

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS
ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO**

**DISERTACIÓN PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO EN
ECOTURISMO**

**“ESTUDIO DE PRE-FACTIBILIDAD DEL LODGE ECOLÓGICO “SAPARI
ECOLODGE” EN EL CANTÓN PUERTO QUITO, PROVINCIA DE PICHINCHA,
ECUADOR”**

DIEGO FERNANDO ZAPATA GARZÓN

DIRECTORA: MSC. LOTTY LIZARZABURU

QUITO, 2014

| | |
|--|----|
| 1. CUERPO DEL TRABAJO | |
| 1 | |
| 1.1. Resumen ejecutivo | 1 |
| 1.2. Introducción | 2 |
| 1.2.1. Justificación | 2 |
| 1.2.2. Planteamiento sintético del problema | 3 |
| 1.2.3. Objetivos | 4 |
| 1.2.3.1. General | 4 |
| 1.2.3.2. Específicos | 4 |
| 1.2.4. Hipótesis | 4 |
| 1.2.5. Procedimiento técnico | 4 |
| 2. OBJETO DE LA EMPRESA | 4 |
| 2.1. Misión y Visión | 4 |
| 2.1.1. Misión | 5 |
| 2.1.2. Visión | 5 |
| 2.2. Protección y marco legal | 5 |
| 2.2.1. Requisitos de operación | 6 |
| 2.2.2. Compañía de responsabilidad limitada | 10 |
| 2.3. Descripción del producto turístico “Sapari Ecolodge” | 12 |
| 3. ÁMBITO AMBIENTAL | 14 |
| 3.1. Sapos y ranas | 14 |
| 3.1.1. Anfibios | 14 |
| 3.1.2. Orden Anura | 15 |
| 3.1.3. Diferencia entre sapos y ranas | 17 |
| 3.2. Importancia de los sapos y ranas | 17 |
| 3.3. Situación actual de los sapos y las ranas en el Ecuador | 18 |
| 3.4. Lista preliminar de sapos y ranas del Sapari Ecolodge | 21 |
| 3.5. Implementación de prácticas amigables con el medio ambiente | 37 |
| 4. ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA | 40 |
| 4.1. Panorama internacional y nacional | 42 |
| 4.1.1. Internacional | 42 |
| 4.1.2. Nacional | 44 |
| 4.2. Necesidad latente del turista ecuatoriano | 45 |
| 4.3. Oportunidades a mediano y largo plazo en el mercado turístico ecuatoriano | 46 |
| 5. MERCADO OBJETIVO | 47 |
| 5.1. Mercado potencial | 47 |
| 5.2. Identificación del mercado | 48 |
| 5.3. Investigación de mercado | 48 |
| 5.3.1. Estudio de mercado EPMGDT – Quito Turismo | 49 |
| 5.3.2. Estudio de mercado Sapari Ecolodge | 50 |
| 5.3.3. Descripción del mercado | 58 |
| 5.4. Segmentación del mercado | 59 |
| 6. LA COMPETENCIA | 59 |
| 6.1. Barreras de entrada | 59 |
| 6.2. Análisis FODA | 60 |
| 6.3. Análisis de la competencia | 62 |
| 7. PLAN DE MERCADEO | 65 |
| 7.1. Estrategia de entrada y crecimiento | 65 |

| | |
|---|----|
| 7.2. Estrategias 4 P's | 66 |
| 7.2.1. Producto y sus beneficios | 67 |
| 7.2.2. Precio | 68 |
| 7.2.3. Plaza | 70 |
| 7.2.4. Promoción | 70 |
| 7.2.5. Posicionamiento esperado | 71 |
| 7.3. Participación de la comunidad local | 72 |
| 8. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO | 75 |
| 8.1. Inversión inicial | 75 |
| 8.2. Presupuesto de ingresos o ventas | 75 |
| 8.3. Presupuestos de costos | 77 |
| 8.4. Presupuesto de gastos de operación | 78 |
| 8.5. Estados financieros proyectados | 78 |
| 8.5.1. Estado de resultados | 78 |
| 8.5.2. Estado de flujo de efectivo | 80 |
| 8.6. Análisis e indicadores financieros | 80 |
| 8.6.1. Valor Actual Neto | 80 |
| 8.6.2. Tasa Interna de Retorno | 81 |
| 8.6.3. Periodo de Recuperación de Inversión | 81 |
| 8.6.4. Índice de Rentabilidad | 81 |
| 9. CONCLUSIONES | 83 |
| 10. RECOMENDACIONES | 85 |
| 11. BIBLIOGRAFÍA | 86 |
| 12. ANEXOS | 91 |

1. CUERPO DEL TRABAJO

1.1. Resumen ejecutivo

Sapari Ecolodge, es un proyecto turístico en fase de pre factibilidad que además de ofrecer servicios de alojamiento y alimentación se diferenciará en la realización de excursiones educativas, a través del bosque húmedo primario de Puerto Quito, para la observación de diferentes especies de ranas en su hábitat natural, por éste motivo también, el nombre sugerido “Sapari”.

Como parte de las actividades que se desarrollarán en el Sapari Ecolodge, se ofertarán: senderismo, rafting, escalada deportiva, canoping, aviturismo y la visita a un centro artesanal de producción de cacao. Contará también con una infraestructura que consta de 10 cabañas con capacidad para 1, 2, 4 y 6 personas, para una ocupación total de 30 pasajeros. Se ha previsto construir un restaurante con un aforo total de 40 pax con la finalidad de ofertar servicios gastronómicos tanto a huéspedes y a clientes que no están hospedados en el Lodge. Cabe indicar también que el lodge constará de áreas deportivas y senderos debidamente señalizados.

Los indicadores económicos y financieros resumidos, son los siguientes:

Gráfico No. 1: Resumen Ejecutivo Sapari Ecolodge

| | Año1 |
|-------------------|------------------|
| Ventas (unidades) | 720 unidades |
| Ventas (\$ miles) | \$57.750 |
| Costos | \$28.226 |
| Gastos operativos | \$65.996 |
| Flujo de efectivo | \$-23.900 |

| | |
|---|---|
| TIR | No aplica |
| VAN | No aplica |
| Periodo de recuperación de inversión | No aplica |
| Punto de equilibrio (4 en total por los diferentes paquetes turísticos) | Paquete 1, Adultos: 686; Paquete 1, Niños: 103; Paquete 2, Adultos: 709; Paquete 2, Niños: 195; TOTAL = 1.693 turistas al año |

Fuente: Elaboración propia

Por último, la inversión inicial con la cual la organización podría empezar a operar es de \$146.345.

1.2. Introducción

1.2.1. Justificación

Partiendo de la lógica de que cada vez más se van especializando los mercados, resulta indispensable desde el punto de vista comercial, especializar la oferta ante una demanda en constante movimiento y más experimentada, con nuevas motivaciones y preferencias a la hora de elegir un producto turístico que, debido al aumento de experiencias mientras se

viaja, y a las nuevas características del turista como flexibilidad e independencia; causan una mayor demanda de profesionalidad por parte de los proveedores, una mejor relación calidad-precio y más flexibilidad en la experiencia del viaje (Poon, 1993).

“Sapari Ecolodge” es un producto turístico que tiene como meta dar a conocer a los visitantes, la importancia de los sapos y ranas, dentro de los diferentes ecosistemas; todo esto, mediante la guianza especializada, la práctica de deportes de aventura al aire libre, y la integración de un pequeño sector productivo del cantón Puerto Quito.

Gracias a su ubicación geográfica y al ser parte del andén ecológico del Choco, Puerto Quito es un lugar privilegiado para la observación de aves con más de 400 especies registradas (Cabañas del Río, 2011), plantas exóticas y únicas como las bromelias y orquídeas; pero principalmente, esta zona posee una de las concentraciones más altas de especies de anfibios, particularmente de **sapos y ranas**, del país y el mundo (Valencia *et al.*, 2008).

El Ecuador posee 434 spp de ranas y sapos descritos formalmente, así como un altísimo nivel de endemismo político: 181 spp (40%) (Valencia *et al.*, 2008). En términos biológicos, esto ubica al Ecuador como el tercer país con mayor diversidad de anfibios después de Brasil y Colombia. Además, entre los países megadiversos, nuestro país es muy importante si se considera su número de spp por unidad de superficie (0.017 spp/km²), esto significa que posee 3 veces más por unidad de superficie que Colombia y 21 veces más que Brasil (Valencia *et al.*, 2008).

Sin embargo, el 6% de los anfibios en el Ecuador se encuentran en peligro crítico, el 15% en peligro, el 10% es vulnerable, el 28% se clasifica con datos insuficientes, y tan solo el 27% y 14% respectivamente, se encuentran en el estado de preocupación menor y casi amenazado (Valencia *et al.*, 2008).

Por otro lado, la comunidad de Puerto Quito tiene un potencial agrícola en desarrollo interesante, entre los que se destacan: la caña de azúcar, el ordeño, la producción de cacao, palmito y de carne (GADMCPQ, 2011). Tomando en cuenta la importancia de estas actividades, Sapari Ecolodge crearía una interrelación entre los turistas y la comunidad local; introduciendo la participación de los visitantes en el proceso artesanal de la producción del cacao, la misma que será dirigida por un productor nativo de la zona.

Frente al ajetreo de la ciudad, la escasez de espacios verdes, la falta de diversidad de flora y fauna, el proyecto brinda la oportunidad de que los turistas experimentasen diferentes actividades al aire libre, rodeados de diferentes especies de anfibios con el fin de generar conciencia sobre la importancia que tienen estos animales en la cadena ecológica.

1.2.2. Planteamiento sintético del problema

“Sapari Ecolodge” es un producto turístico que tiene como meta dar a conocer a los visitantes, en especial a los residentes de Quito, la importancia de los sapos y las ranas, dentro de los diferentes ecosistemas; todo esto, mediante la guianza especializada, la práctica de deportes de aventura al aire libre, y la integración de un pequeño sector productivo del cantón Puerto Quito. Encontrando así, un balance adecuado en tres diferentes aspectos esenciales dentro de cualquier actividad humana productiva, lo social, lo financiero y lo ambiental.

Así, a través de estas interrogantes, queda planteada la pregunta más importante: **¿Es, o no sostenible y sustentable el producto turístico “Sapari Ecolodge”?**

1.2.3. Objetivos

1.2.3.1. General

Demostrar la sostenibilidad y sustentabilidad, tanto financiera como social y ambiental, del “Sapari Ecolodge”, ubicado en el cantón Puerto Quito en la provincia de Pichincha.

1.2.3.2. Específicos

- Demostrar la viabilidad financiera de éste producto turístico.
- Determinar el segmento de mercado más adecuado para el proyecto turístico “Sapari Ecolodge”.
- Difundir la importancia de los sapos y las ranas, dentro de los ciclos bióticos y abióticos de la naturaleza.
- Diseñar un producto turístico enfocado en la observación de sapos y ranas.

1.2.4. Hipótesis

Debido a los resultados financieros, las buenas prácticas ambientales y sociales, el “Sapari Ecolodge” es tanto sostenible como sustentable.

1.2.5. Procedimiento técnico

En esta investigación se implementa el método hipotético deductivo usando una mezcla de dos procesos tanto deductivo como inductivo en la adquisición de nuevos conocimientos, demostrando así que, en este método el investigar va de los datos a la teoría y viceversa. Además, la presente investigación tiene un enfoque mixto debido a que se mezcla el enfoque cualitativo y cuantitativo.

De acuerdo a la dirección planteada en esta tesis, las técnicas seleccionadas son las siguientes:

- Conteo y clasificación de especies (anfibios);
- Encuestas;
- Entrevistas;
- Determinación y categorización de posibles impactos ambientales;
- Análisis financiero.

2. OBJETO DE LA EMPRESA

2.1. Misión, Visión y Objetivos Generales

2.1.1. Misión

Ser una empresa turística que ofrezca la oportunidad de observar e informar a la gente sobre la importancia de los sapos y las ranas dentro de los ciclos bióticos y abióticos de la naturaleza; prestando servicios de calidad, tanto de alojamiento, comida y deportes de aventura, utilizando prácticas de sostenibilidad especialmente amigables con el ambiente.

2.1.2. Visión

Ser una empresa turística líder para el segmento de mercado quiteño en los próximos cinco años, que mantenga siempre las buenas prácticas sociales y ambientales, que a su vez cree fuentes de empleo para la comunidad local.

2.2. Protección y marco legal

De acuerdo al Reglamento General de la Ley de Turismo (2004), el proyecto se encuentra dentro del sector de alojamiento, definiendo a estos como establecimientos dedicados de modo habitual, mediante precio a proporcionar a la personas alojamiento con o sin otros servicios complementarios.

El Ministerio de Turismo a través de la Ley de Turismo (2002), autorizara la apertura, funcionamiento y clausura de los alojamientos, establecerá la categoría de los mismos, colocando un distintivo de estrella, los cuales corresponden a lujo, primera, segunda, tercera y cuarta categorías atendiendo las disposiciones del reglamento, a las características y calidad de las instalaciones y a los servicios que se presten.

Para ser más específicos, el proyecto Sapari Ecolodge se encontraría en el Grupo 1 (Alojamientos Hoteleros), Subgrupo 1.3. (Hosterías, Moteles, Refugios y Cabañas); para lo cual usaría la nomenclatura para Hosterías, HT (Reglamento General a la Ley de Turismo, 2004).

De acuerdo a lo anteriormente mencionado:

Hostería se define como todo establecimiento hotelero, situado fuera de los núcleos urbanos, próximas a las carreteras, que cuenten con jardines, zonas de recreación y deporte y en el que mediante precio, se preste servicios de alojamiento y alimentación al público en general cuya capacidad no sea menor a seis habitaciones (Reglamento General a la Ley de Turismo, 2004).

La Ley de Turismo (2002) y su respectivo reglamento dispone que: *todos los alojamientos deben exhibir junto a la entrada principal la placa distintiva que consistirá en un cuadrado de metal en el que sobre fondo azul turquesa figuraran en blanco la letra o letras correspondientes a la actividad que desarrolle el establecimiento, así como las estrellas que indiquen su categoría.*

La elaboración y diseño de las placas mencionadas anteriormente, se encargara el Ministerio de Turismo y las pondrá a disposición de los usuarios previo al pago de su valor (Ley de Turismo, 2002).

2.2.1. Requisitos de Operación

Sapari Ecolodge, es un proyecto turístico con fines de lucro dedicado a la comercialización y prestación de servicios turísticos como: hospedaje, alimentación, deportes extremos, etc.

A continuación se presentará un detalle de los requisitos para la constitución legal de una empresa:

Gráfico No. 2: Requisitos de Operación I

| PASOS | INSTITUCIÓN | DETALLE |
|--------------|-------------------------------|--|
| 1 | Superintendencia de Compañías | Escoger la razón social de la compañía y el tipo de sociedad que se va a constituir. |

| | | |
|---|-----------------------------------|--|
| 2 | Registro Mercantil | Nombramientos de gerente, presidente y tesorero. |
| 3 | Cámara de Comercio | Certificado de afiliación |
| 4 | Servicio de Rentas Internas (SRI) | Obtener el Registro Único de Contribuyentes (RUC) |
| 5 | Abogado | Escritura de constitución para Superintendencia de Compañías donde se indica el objeto social. |
| 6 | Diario Local | Tres publicaciones seguidas que muestren la constitución de la nueva empresa. |

Fuente: Reglamento General a la Ley de Turismo, 2004.

Después de cumplido lo anterior, se debe continuar con los pasos exigidos por el Ministerio de Turismo para poder operar el establecimiento turístico:

Gráfico No. 3: Requisitos de Operación II

| PASOS | INSTITUCIÓN | DETALLE |
|--------------|--|---|
| 1 | Ministerio de Turismo | Obtener el Registro Único de Funcionamiento |
| 2 | Cámara Provincial de Turismo | Afiliarse a la respectiva Cámara Provincial de Turismo y Pagar las cuotas sociales. |
| 3 | Ministerio de Turismo o Municipio receptor | Licencia Anual de Funcionamiento |
| 4 | Jefatura de Salud | Permiso Sanitario |
| 5 | Municipio | Obtención de la Patente Municipal |
| 6 | Municipio correspondiente | Pagar el permiso por la instalación de rótulos o cualquier medio de publicidad, es una autorización para instalar medios de publicidad exterior en espacios privados, públicos y servicios generales. |
| 7 | Cuerpo de Bomberos | Pagar permiso de funcionamiento |

| | | |
|----|--|---|
| 8 | Ministerio de Turismo | Contribución del Uno por Mil sobre los activos fijos. |
| 9 | Municipio correspondiente | Pagar Impuesto predial |
| 10 | Dirección Metropolitana del Medio Ambiente | Obtención del certificado ambiental. |

Fuente: Reglamento General a la Ley de Turismo, 2004.

Además, se debe cumplir con el siguiente proceso para el registro de empresas tanto para personas naturales como jurídicas, que desean prestar servicios de alojamiento, alimento y bebidas:

Gráfico No. 4: Registro de Alojamiento, Alimentos y Bebidas para Personas Naturales

| REGISTRO DE ALOJAMIENTO, ALIMENTOS Y BEBIDAS | |
|---|--|
| Personas Naturales | |
| 1 | Copia del registro único de contribuyentes (R.U.C.). |
| 2 | Copia de la cédula de identidad. |
| 3 | Copia de la última papeleta de votación. |
| 4 | Copia del Contrato de compra venta del establecimiento, en caso de cambio de propietario CON LA AUTORIZACIÓN DE UTILIZAR EL NOMBRE COMERCIAL. |
| 5 | Certificado del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI), de no encontrarse registrada la razón social o denominación social o nombre comercial del establecimiento en las ciudades de: <ul style="list-style-type: none"> • Quito • Guayaquil • Cuenca |

| | |
|----|--|
| 6 | Fotocopia de escrituras de propiedad, pago predial o contrato de arrendamiento del local, debidamente legalizado. |
| 7 | Lista de Precios de los servicios ofertados, (original y copia). |
| 8 | Declaración de activos fijos para cancelación del 1 por mil, debidamente suscrita por el Representante Legal o apoderado de la empresa (Formulario del Ministerio de Turismo). |
| 9 | Inventario valorado de la empresa firmado bajo la responsabilidad del propietario o representante legal, sobre los valores declarados. |
| 10 | Permiso de uso del suelo (para bares y discotecas). |

Fuente: Ministerio de Turismo, Programas y Servicios, 2014.

Gráfico No. 5: Registro de Alojamiento, Alimentos y Bebidas para Personas Jurídicas

| REGISTRO DE ALOJAMIENTO, ALIMENTOS Y BEBIDAS | |
|---|---|
| Personas Jurídicas | |
| 1 | Copia certificada de la Escritura de Constitución, aumento de Capital o reforma de Estatutos, tratándose de personas jurídicas. |
| 2 | Nombramiento del Representante Legal, debidamente inscrito en la Oficina del registro Mercantil. |
| 3 | Copia del registro único de contribuyentes (R.U.C.). |
| 4 | Copia de la cédula de identidad. |
| 5 | Copia de la última papeleta de votación. |
| 6 | Copia del Contrato de compra venta del establecimiento, en caso de cambio de propietario CON LA AUTORIZACIÓN DE UTILIZAR EL NOMBRE COMERCIAL. |
| 7 | Certificado del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI), de no encontrarse registrada la razón social o denominación social o nombre comercial del establecimiento |

| | |
|----|--|
| | <p>en las ciudades de:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Quito • Guayaquil • Cuenca |
| 8 | Fotocopia de escrituras de propiedad, pago predial o contrato de arrendamiento del local, debidamente legalizado. |
| 9 | Lista de Precios de los servicios ofertados, (original y copia). |
| 10 | Declaración de activos fijos para cancelación del 1 por mil, debidamente suscrita por el Representante Legal o apoderado de la empresa (Formulario del Ministerio de Turismo). |
| 11 | Inventario valorado de la empresa firmado bajo la responsabilidad del propietario o representante legal, sobre los valores declarados. |
| 12 | Permiso de uso del suelo (para bares y discotecas). |

Fuente: Ministerio de Turismo, Programas y Servicios, 2014.

Además de todo lo mencionado, se obtendrán beneficios especiales establecidos en la ley especial de desarrollo turístico, **específicamente una exoneración del pago del impuesto a la renta durante cinco años, contados desde el primer año en el que se generen ingresos atribuibles directos y únicamente a la nueva inversión** (MCPEC, 2013). Para esto se debe cumplir con ciertos requisitos, los cuales se mencionan a continuación:

Art. 34.- Para ser sujeto de los incentivos a que se refiere esta Ley la persona o institución interesada deberá demostrar:

a.- Haber realizado las inversiones y reinversiones mínimas que el reglamento establezca, según la ubicación, tipo o subtipo del proyecto, tanto para nuevos proyectos como para ampliación o mejoramiento de los actuales dedicados al turismo receptivo e interno (Ley de Turismo, 2002);

b.- Ubicación en las zonas o regiones deprimidas con potencial turístico en las áreas fronterizas o en zonas rurales con escaso o bajo desarrollo socio-económico (Ley de Turismo, 2002); y,

c.- Que constituyan actividades turísticas que merezcan una promoción acelerada (Ley de Turismo, 2002).

Cabe recalcar que el literal b del artículo 34, se aplica específicamente para proyectos que se ubiquen fuera de los cantones Quito y Guayaquil (Ley de Turismo, 2002).

2.2.2. Compañía de responsabilidad limitada

Para el proyecto Sapari Ecolodge se ha elegido el modelo de una compañía de responsabilidad limitada por sus propiedades. A decir de Mónica Riera quien es contadora de profesión: “la principal ventaja de éste tipo de empresas radica en la separación de la responsabilidad personal de los socios de aquella propia y distinta de la sociedad. Así, los socios sólo se obligan por sus aportes y no serán responsables con su patrimonio personal en caso de tener pérdidas o de que el negocio quiebre” (M. Riera, comunicación personal, 28 de mayo del 2014).

Según la Ley de Compañías del Ecuador (1999), SECCIÓN V, Art. 92, señala que: *La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre tres o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirá, en todo caso, las palabras "Compañía Limitada" o su correspondiente abreviatura. Si se utilizare una denominación objetiva será una que no pueda confundirse con la de una compañía preexistente. Los términos comunes y los que sirven para determinar una clase de empresa, como "comercial", "industrial", "agrícola", "constructora", etc., no serán de uso exclusive e irán acompañadas de una expresión peculiar.*

A continuación las principales características de una compañía limitada:

- Art. 93.- La compañía de responsabilidad limitada es siempre mercantil, pero sus integrantes, por el hecho de constituirlos, no adquieren la calidad de comerciantes (Ley de Compañías, 1999);
- Art. 94.- La compañía de responsabilidad limitada podrá tener como finalidad la realización de toda clase de actos civiles o de comercio y operaciones mercantiles permitidos por la Ley, excepción hecha de operaciones de banco, seguros, capitalización y ahorro (Ley de Compañías, 1999);
- Art. 95.- La compañía de responsabilidad limitada no podrá funcionar como tal si sus socios exceden del número de quince, si excediere de este máximo, deberá transformarse en otra clase de compañía o disolverse (Ley de Compañías, 1999).

- Art. 97.- Para los efectos fiscales y tributarios las compañías de responsabilidad limitada son sociedades de capital (Ley de Compañías, 1999);
- Art. 102.- El capital de la compañía estará formado por las aportaciones de los socios y no será inferior al monto fijado por el Superintendente de Compañías. Estará dividido en participaciones expresadas en la forma que señale el Superintendente de Compañías (Ley de Compañías, 1999);
- Art. 109.- La compañía formará un fondo de reserva hasta que éste alcance por lo menos al veinte por ciento del capital social (Ley de Compañías, 1999);
- Art. 111.- En esta compañía no se tomarán resoluciones encaminadas a reducir el capital social si ello implicará la devolución a los socios de parte de las aportaciones hechas y pagadas, excepto en el caso de exclusión del socio previa la liquidación de su aporte (Ley de Compañías, 1999);
- Art. 112.- La amortización de las partes sociales será permitida solamente en la forma que se establezca en el contrato social, siempre que, para el efecto, se cuente con utilidades líquidas disponibles para el pago de dividendos (Ley de Compañías, 1999);
- Art. 113.- La participación que tiene el socio en la compañía de responsabilidad limitada es transferible por acto entre vivos, en beneficio de otro u otros socios de la compañía o de terceros, si se obtuviere el consentimiento unánime del capital social (Ley de Compañías, 1999).

Cabe mencionar que: “éste tipo de compañía pagaría un impuesto a la renta del 22%”, según Mónica Riera, contadora de profesión (M. Riera, comunicación personal, 28 de mayo del 2014).

2.3. Descripción del producto turístico “Sapari Ecolodge”

El Sapari Ecolodge se localizará en el cantón Puerto Quito a la altura de los kilómetros 143 al 145 vía Calacalí – La Independencia, se prevé una extensión de 2 hectáreas para la construcción 10 cabañas donde los pasajeros disfrutarán de visitas y paisajes en el medio del bosque nublado, gran porcentaje de éste (bosque) es primario, según argumenta el Director de Desarrollo Cultural y Turismo del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Puerto Quito (C. Meneses, comunicación personal, 13 abril del 2014). Donde además, el turista podrá conocer sobre la importancia de la flora y fauna de la zona enfocándose principalmente en la relevancia de los sapos y las ranas en los ecosistemas en

general. Acotando, éste último será el producto estrella del proyecto turístico objeto del presente estudio que ofrecerá los servicios de:

- Hospedaje;
- Alimentación (restaurante);
- Deportes de aventura tales como: senderismo, rafting, escalada deportiva y canoping; y
- Tours al aire libre (Sapari, Birdwatching), para informar y educar a los visitantes sobre la importancia de la flora y fauna, principalmente sobre los sapos y ranas.

Servicios:

Menús personalizados por el cliente a través del Internet (página web del Sapari Ecolodge): el consumidor podrá preestablecer que es lo que desea desayunar, almorzar y cenar, elección que la hará de entre una variedad de alrededor 7 menús por comida, entre los cuales se incluirá por lo menos 2 opciones vegetarianas.

Deportes de aventura tales como: la práctica de senderismo a través del bosque húmedo primario y secundario, rafting en los ríos Caoní y Blanco, canoping que se realizará en las instalaciones del lodge; y la escalada deportiva mediante un boulder específicamente construido para ésta actividad.

Avistamiento de flora y fauna local: a través del bosque húmedo primario mediante la interpretación proactiva de un guía especializado (incluye kit de avistamiento-ver anexo 17).

Experiencias creadas y naturales: interpretación ambiental enfocada en la importancia del bosque húmedo primario y sobre todo los servicios ecológicos que los sapos/ranas aportan al equilibrio ecológico de la naturaleza.

Avistamiento de ranas y anfibios de la zona: está experiencia es la más representativa y sería el producto estrella, siendo el único Ecolodge del país que ha diseñado un producto turístico interpretativo enfocado en el avistamiento de ranas (incluye kit de avistamiento).

Visita a un centro de producción artesanal de cacao: cumpliendo con el compromiso de responsabilidad con la comunidad, como parte de una simbiosis social.

Servicio de guías especializados en cada actividad a realizarse.

Instalaciones del Sapari:

10 Cabañas con capacidad desde 1 hasta 6 personas:

- 3 cabañas para 4 personas, con 1 cama matrimonial y 2 camas simples (cada cabaña);
- 6 cabañas para 1 o 2 personas, con 1 cama matrimonial (cada cabaña);
- 1 cabaña para 6 personas, con 1 cama matrimonial y 2 literas.

Capacidad total para 30 personas.

Restaurante con capacidad para 40 personas. Los menús podrán ser elegidos previamente por los clientes mediante la página web del lodge, con la cual se ofertará alrededor de 7 menús diferentes por comida (desayuno, almuerzo y merienda).

Boulder para escalada deportiva y préstamo de los equipos para esta actividad.

Torre para Birdwatching, desde la cual se podrá obtener una vista periférica del sector a parte de los beneficios de esta infraestructura para el avistamiento de aves, la cual también será utilizada como parte de la oferta del canoping.

A continuación el detalle de los paquetes que se ofertarían:

Paquete No. 1: 1 noche 2 días

Incluye: hospedaje, alimentación, acceso a las instalaciones y 2 caminatas guiadas (sapari y birdwatching).

Día 1.- el pasajero iniciará sus actividades a su llegada al lodge alrededor de las 13:00 pm para el almuerzo. En la tarde, caminata guiada a través del bosque para conocer sobre la biodiversidad tanto de flora y fauna. En la noche, cena para concluir la jornada con el avistamiento de sapos y ranas (Sapari).

Día 2.- caminata opcional antes del desayuno para realizar avistamiento de aves. Desayuno alrededor de las 8:00 o 9:00 am. Media mañana libre para realizar cualquier actividad complementaria con sobrecargo adicional (rafting, canoping, ciclismo o escalada deportiva). Check out a las 12:00 pm.

Paquete No. 2: 2 noches 3 días

Incluye: hospedaje, alimentación, acceso a las instalaciones, 3 caminatas guiadas y 1 actividad complementaria (menos rafting).

Día 1.- almuerzo alrededor de las 13:00 pm. Caminata guiada, importancia del bosque y biodiversidad tanto de flora y fauna. Cena más Sapari.

Día 2.- caminata opcional antes del desayuno para realizar avistamiento de aves. Desayuno alrededor de las 8:00 o 9:00 am. Visita a centro artesanal de producción de cacao y sus derivados. Almuerzo a las 13:00 pm, actividad complementaria incluida en el precio (cualquier actividad menos rafting/sobrecargo). Cena y Sapari nocturno.

Día 3.- Desayuno, y mañana libre para cualquier actividad complementaria (no incluida en el precio del paquete). Check out 12:00 pm.

3. ÁMBITO AMBIENTAL

3.1. Sapos y ranas

Como actividad principal de éste proyecto, es necesario estudiar y analizar el origen y evolución de los sapos y las ranas a través de la historia cronológica del planeta Tierra. De tal manera, debemos mencionar en primera instancia al grupo al que estos animales pertenecen, los anfibios.

3.1.1. Anfibios

Los primeros tetrápodos, o vertebrados con cuatro extremidades, aparecieron a mediados del periodo denominado “Devónico”, el cual tomó lugar hace 360 ó 400 millones de años aproximadamente. Durante ésta época, estos animales tenían una ligera apariencia a salamandra, guardando todavía características similares a las que presenta y definen a un pez, los cuales con el pasar de los tiempos darían paso a los vertebrados terrestres actuales (Valencia *et al.*, 2008).

En la actualidad, los anfibios vivientes son considerados como un grupo monofilético (comparten un ancestro común) (Valencia *et al.*, 2008), los cuales se dividen en tres grandes grupos:

- Anura: ranas y sapos (Valencia *et al.*, 2008);
- Caudata: salamandras, tritones y cecilias (Valencia *et al.*, 2008);
- Gymnophiona; anfibios excavadores (Valencia *et al.*, 2008).

Cabe mencionar que para el propósito de nuestra investigación, el único orden a cual haremos referencia y ahondaremos más en sus características, será el Anura.

3.1.2. Orden Anura

La palabra anuros, la cual literalmente significa a= sin y uros= cola (Valencia *et al.*, 2008), describe muy bien a éste grupo mayoritario que incluye a los sapos y las ranas (batracios o salientia) ya que, una de sus principales características es precisamente la ausencia de una cola en su forma adulta (válido para todas las especies del Ecuador) (Valencia *et al.*, 2008). Otro aspecto diferenciador de éste orden, es el considerable desarrollo de las extremidades posteriores, las cuales son más grandes que las anteriores y están adaptadas casi siempre para saltar. Usualmente su cabeza tiene grandes proporciones (comparándola con el resto de su cuerpo) y no poseen un cuello diferenciado. Su columna vertebral consta de entre 9 u 8 vértebras y las costillas están reducidas o ausentes por completo (Valencia *et al.*, 2008).

La adaptabilidad de los anuros es impresionante ya que, podemos encontrar especies totalmente arborícolas, cavadoras, acuáticas e inclusive aquellas que sobreviven en hábitats desérticos (Coloma *et al.*, 2000).

A continuación, algunas de las principales características de los anfibios en general:

1. Clase Amphibia (Valencia *et al.*, 2008);
2. Clado o grupo evolutivo Lissamphibia (lisanfibios) (Valencia *et al.*, 2008);
3. Adultos con 4 extremidades, 2 o ninguna (Coloma *et al.*, 2000);
4. Manos con 4 dedos y pies con 5 (excepto en Microhylidae) (Valencia *et al.*, 2008);
5. Cola ausente en casi todos los anuros (Coloma *et al.*, 2000);
6. Esqueleto en gran parte óseo; cráneo con dos cóndilos occipitales. Costillas presentes más no articuladas con el esternón (Coloma *et al.*, 2000);
7. Corazón de tres cámaras, 2 aurículas y un ventrículo (septo de la aurícula incompleto en las salamandras). Uno o tres pares de arcos aórticos. Glóbulos rojos grandes, nucleados y ovals (Coloma *et al.*, 2000);
8. Temperatura del cuerpo variable. Ectotermos, es decir, la temperatura y por lo tanto el ritmo metabólico del cuerpo dependen de la temperatura del ambiente (Valencia *et al.*, 2008);
9. Ojos frecuentemente con párpados móviles (Valencia *et al.*, 2008);
10. Dos fosas nasales comunicadas con la boca (Valencia *et al.*, 2008);
11. Lengua protráctil (ausente en las ranas acuáticas Pipidae) (Valencia *et al.*, 2008);

12. Con dientes maxilares y vomerinos (ausentes en algunos anuros) (Coloma *et al.*, 2000);
13. Piel húmeda y glandular, sin presencia de escamas externas. La dermis contiene una combinación de glándulas mucosas, que mantienen húmedo al animal, y glándulas venenosas que impiden el desarrollo de infecciones. En algunos casos, estas glándulas de veneno están altamente especializadas como mecanismos de defensa, produciendo sustancias que se cuentan entre las más tóxicas de la naturaleza (Coloma *et al.*, 2000);
14. Respiración: cutánea, branquias, pulmones, mucosa bucal (bucofaríngea), separadamente o en combinación (Coloma *et al.*, 2000).
15. Fecundación externa o interna. Ovíparos o vivíparos. Gran diversidad de modos reproductivos, algunos incluyen cuidado parental. Huevos con algo de vitelo y envueltos en una cubierta gelatinosa, sin membranas extraembrionarias (Coloma *et al.*, 2000);
16. En muchos casos, de los huevos salen larvas acuáticas pisciformes, que respiran por branquias y carecen de extremidades. Luego de un proceso de desarrollo fisiológico y anatómico, estas larvas desarrollan extremidades y pulmones y reabsorben la cola, convirtiéndose en adultos terrestres ecológicamente, anatómica y biológicamente diferentes a los juveniles. A este proceso se denomina metamorfosis (Valencia *et al.*, 2008).

3.1.3. Diferencia entre sapos y ranas

A pesar de que muchas personas confunden a estos animalitos por sus similitudes, hay que comprender que en realidad se trata de dos anuros diferentes. Para empezar, su etapa de desarrollo no es similar, mientras que los sapos sufren una transformación paulatina desde que comienzan su vida como unos renacuajos (similar a un pez), sin patas, con aletas y respirando a través de las branquias, hasta finalmente convertirse en un animal de piel y textura gruesa (usualmente llena de verrugas); las ranas tienen un proceso de fecundación externa (huevo) en la mayoría de los casos dentro del agua. Éste procedimiento viene acompañado de una masa gelatinosa en la cual posteriormente se desarrollará el embrión para finalmente dar el paso al renacuajo (Coloma *et al.*, 2000).

Después de ésta metamorfosis, finalmente se puede empezar a apreciar las grandes diferencias entre estos dos animales; por un lado tenemos a los sapos con piel áspera y

seca, los cuales además constan con patas más cortas puesto que son más caminadores; y por el otro, tenemos a las ranas, las cuales poseen una piel más brillante, suave y sus patas posteriores son más largas para poder saltar libremente (Valencia *et al.*, 2008).

3.2. Importancia de los sapos y ranas

Las ranas, sapos y anfibios en general cumplen un papel fundamental en la cadena trófica, al ser claves en el control natural de plagas gracias a su dieta alimenticia basada en insectos tales como el mosquito causante de la malaria (Ron y Merino, 2000). Además, transportan energía desde el medio acuático hacia el terrestre (Ron y Merino, 2000).

Muchos miembros de la comunidad científica han denominado a estos animalitos como los “canarios en la mina de carbón” de nuestro planeta, debido a la sensibilidad de su piel, lo cual convierte a los anfibios en perfectos bioindicadores de la salud de los ecosistemas, y concretamente, de la calidad de las aguas del lugar donde habitan (Coloma *et al.*, 2000). Es por ello que en la actualidad, debido a la contaminación generalizada en las aguas, este grupo faunístico se encuentre tan amenazado (Coloma *et al.*, 2000).

De nuevo, gracias a su alimentación, las ranas producen compuestos en sus secreciones cutáneas (toxinas), para defenderse de virus, bacterias y hongos del medio, que pueden emplearse como antibióticos y otros medicamentos de gran interés para el ser humano:

- cremas anti solares,
- estudios de nuevos antibióticos,
- protecciones para la piel,
- el cáncer de colon,
- tratamientos para el Alzheimer,
- enfermedades cardiovasculares y del corazón (Ron, 2005).

Un caso puntual que podemos mencionar en el Ecuador y que representa una oportunidad fantástica para la ciencia, es la de la rana dardo venenoso fantasmal. Esta especie diminuta (la más pequeña encontrada hasta ahora, midió 5 centímetros de largo desde la punta de su cabeza hasta sus extremidades posteriores) segrega una toxina doscientas veces más potente que la morfina sin la adicción que provoca ésta (Ron, 2005). De acuerdo a varios herpetólogos, su veneno es el más potente del reino animal y una sola rana de esta especie podría matar a más de cien hombres (Coloma *et al.*, 2000). Lastimosamente, su hábitat se

está destruyendo masivamente por la deforestación y actualmente se encuentra en peligro de extinción (Valencia *et al.*, 2008).

3.3. Situación actual de los sapos y las ranas en el Ecuador

El Ecuador posee 434 spp de ranas y sapos descritos formalmente, así como un altísimo nivel de endemismo político: 181 spp (40%) (Valencia *et al.*, 2008). Es el tercer país con mayor diversidad de anfibios después de Brasil y Colombia (Valencia *et al.*, 2008). Además, entre los países megadiversos, nuestro país es muy importante si se considera su número de spp por unidad de superficie (0.017 spp/km²), lo que significa que posee 3 veces más por unidad de superficie que Colombia y 21 veces más que Brasil (Valencia *et al.*, 2008).

Sin embargo, el 6% de los anfibios en el Ecuador se encuentran en peligro crítico, el 15% en peligro, el 10% es vulnerable, el 28% se clasifica con datos insuficientes, y tan solo el 27% y 14% respectivamente, se encuentra en el estado de preocupación menor y casi amenazado (Valencia *et al.*, 2008).

Desafortunadamente, durante las últimas décadas la diversidad de anfibios se ha visto afectada por la disminución y extinción de alrededor de 142 especies de los Andes del Ecuador, siendo las especies andinas las más amenazadas (Ron y Merino, 2000). Múltiples causas se han atribuido al colapso reciente y la desaparición de un gran número de anfibios, de las cuales se destacan: la destrucción y el deterioro de hábitat naturales, la introducción de especies exóticas, la presencia de enfermedades principalmente asociadas al hongo *Batrachochytrium dendrobatidis*, cambios climáticos, efectos sinérgicos de más de una amenaza, entre otros (Coloma *et al.*, 2000). Tales actividades tienen al borde de la extinción a más de medio centenar de anfibios, los cuales requieren medidas urgentes y eficaces para evitar su desaparición (Coloma *et al.*, 2000).

La declinación y extinción de anfibios en el país son críticas, especialmente en la región interandina donde prácticamente ya no existen bosques naturales; sus ecosistemas han sido transformados en tierras agropecuarias, industriales, y urbanas (Ron, 2005). El problema es grave también en las estribaciones occidentales de los Andes y en las zonas bajas de la región litoral donde la destrucción es descontrolada (Sierra, 1999). En los Andes ecuatorianos, hasta 1996, el 42,7% de las formaciones vegetales habían sido modificadas o destruidas (Sierra, 1999). Especies exóticas como pinos, eucaliptos y peces salmónidos han

sido introducidas sobre los 2.000 m de altitud, desde principios del siglo XX. Sus efectos han sido muy dañinos sobre la diversidad nativa (Sierra, 1999). Aunque se entiende que su impacto es enorme, es poco lo que se ha estudiado y cuantificado al respecto (Ron, 2005).

La pérdida de hábitats podría estar determinando la disminución de algunas especies de anfibios; las complejas necesidades de un nicho ecológico para los anfibios representan un desafío especial para la conservación (Sierra, 1999). Los factores más importantes que causan la pérdida del hábitat incluyen la conversión de tierras para la agricultura, la explotación maderera, la minería y el desarrollo de infraestructura. Los incendios también degradan los hogares de un cierto número de especies (Young et al., 2004)

Los anfibios más amenazados se concentran en áreas geográficas confinadas a las cordilleras Central y Occidental de los Andes colombianos, continuando hacia el sur a las cordilleras Occidental y Oriental de Ecuador (Young et al., 2004). En Ecuador, las declinaciones parecen estar relacionadas con el modo reproductivo. Así, las especies más afectadas han sido sapos y ranas con larvas acuáticas (p.ej. *Atelopus*, *Hyloxalus*). Como sucede en Centro América, la mayoría de especies que atraviesan este problema en Ecuador están asociadas a riachuelos o ríos y todas ellas en zonas elevadas (Ron y Merino, 2000). Análisis recientes han revelado que algunas ranas en Ecuador colectadas entre 1980 y 1990 están infectadas por el hongo *Batrachochytrium dendrobatidis*, implicado en las declinaciones de anfibios en Centro América en los mismos años (Ron y Merino, 2000). En Ecuador existe el reporte de este hongo en nueve localidades y siete especies (*Atelopus bomolochos*, *Gastrotheca pseustes*, *Hyalinobatrachium* sp., *Hylorcirtus psarolaimus*, *Telmatobius niger* y dos especies de *Atelopus* no descritas; Merino-Viteri 2001, Ron 2005, Merino-Viteri 2001); tres de ellas se consideran como especies amenazadas. Cabe recalcar que el estado poblacional de la mayoría de anfibios en Ecuador es desconocido por la ausencia de programas de monitoreo e investigación de sus poblaciones (Ron, 2005).

Otro factor importante que podría estar contribuyendo con la declinación de los anfibios es el cambio climático. Se han registrado anomalías climáticas en los Andes del Ecuador especialmente en las décadas de 1980 y 1990, teniendo ambos una inusual combinación de altas temperaturas y días secos (Merino-Viteri, 2001). En coincidencia, en ese mismo periodo las declinaciones fueron más marcadas (Merino-Viteri, 2001). El incremento global en la temperatura media anual es de aproximadamente 0,5 °C (Hasselmann, 1997); sin embargo, la magnitud del aumento varía regionalmente. En los países de los Andes del

Norte (Venezuela, Colombia, Ecuador y Perú), el incremento se aproxima a 0,8 °C (Hulme y Sheard, 1999). En los Andes de Ecuador, según datos de la estación meteorológica INHAMI-Iñaquito, el aumento de la temperatura ha sido aproximadamente cuatro veces mayor (1,9 °C) que el promedio mundial (Ron, 2005). Por tanto, el efecto del cambio climático podría ser acentuado en nuestros Andes. Otros factores ambientales como el efecto invernadero, la lluvia acida, el incremento de las radiaciones por la pérdida de la capa de ozono, entre otros, pueden estar directamente relacionados con la pérdida de anfibios (Ron, 2005). Según Pounds et al., (2006), los cambios climáticos globales podrían ser la causa primaria de las extinciones de anfibios.

Durante la Evaluación Global de Anfibios (GAA por sus siglas en inglés) el estatus de conservación de las poblaciones de anfibios del Ecuador fue categorizado a pesar de que, hasta la fecha no exista un libro o lista roja de anfibios del Ecuador (Coloma *et al.*, 2000). A continuación, el resultado de la categorización de las especies ecuatorianas obtenidas en la GAA y de acuerdo a los criterios de la UICN:

Gráfico No. 6: Número de especies de anfibios de Ecuador por familia y por categoría de amenaza UICN

| Familias/Categoría de amenaza UICN | EX | CR | EN | VU | NT | LC | DD |
|------------------------------------|----------|-----------|-----------|-----------|-----------|------------|-----------|
| Aromobatidae | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 6 | 1 |
| Bufoidea | 3 | 18 | 4 | 2 | 4 | 11 | 2 |
| Caeciliidae | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 9 | 11 |
| Centrolenidae | 0 | 9 | 6 | 7 | 1 | 7 | 19 |
| Ceratophryidae | 0 | 3 | 0 | 1 | 0 | 1 | 1 |
| Craugastoridae | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 |
| Dendrobatidae | 0 | 5 | 4 | 2 | 6 | 10 | 15 |
| Eleutherodactylidae | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 |
| Hemiphractidae | 0 | 0 | 6 | 4 | 3 | 7 | 0 |
| Hylidae | 0 | 1 | 6 | 3 | 2 | 63 | 5 |
| Leiuperidae | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 | 2 |
| Leptodactylidae | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 17 | 0 |
| Microhylidae | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 9 | 0 |
| Pipidae | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 |
| Plethodontidae | 0 | 0 | 0 | 3 | 0 | 4 | 0 |
| Ranidae | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 2 | 0 |
| Rhinatreumatidae | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 2 | 1 |
| Strabomantidae | 0 | 0 | 35 | 16 | 26 | 32 | 32 |
| Total | 3 | 36 | 62 | 39 | 42 | 188 | 89 |

EX= Extinto, CR= Criticamente amenazado, EN= Amenazado, NT= Casi amenazado, LC= Preocupación menor, DD= Datos deficientes

Fuente: Valencia et al., 2008.

Como se puede apreciar en el cuadro superior, es absolutamente necesario levantar más datos y obtener mayor información científica, biológica y ecológica sobre la enorme

diversidad de anfibios de nuestro país y así poder implementar actividades puntuales y efectivas de manejo, con respecto a su conservación a largo plazo, y la de su hábitat.

3.4. Lista preliminar de sapos y ranas del Sapari Ecolodge

Para poder establecer la lista preliminar de sapos y ranas que se podrían observar alrededor de las instalaciones del Sapari Ecolodge en Puerto Quito, se solicitó la colaboración de expertos herpetólogos de la fundación “Tropical Herping” y del Dr. Luis A. Coloma (corroboración) quienes ayudaron a establecer el siguiente listado basados en sus conocimientos y la “Guía de Campo de Anfibios del Ecuador” (Valencia *et al.*, 2008):

Sapo Conífero

Orden: Anura

Familia: Bufonidae

Nombre científico: *Ollotis conifera*

Nombre común: Sapo Conífero / Evergreen Toad

Características

Talla: 150 mm.

Estado de conservación UICN: LC

Las espículas cónicas que adornan el dorso de coloración café, grisácea o verdosa, son la característica principal de éste espécimen. La cabeza es fuertemente osificada y la formación del cráneo entre el ojo y los orificios nasales es prominente. La coloración en juveniles es variable en comparación con los adultos. Las espículas pueden ser rojizas y existen manchas evidentes en los flancos y bajo el ojo. El iris es negro bordeado de color dorado (Valencia *et al.*, 2008).

Sapo Regordete de Paraca

Orden: Anura

Familia: Bufonidae

Nombre científico: *Osornophryne bufoniformis*

Nombre común: Sapo Regordete de Paraca / Paracca’s Plump Toad

Características

Talla: 34 mm.

Estado de conservación UICN: NT

Su forma alargada y robusta compuesta por su piel fuertemente tuberculada de predominante color café muy oscuro, el cual puede variar hasta negro o marrón, sobresale como característica principal en ésta rana. Las membranas de manos y pies se extienden hasta la punta de los dedos. Tubérculos rojizos o amarillos en el vientre y los flancos. Pueden tener pliegues dorsolaterales de color amarillo (Valencia *et al.*, 2008).

Sapo del Chocó

Orden: Anura

Familia: Bufonidae

Nombre científico: *Rhaebo haematiticus*

Nombre común: Sapo del Chocó / Truando Toad

Características

Talla: 33 mm.

Estado de conservación UICN: LC

Dorso finamente granulado, presenta una coloración café con manchas rojizas. El color café predomina al costado de la cabeza y continúa a través del cuerpo, teniendo como límite un ligero pliegue dorsolateral. Los muslos presentan una clara diferenciación en tonalidades de café, siendo más claro en la región dorsal y un poco más oscuro hacia el lado del vientre (Valencia *et al.*, 2008).

Sapo Común Grande

Orden: Anura

Familia: Bufonidae

Nombre científico: *Rhinella marina*

Nombre común: Sapo Común Grande / Common Cane Toad

Características

Talla: 150 mm.

Estado de conservación UICN: LC

Sapo de gran contextura. Piel del dorso ampliamente tuberculada, su coloración varía entre café, marrón y gris, tiene abultadas glándulas parótidas. Presenta manchas dispersas en el área ventral y en la garganta. Presenta una estructura denominada cresta craneal poco diferenciada. El primer dígito es mayor al segundo en las extremidades superiores (Valencia *et al.*, 2008).

Rana de Cristal de Mindo

Orden: Anura

Familia: Centrolenidae

Nombre científico: *Centrolenidae balionotum*

Nombre común: Rana de Cristal de Mindo / Mindo Cochran Frog

Características

Talla: 24 mm.

Estado de conservación UICN: VU

Cuerpo completamente verde con presencia de manchas cafés que se desplazan hacia los miembros anteriores y posteriores. Presenta manchas amarillentas junto al ojo y en la mitad del dorso. Ojo color crema plateado o bronce con finas reticulaciones y pupila negruzca (Valencia *et al.*, 2008).

Rana de Cristal Gigante de Buckley

Orden: Anura

Familia: Centrolenidae

Nombre científico: *Centrolenidae buckleyi*

Nombre común: Rana de Cristal Gigante de Buckley / Buckley's Giant Glass Frog

Características

Talla: 30 mm.

Estado de conservación UICN: NT

Cuerpo completamente verde limón con flancos amarillentos, vientre y garganta color blanco. Transparencia en la región ventral inferior, línea vertical en la mitad de color café rojiza. Patas y ano de coloración blanca hacia el vientre. Pupila negra, punta de los dedos anteriores y posteriores amarillenta (Valencia *et al.*, 2008).

Ranita de Cristal

Orden: Anura

Familia: Centrolenidae

Nombre científico: *Centrolenidae prosoblepon*

Nombre común: Ranita de Cristal / Emerald Glass Frog

Características

Talla: 30 mm.

Estado de conservación UICN: EN

Coloración verduzca uniforme en el dorso con puntos negros dispersos homogéneamente. Vientre parcialmente cubierto con peritoneo blanco. Pupila grande de color negra acompañada por un color oro en el área del iris. Los machos presentan un gancho evidente en la sección anterior del hueso humeral (Valencia *et al.*, 2008).

Rana Venenosa Awá

Orden: Anura

Familia: Dendrobatidae

Nombre científico: *Hyloxalus awa*

Nombre común: Rana Venenosa de Awá / Awa Rocket Frog

Características

Talla: 25 mm.

Estado de conservación UICN: VU

Presenta una coloración café-rojiza con marcas difusas oscuras. Espículas blancas colocadas sobre el área del tímpano. Barra café sobre la región anterior de los brazos. Tubérculos de las zonas palmar y plantar bordeados con gris con una gran predominación del anaranjado. Líneas del iris doradas (Valencia *et al.*, 2008).

Rana Venenosa de Toachi

Orden: Anura

Familia: Dendrobatidae

Nombre científico: *Hyloxalus toachi*

Nombre común: Rana Venenosa de Toachi / Toachi Rocket Frog

Características

Talla: 28 mm.

Estado de conservación UICN: EN

Piel lisa color café que consta de una línea lateral color gris. Sus muslos al igual que su iris son de color bronce con negro. Muestra un vientre blancuzco y una ingle naranja (Valencia *et al.*, 2008).

Rana Diablito

Orden: Anura

Familia: Dendrobatidae

Nombre científico: *Oophaga sylvatica*

Nombre común: Rana Diablito / Devil Poison Frog

Talla: 33 mm.

Estado de conservación UICN: NT

El color rojo predomina en el dorso y vientre de ésta rana la cual también presenta manchas de color café negruzcas mezcladas con el color naranja. La amplia gama de colores de éste animal incluye patrones de camuflaje amarillentos o crema que se matizan con los colores antes mencionados. Patas anteriores, posteriores e iris de color negro (Valencia *et al.*, 2008).

Rana Marsupial Bromelícola

Orden: Anura

Familia: Hemipharactidae

Nombre científico: *Gastrotheca plumbea*

Nombre común: Rana Marsupial Bromelícola / Silver Marsupial Frog

Talla: 64 mm.

Estado de conservación UICN: VU

Su dorso puede variar entre el color café y verde mientras que su vientre y garganta son predominadas por el color crema (Valencia *et al.*, 2008).

Rana Marsupial de San Lucas

Orden: Anura

Familia: Hemipharactidae

Nombre científico: *Gastrotheca pseustes*

Nombre común: Rana Marsupial San Lucas / San Lucas Marsupial Frog

Talla: 64 mm.

Estado de conservación UICN: EN

Color verde a lo largo de su dorsal, sus brazos y ancas son usualmente azules en la superficie basal. Presenta manchas doradas alrededor de los ojos y las glándulas parótidas (Valencia *et al.*, 2008).

Rana Marsupial Andina

Orden: Anura

Familia: Hemipharactidae

Nombre científico: *Gastrotheca riobambae*

Nombre común: Rana Marsupial Andina / Riobamba Marsupial Frog

Talla: 65 mm.

Estado de conservación UICN: EN

Sus extremidades presentan el mismo color que su dorso liso, una coloración verde brillante uniforme a café oscuro. Su vientre es de color gris pálido, su iris bronce y todo su cuerpo es muy robusto (Valencia *et al.*, 2008).

Rana Arborícola del Chocó

Orden: Anura

Familia: Hylidae

Nombre científico: *Agalychnis litodryas*

Nombre común: Rana Arborícola del Chocó / Pink-sided Treefrog

Talla: 70 mm.

Estado de conservación UICN: VU

Un verde colorido uniforme predomina en su dorso que contrasta con el blanco de su vientre y garganta. Sus manos y patas son casi en su totalidad palmeadas con la particularidad que el primer dedo de la pata es más largo que el segundo. El iris es de color rojizo con reticulaciones doradas (Valencia *et al.*, 2008).

Rana Planeadora

Orden: Anura

Familia: Hylidae

Nombre científico: *Agalychnis spurrelli*

Nombre común: Rana Planeadora / Gliding Treefrog

Talla: 72 mm.

Estado de conservación UICN: LC

Presenta dedos internos de las manos y pies de color amarillo anaranjado. Pose una línea característica blanca a través de su antebrazo y de su pata. El peculiar matiz de su dorso se distingue por el cambio de verde claro durante reposo al verde oscuro en actividad. Iris de color marrón rojizo (Valencia *et al.*, 2008).

Rana Reloj de Arena

Orden: Anura

Familia: Hylidae

Nombre científico: *Dendropsophus ebraccatus*

Nombre común: Rana Reloj de Arena / Hourglass Treefrog

Talla: 27 mm.

Estado de conservación UICN: LC

Ésta peculiar rana pequeña presenta un color amarillo que se mezcla con café y crema transparente. A lo largo de su piel lisa, se encuentra una línea angosta color café (Valencia *et al.*, 2008).

Rana Gladiadora

Orden: Anura

Familia: Hylidae

Nombre científico: *Hypsiboas boans*

Nombre común: Rana Gladiadora / Gladiator Frog

Talla: 118 mm.

Estado de conservación UICN: LC

Rana muy común de la zona, presenta piel lisa de color café y manchas oscuras, barras transversales en los muslos. Los lados laterales de su cuerpo son de color gris los cuales se mezclan con las barras verticales de color café oscuras para dar la impresión de un camuflaje difuso (Valencia *et al.*, 2008).

Rana Arborícola Occidental

Orden: Anura

Familia: Hylidae

Nombre científico: *Hypsiboas pellucens*

Nombre común: Rana Arborícola Occidental / Palmar Treefrog

Talla: 83 mm.

Estado de conservación UICN: LC

Presenta pequeñas manchas oscuras entre los ojos y región pélvica. El dorso es de un claro color verduzco que contrasta a la perfección con el color crema o amarillo de su vientre. Su iris es de un peculiar color amarillo-dorado y su pupila es negra (Valencia *et al.*, 2008).

Rana Gladiadora de Rosenberg

Orden: Anura

Familia: Hylidae

Nombre científico: *Hypsiboas rosenbergi*

Nombre común: Rana Gladiadora de Rosenberg / Rosenbreg`s Gladiator Treefrog

Talla: 82 mm.

Estado de conservación UICN: LC

Piel dorsal granulada de color verde pardo claro con manchas verde oscuras irregulares que contrasta con su vientre claro inmaculado. Patas palmeadas casi en su totalidad, iris de color amarillo pálido casi verde, pupila horizontal negra. Hocico truncado (Valencia *et al.*, 2008).

Rana Sonriente

Orden: Anura

Familia: Hylidae

Nombre científico: *Smilisca phaeota*

Nombre común: Rana Sonriente / Cross-banded Treefrog

Talla: 78 mm.

Estado de conservación UICN: LC

El área del tímpano es de color negro o café oscura, el labio superior presenta una línea blanca que redondea el hocico. Su dorso es de color verde con manchas oscuras. Presencia de barras color café en el dorsal de las extremidades posteriores (Valencia *et al.*, 2008).

Rana Arborícola Cabeza de Casco

Orden: Anura

Familia: Hylidae

Nombre científico: *Trachycephalus jordani*

Nombre común: Rana Arborícola Cabeza de Casco / Jordan`s Casque-headed Treefrog

Talla: 125 mm.

Estado de conservación UICN: LC

Su cabeza muestra una fuerte osificación muy particular la cual se diferencia del resto de su cuerpo gracias al pliegue transversal presente entre los tímpanos. Su piel dorsal es

totalmente granulada de color café con ligeros matices dorados casi imperceptibles. Su vientre, el cual también presenta granos, es de color crema, en algunos casos presenta pequeñas manchas marrones. Su pupila es negra y está bordeada de dorado que se mezclan con las reticulaciones del mismo color del iris (Valencia *et al.*, 2008).

Gualag

Orden: Anura

Familia: Leptodactylidae

Nombre científico: *Leptodactylus pentadactylus*

Nombre común: Gualag / South American Bullfrog

Talla: 180 mm.

Estado de conservación UICN: LC

Su dorso es anaranjado o de color gris el cual presenta 5 o 6 barras transversales de color café que llegan hasta las extremidades y contrasta con el color crema de su vientre. Es tamaño grande y de semblante corpulento. Su iris es de color bronce oscuro (Valencia *et al.*, 2008).

Rana Labiada de Bulún

Orden: Anura

Familia: Leptodactylidae

Nombre científico: *Leptodactylus ventrimaculatus*

Nombre común: Rana Labiada de Bulún / Bulun White-lipped Frog

Talla: 47 mm.

Estado de conservación UICN: LC

De hocico puntiagudo, el mismo posee barras labiales verticales oscuras. Su dorso presenta tubérculos pequeños y dispersos a lo largo de su cuerpo café con vientre color blanco o crema con manchas oscuras (Valencia *et al.*, 2008).

Rana de Vaillant

Orden: Anura

Familia: Ranidae

Nombre científico: *Lithobates vaillanti*

Nombre común: Rana de Vaillant / Vaillant's Frog

Talla: 105 mm.

Estado de conservación UICN: LC

Su cuerpo de gran tamaño presenta dos coloraciones, la parte anterior es de un verde claro mientras que la parte posterior es de un café opaco. El vientre varía entre una tonalidad crema a un amarillo pálido, su iris es dorado con manchas negras casi imperceptibles (Valencia *et al.*, 2008).

Cutín de Hocico Prominente

Orden: Anura

Familia: Strabomantidae

Nombre científico: *Craugastor longirostris*

Nombre común: Cutín de Hocico Prominente / Longsnout Robber Frog

Talla: 59 mm.

Estado de conservación UICN: LC

Tal y como su nombre lo indica, éste cutín presenta un hocico prominente del mismo color del resto de su piel lisa, café o gris con marcas oscuras. Su vientre y extremidades son rosáceos a rojizas anaranjadas. Su iris es de color dorado tenue con una línea media rojiza y una barra horizontal café (Valencia *et al.*, 2008).

Cutín de Esmeraldas

Orden: Anura

Familia: Strabomantidae

Nombre científico: *Diasporus gularis*

Nombre común: Cutín de Esmeraldas / Esmeraldas Robber Frog

Talla: 24 mm.

Estado de conservación UICN: LC

Cuerpo pequeño de piel lisa con tonalidades amarillas, bronce, con marcas rojizas atenuadas. Iris dorado con franja roja horizontal. Extremidades de color café pálido con pequeñas manchas oscuras (Valencia *et al.*, 2008).

Cutín Común de Occidente

Orden: Anura

Familia: Strabomantidae

Nombre científico: *Pristimantis achatinus*

Nombre común: Cutín Común de Occidente / Cachabi Robber Frog

Talla: 45 mm.

Estado de conservación UICN: LC

Posee grandes ojos con iris color bronce,; presenta una banda oscura entre el ojo y la nariz. El tamaño de ésta ranita es pequeña la cual tiene una coloración café claro y de piel lisa (Valencia *et al.*, 2008).

Cutín de los Valles

Orden: Anura

Familia: Strabomantidae

Nombre científico: *Pristimantis chalceus*

Nombre común: Cutín de los Valles / Valley Robber Frog

Talla: 31 mm.

Estado de conservación UICN: LC

Rana diminuta forrada de una piel granulada de colores que van desde un amarillo crema homogéneo hasta un café rojizo con manchas rojas. El blanco uniforme se presencia en su vientre y su garganta es de una tonalidad amarillenta tenue (Valencia *et al.*, 2008).

Cutín de Bolívar

Orden: Anura

Familia: Strabomantidae

Nombre científico: *Pristimantis crucifer*

Nombre común: Cutín de Bolívar / Porvenir Robber Frog

Talla: 34 mm.

Estado de conservación UICN: VU

Posee iris de color rojo oscuro mezclado con un bronce sutil. Sobre sus ojos sobresalen un par de tubérculos cónicos. Su dorso es verde con manchas azules oscuras sobre las extremidades e ingle (Valencia *et al.*, 2008).

Cutín de Labios Amarillentos

Orden: Anura

Familia: Strabomantidae

Nombre científico: *Pristimantis lasbiosus*

Nombre común: Cutín de Labios Amarillentos / Yellow-lipped Robber Frog

Talla: 52 mm.

Estado de conservación UICN: LC

Presenta una línea amarilla tenue sobre el contorno de los labios. Su vientre es granulado y de color crema el cual contrasta con el café oliva o café rojizo de su dorso. Su iris es de una tonalidad bronce bordeada de negro con una pequeña pupila del mismo color (Valencia *et al.*, 2008).

Cutín del Chocó

Orden: Anura

Familia: Strabomantidae

Nombre científico: *Pristimantis latidiscus*

Nombre común: Cutín del Chocó / Disc Robber Frog

Talla: 53 mm.

Estado de conservación UICN: LC

Sus extremidades oscuras, presentan flancos grises y azules. Su dorso combina las tonalidades verdes, cafés y cremas. Su vientre es café y usualmente es granulado. El iris es de color bronce tenue con reticulaciones negras (Valencia *et al.*, 2008).

Cutín de Mojanda

Orden: Anura

Familia: Strabomantidae

Nombre científico: *Pristimantis leoni*

Nombre común: Cutín de Mojanda / Leon's Robber Frog

Talla: 25 mm.

Estado de conservación UICN: LC

Ésta rana posee una franja crema o café sobre sus labios. Su iris es azulado con puntos negros y una barra negra. El dorso es ligeramente tuberculado de una coloración café y manchas oscuras. El color de su vientre es gris con marcas amarillas (Valencia *et al.*, 2008).

Cutín de Pichincha

Orden: Anura

Familia: Strabomantidae

Nombre científico: *Pristimantis parvillus*

Nombre común: Cutín de Pichincha / Pichincha Robber Frog

Talla: 25 mm.

Estado de conservación UICN: LC

Su iris es de color café grisáceo con una pupila negra. Su vientre es finamente granuloso de una tonalidad grisácea. Presenta un dorso café bronce anaranjado o verduzco con flancos granulados (Valencia *et al.*, 2008).

Cutín de Intag

Orden: Anura

Familia: Strabomantidae

Nombre científico: *Pristimantis pteridophilus*

Nombre común: Cutín de Intag / Intag Robber Frog

Talla: 33 mm.

Estado de conservación UICN: EN

Vientre de color amarillo claro ligeramente granuloso. Su iris es rojo con trazos oscuros. El dorso es verde bronce o amarillo rojizo con manchas cafés. La piel es lisa. Sus extremidades son de un amarillo difuminado (Valencia *et al.*, 2008).

Cutín de la Quebrada de Zapadores

Orden: Anura

Familia: Strabomantidae

Nombre científico: *Pristimantis quinquagesimus*

Nombre común: Cutín de la Quebrada de Zapadores / Zapadores Robber Frog

Talla: 40 mm.

Estado de conservación UICN: VU

Tiene un dorso color café con marcas negras y textura lisa. Sus flancos son de color café con puntos blancos. Vientre y garganta negros con manchas claras. Iris cobre con motas cafés (Valencia *et al.*, 2008).

Cutín de Quito

Orden: Anura

Familia: Strabomantidae

Nombre científico: *Pristimantis unistrigatus*

Nombre común: Cutín de Quito / Striped Robber Frog

Talla: 45 mm.

Estado de conservación UICN: LC

El color amarillo bronce predomina en su dorso el cual también presenta manchas o barras cafés. Su piel es mixta ya que, mayoritariamente es lisa pero presenta verrugas cónicas. Iris dorado y pupila negra (Valencia *et al.*, 2008).

Cutín de Walker

Orden: Anura

Familia: Strabomantidae

Nombre científico: *Pristimantis walkeri*

Nombre común: Cutín de Walker / Walker's Robber Frog

Talla: 25 mm.

Estado de conservación UICN: LC

Presenta un iris gris con una barra café horizontal y reticulaciones negras. Su vientre es de color gris oscuro y su dorso es café con tonalidades de gris oscuro (Valencia *et al.*, 2008).

Cualita

Orden: Anura

Familia: Strabomantidae

Nombre científico: *Pristimantis w-nigrum*

Nombre común: Cualita / Zurucucho Robber Frog

Talla: 75 mm.

Estado de conservación UICN: LC

Su vientre posee una coloración café pálido con pintas grises pero su singularidad en cuanto a las tonalidades de colores se refleja a lo largo de su dorso el cual presenta matices verde oliva, bandas transversales cafés y marcas negras sobre los muslos. El iris es de una tonalidad amarillenta bronce con ligeras machas cafés (Valencia *et al.*, 2008).

3.5. Implementación de prácticas amigables con el medio ambiente

Antes de poder desarrollar un plan de implementación de prácticas amigables con el medio ambiente, es necesario diferenciar y conocer 2 conceptos claves en éste tema, la sostenibilidad y la sustentabilidad.

Según Eugene S. Tekle (2001), miembro de la comisión Brundland (Comisión Mundial sobre Ambiente y Desarrollo, Nuestro Futuro Común-World commission on Environment and Development, Our commomn Future 1987), la sustentabilidad es: "*Satisfacer las necesidades del presente sin comprometer la habilidad de las generaciones futuras de satisfacer sus propias necesidades*". Éste principio se refiere solamente a la conservación y protección de los recursos naturales, sin tener en cuenta las necesidades sociales, políticas ni culturales (González, R., 2014).

Por otra parte, el desarrollo sostenible plantea un concepto similar al de sustentabilidad tratando de satisfacer las necesidades presentes sin comprometer las necesidades de las generaciones futuras, pero considerando no solo la parte ambiental, ya que adhiere la parte económica y social (González, R., 2014).

Volviendo a la implementación de prácticas amigables con el medio ambiente. Dado que el Sapari Ecolodge se encuentra en la etapa de planificación, es casi imposible determinar a ciencia cierta cuáles serían los posibles impactos tanto positivos como negativos, en el medio bio-físico, socio-económico y futuro. Por tal razón, debemos solamente limitarnos a plantear qué variantes debemos tomar en cuenta.

De acuerdo con Abigail Rome (1999), para poder identificar los impactos de cualquier proyecto en ejecución, es necesario que estos sean evaluados, en especial los críticos, dentro de cada zona de repercusiones que afecten a todas las partes involucradas, turistas, locales, medio ambiente, etc.

Para esto, se debe abarcar las clases de los impactos que a continuación se enumera en los siguientes grupos definidos en términos generales:

- Impactos en el medio ambiente.- en la zona protegida y en los predios circundantes (impactos materiales y biológicos);
- Impactos experienciales o psicológicos.- en los visitantes;
- Impactos económicos.- en las comunidades y zona protegida;
- Impactos socioculturales.- en las comunidades;
- Impactos en materia de manejo o infraestructura en los predios circundantes (Rome, 1999).

Basados en la definición de impactos e indicadores de Abigail Rome, se ha realizado la siguiente matriz con los posibles impactos ambientales que ocasionaría la ejecución del proyecto turístico “Sapari Ecolodge”:

Gráfico No. 7: Tabla de indicadores y posibles impactos ambientales del proyecto turístico “Sapari Ecolodge”

| TABLA DE INDICADORES Y POSIBLES IMPACTOS AMBIENTALES QUE PODRÍA GENERAR EL PROYECTO SAPARI ECOLOGE | | |
|---|--------|---|
| INDICADORES | | CARACTERÍSTICAS DEL IMPACTO + o - |
| MEDIO AMBIENTE | Tierra | Erosión del suelo ocasionada por circulación de los |

| | | |
|------------------------|-----------------|--|
| | | turistas |
| | | Construcción de cabañas y edificios relacionados |
| | | Pavimentación |
| | Agua | Desperdicio del agua al abrir las llaves de los grifos |
| | Flora | Tala de árboles |
| | | Recolección de especies por parte de los turistas |
| | Fauna | Perturbación a los animales por parte de flashes y cámaras fotográficas |
| | | Uso de insecticidas y perfumes que perturban a los animales |
| EXPERIENCIALES | Visitantes | Concienciación sobre la importancia de sapos y ranas |
| | | Nuevas experiencias que unen al hombre con la naturaleza a través de actividades al aire libre |
| ECONÓMICOS | Comunidad Local | Venta de productos locales/artesanales como el chocolate, frutas, etc. |
| | | Generación de fuentes de empleo para los locales |
| SOCIOCULTURALES | Comunidad Local | Proceso de aculturación en la comunidad local |
| | | Saturación emocional por parte de los locales hacia los visitantes |
| | | Empatía entre la comunidad local y los turistas |
| INFRAESTRUCTURA | Terreno | Alteración superficial y subterránea del terreno |

Fuente: Elaboración propia

La importancia de tener una infraestructura ecológicamente amigable basada en el uso inteligente de materiales reciclados o de alto rendimiento y poco consumo energético, es crucial para la sostenibilidad ecológica de un negocio enfocado en el ecoturismo y naturaleza. Pero el buen uso de éste tipo de materia prima no solo benefician al medioambiente ya que, son un gran atractivo para los llamados “turistas inteligentes”

quienes buscan todas las comodidades de un hotel confortable sumado a la baja contaminación (Valls, 2004).

El Sapari Ecolodge basará su plan de construcción y operación diaria en los siguientes ejes:

Construcción

- Uso de duchas solares de poco flujo de agua;
- Sanitarios secos de utilización cero de H₂O;
- Celdas fotovoltaicas para generar energía eléctrica, solamente para el área del comedor y centro de interpretación (primera etapa del proyecto);
- Compra de electrodomésticos eficientes con respecto al bajo uso de energía;
- Uso de sensores para las boquillas o focos en las áreas sociales;
- Implementación de techos realizados 100% con botellas de plástico reciclado en las áreas sociales como plan piloto para posteriormente utilizar en todo el lodge;
- Construcción de ventanas y puertas ubicadas inteligentemente con relación a las corrientes de viento que se generan en la zona;
- Señalización y construcción de senderos con materiales reciclados del bosque.

Operación diaria

- Utilización de servilletas de tela;
- Implementación y equipamiento de cargadores solares para aparatos eléctricos como celulares o cámaras;
- Uso de productos comestibles locales y/o producidos en un huerto propio y que además, sean orgánicos;
- Reciclar todos los desperdicios generados tanto en la cocina como en las habitaciones, a través de tachos de basura debidamente identificados;
- Limpieza y aseo diario mediante el uso de productos desinfectantes no tóxicos o sin componentes químicos (ya disponibles en el mercado ecuatoriano);
- Por último, una capacitación óptima y efectiva al personal sobre el uso y reciclaje de los desechos y materia prima.

4. ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA

Con el paso de los años, el concepto de turismo ha ido evolucionando y cambiando constantemente debido a la amplia variedad de definiciones que han surgido y que suelen

incidir en una serie de aspectos tales como la idea de desplazamiento o el motivo de la estancia. No obstante, cabe destacar que el sector turístico es muy complejo puesto que, por un lado, la delimitación del área que comprende es confusa debido a que las actividades o los subsectores que forman parte del mismo son heterogéneos y, por otro, existen múltiples y complejas interrelaciones entre los mismos elementos que lo constituyen (Huéscar, 1993).

En el año de 1994, La Comisión de Estadística de las Naciones Unidas (O.N.U.) aprueba el informe de la Organización Mundial del Turismo de Recomendaciones sobre estadísticas del turismo. La definición otorgada al término turismo es la siguiente:

El turismo comprende "*las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos*" (O.N.U., 1994).

Por su parte, La Organización Mundial del Turismo (O.M.T.) quería diferenciar en el turismo internacional términos como turista, excursionista y visitante, con el fin de obtener datos crudos y específicos a la hora de elaborar la estadística del turismo, por lo que las definiciones que aporta son las siguientes:

Un visitante es "*una persona que visita por no más de un año un país diferente de aquél en el cual tiene de ordinario su residencia y cuyo motivo principal para la visita es distinto del de ejercer una ocupación remunerada en el mismo país que visita*" (O.M.T., 1993).

Generalmente, las definiciones que a lo largo del tiempo se han propuesto acerca del concepto de turismo están planteadas desde el punto de vista de la demanda turística. En cambio, si se tiene en cuenta la oferta de servicios y las actividades que en este sector se realizan también puede configurarse una clasificación del mismo (Uriel y Monfort, 2001). Las grandes agrupaciones contempladas en la misma son el alojamiento turístico y restauración, las agencias de viajes, actividades complementarias a las turísticas y el transporte que incluye ferrocarril, el transporte de viajeros por carretera, el marítimo, el aéreo y el alquiler de vehículos (Uriel y Monfort, 2001).

El turismo representa una actividad enmarcada en el sector industrial terciario, es decir del sector de servicios, el cual es generador de importantes réditos económicos que constituyen una base significativa de las economías de varios países a nivel mundial (Piqueras, 1986).

Estas empresas, de carácter diverso y complejo, tanto en su estructura y en su organización como en las actividades que desarrollan, ofrecen al cliente un servicio o producto que difícilmente es tangible y, por tanto, poco almacenable (Piqueras, 1986).

Además, se trata de un sector en el que a menudo el cliente está alejado del producto que pretende consumir lo cual le obliga a efectuar un desplazamiento hasta el lugar en el que consumirá dicho producto. Este hecho comporta un desarrollo espectacular en las actividades de comercialización del mismo, para la captación del cliente y la promoción del producto distinto del que pueda darse en otros sectores (Uriel y Monfort, 2001).

Un último aspecto a considerar en relación con el sector turístico es su dependencia con respecto a su localización específica, es decir, a los recursos naturales del espacio en el que se encuentre enmarcada cada oferta turística, así como la legislación emitida en relación al sector y a dichos recursos, tanto por las restricciones que ambos, localización y legislación, pueden implicar como por las oportunidades que pueden reportar al sector (Piqueras, 1986). Puesto que estas circunstancias también han ido cambiando a lo largo del tiempo.

El crecimiento paulatino que ha mantenido el sector ha provocado su complejidad, a decir de McCabe (2002), el turismo se ha convertido en una parte arraigada de la vida, del consumo y uso cotidiano, que es difícil distinguirlo de otras actividades domésticas de ocio. Cada vez han ido apareciendo nuevos requerimientos que deben ser cubiertos provocando el surgimiento de nuevos segmentos de mercado que de una u otra manera han llegado a especializar los productos turísticos.

También es cierto que este sector se ha mostrado a lo largo de los años bastante vulnerable a determinadas situaciones de diversa índole, tales como políticas monetarias, inestabilidad política, situaciones de paz o inestabilidad, crisis monetarias o políticas internacionales, etc. No obstante, con la proyección de más de 40 años (Piqueras, 1986), es constatable que se trata de uno de los sectores que mejor ha resistido y superado los diferentes traspisés recibidos directa o indirectamente derivados de todas aquellas situaciones apuntadas anteriormente.

4.1. Panorama nacional e internacional

4.1.1. Internacional

Según Vásquez (1996): *El dinamismo que en los mercados va teniendo la demanda turística determina la adaptabilidad por parte de los ofertantes a los nuevos requerimientos de los*

consumidores de un producto turístico que, no debe ser visto dentro de un mercado homogéneo, ya que los compradores o consumidores tienen rasgos característicos diferenciados, distintos deseos y necesidades, por tanto diferentes conductas de compra.

De acuerdo a los datos del Barómetro OMT del Turismo Mundial (2012) emitidos mensual y trimestralmente, las llegadas de turistas internacionales en el mundo crecieron a un ritmo del 4% en los cuatro primeros meses de 2012, consolidándose así la tendencia al alza iniciada en 2010. En comparación con el año 2011, el 2012 obtuvo una ganancia de más de 28 millones con un record de 705 millones de turistas, cifra record hasta agosto del 2012 (OMT, 2012).

En el 2013, las llegadas de turistas internacionales se incrementaron en un 5% durante la primera mitad de éste año en comparación con el mismo periodo del 2012, alcanzando casi los 500 millones de visitantes (5% o 25 millones más) (OMT, 2013). Estos números superaron las expectativas y predicciones de la OMT planteados a principios del presente año (entre +3% y +4%) y actualmente está sobrepasando la tendencia a largo plazo formulada para el 2030 con un crecimiento de +3.8% cada año (OMT, 2013).

Según la OMT (2012), la distribución global por regiones del 2012 situó a Asia (+8%) en primer lugar, África (+6%) en segundo, las Américas (+4%; América Central +7%; América del Sur +6%, América del Norte 3%) en tercero y en última posición a Europa (+3%). Por su parte, el 2013 significó un cambio importante para Europa con un incremento del +5%, Asia, África y las Américas disminuyeron el ingreso de turistas con un +6%, +4% y +2% respectivamente (OMT, 2013).

Hablando particularmente de nuestro continente, la OMT (2013) afirma que en comparación con los dos o tres años anteriores, hasta el momento las cifras obtenidas por las Américas son mediocres dado la disminución de visitantes para la región norte del continente.

En materia de ingresos por concepto de turismo, los cinco países con mayor incremento en el 2012 fueron:

- China (Hong Kong) con un +17%;
- Estados Unidos, +8%;
- Alemania, + 7%;
- Francia, +5%; y

- Reino Unido, +4% (OMT, 2012).

A parte de los países mencionados cabe destacar los números de Japón (+48%), Suecia (+26%), Sudáfrica (+26%), República de Corea (+26%), India (+23%), Polonia (+19%), Tailandia (+17%), Rusia (+16%), Egipto (+13%), República Checa (+13%), Taiwán (+11%), Singapur (+10%) y Croacia (+10%) (OMT, 2012). Cabe recalcar que para el 2013 todavía no se ha emitido un pronunciamiento oficial por parte de la OMT.

Por otra parte, los 10 países emisores más importantes en viajes al extranjero para el 2012 fueron:

- China, (+30%);
- Rusia, (+15%);
- Estados Unidos, (+9%);
- Canadá, (+6%);
- Alemania, (+5%);
- Australia, (+4%);
- Japón, (+7%);
- Reino Unido (+2%); y
- Francia e Italia que a pesar de registrar un leve descenso (OMT, 2012).

Para el 2013, hasta la fecha, China (+31%) y Rusia (+22%) fueron los que se han mantenido a la cabeza de los países emisores. El resto de los 8 países mantuvieron de igual manera la tendencia marcada en el 2012 (OMT, 2013). Caso especial y digno de mención, es el de Brasil el cual recupera una media de 15% después de un 2012 modesto (OMT, 2013).

4.1.2. Nacional

Es de conocimiento generalizado que el desarrollo de actividades turísticas se ha convertido en una prioridad para el actual gobierno del Ecuador. Es así, que “el sector turístico aumentó el número de establecimientos registrados y en el 2009, generaron empleo para 90.145 ecuatorianos, entre ellos 42.098 mujeres y 48.047 hombres, lo que significa un incremento del 6,5% con relación al 2008, que registró 84.668 personas empleadas” (MINTUR, 2011).

En el mes de octubre del 2013, Ecuador rompió la barrera del millón de llegadas de turistas extranjeros, lo cual es un record dado que, hasta la fecha se han registrado 1'049.493

turistas; esto representa un incremento del 12.23% con relación al mismo periodo en 2012 (99.145 visitantes) (MINTUR, 2013).

De acuerdo al análisis previo hecho con las cifras del Barómetro Turístico de la Organización Mundial del Turismo, el cual señalaba que el turismo en el mundo prevé un crecimiento anual del 3.8% de aquí al 2030 (OMT, 2013). El Ecuador espera tener un crecimiento sostenido del 12% por año, y obtener ganancias de cerca de USD 1.100 millones, en base a los datos de la cuenta satélite (MINTUR, 2013).

Prueba de ésta proyección y resultados esperados, es la campaña publicitaria de “All you need is Ecuador/Todo lo que necesitas es Ecuador”, la cual fue lanzada el 1 de abril del 2014, en 19 ciudades del mundo (7 de ellas en el Ecuador), con un impacto global hasta la fecha de 455 millones de personas alrededor del mundo (MINTUR, 2014). Según cifras del Ministerio de Turismo (2014), Ecuador ha incrementado el número de visitantes que ingresan a nuestro país en un 16,3% (enero-mayo 2014) con respecto al 2013.

En este contexto, el turismo interno cobra gran relevancia debido a la creación de fuentes de trabajo y al flujo de dinero que dicha actividad genera. Para ser más específicos, en el año 2010 se generaron 273 millones de dólares (MINTUR, 2011) y en el 2012 hubo una dinamización económica sobre los USD 1.000 millones con un estimado de 10,5 millones de viajes turísticos (MINTUR, 2013). Estos buenos resultados se han obtenido gracias a los objetivos planteados años atrás por el Ministerio de Turismo, con planes estratégicos a corto, mediano y largo plazo, como la difusión del calendario de días Festivos Nacionales, las acciones de promoción nacional, y el excelente estado de las vías terrestres en el territorio nacional.

4.2. Necesidad latente del turista ecuatoriano

El incremento en la dinamización económica por el turismo, la estimación enorme de viajes turísticos internos (10.5 millones) (MINTUR, 2013), la gran difusión y nueva estructuración del calendario de feriados turísticos; son factores relevantes que han generado a lo largo de estos últimos años una demanda turística en el consumidor ecuatoriano, la cual está encabezada por los dos polos poblacionales más importantes del Ecuador, Quito y Guayaquil, ciudades que acogen la emisión y recepción de más del 41% del total de turistas del Ecuador (MINTUR, 2013).

Para tener una idea más clara sobre la gran cantidad de feriados que tienen los ecuatorianos y que son una buena oportunidad para satisfacer sus necesidades turísticas, detallamos el calendario de feriados turísticos en el Ecuador:

- Carnaval;
- Semana Santa;
- Primero de Mayo;
- 24 de Mayo;
- 10 de Agosto;
- 9 de Octubre;
- 2 – 3 de Noviembre;
- Navidad (Diciembre); y
- Fin de Año (Diciembre) (MINTUR, 2013).

Otro factor importante que puede contribuir a la dinamización del turismo interno en el Ecuador es el PIB per cápita a precios constantes; el cual se ha incrementado a un 2.1% entre 2005 y 2010 desde los 1.587 USD por persona hasta los 1.759 USD. Una vez más, Guayas y Pichincha son las provincias que más contribuyen con el PIB nacional (MINTUR, 2012).

La tasa de desempleo en el Ecuador ha disminuido considerablemente en los últimos años, de 10,7% en 2005 al 5,0% 2011(MINTUR, 2012). De igual manera la inflación anual acumulada ha logrado estabilizarse en el 2012 en el 5,3% con una tendencia a la baja (MINTUR, 20013).

Por otro lado, el salario mínimo unificado hasta la fecha subió de \$292 a \$318 mensuales lo que representa un incremento de \$26 y equivale al 8,81% (Diario Hoy, 2012).

Finalmente, cabe mencionar la cifra exacta de movilización interna del turismo nacional registrada hasta el año 2011 en su totalidad, con 5.003.641 (MINTUR, 2011) de viajes turísticos solamente durante el periodo de feriados nacionales.

Todas las variantes analizadas en éste subcapítulo demuestran que los ecuatorianos tienden a realizar más turismo interno en comparación con años anteriores.

4.3. Oportunidades a mediano y largo plazo en el mercado turístico ecuatoriano

Las expectativas del Ministerio de Turismo con respecto al incremento a mediano plazo son muy positivas, considerando que se espera que las visitas de turistas extranjeros hacia el Ecuador aumenten en un 42% en términos acumulados, para el año 2015 (MINTUR, 2013).

Además, con el nuevo aeropuerto de Quito, las autoridades de turismo desean abrir nuevas rutas internacionales directas, en algunos casos ya se han concretado, así como abaratar el coste de pasajes aéreos en dos rutas en particular, Colombia y Perú. Estos dos mercados interesan mucho tomando en cuenta que ambos países se ubican entre los tres mercados claves más importantes para el Ecuador con un número de visitantes de 349.457 y 137.096 (periodo Ene-Dic 2012) (MINTUR, 2013).

En cuanto al mercado interno, las expectativas para el 2015 se centran en un incremento del 31% en las visitas, basadas en el desarrollo vial tanto terrestre como aéreo que disminuye el tiempo de viaje entre un destino y otro; desarrollo de la infraestructura hotelera y calidad de los ofertantes de servicios, principalmente a lo largo de la zona costera de Esmeraldas, Manabí y Guayas (MINTUR, 2013).

En el largo plazo se espera que el turismo en nuestro país se ubique entre las tres primeras fuentes de ingreso de nuestra economía, actualmente ubicada en el puesto 6 con 1.000 millones de dólares anuales, poniendo énfasis en el desarrollo de ecoturismo y turismo de lujo a través de iniciativas gubernamentales tales como Socio Bosque y Mi Canoa Turística (MINTUR, 2013).

En cuanto a las oportunidades a mediano y largo plazo en el mercado turístico de Puerto Quito. A decir de Camilo Meneses quien es el Director de Desarrollo Social, Cultural y de Turismo de Puerto Quito, “éste cantón tiene mucho potencial turístico a mediano y largo plazo considerando la gran cantidad de atractivos turísticos de la zona y las características en general de Puerto Quito para ofrecer servicios complementarios de calidad, presencia de bosque húmedo tropical (gran porcentaje primario), más de 400 especies de aves, desarrollo de agroturismo (agricultores producen deliciosos dulces de chocolate, licor de cacao y ofrecen miel de abeja), turismo comunitario, turismo de aventura” (C. Meneses, comunicación personal, 13 de mayo del 2014).

Sin embargo, Meneses considera que el turismo todavía no ha sido explotado como debería tomando en cuenta que Puerto Quito tiene más potencial turístico que Mindo, destino que a

criterio de él, ha sido vendido de manera óptima por lo cual se han observado grandes réditos para ese cantón (C. Meneses, comunicación personal, 13 de mayo del 2014).

5. MERCADO OBJETIVO

5.1. Mercado potencial

Para el Sapari Ecolodge el mercado potencial se basaría en todos los ciudadanos que habiten en Quito, económicamente activos que puedan dejar ingresos significativos para el proyecto planteado. Por tal motivo es de vital importancia estudiar más de cerca a dicho mercado.

Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC (2011), hasta el 5 de diciembre del 2011 se registraron 2'239.191 de personas viviendo en Quito, lo cual representa un incremento del 21,7% a lo largo de los últimos diez años (1'839.853 habitantes, año 2011). El 52% de la población es de mujeres, el 48% se de hombres y el 23,9% corresponde a niños.

El 9,6% de los quiteños ronda entre los 20 y 24 años de edad, es decir que la edad promedio de ésta población es de 25,2 años. Por otro lado, el 40,3% de los habitantes de Quito está casado, el 36,8% solteros, el 12,8% unidos, el 3,8% separados, el 3,2% viudos y el 3,1 se encuentra divorciado (INEC, 2011).

Con respecto a la vivienda, el 58,8% de la población censada posee vivienda propia mientras que el 38,8% arrienda, de la misma manera el 75,4% utiliza y posee un celular, el 48,2% tiene acceso a internet y el 54,3% puede acceder a una computadora (INEC, 2011).

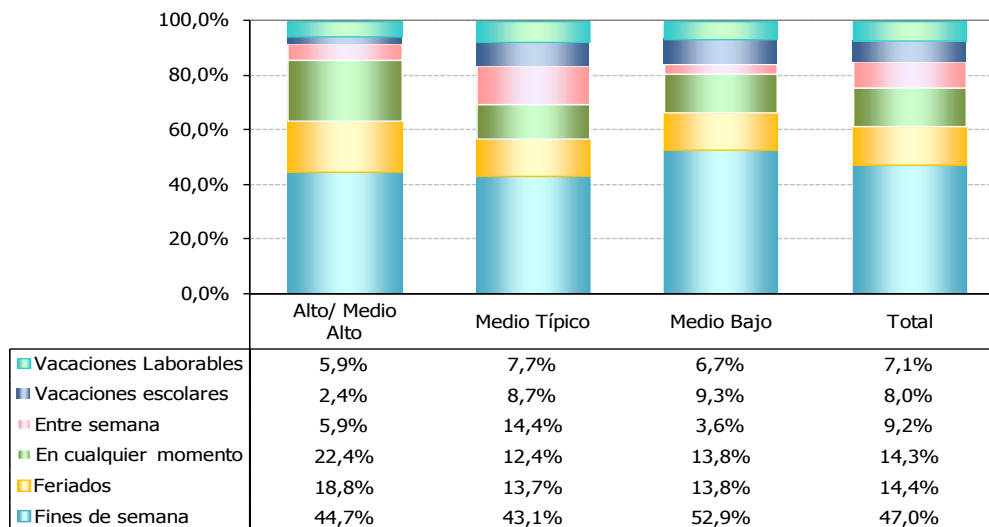
5.2. Identificación del mercado

De acuerdo a un estudio publicado en el 2010 por la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico (EPMGDT - Quito Turismo), el 52,9% de la población quiteña económicamente activa percibe un salario entre \$240 a \$500, el 27,8% de \$501 a \$1.200 y el 5,8% de \$1.201 a \$3.000.

De los grupos identificados previamente, el 53,1% representa el medio típico (no bajo ni alto) en cuanto al nivel socioeconómico se refiere; 14,6% es del medio alto/alto y el 32,3% pertenece al medio bajo (EPMGDT - Quito Turismo, 2010).

En la siguiente gráfica se puede apreciar el periodo de tiempo en el que los quiteños prefieren recorrer Quito o sus alrededores (dentro de la provincia de Pichincha):

Gráfico No. 8: Tiempo/fechas que los entrevistados prefieren quedarse en la ciudad de Quito o sus alrededores por descanso, ocio, esparcimiento o diversión.



Fuente: EPMGDT - Quito Turismo, 2010.

Con los datos mencionados en la parte de arriba debemos identificar a la clase media típica y media alta como nuestro mercado objetivo, considerando sus ingresos mensuales y capacidad adquisitiva.

5.3. Investigación de mercado

La investigación de mercados se basó en dos estudios relacionados a los servicios, destino, precio, y segmento de mercado del proyecto a impulsar; los cuales se describen a continuación:

5.3.1. Estudio de mercado Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico

El primero de los estudios fue realizado por la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico (Quito) en el año 2010, organización que realizó preguntas referentes a los intereses, gustos, preferencias, presupuesto, periodo de estancia, entre otras, a los habitantes de Quito y turistas nacionales en general que visitan esta urbe y sus alrededores.

A continuación un abstracto de los resultados más relevantes de dicho estudio:

- Edad promedio de los encuestados: de 22 a 30 años;
- Ingreso mensual aproximado: de \$240 a \$500;
- Nivel socio económico: clase media, media-alta;

- Gasto Promedio familiar anual aproximado en Turismo: de \$101 a \$300;
- Tiempo/fechas que los entrevistados prefieren quedarse en la ciudad de Quito o sus alrededores por descanso, ocio, esparcimiento o diversión: fines de semana;
- Actividades que realizan los entrevistados cuando se quedan en la ciudad de Quito o sus alrededores por descanso, ocio, esparcimiento o diversión: paseo/turismo;
- Cantidad de personas con las que los entrevistados se movilizan cuando se quedan en la ciudad de Quito o sus alrededores por descanso, ocio, esparcimiento o diversión: media de 4 personas;
- Tipo de actividades que los entrevistados realizan cuando salen de paseo por ocio o esparcimiento en la ciudad de Quito: caminatas, gastronomía, observación de aves;
- Tres características importantes que debe tener un servicio turístico para que los entrevistados lo adquieran: precio, transporte y alojamiento (EPMGDT - Quito Turismo, 2010).

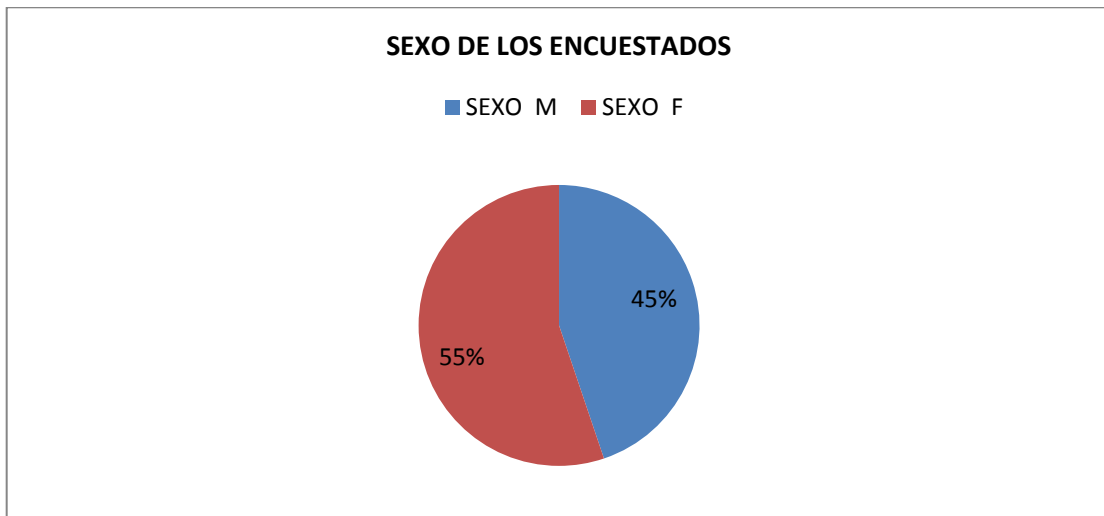
Estos datos de fuentes secundarias han sido muy importantes a la hora de realizar y completar el estudio de mercado propio para el Sapari Ecolodge, el cual se explicará en el siguiente subcapítulo.

5.3.2. Estudio de mercado Sapari Ecolodge

El segundo estudio, fue realizado a una muestra representativa de 385 personas, a través de una encuesta (margen de error del 5%) de 12 preguntas sobre: sexo, edad, estado civil, tenencia o no de hijos, predisposición para visitar el proyecto turístico Sapari Ecolodge, orden de importancia de los animales que se podrían observar en los alrededores del lodge, grado de interés de los encuestados por hospedarse en la hostería, actividades que le gustaría realizar durante su estancia, periodo de permanencia en el destino, temporada del año en la que preferiría visitar el lugar, presupuesto a gastar durante su estadía, ingresos mensuales de los participantes, y petición de sugerencias relacionadas a qué otra actividad y/o servicio les gustaría recibir en el proyecto turístico en mención. El detalle de los resultados completos de las 385 encuestas con sus respectivas preguntas y gráficas a continuación:

Pregunta No. 1 Sexo;

Gráfico No. 9: Sexo de los encuestados

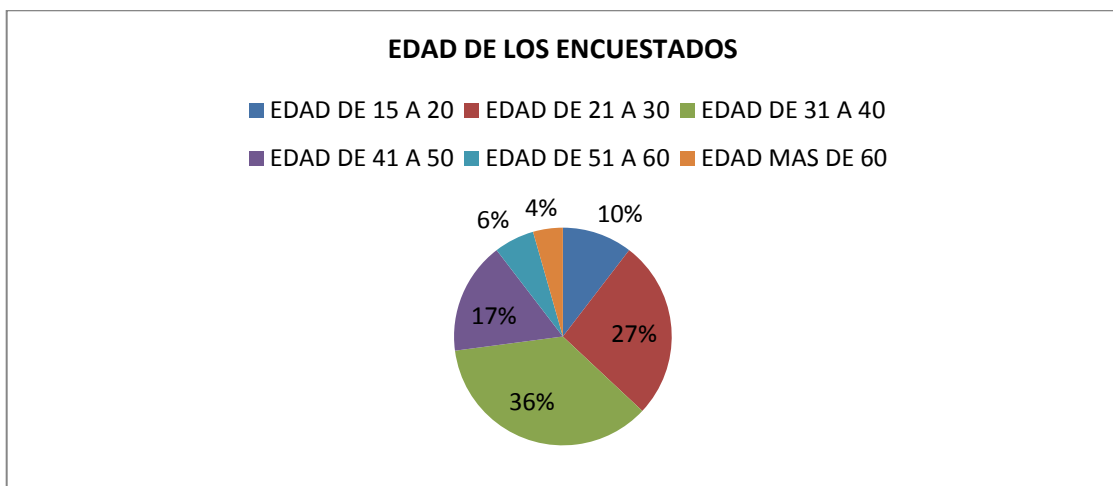


Fuente: Elaboración propia

De las 385 personas encuestadas se pudo observar un ligero margen favorable del 10% (212) para las mujeres en comparación del total de hombres participantes (173).

Pregunta No. 2 Edad;

Gráfico No. 10: Edad de los encuestados

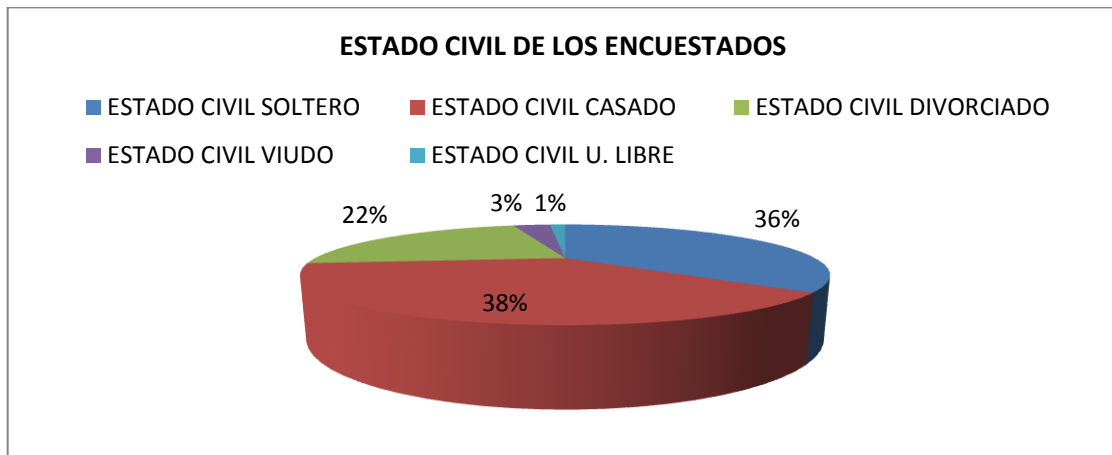


Fuente: Elaboración propia

En cuanto a los datos obtenidos del promedio de edad de los participantes, cabe resaltar el mayor porcentaje promedio de 31 a 40 años, seguido de cerca por las personas de entre 21 a 30 años, lo cual nos indica que en general los encuestados fueron adultos con criterio formado.

Pregunta No. 3 Estado civil;

Gráfico No. 11: Estado civil de los encuestados

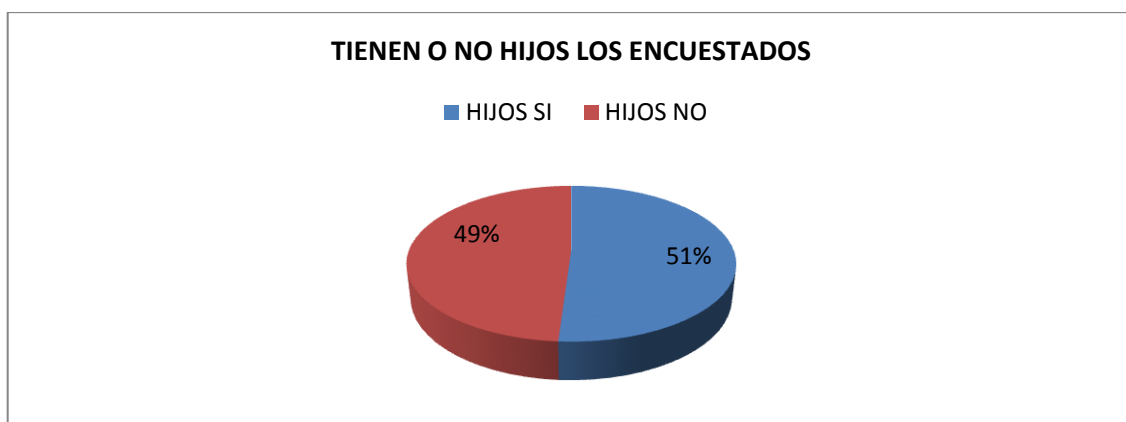


Fuente: Elaboración propia

El estado civil de las personas consultadas nos indica que en su mayoría, estos ciudadanos quiteños son actualmente casados o solteros pero también se puede apreciar en la gráfica un porcentaje alto de gente divorciada.

Pregunta No. 4 Tiene hijos;

Gráfico No. 12: Tienen o no hijos los encuestados

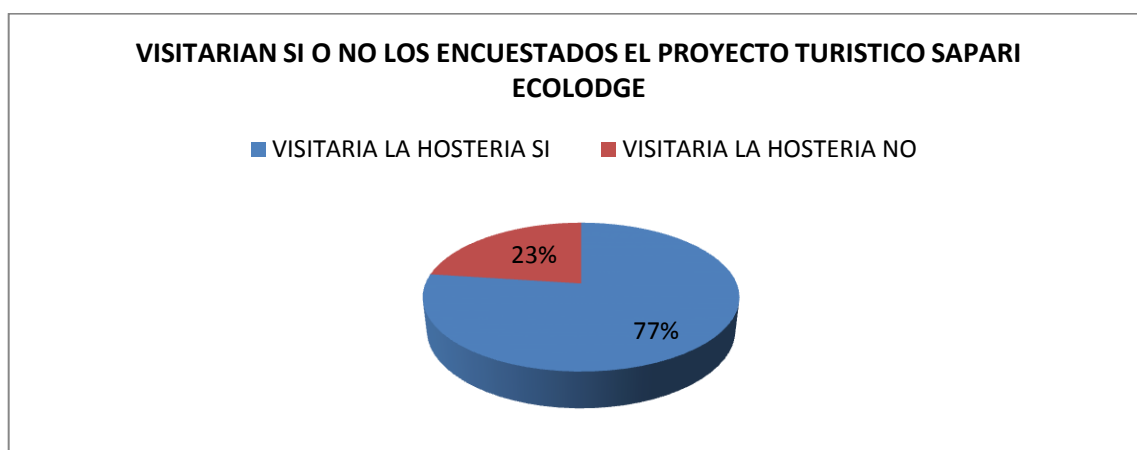


Fuente: Elaboración propia

Ésta gráfica nos indica claramente una similitud de casi 50 y 50 en cuanto a si las personas tienen o no hijos. Este dato es relevante para poder asociarlo con la posibilidad de ofrecer los dos paquetes para niños que se había planteado previamente como productos del proyecto turístico Sapari Ecolodge.

Pregunta No. 5 Visitaría la hostería para la observación de animales en su estado natural;

Gráfico No. 13: Visitarían o no los encuestados el proyecto turístico “Sapari Ecolodge”

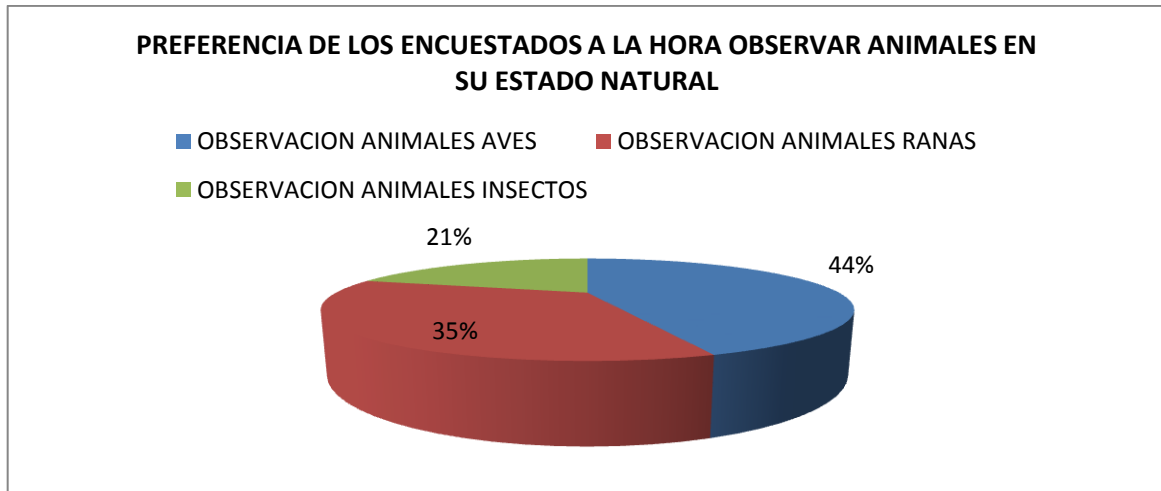


Fuente: Elaboración propia

Gratamente se pudo apreciar a través de las encuestas, que la mayoría de los encuestados sí visitarían el Sapari Ecolodge, con un rotundo 77%, lo cual nos indica el alto porcentaje de interés sobre el proyecto.

Pregunta No. 6 Si usted disfruta de la observación de animales en su estado natural, en orden de importancia del 1 al 3 (3 siendo el más importante y 1 el menos importante), por favor ordene de acuerdo a su preferencia cuál le parece más interesante;

Gráfico No. 14: Preferencia de los encuestados a la hora de observar animales en su estado natural

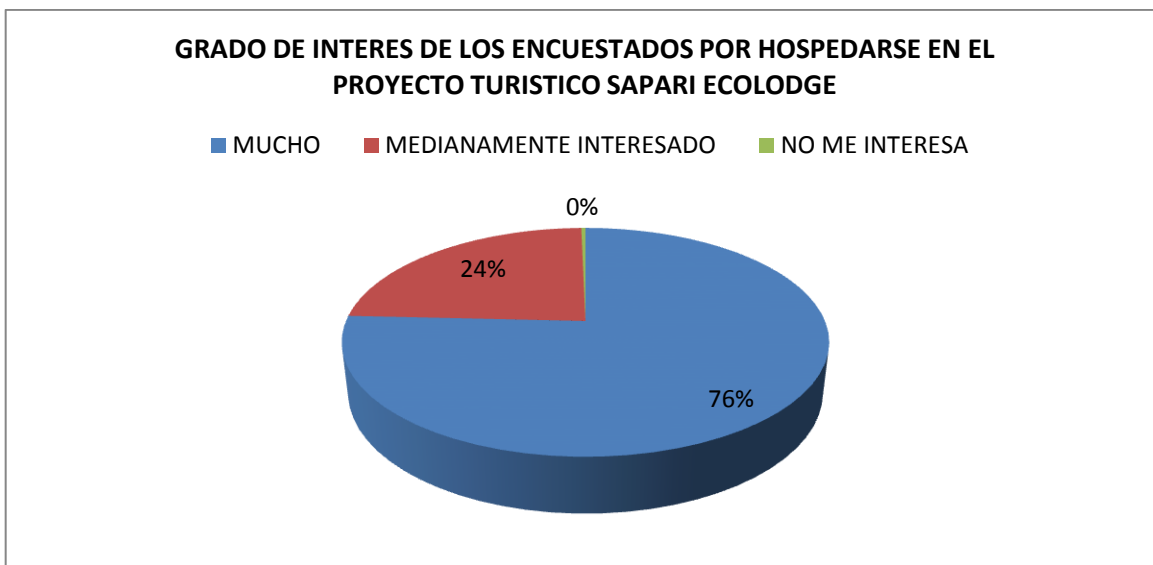


Fuente: Elaboración propia

Desde el punto de vista de relevancia de las preguntas realizadas a los participantes, tal vez ésta era la más significativa si consideramos que el avistamiento de sapos y ranas es el núcleo y el corazón del proyecto en mención. La gente consultada dijo en un 35% que sí le agradaría observar estos animales lo cual es muy positivo si lo comparamos con el también alto índice de simpatía del público en cuanto al avistamiento de aves, 44%. Estos datos demuestran que al menos la gente sí presenta cierto grado de interés para conocer más sobre estos anfibios.

Pregunta No. 7 Le interesaría hospedarse en un lugar enfocado en la conservación de las ranas y los sapos, donde usted pueda aprender más sobre estos animales;

Gráfico No. 15: Grado de interés de los encuestados por hospedarse en el proyecto turístico “Sapari Ecolodge”

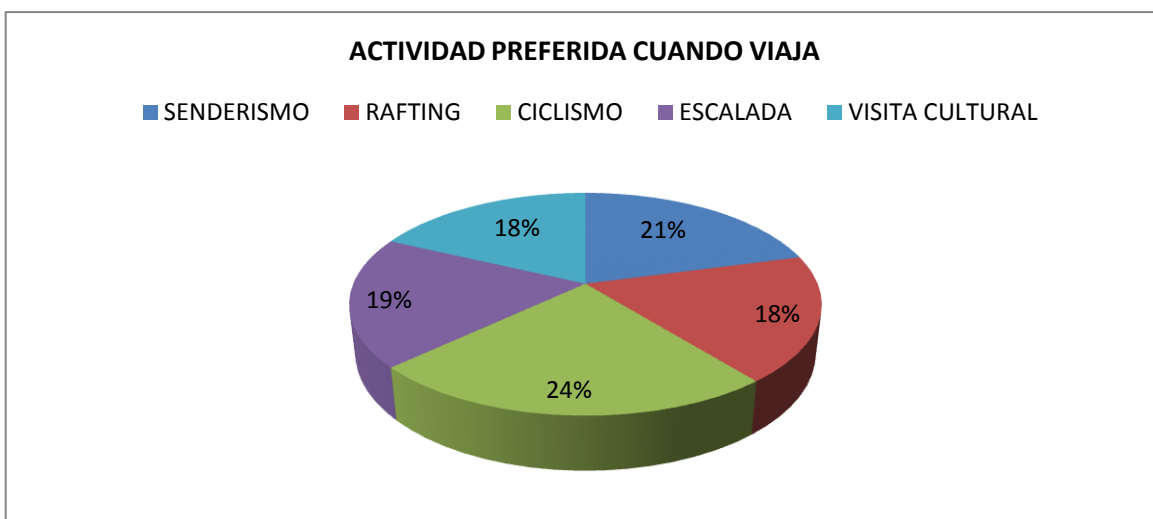


Fuente: Elaboración propia

Con esta pregunta se pudo corroborar que un alto número de personas le agradaría pernoctar en el Sapari Ecolodge, con un 76%. Cabe recalcar que apenas una persona no mostró interés alguno en hospedarse en dicho lugar (proyecto).

Pregunta No. 8 Aparte o adicional al avistamiento de animales en su estado natural, qué actividades de las siguientes prefiere (5 siendo el más importante y 1 el menos importante);

Gráfico No. 16: Actividad preferida cuando viaja

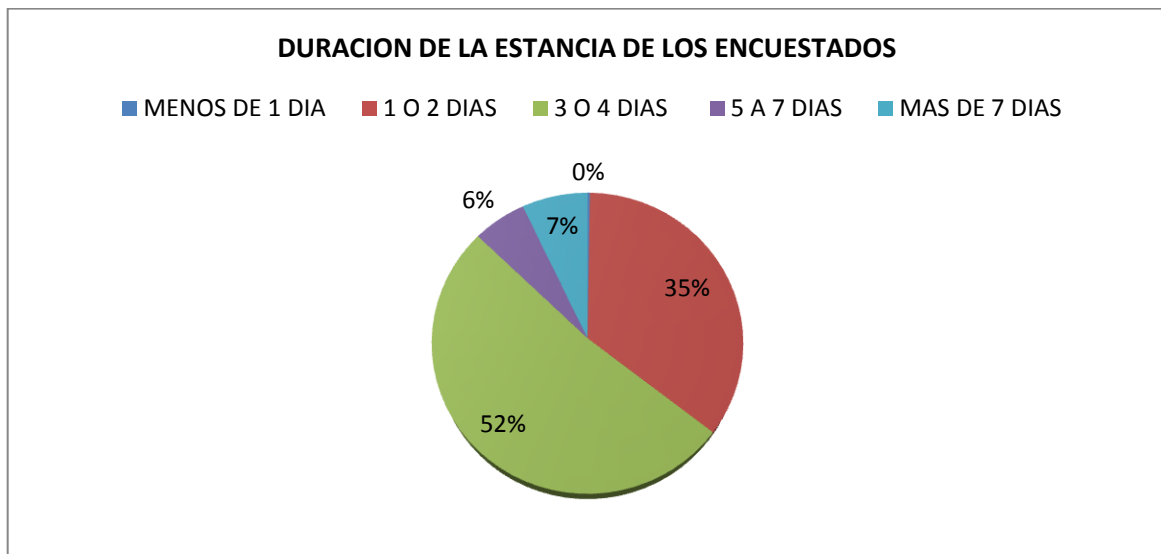


Fuente: Elaboración propia

Posiblemente ésta pregunta es la que resultados más parejos arrojó, situando a todas las opciones en un índice muy similar al 20%, lo cual nos indica que las actividades seleccionadas en un principio para ser ofertadas como un complemento del servicio hospitalario y de comida, sí son del agrado e interés de los encuestados.

Pregunta No. 9 Cuánto tiempo le gusta pasar en su lugar se su preferencia, cuando realiza un viaje;

Gráfico No. 17: Duración de la estancia de los encuestados

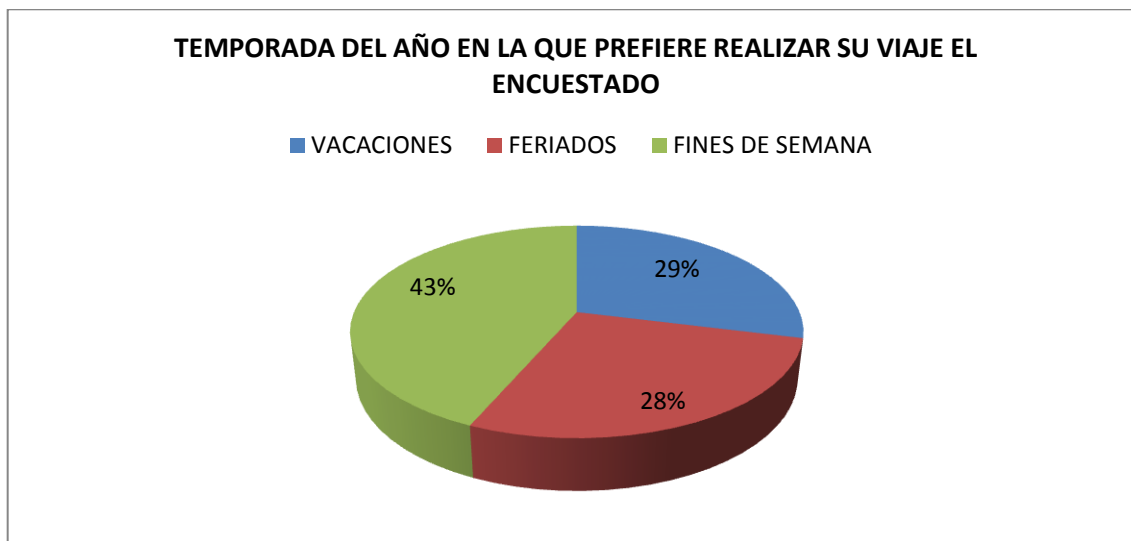


Fuente: Elaboración propia

Los datos obtenidos a través de esta pregunta demuestran que la mayoría de gente (encuestados) prefiere quedarse en el mismo sitio cuando sale de viaje de 1 a 2 días o de 3 a 4 días, lo cual es positivo para el estudio en ejecución, tomando en cuenta que los paquetes a ofrecerse por parte del Sapari Ecolodge serían de 2D/1N y de 3D/2N.

Pregunta No. 10 Durante qué temporada del año o fecha en particular prefiere usted realizar un viaje de ocio y/o placer;

Gráfico No. 18: Temporada del año en la prefiere realizar su viaje el encuestado



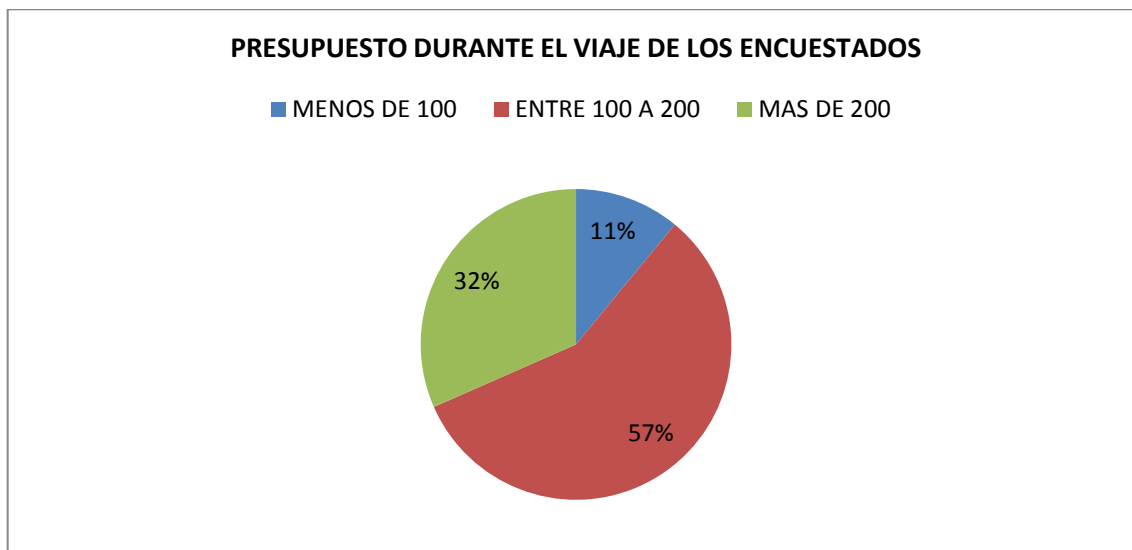
Fuente: Elaboración propia

En cuanto a la temporada del año o durante qué fechas los encuestados prefieren viajar, mayoritariamente las personas respondieron, con un 43%, que les agrada vacacionar durante los fines de semana. Esto también se lo puede tomar como un dato positivo para el proyecto, dado que en primera estancia se buscaría atraer al público en general durante éste periodo de tiempo, tomando en cuenta la corta distancia en tiempo y kilometraje desde Quito hasta Puerto Quito (alrededor de 2 horas), lugar en el cual se piensa establecer el proyecto turístico objeto del presente estudio.

Pregunta No. 11 Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por un tour de naturaleza y aventura que incluya: hospedaje, alimentación y actividades recreativas;

De acuerdo a los resultados obtenidos en esta pregunta, se puede concluir que la mayoría de los encuestados tienen un poder adquisitivo considerable, por lo que el 57% de ellos estaría dispuesto a pagar entre \$100 a \$200.

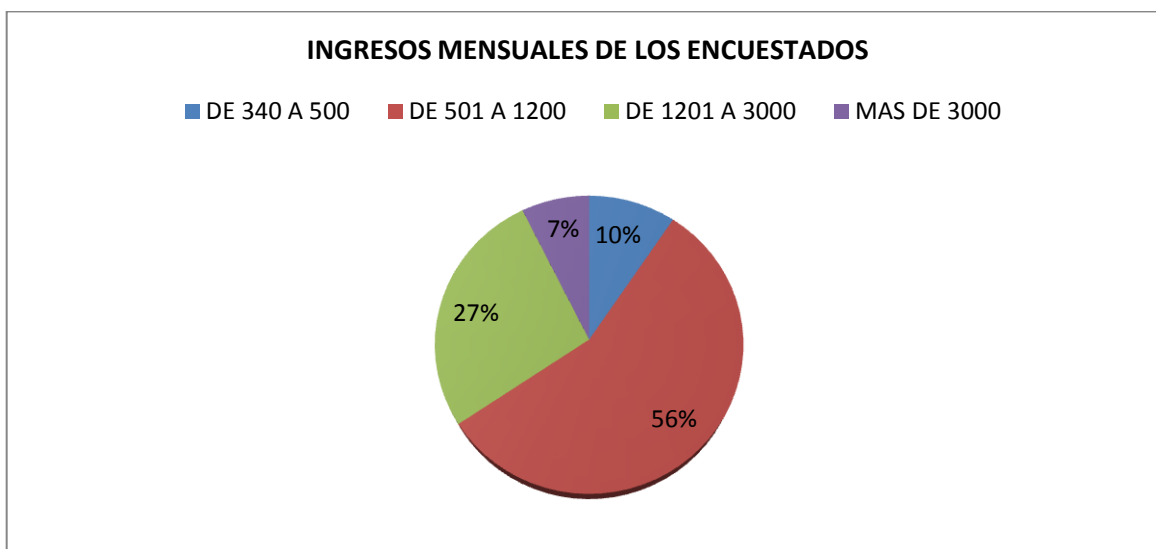
Gráfico No. 19: Presupuesto durante el viaje de los encuestados



Fuente: Elaboración propia

Pregunta No. 12 Por favor indique sus ingresos mensuales aproximados;

Gráfico No. 20: Ingresos mensuales estimado de los encuestados

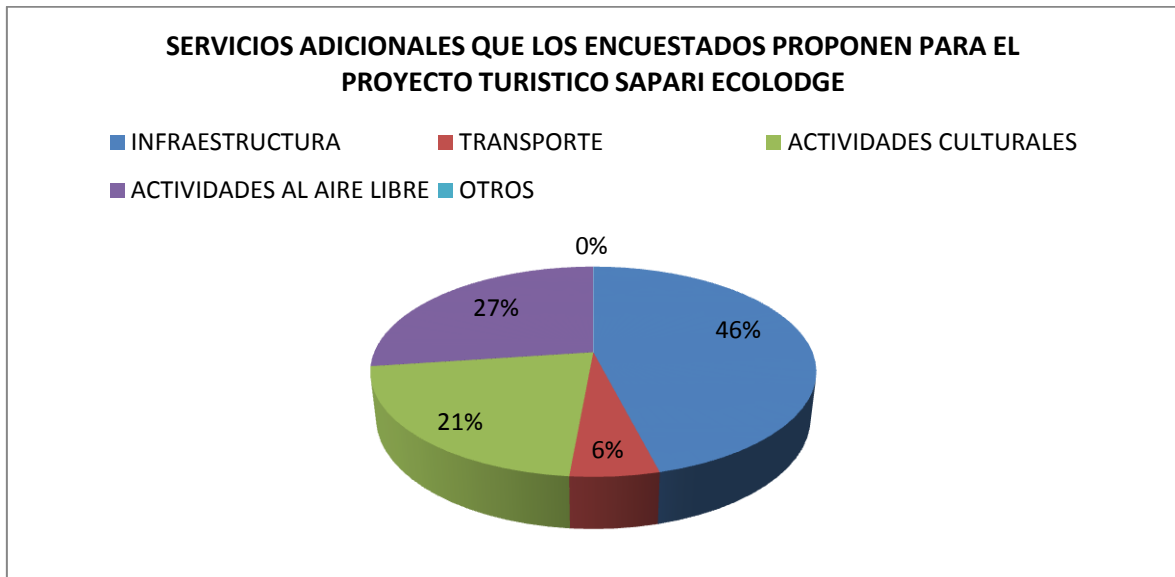


Fuente: Elaboración propia

Al igual que la consulta anterior, esta interrogante nos permite corroborar que la mayoría de los encuestados pertenece a un nivel socio-económico medio, medio-alto; con ingresos mensuales (mayoritariamente) que oscilan entre los \$501 hasta los \$3000.

Pregunta No. 13 Por favor menciones o indique qué otro servicio le gustaría recibir en un paquete turístico que incluya hospedaje, alimentación y actividades recreativas;

Gráfico No. 21: Servicios adicionales propuestos por los encuestados



Fuente: Elaboración propia

Para concluir, los participantes al ser consultados sobre qué otro servicio adicional a los enumerados en la encuesta sugeriría o quisiera obtener durante su estancia en el Sapari Ecolodge, estos respondieron mayoritariamente que les agradaría más infraestructura recreativa como piscina, sala de juegos, etc., lo cual es un dato muy importante a ser tomado en cuenta para futuras inversiones en bienes muebles e inmuebles del proyecto en mención.

5.4. Descripción del mercado

El visitante o viajero quiteño pertenece mayoritariamente a un nivel socioeconómico medio (típico/medio-alto), que tiene una edad promedio de 25 años y se encuentra casado (EPMGDT - Quito Turismo, 2010).

El periodo de tiempo mayoritariamente escogido para dejar la ciudad por motivos de ocio, es sin lugar a duda los fines de semana con un 47%, el cual prefiere pasarlo con sus familiares (media de 4) y amigos (media de 3) (EPMGDT - Quito Turismo, 2010).

Por último, tiene programado gastar de \$101 a \$1.000 anualmente por concepto de turismo, ya sea interno o externo (EPMGDT - Quito Turismo, 2010).

5.5. Segmentación del mercado

Tras el análisis expuesto en la investigación de mercado, se puede identificar el segmento de mercado que el proyecto Sapari Ecolodge desea abordar:

Residentes de la ciudad de Quito de clase media, media-alta interesados en el turismo sostenible con preferencias a las actividades al aire libre y sobre todo a la observación de aves, sapos y ranas. Cabe recalcar que la mayoría estaría en un promedio de edad de 31 a 40 años.

6. LA COMPETENCIA

6.1. Barreras de entrada

Los obstáculos, o barreras de entrada, que podemos considerar son los siguientes:

Diferenciación de producto.- No hay dudas que una imagen de marca es un obstáculo ya que, para quien quiera entrar en un sector socioeconómico determinado, le representará un enorme esfuerzo económico para tratar de lograr un lugar en el mercado. Existen diversos elementos que favorecen la identificación de las marcas tales como, la publicidad, el servicio posventa, las diferencias de producto, etc. (Porter, 2001).

Éste es uno de los factores con mayor relevancia a considerar por las entradas potenciales al hacer un análisis de un nuevo producto en el sector turístico, ya que los competidores existentes, en muchos casos, poseen una importante fortaleza en este aspecto (Valls, 2004).

En el caso del Sapari Ecolodge, la principal diferenciación sería su imagen y enfoque de negocio, los cuales se centrarán en la conservación de las ranas y sapos a través de los deportes y actividades al aire libre, siempre en contacto con la naturaleza priorizando la conservación de las especies y el entorno a través de buenas prácticas corporativas-operacionales.

Necesidades de capital.- Se da cuando el negocio requiere de un gran capital inicial para operar eficientemente (Porter, 2001). En general en el sector hotelero es necesario realizar importantes inversiones para poder acceder en el mercado, es por ello que se dificulta el ingreso de un gran número de competidores.

Este factor podría afectar al proyecto Sapari Ecolodge tomando en cuenta el alto costo de la inversión inicial para la infraestructura del lodge, así como para las herramientas de

trabajo para la operación diaria. Sin embargo, estos limitantes se pueden neutralizar con un gasto inteligente mediante una adecuada planificación pre ejecución del proyecto.

Falta de experiencia en la industria.- En ciertas actividades, la especialización y la experiencia real resultan factores clave de éxito. Lanzarse sin la preparación adecuada puede llevar a frenar el acceso (Porter, 2001).

Por tal motivo, resulta de gran importancia para el proyecto conseguir el mejor asesoramiento posible para poder juntarlo con la experiencia del personal a contratar, es decir un equipo multidisciplinario con experiencia en deportes de aventura (guías especializados), flora y fauna (guías naturalistas), herpetólogos y personal administrativos (varios).

Acceso a los canales de distribución.- A decir de Porter (2001), esta es una de las barreras clave, señalando que todo aquel que tenga interés en entrar a un sector industrial debe asegurarse la distribución adecuada de sus productos o servicios para poder alcanzar un posicionamiento óptimo en su mercado meta.

El Sapari Ecolodge tiene planificado ingresar al mercado mediante un plan de marketing enfocado en la conservación de la flora y fauna pero sobretodo en la búsqueda de especies de anfibios interesantes como lo son los sapos y las ranas. Cabe recalcar que el Sapari Ecolodge utilizará un canal de distribución directa (ver gráfico No. 28, Plaza).

6.2. Análisis FODA

El análisis FODA del Sapari Ecolodge, Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas, permitirán tener una idea más clara de la realidad y los factores a considerar en Puerto Quito para el desarrollo adecuado del proyecto en mención.

Eventualmente, esta herramienta nos ayudará a definir la capacidad de respuesta del proyecto frente a situaciones determinadas, cómo diseñar un plan de desarrollo estratégico para todas las áreas en general, corregir y mejorar las debilidades y sobre todo, saber aprovechar las oportunidades que se presenten en el futuro (Valls, 2004).

A continuación el análisis FODA:

Gráfico No. 22: Análisis FODA

| | Positivas | Negativas |
|-------------------|--|---|
| | Oportunidades | Amenazas |
| Exteriores | <ul style="list-style-type: none"> • Acoplamiento a nuevas tendencias turísticas de la zona como actividades o alimentación (ecoturismo, turismo de aventura). • Acoplamiento a nuevas actividades que realice la comunidad en cuanto a micro-empresas (visita a centros artesanales de elaboración de chocolate). • Crecimiento del mercado objetivo. • Tecnología disponible para internautas cada día más completa, variada y fácil de usar. • Medios de comunicación (más publicidad y revistas especializadas). • Apoyo de instituciones gubernamentales, como el Ministerio de Turismo (incentivos especiales). • El clima de la zona donde se posicionará la empresa es muy agradable para los turistas. | <ul style="list-style-type: none"> • Sensibilidad a los precios del mercado turístico. • Susceptibilidad a la economía del país, que podría verse reflejada en menor poder adquisitivo de la población y por ende una disminución en el movimiento interno de turistas. • Fuerte competencia de mercados próximos (con una oferta de la naturaleza similar) • Falta de concienciación, protección del ambiente por parte de la futura competencia que afecte a la zona. • Interrupción de las vías de accesibilidad por fenómenos naturales o cierre de carreteras por protestas. • Existe la competencia directa en la zona de “San Miguel de los Bancos y Mindo”. • Falta de infraestructura turística en Puerto Quito. • Falta de información sobre sapos y ranas de la zona por parte de entidades oficiales y/o científicas. • Falta de datos o catastro oficiales de Pto. Quito. |

| | Fortalezas | Debilidades |
|-------------------|---|--|
| Interiores | <ul style="list-style-type: none"> • Responsabilidad social con las comunidades locales. • Ser pioneros en la oferta de un paquete especializado en el avistamiento de sapos y ranas. • Utilización de materiales amigables con el medio ambiente. • Con la creación de la empresa se da paso a la generación de empleo local y externo a la zona. • El producto estrella y los productos secundarios son constantes todo el año. • La zona de Puerto Quito es ideal para el avistamiento de flora y fauna gracias a su posición geográfica (Chocó). • La comida podrá ser escogida por el cliente a través de la página web de la empresa. • Existe fácil accesibilidad debido a la posición geográfica (con respecto a Quito) y la cercanía a la vía principal. • Se trabajará en conjunto con la comunidad local – personas con micro empresas relacionadas a elaboración de productos locales. | <ul style="list-style-type: none"> • Pto. Quito tiene más movimiento turístico durante los fines de semana. • La empresa no está dirigida al mercado internacional. • Inversión inicial muy alta. • Falta de capacitación de la comunidad local para ofrecer servicios turísticos. • Posibles impactos sociales y ambientales |

Fuente: Elaboración propia

6.3. Análisis de la competencia

Debido a la innovación del proyecto, y a la falta de competidores directos en el cantón Puerto Quito, se decidió realizar un análisis de la competencia centrado en la única hostería denominada sapos y ranas, la cual por su nombre se pensó que podría ser competencia directa con temática enfocada en estos anfibios. Sin embargo, al completar ésta investigación, se pudo constatar que dicho negocio en realidad se centra en el agroturismo.

La Hostería Sapos y Ranas es un proyecto ecoturístico ubicado San Miguel de los Bancos. Debido a la semejanza en cuanto a la temática y algunos servicios prestados por ésta empresa privada, el análisis de ésta institución resultará de mucha ayuda para los intereses del Sapari Ecolodge.

A continuación se detalla la oferta del establecimiento turístico en mención:

Sapos y ranas (San Miguel de los Bancos)

Segmento de mercado:

Segmento familiar de clase media-alta.

Servicios:

- Spa y terapias
- Sala de reuniones
- Elaboración artesanal de pan
- Agroturismo
- Extracción de jugo de caña
- Lavandería y Planchado.
- Casilleros de Seguridad.
- Bodega para equipaje.

Alquiler de vehículos con Chofer para Transfers o Tours (Hostería Sapos y Ranas, 2012).

Instalaciones de la Hostería:

3 Cabañas, 11 habitaciones rodeadas de huertos y jardines, desde donde se contempla la maravillosa vista a las montañas (Hostería Sapos y Ranas, 2012).

Capacidad total para 55 amigos/as en 14 plazas (Hostería Sapos y Ranas, 2012) distribuidas en:

9 habitaciones Triples, 2 habitaciones matrimoniales, 3 cabañas Quíntuples, todas con agua caliente, baño privado (Hostería Sapos y Ranas, 2012).

Restaurante "SAPITOS" con capacidad para 60 pax, comida casera y usa productos autóctonos de la zona. Los almuerzos y cenas para la tarifa Todo Incluido (Hostería Sapos y Ranas, 2012).

Bar "Rana Sabia", ideal para un cóctel o una cerveza disfrutando el paisaje, junto a la piscina (Hostería Sapos y Ranas, 2012).

"Birdwatching" *“Si camina con cuidado observará aves multicolores, pero principalmente colibríes tan exóticos como el de cola larga y las tangaras”* (Hostería Sapos y Ranas, 2012).

"Senderos" Internos por toda la Hostería que llevan a un Mirador donde se puede apreciar toda la exuberante vegetación. Senderos hacia los principales atractivos en los alrededores (Hostería Sapos y Ranas, 2012).

Tarifas:

- Full day: \$36 adultos, \$18 niños;
- Sapitos de excursión (2d/1n): \$70 adultos, \$35 niños;
- Sapitos al ordeño (3d/2n): \$119 adultos, \$59.50 niños (Hostería Sapos y Ranas, 2012).

En los meses de temporada alta la operación alcanza desde un 60% a 70% de rentabilidad, presentando así un ingreso de \$6000 a \$7000 mensuales aproximadamente. Por otra parte, en los meses de temporada baja la operación únicamente alcanza una rentabilidad que varía entre el 10% y el 20% lo que corresponde a un ingreso de \$1000 a \$2000 mensuales aproximadamente (Quezada, 2008).

Los egresos en temporada alta fluctúan entre los \$4000 a \$5000 y en temporada baja fluctúan entre los \$500 a \$1000. Así también, en temporada alta se tiene registrado un arribo entre nacionales e internacionales de 130 personas aproximadamente, distribuidas entre 80 adultos y 50 niños; por el contrario en temporada baja se registró un arribo de unas 30 personas aproximadamente, distribuidas entre 20 adultos y 10 niños por mes (Quezada, 2008).

TEMPORADA ALTA: abril, junio, julio, agosto, noviembre y diciembre (Quezada, 2008).

TEMPORADA BAJA: enero, febrero, marzo, mayo, septiembre y octubre (Quezada, 2008).

Como conclusión general se puede decir que el concepto de la Hostería Sapos y Ranas no guarda mucha similitud con la idea principal que el Sapari Ecolodge pretende implementar; puesto que, la mayoría de sus actividades están relacionadas con el agroturismo. No obstante, la información concerniente al precio de sus productos, será una gran guía para el establecimiento de valores con respecto a los servicios de alojamiento y alimentación a ofertar por parte del proyecto.

7. PLAN DE MERCADEO

7.1. Estrategia de entrada y de crecimiento

La principal estrategia de entrada para el Sapari Ecolodge, se basará en plantear al mercado objetivo un producto distinto y a la vez familiar con la demanda que estos requieren a través de sus necesidades, hablando estrictamente en términos de ocio. Para esto el proyecto tendría como pilares fundamentales a dos ejes, el ajuste adecuado de la oferta (Kotler, Jain y Maesincee, 2002), la cual se enfocaría principalmente en la observación y conservación de animales silvestres como los son los anfibios (sapos y ranas) y las aves; tomando en cuenta que hasta la fecha ningún hotel, hostería, lodge o similar ha propuesto un paquete/producto turístico de “frogwatching”.

Como segundo eje, la selección adecuada de los canales de comercialización (Kotler, Jain y Maesincee, 2002), centrada básicamente en el internet como principal medio/canal de distribución para llegar tanto a los clientes como a los intermediarios.

En ésta nueva era tecnológica, como epicentro de la función comercializadora emerge la Internet/Red; la cual es el eje central sobre el cual giran alrededor de ésta tanto los ofertantes, los consumidores y el resto de intermediarios (Valls, 2004). En este contexto:

- El Internet se ofrece como el punto de encuentro para todos los actores principales; ofertantes, consumidores e intermediarios; tanto los ofertantes como los intermediarios se potencian gracias a la red, de tal manera que su éxito se asocia a ella y que cuando permanecen al margen de la Internet, sus oportunidades de optimizar ganancias se ven reducidas (Valls, 2004);
- Agencias de viajes y operadores turísticos (intermediarios) han evolucionado para ejercer funciones mediadoras, de asesoramiento y producción con el fin de

siempre estar en contacto con el cliente y diferenciarse de la competencia. No obstante, la tendencia de estos intermediarios es ser utilizados con menor frecuencia por parte de los consumidores (Valls, 2004);

- Todos los actores participantes en una transacción comercial de índole turística, se ofrecen para desarrollar funciones informativas, tecnológicas y medidoras (Valls, 2004).

Sin embargo, no solamente la tecnología ocupará un lugar importante en el marketing de Sapari Ecolodge, de tal manera que para poder lograr entrar en el mercado turístico y obtener un crecimiento apropiado, más resultados óptimos, se ha planteado en concreto 4 arquetipos de estrategias basadas en la denominada “Estrategia de las 4 P’s”: el producto y sus beneficios, el precio, la plaza; y la promoción (CONSULTUR-ESADE, 2003).

Estas estrategias serán desarrolladas en los siguientes subcapítulos.

7.2. Estrategias 4 P’s

Las 4 P’s son los cuatro elementos clásicos con los que el Profesor estadounidense Jerome MCarthy sintetizó el concepto de Marketing Mix, en el cual básicamente se expone la mezcla de las herramientas de mercadotecnia para cumplir con los objetivos de cualquier empresa. Estas herramientas son el producto, el precio, la promoción y la plaza (CONSULTUR-ESADE, 2003). Para poder apreciar de una mejor manera cómo está conformado cada elemento antes mencionado, el siguiente cuadro explicativo plantea dichos componentes:

Gráfico No. 23: Marketing Mix, Estrategia 4 P’s



Fuente: TDMK Tu Departamento de Marketing

7.2.1. Producto y sus beneficios

Lo más importante para éste proyecto es sin lugar a dudas el producto que se va a ofrecer al mercado meta, así como sus beneficios en materia de diferenciación, innovación y relación precio – calidad. Para esto es de vital importancia el desarrollo y posicionamiento de la marca Sapari Ecolodge:

Gráfico No. 24: Logo Sapari Ecolodge



Fuente: Elaboración propia

A continuación el detalle de los servicios e infraestructura que el Sapari Ecolodge ofrecerá:

Servicios:

- Alojamiento;
- Menús personalizados por el cliente mismo a través del Internet;
- Deportes de aventura tales como: senderismo, rafting y canoping;
- Avistamiento de flora y fauna local (incluye kit de avistamiento para birdwatching);
- Experiencias creadas y naturales;
- Avistamiento de ranas y anfibios de la zona (incluye kit de avistamiento);
- Actividades educacionales/informativas;
- Visita a un centro de producción artesanal de cacao;
- Servicio de guías especializados en cada actividad a realizarse;

Instalaciones del Sapari:

10 Cabañas con capacidad desde 1 hasta 6 personas (3 cabañas para 4 pax, 6 para 1 o 2 personas, y 1 cabaña para 6 personas); capacidad total para 30 personas.

Restaurante con capacidad para 40 personas. Los menús podrán ser elegidos previamente por los clientes mediante la página web, con la cual se ofertará alrededor de 7 menús diferentes por comida (desayuno, almuerzo y merienda) que incluirán al menos 2 menús vegetarianos.

Boulder para escalada deportiva y préstamo gratuito de los equipos para esta actividad.

Centro de interpretación, en el cual los visitantes podrán obtener información interactiva y entretenida sobre los sapos y las ranas.

Torre para Birdwatching, desde la cual se podrá obtener una vista periférica del sector a parte de los beneficios de esta torre para el avistamiento de aves.

Ventaja competitiva.- la principal ventaja del Sapari Ecolodge sobre el resto de empresas turísticas dedicadas al ecoturismo, es que ninguna ha diseñado y ejecutado un tour especializado en sapos y ranas enfocado.

Por otro lado, el proyecto turístico en mención ofrecerá todas las comodidades y servicios (básicos y complementarios) como para que el turista no tenga la necesidad de salir de las instalaciones del Lodge durante su estadía.

7.2.2. Precio

Para el establecimiento del precio se ha tomado en cuenta algunos valores y factores importantes que afectarían el costo del producto, los cuales se detallan a continuación:

Gráfico No. 25: Establecimiento del Precio, paquete Adultos 2D/1N Sapari Ecolodge

| Tour 1 2D/1N ADULTOS | | | |
|--------------------------------------|--------------|------------|---|
| Descripción | Valor | % | Fórmula |
| Consumo de servicios básicos | 4,44 | | = $(800/360)*2$ (costo servicios /día * No. días) |
| Costo individual del kit para Sapari | 0,41 | | = $295/720$ (costo total de los kit / No. de pax anual) |
| 3 comidas | 15 | | = 3 comidas a \$5 c/u |
| Guianza | 6,25 | | Costo por 8 horas diarias * No. de días (mes \$500) |
| COSTO NETO PAQUETE | 26,10 | 40% | |
| PVP | 65 | 60% | |

Fuente: Elaboración propia

Gráfico No. 26: Establecimiento del Precio, paquete Adultos 3D/2N Sapari Ecolodge

| Tour 3 3D/2N ADULTOS | | | |
|--------------------------------------|--------------|------------|---|
| Descripción | Valor | % | Fórmula |
| Consumo de servicios básicos | 6,67 | | = $(800/360)*3$ (costo servicios /día * No. días) |
| Costo individual del kit para Sapari | 0,41 | | = $295/720$ (costo total de los kit / No. de pax anual) |
| 6 comidas | 30,00 | | = 6 comidas a \$5 c/u |
| Guianza | 9,38 | | Costo por 8 horas diarias (mes \$500) |
| COSTO NETO PAQUETE | 46 | 42% | |
| PVP | 110 | 58% | |

Fuente: Elaboración propia

Tomando en cuenta los factores antes mencionados y considerando 2 aspectos fundamentales como: el grado de aceptación e interés demostrado por los encuestados en la investigación de mercado y el flujo de visitantes que presentó la Hostería Sapos y Ranas en el estudio de la competencia. Se pudo establecer un precio preliminar de los productos a ofrecer por el Sapari Ecolodge:

Gráfico No. 27: Precio Esperado Sapari Ecolodge

| Paquete | Tarifas | Detalle |
|-----------------|---------------------------|---|
| 1 noche 2 días | \$65 adultos, \$50 niños | Incluye: hospedaje, alimentación (desayuno), acceso a las instalaciones y una caminata guiada (sapari o birdwatching). |
| 2 noches 3 días | \$110 adultos, \$95 niños | Incluye: hospedaje, alimentación (desayunos), acceso a las instalaciones, 2 caminatas guiadas y 1 actividad complementaria. |

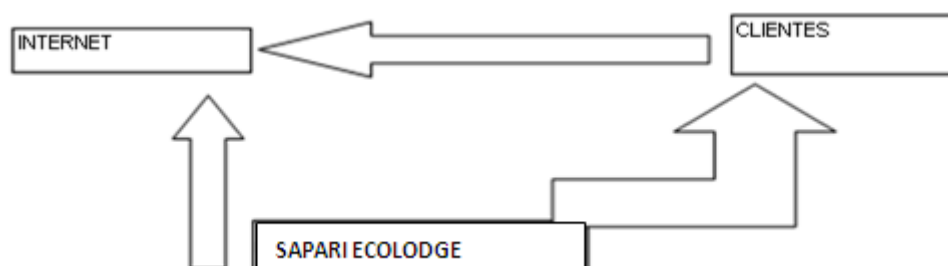
Fuente: Elaboración propia

7.2.3. Plaza

El Sapari Ecolodge, implementaría un canal de distribución directo con los clientes, a través de su página web impulsada por el uso de las redes sociales más usadas (facebook y twitter).

Además, la empresa ofrecerá el servicio de venta directa (físicamente) mediante su oficina ubicada en la Colón y 10 de Agosto en una casa propia que consta con un lugar adecuado para establecer una oficina.

Gráfico No. 28: Canal de Distribución Sapari Ecolodge



Fuente: Elaboración propia

7.2.4. Promoción

Al ser una empresa ambientalmente amigable, la principal estrategia publicitaria del Sapari Ecolodge, se basaría en las redes sociales –facebook, twitter, etc.- y en la obtención de contactos en ferias de turismo. Así como, promoción directa a través de una página web diseñada especialmente para la promoción del Lodge.

Debido a la falta de presupuesto en los primeros años, no se ha considerado en el plan de medios a las ferias de turismo, sin embargo, se espera que a partir del año 6 el proyecto turístico Sapari Ecolodge pueda empezar a asistir a estos eventos turísticos importantes dentro de la industria, sobre todo si se planea expandir la operación para turistas extranjeros en un gran volumen.

A continuación la tabla del Plan de Medios:

Gráfico No. 29: Plan de Medios Sapari Ecolodge

| Medios | Características | Cantidad | Costo | Cronograma |
|-------------------------|---|----------|---------|--|
| Tv | Programa La Televisión, Programa Día a Día | 2 meses | \$0 | Febrero (reportaje) Junio (reportaje) |
| Redes sociales | Twitter, Facebook, G plus, You tube | 5 años | \$1.500 | Actualización continua (todo el tiempo) |
| Revistas especializadas | Tierra incógnita, Transport | 7 meses | \$1.200 | Enero, Marzo, Mayo, Septiembre, Octubre, Noviembre y Diciembre |
| La web | Página propia | 10 años | \$5.000 | Actualización continua (todo el tiempo) |
| Agencias locales | Andean Travel Company (alianza estratégica) | 2 años | \$300 | Una visita (8 pax; FAM trip) al año en el mes de Marzo |

Fuente: Elaboración propia

7.3. Posicionamiento esperado

Al igual que la determinación de los precios de los paquetes del Sapari Ecolodge, el posicionamiento esperado se basó en 2 aspectos fundamentales como: el grado de aceptación e interés demostrado por los encuestados en la investigación de mercado y el flujo de visitantes que presento la Hostería Sapos y Ranas en el estudio de la competencia.

El posicionamiento esperado del Sapari Ecolodge es el siguiente:

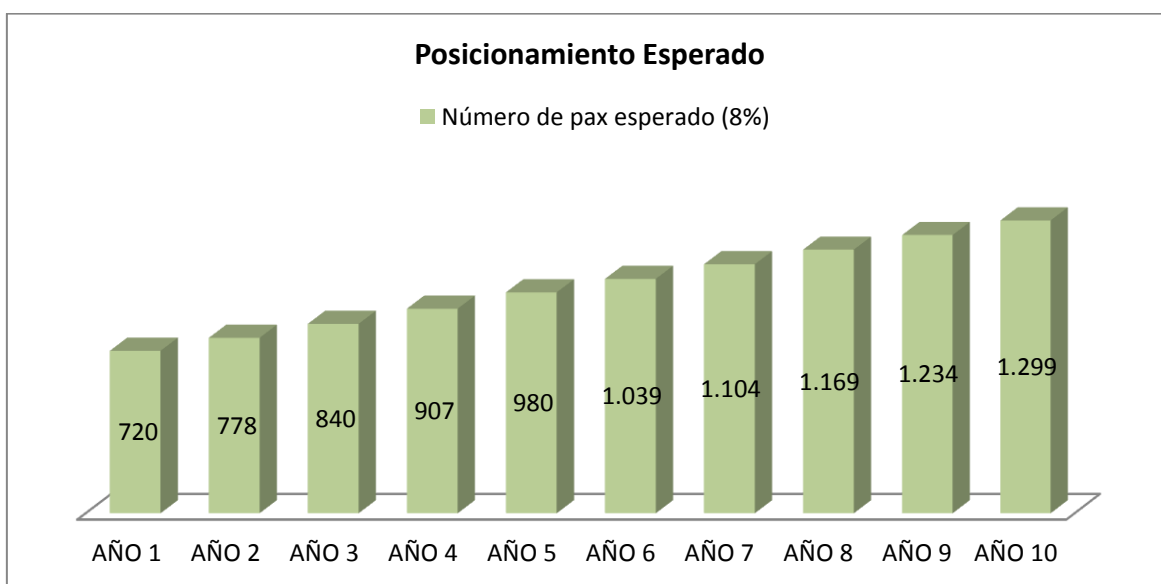
Se espera que en el primer y segundo año de funcionamiento del Sapari Ecolodge, éste se introduzca en el mercado y se ubique entre los 10 destinos más visitados por los quiteños (segmento de mercado).

Para el quinto año de funcionamiento, se espera que la empresa sea la más reconocida de Puerto Quito. Así como, que se ubique entre los 5 destinos más visitados por los residentes de Quito.

Por último, se espera que para el año 2020, El Sapari Ecolodge sea una empresa líder del sector turístico, ya no sólo para el mercado quiteño, y logre consolidarse en el segmento de mercado nacional.

A continuación, un análisis gráfico de nuestro posicionamiento esperado para los próximos 10 años, tomando en cuenta las ventas esperadas con un incremento del 8% del año 1 al 10, con un aumento estimado del 3% en los precios de cada paquete:

Gráfico No. 30: Posicionamiento Esperado Sapari Ecolodge



Fuente: Elaboración propia

7.4. Participación de la comunidad local

A pesar de que, el cantón Puerto Quito posee muchos atractivos naturales y por ende un gran potencial turístico, su población por diversos aspectos sociales y culturales no está lo suficientemente capacitada en temas relacionados con el turismo. Esto se ve claramente reflejado en el poco número de establecimientos relacionados con ésta actividad que existen hasta la fecha en éste cantón; de acuerdo a la Asociación de Municipalidades Ecuatorianas, AME (2013), en Puerto Quito existen solamente 8 hosterías registradas, 3 de primera categoría, 3 de segunda categoría y 2 de tercera categoría. De igual manera, el número de restaurantes es muy bajo con tan solo 3 registrados, 2 de tercera categoría y 1 de cuarta categoría más 1 fuente de soda de tercera categoría (AME, 2013).

Según el informe de la Dirección de Planificación y Ambiente del Consejo Provincial, presentado en el año 2001, y de acuerdo al tipo de trabajo, en la población económicamente activa priman los agricultores y ganaderos: 33,57%. En generación de fuentes de trabajo le siguen la industria manufacturera, 8,06%; la artesanía, 6,45%; y la construcción 3,56% (Gobierno de Pichincha, 2013).

Si tomamos en cuenta que de acuerdo al censo poblacional del año 2010, el número total de habitantes de Puerto Quito es de alrededor de 20.445 (INEC, 2010), se puede decir que menos del 1% de su población se dedica de una manera formal a alguna actividad relacionada con el turismo.

Como podemos observar en los datos antes mencionados, Puerto Quito en realidad tiene un gran potencial agrónomo y ganadero, principalmente en la industria del cacao el cual es reconocido a nivel nacional por su calidad de exportación (Gobierno de Pichincha, 2013). Éste aspecto es muy importante para las actividades relacionadas con el Sapari Ecolodge, ya que en uno de sus itinerarios se especifica la visita a un centro artesanal de producción de cacao y sus derivados, incluyendo el chocolate. Ésta visita sería complementaria a las demás actividades ofrecidas por el Lodge con las cuales se generaría un ingreso directo para el centro a visitar.

El proyecto en mención tiene planificado incluir directamente a tres personas de la comunidad local, las cuales se encargarán de los siguientes campos:

- Cocina (1 persona);
- Ama de llaves y ayudante de cocina (1 persona);
- Comunero/Agricultor de cacao (1 persona).

Para poder saber la opinión de las personas residentes de Puerto Quito sobre el turismo en general, se realizaron 5 entrevistas a gente con diferentes oficios relacionados directa o indirectamente a ésta actividad socioeconómica, de las cuales se han elegido solamente a 4 de ellas considerando su relevancia para con el proyecto. Las preguntas y extracto de dichas entrevistas a continuación:

¿Qué piensa usted del turismo?

Según Yana Chanalata, agricultora local, “Quisiera que hubiese más turismo y turistas (en Puerto Quito) pero no sabemos por qué no vienen más” (Y. Chanalata, comunicación personal, 12 de abril del 2014).

¿Cómo ve usted al turismo en Puerto Quito?

De acuerdo a Camilo Meneses quien es el Director de Desarrollo Social, Cultural y Turismo de Puerto Quito, “Lastimosamente el turismo no ha despuntado en nuestro cantón como quisiéramos, principalmente por la competencia directa que tenemos con Míndo y Esmeraldas (en referencia al mercado quiteño); nosotros gozamos de gran afluencia de gente solamente durante los feriados pero usted sabe que no se puede vivir en el turismo solo de los feriados” (C. Meneses, comunicación personal, 12 de abril del 2014).

¿Cree usted que el turismo en Puerto Quito involucra a la comunidad local?

Para Choti Pachi quien es dueña de una verdulería y finca cacaotera, “En general, sí nos beneficiamos pero nos gustaría participar más” (Ch. Pachi, comunicación personal, 12 de abril del 2014).

¿Estaría usted dispuesto a enseñar sus conocimientos a los turistas o a interactuar con ellos a través del turismo?

Según Choti Pachi, “Sí, mucho. Yo tengo una finquita de cacao que me gustaría compartir con las personas, acá producimos mucho cacao, plátano y palmito” (Ch. Pachi, comunicación personal, 12 de abril del 2014).

¿Cambiaría sus actividades diarias por turismo o por lo menos complementar ambas?

De acuerdo a Yana Chanalata, “Sí, nosotros (pueblo de Puerto Quito) creemos en el turismo viendo los beneficios que hay en Míndo (Y. Chanalata, comunicación personal, 12 de abril del 2014).

¿Cree usted que el gobierno local apoya lo suficiente al turismo?

Por último, para Galo Garzón quien es agricultor local de cacao, “No, la verdad es que no hay mucho apoyo” (G. Garzón, comunicación personal, 12 de abril del 2014).

Debido a la escasa capacitación de la comunidad local y por motivos financieros, para el primer año de funcionamiento del Lodge solamente se contrataría a las tres personas en mención dado que, se deberá inducir el aprendizaje necesario para la realización de las tareas diarias que dicho personal deberá ejecutar, lo cual representa una inversión de tiempo considerable.

Para los años venideros de funcionamiento del Sapari Ecolodge, el proyecto se ha planteado al menos duplicar el número de personas locales que estén involucradas directamente con el flujo de efectivo generado por el Lodge.

8. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

8.1. Inversión inicial

La inversión inicial del Sapari Ecolodge es de \$146.345 (ver anexo No. 17), la cual está compuesta por costes y valores relacionados con:

Gráfico No. 31: Inversión Inicial Sapari Ecolodge

| INVERSIÓN INICIAL | | |
|-----------------------------|-------------------|-------------|
| ACTIVOS FIJOS | 116.900,00 | 80% |
| Terreno | 30.000 | |
| Infraestructura | 77.000 | |
| Equipo de Cocina | 7.400 | |
| Equipo de Computación | 2.500 | |
| | | |
| CAPITAL DE OPERACION | 29.445,00 | 20% |
| Utensilios de Cocina | 5.100 | |
| Equipo deportivo | 6.145 | |
| Lencería | 7.000 | |
| Gastos Mantenimiento | 6.200 | |
| Marketing | 2.000 | |
| Gastos Constitución | 3.000 | |
| | | |
| INVERSION TOTAL | 146.345,00 | 100% |

Fuente: Elaboración propia

8.2. Presupuesto de ingresos o ventas

Si se toma en cuenta el precio de los paquetes, la capacidad total del lodge (30 personas) y los siguientes datos:

- Ingreso mensual aproximado: de \$240 a \$500 (59.2%) y de \$501 a \$1200 (27.8%) (EPMGDT – Quito Turismo, 2010);
- Gasto Promedio familiar anual aproximado en Turismo: de \$101 a \$300 (EPMGDT – Quito Turismo, 2010);

- Tiempo/fechas que los entrevistados prefieren quedarse en la ciudad de Quito o sus alrededores por descanso, ocio, esparcimiento o diversión: fines de semana (EPMGDT – Quito Turismo, 2010);
- Actividades que realizan los entrevistados cuando se quedan en la ciudad de Quito o sus alrededores por descanso, ocio, esparcimiento o diversión: paseo/turismo (EPMGDT – Quito Turismo, 2010);
- Cantidad de personas con las que los entrevistados se movilizan cuando se quedan en la ciudad de Quito o sus alrededores por descanso, ocio, esparcimiento o diversión: media de 4 personas (EPMGDT – Quito Turismo, 2010);
- Tipo de actividades que los entrevistados realizan cuando salen de paseo por ocio o esparcimiento en la ciudad de Quito: caminatas, gastronomía, observación de aves (EPMGDT – Quito Turismo, 2010).

Se puede llegar al siguiente presupuesto de ventas:

Gráfico No. 32: Ventas Paquetes Anuales Sapari Ecolodge

| PRESUPUESTO DE VENTAS | | | | | | |
|-----------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|----------------|
| Incremento Ventas | 8% | | | | | |
| Incremento Precios | 3% | | | | | |
| | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 | TOTAL |
| TOUR 1 | | | | | | |
| # de personas | 360 | 389 | 420 | 453 | 490 | 2.112 |
| Precio Unitario | 65 | 67 | 69 | 71 | 73 | |
| Total ingresos | 23.400 | 26.030 | 28.956 | 32.211 | 35.831 | 146.428 |
| TOUR 2 | | | | | | |
| # de personas | 70 | 76 | 82 | 88 | 95 | 411 |
| Precio Unitario | 50 | 52 | 53 | 55 | 56 | |
| Total ingresos | 3.500 | 3.893 | 4.331 | 4.818 | 5.359 | 21.902 |
| TOUR 3 | | | | | | |
| # de personas | 220 | 238 | 257 | 277 | 299 | 1.291 |
| Precio Unitario | 110 | 113 | 117 | 120 | 124 | |
| Total ingresos | 24.200 | 26.920 | 29.946 | 33.312 | 37.056 | 151.434 |
| TOUR 4 | | | | | | |
| # de personas | 70 | 76 | 82 | 88 | 95 | 411 |
| Precio Unitario | 95 | 98 | 101 | 104 | 107 | |

| | | | | | | |
|------------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|----------------|
| Total ingresos | 6.650 | 7.397 | 8.229 | 9.154 | 10.183 | 41.613 |
| TOTAL PRES. DE VENTAS | 57.750 | 64.241 | 71.462 | 79.494 | 88.429 | 361.376 |

Fuente: Elaboración propia

8.3. Presupuesto de costos

A continuación la descripción detallada de los costos fijos y de operación del primer año de funcionamiento, los cuales nos dan como resultado un presupuesto de costos proyectado:

Gráfico No. 33: Presupuestos de Costos Sapari Ecolodge

| PRESUPUESTO DE COSTO DE VENTAS | | | | | | |
|--------------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Incremento Precios | 3% | | | | | |
| | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 | TOTAL |
| TOUR 1 | | | | | | |
| # de personas | 360 | 389 | 420 | 453 | 490 | |
| Precio Unitario | 65 | 67 | 69 | 71 | 73 | |
| % Costo de ventas | 43% | 43% | 43% | 43% | 43% | |
| Costo de Ventas Unitario | 28 | 29 | 29 | 30 | 31 | |
| Total costo de ventas | 9.970 | 11.091 | 12.337 | 13.724 | 15.266 | 62.388 |
| TOUR 2 | | | | | | |
| # de personas | 70 | 76 | 82 | 88 | 95 | |
| Precio Unitario | 50 | 52 | 53 | 55 | 56 | |
| % Costo de ventas | 40% | 40% | 40% | 40% | 40% | |
| Costo de Ventas Unitario | 20 | 21 | 21 | 22 | 23 | |
| Total costo de ventas | 1.414 | 1.573 | 1.749 | 1.946 | 2.165 | 8.846 |
| TOUR 3 | | | | | | |
| # de personas | 220 | 238 | 257 | 277 | 299 | |
| Precio Unitario | 110 | 113 | 117 | 120 | 124 | |
| % Costo de ventas | 60% | 60% | 60% | 60% | 60% | |
| Costo de Ventas Unitario | 66 | 68 | 70 | 72 | 74 | |
| Total costo de ventas | 14.529 | 16.162 | 17.979 | 20.000 | 22.248 | 90.918 |
| TOUR 4 | | | | | | |
| # de personas | 70 | 76 | 82 | 88 | 95 | |

| | | | | | | |
|------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|---------------|
| Precio Unitario | 95 | 98 | 101 | 104 | 107 | |
| % Costo de ventas | 35% | 35% | 35% | 35% | 35% | |
| Costo de Ventas Unitario | 33 | 34 | 35 | 36 | 37 | |
| Total costo de ventas | 2.313 | 2.573 | 2.862 | 3.184 | 3.542 | 14.473 |

Fuente: Elaboración propia

8.4. Presupuesto de gastos de operación

A continuación el detalle completo de los gastos de operación de un año del Sapari Ecolodge, tomando como referencia el precio actual de los diferentes insumos, gastos de mantenimiento, servicios básicos, amortización de los gastos de constitución, depreciaciones e intereses financieros:

Gráfico No. 34: Gastos de Operación Sapari Ecolodge

| PRESUPUESTO DE GASTOS DE OPERACIÓN | | | | | | |
|------------------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|----------------|
| | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 | TOTAL |
| Gasto Sueldos | 26.809 | 29.830 | 31.321 | 32.887 | 34.532 | 155.380 |
| Gasto Mantenimiento | 6.200 | 6.386 | 6.578 | 6.775 | 6.978 | 32.917 |
| Servicios Básicos | 800 | 824 | 849 | 874 | 900 | 4.247 |
| Marketing y Publicidad | 2.000 | 2.060 | 2.122 | 2.185 | 2.251 | 10.618 |
| Utensilios | 5.100 | 300 | 350 | 400 | 450 | 6.600 |
| Equipo deportivo | 6.145 | 800 | 850 | 900 | 950 | 9.645 |
| Lencería | 7.000 | 7.210 | 7.426 | 7.649 | 7.879 | 37.164 |
| Amortización G. Constitución | 600 | 600 | 600 | 600 | 600 | 3.000 |
| Depreciaciones | 5.423 | 5.423 | 5.423 | 4.590 | 4.590 | 25.450 |
| Intereses Financieros | 5.918 | 5.728 | 5.517 | 5.285 | 5.028 | 27.476 |
| TOTAL | 65.996 | 59.161 | 61.036 | 62.146 | 64.158 | 312.497 |

Fuente: Elaboración propia

8.5. Estados financieros proyectados

8.5.1. Estado de resultados

Éste estado financiero nos muestra de una forma detallada y ordenada el resultado del ejercicio de nuestra empresa identificando los costos y gastos dentro de un periodo de

tiempo determinado. El estado de resultados también es denominado como estado de rendimiento económico o de pérdidas y ganancias (Bravo, 2005).

A continuación el estado de resultados proyectados del Sapari Ecolodge para los 5 primeros años:

Gráfico No. 35: Estado de Resultados Sapari Ecolodge

| ESTADO DE RESULTADOS | | | | | | |
|----------------------------------|--|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| | | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| VENTAS | | 57.750 | 64.241 | 71.462 | 79.494 | 88.429 |
| TOUR 1 | | 23.400 | 26.030 | 28.956 | 32.211 | 35.831 |
| TOUR 2 | | 3.500 | 3.893 | 4.331 | 4.818 | 5.359 |
| TOUR 3 | | 24.200 | 26.920 | 29.946 | 33.312 | 37.056 |
| TOUR 4 | | 6.650 | 7.397 | 8.229 | 9.154 | 10.183 |
| COSTOS | | -28.226 | -31.398 | -34.927 | -38.853 | -43.220 |
| TOUR 1 | | 9.970 | 11.091 | 12.337 | 13.724 | 15.266 |
| TOUR 2 | | 1.414 | 1.573 | 1.749 | 1.946 | 2.165 |
| TOUR 3 | | 14.529 | 16.162 | 17.979 | 20.000 | 22.248 |
| TOUR 4 | | 2.313 | 2.573 | 2.862 | 3.184 | 3.542 |
| UTILIDAD BRUTA | | 29.524 | 32.843 | 36.534 | 40.641 | 45.209 |
| GASTOS OPERATIVOS | | -65.996 | -59.161 | -61.036 | -62.146 | -64.158 |
| Gasto Sueldos | | 26.809 | 29.830 | 31.321 | 32.887 | 34.532 |
| Gasto Mantenimiento | | 6.200 | 6.386 | 6.578 | 6.775 | 6.978 |
| Servicios Básicos | | 800 | 824 | 849 | 874 | 900 |
| Marketing y Publicidad | | 2.000 | 2.060 | 2.122 | 2.185 | 2.251 |
| Utensilios | | 5.100 | 300 | 350 | 400 | 450 |
| Equipos Deportivos | | 6.145 | 800 | 850 | 900 | 950 |
| Lencería | | 7.000 | 7.210 | 7.426 | 7.649 | 7.879 |
| Amortización G. Constitución | | 600 | 600 | 600 | 600 | 600 |
| Depreciaciones | | 5.423 | 5.423 | 5.423 | 4.590 | 4.590 |
| Intereses Financieros | | 5.918 | 5.728 | 5.517 | 5.285 | 5.028 |
| UTILIDAD OPERACIONAL | | -36.472 | -26.318 | -24.502 | -21.505 | -18.949 |
| GASTOS FINANCIEROS | | | | | | |
| Intereses Financieros | | 5.918,13 | 5.727,65 | 5.517,23 | 5.284,77 | 5.027,98 |
| UTILIDAD ANTES DE IMPT | | -42.390 | -32.046 | -30.019 | -26.790 | -23.977 |
| 15% Participación Trabaj. | | -6.358 | -4.807 | -4.503 | -4.018 | -3.597 |
| 24% Impuesto a la Renta | | -7.927 | -5.993 | -5.614 | -5.010 | -4.484 |
| UTILIDAD NETA | | -28.104 | -21.246 | -19.903 | -17.762 | -15.897 |

| | | | | | | |
|-------------------------------|-----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| | | | | | | |
| (+) Depreciaciones | | 6.023 | 6.023 | 6.023 | 5.190 | 5.190 |
| (-) Amortización Deuda | | 1.819 | 2.010 | 2.220 | 2452,38 | 2709,18 |
| Inversión Inicial | -146.345 | | | | | |
| FLUJO NETO DE EFECTIVO | -146.345 | -23.900 | -17.232 | -16.099 | -15.024 | -13.416 |

Fuente: Elaboración propia

8.5.2. Estado de flujo de efectivo

Éste estado financiero nos muestra básicamente todo el efectivo generado y utilizado por una empresa y nos señala la capacidad de una compañía para generar efectivo. Para el efecto debe determinarse el cambio en las diferentes partidas del balance general que inciden en el efectivo (Bravo, 2005).

Gráfico No. 36: Estado de Flujo de Efectivo Sapari Ecolodge

| FLUJO DE EFECTIVO | | | | | | |
|-------------------------------|-----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| | | año 1 | año 2 | año 3 | año 4 | año 5 |
| Inversión Inicial | -146.345 | | | | | |
| FLUJO NETO DE EFECTIVO | -146.345 | -23.900 | -17.232 | -16.099 | -15.024 | -13.416 |

Fuente: Elaboración propia

Lastimosamente los resultados de los estados de flujo de efectivo del Sapari Ecolodge son negativos por lo que los índices financieros también reflejarán valores negativos.

8.6. Análisis e indicadores financieros

8.6.1. Valor Actual Neto

Dado que, el VAN es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión; y que para poder determinar si un proyecto es factible económicamente hablando, es necesario que éste valor sea positivo (Bravo, 2005).

Al obtener resultados negativos en los flujos de caja, los indicadores financieros del proyecto Sapari Ecolodge nos indican que el proyecto no es viable:

Gráfico No. 37: Análisis VAN Sapari Ecolodge

| INDICADORES FINANCIEROS | |
|-------------------------|----------|
| TIR | |
| VAN | -209.281 |
| PRI ajustado | |

Fuente: Elaboración propia

Interpretación

Gráfico No. 38: Interpretación VAN Sapari Ecolodge

| Valor | Significado | Decisión a tomar |
|---------|---|---|
| VAN < 0 | La inversión produciría pérdidas por debajo de la rentabilidad exigida (Bravo, 2005). | El proyecto no es viable y por ende no puede aceptarse. |

Fuente: Elaboración propia

8.6.2. Tasa Interna de Retorno

Al igual que el valor actual neto (VAN) la tasa interna de retorno (TIR) se calcula a partir de los flujos de cajas dentro de un periodo de tiempo determinado (Bravo, 2005). Dado que, dichos valores han resultado ser negativos, el porcentaje del TIR no puede ser interpretado debido a la inviabilidad del proyecto.

8.6.3. Periodo de Recuperación de la Inversión

Considerando el análisis antes expuesto sobre los valores negativos de los flujos de caja como de los indicadores financieros, resulta improductiva una simulación para obtener el tiempo de recuperación de la inversión.

8.6.4. Índice de Rentabilidad

Para el análisis del índice de rentabilidad se requieren dos valores, el valor presente neto y el de la inversión inicial, utilizando la fórmula: $=(\text{Valor Presente Neto} + \text{ABS}(\text{Invers. Inic.})) / \text{ABS}(\text{Invers. Inicial})$ - la función ABS(Excel) convierte un valor negativo en positivo (García, 2010) - hemos obtenido el siguiente índice de rentabilidad:

Gráfico No. 39: Índice de Rentabilidad Sapari Ecolodge

| INDICADORES FINANCIEROS | |
|--------------------------------|---------------|
| TIR | |
| VAN | |
| PRI ajustado | |
| Índice de Rentabilidad | -0,430 |

Fuente: Elaboración propia

Al igual que los otros índices financieros, el índice de rentabilidad corrobora que el proyecto no es viable.

9. CONCLUSIONES

- Puerto Quito posee recursos naturales en abundancia sin ser visitados y promocionados, como lo hace Mindo, destino que se encuentra a tan solo 50 minutos de distancia.
- El turismo en Puerto Quito se encuentra en una etapa temprana de desarrollo, sin muestras de un plan estratégico adecuado para la evolución de ésta actividad socio económica, lo cual complicaría la ejecución del proyecto.
- La competencia directa con las zonas aledañas, disminuye las posibilidades de recibir un gran número de turistas en Puerto Quito, sobre todo si se la compara con Mindo y la Provincia de Esmeraldas.
- La comunidad de éste cantón se encuentra predispuesta a modificar o complementar su modelo económico por y/o con el turismo, expresando su voluntad por convertir a Puerto Quito en un destino reconocido a nivel nacional.
- La población nativa no se encuentra lo suficientemente capacitada para recibir turistas en grandes cantidades a corto plazo.
- Un proyecto de índole turístico, con una buena planificación y resultados financieros viables, puede apoyar con el desarrollo económico de una población directa e indirectamente.
- Las especies de ranas y sapos encontrados que se podría ver en la zona donde se establecería el Sapari Ecolodge (remanente del Chocó), son muy diversas, raras y endémicas, lo cual ayudaría mucho al desarrollo del producto estrella del proyecto, el Sapari.
- La aceptación de los encuestados en general fue buena. Sin embargo, los resultados del estudio económico-financiero arrojaron valores negativos, teniendo como principal causante a la gran suma de dinero que requiere la inversión inicial, debido a los altos números destinados a la infraestructura del lodge y servicios complementarios a ofrecer (torre para birdwatching, muro de escalada deportiva, equipos deportivos en general).
- El proyecto no es sostenible por los números negativos obtenidos a través del estudio financiero-económico debido principalmente a los altos costos en infraestructura, a los precios bajos unitarios de cada paquete, y un número reducido de visitantes por año; a pesar de que podría ser sustentable por la buena aceptación

de la comunidad local, lo cual ayudaría a desarrollar la experiencia del turista en el lodge. Así como, por las buenas prácticas ambientales que se pudieran emplear para operar el lodge y así conservar la flora y fauna de la zona.

10. RECOMENDACIONES

- Es necesario difundir a nivel nacional, la gran importancia de los sapos y las ranas en los ecosistemas, así como el peligro que estas especies corren por diversos factores. El turismo sostenible y sustentable podría contribuir a la conservación de éstas y muchas especies más tanto de flora y fauna.
- Para evitar el alto valor económico que representa la infraestructura del Lodge, se debería modificar el presupuesto de la inversión inicial, sin tomar en cuenta dentro del proyecto la torre para canoping, birdwatching y el muro para la escalada deportiva.
- La falta de información turística por parte de entidades gubernamentales locales del cantón Puerto Quito, debería impulsar un estudio profundo sobre la situación actual de dicha actividad socio-económica dentro del cantón, para poder definir planes estratégicos que permitan competir con la oferta turística de los demás destinos internos/nacionales.
- Como parte de un plan estratégico turístico para impulsar la recepción de turistas en Puerto Quito, el gobierno local debería invertir tiempo y dinero en la capacitación de los proveedores locales y comunidad en general.
- Debido a los altos costes de la inversión inicial y a la poca difusión turística del cantón Puerto Quito, se recomendaría llevar un estudio similar al propuesto por el Sapari Ecolodge (Puerto Quito), enfocado en turistas extranjeros como mercado meta, con la finalidad de incrementar del presupuesto de ventas.
- Para poder incrementar el presupuesto de ingresos o ventas, se debería optar por un participante adicional dentro de los canales de distribución del Sapari Ecolodge, donde se plantearía una distribución adicional de mayor peso a través de agencias de turismo y tour operadores en general. Ésta nueva estrategia se basaría en las comisiones otorgadas (15% sobre las ventas realizadas) a las empresas turísticas que deseen incluir a éste proyecto como parte de sus productos. Sin embargo, éste nuevo plan estratégico conllevaría un nuevo plan de mercado y la reconsideración del segmento de mercado.

11. BIBLIOGRAFÍA

Libros:

- Bravo, M., *Contabilidad General*. Quito, NUEVODIA, Sexta Edición, 2005.
- Huéscar, A., *Nuevo marco conceptual del turismo*, Madrid, Instituto de Estudios Turísticos D.G. de Política Turística, 1993.
- Kotler, P., Jain, D., y Maesincee, S., *El marketing se mueve. Una nueva aproximación a los beneficios, el crecimiento y la renovación*, Barcelona, Paidós Ibérica, 2002.
- Merino-Viteri, A., *Análisis de las posibles causas de las disminuciones de las poblaciones de anfibios en los Andes de Ecuador*, Tesis de Licenciatura, Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Quito, 2001.
- Organización Mundial Del Turismo (O.M.T.), *Definiciones relativas a las estadísticas del turismo*, Madrid, Ed. O.M.T, 1993.
- Piqueras, F., *Análisis económico de la gestión de la empresa hotelera*, Valencia, Tesis doctoral, Universidad de Valencia, Valencia, 1986.
- Poon, A., *Tourism Technology and Competitive Strategies*, Wallingford, CAB International, 1993.
- Porter, M., *Estrategia Competitiva: técnicas para el análisis de la empresa y sus competidores*, México, Cía. Editorial Continental, 2001.
- Quezada, Karina, *Implementación de buenas prácticas de manejo en la utilización del recurso natural agua en la hostería y jardín botánico Sapos y Ranas*, Tesis de Licenciatura, Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Quito, 2006.
- Takle, E., S., *Definición de desarrollo sustentable*, Oxford University Press, Oxford, 2001.
- Uriel, E., y Monfort, V., *El sector turístico en España*, Valencia, Ed. Caja de Ahorros del Mediterráneo, 2001.
- Valencia, J.H., Toral, E., Morales, M., Betancourt, R., y Barahona, A., *Guía de Campo de Anfibios del Ecuador*, Quito, Maxigraf S.A, 2008.
- Valls, J.F., *Gestión de Destinos Turísticos Sostenibles*, Barcelona, Gestión 2000, 2004.
- Vásquez, R., *Estrategias de Marketing para empresas de turismo rural en Turismo y Promoción de destinos turísticos: Implicaciones empresariales*, Oviedo,

Colección de cursos de verano N° 6, Universidad de Oviedo Servicio de Publicaciones, 1996.

- Young, B., E., Stuart, S., N., Chanson, J., S., Cox, N., A., Boucher, T., M., *Joyas que están desapareciendo: el estado de los anfibios en el nuevo mundo*, Arlington, NatureServe, 2004.

Revistas:

- Coloma, L.A., S. Lotters y A. Salas, “Taxonomy of the *Atelopus ignescens* Complex [Anura: Bufonidae]: Designation of a Neotype of *Atelopus ignescens* and Recognition of *Atelopus exiguus*”, *Herpetological Review*, No 56, 2000.
- CONSULTUR-ESADE, “La evolución de las estrategias de comercialización en el sector turístico”, *Estudio, XII Simposio Internacional de Turismo y Ocio*, Barcelona, ESADE, 2003.
- Hasselmann, H., “Are we seeing Global Warming?”, *Science*, 276:914-915, 2007.
- Hulme, M., y N., Sheard, “Escenarios de cambio climático para países de los Andes del Norte”, *Folletos de la Unidad de Investigación Climática*, Norwich, 1999.
- Ley de Compañías, “SECCIÓN V: DE LA COMPAÑÍA DE RESPONSABILIDAD LIMITADA”, *Ley de Compañías, Codificación*, Codificación No. 000. RO/ 312, Quito, 1999.
- Ley de Turismo, “CAPITULO VII: DE LOS INCENTIVOS Y BENEFICIOS EN GENERAL”, *Ley de Turismo*, Ley No. 97., Sup 733, Art 34, Quito, 2002.
- McCabe, S, “The tourist experience and everyday life”, *The Tourist as a Metaphor of the Social World*, CABI G.M.S. Dann (ed.), Wallingford, 2002.
- Organización de las Naciones Unidas (ONU), “Recomendaciones sobre estadísticas del turismo”, *Departamento De Información Económica y Social y Análisis de Políticas. División de Estadística*, ed. Naciones Unidas, número de venta S.94.XVII.6, Nueva York, 1994.
- Pounds, J., Bustamante, M., Coloma, L., Consuegra, M., Fodgen, P., “Tourism Widespread Amphibian Extinctions from Epidemic Disease Driven by Global Warming”, *Nature*, 439: 161-167, 2006.
- Reglamento General a la Ley de Turismo, “CAPITULO II: DEL PROCEDIMIENTO PARA LA PRESTACION DE SERVICIOS”, *Decreto Ejecutivo*, No. 1186, 2004.

- Rome, A., “Monitoreo de los Impactos Turísticos: un examen de metodologías y recomendaciones para el desarrollo de programas de monitoreo en América Latina”, *The Nature Conservancy*, 1999.
- Ron, S., R., “Distribution of the Amphibian Pathogen *Batrachochytrium dendrobatidis* in the New World: Insights from Niche Models”, *Biotropica*, 37:209-221, 2005.
- Ron, S., R., y A., Merino, “Amphibian Declines in Ecuador: Overview and First Report of Chytridiomycosis from South America”. *Froglog*, 42:2-3, 2000.
- Sierra, R., “Propuesta preliminar de un sistema de clasificación de vegetación para el Ecuador Continental”, *Proyecto INEFAN/GEF-BIRF y EcoCiencia*, Quito, 1999.

Internet:

- Asociación de Municipalidades Ecuatorianas (AME). *Cantón Puerto Quito*. Internet. <<http://www.ame.gob.ec/ame/index.php/institucion/objetivos-estrategicos/68-mapa-cantones-del-ecuador/mapa-pichincha/291-canton-puerto-quito>>. Acceso: 27 de octubre del 2013.
- Cabañas del Río. *Ecoturismo Comunitario*. Internet. <<http://www.rainforestecuador.com/esp/ecoturismo.htm>>. Acceso: 3 de noviembre del 2011.
- Diario Hoy. *El salario básico unificado sube a \$318*. Internet. <<http://www.hoy.com.ec/tag/4540/salario-basico-unificado/>>. Acceso: 13 de octubre del 2013.
- Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico (EPMGDT – Quito Turismo). *Resumen Ejecutivo Informe Quito-Julio 2010*. Internet. <http://www.quitoturismo.gov.ec/index.php?option=com_content&task=view&id=191&Itemid=147>. Acceso: 3 de noviembre del 2011.
- García, J. *FUNCIONES FINANCIERAS - Índices Rentabilidad*. Internet. <<http://finanzasdejesus.blogspot.com/2010/07/funciones-financieras-indices.html>>. Acceso: 14 de abril del 2014.
- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Puerto Quito (GADMCPQ). *Datos Geográficos*. Internet. <http://www.puertoquito.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=145&Itemid=54>. Acceso: 9 de abril del 2012.

- Gobierno de Pichincha. *Boletín Informativo Regional: Puerto Quito, Pedro Vicente Maldonado Octubre 2013*. Internet. <<http://www.pichincha.gob.ec/>>. Acceso: 27 de octubre del 2013.
- González, R. *Cuál es la diferencia entre sustentable y sostenible*. Internet. <<http://educacion.uncomo.com/articulo/cual-es-la-diferencia-entre-sustentable-y-sostenible-21657.html>>. Acceso 21 de enero del 2014.
- Hostería Sapos y Ranas. *Actividades y Tarifas*. Internet. <<http://www.saposyranas.com/index.php/como-llegar>>. Acceso: 10 de mayo del 2012.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC). *El 35% de la población de Quito nació fuera del cantón*. Internet. <http://www.inec.gob.ec/inec/index.php?option=com_content&view=article&id=453%3Ael35dela-poblaciondequitonaciofuera-del-canton-&catid=68%3Aboletines&Itemid=51&lang=es>. Acceso: 13 de octubre del 2013.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC). *Resultados Censo de Población*. Internet. <http://www.inec.gob.ec/cpv/?TB_iframe=true&height=450&width=800%20rel=sIbox>. Acceso: 17 de abril del 2012.
- Ministerio Coordinador de Producción, Empleo y Competitividad (MCPEC). *Guía Legal para Inversiones Ecuador 2013*. Internet. <<http://www.investecuador.ec/files/GuiaLegal2013.pdf>>. Acceso: 11 de mayo del 2014.
- Ministerio de Turismo (MINTUR). *Campaña All You Need is Ecuador presenta cifras record*. Internet. <<http://www.turismo.gob.ec/campana-all-you-need-is-ecuador-presenta-cifras-record/>>. Acceso: 27 de junio del 2014.
- Ministerio de Turismo (MINTUR). *Diversificación de oferta, mejor infraestructura y facilidades turísticas, respaldarán el mejoramiento económico de Ecuador*. Internet. <http://www.turismo.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=2827:diversificacion-de-oferta-mejor-infraestructura-y-facilidades-turisticas-respaldaran-el-mejoramiento-economico-de-ecuador-&catid=19:noticias-al-d&Itemid=151>. Acceso: 21 de febrero del 2011.

- Ministerio de Turismo (MINTUR). *El Turismo en Ecuador florece y se afianza como uno de los puntales del desarrollo*. Internet. <<http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/01/MRendicionCuentas.pdf>>. Acceso: 12 de octubre del 2013.
- Ministerio de Turismo (MINTUR). *Programas/Servicios: Registro de Alojamiento, Alimentos y Bebidas*. Internet. <<http://www.turismo.gob.ec/registro-de-alojamiento-alimentos-y-bebidas/>>. Acceso: 03 de marzo del 2014.
- Ministerio de Turismo (MINTUR). *Servicios del Ministerio de Turismo: Guía de Inversión Turística*. Internet. <<http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/component/content/article.html?id=74>>. Acceso: 12 de octubre del 2013.
- Organización Mundial Del Turismo (O.M.T.). *El turismo internacional mantiene su pujanza a pesar de la incertidumbre económica*. Internet. <<http://www2.unwto.org/es/press-release/2012-11-08/el-turismo-internacional-mantiene-su-pujanza-pesar-de-la-incertidumbre-econ>>. Acceso: 12 de octubre del 2013.
- Organización Mundial Del Turismo (O.M.T.). *La demanda turística internacional supera las expectativas en la primera mitad del 2013*. Internet. <<http://media.unwto.org/es/press-release/2013-08-26/la-demanda-turistica-internacional-supera-las-expectativas-en-la-primera-mi>>. Acceso: 12 de octubre del 2013.
- TDMK Tu Departamento de Marketing. *La evolución del mix de marketing. Como afecta a la empresa*. Internet. <<http://www.tudepartamentodemarketing.com/la-evolucion-del-mix-de-marketing/>>. Acceso: 05 de abril del 2014.

12. ANEXOS

Anexo 1: Encuesta estudio propio Sapari Ecolodge

ENCUESTA SOBRE EL INTERÉS POR EL TURISMO DE NATURALEZA Y AVENTURA

A CONTINUACIÓN, UD. RESPONDERÁ A PREGUNTAS RELACIONADAS CON EL TURISMO DE NATURALEZA Y AVENTURA QUE PERMITIRÁN CONOCER LA FACTIBILIDAD DE UN **LODGE ECOLÓGICO UBICADO EN PUERTO QUITO**. POR FAVOR SUBRAYE Y/O ESCRIBA LA RESPUESTA QUE LE PAREZCA MÁS APROPIADA.

1. SEXO:

M F

2. EDAD:

De 15 a 20 de 21 a 30 de 31 a 40 de 41 a 50 de 51 a 60 más de 60

3. ESTADO CIVIL:

SOLTERO CASADO DIVORCIADO VIUDO UNIÓN LIBRE

4. TIENE HIJOS:

SI NO

5. VISITARÍA LA HOSTERIA PARA LA OBSERVACIÓN DE ANIMALES EN SU ESTADO NATURAL? (SÍ SU RESPUESTA FUE NEGATIVA, POR FAVOR CONTINUAR CON LA PREGUNTA No 8)

SI NO (Pase a la pregunta No 8)

6. SI USTED DISFRUTA DE LA OBSERVACIÓN DE ANIMALES EN SU ESTADO NATURAL, EN ORDEN DE IMPORTANCIA DEL 1 AL 3 (3 SIENDO EL MÁS IMPORTANTE Y 1 EL MENOS IMPORTANTE), POR FAVOR ORDENE DE ACUERDO A SU PREFERENCIA CUÁL LE PARECE MÁS INTERESANTE:

AVES

RANAS

INSECTOS

7. ¿LE INTERESARÍA HOSPEDARSE EN UN LUGAR ENFOCADO EN LA CONSERVACIÓN DE LAS RANAS Y SAPOS, DONDE USTED PUEDA APRENDER MÁS SOBRE ESTOS ANIMALES?

MUCHO MEDIANAMENTE INTERESADO/A NO ME INTERESA

8. APARTE O ADICIONAL AL AVISTAMIENTO DE ANIMALES EN ESTADO NATURAL, QUÉ ACTIVIDADES DE LAS SIGUIENTES PREFIERE (5 SIENDO EL MÁS IMPORTANTE Y 1 EL MENOS IMPORTANTE):

SENDERISMO

RAFTING

CICLISMO

ESCALADA DEPORTIVA

VISITA CULTURAL/EXPERIENCIAL CON LA COMUNIDAD LOCAL

8. ¿CUÁNTO TIEMPO LE GUSTA PASAR EN EL LUGAR DE SU PREFERENCIA, CUANDO REALIZA UN VIAJE?

MENOS DE 1 DÍA 1 O 2 DÍAS 3 O 4 DÍAS DE 5 A 7 DÍAS
MÁS DE 7 DÍAS

9. ¿DURANTE QUÉ TEMPORADA DEL AÑO O FECHA EN PARTICULAR PREFIERE USTED REALIZAR UN VIAJE DE OCIO Y/O PLACER?

VACACIONES FERIADOS FINES DE SEMANA

10. ¿CUÁNTO ESTARÍA UD. DISPUESTO A PAGAR POR UN TOUR DE NATURALEZA Y AVENTURA QUE INCLUYE: HOSPEDAJE, ALIMENTACIÓN Y ACTIVIDADES RECREATIVAS?

MENOS DE \$100

ENTRE \$100 A \$200

MÁS DE \$200

11. POR FAVOR INDÍQUE SUS INGRESOS MENSUALES APROXIMADOS:

DE \$340 A \$500

DE \$501 A \$1200

DE \$1201 A \$3000

MÁS DE \$3000

12. POR FAVOR MENCIONE O INDÍQUE QUÉ OTRO SERVICIO LE GUSTARÍA RECIBIR EN UN PAQUETE TURÍSTICO QUE INCLUYA HOSPEDAJE, ALIMENTACIÓN Y ACTIVIDADES RECREATIVAS?

INFRAESTRUCTURA RECREATIVA (PISCINA, SALA DE JUEGOS, ETC.).....

TRANSPORTE.....

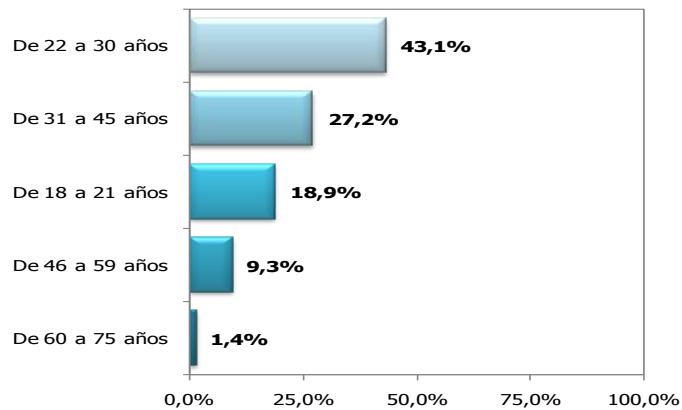
ACTIVIDADES CULTURALES (CENTRO DE INTERPRETACIÓN, ACTIVIDADES CON LA COMUNIDAD LOCAL, ETC.).....

MÁS ACTIVIDADES AL AIRE LIBRE (DEPORTES EXTREMOS, OBSERVACIÓN DE FLORA Y FAUNA, ETC.).....

GRACIAS POR SU TIEMPO Y COLABORACIÓN

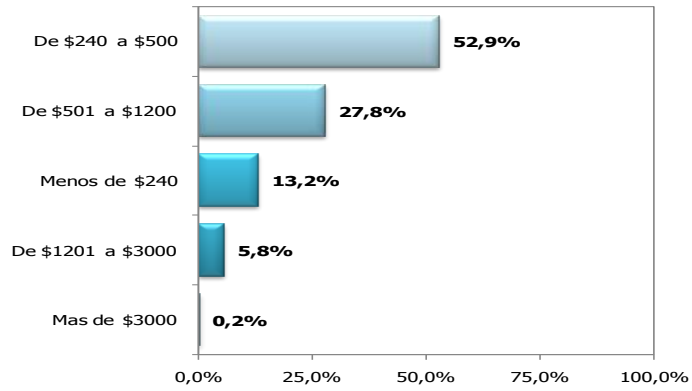
Fuente: Elaboración propia

Anexo 2: Edad de los entrevistados en la ciudad de Quito



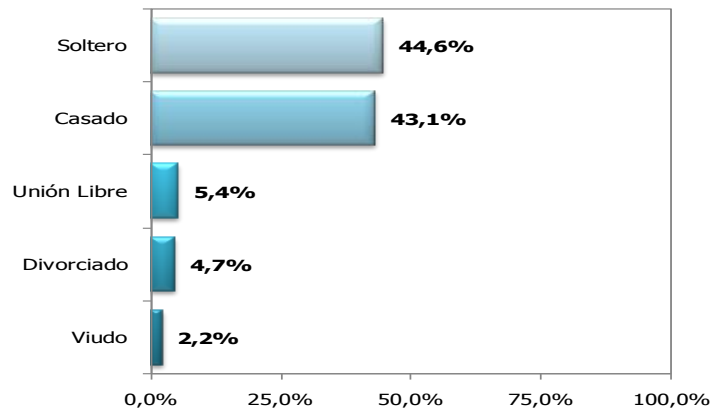
Fuente: Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico

Anexo 3: Ingreso mensual aproximado de los entrevistados en la ciudad de Quito



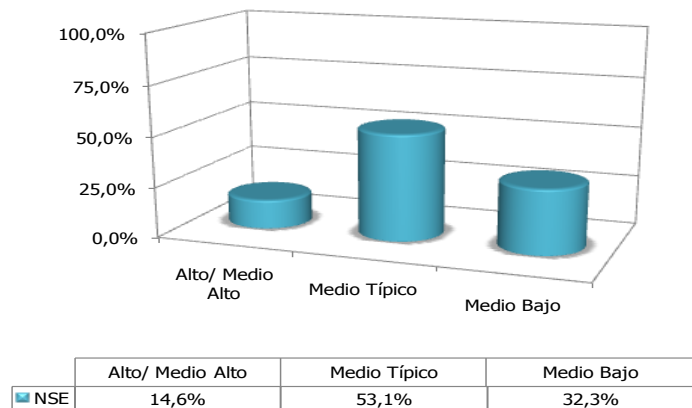
Fuente: Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico

Anexo 4: Estado Civil de los entrevistados en la ciudad de Quito



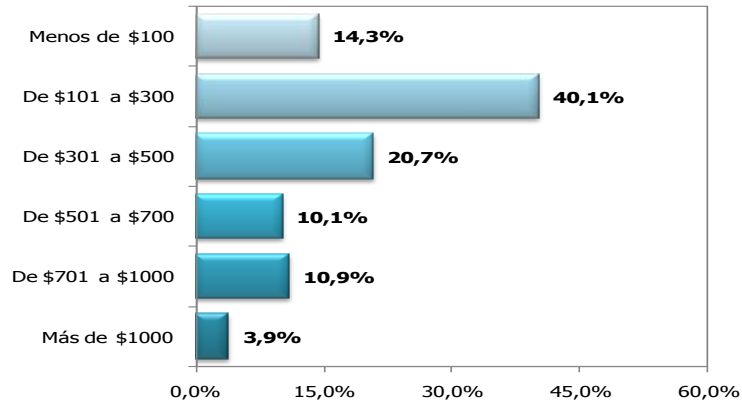
Fuente: Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico

Anexo 5: Nivel socioeconómico observado de los entrevistados en la ciudad de Quito



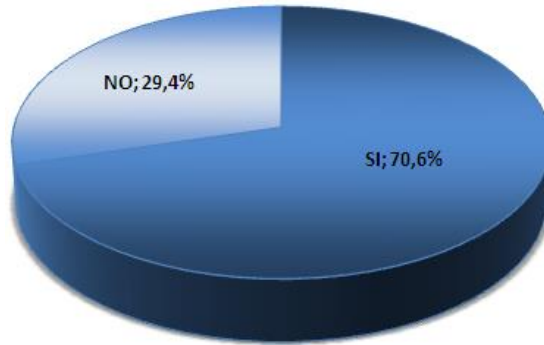
Fuente: Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico

Anexo 6: Gasto Promedio familiar anual aproximado en turismo



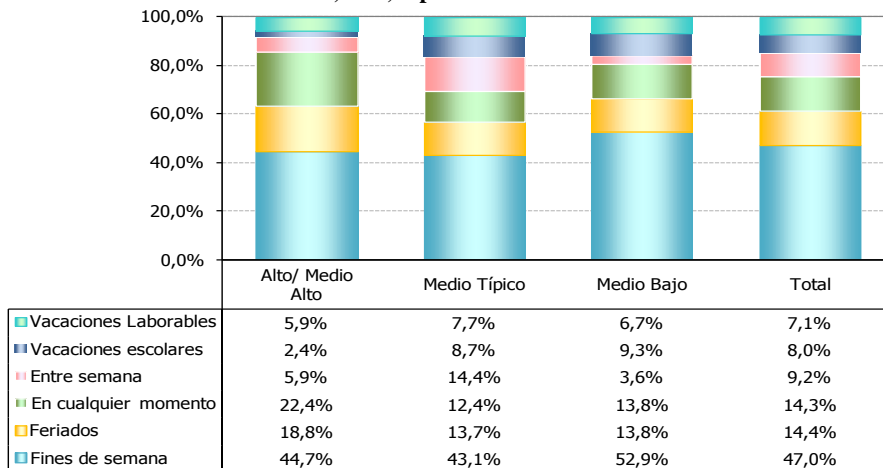
Fuente: Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico

Anexo 7: Porcentaje de entrevistados que indicaron haber escogido quedarse en la ciudad de Quito o sus alrededores como destino turístico



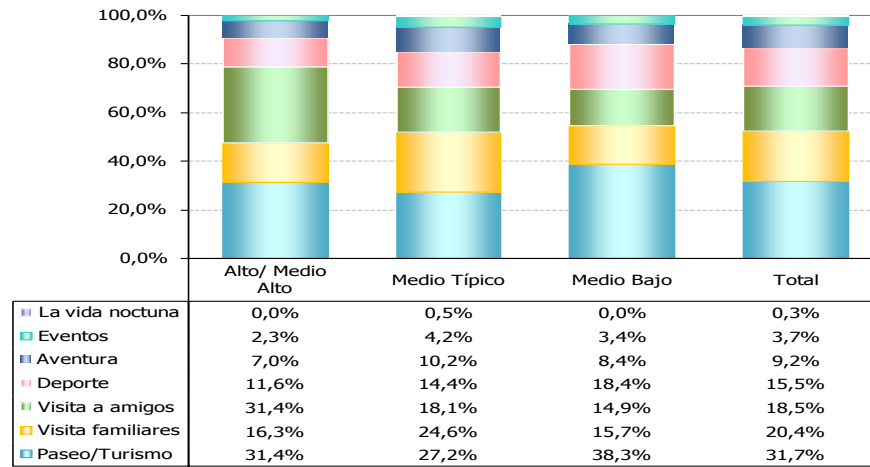
Fuente: Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico

Anexo 8: Tiempo/fechas que los entrevistados prefieren quedarse en la ciudad de Quito o sus alrededores por descanso, ocio, esparcimiento o diversión



Fuente: Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico

Anexo 9: Actividades que realizan los entrevistados cuando se quedan en la ciudad de Quito o sus alrededores por descanso, ocio, esparcimiento o diversión



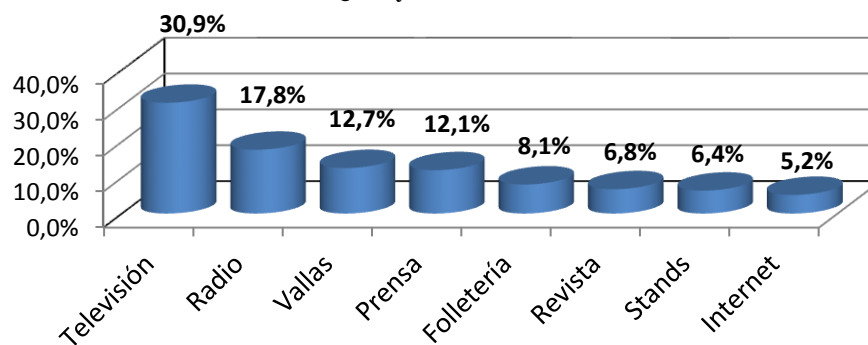
Fuente: Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico

Anexo 10: Cantidad de personas con las que los entrevistados se movilizan cuando se quedan en la ciudad de Quito o sus alrededores por descanso, ocio, esparcimiento o diversión

| | N | Mínimo | Máximo | Media |
|---------------------|-----|--------|--------|-------|
| Paseo/Turismo | 249 | 1 | 17 | 4 |
| Visita a familiares | 145 | 1 | 10 | 4 |
| Visita a amigos | 120 | 1 | 14 | 3 |

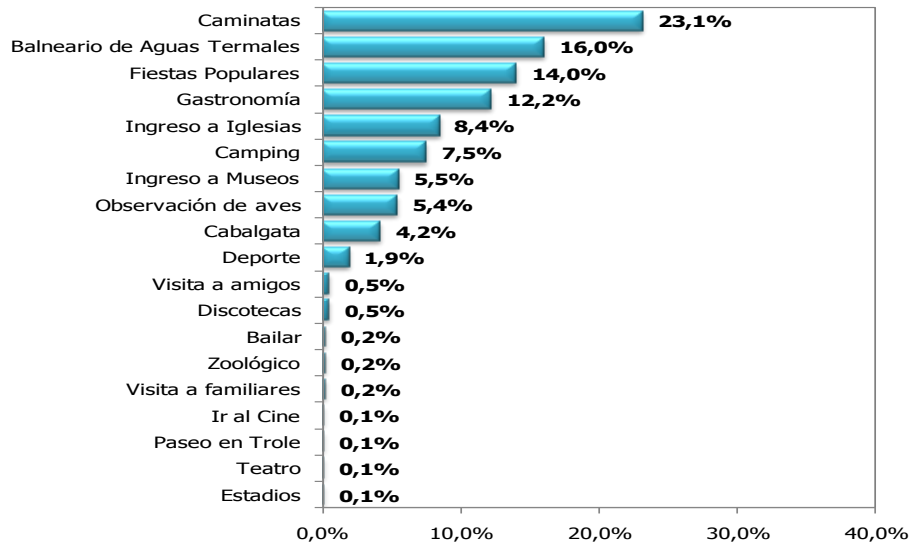
Fuente: Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico

Anexo 11: Medios de comunicación por los cuales les gustaría enterarse de promociones turísticas de la ciudad de Quito y sus alrededores



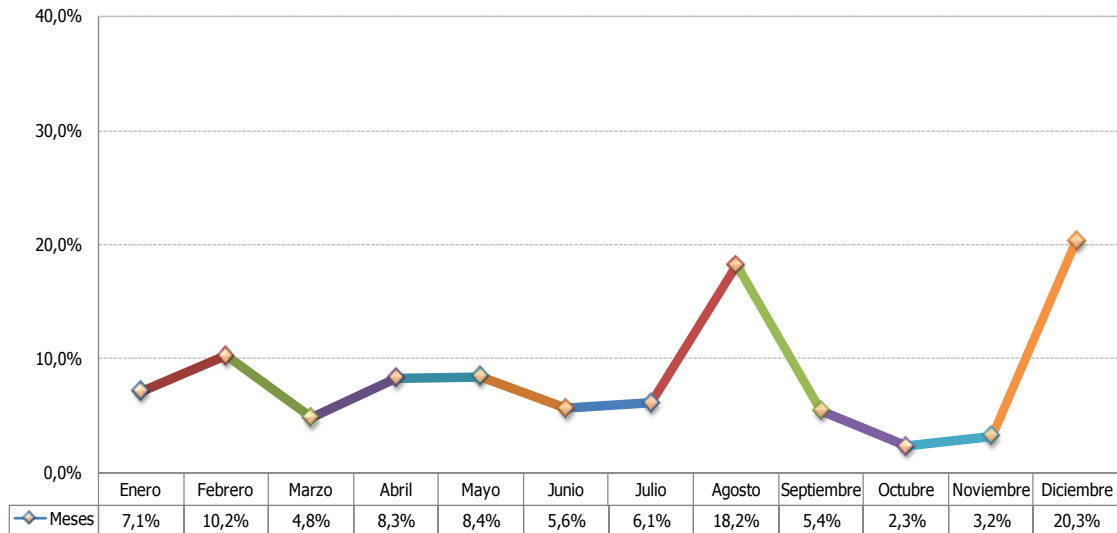
Fuente: Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico

Anexo 12: Tipo de actividades que los entrevistados realizan cuando salen de paseo por ocio o esparcimiento en la ciudad de Quito



Fuente: Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico

Anexo 13: Mejores meses que los entrevistados consideran para quedarse en la ciudad de Quito o sus alrededores por turismo



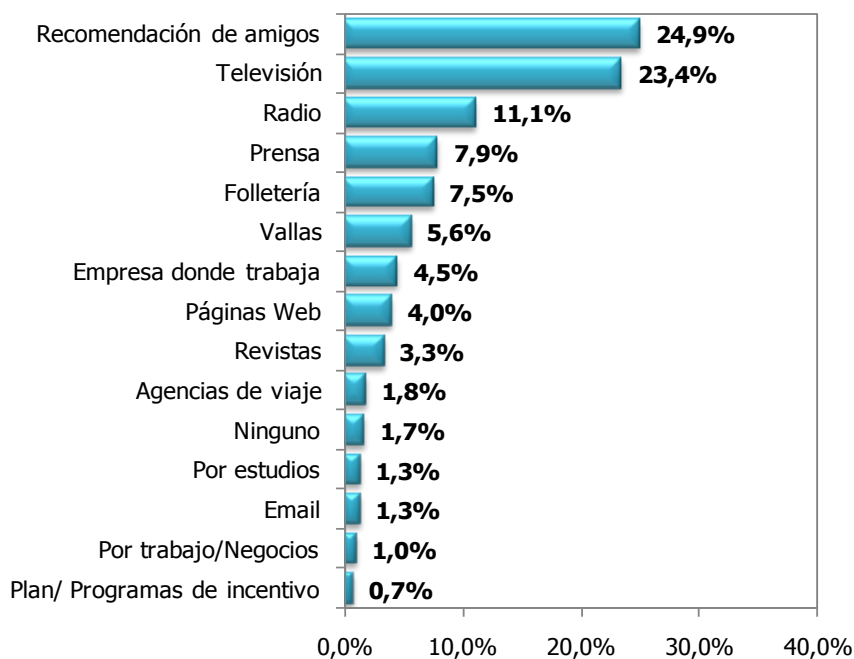
Fuente: Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico

Anexo 14: Inferencia sobre el grupo Objetivo Total

| | 2010 | 2011 | 2012 | |
|---|------------------|------------------|------------------|-----------|
| <i>Población total estimada</i> | 2.151.993 | 2.182.902 | 2.214.255 | |
| Tasa de crecimiento poblacional | 1,4% | 1,4% | 1,4% | |
| Población entre las edades de 18 a 65 años correspondientes al NSE - Alto/Medio Alto, Medio Típico y Medio Bajo (63,9%) | 1.375.553 | 1.395.310 | 1.415.351 | |
| Escenario Positivo | | | | |
| <i>¿Estaría dispuesto a visitarla o seguir visitándola?</i> | | | | |
| <i>Tasas de éxito</i> | | | | |
| <i>General (Total de entrevistados)</i> | 74,1% | 1.019.284 | 1.033.924 | 1.048.775 |
| Escenario Recomendado | | | | |
| <i>¿Estaría dispuesto a visitarla o seguir visitándola?</i> | | | | |
| <i>Tasas de éxito</i> | | | | |
| <i>General (Total de entrevistados)</i> | 54,0% | 742.798 | 753.467 | 764.289 |
| Escenario Negativo | | | | |
| <i>¿Estaría dispuesto a visitarla o seguir visitándola?</i> | | | | |
| <i>Tasas de éxito</i> | | | | |
| <i>General (Total de entrevistados)</i> | 33,9% | 466.312 | 473.010 | 479.803 |

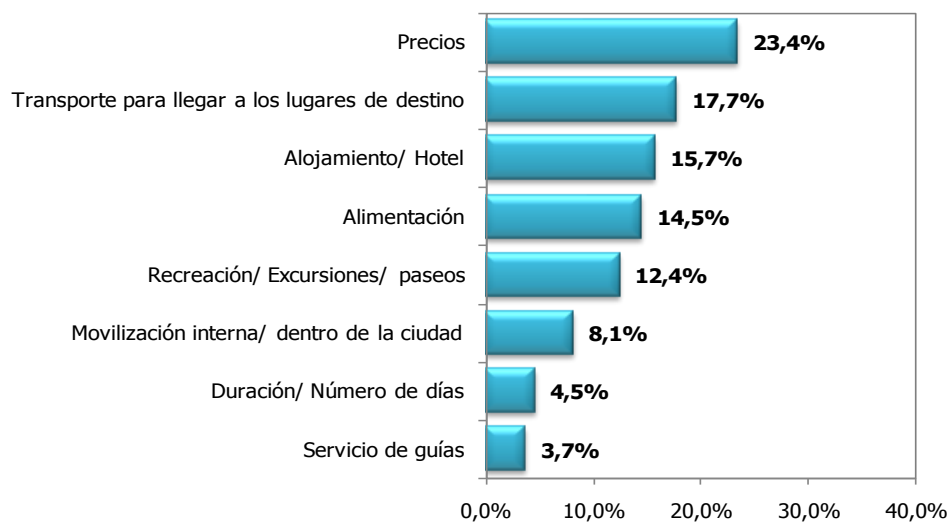
Fuente: Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico

Anexo 15: Medios por los cuales los entrevistados se motivaron a visitar la ciudad de Quito



Fuente: Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico

Anexo 16: Tres características importantes que debe tener un servicio turístico para que los entrevistados lo adquieran



Fuente: Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico

Anexo 17: Valores detallados inversión inicial

| VALORES DETALLADOS INVERSION INICIAL | | | |
|---|----------------|--------------------------------|-------------------------------|
| Terreno en Puerto Quito, 2 hectáreas (\$15.000 c/u) | 30000 | Terreno | |
| 6 cabañas (30 personas) y restaurante (40 personas) | 60000 | Infraestructura | |
| Boulder para escalada deportiva | 10000 | | |
| Torre de canopy | 2000 | | |
| Torre para birdwatching | 5000 | | |
| Equipos de Computación | 2500 | | Equipos de Computación |
| Kits para Sapari: 15 linternas para la cabeza, 15 larga vistas, 100 check lists con las especies más representativas de sapos y ranas de la zona. | 285 | Equipos Deportivos | |
| Kits para Birdwatching: 15 larga vistas (se usarán los mismos utilizados para el Sapari), 100 check lists con las especies más representativas de aves de la zona. | 10 | | |
| 2 botes para rafting con capacidad para 8 personas | 2000 | | |
| 20 remos | 400 | | |
| 20 chalecos salvavidas | 500 | | |
| 2 kayaks | 1200 | | |
| 30 cascos | 900 | | |
| 8 arneses | 440 | | |
| 2 Cuerdas de 30 metros cada una | 330 | | |
| 8 mosquetones para diferentes propósitos | 80 | | |
| 90 juegos de sábanas | 1350 | | Lencería |
| 60 edredones | 1800 | | |
| 90 sets de toallas | 1350 | | |
| 500 kits de aseo personal (shampoo, jabones, acondicionador, papel higiénico) | 2500 | | |
| 10 mesas de comedor para 4 personas cada una, con sus respectivas sillas | 5000 | | |
| 1 Cocina industrial | 400 | | |
| Línea blanca | 2000 | Utensilios de Cocina | |
| 60 juegos de cubiertos | 900 | | |
| 60 sets de vajillas | 2400 | | |
| Utensilios de cocina | 1500 | | |
| 500 servilletas con logotipo de la empresa | 300 | | Gastos de Constitución |
| Gastos de Constitución | 3000 | Gastos de Mantenimiento | |
| Gasto de Mantenimiento | 6200 | Marketing | |
| Dominio página web | 400 | | |
| 2 routers (wi-fi) | 50 | | |
| Suministros de oficina | 600 | | |
| Publicidad | 950 | | |
| INVERSION INICIAL | 146.345 | | |

Fuente: Elaboración propia