.73)</b>

Elaborado por: Natalia Flor

Aplicando la fórmula:

<b>Tm</b>	<b>0.25</b>
<b>TM</b>	<b>0.30</b>
<b>VAN tm</b>	<b>54,364.38</b>
<b>VAN TM</b>	<b>(5,591.73)</b>

<b>TIR =</b>	<b>29.53%</b>
--------------	---------------

El resultado final de la TIR 29.53%, permitiendo opinar que el proyecto ofrece un rendimiento importante tanto a socios como accionistas.

### 6.7.2 El Costo Beneficio (B/C)

El costo beneficio se traduce como, la relación que se obtiene mediante un análisis de los costos y los ingresos en el proyecto, el valor resultante debe ser resta una unidad y lo que quede será parte de la interpretación final del costo beneficios.

El cálculo fue:

$$C/B = \frac{1,269,589.51}{309,820.51}$$

$$C/B = 4.10$$

Esto permite opinar que por cada dólar invertido se obtendrá 3.10 de rendimiento para los accionistas del proyecto.

### 6.7.3 El periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)

El cálculo del periodo de recuperación es identificar el tiempo que se requerirá para que todos los valores invertidos al inicio de las actividades del negocio sean retornados. La fórmula aplicada fue la siguiente:

$$PRI = \frac{I - FAMI}{FAS} + AT$$

Donde:

I: inversión

FAMI: flujo acumulado de recuperación

FAS: flujo año siguiente de recuperación

AT: año de recuperación

Los cálculos obtenidos fueron:

Tabla 71. Cálculo periodo de recuperación

AÑOS	FLUJOS	FLUJO ACTUALIZADO	FLUJO ACUMULADO
0	(309,820.51)	(309,820.51)	(309,820.51)
1	57,633.07	50,899.12	(258,921.40)
2	81,079.43	63,239.39	(195,682.01)
3	92,387.17	63,639.56	(132,042.45)
4	104,505.56	63,576.03	(68,466.42)
5	117,487.26	63,122.36	(5,344.06)
6	131,388.24	62,342.96	56,998.90
7	146,267.94	61,294.09	118,292.99
8	162,189.55	60,024.81	178,317.80
9	179,220.17	58,577.84	236,895.64
10	197,431.12	56,990.25	293,885.89

Elaborado por: Natalia Flor

Aplicando la fórmula:

I	309,820.51
FAMI	56,998.90
FAS	146,267.94
AT	6

$$PRI = \frac{309,820.51 - 56,998.0}{146,267.94} + 6$$

PRI	7 AÑOS
	8 MES
	22 DÍAS

El resultado del PRI indica que las inversiones iniciales serán recuperadas en 7 años 8 meses y 22 días.

#### 6.7.4 Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio establece los valores donde los egresos como los ingresos son iguales, es decir, que la empresa o negocio no obtendrá ganancias pero tampoco pérdidas. La fórmula empleada fue:

$$\text{P.E. (\$)} = \frac{\text{COSTOS FIJOS}}{1 - \frac{\text{COSTO VARIABLE}}{\text{VENTAS TOTALES}}}$$

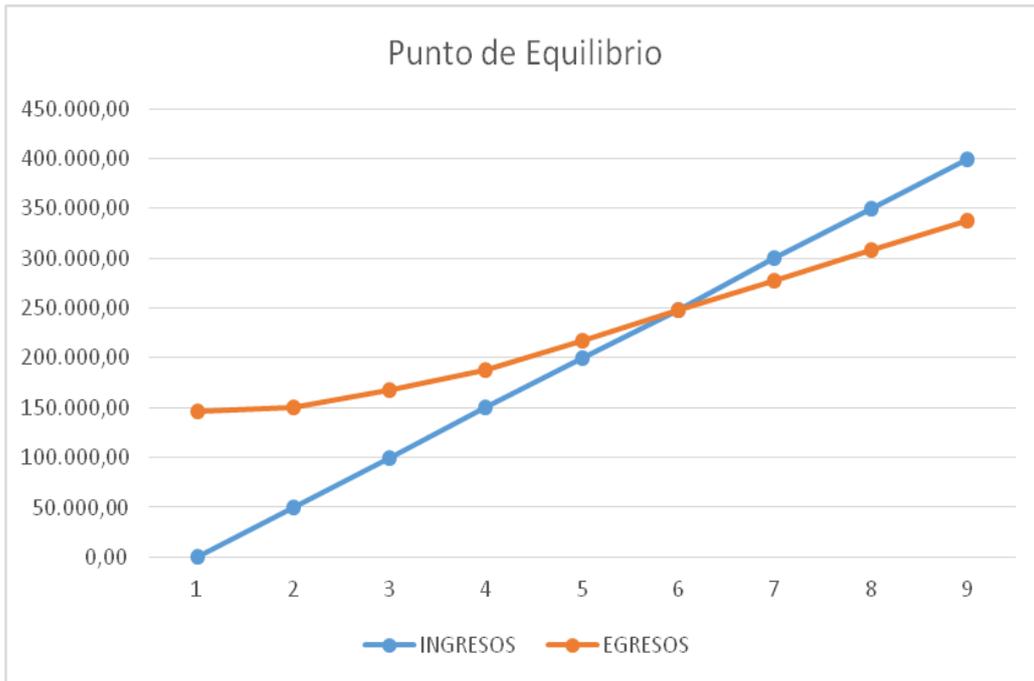
El valor resultante fue:

$$\text{P.E. (\$)} = \frac{144,254.45}{1 - \frac{146,112.49}{348,000.00}}$$

$$\text{P.E. (\$)} = \$ 248,656.03$$

Indicando que se alcanzará el punto de equilibrio cuando se logró vender 248,656.03 dólares. La siguiente grafica señala los valores cálculos mediante la fórmula:

**Gráfico 53.** Punto de equilibrio



**Elaborado por:** Natalia Flor

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### CONCLUSIONES

- La actividad turística en el país representa uno de los principales ingresos económicos, es potenciado por las entidades públicas como privadas, siendo promotores de los distintos atractivos que posee el país ya sea en lo cultural, gastronómico, deportivo religioso y principalmente lo ecológico.
- Los atractivos turísticos ecuatorianos son reconocidos internacionalmente y se han convertido en uno de los principales destinos de Sudamérica siendo referente las Islas Galápagos, La ciudad de Quito, las playas ecuatorianas, la ciudad de Baños y el turismo ecológico y de aventura que ofrece la región Amazónica.
- La creación de los centros turísticos ecológicos en las zonas turísticas de la región Amazónica contribuirán de manera significativa a la economía de las comunidades del sector, debido al consumo de los turistas de los productos y servicios que se ofertan, además del reconociendo cultural de los pobladores.
- La creación del Eco Lodge AYAGUAZCA en la provincia del napo proporcionará a los turistas que visitan esta región del país un centro de estadía con las comodidades y servicios de excelencia, donde podrán disfrutar de deporte de aventura, senderos, vista a cascadas y degustar la gastronomía local que es otro atractivo reconocido, como es el maito, truchas, chicha de chonta entre otros.
- El turismo en la región amazónica ecuatoriana está siendo promocionado como un atractivo natural único en el mundo por la diversidad de flora y fauna que alberga en su territorio convirtiéndose en un destino potencial para el país.

## RECOMENDACIONES

- La administración pública debe encargarse de promover de forma masiva los atractivos turísticos de la región amazónica, teniendo en consideración el aporte económico que genera el turismo en presupuesto nacional.
- Identificar los atractivos turísticos que tiene la región amazónica y en especial la provincia de Napo, para que sean reconocidos por los turistas nacionales e internacionales, convirtiéndose un referente nacional del ecoturismo amazónico.
- Promover la creación de centros de turismo ecológicos en la región amazónica del país, donde el estado facilite el financiamiento de estas obras para poder generar recursos que contribuyan al crecimiento de la localidad y regional.
- El centro ecológico AYAGUAZCA debe promocionarse y ser un referente como prestador de servicios turísticos en la región amazónica, con productos de calidad y excelencia, tanto en infraestructura atención al cliente, productos y servicios.
- La promoción del turismo en la región amazónica este a cargo del Gobierno Nacional a través de sus distintos ministerios, por la gran cantidad atractivos que alberga en su entorno.

## BIBLIOGRAFÍA

1. Marketing turístico de lo global a lo local, Robert Lanquar, editorial Ariel, Barcelona pág. 132
2. Martínez, B., & Rojo, R. (2013). Destinos turísticos. Madrid: paraninfo.
3. Mazatlan, M. (2002). Taller de "El Administrador Municipal" (City Manager). Jalisco: ICMA Latinoamerica.
4. Ministerio de Turismo del Ecuador. (05 de Noviembre de 2013). Ministerio de Turismo - Noticias. Recuperado el 30 de Mayo de 2014, de La seguridad es un pilar fundamental para la política pública del turismo ecuatoriano: <http://bit.ly/1ourfgM>
5. Ministerio de Turismo y Dirección Provincial Esmeraldas. (2010). Proyecto Torre de Salvavidas y Ruta del Spondylus. Esmeraldas: Obras Públicas.
6. Ministerio de Turismo, Ecuador, Itur, Ilustre Municipio de Atacames y Camara de Turismo de Atacames. (2009). Implementación sistema de salvamento acuático y del sistema de señalización y delimitación de areas de bañistas y embarcaciones". Esmeraldas: MINTUR.
7. Ministerio del Litoral. (2008). Plan de Emergencias frente a inundaciones del Cantón Atacames: Proyecto de fortalecimiento de capacidades institucionales públicas y comunitarias para la Gestión de riesgos en la Región Litoral. Atacames.
8. Mollericona, J., Tinini, N., & Paredes, A. (2007). La seguridad ciudadana en la ciudad de El Alto: fronteras entre el miedo y la acción vecinal. La Paz: Fundación PIEB.

9. Moreno, S., Beerli, A., & De Leon, J. (2012). Entender la imagen de un destino turístico: factores que la integran y la influencia de las motivaciones. Bogotá: Universidad Libre de Colombia.
10. Muñiz González, Rafael. Marketing en el Siglo XXI
11. Estrategia Ambiental para el Desarrollo Sostenible del Ecuador
12. <http://www.explored.com.ec/ecuador/continue/napo4.htm>
13. <http://es.wikipedia.org/wiki/FODA>
14. <http://www.explored.com.ec/ecuador/continue/napo4.htm>
15. <http://www.ecuaworld.com.ec/napo.htm>

# ANEXOS

**ENCUESTA APLICADA A TURISTAS POTENCIALES DEL**  
**CANTÓN QUIJOS – PROVINCIA NAPO**

Le pedimos gentilmente nos ayude a responder la siguiente encuesta para fines académicos.

**Objetivo:** Conocer su opinión sobre establecimientos ecológicos como sitios de hospedaje en el Cantón Quijos Provincia de Napo.

**Perfil del Encuestado:**

Sexo: M \_\_\_\_ F \_\_\_\_ Edad: \_\_\_\_\_

Ocupación: \_\_\_\_\_

1. ¿Conoce usted el Cantón Quijos?  
Si \_\_\_\_ No \_\_\_\_

2. ¿Cuál es su motivo de viaje más usual?

Negocios \_\_\_\_\_ Salud y Medicina \_\_\_\_\_ Educación \_\_\_\_\_  
Convenciones \_\_\_\_\_ Distracción \_\_\_\_\_ Estudios \_\_\_\_\_  
Otros ¿Cuáles? \_\_\_\_\_

3. Cuando usted sale de viaje prefiere alojarse en:

Hoteles de Cadena \_\_\_\_\_ Hostelerías Ecológicas \_\_\_\_\_  
Hoteles \_\_\_\_\_ Hostales \_\_\_\_\_  
Casas de Amigos \_\_\_\_\_ Otros ¿Cuáles? \_\_\_\_\_

4. ¿Cuántas personas le acompañan en su viaje normalmente?

1 a 2 personas \_\_\_\_\_ 3 a 5 personas \_\_\_\_\_ 6 a 8 personas \_\_\_\_\_  
9 a 11 personas \_\_\_\_\_ más de 12 personas \_\_\_\_\_

5. ¿Cuánto tiempo dura su estadía?

1 noche, 2 días \_\_\_\_\_  
2 noches, 3 días \_\_\_\_\_  
4 o más días \_\_\_\_\_

6. Su tarifa de alojamiento por noche está entre:

- 20 USD  
30 A 50 USD \_\_\_\_\_  
50 A 70 USD \_\_\_\_\_  
80 en adelante \_\_\_\_\_

7. ¿Según sus preferencias indique las actividades que le gustaría encontrar?

Tour de cascadas \_\_\_\_\_  
Actividades en ríos \_\_\_\_\_  
Comida tradicional \_\_\_\_\_  
Visitas zonas arqueológicas \_\_\_\_\_  
Visitas vivenciales a las comunidades locales \_\_\_\_\_  
Otras ¿Cuáles? \_\_\_\_\_

8. Como se informa de los nuevos lugares de alojamiento y en qué orden de importancia. En escala de 1 a 6 siendo 1 menor y 6 mayor.

Periódicos \_\_\_\_\_ Radio \_\_\_\_\_ Flayers \_\_\_\_\_  
Televisión \_\_\_\_\_ Referencias de amigos \_\_\_\_\_ Revistas \_\_\_\_\_  
Otras ¿Cuáles? \_\_\_\_\_

9. Cómo calificaría usted la oferta hotelera de la ciudad de Baeza. En escala de 1 a 6 siendo 1 menor y 6 mayor. ?

1           2           3           4           5

6           7           8           9           10

10. ¿Cuál es el porcentaje adecuado, que usted designa en su presupuesto de viaje para las siguientes actividades?

Porcentaje en Alimentación \_\_\_\_\_

Porcentaje en Hospedaje \_\_\_\_\_

Porcentaje en Transporte \_\_\_\_\_

Porcentaje en Amenidades y Distracción \_\_\_\_\_

11. Le agradecería visitar un Eco Lodge ubicado en el Cantón Quijos, Parroquia de Baeza por:

Ubicación \_\_\_\_\_

Escenarios Naturales \_\_\_\_\_

Planta Hotelera \_\_\_\_\_

Fácil Acceso \_\_\_\_\_

Otros ¿Cuáles? \_\_\_\_\_

12. ¿Qué tipo de comida le gustaría que sirvan en el Eco Lodge?

Gourmet \_\_\_\_\_

Internacional \_\_\_\_\_

Nacional \_\_\_\_\_

Típica de la zona \_\_\_\_\_

Fast Food \_\_\_\_\_

Otros ¿Cuáles? \_\_\_\_\_

13. Seleccione los servicios que le gustaría funcionen en el Eco Lodge

Piscina \_\_\_\_\_ Baños de Cajón \_\_\_\_\_ Canchas Deportivas \_\_\_\_\_

Paseos a caballo \_\_\_\_\_ Senderos Ecológicos \_\_\_\_\_ Juegos Infantiles \_\_\_\_\_

Pesca deportiva \_\_\_\_\_ Restaurant/Cafetería \_\_\_\_\_ Juegos de Salón \_\_\_\_\_

Otros ¿Cuáles? \_\_\_\_\_

14. ¿Le gustaría que el Eco Lodge tenga un sistema todo incluido en el precio?

Si \_\_\_\_\_

No \_\_\_\_\_

15. ¿A su criterio que es lo mas importante en un servicio de hospedaje?  
Siendo 1 menos importante y 5 más importante.

Atencion al turista \_\_\_\_\_

Limpieza \_\_\_\_\_

Calidad del producto \_\_\_\_\_

Manejo adecuado de alimentos \_\_\_\_\_

Seguridad en la zona \_\_\_\_\_

**Gracias por su atención**

**ENCUESTA APLICADA A LOS POBLADORES DE LA**  
**PARROQUIA DE BAEZA, CANTON QUIJOS**

Le pedimos muy gentilmente nos ayude a responder la siguiente encuesta, con fines académicos

**Objetivo:** Conocer la opinión de sus pobladores con respecto a la planta hotelera existente en la zona

1. ¿Qué opinión tiene sobre la oferta hotelera actual en la parroquia de Baeza? En escala de 1 a 10 siendo 1 Insatisfecho y 10 Totalmente Satisfecho

1       2       3       4       5   
6       7       8       9       10

2. ¿Piensa que es importante la implementación de una nueva oferta hotelera en la zona?

Si \_\_\_\_\_

No \_\_\_\_\_

3. Estaría de acuerdo en que se inicie la construcción de un establecimiento ecológico que acoja tanto a turistas nacionales como extranjeros?

Si \_\_\_\_\_

No \_\_\_\_\_

4. ¿Piensa que con dicha implementación existiría mas afluencia turística a la zona?

Si \_\_\_\_

No \_\_\_\_

5. ¿Con la implementación mejoraría la calidad de vida de la población desde el punto de vista económico?

Si \_\_\_\_

No \_\_\_\_

6. ¿Considera que el acceso o viabilidad a la Parroquia de Baeza es el adecuado?

Si\_\_\_\_

No \_\_\_\_

7. ¿Le gustaría ser parte activa del proyecto?

Si\_\_\_\_

No \_\_\_\_

8. Acorde a su criterio que servicios debería ofertar el nuevo establecimiento para que tenga acogida y cause impacto en los visitantes:

Piscina \_\_\_\_\_ Baños de Cajón \_\_\_\_\_ Canchas Deportivas  
\_\_\_\_\_

Paseos a caballo \_\_\_\_\_ Senderos Ecológicos \_\_\_\_\_ Juegos Infantiles  
\_\_\_\_\_

Pesca deportiva \_\_\_\_\_ Restaurant/Cafetería \_\_\_\_\_ Juegos de Salón  
\_\_\_\_\_

Otros Cuáles? \_\_\_\_\_

**Gracias por su atención**

## RECETA ESTÁNDAR

**Nombre del Plato: Desayuna Americano**

**Nº de porciones: 2**

ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Costo Total
Lecho	500	Gramos	0,0007	0,33
Huevos	4	unid.	0,1000	0,40
Pan	6	rodajas	0,0400	0,24 0,25
Jugo(Fruta de temporada)	500	gramos	0,0005	0,04
Mermelada	10	gramos	0,0040	0,03
Mantequilla	10	gramos	0,0030	0,01
Azúcar	100		0.0009	1,29
<b>Costo Neto</b>				0,06
<b>5% Varios</b>				1,36
<b>Costo Total</b>				0,68
<b>Costo por Pax</b>				2,12
<b>presi venta sugerido</b>				32%
<b>Porcentaje Costo de Venta</b>				

## RECETA ESTÁNDAR

**Nombre del Plato: Brochetas de Mariscos**

**Nº de Porciones: 2**

Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Costo Total
Camarón	72	gramos	0,0040	0,29
Pescado	120	gramos	0,0040	0,48
Calamar	30	gramos	0,0040	0,12
Cebolla paiteña	30	gramos	0,0005	0,02
Pimiento rojo	30	gramos	0,0005	0,02
Aceite	50	ce	0,0012	0,06
Hojas de Lechuga	7	gramos	0,0010	0,01
Tomate	60	gramos	0,0008	0,05
Pinchos para brochetas	2	unid.	0,0020	0,00
Sal				0,00
Pimienta			0,0000	0,00
<b>Costo Neto</b>				1,04
<b>5% Varios</b>				0,05
<b>Costo Total</b>				1,09
<b>Costo por Pax</b>				0,54
<b>Precio de Venta Sugerido</b>				1,70
<b>% costo de Venta</b>				32%

## RECETA ESTÁNDAR

**Nombre del Plato: Consomé de pollo**  
**Nº de Porciones: 2**

ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Costo Total
Papas	150	gramos	0,0006	0,09
Zanahoria	40	gramos	0,0005	0,02
Arveja	40	gramos	0,0010	0,04
Papa nabo	10	gramos	0,0005	0,01
Fondo de pollo	500	c.c.	0,0009	0,45
Sal	50	c.c.	0,0012	0,06
Pimienta	7	gramos	0,0010	0,01
	Costo Neto			0,67
	5% Varios			0,03
	Costo Total			0,71
	Costo por Pax			0,35
	Precio de Venta Sugerido			1,10
	% costo de Venta			32%

## RECETA ESTÁNDAR

**Nombre del Plato: Sopa de Verduras**  
**Nº de Porciones: 2**

Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Costo Total
Brócoli	20	gramos	0,0009	0,02
Coliflor	20	gramos	0,0009	0,02
Arveja	20	gramos	0,0010	0,02
Vainita	20	gramos	0,0010	0,02
Zanahoria	20	gramos	0,0005	0,01
Choclo	20	gramos	0,0020	0,04
Papa	20	gramos	0,0050	0,10
ajo	5	gramos	0,0020	0,01
Cebolla Blanca	30	gramos	0,0020	0,06
Achiote	20	gramos	0,0020	0,04
Fondo de Pe z	500	c.c.	0,0009	0,46
Sal				
Pimienta				
	Costo Neto			0,79
	5% Varios			0,04
	Costo Total			0,83
	Costo por Pax			0,42
	Precio de Venta Sugerido			1,30
	% costo de Venta			32%

## RECETA ESTÁNDAR

Nombre del Plato: Crepés rellenos de queso, champiñones, y tomate  
 N° de Porciones: 2

Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Costo Total
Huevo	2	unid.	0,1000	0,20
Leche	1	taza	0,1625	0,16
Harina	2	taza	0,1500	0,30
Aceite.	10	gramos	0,0005	0,01
Tomates sin semilla	3	unid.	0,0800	0,24
Mantequilla	4	gramos	0,0002	0,00
Cebolla finamente picada	30	gramos	0,0030	0,09
Paprika	2	gramos	0,0003	0,00
Pasta de Tomate	5	gramos	0,0020	0,01
Azúcar pizca				0,00
Queso parmesano rallado	1	taza	0,0500	0,03
Champiñones cortado en laminas	1	taza	0,0800	0,08
<b>Costo Neto</b>				1,11
<b>5% Varios</b>				0,06
<b>Costo Total</b>				1,17
<b>Costo por Pax</b>				0,58
<b>Precio de Venta Sugerido</b>				1,83
<b>% costo de Venta</b>				32%

### RECETA ESTÁNDAR

Nombre del Plato: Ensalada de pollo  
 N° de Porciones: 2

Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Costo Total
Pollo	160	gramos	0,0030	0,48
Papa	120	gramos	0,0040	0,48
Arveja	160	gramos	0,0020	0,32
Perejil	20	gramos	0,0005	0,01
Hojas de lechuga	7	gramos	0,0050	0,04
Mayonesa	80	gramos	0,0003	0,02
Aceite	30	gramos	0,0030	0,09
Sal		gramos	0,0003	0,00
Pimienta		gramos	0,0020	0,00
<b>Costo Neto</b>				1,44
<b>5% Varios</b>				0,07
<b>Costo Total</b>				1,51
<b>Costo por Pax</b>				0,76
<b>Precio de Venta Sugerido</b>				2,36
<b>% costo de Venta</b>				32%

## RECETA ESTÁNDAR

**Nombre del Plato: Ensalada de pasta de colores y mariscos**

**Nº de Porciones: 2**

Ingrediente	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Costo Total
Pasta tornillo de colores	160	gramos	0,0030	0,48
Mariscos surtidos (Calamar, pulpo, conchas)	240	gramos	0,0090	2,16
Queso parmesano rallado	160	gramos	0,0009	0,14
Pimientos rojos picados	60	gramos	0,0005	0,03
Pimientos verdes picados	60	gramos	0,0005	0,03
Mayonesa	60	gramos	0,0003	0,02
Crema de leche	30	gramos	0,0030	0,09
Sal y Pimienta al gusto				
Perejil		gramos	0,0020	0,00
<b>Costo Neto</b>				2,95
<b>5% Varios</b>				0,15
<b>Costo Total</b>				3,10
<b>Costo por Pax</b>				1,55
<b>Precio de Venta Sugerido</b>				4,84
<b>% costo de Venta</b>				32%

## RECETA ESTÁNDAR

**Nombre del Plato: Brochetas de Mariscos**

**Nº de Porciones: 2**

Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Costo Total
Camarón	72	gramos	0,0040	0,29
Pescado	120	gramos	0,0040	0,48
Calamar	30	gramos	0,0040	0,12
Cebolla paitaña	30	gramos	0,0005	0,02
Pimiento rojo	30	gramos	0,0005	0,02
Aceite	50	ce	0,0012	0,06
Hojas de Lechuga	7	gramos	0,0010	0,01
Tomate	60	gramos	0,0008	0,05
Pinchos para brochetas	2	unid.	0,0020	0,00
Sal				0,00
Pimienta			0,0000	0,00
<b>Costo Neto</b>				1,04
<b>5% Varios</b>				0,05
<b>Costo Total</b>				1,09
<b>Costo por Pax</b>				0,54
<b>Precio de Venta Sugerido</b>				1,70
<b>% costo de Venta</b>				32%

## RECETA ESTÁNDAR

**Nombre del Plato: Ensalada del Huerto**

**Nº de Porciones: 2**

<b>Ingredientes</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Unidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
Lechugas crespas	200	gramos	0,0020	0,40
Tomates pelados y cortados	2	unid.	0,0900	0,18
Espinaca cortada en juliana	160	gramos	0,0005	0,08
Cebollas blancas en aros	60	gramos	0,0008	0,05
Huevos duros en rodajas	1	unid.	0,1000	0,10
Champiñones en rodajas	150	gramos	0,0009	0,14
Pickles picados en rodajas	60	gramos	0,0030	0,18
Sal y Pimienta al gusto				
Vinagre y aceite de oliva al gusto				
<b>Costo Neto</b>				1,12
<b>5% Varios</b>				0,06
<b>Costo Total</b>				1,18
<b>Costo por Pax</b>				0,59
<b>Precio de Venta Sugerido</b>				1,84
<b>% costo de Venta</b>				32%

## RECETA ESTÁNDAR

**Nombre del Plato: aguacate Relleno**

**Nº Porciones**

<b>Ingredientes</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Unidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
Aguacates	1	unid.	0,1000	0,10
Ajo	120	gramos	0,0020	0,24
Cebolla perla	60	Gramos	0,0005	0,03
Pimiento rojo	60	gramos	0,0005	0,03
pimiento amarillo	60	gramos	0,0005	0,03
perejil	5	gramos	0,0002	0,00
Aceite	35	ce.	0,0020	0,07
Sal y pimiento				
<b>Costo Neto</b>				0.50
<b>5% Vario</b>				0.03
<b>Costo Total</b>				0.53
<b>Costo por Pax</b>				0.26
<b>Precio de Venta Sugerido</b>				0.82
<b>% costo da Venta</b>				32%

## RECETA ESTÁNDAR

**Nombre del Plato: Pollo a la Plancha con salsa de tamarindo y papas al perejil**

**N° de Porciones: 2**

Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Costo Total
Pollo	500	gramos	0,0020	1,00
Pulpa de tamarindo	75	c.c.	0,0020	0,15
Crema de Leche	50	gramos	0,0030	0,15
Azúcar	25	gramos	0,0005	0,01
Vinagre	50	c.c.	0,0008	0,04
Laurel	1	hoja	0,0001	0,00
Papa	200	gramos	0,0030	0,60
Perejil	15	gramos	0,0017	0,03
Mantequilla	100	gramos	0,0030	0,30
Sal				
Pimienta				
<b>Costo Neto</b>				2,28
<b>5% Varios</b>				0,11
<b>Costo Total</b>				2,39
<b>Costo por Pax</b>				1,20
<b>Precio de Venta Sugerido</b>				3,74
<b>% costo de Venta</b>				32%

## RECETA ESTÁNDAR

**Nombre del Plato:** Ternera a la plancha con salsa de mandarina y papas al vapor

**N° de Porciones:** 2

Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Costo Total
Ternera	240	gramos	0,0060	1,44
Pulpa de mandarina	75	ce	0,0050	0,38
Crema de Leche	50	gramos	0,0040	0,20
Azúcar	25	gramos	0,0005	0,01
Papas	100	gramos	0,0040	0,40
Laurel	1	hoja	0,0001	0,00
Sal				
Pimienta				
<b>Costo Neto</b>				2,43
<b>5% Varios</b>				0,12
<b>Costo Total</b>				2,55
<b>Costo por Pax</b>				1,27
<b>Precio de Venta Sugerido</b>				3,98
<b>% costo de Venta</b>				32%

## RECETA ESTÁNDAR

**Nombre del Plato:** Duraznos con crema chantilly

**N° de Porciones:** 2

Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Costo Total
Duraznos frescos	100	gramos	0.0020	0,20
Azúcar	50	gramos	0,0005	0,03
Canela	1	gramos	0.0000	0,00
Clavo de olor	1	gramos	0.0000	0,00
Crema de leche	80	c.c.	0:0030	0,24
Azúcar impalpable	50	gramos	0,0012	0,06
Esencia de vainilla	2	c.c.	0,0012	0,01
Agua	750	c.c.	0,0030	0,00
guinda	4	gramos	0,0000	0,03
<b>Costo Neto</b>			0,0080	0,56
<b>5% Varios</b>				0,03
<b>Costo Tota</b>				0,59
<b>Costo por Pax</b>				0,30
<b>Precio de Venta Sugerido</b>				0,92
<b>%costo de Venta</b>				32%

## RECETA ESTÁNDAR

**Nombre del Plato: Festival de Frutas**

**N° de Porciones: 2**

Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Costo Total
Duraznos	60	gramos	0,0020	0,12
Peras	60	gramos	0,0016	0,10
Manzanas	60	gramos	0,0014	0,08
Sandia	60	gramos	0,0012	0,07
Papaya	60	gramos	0,0014	0,08
Melón	60	erales	0,0009	0,05
Banano	1	Unid.	0,0500	0,05
Naranja	1	Unid.	0,0600	0,06
Limón Meyer	1	Unid.	0,0030	0,00
	<b>Costo Neto</b>			0,62
	<b>5% Varios</b>			0,03
	<b>Costo Total</b>			0,65
	<b>Costo por Pax</b>			0,33
	<b>Precio de Venta Sugerido</b>			1,02
	<b>% costo de Venta</b>			32%

## RECETA ESTÁNDAR

**Nombre del Plato: Mousse de Mora**

**N° de Porciones: 2**

Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Costo Total
Mora	160	gramos	0,0016	0,26
Huevos	2	unid.	0,1000	0,20
Azúcar	125	gramos	0,0005	0,06
Gelatina sin sabor	25	gramos	0,0004	0,01
	<b>Costo Neto</b>			0,53
	<b>5% Varios</b>			0,03
	<b>Costo Total</b>			0,55
	<b>Costo por Pax</b>			0,28
	<b>Precio de Venta Sugerido</b>			0,87
	<b>% costo de Venta</b>			32%