

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK
FACULTAD DE TURISMO Y PATRIMONIO CULTURAL

Trabajo de fin de carrera titulado:

PROYECTO PARA LA CREACIÓN DE RUTAS Y
DESARROLLO DE ACTIVIDADES TURÍSTICAS,
EN LA ASOCIACIÓN KALLARI, COMUNIDAD DE
SHANDIA, LOCALIZADA EN LA PROVINCIA DE
NAPO

Realizado por:

ANA CRISTINA RODRÍGUEZ MAESTRE

Como requisito para la obtención del título de
INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN HOTELERA

QUITO, SEPTIEMBRE DE 2008

DECLARACIÓN JURAMENTADA

Yo Ana Cristina Rodríguez, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido previamente presentada para ningún grado o calificación profesional; y que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

A través de la presente declaración cedo mis derechos de propiedad intelectual correspondientes a este trabajo, a la UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su Reglamento y por la normatividad institucional vigente.

..........

ANA CRISTINA RODRÍGUEZ MAESTRE

DECLARATORIA

El presente trabajo de investigación de fin de carrera, titulado
**PROYECTO PARA LA CREACIÓN DE RUTAS Y DESARROLLO DE
ACTIVIDADES TURÍSTICAS, EN LA ASOCIACIÓN KALLARI,
COMUNIDAD DE SHANDIA, LOCALIZADA EN LA PROVINCIA DE
NAPO**

Realizado por la alumna

ANA CRISTINA RODRÍGUEZ MAESTRE

Como requisito para la obtención del título de
INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN HOTELERA

Ha sido dirigido por el profesor

Ing. ROBERTO UNDA

Quien considera que constituye un trabajo original de su autor


.....

Ing. ROBERTO UNDA

Director

Los profesores informantes

EDUADRO CISNEROS

IGNACIO MANRRIQUEZ

Después de revisar el trabajo escrito presentado,
Lo han calificado como apto para su defensa oral ante el tribunal examinador


.....
EDUARDO CISNEROS


.....
IGNACIO MANRRIQUEZ

Quito, a 15 de septiembre de 2008

AGRADECIMIENTOS

Debo agradecer a todos quienes han puesto un grano de arena para construir este estudio:

Aridezco a mi madre, a mi padre y a mi hermana ya que sin ellos no hubiera podido apoyarme y son quienes han hecho de mi la persona que soy.

A la Asociación Kallari, quienes fueron la clave que incentivaron en mí la idea del tema de Tesis, y quienes han estado atentos a mis necesidades respondiendo mis inquietudes, confiando en un buen resultado.

A Nelson Cerda, Presidente de la Comunidad de Serena y a su madre, quienes abrieron sus puertas para enseñar su identidad.

A mis profesores que me enseñaron todo lo que ahora lo puse en práctica, especialmente a Roberto Unda, mi Director de Tesis.

Un agradecimiento especial a Diana Carolina Guayasamín, quien fue mi compañera de los viajes hacia las comunidades, donde vivimos y aprendimos nuevas cosas.

A mis mejores amigas Fátima y Gaby, porque fueron mis compañeras incondicionales los cinco años de carrera en la universidad, donde nos pusimos de meta graduarnos juntas.!

A mis abuelitos porque desde tan lejana generación nos inculcaron buenos principios, especialmente a mi abuelito que ya no está....

INTRODUCCIÓN

Pese al cambio de vida acelerado y los avances tecnológicos del planeta, hoy en día siguen existiendo lugares inimaginables que no se comparan con la modernidad actual pero son cada vez más atractivos e indispensables para el mundo, ya que proporcionan los recursos más importantes y además son muestra de cómo subsistir de manera natural siendo ejemplo para próximas generaciones.

Considerado uno de los países más pequeños del mundo, Ecuador posee gran diversidad llegando a ser una de las principales reservas naturales, con variedad de destinos y actividades, como el turismo comunitario que muestra distintas costumbres ancestrales, la distribución geográfica indica que la mayor parte se encuentran en la Amazonía con casi el 50%, cuyos protagonistas son indígenas que actúan como los pioneros del desarrollo y bienestar en una de las zonas más productivas del país. Tena es privilegiado por integrar una de las etnias culturales más antiguas, los Kichwuas, que han demostrado constancia y dedicación, así se puede nombrar a las comunidades de Serena, Shandia y Mirador, que son base para el proyecto de desarrollo, mediante la creación de rutas turísticas para el aporte social, su mayor fuente de ingresos es la venta de cacao orgánico, para la realización de chocolates fino de aroma altamente cotizados en el exterior.

Estas comunidades forman parte de la Asociación Kallari, organización sin fines de lucro, cuya razón de existencia es la ayuda a casi 600 familias amazónicas y que gracias a su reconocimiento por el cacao, han tenido voluntarios y visitantes, pero sin una planificación turística o un proyecto como tal.

Por las razones anotadas se considera importante el siguiente estudio, que abarca varios elementos, en base a datos analizados de las distintas fuentes como los integrantes de Kallari, voluntarios y sobre todo las visitas personales a las tres comunidades que lograron adelantarse a las expectativas acerca del proyecto antes de finalizar los aspectos financieros que estudian factores e indicadores económicos actuales

ABSTRAC

Getting into the accelerated change of life and the technological advances of the planet, now in days there are still continue existing unimaginable places that are not compared with the attractive present modernity, they not only provide the most important resources for the world, they also give a lesson of how to subsist in a natural way being example for next generations.

Considered one of the smallest countries of the world, Ecuador has great diversity arriving to be one of the main natural reserves, with variety of destinies and activities, like the communitarian tourism that shows different ancestral customs. The geographic distribution indicates that 50% of them are located in the Amazon, whose actors are natives who work as the pioneers of the development and well-being in one of the most productive zones of the country.

Tena is privileged to integrate one of the oldest cultural ethnic groups, the Kichwuas, who have demonstrated to be strong, that is the situation of Serena, Shandia and Mirador, that are the base for the development project, by the creation of tourist routes for social contribution, their main source of income is the sale of organic cacao, to produce one of the most important chocolates in the whole world known as “fino de aroma”.

These communities work with “Kallari Association”, an organization without profit aims that helps almost 600 families of different communities in Tena, where tourists and volunteers from other countries have visited this amazing place, but unfortunately without a tourist planning or a formal project.

For the previously established the following study, includes several elements of different sources like the members of Kallari, volunteers and mainly the personal visits to the three communities that managed to go ahead to the expectations about the project, before getting the financial aspects that study factors and present economic indicators.

ÍNDICE DE CONTENIDO

Declaración Juramentada	I
Declaración del Director y Profesores evaluadores... ..	II
Dedicatoria	III
Agradecimientos	IV
Introducción	V
Abstract	VI

CAPÍTULO 1

GENERALIDADES

1.1 Antecedentes	7
1.2 Planteamiento del Problema	9
1.1.2 Formulación	10
1.3 Objetivos	11
1.3.1 Objetivo General	11
1.3.2 Objetivos Específicos	11
1.4 Justificación	11
1.5 Datos Generales	12
1.5.1 Turismo Comunitario	12
1.5.2 Biodiversidad y Desarrollo Sostenible	13
1.5.3 Concepto de Agroturismo	13

1.5.4 Concepto de Ecoturismo14

1.5.5 Concepto de Turismo de Aventura14

1.5.6 Concepto de Turismo Técnico Científico15

1.5.7 Atractivos Turísticos15

CAPÍTULO 2

TURISMO COMUNITARIO

2.1 Antecedentes16

2.2 Conceptos Generales18

2.3 Sustentabilidad y Turismo Comunitario20

 2.3.1 Sostenibilidad Económica20

 2.3.2 Sostenibilidad Social20

 2.3.3 Sostenibilidad Cultural21

 2.3.4 Sostenibilidad Ambiental21

2.4 Asociación Kallari22

 2.4.1 Historia22

 2.4.2 Comunidad de Shandia28

2.5 Producción de Cacao29

 2.5.1 Cultivo29

2.6 Localización del Proyecto31

 2.6.1 Acceso32

2.7 Atractivos de la Zona33

 2.7.1 Flora de la zona del Proyecto34

2.7.2 Fauna de la zona del Proyecto36

2.7.3 Atractivos38

CAPÍTULO 3

ESTUDIO DE MERCADO

3.1 Objetivos49

 3.1.1 Objetivo General49

 3.1.2 Objetivos Específicos49

3.2 Actividades Económicas en el Ecuador50

3.3 Análisis de la Demanda50

 3.3.1 Tipo de Investigación51

 3.3.2 Segmentación de Mercado51

 3.3.3 Ingreso de Turistas al Ecuador52

 3.3.4 Estacionalidad de la demanda54

 3.3.5 Motivo del viaje55

 3.3.6 Edad por Grupos de Turistas no Residentes56

3.4 Entrevistas con Expertos56

 3.4.1 Análisis de las respuestas de los expertos57

3.5 Características del Visitante61

 3.5.1 Características de los distintos tipos de Turistas61

 3.5.2 Tendencias de Mercado62

 3.5.3 Perfil de los clientes actuales de Turismo Comunitario63

 3.5.4 Perfil del consumidor para el proyecto63

3.6 Gasto Promedio de los Visitantes... ..64

3.7 Análisis de la Competencia64

 3.7.1 Competencia Directa... ..64

 3.7.1ª Nacional64

 a) Yachana Lodge... ..65

 b) Ricancie66

 c) Jatun Sacha... ..66

 d) Kapawi... ..68

 c) Otros... ..70

 3.7.1b Internacional... ..70

 3.7.3 Competencia Indirecta... ..72

3.8 Marketing Mix72

 3.8.1 Producto / Servicio72

 3.8.2 Definición del Producto... ..73

 3.8.2ª Turismo de Voluntarios... ..74

 3.8.3 Mercado Objetivo por Comunidad... ..74

 a) Comunidad de Serena... ..75

 3.8.3ª Capacidad de carga para el programa de turismo76

 3.8.3b Capacidad de carga para el programa de voluntarios... ..77

 3.8.3c Actividades... ..77

 3.8.3d Atractivos... ..78

 b) Comunidad de Shandia... ..79

 3.8.3e Capacidad de carga para el programa de turismo79

 3.8.3f Capacidad de carga para el programa de voluntarios... ..80

3.8.3g Actividades	80
3.8.3h Atractivos	81
b) Comunidad de Mirador	82
3.8.3i Capacidad de carga para voluntarios	83
3.8.3j Atractivos	83
3.8.3k Actividades	83
3.8.4 Producto / Rutas	84
3.8.4 ^a Previo al tour de turismo o voluntariado	85
3.8.4b Todo comienza en la Capital	85
3.8.4c Turismo de Voluntarios	86
3.8.4d Rutas Turísticas	87
a) Ruta 1 Atractivos de Serena.	87
b) Ruta 2 Atractivos de Shandía	88
c) Ruta 3 Atractivos e Mirador	89
3.8.5 Precio	92
3.8.6 Plaza	93
3.8.7 Promoción	94
3.8.8 Estrategias de Promoción	98
3.8.9 Evidencia Física	101
3.8.10 Ventaja Competitiva	102
3.8.10 ^a Estrategias de Fidelidad	102
3.9 Conclusiones del Estudio de Mercado	104

CAPÍTULO 4

ESTUDIO TÉCNICO AMBIENTAL

4.1 Análisis Técnico	106
4.1.1 Establecimientos de Salud en Tena	107
4.1.2 Servicios Básicos del Tena	107
4.1.3 Factibilidad Técnica	108
4.1.4 Medio Físico	109
4.1.5 Desarrollo de la Infraestructura	110
a) Comunidad de Serena	110
b) Comunidad de Shandia	112
c) Comunidad de Mirador	113
4.1.6 Infraestructura de Kallari	118
4.2 Análisis Ambients	122
4.2.1 Objetivos	122
4.2.2 Objetivos Específicos	122
4.2.3 Certificaciones Ambientales	123
4.2.3 ^a Certificación BCS	123
4.2.3 ^b Certification Rain Forest Alliance	124
4.2.4 Gestión Ambiental	124
4.2.5 Posibles Impactos ambientales	125

4.2.6 Plan Ambiental126

4.2.7 Evaluaciones Ambientales127

4.2.8 Capacitación Ambiental133

4.2.9 Materiales134

4.2.10 Rentabilidad Ambiental136

CAPÍTULO 5

LEGAL Y ADMINISTRATIVO

5.1 Estudio Legal138

5.1.1 Organización no Gubernamental138

5.1.2 Asociación139

5.1.3 Miembros140

5.1.4 Reglamento General141

- Del Ecoturismo y la Sostenibilidad141

- Guías Profesionales de Turismo141

- De la Capacitación y Formación profesional143

- Reglamento de registro de centros turísticos Comunitarios143

5.1.5 Pago a Entidades146

5.2 Estudio Administrativo147

5.2.1 Misión147

5.2.2 Visión147

5.2.3 Valores Corporativos147

5.2.4 Objetivo General148

5.2.5 Objetivos Específicos148

5.2.6 Organigrama General149

5.2.7 Organigrama Turístico149

5.2.8 Organigrama de las Comunidades150

5.2.9 Descripción del Personal150

5.2.10 Plan del Personal158

5.2.11 Distribución de Ingresos159

CAPÍTULO 6

ESTUDIO FINANCIERO

6.1 Inversión Inicial y financiamiento160

6.1.1 Detalle de la Inversión Inicial161

6.1.2Capital de Trabajo162

6.1.2ª Gastos Operativos162

6.1.3 Amortizaciones y Depreciaciones164

6.2 Balance de Situación Inicial165

6.3 Ingresos y Egresos166

6.3.1 Ingresos166

6.3.2 Estado de pérdidas y ganancias169

6.4 Flujo neto de Efectivo171

6.5 Indicadores Financieros173

6.5.1 Período de Recuperación173

6.5.2 VAN...	173
6.5.3 TIR...	174
6.5.4 Beneficio/Costo...	174
6.6 Punto de Equilibrio...	174
a) Costos Fijos...	175
b) Costos Variables...	176
CONCLUSIONES...	177
RECOMENDACIONES...	182
BIBLIOGRAFÍA...	183
APÉNDICES...	187
Apéndice A Formato del Viaje...	187
Apéndice B Ética Turística...	189
Apéndice C Que Llevar...	190
Apéndice D Capacitaciones...	191
Apéndice E Alimentación...	193
Apéndice F Encuestas de Satisfacción...	195
ANEXOS	

ÌNDICE CUADROS

CAPÍTULO 2

TURISMO COMUNITARIO

1. Cuadro 2.1 Flora de la Zona del Proyecto	34
2. Cuadro 2.2 Fauna de la Zona del proyecto	36

CAPÍTULO 3

ESTUDIO DE MERCADO

3. Cuadro 3.1 Actividades Económicas en el Ecuador	50
4. Cuadro 3.2 Ingreso de Turistas extranjeros al Ecuador	52
5. Cuadro 3.3 Cifras de ingresos de turistas para los próximos años	52
6. Cuadro 3.4 Países Emisores	53
7. Cuadro 3.5 Meses con mayor cantidad de llegadas de turistas	54
8. Cuadro 3.6 Ingreso de Visitantes por Motivos de Viaje	55
9. Cuadro 3. 7Porcentaje de edades de turistas no residentes	56
10. Cuadro 3.8 Análisis de la competencia Yachana Lodge	65
11. Cuadro 3.9 Análisis de la competencia de Ricancie	66
12. Cuadro 3.10 Análisis de la Competencia Jatun Sacha	67
13. Cuadro 3.11 Análisis de Kapawi	68
14. Cuadro 3.12 Análisis de la Competencia Directa	69
15. Cuadro 3.13 Capacidad de Carga en Serena	76
16. Cuadro 3.14 Capacidad de carga para el programa de voluntarios Serena	77
17. Cuadro 3.15 Presupuesto en equipos de operación para los turistas en Serena	78
18. Cuadro 3.16 Capacidad de carga para Shandia	79
19. Cuadro 3.17 Capacidad de carga para programa de voluntarios Shandia	80

20. Cuadro 3.18 Presupuesto en equipamiento para los turistas en Shandia	81
21. Cuadro 3.19 Capacidad de carga para voluntarios en Mirador	82
22. Cuadro 3.20 Presupuesto para la operación de Mirador	84
a. Ruta 1 Serena	87
b. Ruta 2 Shandia	88
c. Ruta 3 Mirador	89
23. Cuadro 3.21 Simbología	90
24. Cuadro 3.22 Precio para el programa de voluntarios	92
25. Cuadro 3.23 Precio por días y personas para Serena.....	93
26. Cuadro 3.24 Precio por número de días y personas para Shandia	93
27. Cuadro 3.25 Presupuesto de Promoción	99
28. Cuadro 3.26 Presupuesto de Invitaciones	99
29. Cuadro 3.27 Presupuesto de cortesía de Chocolates	100
30. Cuadro 3.28 Presupuesto general de equipos de operación	100
31. Cuadro 3.29 Presupuesto general de Marketing	100

CAPÍTULO 4

ESTUDIO TÉCNICO – AMBIENTAL

32. Cuadro 4.1 Presupuesto de materiales de Equipamiento para las cabañas	114
33. Cuadro 4.2 Presupuesto para material de cocina en Serena	115
34. Cuadro 4.3 Presupuesto de materiales de cocina para Shandia	116
35. Cuadro 4.4 Presupuesto para los materiales de cocina en Mirador	116
36. Cuadro 4.5 Presupuesto total en materiales de Cocina	117
37. Cuadro 4.6 Presupuesto en equipos de seguridad	118
38. Cuadro 4.7 Presupuesto total de equipamiento	118
39. Cuadro 4.8 Materiales biodegradables	135
40. Cuadro 4.9 Presupuesto de mantenimiento	135

CAPÍTULO 5

ESTUDIO LEGAL Y ADMINISTRATIVO

41. Cuadro 5.1 Pago a entidades	146
42. Cuadro 5.2 Plan del Personal	159

CAPÍTULO 6

ESTUDIO FINANCIERO

43. Cuadro 6.1 Inversión Inicial	161
44. Cuadro de Servicios Básicos	162
45. Cuadro 6.3 Suministros de oficina	162
46. Cuadro 6.4 Útiles de limpieza	162
47. Cuadro 6.5 Sueldos	163
48. Cuadro 6.6 Publicidad	163
49. Cuadro 6.7 Costos de Transporte	163
50. Cuadro 6.8 Cuadro de SECAP	163
51. Cuadro 6.9 Presupuesto de cortesía de Chocolates	164
52. Cuadro 6.10 Capital de Trabajo	164
53. Cuadro 6.11 Depreciaciones	164
54. Cuadro 6.12 Balance de Situación Inicial	165
55. Cuadro 6.13 Total personas e ingresos en Serena por turistas	167
56. Cuadro 6.14 Total voluntarios e ingresos en Serena	167
57. Cuadro 6.15 Total personas e ingresos anuales en Shandia	168
58. Cuadro 6.16 Total voluntarios e ingresos en Shandia	167
59. Cuadro 6.17 Total voluntarios e ingresos en Mirador	167
60. Cuadro 6.18 Ingresos Totales	169
61. Cuadro 6.19 Estado de Pérdidas y Ganancias	170
62. Cuadro 6.20 Flujo Neto de Efectivo	172
63. Cuadro 6.21 Costos Fijos	175
64. Cuadro 6.22 Costos Variables	176

CAPITULO 1

GENERALIDADES

1.1.ANTECEDENTES

El Ecuador es un país biodiverso y con una mezcla de culturas, considerado parte de los pulmones del mundo, situado en el centro de la línea ecuatorial con una superficie de 272.044 km cuadrados y una población de 13'500.000 habitantes aproximadamente.¹

Los recursos naturales que posee el país lo hacen único e incomparable, se puede encontrar distintas especies de flora y fauna, destinos inesperados y culturas que siguen conservándose con el paso del tiempo.

Los países como Ecuador, Perú, Brasil y Colombia, por sus características geográficas, poseen la mayor biodiversidad genética de especies animales y vegetales considerados el refugio ecológico donde se conserva la vida en su estado natural.

La Amazonía Ecuatoriana representa casi el 50% de la superficie del país, comprende desde los 3.000 m. al este de la cordillera de los Andes hasta los 300 m. para la parte de Lago Agrio y por el otro lado, la baja Amazonia comprende desde los 300 m por el Rio Napo, en la frontera con Perú.² La región Amazónica es el centro de cultivos como yuca, patatas, frutas, ají, chontaduro, cacao (muy importante para el siguiente estudio).

Uno de los lugares mágicos del Ecuador, desde el Oriente, es encuentra la Provincia del Napo, con 33.930 km², teniendo como capital al Tena, con casi 50.000 residentes, y conocida en el mundo entero como la capital del ecoturismo y deportes de aventura. Tiene una amplia oferta con siete pisos climáticos, una gran biodiversidad y hasta una reserva de biosfera, (Sumaco) reconocido por la Organización de las Naciones Unidas para la ciencia y la Cultura (UNESCO).

¹ http://www.pedagogie.ac-toulouse.fr/espanol/htm/am_sur/ecuador/geogr.htm

² RUIZ Lucy, "La diversidad biológica y cultural en la Amazonia Ecuatoriana", Primer Ciclo, Pág. 30.

En el Tena se puede encontrar reservas indígenas, ríos, lagos, playas, selvas vírgenes, cavernas, pueblos, costumbres ancestrales, gastronomía típica y sobre todo sitios llenos de misterio y aventura.

El Ecuador posee suelos apropiados y de gran potencial para producir cacao, actividad que ha venido creciendo sobre todo por los beneficios de los chocolates dark, que son considerados muy buenos para la salud ya que son totalmente orgánicos. Tomando datos financieros del 2008, las exportaciones de cacao representan más de U\$ 250 millones anuales, que son casi 106.000 toneladas métricas, gracias a que tiene mayor apreciación extranjera, las cuales se distribuyen en su mayoría a Europa y EE.UU., con un 60% y con un 40% al resto de Latinoamérica. (*Ver anexo 1*).

El Ecuador participa para la calificación como País Productor de Cacao pero lamentablemente tuvo una reducción de un 25%, debido a que en 1993 se dio descuido en sus condiciones que se refieren a impurezas, deficiencias en el método de la fermentación, mezcla de dos variedades de cacao, entre otras. Sin embargo cabe recalcar que si se toma conciencia realizando métodos correctos, evitando mezclar las variedades de cacao, que son el CCN51 (cacao fino de aroma con propiedades de manteca de cacao) y el Nacional (orgánico) y siendo más minuciosos en el proceso desde que se cosecha el grano, el país tiene ventajas mucho mayores frente a otros por el simple hecho de que el Ecuador por su ubicación geográfica tiene los mejores suelos, clima y añadiendo la bondad que caracteriza a las personas que trabajan el producto; por estas y otras razones se espera una recalificación del producto a nivel país, ya que el premio podrá exigir hasta \$3.000 extra por tonelada, tema que se puede lograr tomando en cuenta que las exportaciones de chocolate semi elaborados, se incrementó en un 300% desde el 2000, con sus principales empresas El Salinerito, Ferrero, entre otras.

Se considera que los beneficios del chocolate dark hablan por sí solos, estos beneficios abarcan las cualidades antioxidantes, bajo contenido calórico, previene problemas cardíacos, el cáncer, y son de gran valor energético, considerados importantes en la dieta de las tropas militares estadounidenses en Irak, todo esto sumado a su excelente aroma y un sabor único ha sido demandado cada vez más, lo que ha provocado también que niños y adolescentes empiecen a preferir esta variedad, lo que significa un aumento de la demanda

en el futuro, ya que además están dispuestos a pagar un buen precio por un buen producto y de calidad que tenga sus características como la diferencia en el porcentaje de licor de cacao, componente único de los chocolates dark, que van desde 75% a 100%, además del correcto cuidado de los granos y ambiental.

Por otro lado **“los datos financieros que incrementan se ven afectados por factores naturales, ya que las constantes lluvias afectan al sector y que muchas veces no se puede lograr, pero este factor será compensado con el precio del cacao”**³, asegura Askley Delgado, presidente de la Asociación Nacional de Exportaciones, ya que de lo que va del año se ha incrementado en un 20%, la tonelada de cacao actualmente está en \$2,570, que además puede ser incrementado por su premio que es el monto adicional, por ser de alta calidad y con conexiones directas para la exportación, este premio puede ser alrededor de \$1.000 adicionales, aunque también pueden obtener un castigo y recibir \$200 o \$300 menos del precio de la tonelada.⁴

Según datos de la Estrategia del Turismo Rural en el Ecuador se señala que dentro de las tendencias turísticas mundiales el turismo comunitario está entre las diferentes opciones que se plantean en el mercado turístico, y es uno de los que mayores posibilidades tiene en el futuro, razón por la cual se da la posibilidad de posicionarse en el mercado por sus atributos que bien pueden tener estrategias de corto y mediano plazo más las de largo plazo que se pretenden alcanzar.

Los jóvenes y mujeres tienen un papel determinante en el turismo comunitario por su alta participación, misma que ayuda al planteamiento de estrategias y ventajas dentro de las comunidades.

1.2.DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

Gracias a la gran riqueza del suelo que poseen las comunidades del Tena, es considerado como uno de los mejores lugares para la actividad cacaotera, hecho que influyó a la

³ DELGADO Askley (2008) **“Chocolate amargo ecuatoriano tiene mayor demanda en el exterior”**. El Financiero, Pág. 6 y 7.

⁴ CRESPO, F (2008): **“Chocolate amargo ecuatoriano tiene mayor demanda en el exterior”**. El Financiero, Pág. 7.

Asociación KALLARI, cuyo objetivo nació con la idea de ayudar a las familias y permitir que estas salgan adelante, haciéndolas participar en todo momento y capacitando a su gente para obtener buenos resultados.

Kallari se ha dedicado a la producción y comercialización del cacao, más no al turismo porque no ha habido gente especializada en el tema, pese a que si se realizan actividades turísticas, estas se llevan a cabo de forma informal y sin un previo estudio completo.

Las comunidades de Kallari han querido mejorar su oferta para los visitantes que llegan a sus diferentes comunidades, razón por la cual ha surgido la idea de la construcción de cabañas en la comunidad de Shandia, en el Tena, comunidad más desarrollada, para satisfacer a la demanda nacional y extranjera, tomando como base la exportación de cacao, lo que influye para que las personas quieran conocer la zona.

Es por estas y otras razones que se mostraran a continuación, se pretende realizar el proyecto para la creación de rutas turísticas en la Asociación Kallari, comunidad de Shandia, localizada en la provincia del Napo y así realzar sus atractivos naturales y dar importancia al turismo comunitario, de agronomía, investigación científica y diversión, con un buen manejo turístico y de producción cacaotera de calidad.

La asociación recibe ayuda para la construcción de cabañas en la comunidad de Shandia para cubrir la posible demanda que tendrá de turistas nacionales y extranjeros, tomando como base la exportación de cacao, que ha influido para que las personas quieran conocer la zona, ya que transformaron el cacao en chocolate, producto que se quiere vender al turista.

1.2.1. Formulación del Problema

¿Sera posible la creación de rutas turísticas en la Asociación Kallari, comunidad de Shandia, localizada en la Provincia del Napo, para el desarrollo de las comunidades productoras de cacao?

1.3. OBJETIVOS

1.3.1. Objetivo General

Establecer rutas turísticas, para el desarrollo del turismo en las comunidades de la Asociación Kallari, localizada en la Provincia del Napo.

1.3.2. Objetivos específicos:

- Realizar un inventario de atractivos turísticos, para definir producto turístico en la asociación Kallari.
- Obtener información acerca de la infraestructura y equipamiento de la Asociación Kallari.
- Precisar la estructura administrativa en la asociación Kallari.
- Definir mediante un estudio de mercado las características de la demanda.
- Determinar el impacto socioeconómico y ambiental al momento de poner en marcha al proyecto.

1.4. JUSTIFICACIÓN

El interés e iniciativa para el desarrollo de un proyecto turístico en la Asociación Kallari, en el Napo, tomando en cuenta que su principal actividad es la producción, comercialización y venta de chocolate orgánico y que esto lo ha llevado al tercer lugar a nivel internacional de productores de chocolate en el mundo, dio como iniciativa desarrollar a la Asociación turísticamente, ya que no hay un plan específico para ello.

Aprovechando los recursos de la zona se pretende desarrollar a las comunidades, mediante el establecimiento de rutas, convirtiéndolas en un atractivo turístico tanto nacional como internacional.

1.5. DATOS GENERALES

1.5.1. Turismo Comunitario



Centro de la Comunidad de Shandia, Tena

Foto: Ana Cristina Rodríguez

Según datos de la FEPTCE (Federación Plurinacional de Turismo Comunitario de Ecuador), en el área del Ecuador el turismo comunitario en la Amazonia se distribuye en el 49%, mientras que en la Sierra es de 27%, y en la Costa un 24%. Es interesante la forma en que se ha manejado a este tipo de turismo, ya que hay que considerar que hay que ver al turismo como un complemento de sus actividades de producción y subsistencia mas no ser el centro de las mismas.

Para poder desarrollar al turismo comunitario con buenas prácticas, el gobierno debe formar parte de proyectos, pero si no lo hace es de vital importancia considerar a las ONG'S, que ya han aportado en los países en vías de desarrollo para desarrollar e invertir en planes turísticos.⁵ Es importante recalcar que el turismo comunitario nace por un lado por la crisis en el sector agropecuario, dado por la caída de los precios y la pérdida de rentabilidad de las explotaciones tradicionales y también por el cambio en el comportamiento de los habitantes urbanos, que están cansados de destinos típicos, pasando a ser este importante como objeto en el consumo de la ciudad.

⁵ Ing. LOMBARDI H (2004): “Desarrollo Estratégico de Turismo Comunitario”. Buenos aires, Pág. 8.

1.5.2 Biodiversidad y desarrollo sostenible

“La biodiversidad es la variabilidad entre los organismos vivos y los sistemas ecológicos en donde habitan, esta tiene que ver con las especies, los genes, los ecosistemas y su relativa abundancia”⁶

- Diversidad de especies: Variedad de grupos existentes en una región.
- Diversidad genética: contenidos de los genes, que es única en cada especie.
- Ecosistemas: Conjunto de elementos de una comunidad biótica.

El hombre ha interactuado en el medioambiente desde los inicios de su existencia razón por lo cual no se puede desprender su estrecha relación con los ecosistemas y en si el planeta en general, porque también forma parte de ella.

El término desarrollo sostenible fue lanzado en 1987, este pretende unir los términos de crecimiento económico con el ambiente, pretendiendo promover equitativamente los beneficios de la oferta de bienes y servicios para ofrecerlos con valor agregado para mercados nacionales e internacionales, los cuales tienen una ventaja frente a los que no poseen un cuidado ambiental y buenas prácticas con el medio ambiente.⁷

1.5.3 Concepto de Agroturismo

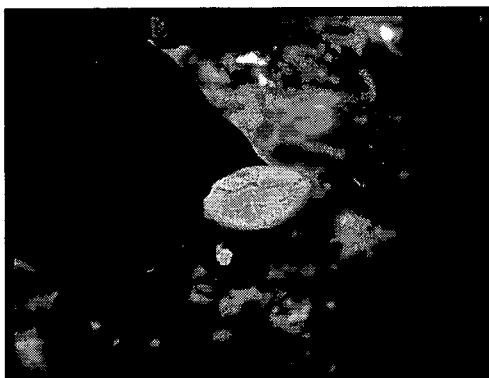
El agroturismo es la actividad que tiene como motivo conocer, participar o disfrutar de las actividades relacionadas con la producción agropecuaria, esta es ms atractiva cuando la oferta es ms diversificada y tiene diferentes nichos de mercado. Existe el segmento el cual se mueve por conocer y aprender tecnologías, usos y modos de producción, o también los que desean tener experiencias por participar en el proceso de producción y aquellos que quieren contemplar la manera de cómo se produce.⁸

⁶ ESTRELLA, E. “Biodiversidad en el Ecuador”. Quito: Cultura y Naturaleza. Lecturas, Págs. 44.

⁷ RAMOS, I (2002): “Acción ecológica/ Amigos de la Tierra Ecuador”. Lecturas, parte 9, Págs. 44.

⁸ FRANGIALLI, F (2003): “Bases para el Desarrollo del Turismo Rural en el Ecuador.”Estrategias Pág.12.

Sea cual sea el motivo del viaje en la parte agrónoma, el beneficio debe ser para ambas partes, tanto para la persona interesada por satisfacer sus necesidades exigentes, tanto como para las comunidades dedicadas a realizar actividades de producción.



Pepa de cacao en la comunidad de Mirador, Tena.

Foto: Ana Cristina Rodríguez

1.5.4 Concepto de ecoturismo

El ecoturismo es la actividad que realiza el turista, relacionada con el medio natural, la flora y la fauna de un lugar, para apreciar y re reconocer a especies únicas, que no pueden estar necesariamente en reservas o parque nacionales.⁹

1.5.5 Concepto de turismo de aventura

El turismo de aventura suele practicarse en parques nacionales o en medios rurales, según su ubicación se pueden practicar desde actividades de agua como canotaje, rafting, windsurf, entre otras, como también por aire como parapente o el globo, y por tierra como trekking, montañismo, rapel, cabalgatas, ciclismo y más. Estas actividades son realizadas con especialistas reconocidos y muchas veces endémicos de la zona.¹⁰

⁹ FRANGIALLI, F (2003): “Bases para el Desarrollo del Turismo Rural en el Ecuador”, Pág. 12.

¹⁰ FRANGIALLI, F (2003): “Bases para el Desarrollo del Turismo Rural en el Ecuador”, Pág. 13.

1.5.6 Concepto de turismo técnico científico

Los turistas que viajan por motivos de actividades productivas, son profesionales y estudiantes, los cuales buscan tecnologías, conocimientos de sistemas productivos, realizar estudios y prácticas en ciencias sociales y naturales.¹¹

1.5.7 Atractivos turísticos

Los Atractivos Turísticos son el conjunto de lugares, bienes, costumbres y acontecimientos que por sus características, propias o de ubicación en un contexto, atraen el interés del visitante”

➤ Clasificación de atractivos turísticos

La clasificación de las categorías de atractivos se la hace en dos grupos: SITIOS NATURALES y MANIFESTACIONES CULTURALES. Ambas categorías se agrupan en tipos y subtipos.¹²

- La categoría define los atributos que tiene un elemento y motivan la visita turística dependiendo de su naturaleza.
- Los tipos son elementos de características similares en una categoría.
- El Subtipo son los elementos que caracterizan los tipos.

➤ Inventario de atractivos turísticos : (*Ver anexo 2*)

Según el Ministerio de Turismo del Ecuador, el inventario de atractivos es el proceso mediante el cual se registra ordenadamente los factores físicos, biológicos y culturales que como conjunto de atractivos, efectiva o potencialmente puestos en el mercado, contribuyen a confrontar la oferta turística del país. Proporcionan información importante para el desarrollo del turismo, su tecnificación, evaluación y zonificación en el sentido de diversificar las áreas del desarrollo turístico.

¹¹ FRANGIALLI, F (2003): “Bases para el Desarrollo del Turismo Rural en el Ecuador”, Págs. 14.

¹² Ministerio de Turismo del Ecuador, “Atractivos turísticos”

CAPÍTULO 2

TURISMO COMUNITARIO

2.1 ANTECEDENTES

Turismo comunitario es definido por la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador (FEPTCE) como: “Toda actividad económica solidaria que relaciona a la comunidad con los visitantes desde una perspectiva intercultural, con participación consensuada de sus miembros, proponiendo el manejo adecuado de los recursos naturales y la valoración del patrimonio cultural, basados en un principio de equidad en la distribución de los beneficios generados”.

El Turismo Comunitario debe ser considerado desde el punto de vista socio – económico, ambiental, cultural y político en su conjunto, no solo se puede desarrollar como una actividad más, ya que integra a personas, sistemas de producción, lenguas, culturas y experiencias nuevas, dependiendo al tipo de nacionalidad y de ubicación geográfica al que pertenezcan, cuyos principales actores son los pueblos indígenas que potencian el desarrollo y bienestar de las familias de sus comunidades. **“Las nacionalidades son consideradas aquellas que tienen su propia lengua y costumbres.”**¹³

Según un estudio realizado por la Universidad de Especialidades en Turismo (UCT), la Organización Internacional del Trabajo (OIT) y La Federación Plurinacional de Turismo Comunitario de Ecuador (FEPTCE), el auge del turismo comunitario se dio en la década de

¹³ Ing. LOMBARDI H (2004):“Desarrollo Estratégico de Turismo Comunitario”, Buenos Aires, Págs.58.

los 90, con un incremento no muy amplio para el año 2000, la primera iniciativa turística comunitaria fue Capirona, en 1990, que gracias a la afluencia de turistas formó alianza con otras comunidades formándose Ricancie, otro ejemplo es el de Yunquillas formado en 1997, quienes recibieron a los primeros holandeses con la Fundación Machicupuna, ahora cuanta con una capacidad para 40 personas, entre cabañas y camping, pudiendo realizar actividades de agroturismo; Kushi Wayra inicio en el 2001, desarrollando dentro de sus actividades planta de quesos, proyectos de salud, un Centro Cultural y un refugio. Se pueden nombrar muchas otras experiencias comunitarias que han surgido con el paso del tiempo, motivando a otras a crearse, con novedades como el agroturismo, venta de productos, artesanías, formar partes de las familias endémicas y sus costumbres. Lo que se pretende es poder incluir alojamiento o mejorar los existentes para brindar un mejor servicio ayudando a los anfitriones, que son las comunidades.

En el año 2003, ingresaron al Ministerio de Finanzas 15 proyectos de Turismo comunitario con un presupuesto aproximado de \$ 1.200.000¹⁴ siendo esto de importante por la conciencia que se ha tomado para la destinación de fondos para el surgimiento de los proyectos.

Todos los proyectos de desarrollo comunitario deben tomar en cuenta en qué forma pueden ser intervenidos para lograr de manera sustentable un equilibrio entre los distintos actores tales como su infraestructura, la oferta del lugar, funcionamiento, medios de comunicación y su tipo de conexiones.

En las formas de realizar turismo comunitario, enfocados en establecimientos están las comunidades indígenas, haciendas, hosterías, cabañas y restaurantes del medio rural, fundamentadas en criterios de sustentabilidad. Cabe recalcar que no todo espacio es factible de transformarse en espacio para este tipo de turismo, dado por la infraestructura o factores sociales, por esta razón hay que tomar en cuenta que el emprendimiento para este tipo de turismo debe tener características como¹⁵: (Estrategia de Turismo Rural del Ecuador).

¹⁴ Ing. LOMBARDI H (2004): “Desarrollo Estratégico de Turismo Comunitario”, Buenos Aires.

¹⁵ FRANGIALLI, F (2003): “Bases para el Desarrollo del Turismo Rural en el Ecuador”, Págs.6 y 7.

- Dese ser una actividad natural.
- Es una actividad limitada ya que constituye una complementación a las rentas originales.
- Este será activo y recreativo.
- Fomenta la instalación de infraestructura de productos y servicios de uso permanente.
- Contribuye una relación por el intercambio, pero manteniendo su ámbito e individualidad.

Los beneficios del turismo comunitario se dan tanto en la producción, ya que se diversifica la misma, hasta el desarrollo de nuevas inversiones, contando que se crea empleo incluyendo a mujeres y jóvenes, en actividades como creación artesanal, de alimentos y atención al turista, que no se toman en cuenta para la producción agropecuaria solamente, y que discriminaba al sexo femenino. Revaloriza el patrimonio cultural, ambiental y el entorno físico, agrega valor a las actividades principales, incorpora a distintos establecimientos y mejora la comercialización de los productos, como es el caso de Yachana Lodge en la Amazonia que fue tomado muy en cuenta por realizar chocolate en la selva a demás de tener un hospital de tecnología avanzada.¹⁶

Las instituciones a nivel nacional para Turismo Comunitario son el Ministerio de Turismo, (Organización Mundial del Trabajo) y la Universidad de Especialidades Turísticas. Siguiendo con las demás instituciones están las Asociaciones en general, Eco Redes, ONG, mas las comunidades que forman parte de la política de participación, estas instituciones actúan de manera directa con los involucradas el hecho es identificar a otras empresas tanto públicas como privadas que permitan desenvolver mas proyectos.

2.2 CONCEPTOS REFERENCIALES

- El *turismo Comunitario* es un concepto que incluye una variedad de formas en cuanto a la estructura de propiedad de un determinado espacio físico (casa, cabaña, refugio) en dónde se ofrece el servicio de alojamiento, comidas, como también otras

¹⁶ Ing. LOMBARDI H(2004), “Desarrollo Estratégico de Turismo Comunitario”, Buenos Aires, Pág17.

actividades de turismo rural, culturales y de agroturismo. El Turismo Comunitario además es una forma de gestión.¹⁷

- El *turismo cultural* enlaza al turismo comunitario ya que por el rico patrimonio histórico existen establecimientos y comunidades que a partir de la actividad turística se pueden conservar bajo las familias a quienes pertenece el lugar, con el objetivo de mantener parte de su historia y además poder agregar valor a los atractivos ya existentes, beneficiando a las comunidades.¹⁸

El *shamanismo* es parte del turismo cultural. El “Yachak” (sanador) conoce el efecto de las plantas medicinales y sabe aplicarlas en ceremonias de curación. El está en conexión con los “Supays” (espíritus), ante todo este conocimiento el turista puede aprender sobre la cosmovisión, el uso de las plantas medicinales o relajarse en una ceremonia de limpieza a través de un baño a vapor.

- El *turismo local* es la organización comunitaria organizada y capacitada, reconocida como tal, que ejecute actividades de ecoturismo en un área geográfica para tal efecto.¹⁹

Es muy importante tomar en cuenta que el Ministerio de Turismo y el Ambiente juegan un papel muy importante en el desarrollo de las actividades turísticas, porque son quienes promocionan e invierten en las mismas con miras al futuro.

Las características con las que debe contar una comunidad para ser desarrollada varía de un sitio al otro, primero se debe tomar en cuenta la propiedad, la calidad de los atractivos que posee a su alrededor y lo que puede brindar, la equidad de su desarrollo, identificar los mercados para estudiarlos en la actualidad y a los potenciales, las expectativas de las partes tanto oferentes como los demandantes, manejo adecuado de los recursos, entre otros.

Este tipo de turismo no implica alojamiento necesariamente, ya que no todas las comunidades son aptas para ello pero se pueden obtener ingresos de la venta de productos a los visitantes de una comunidad, como también la venta de platos y delicias

¹⁷ Ing. LOMBARDI H (2004): “Desarrollo Estratégico de Turismo Comunitario”, Buenos Aires.

¹⁸ FRANGIALLI, F (2003): “Bases para el Desarrollo del Turismo Rural en el Ecuador”, Págs.13.

¹⁹ REGISTRO OFICIAL (2002): “Reglamento de Ecoturismo y Sostenibilidad”. No. 589

gastronómicas y artesanal endémicas, de esta forma inducen a la población a incorporar técnicas de mercadeo así como la información de recetas típicas, características que agregan valor en el momento de relatar experiencias comunitarias.

2.3 SUSTENTABILIDAD Y TURISMO COMUNITARIO

Para poder tener un adecuado manejo de las comunidades turísticamente, existen factores los cuales son necesarios estudiar:²⁰

2.3.1 Sostenibilidad Económica

El turismo en una comunidad pretende ser un adicional a las actividades centrales de la misma, en este aspecto se convierte en una fuente de ingresos complementaria pero estacional porque depende de tiempos de ocupación, los cuales deben ser definidos, para poder organizar a la comunidad, y se puede aprovechar también la venta de productos orgánicos, leches, fauna, plantas medicinales, artesanías, entre otras que proporcionan valor agregado al desarrollo turístico. Para poder tener una visión clara de la economía de una comunidad es necesaria la capacitación, porque hay que tomar en cuenta la fuerte inversión que se tiene que realizar en el turismo.

2.3.2 Sostenibilidad Social

Cuando la comunidad participa en todo el proceso, las consecuencias son positivas para todos por el simple hecho de que hay una amplia comunicación y conocimiento de la calidad del producto entre los miembros de la comunidad y las partes que intervienen, socialmente significa que los diversos sectores estén enlazados.

²⁰ Ing. LOMBARDI Hernán (2204), Desarrollo Estratégico de Turismo Comunitario, Buenos Aires Argentina, Págs. 133.

2.3.3 Sostenibilidad Cultural

Cuando se habla de la conservación de la cultura es necesario entender que la relación entre los visitantes y la comunidad es de intercambio cultural, mas no de cambio de cultura, si bien es cierto que toda relación conlleva a la formación de algo nuevo, este puede ser aprovechado, por ejemplo cuando la gente local aprende nuevas formas de limpieza, otros idiomas, costumbres, alimentos, etc., ya que todos conviven en una sociedad la cual no puede ser hermética para no contaminarse, más bien debe ser manejada con criterio y esto se obtiene contando con el respeto que cada quien tiene por sus orígenes. También hay que estar conscientes del posible impacto tanto natural como cultural que son consecuencia del desarrollo del turismo, toda intervención tiene un efecto, el tema de sustentabilidad pretende que esos impactos vayan de acuerdo con el medio y que los recursos sean aprovechados por sus orígenes y características y no cambiarlos, porque para vender un producto tiene que ser autentico, por esta razón es hora de promover a parte de los derechos del visitante, también los deberes de los mismos.

El turismo rural y el comunitario específicamente han logrado probar que revalorizar las manifestaciones culturales, gastronomía, tradiciones, usos y costumbres de la cotidiana, por el simple hecho que los turistas aprecias estas culturas y se sienten atraídos por estas actividades distintas que hacen que la gente local retome sus costumbres y se sienta orgullosa de ella.

2.3.4 Sostenibilidad Ambiental

La idea de la conservación del medio ambiente es la de poder tener en el futuro los recursos necesarios sin que sean afectados a gran escala, para satisfacer las necesidades de las personas, y así de generación en generación.

Lo más importante es el mantener los ecosistemas vitales para el planeta, así se logra un equilibrio y calidad, todo radica en una planificación ya que los recursos naturales y culturales serian en este caso el producto a vender, pero estos tienen que prevalecer.

Los clientes actuales revalorizan mucho el cuidado del medio ambiente, lo cual es positivo para las comunidades porque se dan nuevas formas de cuidados ambientales, aunque también se da un impacto este puede ser revalorizado.

2.4 ASOCIACIÓN “KALLARI” (Ver anexo 3)



Paisajes de las comunidades pertenecientes a Kallari

Foto: Voluntarios de la Asociación

2.4.1 Historia

Los grupos de indígenas Kichwuas migraron a la selva tras la conquista española, para poder vivir en libertad, hecho que dio como consecuencia una vida en la selva de respeto y solidaridad. Las familias pertenecientes al grupo Kallari demuestran las prácticas heredadas desde aquel tiempo.

Kallari es una organización de desarrollo agro productivo y artesanal, comenzó en 1997 con menos de 50 familias pero ahora se han incrementado hasta llegar a las 600 familias, el promedio de personas por familia es en número de 6, aspecto que establece que exista una población beneficiaria directa de 3600 personas. En 2002, la cantidad de renta generada para las familias en la cooperativa con la venta de artesanías excedió la cantidad generada por cualquier otra fuente, incluyendo la venta de productos agrícolas o de la madera.

¿Qué significa Kallari?

KALLARI, posee un significado muy relacionado con la cultura Kichwua, ya que representa tres momentos desde el punto de vista ancestral: **“KA, significa el pasado, donde se luchó por la defensa cultural de los pueblos indígenas, LLA, representa el presente y la búsqueda de una economía sostenible y RI, es el futuro de la organización, con relaciones estrechas con mercados especiales para beneficiar a las generaciones venideras”**²¹, establecido por su líder Diego Grefa.

²¹ GREFA, Diego, Coordinador General de Kallari.

Existen dos tipos de comunidades, las que están más alejadas de las vías, con propiedades de 50 hectáreas aproximadamente, de las cuales 40 de ellas, se conservan como bosque tropical, estas comunidades conservan su conocimiento ancestral sobre plantas medicinales y recursos de la selva, y aquellos que viven cerca de las vías con pequeñas fincas de 5 has promedio, y con menos proporción de bosque, estas familias acceden a educación pero al mismo tiempo algunas pierden su contacto con las raíces culturales, pero sin embargo tratan de conservar sus orígenes.

La alimentación de las familias se basan en plantas endémicas, yuca, verde, pescado, chicha, frutas, en si todo lo que la selva puede brindar.

Iniciaron sus actividades en la fundación Jatun Sacha, con el financiamiento del Fondo Ecuatoriano Canadiense de Desarrollo (FECD), en 1999, donde la productividad agrícola dependía de una agricultura de recolección y sus productos ofrecidos al mercado eran de baja calidad y muy poco valor agregado, los precios dependían de los intermediarios, lo cual perjudicó a hombres y mujeres, niños y jóvenes, ya que estos eran discriminados.

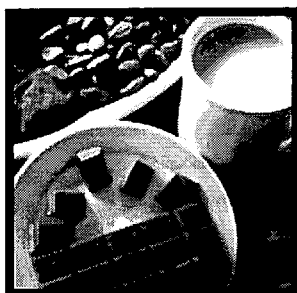
Carlos Pozo, director de comercialización en Kallari, señala que el surgimiento de la asociación se dio en una época de crisis para el país, por su Estado, inestabilidad bancaria, dolarización, crisis social, etc. Sin embargo, Kallari siguió adelante y pudo obtener un reconocimiento de sus productos en el mercado internacional especialmente con artesanías y luego con cacao y actualmente con el chocolate.

Antes de la formación organizada los intermediarios compraban el cacao pero posteriormente duplicaban su precio, adicionalmente la calidad no era muy buena porque no había un adecuado reconocimiento y organización con gente líder que diferencie el producto, es así que solo llegaban a vender en muchos casos de 5% a 20% de cacao fino de aroma en el chocolate, por esta razón Kallari luchó hasta terminar con los intermediarios y llegar a cumplir su objetivo de la venta directa, con un valor técnico, eje principal de la organización para una cosecha adecuada, logrando obtener ya chocolates con 80% de cacao en grano para materia prima y posteriormente se vendía internacionalmente con un 100%.

Los fundamentos y motivaciones para muchos de los integrantes de la asociación fue y es, que al analizar a las chocolateras en todo el mundo se distingue en mayor parte al

chocolate Suizo, mismo que podrá ser considerado el mejor chocolate pero no son dueños de la materia prima, ya que si se observan los empaques muchos de ellos mencionan a Ecuador como proveedor, a diferencia que en el país existe la mejor materia prima pero aun no se llega a ser considerado como el mejor chocolate.

Las ganas de surgir y llevar a cabo el objetivo de ser considerados los mejores, llevaron a Kallari a obtener el primer lugar en los mejores chocolates del mundo en la feria de San Francisco, USA., en el año 2007, con el reconocimiento de Slow Food, considerando también a otros países de Latinoamérica.



Barras de chocolate Kallari

Foto: www.kallari.com

Kallari, luego de terminar su experiencia con el FECD (Fondo Ecuatoriano Canadiense de Desarrollo) ha evolucionado su visión a un mejoramiento constante de calidad, especialmente en lo relacionado a cacao. Los socios(as) a nivel de campo han desarrollado una campaña de mejoramiento productivo, a través de la implementación de podas. 400 productores han iniciado la actividad de certificación orgánica para que sus fincas sean declaradas como tales; se está realizando la ejecución de un plan de conversión de finca, así como la elaboración de los reglamentos internos para dicho proceso.

El surgimiento de las comunidades ha hecho que Kallari poco a poco vaya adoptando distintas formas de vida, nuevos retos y mejoras en la producción, tecnología y capacitación con los miembros con las familias participantes.

Las buenas prácticas de estos pueblos, han llevado a su gran amor por la naturaleza, sin talar los bosques, sin vender sus tierras para la agricultura intensiva, minería, o intereses petroleros, ya que consideran que la vía humana, solidaria e inteligente da mejores resultados, esto a base de la producción de cacao, realización de artesanías y enfoque cultural, aseguran un futuro a los hijos de la selva que serán parte de otra generación, con mayores retos y cambios.

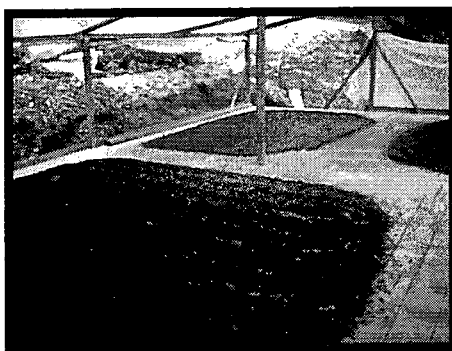
Se hacen prácticas integrales que brindan sustento a la gente y a la vez protegen el suelo para el cultivo y la cobertura forestal.

El cacao crece a la sombra de los arboles nativos y legítimos que nutren el suelo, y en distintas capas es combinado con otros productos que complementaban la dieta familiar, su conservación es gracias a que se preparan los pesticidas 100% naturales, desde la preparación del terreno hasta la siembra y cosecha, haciendo un trabajo manual para que sea de mejor calidad, actualmente ya obtuvieron la certificación orgánica, siendo parte de la certificadora Bio Latina, y BCS (Alemania) que garantizan a los consumidores la calidad ecológica de los productos, así como la calidad de trabajo de inspección y certificación, tanto en campo como en oficina ha recibido un merecido reconocimiento por parte de los principales mercados de producción ecológica.²²

Por hacer un manejo integral de la cadena del cacao, aplicando modernos principios sobre producción orgánica combinados con ancestrales métodos agroforestales que los Kichwuas han transmitido, se han recuperado y compartido saberes en las culturas del pueblo indígena.

Algunos consumidores creen que se puede reducir la selva tropical para aumentar la producción, pero en realidad las plantas de cacao utilizan menos del 2% de la tierra que forma parte de Kallari, ya que su 98 % son bosques primarios y secundarios, así como otras cosechas para la subsistencia.

Los socios asisten a diferentes instancias de formación técnica dirigidos a aumentar el nivel productivo de sus fincas, ellos entregan cacao de primera, en condiciones para continuar el proceso de pos cosecha, que se lleva a cabo en centros de acopio en manos de socios especializados en el tema.



Proceso secado de cacao en el centro de acopio en el Tena.

²² www.biolatina.com

Foto: Ana Cristina Rodríguez, Marzo 2008.

El manejo diversificado de las comunidades se desarrolla con una visión de protección del medio ambiente, primero consideran que no se debe dar un monocultivo, ya que existen plantas importantes y medicinales que agregan valor económico y cultural, todos estos ingresos sirven para la conservación de cultivos pequeños, que no se vean afectadas por plagas.

Al ser la única cooperativa indígena en producir su propia línea de chocolate desde la cosecha y la fabricación hasta el mercadeo. Han participado en ferias de Suiza, Italia, Alemania, España y Norte América quedando sus barras entre las tres mejores del mundo, ofrecen tres sabores excepcionales de chocolate negro. Los beneficios de este producto elevan el nivel de vida de las familias y permiten seguir preservando intactos los bosques.

Kallari tiene el principio del Comercio justo o Fair Trade, los productores reciben un precio por su producto superior al promedio que les ofrecen los intermediarios e incluso los exportadores finales en un rango del 20 al 60% sobre productores no asociados. La Federación de Comercio Justo (FTF), The Fair Trade Federation por sus siglas en ingles, es encargada para negocios y organizaciones que se dediquen completamente al comercio justo, la cual escoge productos altamente negociables para apoyarlos.²³



Compra y venta de Cacao a precio justo.

Foto: Voluntario de Kallari.

Las familias de productores de Kallari han experimentado un incremento anual en el precio que reciben por quintal, beneficio que se traduce en salud, mejor alimentación y educación para sus familias.

Otra de sus visiones es tener una fábrica de chocolate cerca de Casanga, lugar estratégico por el clima, se puede ahorrar en energía y cuenta con recursos de la zona aptos para mantener la fabrica, utilizando paneles solares, y utilizando ventiladores naturales usados

²³ <http://www.fairtradefederation.com>.

como refrigeradores, tomando en cuenta el clima frío de Casanga, en cuanto al agua existe una vertiente hidroeléctrica, el plan es hacer que el agua que salga de la fábrica regrese a pozos y sea utilizada en toda el área.

Gracias a las ferias internacionales Kallari ha dado a conocer su producto, es así que la Feria de Chicago de Construcciones Ecológicas ha tomado en cuenta el proyecto de la construcción de cabañas cerca de la que sería la fábrica de chocolate, las cuales pueden formar parte de un circuito con las comunidades.

Las experiencias turísticas que ha experimentado Kallari ha sido gracias al programa de voluntariados, estos van a las familias para poder conocer el tipo de trabajo que desempeñan, la mayoría visita las comunidades para formar parte del proceso de cacao, y conocimiento científico de sus técnicas y métodos de cosecha y en sus tiempos libres realizan deportes como rafting, caminatas, natación en los ríos, entre otros, la forma de organización para este programa ha sido netamente la página web de Kallari y las recomendaciones de visitantes anteriores que muchas veces han regresado y han intercambiado experiencias con otras personas, los visitantes se contactan con algún representante y según la actividad que desean realizar son enviados a una familia para que puedan participar con ella, actividad que muchas veces no tiene costo, aunque los voluntarios dejan ciertos ingresos estos no son administrados como tal.

Las artesanías de Kallari son 100% naturales y cada pieza es una original obra de arte, elaborados con tradicionales técnicas de tejido y talla, la posibilidad de recibir esta fuente de ingresos ha impulsado a los jóvenes a aprender y recuperar espacio en la expresión artísticas.

Las prácticas turísticas deben utilizar la definición del turismo comunitario como concepto, porque será un intercambio de conocimientos entre el visitante y la comunidad, los voluntarios deben ser vistos como parte de la actividad turística, teniendo a Kallari como gestor de los ingresos de los mismos, que beneficie también a voluntarios que residan en Quito, Tena y Fuera de Ecuador.²⁴

²⁴ Información tomada del catálogo general realizado por la Asociación Kallari.
POZO C, (2008): Director de Comercialización de Kallari, entrevista personal.
www.kallari.com

2.4.2 Comunidad de Shandia²⁵

La Comunidad de Shandia es considerada la de mayor desarrollo agrónomo y artesanal, posee gran cantidad de cosechas de cacao, y además es el mejor centro artesanal, por lo que se la toma como punto de referencia para visitar más comunidades, sus artesanías han tenido impulso también gracias a la Fundación MCCH (Maquita Chushunchic) fundación dedicada a trabajar en la comercialización comunitaria al servicio de los sectores de menores recursos del país, que ha ayudado con maquinaria para realizar artesanías, y ha brindado capacitación técnica a los habitantes.

Hace 55 años aproximadamente los misioneros de USA., visitan la zona amazónica del Ecuador, donde se radicaron en lo que ahora en Shandia, la primera familia misionera desarrolló la siembras, cosechas e impulsó a que se pueda vivir de mejor manera. Este grupo de misioneros adopta el nombre de “Mundo Juvenil”, mismos que han aportado con infraestructura, capacitaciones y trabajo con las comunidades, gracias a que la Asociación consta de una página web, los visitantes han podido relacionarse con las familias, que posteriormente se lo hace a través de Kallari directamente.

Gracias a las buenas experiencias de estos voluntarios el comentario se ha esparcido por varios estados en Usa, dando como resultado la llegada de más turistas que en su afán de trabajar con las comunidades, también disfrutaban de una estadía fuera de su lugar habitual realizando distintas actividades.

Muchos de los integrantes de Mundo Juvenil se hospedan en las familias del Shandia, pero cuando se habla de grupos grandes estos optan por quedarse en el Tena, situación que resulta un poco incomoda por el tiempo de ir de un lugar al otro, es por ese motivo que se obtuvo la idea de la construcción de unas cabañas ecológicas para abastecer las necesidades de la demanda, contando con el apoyo nuevamente con la Fundación MCCH.

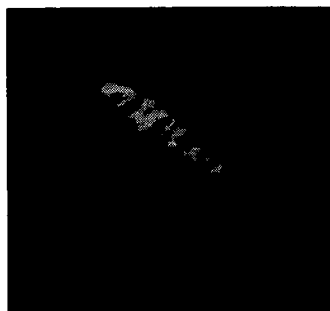
Hace 6 años aproximadamente, otra ayuda provino de la cruz roja española, que se preocupó por la comunidad de Shandia, y decidieron ayudarlos, comenzando con la construcción de un puente para facilitar la trasportación y traslados.

Así los proyectos no se hacen esperar para esta comunidad y ya se están construyendo unas cabañas ecológicas, para poder atender a la demanda.

²⁵ TANGUILA M, (2008): Vice presidente de la comunidad de Shandia, entrevista personal.

2.5 PRODUCCION DE CACAO

La importancia del suelo de donde proviene uno de los mejores cacaos del mundo, ha sido una de las claves para otorgar a los productos de Kallari un valor único con un aroma incomparable y un fino sabor 100% natural.



Cacao sacado desde el árbol, en la Comunidad de Mirador

Foto: Ana Cristina Rodríguez

2.5.1 Cultivo

Existen factores de los cuales depende el cultivo de cacao, como la temperatura, la lluvia, el viento y la luz solar. La sombra es muy importante para el desarrollo del producto y la humedad muchas veces resulta una amenaza porque propaga enfermedades al fruto, todos estos factores hacen que el cacao se localice en tierras bajas tropicales.

La temperatura limite medio anual llega a los 21 grados C, es por eso que la sombra hace que la temperatura no suba, esta puede ser más o menos 50% durante los primeros 4 años por otro lado el agua que necesita está entre 1.500 y 2.500 mm en las zonas bajas cálidas y entre 1200 y 1500 mm en las zonas más frescas, por ello el viento debe ser no muy continuo ya que puede provocar caída de sus hojas, es por eso que las zonas tropicales son excelentes.

El termino orgánico se utiliza mucho en el proceso del cacao ya que el suelo necesita de materia orgánica, al mismo tiempo debes ser profundos, arcillosos, con buen drenaje y topografía regular, también es común la utilización de plantas auxiliares para que den la sombra que a veces es difícil proporcionar en algunos lugares, mismas que deben ser fuente de sustancias nitrógenos para el cultivo.

Pese a las exigencias para el desarrollo del cacao, este se puede dar en diversos tipos de suelo, pueden estar en suelos arcillosos pesados muy erosionados como también en arenas volcánicas recién formadas, pero debe estar preparado con distintos tipos de drenaje porque son sensibles a terrenos encharcados.

Las malas hierbas son una amenaza para el cacao y estas pueden ser eliminadas con químicos, pero deben ser proporcionados de manera correcta, de otro modo puede afectar a su alrededor. En la actualidad se están usando pesticidas naturales para poder cumplir con los requisitos de calidad natural y ambientan, como se da en el caso de Kallari.

Otra técnica en el proceso del cacao consiste en eliminar las ramas innecesarias y las partes enfermas del árbol, así se baja su altura y disminuye la incidencia de plagas y enfermedades. Es recomendable podar al árbol durante el primer año dejando un solo tallo para que posteriormente crezcan ramas que formen un armazón, cuando la materia podada sea tierna, da mejores resultados, ya que las ramas que sigan el proceso formaran el tronco principal.

El sistema de poda de los árboles de cacao son numerosos y esto se da por la importancia que la fase tiene y en general que el desarrollo de las cacaotera tienen por cubrir.²⁶

A comparación de otros productos, el cacao es totalmente inofensivo para el suelo, ya que no lo destruye porque permite el mantenimiento del ciclo hidrológico, al contrario de del plantaciones como el eucalipto, que consume demasiada cantidad de agua a causa de su rápido crecimiento y la profundidad de sus raíces, por tal razón reduce el caudal del agua a los suelos de su alrededor.

El cacao es una planta que proporciona muchos beneficios al suelo, es recomendable no sobreexplotar el suelo ya que todo en exceso no es bueno. Las hojas del árbol son abono para plantaciones posteriores.

Kallari compra el cacao a cada familia en unos recorridos que son más frecuentes de febrero a junio, por libra pagan \$45.00. Cada familia posee una hectárea aproximadamente pasa producir cacao. De una mazorca de 25 -50 se parte y se obtiene como 60 gramos de cacao, este puede ser verde, amarillo o morado, cuando ya está madurando.

El año pasado se optimizo la cosecha, retirando cacao escurrido, el cual solo tiene la pepa que ha sido limpiada retirando la baba de cacao, así el peso es más real.

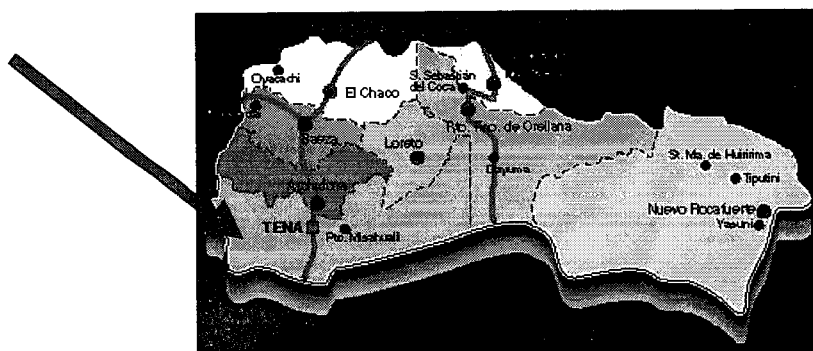
²⁶ www.infoagro.com/herbaceos/industriales/cacao.htm

Los viernes y sábados Kallari recorre la carretera hacia donde para en cada familia para retirar su cosecha, pagándoles por la libra y entregándoles una factura. Los martes- jueves y sábados se trabaja en el centro de acopio.

2.6 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

El proyecto a realizarse se encuentra en la provincia de Napo, específicamente en la ciudad del Tena. Gracias a los datos del Gobierno Provincial de Napo, otorgados en la feria de las fiestas de Napo del 1 al 12 de febrero del 2008, se sacaron datos de la provincia, que se desarrollará a continuación. (*Ver anexo 4*)

La provincia del Napo limita al norte con la provincia de Sucumbíos y Pichincha, al Sur con la provincia de Pastaza y Tungurahua, al oeste con las provincias de Pichincha, Cotopaxi y Tungurahua y al este con la provincia de Orellana, su superficie es de 12.518, 72 km², con una altura entre los 500 y 5000 m.s.n.m, su clima es cálido – húmedo, la población alcanza los 79.139 habitantes, sus cantones son Tena que es su capital, Archidona, Quijos, El Chaco y Arosemena Tola.. Posee bosques donde llueve 200 días al año con arboles inmensos y ríos que invitan a descenderlos. Las opciones se contemplan con lugares para la aventura como Talag, la puerta oriental de los Llanganates, donde se afirma que esta el tesoro de Atahualpa.



www.elhoy.com.ec/especial.elecciones.napo

Tena está ubicada al noroeste del país, en las estribaciones de la cordillera de los Andes, con una temperatura de 24 grados centígrados, la ciudad se encuentra bañada por los ríos Tena y Pano, cuenta con una superficie de 5.101 km² y su altura llega a los 518m.s.n.m.

En la afluencia de los ríos Tena y Pano está la ciudad de San Juan de Dios Ríos de Tena, sus causas de agua albergan una gran lista de balnearios naturales.

Existen dos puentes uno para los vehículos y otro para los peatones, el segundo también sirve como mirador del río y punto de encuentro. En la orilla está un malecón que consta con restaurantes, bares y miradores.

Los hoteles en el Tena son se acomodan a todo tipo de presupuestos ejemplo de ello es el Hostal Alemania por ocho dólares hasta Yutzos por casi \$40.

La oferta gastronómica es amplia, con platos a la carta nacional e inclusive internacional.

Las actividades económicas del Tena van desde la petrolera, hasta las producciones cafeteras, cacao, ganado, entre otras. La extracción de oro y la producción de tabaco y pita fueron las explotaciones más antiguas de la zona.

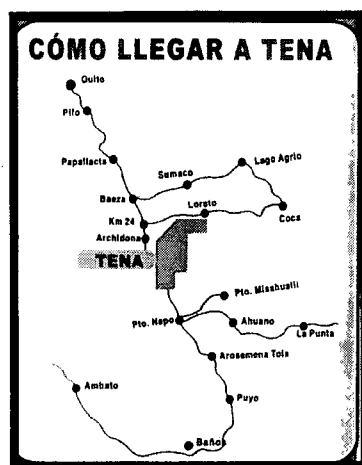
La ciudad del Tena ofrece diversidad de productos y servicios, pero más allá de la ciudad existen un sin número de comunidades, que viven experiencias diferentes, son los guardianes de la selva y esta es su creadora, llegando a establecer una unión fuerte que ha hecho que las familias puedan subsistir sin abandonar la naturaleza y sus bondades, pudiendo dar a conocer sus antiguas tradiciones al resto del mundo.

Por estas y otras razones se ha considerado que la comunidad de Kallari está localizada en una zona perfecta para desarrollarla turísticamente.

2.6.1 Acceso (vías)

Desde Quito se viaja al Tena la principal vía es la troncal Amazónica, que atraviesa las poblaciones de Papallacta, Baeza, Archidona y Tena. La otra vía es Tena, Puyo, Baños, Ambato, Quito, con vías asfaltadas, la distancia es de 186 km. Se puede comprar boletos para viajar a Tena en el Terminal Terrestre Cumandá en la ciudad de Quito. En el viaje se cruza el valle de Tumbaco, pasando el páramo de Papallacta que queda a ms de 4.000m sobre el nivel del mar. Desde allí empieza la bajada hacia la Amazona, cruzando la cordillera de Guacamayo que brinda vistas hermosas hacia la montaña y el volcán Sumaco que se eleva sobre la jungla. Es un viaje de 6 horas aproximadamente.

Las cooperativas de buses salen con frecuencia (cada hora) durante la mañana y en la tarde. Las empresas de buses ms recomendados son: Transporte Ejecutivo Baños, Amazonas, Flota Pelileo.



Fuente: Gobierno Municipal del Tena

2.7 ATRACTIVOS DE LA ZONA

La provincia tiene una gran llanura selvática, sus árboles están formados por cientos de especies. En su parte occidental está ocupada por los declives y estribaciones de la Cordillera Oriental.

Los principales atractivos turísticos son el Puerto de Misahualli, bosques protectores, patrimonio forestal, diversidad de ríos, jardines botánicos, centro de rescate de animales, viveros de plantas medicinales, zoo criaderos, experiencias shamánicas, balnearios, cascadas, lagunas naturales, práctica de deportes acuáticos, experiencias comunitarias y más. Los balnearios en las orillas de los ríos que rodean a Tena son uno de los motivos de viaje de muchos turistas, donde también se puede realizar deportes de aventura como kayak y rafting.

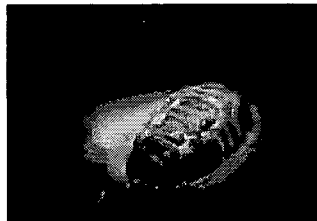
Definiciones

- *Valor intrínseco:* Se define como valor intrínseco al valor o utilidad inherente a algún ser, independientemente de si sirve para satisfacer necesidades y aspiraciones de otro ser.²⁷

²⁷ <http://estelles.wordpress.com/2006/12/03/valor-intrinseco-y-valor-instrumental>

- *Valor extrínseco*: donde se indicarán los hechos relevantes que dan mayor importancia al atractivo; por ejemplo, hechos históricos, científicos, etc. Para el caso de Sitios Naturales se consignarán los usos actuales del atractivo y aquellos factibles de realizar.²⁸

2.7.1 Flora de la zona del Proyecto



Fuentes: www.inrena.gob.pe

www.ucr.ac.cr

www.livesuperfoods.com

CUADRO 2.1 Flora del proyecto

NOMBRE CIENTIFICO	NOMBRE COMÚN
<i>Oreopanax sp</i>	<i>Pumanaqui</i>
<i>Polylepis sp</i>	<i>Yagual</i>
<i>Tessaria integrifolia</i>	<i>Olivo</i>
<i>Ocoteea javitensis</i>	<i>Canelo amarillo</i>
<i>Theobroma cacao</i>	<i>Cacao</i>
<i>Crecentia</i>	<i>Mate</i>
<i>Hyeronima macrocarpa</i>	<i>Motilón</i>
<i>Neptandra sp</i>	<i>Aguacatillo</i>
<i>Alnus acuminata</i>	<i>Aliso arrayan</i>
<i>Eugenia aff. halii</i>	<i>Arrayan blanco</i>
<i>Hyeromina Sp</i>	<i>Sacho motilón</i>
<i>Ficus guinaensis</i>	<i>Higuerón</i>
<i>Swietenia macrophylla</i>	<i>Ahuano</i>
<i>Psycotria Viridis</i>	<i>Amiruca</i>
<i>Llex Sp</i>	<i>Huayusa</i>
<i>Cedrelinga cataeniformis</i>	<i>Chuncho</i>

²⁸ <http://estelles.wordpress.com/2006/12/03/valor-intrinseco-y-valor-instrumental>

<i>Solanum quitoensis</i>	<i>Naranjilla</i>
<i>Bactrus gasipaes</i>	<i>Chonta</i>
<i>Vochysis bracedinii</i>	<i>Tambure</i>
<i>Parquia sp</i>	<i>Guarango</i>
<i>Batris sp</i>	<i>Chontaduro</i>
<i>Vainilla odorata</i>	<i>Orquídea de vainilla</i>
<i>Brunfelsia grandiflora</i>	<i>Chiri guayusa</i>
<i>Cordia alliadora</i>	<i>Laurel</i>
<i>Banisteriopsis caapi</i>	<i>Ayahuasca</i>
<i>Chichona securuba</i>	<i>Cascarilla</i>
<i>Guavea guidonia</i>	<i>Tucuta</i>
<i>Inga Sp</i>	<i>Guaba</i>
<i>Croton lecheli</i>	<i>Sangre de drago</i>
<i>Vochysis bracedinii</i>	<i>Tambure</i>
<i>Cedrela montana</i>	<i>Cedro</i>
<i>Ficus guinaensis</i>	<i>Higuerón</i>
<i>Gynoxis sp.</i>	<i>Pumanqui</i>
<i>Platymiscus pinnatun</i>	<i>Caoba</i>
<i>Coussaposa esperifolia</i>	<i>Guabo</i>
<i>Lycopodium</i>	<i>Licopodio</i>
<i>Gentiana Sp</i>	<i>Genciana</i>
<i>Stipa Sp</i>	<i>Pajanales</i>
<i>Ceiba Pentandra</i>	<i>Ceibos</i>
<i>Ocota quixos</i>	<i>Ishpingo</i>
<i>Tabebua sp</i>	<i>Guayacán</i>
<i>Guavea guidonia</i>	<i>Tucuta</i>
<i>Coussapoa esperifolia</i>	<i>Matapalo</i>
<i>Ceroxylon Sp</i>	<i>Palma de ramos</i>
<i>Gentiana Sp</i>	<i>Genciana</i>
<i>Puya Sp</i>	<i>Achupalla</i>

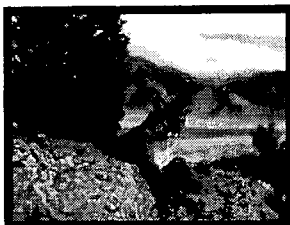
Fuente: Ministerio de Turismo el Ecuador, "Atractivos Turísticos, Napo"

Elaborado por: Ana Cristina Rodríguez

2.7.2 Fauna de la zona del proyecto



www.monteselveacuador.com



www.animalesenextincion.com.ar



www.amazoniactual.com

CUADRO 2.2 Fauna del proyecto

NOMBRE CIENTIFICO	NOMBRE COMUN
<i>Myotis sp</i>	Murciélago
<i>Pianus sardinus</i>	Catornica
<i>Coendón bicolor</i>	Puma
<i>Cuniculus paca</i>	Guanta
<i>Cebus albifrons</i>	Mono machín
<i>Tangara rufina</i>	Tangara
<i>Trogon peresonatus</i>	Guajalito
<i>Ancistrus sp</i>	Cara chama
<i>Tapirus pinchaque</i>	Tapir
<i>Tamadua tetradactyla</i>	Oso hormiguero
<i>Mazama rufina</i>	Cervicabra
<i>Forpus coelesteus</i>	Viviña
<i>Aburria aburria</i>	Pava negra
<i>Anas havirostris</i>	Pato
<i>Falco sparverius</i>	Quilico chico
<i>Larus serranus</i>	Gaviota
<i>Trogon personatus</i>	Guajalito
<i>Rupicola peruviana equatoriales</i>	Gallo de la peña
<i>Tangara rufigula</i>	Tangara
<i>Saimir Sciureus</i>	Barizo
<i>Saguinus fucicollis</i>	Chichico
<i>Sylvilagus brasiliensis</i>	Conejo
<i>Conepatus chinga</i>	Zorillo
<i>Dusicyon culpaeus</i>	Lobo de páramo
<i>Mustele freata</i>	Chucuri
<i>Ateles belzebuth</i>	Maquizapa

<i>Felis pardalis</i>	<i>Ocelote</i>
<i>Saimiri sciureus</i>	<i>Mono barizo</i>
<i>Cebus spp</i>	<i>Mono machin</i>
<i>Ateles belzebuth</i>	<i>Mono maquizapas</i>
<i>Alouatta semiculus</i>	<i>Mono aullador</i>
<i>Nasua nasua dosalis</i>	<i>Cuchucho</i>
<i>Felis pardalis</i>	<i>Tigrillo</i>
<i>Tayassu tajacu</i>	<i>Saino</i>
<i>Amaazilia fimbriata</i>	<i>Colibr</i>
<i>Tapirus pinchaque americana</i>	<i>Danta</i>
<i>Patás flavius</i>	<i>Cusumbo</i>
<i>Tayassu taajacu</i>	<i>Puerco saíno</i>
<i>Hydrochaeris hidrocharis</i>	<i>Capibara</i>
<i>Felis con color</i>	<i>Puma</i>
<i>Larus serranus</i>	<i>Gaviota de la sierra</i>
<i>Vanellus resplendens</i>	<i>Ligle</i>
<i>Penelope montagris</i>	<i>Pava de monte</i>
<i>Mustele freata</i>	<i>Chucuri</i>
<i>Pionites melanocephala</i>	<i>Chirlecre</i>
<i>Tremaretos ornatus</i>	<i>Oso</i>
<i>Tayassu tajacu</i>	<i>Saino</i>
<i>Saimir sciureus</i>	<i>Barizo</i>
<i>Tremaretus ornatus</i>	<i>Oso de anteojos</i>
<i>Coendo bicolor</i>	<i>Puerco espín</i>
<i>Phalcoboenus carunculatus</i>	<i>Curiquingue</i>
<i>Odoncoileus virginianus</i>	<i>Venado</i>
<i>Cebus albitron</i>	<i>Mono machin</i>
<i>Panthera onca</i>	<i>Jaguar</i>
<i>Boa constrictor</i>	<i>Boa</i>
<i>Bothrops atrox</i>	<i>Equis</i>
<i>Felis pardalis</i>	<i>Tigrillo</i>
<i>Cebus spp</i>	<i>Machines</i>
<i>Ramphasto ruvieri</i>	<i>Tucán</i>
<i>Falco femoralis</i>	<i>Quilico grande</i>

Fuente: Ministerio de Turismo el Ecuador, “Atractivos Turísticos, Napo”

Elaborado por: Ana Cristina Rodríguez

2.7.3 Atractivos

➤ Bosque Primario



Bosque Primario en la Comunidad de Serena

Foto: Ana Cristina Rodríguez

La estructura del bosque es definida es decir que tiene niveles o estratos de bosque con una disposición dinámica de las especies florísticas y faunísticas.

Posee arboles maduros con diámetros de más de 50 cm y altura de 25 a 60 metros. Su vegetación es densa con alta variedad de flora y fauna, los trayectos hacia el bosque son fáciles y es considerado un lugar genético.²⁹

✓ Árboles de Caucho

Tienen 25 metros de alto, con 60 cm de diámetro, tienen un buen porcentaje de regeneración natural. Su corteza tiene látex, las comunidades lo utilizan para los tumores o hernias.

✓ Ceibos

Tiene 60 metros, se encuentra en los estratos más altos del bosque, su diámetro es de 1 metro y tienen 300 años de edad. El fruto es como una fibra crema en forma de algodón.

²⁹ RODRÍGUEZ, D (2006): Guía Turística para la Reserva Gatún Sacha, atractivos.

✓ **Observación de Monos**

Viven en los arboles altos, el más común en esta zona es el mono Chichico, y los arboles que los albergan se llaman Capirona.

✓ **Cuevas de murciélagos**

Las cavernas son muy frías, van desde 3 metros de ancho y 7 metros de alto, cuando llueve se forman pequeñas cascadas de agua. Las paredes son de piedrillas y se han encontrado serpientes “X”.

✓ **Ave Azor**

Águila adornada, que viene desde Mexico, hasta llegar a Argentina.

✓ **Árbol de Camotoa**

Tiene 2 metros de diámetro y 35 metros de altura , se encuentra en el bosque primario, posee orquídeas y brómelas. Su edad es de 300 años y pertenece a la familia de la balsa.

✓ **Árboles de Chuncho**

Su altura va desde 45 a 50 metros, su diámetro va desde 1 a 1.50 m. Tiene un olor dulce.

✓ **Árboles de Ceibo**

Formado de una capa circular, posee una altura de 30 metros, su diámetro es de 1.80 m, y tienen 300 años de edad aproximadamente. Se encuentra en el bosque tanto primario como secundario. Hay dos clases de ceibos, uno que crece en la parte del río Napo que no tiene espinas y otro en la parte alta, el cual si tiene espinas.

✓ **Parades de Roca**

Con una altitud de de 6 a 10 metros, habitan cerca de 150 murciélagos, con helechos y raíces de palmas, son característicos del bosque primario, suelen registrarse huellas de venados, nidos de arañas.

➤ **Rio Shinquipino**

Posee 6 metros de ancho, desemboca en el rio Arajuno, es poco corrientoso, tiene rocas de colores y se observan mariposas y aves.

Aquí se encuentra el bosque petrificado, llamado así por tener solo restos de bosque, sus árboles fueron sumergidos y enterrados y sus tejidos han sido sustituidos por minerales.

➤ **Playa del Río Napo**

Se extiende como 200 m a lo largo y 70 metros de ancho. Se pueden observar aves como Oropñendolas, caciques, caracaras y guarros.

Está formada por 70 % de piedra y un 30 % de arena.

➤ **Rio JatunYacu**

Es uno de los mayores atractivos de la provincia del Napo de fácil acceso, el cual además posee una cascada.

➤ **Grupo Étnico los Quechuas**

De categoría cultural, tipo etnográfico y de subtipo conocido como grupos étnicos. Están ubicados en el Tena.

▪ ***Valor intrínseco***

Altura: 300 – 3600 m.

Temperatura: 19 – 25 grados centígrados.

Precipitación 4000 m.c.

Las costumbres características son Shamanismo, caza, pesca y confección de chicha de yuca, las plantas alimenticias las cultivan, siendo la principal actividad económica.

- ***Valor extrínseco***

Son visitados para investigación científica, se encuentra en estado conservado. Se puede acceder desde Tena en automóvil o en bus.

- **Bosque Protector Selva Viva**

Este bosque es un sitio natural cuyo tipo es el de aéreas protegidas y su subtipo es el de bosque protector.

Se encuentra ubicado en el cantón Tena, en la parroquia Ahuano.

Los centros urbanos más cercanos al atractivo son el poblado de Ahuano a 5 km y a 10 km del poblado Campana Cocha.

- ***Valor intrínseco***

Altura: 395 metros.

Temperatura: 26 grados centígrados.

Precipitación: 3900 m. cúbicos.

Extensión: 1044 hectáreas

Esta región amazónica tiene una de las más altas biodiversidades en el mundo.

El estado del bosque es conservado por la importancia del lugar, existen personas dedicadas a cuidar el lugar.

- ***Valor extrínseco***

Vías Ahuano – Tena.

Acuático: canoa fluvial diaria.

Acceso indicado con horario

➤ **Cascada de Latas**

Este atractivo es de tipo histórico teniendo un subtipo categorizado como cascada, se encuentra ubicado en el Tena, parroquia de Misahualli.

Los centros urbanos más cercanos son el poblado de Valencia a 5 km. Y el poblado de Quiluyacu a 2km.

▪ **Valor intrínseco**

Altura: 330 metros.

Temperatura: 26 °C

Precipitación: 3275 milímetros cúbicos.

Tamaño: La cascada presenta 200m².

Agua: cristalina con temperatura media.

La cascada es una de las primeras en una serie de atractivos, presenta una caída de 16 m. de altura, y sus alrededores la hacen apta para bañarse y realizar camping.

La conservación no ha sido alterada hasta el momento.

▪ **Valor extrínseco**

Camping, apto para bañarse, saltos, natación.

No existe mucha infraestructura.

Se puede acceder al atractivo por Misahualli - Tena, en el km. 5 observando la entrada al sendero caminando una hora aproximadamente, los buses toman esta ruta diariamente.

➤ **Cascada Pimpilala**

Esta cascada es una manifestación cultural de tipo histórico, de subtipo cascada, está ubicada en la ciudad de Tena, parroquia Talag.

Los centros urbanos más cercanos son el poblado de Pano a 7km, y el poblado de Alto Talag a 6 km.

- **Valor intrínseco**

Altura: 529 metros.

Temperatura: 23 GC.

Precipitación: 3600 m.c.

Amplio atractivo de 450 km² aproximadamente, donde se observan 8 caídas de agua pequeñas de 3 y 4 metros, el agua es muy clara y transparente

Hay oportunidad de fotografía, excursión y baño, teniendo rápidos en sus caídas de agua.

- **Valor extrínseco**

Su estado ha sido alterado, debido a la falta de arboles.

Se puede acceder al atractivo vía Tena – Talag, en el km. 21 vía Tena – Salcedo.

➤ **Caverna de Toglo**

Categorizado como sitio natural de tipo fenómeno espeleológico (rama de la ciencia que se encarga de explorar, estudiar y proteger el patrimonio subterráneo) ³⁰subtipo caverna, está ubicada en la parroquia del Tena. Los centros urbanos más cercanos son el poblado de Puerto Napo a 2km y Tena a 5km.

- **Valor intrínseco**

Altura: 623 metros.

Temperatura: 25 grados centígrados.

Precipitación: 3300 m.c.

Longitud: 200 m.

- **Valor extrínseco**

El sitio presenta formaciones de estalactitas y estalagmitas, con orígenes geológicas debido a ciertos ríos, se puede encontrar cobre, estaño, plata, azufre y oro en mayor cantidad.

Su recorrido es de 2 horas, con un guía.

³⁰ <http://www.scuelo.org>

Las actividades son de recreación, excursión, fotografía, su estado es conservado.
Se puede acceder desde el Tena en bus diario.

➤ **Centro de Rehabilitación de animales**

Este centro es categorizado como un sitio natural en el tipo de sistemas de áreas protegidas dentro de un subtipo llamado refugio.

Ubicado en la parroquia Ahuano en el Tena.

Los poblados urbanos más cercanos son el poblado de Ahuano a 5km y el poblado de Campana Cocha a 10 km.

▪ ***Valor intrínseco***

Altura: 395 m.

Temperatura: 26 grados centígrados.

Aérea: 5hectareas.

Precipitación: 3900 m c.

▪ ***Valor Extrínseco***

Es un sitio para la recreación, estudios, filmaciones, fotografía

Su estado de conservación se está deteriorando.

El acceso se lo puede hacer desde Ahuano (Tena).

En automóvil o en bus, y vía acuática en canoa diariamente.

Agua: Potable

Alcantarillado: red pública.

➤ **Estación biológica Jatun Sacha**

Se encuentra ubicado en la parroquia Ahuano en el cantón Tena, los Poblados más cercanos son el poblado de campana cocha a 10 km y el poblado Ahuano a 5km.

- ***Valor Intrínseco***

Altura: 0 – 450 m.

Temperatura: 25 grados centígrados.

Precipitación: 4100 m.c.

Extensión: 1776 has., con un 80% de bosque primario y 20% vegetación secundaria.

Al estar ubicado en el alto del río Napo, es un centro de investigación biológica campo y educación ambiental, fue declarado en 1993 como segundo bosque eterno de los niños.

- ***Valor extrínseco***

Sitio de estudio, observación de flora y fauna, investigación científica. Se encuentra bien conservado.

La vía de acceso es desde Ahuano en Tena, vía Misahualli km. 7. Hay buses diariamente. Horario de visitas establecido.

➤ **Jardín Botánico Alinahui**

Este atractivo es categorizado como una manifestación cultura de tipo realización científica técnica y el subtipo es jardines botánicos.

Ubicado en la parroquia de Ahuano en el Tena.

Los centros urbanos más cercanos el son el poblado de Ahuano a 5km y el poblado de Misahualli a 10 km.

- ***Valor intrínseco***

Altura: 450m.

Temperatura: 54 grados centígrados.

Precipitación 4100 milímetros cúbicos.

Poseen jardines y viveros donde se realizan los estudios y ensayos del Ahuano y existen cabañas de alojamiento para estudiantes y científicos nacionales y extranjeros.

- ***Valor extrínseco***

Observación de la flora de la Amazonia.

Mantiene un estado conservado, su horario es establecido.

➤ **Jardín Botánico Ishpingo**

Es de categoría una manifestación cultural, de tipo realización científica - técnica, y de subtipo jardines botánicos. Está ubicado en Ahuano, en el Tena.

La cercanía a los centros urbanos más cercanos son el poblado de Ahuano a 5km, y el de Misahualli a 10 km.

- ***Valor intrínseco***

Altura: 450 m.

Temperatura: 25 grados centígrados.

Precipitación: 4100 m3.

Es el lugar donde se realizan ensayos y experimentos silvi culturales, estudios aplicados sobre el uso de las plantas, y el beneficio es para los agricultores de la zona.

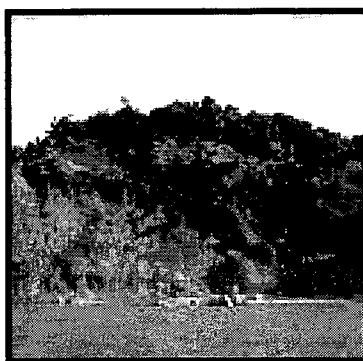
- ***Valor extrínseco***

Estudio de especies de leguminosas y observación de vegetación existente en la Amazonia.

Se encuentra en un estado conservado por su importancia científica.

Se puede acceder desde Ahuano en el Tena.

➤ **Mirador del Tena**



Fuente: www.tena.gov.ec

Su categoría lo clasifica en sitio natural, de tipo montañas y de subtipo colinas.

Los centros poblados más cercanos son el poblado del Tena a 2 km y el poblado de Bajo Ongota a 2.5 km.

- ***Valor intrínseco***

Altura: 847 m.

Temperatura: 25 grados centígrados.

Precipitaron 3275 mm3.

Este mirador al ser muy alto se pueden apreciar parte de la provincia, la afluencia de los ríos Pano y Napo y ha sido escogido para asentar las antenas de la media comunicación del Tena.

- ***Valor extrínseco***

Es un lugar ideal para la filmación, excursión y observación e flora y fauna, su estado es conservado.

Se accede por el Tena por la carretera.

Posee agua potable, energía eléctrica por sistema interconectado y alcantarillado por red pública.

➤ **Parque Amazónico la Isla.**

De categoría manifestación cultural, de tipo realización científica y técnica y de subtipo realización científica y acuarios. Ubicado en el cantón y parroquia del Tena.

Los centros urbanos más cercanos son el poblado de Pano y el Bajo Napo a una distancia de 1km y 5km, respectivamente.

- ***Valor intrínseco***

Altura: 518 metros.

Temperatura: 25 °C

Precipitación: 3274 milímetros cúbicos.

El atractivo cuenta con 22 ha.

Existe un centro de interpretación auto guiado, con un mirador de 15 metros y se pueden apreciar estudios de especies y un zoológico con monos, lagartos, culebras, etc.

- ***Valor extrínseco***

Estudios de especies amazónicas.

Toma de fotografías.

Observación de un puente colgante y plantas naturales.

El estado de conservación es conservado.

Se puede acceder por el Tena por bus o automóvil, tiene un acceso restringido ya que hay que cancelar un valor determinado en un horario.

➤ **Rocas Amarongachi Los Llanganates**



Fuente: www.ambiente.gov.ec

Su categoría no está definida al igual que su tipo y subtipo.

Está ubicado en el Tena en la misma parroquia.

Los centros urbanos más cercanos son el poblado de Alto Talag a 6km, y el poblado de Pano a 7km.

▪ **Valor intrínseco**

Altura: 1- 4 m.

Temperatura: 0 – 22 °C

Precipitación: 3600 mm3.

Extensión: 219.707 ha.

Posee un clima desde el paramo pluvial hasta bosque húmedo subtropical.

▪ **Valor extrínseco**

Recreación, estudio, baño, fotografía, entre otras.

Su estado es conservado, ya que es un parque Nacional.

Se accede por la vía al Tena.

CAPÍTULO 3

ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado para turistas y voluntarios se basa en entrevistas personales con oficiales del gobierno, guías turísticos, agencias, restaurantes, y otros en la industria local del turismo, y sobre todo se tomara en cuenta la experiencia vivida en viajes a las comunidades de Kallari, vividas personalmente, donde se tuvo la oportunidad de hablar directamente con algunos de los dirigentes de Kallari. Las estimaciones y el análisis también incluyen experiencia personal, investigación por Internet, y limitados datos locales del turismo.

3.1 OBJETIVOS

3.1.1 Objetivo General

Identificar el segmento de mercado destinado el proyecto de la creación de rutas turísticas, en la asociación Kallari, para desarrollo de sus comunidades, localizado en la Provincia del Napo.

3.1.2 Objetivos Específicos

- Identificar el mercado internacional que llega al país para realizar turismo comunitario.
- Establecer los servicios a ser ofertados.
- Identificar a al segmento potencial de turistas y voluntarios en algunas comunidades.
- Establecer características de los actuales y potenciales consumidores.
- Analizar la competencia directa e indirecta en el tema de turismo comunitario - agropecuario, para obtener información clave para el desarrollo del proyecto.
- Establecer el precio, producto, plaza, promoción y evidencia física, del proyecto.

3.2 ACTIVIDADES ECONOMICAS EN EL ECUADOR

Para Ecuador, las actividades turísticas representan la tercera fuente de ingreso de divisas a la balanza de bienes y servicios, superada únicamente por el petróleo y el banano.

En el 2004 se registraron casi \$465 millones de ingresos al país por turismo extranjero y, en el 2005, tal rubro alcanzó casi los \$488 millones.

CUADRO 3.1 Actividad turística frente a otras actividades económicas en Ecuador

	PETRÓLEO CRUDO	BANANO	TURISMO	CAMARONE S	FLORES
2004	3.898,5	1.023,61	464,33	329,79	354.825
2005	5.396,84	1.084,39	487,74	397.917	397.917

Fuente: Ministerio de Turismo- Proyecto Cuenta Satélite
Elaborado por: Ana Cristina Rodríguez

3.3 ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Dado que el turismo es un servicio, mismo que es catalogado por vender sueños, hay que definir como los clientes buscan servicios para disfrutar de su tiempo libre, destacar las experiencias que generen su utilidad, el detalle que los motiva a realizar el viaje a los diferentes destinos, ya que las emociones pueden ser en muchos casos más importantes que los aspectos funcionales.

El turismo comunitario se ha desarrollado en forma tradicional con el simple hecho de visitar a las comunidades por unas horas, pretendiendo que se muestre su cultura, pero esto ha sido más en cuestiones de presentaciones artísticas, bailes, shows y venta de artesanías, de pasada y las tradiciones ancestrales no se comunican con detenimiento a los turistas, en bastantes ocasiones estas demostraciones vienen a representar una actividad importante en la visita de los turistas con ansias de explorar más acerca de la cultura, según se constató en conversaciones con algunos visitantes a las zona.

Las experiencias más importantes han ido cambiando a partir de los 90's, ya que se ha incrementado el gusto por lo natural y cultural.

3.3.1 Tipo de Investigación

Para el estudio de la demanda se tomarán datos de la fase exploratoria de la investigación de mercado, como son los datos primarios y secundarios.³¹

Para el estudio de los datos primarios, se basarán en entrevistas con expertos y turistas que han visitado la zona.

En los datos secundarios, los cuales son referentes de temas ya existentes se tomará en cuenta datos de Normas y estrategias como: la Estrategia de turismo Comunitario, Estrategia del Turismo Rural en el Ecuador, Estrategia y Norma de Ecoturismo, el Plan Q, así como también artículos con datos estadísticos de ingreso de turistas.

3.3.2 Segmentación de Mercado

La segmentación de mercado es el proceso mediante el cual los oferentes organizan sus conocimientos sobre los clientes potenciales y seleccionan grupos homogéneos a los que intentan seducir con sus propuestas para que lo elijan.

Ahora se trata de seducir al cliente más que imponer algo, ya que el cliente es quien elige, por lo que el segmento varía en función del sector, que posee distintos hábitos, necesidades y preferencias. Así una vez segmentado se llega al mercado meta, evaluando el atractivo de cada uno para que sean los clientes quienes proporcionen información para el diseño de un producto o servicio.³²

³¹ KOTLER P, BOWEN J, MAKENS J (1997), "Mercadotecnia para la Hotelería y el Turismo". México: Editorial Prentice Hall, Hispanoamericana S.A, Primera Edición, pág. 150.

³² FRANGIALLI, F (2003): "Bases para el Desarrollo del Turismo Rural en el Ecuador", Págs.122.

3.3.3 Ingreso de Turistas Extranjeros al Ecuador

CUADRO 3.2 .Ingreso de Turistas extranjeros (2007)

TURISTAS EXTRANJEROS ECUADOR	953.196
Turistas extranjeros que ingresaron a Quito	428.974
Turistas que ingresaron al Tena	22.748

FUENTE: Artículo: “El ingreso de turistas en el 2007, creció más del 13%, escrito por la Dirección Nacional de Comunicación Social, Enero 2008. (*Anex5*)

Elaborado por: Ana Cristina Rodríguez

CUADRO 3.3 Cifras estimadas de ingresos de turistas para los próximos años.

RUBRO	2006	2010	2016	2020
Llegada de visitantes internacionales	840.001	1'153.799	1'958.764	2'029.722
Generación de divisas	499.400	683.995	1'236.309	1'837.778
Gasto por visitante internacional (por estancia)	594,52	609,92	733,13	967,68
Turismo interno	903.695	1'355.543	1'717.021	1'897.760
Proyección ingreso interna. al Tena (Ver anexo 7)				250.000

FUENTE: “Plan Estratégico de Desarrollo del Turismo Sostenible a Largo Plazo”, artículo de El Comercio, enero 2008. (*Ver anexo 6*)

“Las metas son aumentar casi por 2,5 veces (2 millones de personas) en volumen de visitantes internacionales.”

“Llevar el gasto por estancia del visitante internacional de \$595 (del año 2006) a \$ 697 en el año 2020 y multiplicar por dos el turismo interno.”³³

Las cifras que nos arroja el artículo sobre el plan estratégico de desarrollo de turismo sostenible, es muy alentador considerando el gran auge de turistas que se incrementa al año, solo que para lograrlo hay que seguir un plan mismo que debe estar moderado por los establecimientos respectivos, como es el Ministerio de turismo, ambiente, economía, entre otros, por nombrar los más importantes, ya que sin la planificación no se llega al objetivo.

CUADRO 3.4 Países emisores (Según los archivos de migración 2008)

Países Emisores de América	Ingresos
Estados Unidos	240.530
Colombia	201.546
Perú	149.250
Países Emisores de Europa	Ingresos
España	45.765
Británicos	26.848
Alemanes	23.453
Francia	16.904
Italia	12.970

FUENTE: Artículo: “El ingreso de turistas en el 2007, creció más del 13%, escrito por la Dirección Nacional de Comunicación Social, Enero 2008. (*Anexo5*)

Elaborado por: Ana Cristina Rodríguez.

³³ EL COMERCIO: (2008) “Plan Estratégico de Desarrollo del Turismo Sostenible a Largo Plazo”

Analizando los cuadros pertenecientes al ingreso de turistas, el país ha tenido una gran acogida como destino internacional, muestra de ello ha sido el aumento de visitantes Europeos, quienes son bastante exigentes y buscan mas la naturaleza, cultura y atractivos distintos.

Estados Unidos sin embargo sigue siendo el mayor emisor considerándolo como país en conjunto, en comparación con los demás, el aumento se ha debido también a la gran promoción turística que se ha lanzado últimamente, además de las buenas recomendaciones de los turistas.

La provincia del Tena es la más visitada, sin embargo los turistas que van a Tena lo hacen de pasada, cuando se dirigen a otras partes o bien que es el punto de partida de muchos tours en la selva amazónica.

3.3.4 Estacionalidad de la demanda / Temporadas

CUADRO 3.5 Meses con mayor cantidad de llegadas de turistas

Meses	Ingresos
Julio	103.747
Agosto	89.564

FUENTE: Artículo: “El ingreso de turistas en el 2007, creció más del 13%, escrito por la Dirección Nacional de Comunicación Social, Enero 2008. *(Anexo 5)*

Tomando en cuenta que los meses de julio y agosto son muy favorables para el turismo se pueden tomar medidas para poder contrarrestar en meses de menor temporada y provechar al máximo los meses con la más alta ocupación.

3.3.5 Motivo de Viaje

CUADRO 3.6 Ingreso de visitantes por motivo de viaje

ATRACTIVO VISITADO	TOTAL DE VISITANTES	%
Sitios Naturales	786.718	29.5
Playas	775.756	29.1
Balnearios Termales	404.860	15.2
Sitios de Diversión	221.414	8.3
Sitios de comida	144.161	5.4
Fiestas y Mercados	102.281	3.8
Fiestas religiosas	65.396	2.5
Otros	56.460	2.1
Parques Nacionales	40.147	1.5
Museos	34.267	1,3
Zonas Históricas	26.988	1
Sitios Arqueológicos	7.867	0.3
Total Universo	2.666.315	100

FUENTE: “Plan Estratégico de Desarrollo del Turismo Sostenible a Largo Plazo”, artículo de El Comercio, enero 2008. *(Ver anexo 6)*

Elaborado por: Ana Cristina Rodríguez

En los ingresos analizados por motivo de viaje es el de las actividades realizadas, teniendo el de diversión con un 45.6%, seguido por el de turismo natural, que es del 26,1%, tomando en cuenta que para el estudio del proyecto se tiene un porcentaje alto de turistas que gustan de la naturaleza o aéreas protegidas con un 26.1%, aunque se puede sumar el desglose que hacen los datos en cuanto a turismo comunitario, mas las visitas de shamanes, observación de flora y fauna y práctica de deportes que arrojan a un 15.5% de visitantes, dato interesante para el proyecto.

3.3.6 Edad por grupos de turistas no residentes

CUADRO 3.7 Porcentaje de edades de turistas no residentes

ANOS	11 A 20	21 A 30	31 A 40	41 A 50	51 A 65	Más de 65
%	6.4	17.1	20.6	18.3	23.2	8,6

FUENTE: Plan Q

Elaborado por: Ana Cristina Rodríguez

3.3.7 Imagen del Turismo Rural

Como se ha estudiado previamente el turismo natural ha aumentado y su tendencia es de crecer, el turismo rural seguirá siendo de baja intensidad, ya que el grupo de personas debe ser reducido en grupo, factor positivo desde el punto de vista ambiental, así se puede lograr una actividad productiva y generadora no masificada, por esta razón se deben encarar acciones específicas para la promoción y comercialización a diferencia del turismo convencional.

3.4 ENTREVISTA CON EXPERTOS

Preguntas bases

1.- ¿Hace cuánto tiempo se dedica al turismo comunitario, de agronomía y/o aventura?
2.- ¿Con qué otras actividades se relaciona el turismo comunitario?
3.- ¿Cuales son las ventajas de esta actividad?
4.- ¿Cuáles son las desventajas de la actividad?
5.- ¿Como promociona usted al turismo comunitario, de aventura y agronomía a nivel internacional?
6.- ¿Cuáles considera usted que son los establecimientos que dan competencia tanto directa como indirecta en el turismo comunitario, agronomía y de aventura?
7.- ¿Cuál es el grupo de personas que maneja en un tour?
8.- ¿Cuánto paga un visitante por un tour de turismo comunitario?

9.- ¿Cuánto dura un tour hacia las comunidades?
10.- ¿Cuáles son las preferencias de los turistas de comunidades?
11.- ¿Cuál es la temporada para turismo comunitario?
12.- ¿Cuántos turistas promedio recibe al año?

3.4.1 Análisis de las respuesta con expertos

1.- *¿Hace cuánto tiempo se dedica al turismo comunitario, de agronomía y/o aventura?*

El turismo comunitario se empezó a realizar en el país en los años 90's, cuando se empezó a interesar de manera radical por la naturaleza o ecoturismo y las actividades al aire libre. La mayoría de experiencias han concluido haber empezado hace 10 o 15 años atrás, como Rincance y Kapawi, pudiendo pulir sus productos en ofertas más científicas como es el caso de Rincance. Por otro lado se tiene a Jatun Sacha que inicio sus actividades en 1985, y que sin olvidar fue quien abrió las puertas al desarrollo de Kallari.

El caso de Yachana Lodge es de casi 14 años de experiencia con lo cual ya han implementado nuevas formas de aventura, servicio y estrategias. Kallari se formó en 1997.

2.- *¿Con qué otras actividades se relaciona el turismo comunitario?*

El turismo comunitario embarca mucho más que simples visitas a lugares no explorados o poco visitados, este brinda un turismo inteligente, con clientes que buscan cultura y sobretodo el compartir la vida en comunidad, es fácil elogiar a las comunidades del Ecuador, decir que son la historia y que reflejan la identidad nacional, pero es diferente ir y compartir días enteros, lejos de la ciudad y de la contaminación, el turismo comunitario se relaciona con la agricultura, la siembra, cosechas, pesca, caza, sobrevivencia, aventura, respirar aire puro y siempre esperar que un día algo nuevo ocurra.

Las visitas se combinan en su mayoría con deportes extremos, aviturismo y agronomía.

3.- *¿Cuáles son las ventajas de esta actividad?*

El turismo comunitario tiene como objetivo ayudar a las comunidades, para que puedan tener ingresos y así tener una mejor calidad de vida, sin cambiar su cultura, más bien difundiéndola a otras partes. Es un orgullo por una parte saber que personas del exterior

viajan grandes distancias por poder convivir con familias que son totalmente diferentes pero que son privilegiados por desarrollarse en el punto más vivo del planeta. Con las mejoras y certificaciones obtiene más apoyo de ONG's.

4.- ¿Cuáles son las desventajas de la actividad?

Las desventajas como muchos ambientalistas coinciden son los impactos, tanto culturales como naturales, el desgaste del suelo al tener concurrencia de gente más seguido, el perder la cultura ancestral al igual que el idioma en algunos casos, y el desarrollo de malos hábitos por parte de turistas extranjeros.

5.- ¿Cómo promociona usted al turismo comunitario, de aventura y agronomía a nivel internacional?

La mayoría de expertos la gente involucrada con Kallari y las mismas comunidades señalan que han tenido más acogida cuando los visitantes han ido con buenos comentarios a sus países de origen, recomendando este tipo de viajes, que son inolvidables, esto se ha modernizado vía internet donde las páginas de visitas turísticas se incrementan y hay más usuarios. De igual forma está el internet el cual es de alcance mundial, este permite buscar lugares inexplorados y puntos lejanos.

6.- ¿Cuáles considera usted que son los establecimientos que dan competencia tanto directa como indirecta en el turismo comunitario, agronomía y de aventura?

En el Ecuador existen varios lugares con ofertas de turismo comunitario, especialmente en la región amazónica, que cuenta con la mayor parte de grupos indígenas que no han sido influenciados por otras culturas, y que son muy aptas para ser exploradas. Así está el caso de Lodges en el Coca, como Sani, Yachana Logde, y el Cuyabeno, considerado un paraíso natural, la selva que alberga a un sin número de comunidades, pero hay que tener en cuenta que cada una de ellas ofrece experiencias únicas, que pueden ser exploradas por distintos clientes.

En cuanto a competencia internacional están los países como Perú, Brasil, Colombia, entre otros como Costa Rica, que siempre gana premios internacionales de ecoturismo y especies animales y vegetales.

7.- ¿Cuál es el grupo de personas que maneja en un tour?

De manera general los visitantes a las comunidades pueden ser de edad joven desde los 18 o los que gastan más y buscan descanso y destinos diferentes que van hasta los 60 años.

La mayoría de los turistas de Tena son viajeros jóvenes de 18-30 años, en grupos de 6-10 personas, de los Estados Unidos y de la Europa. A partir de julio a septiembre, la mayoría de turistas vienen de Alemania y del resto de Europa. A partir de noviembre a febrero, la mayoría de turistas son de los Estados Unidos. Hay bastantes turistas de Israel, y de algunos de Sudáfrica, pero los viajeros de Asia son raros.

El número de personas en estos tipos de tour va desde 4 a 20 personas como máximo porque es recomendable tener un grupo reducido, en cuanto a los senderos la capacidad de carga es de 16 personas, y se maneja una rotación de 8 personas por grupo.

8.- ¿Cuánto paga un visitante por un tour de turismo comunitario?

En esta pregunta se tomo en cuenta a los paquetes turísticos que ofertan los Lodges y grupos de ecoturismo y turismo comunitario.

En Jatun Sacha por ejemplo los voluntarios pagan \$395 por mes, más \$35 para un honorario de aplicación. Los voluntarios viven en la reserva y trabajan en el Centro de Conservación de Plantas Amazónicas.

En lugares más alejados como Sani Lodge, el paquete de 3 noches es de \$510.00 llegando a 1020.00 el de 7 noches, teniendo un promedio de \$158,00 diarios. Otros como Yachana Lodge el paquete de 3 noches es de 405.00 mas el pasaje Quito- Coca, siendo 135 diarios, por persona, llegando al Cuyabeno se puede hablar de Tapir Lodge con paquetes de 4 noches a \$405.00 mas el pasaje Quito Lago Agrio que esta a \$120.00, Sacha Lodge está en \$645.00 mas el pasaje Quito - Coca de \$ 120.00. En general los paquetes tres noches a los destinos selváticos están en un promedio de 500.00, sin contar el pasaje o viaje desde Quito a la Selva.

9.- ¿Cuánto dura un tour hacia las comunidades?

Los Turistas se quedan por 4 días/3 noches o 3 días/2 noches. También se han arreglado visitas más largas. El típico horario para un paquete turístico de 3 días/2 noches. Ahora la tendencia indica que los turistas buscan una estadía más larga y aumenta el voluntariado,

con estadías desde un mes a un año, así ha sido el caso de Kallari, que ha tenido voluntarios viviendo en las comunidades y ayudando en el centro de acopio en el Tena hasta un año, con planes de regreso, y además está el ejemplo de Erick Gilber uno de los creadores de la receta del chocolate Kallari, viaja constantemente al Tena, y a las comunidades, siendo ya parte de la Asociación Kallari voluntariamente.

10.- ¿Cuáles son las preferencias de los turistas de comunidades?

Estos turistas prefieren la vida natural, sin muchas comodidades, porque para ellos la comodidad ya está en sus hogares, gustan de respirar aire puro, disfrutar de un paisaje encantador además que son sanos y deportistas, gustan de probar la comida que ofrece la selva, aman las frutas tropicales y las hierbas de la selva ya que la mayoría son vegetarianos, gustan sentirse protegidos y a gusto, saber las características de un lugar y que es lo que se puede hacer.

Tienen que ser tratados como miembros de la familia y que las personas se abran a ellos, les interesa aprender el idioma nativo y escucharlo constantemente, muchos tienen diccionarios de la lengua Kichwua, y adoran las artesanías locales.

11.- ¿Cuál es la temporada para turismo comunitario?

Para los miembros de Kallari, los meses más movidos en visitas son de febrero a agosto, febrero porque empieza la época del cacao, donde empieza una gran aventura. Junio, Julio y Agosto es cuando más turistas tanto nacionales como extranjeros visitan el Tena por los deportes extremos y visitas al bosque.

Pero para las comunidades no hay ningún inconveniente de recibir voluntarios todos los meses del año, aunque también influye la lluvia en estos casos.

12.- ¿Cuántos turistas reciben en promedio al año?

Son pocos los datos estadísticos reales que refleja la competencia pero en números promedios se tiene el ejemplo de Rincancie que en el año 20002 recibió aproximadamente 900 turistas, número máximo en la historia de Rincancie, y como dato adicional este recibió aproximadamente 350 turistas en su año de inicio. En el caso de Kapawi se reciben 1.000 turistas al año, y se espera llegar a los 2.000. Pero en general se reciben de 500 a 1000 turistas al año. Los voluntarios varían pero llegan 3 al mes a Kallari, y en el resto se tienen como 25 o 30 al año.

3.5 CARACTERISTICAS DEL VISITANTE

Lo que los turistas buscan en general, son recursos atractivos para ver y descubrir, actividades para realizar y divertirse y servicios complementarios, como equipamiento e infraestructura.³⁴

3.5.1 Características de los distintos tipos de turistas

En el turismo comunitario hay distintas clases de grupos de turistas que según sus preferencias se inclinan por realizar ciertas actividades más que otras, la información sobre ellos se la tomo después del estudio de las clases de turistas y entrevistas con los expertos, de los cuales se derivó las siguientes características:

➤ *Turista de cultura*

Este es un grupo de personas que superan los 40 años, con un buen nivel educativo, con inquietudes de intercambio cultural local, con poder adquisitivo alto, con una vida activa, buscan entender a la cultura tanto como el ingresar a vestigios y otras características sorprendentes.

➤ *Turista de naturaleza o ecoturismo*

Se ha dado un incremento de entre un 10 y 30% anual en los últimos años del turismo de naturaleza a nivel mundial. Los turistas se caracterizan por su alto nivel de educación, poder adquisitivo medio alto, con una enorme sensibilidad el medioambiente, buscan experiencias educativas e informativas de temas específicos, contacto directo con las comunidades y participan en proyectos de conservación de la naturaleza y el medio.

➤ *Turista de investigación (temas de flora y fauna)*

³⁴ FRANGIALLI, F (2003): “Bases para el Desarrollo del Turismo Rural en el Ecuador”, Págs. 38.

Los turistas que viajan a ciertos lugares para investigación científica, cruzan fronteras hasta llegar al sitio de estudio, están acostumbrados a exigir la mayor información, y probar por ellos mismos los productos y experiencias para saber en realidad como se realizan ciertas actividades.

En el caso de los expertos en producción de cacao, estos viajan en los meses de febrero a junio donde hay temporada del producto, su objetivo es participar en la compra y venta del cacao y ver las técnicas de producción, se dispones a quedarse un largo periodo de tiempo para poder conocer a fondo las características.

Saben teóricamente acerca del tema, en su mayoría son estudiantes universitarios, entre 20 a 30 años, les gusta interactuar con la gente local y cuidan el medioambiente ya que son muy bien educados. Por otra parte están los investigadores de plantas y/o animales, estos pasan el tiempo explorando la selva y no les importa esperar horas hasta observar el objeto específico, para captar fotos, videos, o anotar sus características. Son conocedores de muchas especies, y respetan el medioambiente, en su tiempo libre gustan de realizar deportes extremos.

3.5.2 Tendencias de mercado (*Ver anexo 8*)

La industria de turismo en Ecuador está creciendo, y Tena es una destinación central para muchos viajeros. Con recomendaciones favorables en *Lonely Planet Guidebook*, Tena se refiere como la capital de rafting en Ecuador y una entrada al bosque amazónico.

Entrevistas con agencias, restaurantes, y servicios locales del transporte demuestran que el turismo continúa creciendo en el área de Tena. Hay numerosos voluntarios y estudiantes que visitan o trabajan en Tena, y se espera que estos números crezcan.

Según un registro de la Dirección de Turismo y ambiente del Municipio de Tena, señala que existen 24 agencias de viaje receptoras de turismo, 38 sitios de alojamiento, entre hosterías, hoteles, cabañas y hostales, de primera a tercera categoría, 43 restaurantes, 8 discotecas y salas de baile, 7 bares y decena de locales para internet, estos entrando al mercado en los últimos dos años, así la capacidad hotelera permite acoger a unas 3.000 personas al día y dar alimentación a 5.000 visitantes.

Más turistas son consientes del impacto del turismo y tienen interés en turismo responsable. Previamente, muchos viajeros buscaban opciones de "eco" turismo.

3.5.3 Perfil de los clientes actuales del Turismo comunitario

Los clientes de turismo comunitario son interesados en la conservación ambiental, la promoción cultural, y microempresas comunitarios. Ellos esperan gozar de sus vacaciones mientras que apoyar a la conservación y desarrollo sostenible. Clientes de turismo comunitario están buscando un intercambio cultural y quieren conocer a la gente de la comunidad. Esperan conocer a la cultura Kichwua, conocer la vida tradicional de los Kichwua, y visitar al bosque primario.

3.5.4 Perfil del consumidor para el proyecto

Son clientes de enfoque, viajeros consientes con un interés en cultura tradicional, conservación de la naturaleza, y turismo aventura. Para vivir y trabajar en las comunidades, los voluntarios deben alcanzar ciertos requisitos deben ser independientes y confiados.

Los clientes principales de Kallari son estudiantes internacionales, y turistas 18 a 35 años de edad. Estos turistas buscan paquetes turísticos de medio o bajo precio. Viajan en su mayoría a Quito, aunque Kallari puede también reclutar voluntarios y los turistas de Tena. Ha habido propuestas de estudiantes nacionales interesados en aprender y realizar chocolates, como estudiantes de gastronomía y hotelería y turismo.³⁵

3.6 GASTO PROMEDIO DE LOS VISITANTES

Según las entrevistas y análisis de la competencia los turistas que visitan a las comunidades no buscan gastar grandes cantidades de dinero aunque si tengan buena capacidad de gasto, simplemente porque no lo necesitan a más de pagar por el tour, lo que ellos buscan es el de pagar una cantidad de dinero y obtener una experiencia única, y el gasto por los tours son desde \$500.00 habiendo paquetes de hasta \$1.000.00, para paquetes entre tres a

³⁵ POZO, C (2008): entrevista.

cuatro días. El gasto diario en las comunidades puede variar entre \$30.00 a \$160.00, dependiendo del servicio de alojamiento, el costo diario va desde \$150,00 a \$170.

3.7 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

La competencia son todas aquellas empresas que elaboran y venden lo mismo y a la misma clientela, pudiendo también ser considerados como competencia a aquellos que ofrecen productos sustitutos.

En todo el Ecuador según el documento de la estrategia de turismo rural en el Ecuador , el total de las comunidades en el país es de 60, así mismo se ha podido analizar que aunque a los que hoy se encuentran desarrollando el turismo comunitario, les dé una impresión de competencia directa, se está necesitando incrementar el número de establecimientos u ofertas para que sea más atractivo , y pueda mover mayor número de turistas , para ello es importante agregar valor en cada uno de ellos y que amplíen la oferta de servicios .³⁶

Una revisión de competidores principales en la industria del turismo puede ayudar la empresa de Kallari Turismo, analizadas en el área de Napo, y en otras aéreas de la Amazonía.

3.7.1 Competencia directa

3.7.1ª Nacional

Son los negocios que venden un producto igual o con las mismas características, al mismo segmento o nichos de mercado, dentro del territorio nacional.

³⁶ FRANGIALLI, F (2003): “Bases para el Desarrollo del Turismo Rural en el Ecuador”. Págs. 21.

a) Yachana Lodge

CUADRO 3.8 Análisis de Yachana Lodge

LOCALIZACIÓN	SERVICIO	ACTIVIDADES	PRECIOS
A 2 horas en lo alto del Coca en canoa.	-17 habitaciones para 2 o 3 personas. -Baño, duchas con agua caliente, jabón y toallas. -Sala de conferencias. -Energía solar, agua purificada que proviene de una reserva natural. -Tienda de recuerdos de regalos. -Bar.	-Videos documentales. -Excursiones al Mercado de Agua Santa. -Excursiones por la selva. -Shamanismo. -Visita a la comunidad. -Observación de aves. -Iniciaron la realización de chocolate orgánico.	4 días / 3 noches: \$405.00 por paz. + \$120.00 Quito –Coca, avión. <u>Incluye</u> Transporte fluvial, alojamiento, todas las comidas, excursiones guiadas, guía nativo bilingüe, botas y ponchos para agua, impuestos locales. <u>No incluye</u> Bebidas, propinas y gastos personales.

FUENTE: www.crucerosgalapagos.com

Elaborado por: Ana Cristina Rodríguez

b) Ricancie

Es una red de ocho comunidades Kichwuas que han establecido programas de ecoturismo comunitario. Las comunidades, eligen a directores que coordinan y promueven la empresa, estos directores no reciben sueldo pero reciben una pequeña bonificación. Con más de diez años de experiencia, RICANCIE es conocido y respetado nacionalmente e internacionalmente. Hacen poca publicidad pero reciben turistas por su reputación, boca a boca, y recomendaciones en libros de guía.

No se debe pensar en RICANCIE como competencia, sino como un recurso y guía para Kallari Turismo. Ambas organizaciones tienen misiones y estructuras organizativas

similares. Kallari Turismo habrá pagado a empleados, desemejante de RICANCIE. Esto permitirá que Kallari busque a nuevos clientes más activamente por medio de marketing y estableciendo un red de alianzas. Kallari se esforzará mantener transparencia en las operaciones, y puede aprender de la historia de éxitos y dificultades de RICANCIE.

CUADRO 3.9 Análisis de Ricancie

UBI.	SERVICIO	ACTIVIDADES	PRECIOS												
Desde Quito se puede viajar en bus desde la terminal terrestre Cumandá	-Recepción e introducción al programa en la oficina central de RICANCIE -Transporte desde la oficina de RICANCIE en Tena- Comunidad-Tena -3 Alimentación diaria (almuerzo, cena y desayuno -Servicio de Alojamiento en cabañas equipadas con baño privado, baño compartido, camas sencillas, cubre camas, mosquiteros. -Facilita botas de caucho para la caminata. -Servicio de bodega de equipaje.	-Programa cultural (con música y danza Kichwua) se dará grupos de 4 pasajeros en adelante y con un mínimo de 4 días de Tour. -Tour a la selva con guías nativos. -Demostración de artesanías, y visitas a las casas de las familias Kichwuas. -Limpiezas por un shaman.	<table><tr><th>PAX</th><th>3 DIAS</th><th>4 DIAS</th></tr><tr><td>3 /5</td><td>\$42</td><td>\$40</td></tr><tr><td>6 /10</td><td>\$38</td><td>\$36</td></tr><tr><td>11 ~ 15</td><td>\$34</td><td>\$32</td></tr></table> \$30.00 por día de guía bilingüe. \$30.00 por sesión shamánicas, por grupo.	PAX	3 DIAS	4 DIAS	3 /5	\$42	\$40	6 /10	\$38	\$36	11 ~ 15	\$34	\$32
PAX	3 DIAS	4 DIAS													
3 /5	\$42	\$40													
6 /10	\$38	\$36													
11 ~ 15	\$34	\$32													

Fuente: www.ricancie.nativeweb.org , Elaborado por: Ana Cristina Rodríguez

c) Jatun Sacha

Jatun Sacha es una organización sin fines de lucro que es dedicada a la conservación, investigación, educación ambiental y desarrollo comunitario. La reserva biológica de Jatun Sacha fue establecida cerca de Tena en 1985. Jatun Sacha tiene algunos turistas y un programa substancial de voluntarios.

CUADRO 3.10 Análisis de Jatun Sacha

UBICACIÓN	SERVICIO	ACTIVIDADES	PRECIOS
Al margen sur del Río Napo, a una altura de 450 metros sobre el nivel del mar, en la Provincia de Napo.	-Los voluntarios viven en la reserva y trabajan en el Centro de Conservación de Plantas Amazónicas. -Hospedaje en cabinas con electricidad, agua caliente, una sala comunal para comer. -Los voluntarios también asisten con un programa de educación ambiental y otro programa de inglés. - Jatun Sacha tiene un coordinador de voluntarios basado en una oficina en Quito. El coordinador es fluido en inglés y está en contacto frecuente con voluntarios.	La Estación mantiene dos importantes proyectos para ayudar a las comunidades que la rodean: 1.- Centro de Conservación de Plantas Amazónicas, es un centro de programas de silvicultura experimental y extensión agroforestal, y en donde está el Jardín Botánico. 2.- Granja Orgánica, una granja demostrativa y educacional para las comunidades, buscando fuentes alternativas de alimentación e ingresos.	Los voluntarios pagan \$395 por mes, más \$35 para un honorario de aplicación.

Fuente: www.jatunsacha.org

Elaborado por: Ana Cristina Rodríguez

Los voluntarios viven en Jatun Sacha es diferente de Kallari en muchas maneras, pero se puede utilizarlo como un ejemplo de un programa de voluntarios que ha tenido éxito. También Kallari debe observar que Jatun Sacha mantiene a los voluntarios siempre trabajando Los voluntarios trabajan todo el día, a partir de 7 de la mañana hasta 6 de la tarde, con descansos solo para el desayuno, almuerzo, y la merienda. Aunque no es necesariamente óptimo que los voluntarios de Kallari estén tan ocupados, es importante darles un poco de estructura mientras que viven en las comunidades.

d) Kapawi

CUADRO 3.11 Análisis de Kapawi

Ubicación	Instalaciones	Actividades	Costos y otros
Río Pastaza cerca de la frontera del sur con Perú. Acceso por aire.	-20 cabañas para 2 o 3 personas. Habitaciones dobles con balcones individuales. En el baño se puede encontrar body shampoo biodegradable. -Luz, con servicio de energía mixta con paneles solares (70%) y diesel (30%) (en fundas de 4 a 6 galones se dejan calentar para luego ofrecer duchas solares refrescantes. -El sistema de guías se compone de 8 personas. -Cada grupo acompañado por un guía naturalista y un guía nativo de Achuar, la capacidad de carga para cada sendero es de 15 personas, pero con una rotación semanal con 8 personas por grupo.	-Excursión corta en el bosque, viaje en canoa para la observación de aves en los bancos del río Capahuari o visitar el lugar donde habitan los loros. -Excursión nocturna, observar caimanes o recibir una conferencia sobre la selva tropical o la vida Achuar. -Diseño de itinerario día a día, con el resto de su grupo y su gua, el programa más conveniente para sus intereses y el nivel de actividad deseado. La mayor parte de itinerarios incluyen visitas a las comunidades Achuar, excursiones en la lluvia el bosque, paseos en balsa (piraguas). Tres programas alternativos: fácil, moderado y difícil.	4 días / 3 noches. US \$670.00 por persona. US \$224.00 (Quito - Kapawi - Quito ticket aéreo) Mercado: 1000 turistas / año promedio, en el año 2003 se recibió de 1300/1400 turistas. Se espera 1700/2000 turistas / año. Están incluidas todas las comidas y el agua. Cada turista debe abonar un fee de \$ 10 por el uso del territorio Achuar. La temporada alta es entre Navidad y Año Nuevo, y los meses de junio, julio, agosto.

Fuente: www.kapawi.com

Elaborado por: Ana Cristina Rodríguez.

El 70% de los trabajadores del Lodge son Achuar, compra servicios a otras comunidades aledañas. Su principal fuente de ingresos es el ecoturismo.

Su ejemplo ha atraído a organizaciones no-gubernamentales, que han invertido tiempo y dinero para proyectos en la zona como salud, comunicación, transporte y educación para los Achuar

CUADRO 3.12 Análisis de la competencia. (Ver anexo 9)

COMPETENCIA	SERVICIOS	ACTIVIDADES	Paquetes 4 días / 3 noches:												
Yachana Lodge 2 horas en el Alto Coca en canoa. Pág. Web: inglés.	Habitaciones con baño, duchas con agua caliente. Energía solar, agua purificada. Tienda y Bar.	Videos documentales. Excursiones. Shamanismo. Visita a la comunidad. Observación de aves. Tour de chocolate	\$405.00 por paz. + \$120.00 Quito –Coca, avión. Precio de chocolates: \$2.50 – \$3.20.												
Ricancie Desde Quito se puede viajar en bus desde la terminal terrestre Cumandá. Pág. Web: Inglés, español y alemán.	Introducción al programa en la oficina central con transporte desde la oficina Tena-Comunidad-Tena 3 Alimentación diaria Cabañas con baño privado, compartido, cubre camas, mosquiteros y facilita botas de caucho	Programa cultural (con música y danza Kichwua). Tour a la selva con guías nativos. Demostración de artesanías, y visitas a las casas de las familias Kichguas y limpiezas por un shaman.	<table><tr><th>PAX</th><th>3 DIAS</th><th>4 DIAS</th></tr><tr><td>3 / 5</td><td>\$42</td><td>\$40</td></tr><tr><td>6 / 10</td><td>\$38</td><td>\$36</td></tr><tr><td>11 – 15</td><td>\$34</td><td>\$32</td></tr></table> \$ 30 por guía nativo. \$ 30 por sesión shamán por grupo.	PAX	3 DIAS	4 DIAS	3 / 5	\$42	\$40	6 / 10	\$38	\$36	11 – 15	\$34	\$32
PAX	3 DIAS	4 DIAS													
3 / 5	\$42	\$40													
6 / 10	\$38	\$36													
11 – 15	\$34	\$32													
Jatun Sacha Al margen sur del río Napo. Pág. Web: Inglés y español.	Centro de Conservación de Plantas Amazónicas. Hospedaje en cabinas con electricidad, agua caliente, una sala comunal para comer.	Centro de Conservación de Plantas Amazónicas. Granja Orgánica, una granja demostrativa y educacional para las comunidades.	\$ 395.00 al mes más \$35.00 de honorario.												
Kapawi Río Pastaza cerca de la frontera con Perú. Pág. Web: inglés y español.	Cabañas, Habitaciones con baño. Luz, con servicio de energía mixta. Guía naturalista y un guía nativo de Achuar.	Excursión y viaje en canoa para la observación de aves. Excursión nocturna. Diseño de itinerario Excursiones en la lluvia el bosque.	4 días / 3 noches. US \$670.00 por persona. US \$224.00 (Quito - Kapawi - Quito) Fee de \$ 10 por el uso del territorio Achuar.												

Elaborado por: Ana Cristina Rodríguez

e) Otros

Entre otros destinos que forman parte de la competencia directa están los hermosos paisajes en el Cuyabeno con paquetes que van también desde los \$400.00, y son comunidades y atractivos selváticos muy visitados, como se puede ver su ingreso de turistas que fue de 6.540 y el Parque nacional Yasuní con 6483 visitantes.³⁷

3.7.1b Internacional

Al hablar de competencia directa Internacional se está hablando de un país en general, siempre se escucha que Ecuador gana premios de ecoturismo, ferias internacionales de diversidad de aves, flora y fauna en general, pero siempre le antecede otro, debido a que las características en general de la ubicación en las selvas tropicales con gran biodiversidad suman un valioso numero de comunidades, pero por qué no estar en el primer lugar?, si el país tiene el potencial , tanto en número de especies de animales y plantas y etnias culturales, la cuestión no está en luchar contra los oferentes del mismo país sino unir esfuerzos para mostrar lo que se puede ofrecer y la calidad que se tiene en conjunto, para poder ser un eje comunitario.

Entre los competidores están pases como Perú, que también se caracteriza por poseer gran cantidad de comunidades y biodiversidad, muchos turistas afirman viajar por Ecuador para seguir a Perú o viceversa. También está Brasil con una gran especie de aves y grandes franjas de selva, y como ganador mundial de ecoturismo y productos agropecuarios esta Costa Rica, se ha tomado un ejemplo muy parecido al de Kallari pero con el café, aunque con productores de chocolate.

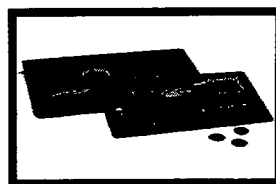
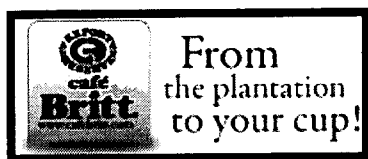
➤ Costa Rica (*Ver anexo 10*)

Una de las ventajas de Costa Rica es que posee una guía organizada en tres secciones: la primera corresponde a información general de Costa Rica, con datos útiles sobre cultura, pueblos indígenas y artesanía. La segunda incluye las iniciativas, organizadas por regiones turísticas, con una descripción de la organización y sus actividades, los entes que han brindado apoyo, la ubicación, los servicios ofrecidos, los atractivos cercanos y la forma de

³⁷ www.crucerosgalapagos.com

contacto. En la tercera de la información de cámaras, consorcios y asociaciones regionales y nacionales para la comercialización del turismo rural. Esta guía oferta 51 iniciativas a lo largo de todo el territorio nacional, que no se hallan en los circuitos convencionales ni en los destinos turísticos más frecuentes. Cada iniciativa es producto de los esfuerzos de un grupo organizado para desarrollar una oferta atractiva al turista, y que al mismo tiempo sirva para satisfacer las necesidades locales, además de proteger los recursos naturales del entorno.³⁸

✓ *Chocolates Britts: Coffe Tours:*³⁹



El más prestigioso e importante cultivo de Costa Rica también conocido como el grano de oro, Inició en 1991, ofrecen viajar por la finca de café y disfrutar del canto de las aves.

❖ **Actividades**

- Sendero de orquídeas.
- Prácticas de cultivo sostenible.
- Visitar la tostadora donde los expertos de Café Britt realizan sus labores bajo el irresistible aroma de café recién tostado. Catación profesional de café.
- Visita en la tienda de café y regalos.
- Guías profesionales, expertos en café.
- Tiene una página web muy amplia y completa, pero los tours no están bien definidos.
- Transporte disponible desde los principales hoteles de San José.
- Precio: No Disponible.

³⁸ <http://www.tourism-watch.de/esp/6esp/6esp.costarica/index.html>

³⁹ <http://www.cafebritt.com>

3.7.2 Competencia Indirecta

La competencia indirecta la conforman los negocios que intervienen de forma lateral en el mercado al que nos enfocamos, buscan satisfacer las necesidades con servicios o productos diferentes o sustitutos.⁴⁰

A esta competencia indirecta se refiere a las Hosterías, Hostales y haciendas, que ofrecen alojamiento con actividades que contemplan el turismo de agrónoma, como plantaciones, cosechas, entre otros pero solo por lapsos cortos de tiempo, al igual que dentro de sus actividades pueda estar incluida una visita a la comunidad más cercana, sin ser este el objetivo principal, sino mas bien son de relax y tiempo de descanso en vacaciones, se caracteriza por tener una fuerte visita de nacionales.

Ofrecen un producto de calidad pero les falta mayor puesta al valor turístico, según el estudio de la estrategia de turismo comunitario para el Ecuador.

Es visitada por turistas de mayor edad.

3.8 MARKETING MIX

El planificar es llevar un plan, donde se recomienda poder llevar a cabo una coordinada y eficiente tarea de diseño del producto, fijación de precios, comercialización y difusión.

3.8.1 Producto / Servicio

A partir de la puesta en valor turístico de los productos y actividades agropecuarias se logra ampliar la oferta turística e incrementar los ingresos del sector comunitario y turístico, este hecho da como consecuencia ofrecer nuevos atractivos para que se elija el destino y/o amplíe su estadía en el lugar.

La Asociación Kallari es una asociación base de artesanos amazónicos y productores de cacao orgánico. Kallari Turismo y voluntariado se denominara a la actividad a desarrollar, con lo que se desarrollarán las rutas turísticas, esta creará oportunidades para estudiantes y viajeros de visitar comunidades indígenas de los Kichwua; conocer a la cultura, y explorar el bosque primario. Kallari beneficiará a los clientes al ofrecerles una oportunidad única

⁴⁰[http:// www.universopyme.com](http://www.universopyme.com)

para conocer la vida tradicional de los Kichwua, mientras visitan el bosque y los ríos de la Amazonía Ecuatoriana. Esto beneficiará a las comunidades dándoles un mejor ingreso, creando incentivos para la conservación de los recursos naturales, y promover la cultura tradicional.

Kallari puede aumentar poco a poco e incluir más comunidades, mientras que se gana acceso a un mercado y se tiene mejor capacidad para impartir capacitación turística en las comunidades.

3.8.2 Definición del Producto / Servicio

Los visitantes se hospedarán junto con los socios de la comunidad y participaran en actividades de la comunidad. Los réditos turísticos serán utilizados para promover el desarrollo económico, conservación de la naturaleza, proyectos culturales, y oportunidades educativas.

La comunidad de Shandia será la pionera del programa ya que gracias al proyecto de la construcción de cabañas para 40 personas podrá recibir a gran número de turistas, mismos que pueden realizar turismo en las comunidades aledañas pero con hospedaje en Shandia.

Kallari Turismo ofrecerá voluntarios y turistas con hospedaje con familias, alimentación, caminatas por el bosque, tours agrícolas, charlas de medicina tradicional, presentaciones de música y danzas autóctonas, y talleres de artesanías. Servicios de turismo incluyen un programa de voluntarios y visitas turísticas a la comunidad. Kallari puede arreglar tours especiales, como agroturismo; ecoturismo; turismo aventura; o shamanismo, medicina, y cultura, en las épocas del año específicas.

Los Turistas pueden visitar por 3,5 días resultado de estadías promedio, según entrevistas. También se puede arreglar visitas más largas. El típico horario para un paquete turístico de 4 días/3 noches, Kallari coordinará la visita y ayudará con transportación para entrar y salir de la comunidad, por un honorario extra.

3.8.2ª Turismo de voluntarios

La visita de voluntarios es otra forma de turismo y debe ser visto como una parte de turismo. La Asociación Kallari puede gestionar ingresos de los voluntarios, considerando el trabajo de voluntarios que residan en Quito, Tena, y afuera de Ecuador. Para un programa de voluntarios en las comunidades, los voluntarios pueden vivir en comunidades por un mes a un año, considerando que algunos ya lo han hecho, donde pueden enseñar otro idioma o crear su propio proyecto de desarrollo comunitario.

También los voluntarios pueden hacer una investigación independiente, patrocinado por una universidad u otra institución, mismos que serán evaluados para ser seleccionados, donde se les introduciría con una ética turística y buen uso de los recursos. Los Voluntarios deberán participar en actividades de la comunidad y actualizar la meta de Kallari que es intercambio cultural. Los socios de la comunidad pueden pedir el retiro del voluntario si no satisface con los requisitos básicos, o si su presencia es vista por la mayoría como perjudicial a la comunidad.

Los Voluntarios vivirán con familias en la comunidad, que dan hospedaje y alimentación (agua hervida y comida segura). Los voluntarios vivirán con familias diferentes, dependiendo del tiempo de su estadía, para que los réditos sean divididos de manera justa entre la comunidad. La familia es responsable por alimentación, arreglar y limpiar la cabaña. Los socios de la comunidad son responsables por ayudar al voluntario entrar y salir de la comunidad. La comunidad hará conocer al voluntario la vida Kichwua por talleres de artesanías, presentaciones de música y danzas, visitas a la chagra, caminatas por el río y el bosque. La cama con colchón será responsabilidad de cada familia.

3.8.3 Mercado Objetivo por comunidad (análisis de 3 comunidades)

Todas las comunidades participantes son productoras de cacao, poseen sus fincas las cuales son cuidadas con técnicas naturales. El total de las comunidades productoras para Kallari son Punibocana, 10 de Agosto, Mushuk, Kausay, Bajo Talag, Ñucanchi Causai, Campococha, Nuevo Jerusalén, Centro Talag, Suyu Warmi, Chichico Rumi, Sumac

Samay, Colonia Bolivar, Sta. Barbara, Ilac Yaku, Isla Apaii, Jatun Yaku, Río Blanco, Rumi Yacu, las comunidades analizadas serán Shandia, Serena y Mirador.

Hay un presidente por comunidad, la planificación familiar es muy organizada, sus familias se forman por la unión entre comunidades.

Las mujeres cuidan su chacra (hogar), también realizan artesanías y otras ayudan en el proceso de producción, compra y venta del cacao.

Las comunidades han recibido ayuda de organizaciones internacionales, asociaciones y voluntarios estudiantes de Canadá, USA y Europa.

La época de cacao es de enero a junio y julio, siendo agosto aprovechado para el turismo.

La selva proporciona la comida diaria de los habitantes, y es considerado un muy buen atractivo para los visitantes y voluntarios, en la inmensa franja de productos en las comunidades estas: el cacao, la yuca, distintos tipos de plátanos, chonta, frutas de temporada, como la papaya, las guabas, guayaba, palmito, garabato yuyo (helecho) para vegetarianos, maíz, llantenes, la mandioca, habas, la piña, las patatas salvajes, el café, el cacao, las palmas, realizan la pesca ya que poseen variedad de peces como la sardina. Si necesitan productos procesados lo obtienen del Tena.

Las plantas medicinales también son muy usadas en todas las comunidades, entre estas están: ortiga, sangre de drago, pepa de pitón, que sirve como anticonceptivo, pepa de aguacate, baba de cacao, bálsamo, yutso, que es para el crecimiento del cabello, pilche o mate, manyacu (muy usada para las picaduras de alacranes, congas y arañas).

Las semillas más comunes para las artesanías son: calmito, talartamulo, anamura, etc.

Entre los animales más visibles están: el mono, ardilla, armadillo, guanta, venado.

Poseen maderas con las que realizan artesanías, como el caito, que es el bambú y guadua.

(Ver Mapa de ubicación de las comunidades).

a) Comunidad de Serena

Serena es una comunidad que posee 30 familias, se encuentra ubicada en el último punto de la carretera, en el Cantón Tena, Parroquia de Talag a 18 km de la carretera del Tena.

Nelson Cerda conocido como Coné es el nombre del presidente de la comunidad, hijo de la familia más antigua de la comunidad, su madre que tiene casi 90 años, es quien sabe de todas las tradiciones de la selva, hablar con ella es simplemente como retroceder en el tiempo. *(Ver fotos de viajes)*

Es una de las comunidades que ha visto del turismo una fuente de ingresos, ya que tienen concurrencia de visitantes biólogos y agrónomos en su mayora quienes han regresado para disfrutar de sus atractivos atendidos personalmente por el presidente de la comunidad. Posee cabañas turísticas con capacidad para 16 personas.

3.8.3ª Capacidad de carga para el programa de turismo.

Considerando que con el programa de turismo los visitantes se hospedarán en las cabañas, la capacidad de Serena es de 16 personas diarias. Analizando los meses de mayor ocupación, y los meses de temporada de cacao, considerando que los viajeros visitarán las comunidades durante estas pocas se toma como mes de inicio Febrero, ya que es donde comienza la temporada de cacao, y además está el feriado para seguir hasta agosto, tomando en cuenta la fuerte afluencia desde este mes más junio y julio.

Si se toma en cuenta que los tours son 4 días, cada mes se puede vender 7 tours (30 días del mes / para 4 días de tour = 7.5 paquetes), sin descanso, pero considerando un tiempo intermedio se puede bajar a 4 paquetes por mes considerando los que la mayoría viaja para coincidir con fines de semana.

CUADRO 3.13 Capacidad de carga en Serena

Capacidad de personas diarias	16
Cantidad de tours al mes	4
Total personas al mes	64

Meses considerados al año	7	(Los de temporada)
Total de turistas al año	448	(7 meses x 64 pax cada mes)

Elaborado por: Ana Cristina Rodríguez

3.8.3b Capacidad de carga para el programa de voluntarios

Considerando el programa de voluntarios Serena tiene la capacidad de 30 cabañas de familias, dividiéndolas en dos pares para recibir a 2 voluntarios al mismo tiempo, y conociendo que los voluntarios deben hospedarse cada semana con una familia diferente se calcula:

CUADRO 3.14 Capacidad de carga para voluntarios para Serena.

Capacidad familias (Semanas)	15
Meses por voluntario	3
Total voluntarios por trimestre.	2

Trimestres al año	4	
Total voluntarios al año	8	(4 trimestres por dos voluntarios)

Elaborado por: Ana Cristina Rodríguez

3.8.3c Actividades

- Lavan oro a las orillas de los ríos.
- Cosechan maíz, para desgranarlo y venderlo en el Tena.
- Deportes como rafting/kayak/tubing, se realiza con mayor frecuencia en agosto, los instrumentos los alquilan sin problema. Poseen siete guías especializados, que realizan caminatas o deportes extremos respectivamente.
- Ceremonias shamánicas, con bebidas de la zona, la tradición de los shamanes es hereditario, existen dos shamanes propiamente dichos en Serena, hasta el momento el valor ha sido voluntario por parte de los turistas.

- Pesca nocturna, en los riachuelos de los alrededores.
- Paseos en canoa.

3.8.3d Atractivos *(Ver fotos de viajes)*

- Bosque primario, caminatas para observación de flora y fauna y charla de plantas medicinales y comida típica.
- El río Ilocullin y el Río JatunYacu, son atractivos para todos quienes realizan deportes.
- Río Mulatos.
- Río Partayacu
- Laguna Yanacocha.
- Cascada de Yani, a dos horas y media del centro de la comunidad.
- La piedra de la Boa.
- Cercanía al parque Nacional de los Llanganates.

El presupuesto para los equipos de operación de los turistas se toma en cuenta con su capacidad de carga.

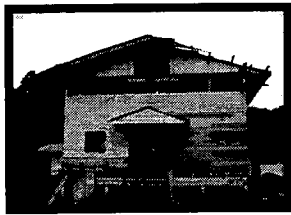
CUADRO 3. 15 Presupuesto en equipos de operación para Serena (Anual)

CANTIDAD	DESCRIPCIONES	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
24 (16 turistas y 8 voluntarios)	Ponchos impermeable / capucha transparente 52 x 82	6.97	167.28
16 (8 turismo y 8 voluntarios)	Linternas lucecita / pilas (1 cada 2 turistas)	2.74	43.84
24 (16 turismo y 8 voluntarios)	Botas negras Goliat n 37	5.51	132.24
TOTAL			343.36

Fuente: COMERICAL KYWI S.A *(Ver Proforma, Anexo 11)*

Elaborado por: Ana Cristina Rodríguez

b) Shandia



Propiedad en reconstrucción en Shandia, por el grupo Mundo Juvenil

Foto: Ana Cristina Rodríguez

Carlos Andi es el presidente de la comunidad, suman 40 familias, dando como resultado un total de 320 personas aproximadamente. Todas las familias producen cacao y tienen sus fincas muy bien cuidadas.

La comunidad de Shandia es la más beneficiada, la fundación MCCH, realizó un proyecto comunitario que está en el proceso de construcción de cabañas turísticas para 40 personas, que se dividen en 8 cabañas para 5 personas cada una.

Shandia puede ser el punto de partida para otras comunidades, y ofrecerá la estadía para los visitantes que van a las demás comunidades y no tengan cabañas de alojamiento.

Tomando en cuenta los mismos meses para el cálculo de la comunidad de Serena:
30 días del mes para 4 días de tour con una capacidad para 40 personas se consideran 4 tours al mes. Con la capacidad total las personas podrán dividirse a visitar otras comunidades.

3.8.3e Capacidad de carga para el programa de turismo

CUADRO 3.16 Capacidad de carga para Shandia

Capacidad de personas diaria	40
Cantidad de tours al mes	4
Total personas al mes	160

Meses de operación	7	(Los de temporada)
Total de turistas al año	1.120	(7 meses x 160 pax cada mes)

Elaborado por: Ana Cristina Rodríguez

3.8.3f Capacidad de carga para el programa de voluntarios

Shandia tiene la capacidad de 40 de familias, excluyendo 4 familias que no entran en el alojamiento por realizar diferentes actividades, ya que la comunidad es la más desarrollada, quedan un total de 36 dividiéndolas en tres partes por que pueden recibir a 3 voluntarios al mismo tiempo, quedan 12 familias por voluntario y conociendo que los voluntarios deberán hospedarse cada semana con una familia diferente.

CUADRO 3.17 Capacidad de carga para voluntariado en Shandia

Capacidad familias (semanas)	12
Meses por voluntario (12/4)	3
Total voluntarios por trimestre	3

Trimestres al año	4	
Total voluntarios al año	12	(4 trimestres por dos voluntarios)

Elaborado por: Ana Cristina Rodríguez

3.8.3g Actividades

- Realizan injertos de cacao, poseen 17.000 plantas de cacao injerto para sembrar, (esto se ha comprobado que no afecta al suelo, más bien sirve de abono.)
- Taller de artesanías en el centro artesanal y reforestación de semillas.
- Caminatas en los alrededores con visita a cascadas.

- Visitas al centro de acopio de Shandia, única comunidad que tiene su propio centro de acopio, más la realización de chocolate artesanal.
- Campeonatos de fútbol.
- Baños en los ríos.
- Poseen videos de la comunidad y sus atractivos.
- Fotografía del paisaje.

3.8.3h Atractivos

- Bosque primario con casi 400 hectáreas aproximadamente.
- El Rio Ilocullin que está a dos horas del centro de la comunidad, se pueden realizar deportes como rafting y kayak, también es apto para el baño. Existen dos guías de rafting certificados.
- Río Pano, para poder pasear en canoa y bañarse.
- Playa: 12 de febrero se da el festival playero, música, venta de artesanías, comida típica.
- Cascada Pimpilada.
- Mirador natural, al borde de un barraco, parte baja del Rio Napo a 70 metros. Su suelo es arenoso. Se puede observar el volcán Sumaco. A dos horas de Shandia.
- Parque Amazónico la Isla.

CUADRO 3. 18 Presupuesto en equipos de operación para Shandia

CANTIDAD	DESCRIPCIONES	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
52 (40 turismo y 12 voluntarios)	Ponchos impermeable / capucha transparente 52 x 82	6.97	362.44
32 (20 turismo y 12 voluntarios)	Linternas lucecita / pilas	2.74	87.68

voluntarios)	(1 cada 2 turistas)		
52 (40 turismo y 12 voluntario)	Botas negras Goliat n 37	5.51	286.52
TOTAL			736.64

Fuente: COMERICAL KYWI S.A (*Ver proforma, Anexo 11*)

Elaborado por: Ana Cristina Rodríguez

c) Comunidad de Mirador



Comunidad de Mirador, casa de María "Gringo"

Foto: María, dueña de la casa.

La comunidad de mirador posee 22 familias aproximadamente, está alejada de la carretera por lo que el acceso es por canoa.

Hay que tomar en cuenta que la comunidad de Mirador no posee infraestructura para alojar turistas se podrán hospedar en la comunidad de Shandia y realizar las actividades de las rutas en Mirador.

3.8.3i Capacidad de carga para el programa de voluntarios

Mirador tiene la capacidad de 22 familias, excluyendo 4 por su lejana y dividiéndolas en dos pares para recibir a 2 voluntarios al mismo tiempo, quedan 18 familias y conociendo que los voluntarios deberán hospedarse cada semana con una familia diferente se calcula:

CUADRO 3.19 Capacidad de carga para voluntariado en Mirador

Capacidad familias (semanas)	9
Meses por voluntario (9/4)	2
Total voluntarios cada 2 meses.	2

Meses al año	6	
Total voluntarios al año	12	(4 trimestres por dos voluntarios)

Elaborado por: Ana Cristina Rodríguez

3.8.3j Atractivos

- Río Arajuno, Río Puni, Río Napo, donde se realizan deportes, y actividades recreativas.
- Bosque primario.
- Bosque Protector Selva Viva.
- Cercanía al centro de rehabilitación de animales.
- Jardín Botánico Ishpingo.

3.8.3k Actividades

- Alimentación, venta y crianza en el criadero de peces
- Realizan las artesanías, como los collares y pulseras que se obtienen de la hoja de Achira, que es de donde se obtiene la paja toquilla, el primer paso es buscar la rama directamente en el bosque, de la planta de Pita, que es como el yute, se corta a los lados para poder deshilacharla y obtener finos hilos de la planta que, la abren la lavan y posteriormente es secada al sol por unos días. De esta planta se realizan trampa para los peces.
- Cosecha de plantas como canela, jengibre, arroz, hierbabuena.

- Charlas con la familia, realización de comida típica.
- Baño en los ríos y paseos en canoa.
- Mingas de los fines de semana, donde limpian los terrenos de las comunidades.
- Cosecha de cacao.

CUADRO 3.20 Presupuesto para equipos de operación en Mirador

CANTIDAD	DESCRIPCIONES	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
12 voluntarios	Ponchos impermeable / capucha transparente 52 x 82	6.97	83.64
12 voluntarios	Linternas lucecita / pilas	2.74	32.88
12 voluntarios	Botas negras Goliat n 37	5.51	66.12
TOTAL			182.64

Fuente: COMERCIAL KYWI S.A (*Ver anexo proformas 11*)

Elaborado por: Ana Cristina Rodríguez

3.8.4 Producto / Paquetes por Rutas

Para la creación de las rutas que serán el producto del proyecto, se ha tomado en cuenta que en lo que refiere a turismo comunitario, las personas gustarían disfrutar de una estadía más larga de lo que comúnmente lo realizan los tours convencionales de aventura, y más aun si se trata del programa de voluntariado mensual.⁴¹

Para ejemplificar se han tomado las rutas que más han sido visitadas por los clientes, según fuentes de Kallari, con estrecha relación a la producción de cacao, que es el atractivo principal.

⁴¹ KLEMPER Stella (2007): voluntaria de Kallari.

3.8.4ª Previo al Tour para turismo o voluntariado

Los turistas que estén dispuestos a realizar los tours hacia las comunidades de Kallari, lo podrán hacer por medio de la página Web, o a través de la cafetería localizada en Quito, donde llenaran una información clave, para el éxito de lo que será su aventura. (*Ver Apéndice A*).

Una vez obtenida la información, el encargado de la reserva será quien tome los datos del cliente, así los representantes de Kallari estudiarán las necesidades del turista de tal manera que analicen que ruta le conviene realizar, y se pueda entregar / enviar la información detallada a continuación.

- Ética turística de Kallari. (*Apéndice B*)
- Actividades de la ruta escogida. (*Itinerarios Anexo 12*)
- Que llevar. (*Apéndice C*)
- Costos para cubrir las actividades a realizar, más lo que no cubre el tour.

Esta información será enviada vía mail antes de que el turista realice el viaje, mismo que confirmara su recibimiento y enviara información llenada través de la página Web, aceptando los puntos vistos.

3.8.4b Todo comienza en la capital “Quito”.

Recogimiento desde el aeropuerto por parte de un miembro de la Asociación Kallari, en auto (de la cafetería). La estadía en Quito corre por parte de cada turista.

Para ir al Tena, se tiene la opción de viajar en bus desde el terminal terrestre Cumandá, los buses al Tena salen desde las 6:00 AM cada hora, a un costo de \$6.00 una vía, es una buena hora para poder aprovechar el día. Duración 6 horas de viaje aproximadamente. Si el cliente desea viajar en transporte privado se podría adquirir el servicio pero el costo debe correr por parte del cliente, este tiene un costo de \$ 170.00 una vía al Tena.⁴²

Para el arribo al Tena las personas serán recibidas por un guía asignado.

⁴² Cotización (2008), Unlimited Tours.

3.8.4c Voluntariado

Los voluntarios realizarán investigaciones científicas y ayudarán a las comunidades en sus labores diarias, la información recolectada en el formulario dará a conocer el potencial del voluntario y en qué área puede ser más útil. Se le asignará un dirigente, el cual se encargará de darle seguimiento y cubrir cualquier inquietud del voluntario.

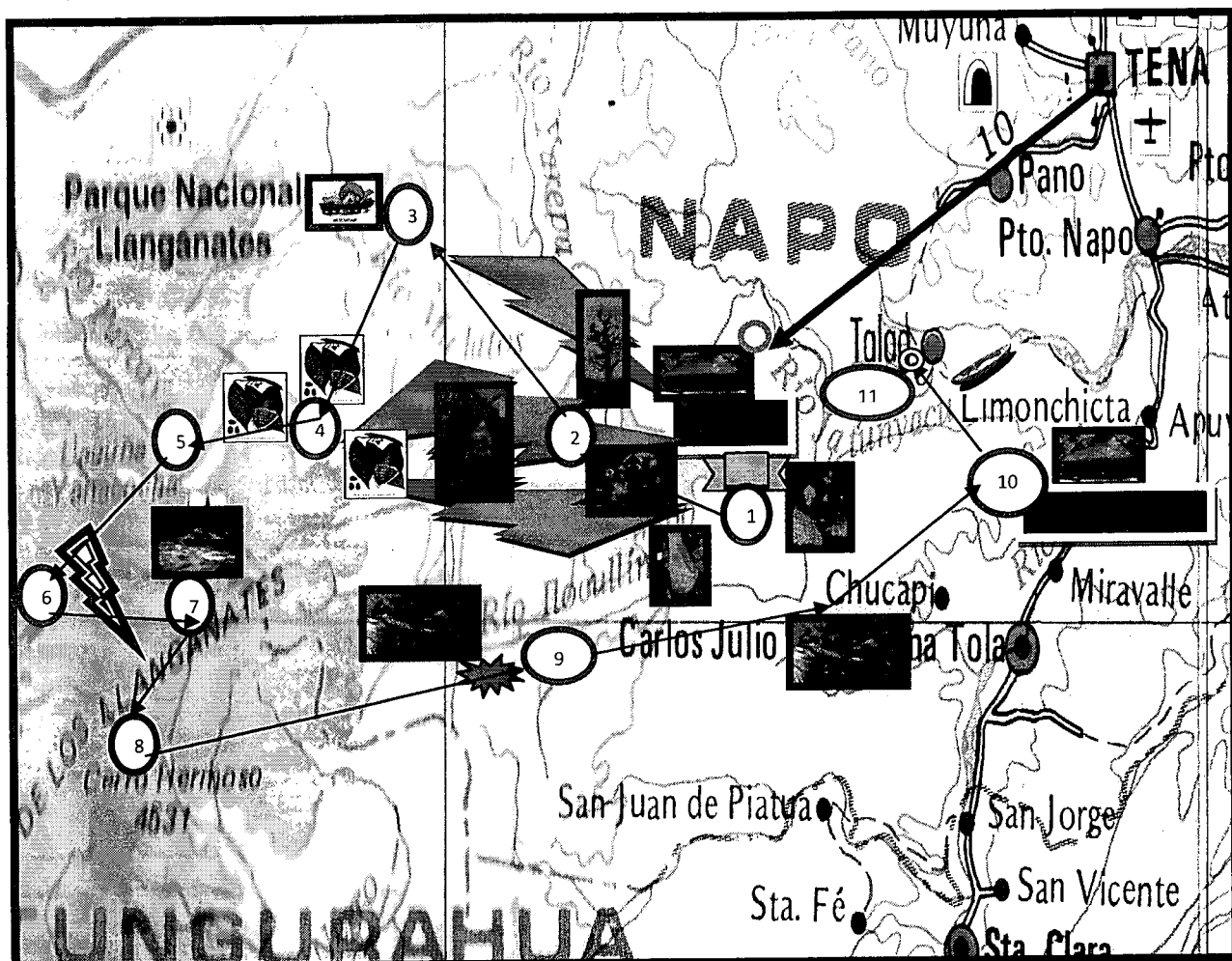
Las comunidades tienen que entregar documentación a Kallari indicando que la comunidad desea recibir voluntarios y que la comunidad se conformará con las pautas de ética. El Presidente de la comunidad es responsable por asignar hospedaje a los voluntarios, y debe ser dividido igualmente entre todos los participantes y/o las familias.

El Voluntario vivirá en las y pueden ir a Tena durante fines de semana, opcionalmente para disfrutar de la ciudad. Los Voluntarios tienen que participar en actividades de la comunidad y actualizar la meta de Kallari que es intercambio cultural. Los Socios de la comunidad pueden pedir para el retiro del voluntario si no satisface con los requisitos básicos, o si su presencia es vista por la mayoría como perjudicial a la comunidad.

Cada familia que participa se especializará en por lo menos uno de los servicios antedichos o en un área adicional, tal como medicina natural, shamanismo, cacao y chocolate, o leyendas tradicionales. El presidente de la comunidad guardará una cuenta de la distribución de ingresos y ayudará a supervisar que las familias roten para distribuir trabajo e ingresos igualmente. Cada familia recibirá capacitación en una o más de las áreas de servicio. El guía requiere la mayoría de capacitación y tiene la mayoría de las responsabilidades.

3.8.4d Rutas turísticas

a) Ruta 1 : Atractivos de Serena

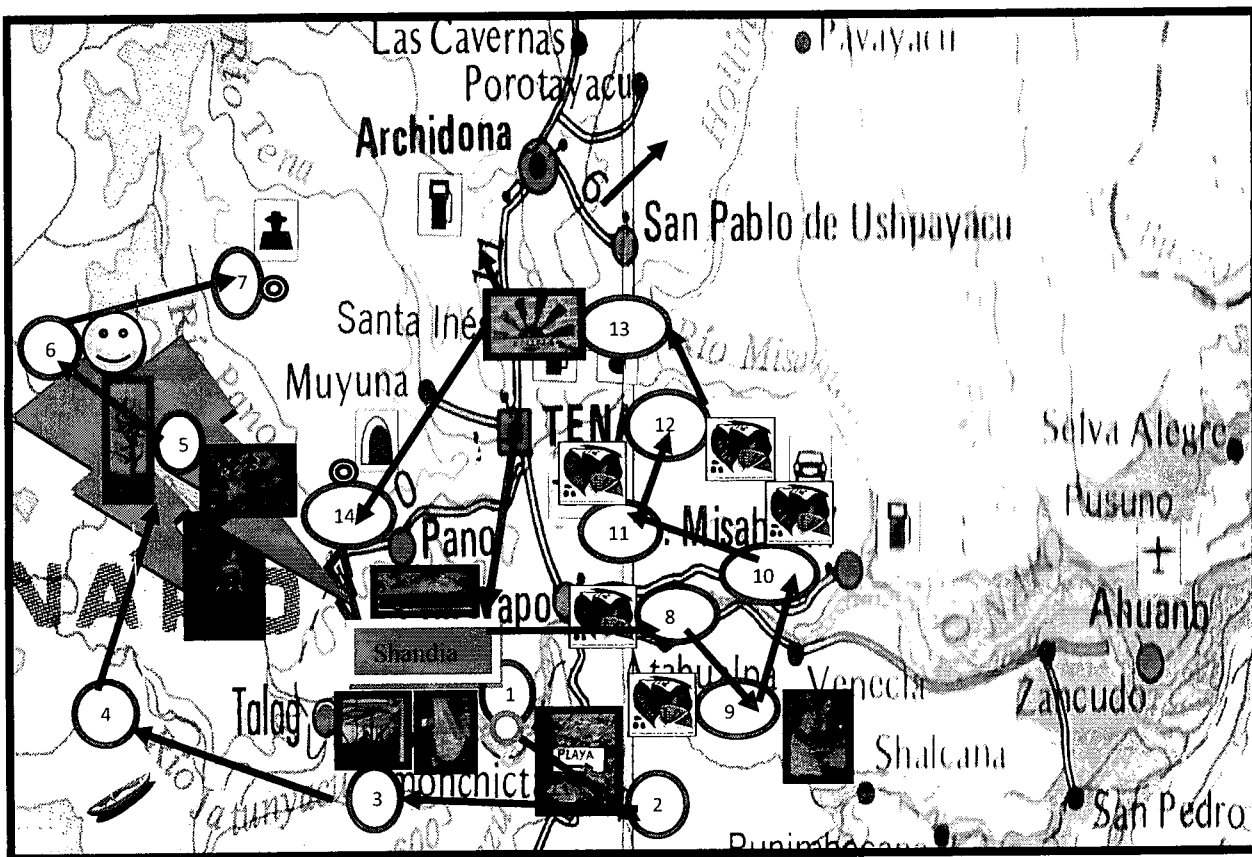


Elaborado por: Ana cristina Rodríguez

ATRATIVOS RUTA 1

1. Museo Nucanchi Shimi. (Inicio)
2. Bosque Primario: Árboles de caucho, ceibo, camota, observación de monos, murciélagos, entre otros.
3. Río Mulatos: baño.
4. Recorrido de fincas de cacao.
5. Laguna Yanacocha.
6. Cascada Yani.
7. Piedra de la Boa.
8. Cerro de los Llanganates.
9. Río Ilocullín.
10. Comunidad de Sumak Samay.
11. Río JatunYacu. (Fin)

b) Ruta 2: Atractivos de Shandia

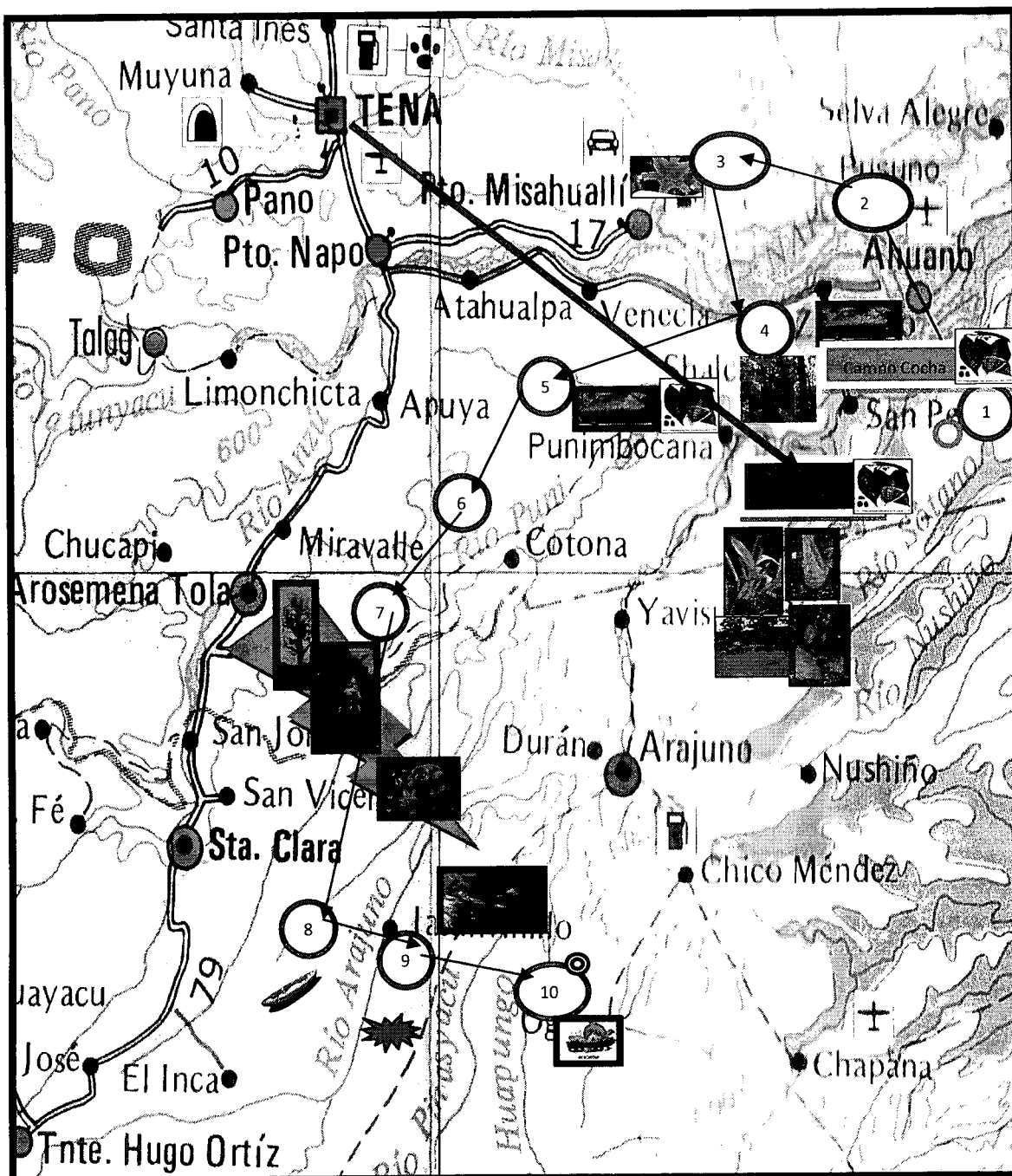


Elaborado por: Ana Cristina Rodríguez

ATRATIVOS RUTA 2

1. Centro artesanal de Shandia. (Inicio)
2. Playa en Shandia, donde se da el carnaval playero.
3. Centro de acopio en Shandia.
4. Río JatunYacu.
5. Bosque Primario.
6. Mirador.
7. Río Pano.
8. Comunidad de Bajo Talag.
9. Comunidad Ila Yacu.
10. Comunidad Nuevo Jerusalén.
11. Comunidad Guineo Chimbana.
12. Comunidad Mushuk Kausay.
13. Centro de acopio en Tena.
14. Cascada Pimpilada.

c) Ruta 3 : Atractivos de Mirador



Elaborado por: Ana Cristina Rodríguez

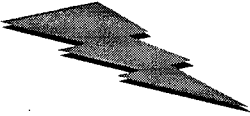
ATRATIVOS RUTA 3

1. Comunidad Campococha.
2. Río Napo.
3. Jardín Botánico Ishpingo.
4. Bosque Protector Selva Viva, área protegida.
5. Comunidad Punibocana.

- 6. Río Puni.
- 7. Bosque primario.
- 8. Río Arajuno.
- 9. Río Piñasyacu.
- 10. Río Huapungo.

Para ver las actividades por día ver itinerarios (Anexo 12)

CUADRO 3.21 Simbología

SIMBOLOGÍA	DEFINICIÓN
	Comunidad.
	Bosque primario.
	Piedra de la Boa.
	Cascadas
	Museo
	Fincas / comunidades de cacao
	Artesanías
	Lavado de oro
	Paseo en canoa

	Playa
	Mirador
	Shamanismo
	Ruta de compra de cacao
	Centro de acopio de cacao
	Deportes (Kayak, Rafting).
	Bosque Protector Selva Viva.
	Hoja de Achira.
	Jardín botánico Ishpingo
	Ceibos, cavernas, observación de monos.

Elaborado por: Ana Cristina Rodríguez

3.8.5 Precio

“El precio de un producto debe estar entre uno que sea tan bajo que permita cubrir los costos y otro que sea tan alto que genere demanda pero sin salir del mercado”.⁴³

Para el establecimiento del precio, se tomo en cuenta las entrevistas con expertos, la competencia directa, más la bibliografía de la estrategia de turismo rural en el Ecuador y entrevistas con personas integrantes y voluntarios de Kallari que han visto personalmente lo que pagan los turistas en sus visitas. Se ha considerado que los grupos de turistas no deben ser muy grandes, ya que de otro modo no se daría un servicio de alta calidad y se produce mayor deterioro al entorno.

Dado que Kallari Turismo sería nuevo y las comodidades son rústicas, seguirá habiendo los precios un poco debajo de los de competidores. Pues Kallari desarrolla una base de la clientela y mejora la administración y las comodidades turísticas, se puede subir precios para proporcionar un mayor beneficio a las comunidades de Kallari en el futuro.

Grupos (Considerando grupos a las personas que toman los tours)

Pequeño: de 2 a 6 pax.

Mediano: de 7 a 12 pax.

Grande de 13 a 16.

Se consideran grupos grandes tomando en cuenta la capacidad de los senderos para caminatas y visitas a los atractivos naturales serán no más de 16 personas.

CUADRO 3.22 Precio para el programa de voluntarios

Programa de Voluntarios:	Honorario de Aplicación \$	Contribución Mensual \$
	30,00	200,00

Elaborado por: Ana Cristina Rodríguez

⁴³ FRANGIALLI, F (2003): “Bases para el Desarrollo del Turismo Rural en el Ecuador”, Págs. 28.

CUADRO 3.23 Precio por número de días y personas para turismo en Serena

(Ver anexo 13)

Paquete Turístico N° PAX	Precio por persona por día \$	Precio tour 3,5 días \$
2-6 (grupo pq.)	38,00	133,00
7-12 (grupo md.)	35,00	122,00
13 a 16 (grupo gr)	30,00	105,00

Elaborado por: Ana Cristina Rodríguez

CUADRO 3.24 Precio por número de días y personas para turismo en Shandia

(Ver anexo 13)

Paquete Turístico N° PAX	Precio por persona por día	
2-6 (grupo pq.)	40,00	140,00
7-12 (grupo md.)	37,00	130,00
13 a 16 (grupo gr)	36,00	125,00

Elaborado por: Ana Cristina Rodríguez

Las reservaciones deberán ser realizadas por lo menos con dos semanas de anticipación, para asegurar que se pueda realizar el viaje sin problemas, pueden ser realizadas va mail, por teléfono o en las oficinas de la cafetera de Kallari en Quito. Se deber depositar el 50% del monto para tener todo listo, en una cuenta de Kallari.

3.8.6 Plaza

Los primeros años de operación Kallari debe estar enfocado a recibir voluntarios a nivel local, nacional, e internacional con menores grupos de turistas, es decir grupos pequeños a medianos, ya que los voluntarios serán los mejores informadores del servicio en el futuro como lo han sido hasta ahora.

La meta será construir relaciones duraderas con los clientes y desarrollar una red de apoyo nacional e internacional, con la filosofía de que Kallari ofrece aventura y conocimiento al mismo tiempo, así sus puntos de comercialización serían:

- La venta directa desde la cafetería.
- Venta directa en la oficina en el Tena.
- Alianzas con agencias de viajes (Native Sun, agencia y tour operadora)y Municipio del Tena.
- Internet (mayor0020fuente)
- Puntos de venta de los chocolates en Quito y en el exterior.

3.8.7 Promoción

Hay dos aspectos centrales para el éxito de una empresa de turismo comunitario y voluntarios. Primero, las comunidades necesitan extensa capacitación y prepararse para visitas de voluntarios y turistas. Ofrecer los servicios de la ms alta calidad para que los clientes sean satisfechos y para que Kallari mantenga una buena reputación, es primordial. Kallari se enfocar mucho en marketing.

➤ Boca a Boca:

Es importante que los cliente de Kallari, y es la principal publicidad para el turismo rural, ya que los visitantes difunden con buenos comentarios hacia el exterior, lo que conlleva a que Kallari se debe enfocar en asegurar servicios de alta calidad y satisfacción al cliente. Para ello se mantendrá la comunicación a través de una lista servicio del e- mail. Promover a través de la lista extensa de voluntarios y contactos internacionales, los cuales han sido el motor de desarrollo de Kallari. (No cuesta nada). Se sabe que el boca a boca es la mejor manera de promocionar un servicio o producto.

➤ Página Web: www.kallari.com

Una ventaja es que Kallari ya lo tiene, no es necesario implementarla. Hoy en el Internet es la fuente de promoción ms grande en los últimos tiempos. Debe diferenciarse tanto el

programa turismo y de voluntarios, donde puede construir una red de alianzas, con organizaciones que apoyan a Kallari. Este medio ser el enfoque a nivel internacional.

Kallari tiene su página Web en 5 idiomas: Español, Inglés, Francés, Alemán y Suizo, lo que se considera como una ventaja competitiva frente a las páginas de la competencia.

Se mantendrá la información actualizada del sitio Web. Siempre diferenciando el programa de turismo y el de voluntarios. En sitios de red, libros de gua (Lonely planet), Idealist.org, Global Exchange Reality Tours, Organizaciones de ecoturismo, agencias y la red de voluntarios de Kallari.

Se puede crear un link en la página del municipio del Tena, así como también en páginas de turismo a nivel mundial.

Las visitas de viajeros que promocionan a los destinos en páginas Web, son una novedosa estrategia que no cuesta mucho. La venta por internet se hacen en productos y servicios que no tienen mayor dificultad, por ello es necesaria la información específica, alcances del mismo, para el cierre de cuenta.

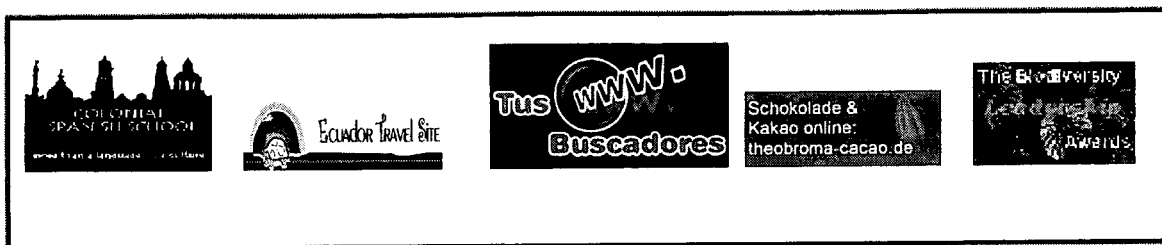
Es importante identificar y mantener comunicación va internet entre los operadores especializados en el producto y que no necesariamente participen en fam trips o ferias, convenciones o work shops.

Las palabras claves en el internet son muy importantes por ello hay que asociar la palabra Kallari, en buscadores como adventure travel donde aparece información de muchos operadores turísticos, el desafío es encontrar los operadores de internet y ofrecerles el producto, relacionado con destinos nuevos, con baja presencia de gente, no excesivamente desarrollados.

- Mailing: Comunicación que favorezca una fidelidad de los clientes, preguntar una vez realizado el tour como fueron sus servicios.

- Links asociados con Kallari:

Los links a continuación se encuentran en la página de Kallari, los mismos que formaron parte para ser incluidos en la promoción. (*Ver anexo 14*)



Fuente: www.kallari.com

➤ **Brochures**

Estos debes ser distribuidos en lugares como:

- Puntos de venta de los chocolates en Quito como: La Cafetería Kallari, JW Marriott, Museo Mindalae, South American Explorers, Café Libro.
- America del Norte: California, Connecticut, Columbia, Delaware, Illinois, Washington, Oregon, Utah, New Mexico, Texas, Pennsylvania, new York, Montana, Maine, Missouri y New Yersey.
- Europa: Alemania y Suiza.
- Agencias de viaje.
- Hosterías.
- Restaurantes.
- Escuelas de español. (Colonial Spanish School)
- En las ferias nacionales e internacionales, este año 2008 se presentarán en Europa con 15.000 barras de chocolate en una feria de chocolate mundial, sería un claro ejemplo de que hay posibilidades.

En el Tena se deber promocionar de igual manera su producto en:

- Las oficinas de Kallari.
- Agencias de bosque y rafting.
- Hostales.
- Restaurantes.
- ONG's locales

➤ **Programas en la cafetera (Ver anexo 15)**

- Trufas de chocolate por el día del amor y la amistad, este evento ya se lo ha hecho obteniendo gran acogida. Algunas personas de las comunidades participan también y así pueden promocionar su sitio, se da una charla sobre lo que es producción de cacao y se realiza el proceso de hacer chocolate desde el inicio. Las personas participantes pueden llevarse las trufas realizadas.
- Navidad.
- Día de la madre.
- Charlas acerca del beneficio del chocolate orgánico para la salud.
- Incentivar la venta de los tours en febrero y marzo sobre todo por la temporada de cacao y deportes y playas como el carnaval turístico realizado en el Tena.
- Muestra de galería de fotos de las comunidades de Kallari que han sido tomadas por voluntarios de Kallari.

Estas iniciativas corren por parte de la cafetería Kallari en Quito no necesitan ser presupuestados.

➤ **Revistas**

Promocionar el producto en revistas como Terra incógnita y Cordillera abren muchas puertas para una promoción, esta circula bimestralmente, y se puede invitar a representantes de las mismas para que el espacio en la revista sea gratuito.

➤ **Videos Turístico**

Kallari ya posee un video de los atractivos de Shandia, este debe ser presentado en distintos lugares es una buena manera de promoción.

➤ **Ferias: Nacionales e Internacionales**

Kallari participa constantemente en ferias tanto nacionales como internacionales estas son claves para dar a conocer el producto turístico, se deben tomar muy en cuenta cuando se

realizan para que se pueda participar. Estas son las Ferias de Turismo realizadas por el Ministerio de Turismo o Ambiente, además de las ferias de producción, Kallari ya ha tenido reconocimientos por producir el uno de los mejores chocolates orgánicos del mundo, como los consumidores no van a querer conocer este punto del mundo.

Para este efecto Kallari deber buscar financiamiento del Ministerio de Turismo, La Cámara de Turismo en el Municipio y el ECORAE (Instituto para el Eco desarrollo Regional Amazónico), quienes financian proyectos de desarrollo viables.

El diseño de los folletos puede ser también a través de aportes de voluntarios así como lo fue con la página Web.

Al momento que Kallari logre su fidelidad con los clientes esto reducir costos porque la meta es mantener buenas relaciones con clientes actuales y satisfacer a los nuevos. Es menos costoso mantener un cliente que desarrollar uno nuevo.

3.8.8 Estrategias de promoción

- Las barras de chocolate, se colocarán mapa de rutas, mini logo de los programas turísticos, y fotos de atractivos, realizada por voluntarios.
- Red de alianzas estratégicas con restaurantes y hostales, visitarlos para ofrecer los brochures.
- Alianzas con universidades, de turismo y hotelería, gastronomía y agrónoma, ONG's y agencias internacionales.
- Kallari puede formar alianzas estratégicas también con miembros de la competencia ya que el objetivo del turismo comunitario es ayuda a las comunidades y tras el análisis competitivo, mayoría de lugares ofrece paquetes en los cuales los turistas visitan por pocas horas o lapsos de tiempo cortos a las comunidades, aunque se logra la ayuda, hay muchos clientes que buscan compartir más a fondo con las familias amazónicas.
- Gracias al formulario llenado por los turistas, Kallari tendrá conocimiento acerca de los gustos de los viajeros y poder adelantarse a las necesidades.
- Llevar un registro estadístico ordenado que hasta ahora no se lo ha hecho que permita obtener datos de la oferta (ocupación por familia, estada promedio, temporadas, etc.), ya que los datos estadísticos son referentes importantes para planes a futuro. Y

- también datos de la demanda como el perfil del cliente con formularios, gasto promedio y nivel de satisfacción.
- Control de la calidad: mejorando cada vez más, creando nuevas formas de oferta a los turistas, con ideas de ellos mismos.
 - Promover el trabajo y participación de las mujeres, jóvenes y niños de las comunidades, que sea los que transmitan ese amor por la selva a los turistas, de modo que se sientan orgullosos de quienes son.

Dado que Kallari ya tiene la pagina Web, ya tiene una marca y acotando que los diseños de las presentaciones de sus trípticos de la cafetera y sus chocolates han sido con colaboración de voluntarios y organizaciones el tema de promoción es bastante alentador para el turismo también. Es importante diseñar trípticos, tarjetas de presentación del programa para turismo y voluntariado de Kallari, hojas volantes y un banner con información para las ferias y fotos de los distintos componentes de la Asociación Kallari.

CUADRO 3.25 Presupuesto de Promoción

DESCRIPCIÓN	COSTO TOTAL ANUAL
Impresión de trípticos	530,00
Impresión de volantes	330,00
Impresión de tarjetas	555,00
Banner/ roll up	305,00
Edición de video	150,00
Distribución de la publicidad	600,00
TOTAL	2.470,00

Fuente: Proyecto Kallari, (2008), para la embajada de la República de Alemania.

Elaborado por: Ana Cristina Rodríguez.

CUADRO 3.26 Presupuesto de invitaciones a miembros de revistas

Pasajeros	Días	\$ Precio por persona	Total Tours año
2	4 días / 3 noches	38,00/diarios	304 x 2 = 608,00

Elaborado por: Ana Cristina Rodríguez

Tomando en cuenta el tour mínimo de días y dos personas mínimo, en si la inversión solo sería por comida y guía más no por atractivos. Por lo que no formará parte del análisis financiero.

CUADRO 3.27 Presupuesto de cortesía de chocolates anual (Ver anexo 16)

Barras de chocolate	\$ Costo unitario	Total
1568 Turistas	1.15 ⁴⁴	1.803,2
32 voluntarios	1.15	36.8
TOTAL		1.840,00

Elaborado por: Ana Cristina Rodríguez

CUADRO 3.28 Presupuesto general en equipos de operación

DESCRIPCIÓN	SERENA	SHANDIA	MIRADOR	TOTAL GENERAL
Total por comunidad	343.36	736.64	182.64	1'262.64

Fuente: FERRISARIATO / Creaciones Diana Isabel

Elaborado por: Ana Cristina Rodríguez

CUADRO 3.29 Presupuesto general de Marketing

\$ PRESUPUESTO	TOTAL
Publicidad	2.470,00
Invitados	608,00
Barras chocolate	1.840,00
Equipamiento Operación	1.262, 64
Total	6.450,00

Elaborado por: Ana Cristina Rodríguez

⁴⁴ POZO, C (2008), Precio de las barras de los chocolates.

3.8.9 Evidencia Física

Marca: El nombre comercial es Kallari.

Lema: Web Bring the Amazon to you!!

El diseño de la marca y sus diseños ya han tenido mucho éxito. Con miras a tener más.



Fuente: www.kallari.com



*Logo Kallari, en las oficinas en el Tena
Foto: Ana Cristina Rodríguez*

➤ Dípticos: trípticos, volantes y tarjetas.

La información que aparezca en los dípticos y demás publicidad debe ser estratégica ya que debe dar a conocer los productos que Kallari tiene para ofrecer a la comunidad en general, como son: los programas de turismo con el detalle de sus rutas, y el programa de voluntarios, las artesanías, las barras de chocolate y el servicio de cafetera que tiene en la ciudad de Quito en la cual se encuentran todos los productos de Kallari así como también comida típica de la región amazónica y una galería de fotos reconocidas con premios internacionales. Sin dejar de lado, información del Ecuador en general, de Napo y Tena.

➤ Página Web (*Ver anexo 17*)



ABOUT KALLARI | CRAFTS & JEWELRY | STORE LOCATOR | CHOCOLATE LOUNGE | CACAO & CHOCOLATE | GET INVOLVED

La página Web ya tiene información suficiente de lo que es Kallari y a qué se dedica, además de los temas por títulos, solo falta adicionar lo referente a turismo, sus rutas y sus atractivos.

3.8.10 Ventaja Competitiva

La Asociación Kallari ya tiene alianzas internacionales con una reputación excelente a nivel nacional e internacional. Tiene una amplia red de voluntarios, ayudantes y admiradores en Estados Unidos y Europa, lastimosamente por falta de un programa turístico, este no han podido ser contabilizados con exactitud. Existen grupos turísticos y voluntarios que vienen con la coordinación de *Judy Logback*, los mismos que no tienen una guía o ayuda turística, pero con la implementación del proyecto lo puede lograr.

Las excelentes practicas de producción de cacao, que lo han llevado al exterior y la especialización en técnicas artesanales por parte de la fundación MCCH.

Kallari es apoyada por Alliance Exchange, una organización sin fines de lucro en Boston que arregla visitas turísticas a las comunidades de Kallari y también da fondos para becas educativas.

La Cafetería de Kallari en Quito recibió una recomendación excelente en *Lonely Planet Guide 2006*. La publicidad de *Lonely Planet* está atrayendo a turistas a la cafetería, que exhibe artesanías de fibra, artesanías en madera, y fotos vibrantes del cacao, las comunidades y del bosque amazónico. La cafetería es un lugar ideal una ventaja frente a otras empresas.

La cercanía con la ciudad de Quito y otros lugares de nombre es muy importante, a diferencia de otros destinos a los cuales se debe llegar vía aérea, como el Coca.

3.8.10ª Estrategias para fidelidad con los clientes

- **Especificad:** vender los paquetes enfocados en que Kallari es una asociación productora de cacao y con buenas prácticas ambientales y culturales.
- **Personalización:** el no aumentar extremadamente la infraestructura, mejora la asistencia personalizada (grupos mayores de 16 personas, pueden sentir que la calidad no fue satisfecha.

- ***Estar pendientes en el cambio de los gustos de los clientes:*** todo producto tiene un ciclo de vida y por ellos hay que estar preparado, y saber mantenerse y no desaparecer.
- ***Cambio*** de los productos con el tiempo, con informes y reuniones en cada comunidad.

- ***Compartir con los dueños*** de los establecimientos, en este caso en los paquetes turísticos de Kallari turismo, siempre habrá la bienvenida por parte de los presidentes de las comunidades.

- ***Participación en las actividades deportivas de las comunidades:*** en las comunidades de Kallari se dan campeonatos de futbol, esto puede ser un valor cuando los visitantes salen de la rutina y practican un deporte.
- ***Capacitaciones constantes: (Apéndice D)*** Las comunidades deben recibir capacitaciones básicas para poder dar servicios profesionales a los turistas. Los servicios y los productos del turismo de Kallari deben ser de alta calidad, y las visitas turísticas deben funcionar profesionalmente sin problemas. La capacitación turística debe incluir: capacitación y certificación de guías, capacitación de manejo de desechos y alimentos, ética turística / servicio y contabilidad y manejo básico para los presidentes de cada comunidad y sus ayudantes.

Se contará con la SECAP para arreglar capacitaciones. Kallari puede ofrecer instrucciones básicas sobre la tica turística, actividades del bosque, y sugerencias sobre alimentación. (Apéndice E).

- ***Registros internos:*** para que sirva como información para evaluar el rendimiento del negocio y detectar problemas y oportunidades en cada paquete realizado. Se pueden realizar mediante encuestas (Apéndice F), los formularios llenados por parte de los viajeros, y quejas habladas personalmente. Esto ayudara a tener calidad en el producto, donde se sepa la satisfacción del cliente, desde cuáles son sus expectativas, necesidades, requerimientos y motivaciones.

3.9 CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado ayudó a cumplir los objetivos planteados, la cifra acerca del ingreso de turistas extranjeros es muy alentadora, siendo esta 950.000 de extranjeros aproximadamente con miras de tener cerca de los 2'000.000 para el 2020 y esperando unos 250.000 para el Tena.

Se pudo establecer los productos para ofertar, con el objetivo de ayudar a las comunidades y satisfacer a los usuarios, los paquetes se formaron gracias a la ayuda de las experiencias de los viajes al Tena, entrevistas con las personas representantes de turismo comunitario, y la interacción directa con los miembros de las familias que están totalmente abiertas a integrar el programa.

El segmento total de turistas y voluntarios, en las 3 comunidades involucradas, sería 1.568 y 32 respectivamente, al año.

Las características de los actuales y potenciales usuarios es muy diversa, pero todos comparten la idea de cuidados con el medioambiente además de cumplir su objetivo de vivir experiencias únicas con las personas de las comunidades directamente y participar en el proceso de la producción de cacao, conocer la cultura, divertirse en la comunidad, realizar deportes extremos e introducirse en el bosque. Llegando a cumplir el objetivo de perfil del consumidor.

La competencia es una gran fuente de información, y se pudo llegar a la conclusión de que no hay que temerla sino aliarse con ella, las empresas estudiadas tienen buenas prácticas que sirven y servirán al Kallari para su desenvolvimiento usando el Benchmarking, pero siendo siempre auténticos y reconociendo que las comunidades no necesitan empresas líderes en el mercado para obtener utilidades organizacionales, sino ser líderes en el desarrollo común para el bien estar de las personas que muchas veces es olvidada por los gobiernos locales y nacionales.

El marketing mix de Kallari, fue establecido con el análisis de la competencia y directa experiencia vivida con las comunidades, dando así un promedio de \$38 dólares de gasto diario por turista, considerando el tiempo de tours de 3,5 días, pudiendo ser flexibles a cualquier opción del cliente, además de tener distintas ofertas y actividades. Es importante

acotar que con las visitas la compra del chocolate se incrementará abriendo mercados al igual que se obtendrán ingresos por venta de artesanías.

Como toda empresa existen algunas desventajas que pueden limitar el potencial para el turismo acertado, pero las buenas relaciones, y el tener homogeneidad de usuarios ayudará a Kallari a ser diferente. Los turistas buscan a bosque e indígenas “reales”, y aunque algunos pueden creer que las comunidades Kichwua no son auténticos debido a la proximidad a los caminos, la electricidad, las casas del cemento, etcétera, hay otras que tienen toda la naturaleza y el potencial para realizar turismo comunitario.

Tena tiene mucho para ofrecer a turistas. Es más accesible que otras ciudades de Oriente, pues Tena está relativamente cerca de Quito y de Baños. El clima moderado, relativamente pocos mosquitos, la atmósfera pequeña de la ciudad es buenos para turistas. Tena sigue siendo una ciudad pequeña, no peligrosa, y la gente es amistosa y provechosa. Con poco desarrollo de petróleo.

Las comunidades de Kallari deben centrarse en sus fuerzas. Aunque no todas las comunidades tienen extensivo bosque primario, cada comunidad tiene el potencial de organizar para ofrecer una auténtica experiencia cultural de los Kichwua. Las comunidades pueden construir cabinas y chacras tradicionales. Los socios pueden restablecer prácticas culturales tradicionales y acentuar atracciones específicas para atraer a turistas a su comunidad. Las comunidades pueden también limitar la caza y la cosecha de madera en un esfuerzo de conservar existentes recursos naturales.

Las empresas locales del turismo comparten la opinión que el turismo continuará creciendo en Tena. Kallari debe buscar agresivamente para mercados en Quito, desarrollar relaciones con las agencias internacionales del turismo, promoverlas con la comercialización del Internet y viajes internacionales y anunciar a través de universidades y de grupos de interés.

CAPÍTULO 4

ESTUDIO TÉCNICO Y AMBIENTAL

4.1 ANÁLISIS TÉCNICO

El programa de creación de rutas turísticas en la Asociación Kallari, para el desarrollo de las comunidades, en el Tena, se presenta como un producto de turismo comunitario enfocado en la agronomía, específicamente en la producción de cacao, donde los clientes podrán acceder al programa de turismo o al programa de voluntariados para conocer las rutas que este maravillosa zona ofrece y poder satisfacer su objetivo de interactuar con las comunidades locales.

La ubicación de las comunidades pertenecientes a Kallari, es estratégica porque es donde se concentran unos de los suelos más productivos para la agricultura, y donde existen la mayor diversidad de flora y fauna, Kallari ya ha logrado darse a conocer por su adecuado manejo de cacao, y ahora quieren posicionarse en el ámbito turístico.

La localización exacta de las comunidades es en el Tena, que pertenece a la Provincia de Napo, en el Oriente Ecuatoriano. Las comunidades miembros están rodeando una buena parte de la zona.

Se proponen paquetes turísticos en las comunidades, ya que se considera al sitio con gran potencial turístico, tanto en turismo cultura, de aventura, científico, y sobre todo paisajístico.



4.1.1 Establecimientos de salud en el Cantón Tena

- Centros de Salud 1
- Dispensarios Médicos 7
- Puestos de Salud 1
- Sub - centros de Salud 8

En total se dispone de 17 medios de salud, en las Comunidades de KALLARI, las enfermedades de la población son atendidas en sub centros de salud comunitarios, cuando son problemas graves viajan a los Hospitales de la ciudad de Tena y Archidona.

4.1.2 Servicios Básicos del Cantón Tena

En el Cantón Tena el 60.98% tienen servicio eléctrico, el 22.39% servicio telefónico, el 44.24% servicio de recolección de basura, y red de alcantarillado tienen el 0.36%.

En cuanto a Fluido Eléctrico, 17 de las 22 comunidades no cuentan con éste servicio ya que se encuentran muy aisladas de los centros urbanos, además el relieve es montañoso y no accesible en mucho de los casos, para ello en las noches y cuando necesitan utilizan velas de cera y mecheros.⁴⁵

Todas las comunidades utilizan el agua de vertientes y ríos para consumo y uso diario dado que las precipitaciones fluviales anuales superan los 3500mm y las comunidades se encuentran colmadas de de ríos, vertientes, ojos de agua, riachuelos.

Las comunidades no cuentan con servicio de telefonía inalámbrica, en pocos sectores entre comunidades hay servicio de telefonía móvil (Porta).

⁴⁵ Proyecto Kallari (2008), para el Consulado General de la República Federal de Alemania

4.1.3 Factibilidad Técnica:

Actualmente el camino que conduce al Tena está en muy buenas condiciones, se llega desde Quito o cualquier otra ciudad, hasta la terminal terrestre del Tena, que es donde se toma el camino para las distintas comunidades.

Desde la terminal del Tena se toman buses o trasportes privados con destino a las comunidades de Serena, Shandia y Mirador.

- a) **Serena:** Se encuentra a 18 km del Cantón Tena, Parroquia Talag, que tiene carretera asfaltada. Se sigue por Salcedo, por el río JatunYacu. Es el último punto de la carretera por donde hace el recorrido el bus, al arribar a la estación, se toma el puente para acceder al interior del bosque.



Puente para Serena

Foto: Francisco Cerda, Director Financiero de Kallari.

- b) **Shandia:** Se encuentra en el km 51, se accede de igual manera por la carretera Tena – Talag, que es asfaltada, para continuar hacia Shandia.



Camino a Shandia

Foto: Ana Cristina Rodríguez

- c) **Mirador:** esta comunidad está más alejada, se toma la carretera Tena – Ahuano hasta el puerto, donde se viaja por canoa hasta llegar a la comunidad, se viaja por el río Arajuno.



Viaje por el río hacia Mirador

Foto: Ana Cristina Rodríguez

4.1.4 Medio Físico

Las hectáreas donde se encuentran las comunidades de Kallari suman 14.000 has. Aproximadamente, de las cuales 750 son plantaciones de cacao, conservando una buena parte de bosque. Para tener lo restante destinado al cacao y construcciones de viviendas, y otros, a continuación se mostrarán los espacios por comunidad.

Serena posee 300 hectáreas aproximadamente, Shandia poseen 500 hectáreas aproximadamente y Mirador 440 hectáreas aproximadamente.

Las comunidades poseen una infraestructura base, la cual consta de accesos a ríos y playas, propiedad y conocimientos del bosque, escuela y canchas comunales.

Algunas comunidades tienen infraestructura adicional, tal como cabinas privadas, museos comunales, edificios comunales, canoas, caminos bien marcados, y guías certificados del bosque.



Foto: Ana Cristina Rodríguez

4.1.5 Desarrollo de la infraestructura

Dado que las comunidades que son base de investigación poseen infraestructura para recibir a los turistas, Kallari no tendrá que invertir en construcción de infraestructura, solo considerará la inversión de energía fotovoltaica para una comunidad, los materiales de equipamiento de las cabañas y los materiales de cocina.

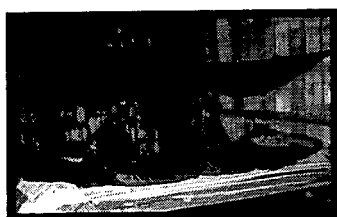
Las comunidades deben tener caminos señalizados, con caminos del bosque bien marcados, y limpios, para ello se designará a representantes de las familias de las comunidades para el proceso de cuidado de senderos, eso implica, recoger basura, marcar caminos, limpiar lodos, recoger plantas, ramas y árboles caídos.

Se hará una señal de bienvenida de la comunidad de madera o cualquier tipo de material de la zona, para mejor identificación de la zona. Lo que representa un costo de inversión.

a) Comunidad de Serena

➤ Infraestructura

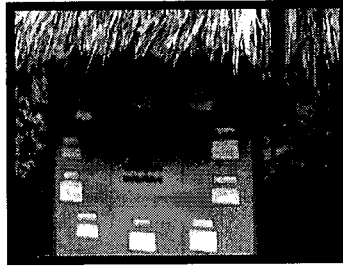
- Cabaña para 16 personas en medio de la selva, es de dos pisos, consta con literas y posee colchones, los visitantes pueden llevar su sleeping. Posee en el centro para realizar fogatas.
- No se considera inversión en infraestructura.
- 30 familias con sus respectivas viviendas.



Cabañas Turísticas Serena

Foto: Ana Cristina Rodríguez

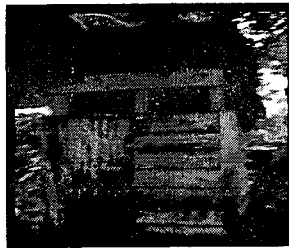
- Museo, “Nucanchi Shimi”: Identidad Cultural. El museo consta de un bar pequeño donde venden aguas, colas y cervezas, traídos del Tena, también venden víveres y artículos de primera necesidad.



Museo “Nucanchi Shimi”, Serena.

Foto: Ana Cristina Rodríguez

- El agua es entubada, gracias al aporte de la Cruz Roja española.
- Letrina frente las cabañas.



Baño frente a las cabañas turísticas

Foto: Ana Cristina Rodríguez

- Caminos marcados, posee caminos de piedras, mini puentes y senderos.
- Puente de conexión a la carretera.



Fotos: Ana Cristina Rodríguez

b) Comunidad de Shandia

➤ Infraestructura

- Construcción de 8 cabañas, con capacidad para 5 personas en cada cabaña, teniendo una capacidad total de 40 personas, con espacio para 7 parqueaderos y jardines con plantas locales. Piso de cemento, baños de hormigón armado, madera guadua, techo de paja, financiada por la fundación MCCH con un aporte de \$0000000, por ello no se considera inversión de infraestructura.



Parte del plano de la construcción, otorgado por Guillermo Andi en Shandia

Foto: Ana Cristina Rodríguez

- Existe electricidad proveniente del Tena.
- Existe asistencia médica 2 km y medio, donde atienden 8 horas diarias.
- Escuela, se pretende que los voluntarios enseñen inglés, y las personas nativas no dejen de enseñar en Kichwua ya que es a los visitantes les interesa el idioma.
- Existe una guardería donde atienden aproximadamente a 30 niños.
- Construcción vieja la cual la están arreglando para convertirla en biblioteca y mini cafetería financiada por el grupo evangelista juvenil.

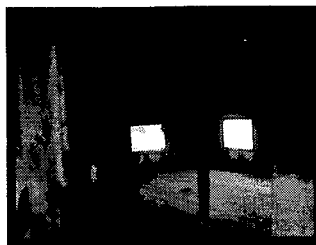


Foto. Ana Cristina Rodríguez

- Poseen una cancha donde juegan fútbol y realizan campeonatos entre comunidades.
- Se considera que no hay que invertir en construcciones porque Shandia es bastante avanzada, y tiene el proyecto de la construcción de de las cabañas turísticas con la fundación MCCH.



Foto: Ana Cristina Rodríguez

c) Comunidad de Mirador

➤ Infraestructura de una familia (Modelo general)

- No poseen luz eléctrica.
- Poseen tres cabañas, una para dormitorio, otra para la cocina y otra para bodega.

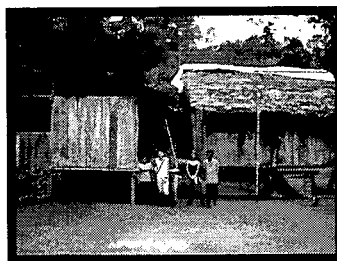


Foto: Carlos Pozo, Director de Comercialización de Kallari

- Criadero de peces, para evitar la pesca en los ríos se crían para que se reproduzcan y sirva de venta y consumo propio.

- Bodega, donde se guardan víveres y otros productos de larga duración para la venta a las familias de los alrededores.



Foto: Ana Cristina Rodríguez

Los materiales considerados en los presupuestos son aquellos que tras entrevistas y conversaciones con voluntarios son muy necesarios y básicos incluirlos dentro de la oferta turística, y para que entren dentro de un buen manejo, ya que es muy difícil no contar con ellos.

La cantidad tomada en cuenta es por el número de capacidad de las comunidades, Serena cuenta con las cabañas para 16 personas que tendrá que estar equipada para los grupos, y se suma los 8 voluntarios que visitarán las familias anualmente. Shandia es la única comunidad que contará con las cabañas turísticas que estarán equipadas por lo que será tomada en cuenta para el voluntariado con 36 familias. Mirador cuenta con 18 familias participantes.

CUADRO 4.1 Presupuesto de materiales de equipamiento de las cabañas

Serena	Descripción	Precio Unitario	Total
64 (4 turismo y 30 familias)	Basurero mega fuerte 2 por familia (basura orgánica e inorgánica)	4.90	313.6
46 (16 turismo y 30 familias)	Mosquiteros para 1 plaza Desde techo	16,00	736
TOTAL			1.049,6
Shandia			
72 (36 familias)	Basurero mega fuerte x 2	4.90	352.80

36 familias	Toldos desde el techo	16,00	576
TOTAL			928,8
Mirador			
36 (18 Familias)	Basurero mega fuerte	4.90	176.4
18 familias	Mosquiteros para 1 plaza Desde techo	16,00	288
TOTAL			464.4
50	Lámparas solares	6,00	300,00
TOTAL COMUNIDADES			2.742.8

Fuente: FERRISARIATO

Elaborado por: Ana Cristina Rodríguez

CUADRO 4. 2 Presupuesto para material de cocina de Serena

DESCRIPCIÓN / acero inoxidable	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Plato tendido (16 turismo + 8 voluntario)	24	2.70	64.8
Plato hondo	24	2.70	64.8
Plato postre	24	2.30	55.2
Jarra 400 ml acero inoxidable (Vasos)	32	4.58	146.56
Jarras 2 lt. Acero inoxidable	32	11.06	353.92
Juego cubiertos (tenedor, cuchillo, cuchara x 24)	2	23.18	46.36
TOTAL			731,64

Fuente: Montero

Elaborado por: Ana Cristina Rodríguez

CUADRO 4.3 Presupuesto de materiales de cocina para la comunidad de Shandia / voluntarios

DESCRIPCIÓN / acero inoxidable	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Plato tendido	12	2.70	32.4
Plato hondo	12	2.70	32.4
Plato postre	12	2.30	27.6
Jarra 400 ml acero inoxidable	36	4.58	164.88
Jarras 2 lt. Acero inoxidable	36	11.06	398.16
Juego cubiertos (tenedor, cuchillo, cuchara x 24)	2	23.18	46.36
TOTAL			701.8

Fuente: Montero

Elaborado por: Ana Cristina Rodríguez

CUADRO 4.4 Presupuesto de materiales de cocina para la comunidad de Mirador

DESCRIPCIÓN / acero inoxidable	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Plato tendido	12	2.70	32.4
Plato hondo	12	2.70	32.4
Plato postre	12	2.30	27.6
Jarra 400 ml acero	18	4.58	82,44

inoxidable			
Jarras 2 lt. Acero inoxidable	18	11.06	199,09
Juego cubiertos (tenedor, cuchillo, cuchara x 24)	2	23.18	46.36
TOTAL			420,28

Fuente: Montero.

Elaborado por: Ana Cristina Rodríguez

CUADRO 4.5 Presupuesto total de materiales de cocina

COMUNIDAD	TOTAL
Serena	731,64
Shandia	701.8
Mirador	420,28
TOTAL GENERAL	1.853,72

Elaborado por: Ana Cristina Rodríguez

CUADRO 4. 6 Presupuesto materiales de seguridad para cada comunidad

Se considera el número de familias participantes más 1 del programa de turismo.

DESCRIPCIÓN	Botiquín primeros auxilios	Extintor
Serena	31	31
Shandia	37	37
Mirador	18	18
TOTAL	86	86

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Botiquín	86	9.30	799.8
Extintor	86	22	1.892
TOTAL			2691.8

Fuente: Distribuidor autorizado de extintores Sangolquí.

Elaborado por: Ana Cristina Rodríguez

CUADRO 4. 7 Presupuesto total de equipamiento

DESCRIPCIÓN	TOTAL
Materiales	2.742,8
Material de cocina	1.853,70
Material de seguridad	2.691,8
TOTAL	7.288,3

Elaborado por Ana Cristina Rodríguez

4.1.6 Infraestructura de Kallari

➤ Cafetería Kallari en Quito



CAFETERÍA "KALLARI chocolates & café" en la ciudad de Quito.

En la Ciudad de Quito existe una Cafetería ubicada en las calles Wilson E4 266 y Juan L.

Mera en la que pueden encontrar todos los productos (Barras de Chocolate, artesanías, café), así como también degustar de comida sana y típica mientras se puede observar una galería de fotos de la Amazonía.

La cafetería está ubicada en una zona de gran afluencia turística, es visitado por turistas nacionales pero en su mayoría extranjeros.



Fotos: Ana Cristina Rodríguez

Posee una galería de fotos de los atractivos, familias, cacao y artesanías de la zona, tomada por voluntarios de Kallari, atractivo para muchos clientes.

En la parte interior posee espacios con trípticos y más artesanías de Kallari, una computadora, y en la pared derecha está ilustrado un gran mapa pintado con las comunidades afiliadas a Kallari.

La cocina es amplia, con materiales indicados para la preparación de los productos, lo que permite el éxito de las demostraciones y confección de trufas y chocolate orgánico para los turistas.

➤ **Oficinas de Kallari en el Tena**

Las oficinas se encuentran en muy buen estado, posee espacios grandes para el estudio de las comunidades, es aquí donde se archivan todos los documentos importantes de las comunidades, certificaciones, planos de construcciones, entre otros.

En la oficina de Kallari se puede destinar un espacio, para archivar las encuestas, datos, quejas, y bitácoras de los clientes, para ser analizados y tabulados.

Posee dos baños con dos duchas y dos lavabos de cemento con baldosa.

Dos mesas con capacidad para 6 personas cada una, donde se reúnen los dirigentes, representantes y en general el personal de Kallari.

Consta de dos computadoras de para trabajar.



Oficinas

Foto: Ana Cristina Rodriguez

➤ **Centro de acopio en el Tena**

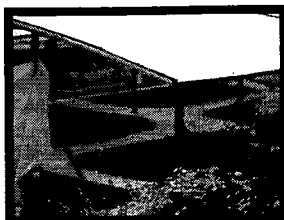
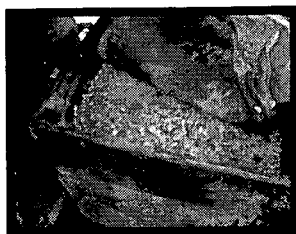
El centro de acopio ha evolucionado de tal manera que es un buen lugar para recorrer, cuando se realice el tour del chocolate.

Se encuentra a diez minutos de las oficinas de Kallari, este consta de espacios tanto en el exterior como en el interior.

El cacao que es recogido en el recorrido por las comunidades llega a este centro, el primer lugar es en el área de escurrido del cacao, donde se elimina el líquido o baba restante de las pepas de cacao.

Otra área importante en el exterior es donde ya se da el proceso de secado, donde se dividen las pepas del cacao 100% orgánico y el que ha sido tratado con un mínimo de químicos, estas dos clases no se pueden mezclar.

En este mismo lugar están los injertos de plantas de cacao para ser donadas a las familias.



Fotos: Ana Cristina Rodríguez

En la parte interior se realiza ya la transformación del cacao, donde se guardan en quintales después de pasar por las máquinas respectivas.



Fotos: Ana Cristina Rodríguez

“Con respecto a las inversiones en infraestructura es de considerar la diversidad de herramientas gubernamentales para el fortalecimiento del equipamiento público para el turismo comunitario y la necesidad de coordinar acciones entre las diferentes esferas de la Administración Nacional comandados por el Ministerio de Turismo.”⁴⁶

No se necesita inversión en estos lugares.

⁴⁶ Ing. LOMBARDI, H (2004): “Desarrollo Estratégico de Turismo Comunitario”, Buenos Aires, Pág. 104.

4. 2 ANÁLISIS AMBIENTAL

El aspecto ambiental es un tema que va muy relacionado con el turismo comunitario, como se hablaba en el primer capítulo, la selva es considerada como reserva de la biosfera y sitio privilegiado, es por ello que en la última década se ha empezado a considerar a sitios libres de contaminación como destinos turísticos. Este aspecto es un importante indicador para atraer a los clientes, pero implica que quienes estén frente al proyecto sean conscientes de la gran responsabilidad que se tiene con la comunidad y el entorno en general.

4.2.1 Objetivo General

Determinar los posibles impactos ambientales, para establecer planes de acción, prevenir daños o minimizarlos y reducir cambios en el entorno.

4.2.2 Objetivos Específicos

- Ayudar a la Asociación Kallari a mantener el modelo de de gestión y operación ambiental que implique, limpieza, compras, agenda de visitas guiadas, administración, tratamiento de desechos, entre otros.
- Desarrollar un plan de capacitación ambiental a las comunidades con el fin que perdure de generación en generación, controlado sistemáticamente con orientaciones a procesos.

Bajo esta perspectiva, Kallari ya tiene una gran ventaja gracias a sus certificaciones y auditorias de manejo de suelos y de técnicas ambientales para la producción de cacao, temas que están muy claros para los miembros de las familias. El hecho radica en poder distribuir estos conocimientos para el programa de turismo y voluntariado. Los voluntarios son un eje importante y clave para el éxito de este estudio, gracias a ellos Kallari ha podido organizarse ya que han sido la mayor parte de voluntarios quienes inculcan la práctica de separar los desechos orgánicos e inorgánicos, no tener a grandes grupos de gente en un

tour, manejo de aguas, etc., precisamente porque son estudiantes, científicos y defensores del medioambiente.

“En la Amazonía, las ventanas despojadas de vidrio permiten contacto directo con la selva, es decir: con una visión Kichwua amazónica”.⁴⁷ Con este principio actúan las comunidades aunque puede considerarse la implementación de mallas como ventanas, para los mosquitos.

La base del éxito de toda experiencia de Turismo Comunitario es el consenso de la comunidad **“si no hay interés de la comunidad no hay sostenibilidad en el Proyecto”** CODENPE.

4.2.3 Certificaciones Ambientales de Kallari

La aceptación del chocolate de Kallari fue atractivo para el exterior, así países de América del Norte exigieron para la compra del chocolate las certificaciones de buenas prácticas y técnicas de producción, lo que da un valor agregado y seguridad al momento de consumir el producto.

4.2.3^a Certificación BCS

Es una entidad de control para la inspección y certificación de acuerdo al Reglamento de la Comunidad Económica Europea No. 2092/91. y está acreditada por el Ministerio de Agricultura, Forestación y Pesca de Japón (MAFF), para certificar toda producción orgánica que ingrese a este país como productos. BCS ÖKO-GARANTIE, otorgó GLOBALGAP (originalmente EUREPGAP) o certificación de buenas prácticas agrícolas. Este tipo de certificado abarca aspectos del manejo integrado de plagas y enfermedades en la producción agrícola, y el uso de agroquímicos solamente en casos extremos.⁴⁸ (*Ver anexo 18*)

⁴⁷ Presentación Ricancie Taller Quito 27/04/04

⁴⁸ <http://www.bcsecuador.com/html>

4.2.3b Certificación de Rain Forest Alliance

Ha trabajado más de 20 años, protegiendo los derechos y bienestar de los trabajadores y las comunidades locales. Trabaja para la conservación de la biodiversidad y asegurar los medios de vida sostenible mediante la transformación de las prácticas de uso del suelo, las prácticas empresariales y comportamiento del consumidor.

Colabora con agricultores, productores forestales y profesionales en turismo alrededor del mundo desarrollando prácticas que protegen el agua, suelo y hábitat de la vida silvestre y ecosistemas forestales.

Por más de veinte años, Rainforest Alliance ha trabajado para proteger la biodiversidad, los derechos y el bienestar de los trabajadores y las comunidades locales. Como organización internacional, colaboramos con agricultores, productores forestales y profesionales en turismo alrededor del mundo desarrollando prácticas que protegen el agua, el suelo, el hábitat de la vida silvestre y los ecosistemas forestales, para Kallari uno de los mayores aportes ha sido la protección infantil.⁴⁹ (*Ver anexo 19*)

4.2.4 Gestión Ambiental

➤ Principios⁵⁰

- a. *Valor intrínseco de la vida:* El respeto a la vida en todas sus formas es condición necesaria para la preservación del equilibrio ecológico.
- b. *Sostenibilidad ecológica:* El uso de los recursos naturales y el manejo de los ecosistemas se realizarán dentro de límites y con procedimientos que no causen efectos irreversibles en los sistemas naturales.

⁴⁹ http://www.rainforest-alliance.org/index_spanish.cfm

⁵⁰ Ministerio de Medio Ambiente (1999): “Estrategia Ambiental para el desarrollo Sostenible del Ecuador”, Pág. 3.

- c. *Solidaridad*: La solidaridad es condición fundamental del desarrollo sostenible: La solidaridad entre naciones, porque compartimos el planeta.
- d. *Seguridad*: La seguridad de los individuos, las sociedades, las naciones y el planeta, es objetivo permanente del desarrollo sostenible.
- e. *Equidad*: El desarrollo sostenible debe garantizar que los beneficios derivados del uso y el acceso a los recursos sean distribuidos de manera cada vez más equitativa entre todos los actores sociales.
- f. *Respeto de la diversidad cultural*: El Estado ecuatoriano garantiza el reconocimiento, el respeto y el fortalecimiento de la identidad y de la diversidad cultural.
- g. *Precaución*: La falta de pruebas científicas no debe alegarse como razón para aplazar las medidas necesarias.
- h. *Prevención*: Se tenderá de manera prioritaria a la prevención de daños o amenazas a la biodiversidad.
- i. *Responsabilidad internacional*: Los Estados tienen la obligación de asegurar que las actividades que se desarrollen.

4.2.5 Posibles Impactos Ambientales

“Se considera impacto ambiental a cualquier cambio al ambiente ya sea adverso o beneficioso total o parcial por parte de una organización.”⁵¹

- Descargas de agua.
- Contaminación: suelo, agua, ruido, aire.
- Uso de materias primas y recursos naturales: uso indiscriminado de materiales de la zona.
- Uso de energía: Contaminación al medio ambiente.

⁵¹ ISO 14.001 – 2004, Sistema de Gestión Ambiental.

- Energía emitida.
- Desechos y subproductos.
- Incendios.

4.2.6 Plan Ambiental

Las certificaciones han exigido a Kallari a realizar buenas prácticas ambientales, su esfuerzo en limpieza y dedicación de horas y días enteros de capacitación a las comunidades han servido mucho para proteger el ambiente, sin embargo hay que tomar consideraciones importantes para el desarrollo del programa de turismo y voluntariado al momento que visiten las rutas turísticas ya que aunque se pretende trabajar en armonía con el medio y el entorno este se va a ver afectado de todas maneras, el objetivo es tratar de reducir los impactos al menor grado posible.

Las comunidades usan fosas para el manejo de desechos sólidos y líquidos. Uno de los mayores requisitos ha sido la no utilización de químicos para el cacao, y se ha difundido el producto orgánico como abono.

Para el desarrollo de la promoción de las rutas turísticas, los cuidados ambientales deber ser aun más tomados en cuenta porque involucra a la estadía y acogimiento de otras personas lo cual tiene un impacto mayor.

Art. 18.- El Plan Ambiental Ecuatoriano, será el instrumento técnico de gestión que promoverá la conservación, protección y manejo ambiental; y contendrá los objetivos específicos, programas, acciones a desarrollar, contenidos mínimos y mecanismos de financiación así como los procedimientos de revisión y auditoria.⁵²

⁵² Ley 08 (Registro Oficial 27, 16-IX-92). (Ley No. 99-37)

4.2.7 Evaluaciones Ambientales

Áreas aptas para las visitas y sitios prohibidos, como son caminos muy estrechos, enlodados y empinados.

Sitios estratégicos para la colocación de basureros, que sean de fácil visibilidad y acceso para vaciados.

Lugares para los senderos y caminatas, y señalizarlos.

La colaboración de las comunidades será la clave del éxito, la constancia y debido conocimiento se logrará a través de los objetivos ambientales, actitud de los guías, asistencia técnica y científica de los voluntarios, capacitaciones, búsqueda de ejemplos a la competencia y en el exterior.

➤ Indicadores

a) Desechos

La basura es recogida por el municipio del Tena, en la mayoría de comunidades pero estas no cuentan el apoyo suficiente para tener basureros para diferenciar la basura. Por ello se invertirá en basureros.

Las comunidades dentro de la selva usan fosas para desechos líquidos y fosas para desechos orgánicos, lo que sirve posteriormente como abono.

Prácticas

- El encargado ambiental debe hacerse cargo de verificar si se están separando correctamente.
- Colocar basureros en las familias y en los senderos después de analizar el sitio estratégicos, diferenciando los colores: verde para basura orgánica y tomate para inorgánica.

- Uso de fundas biodegradables para uso de los turistas, mismos que depositaran comida de las caminatas.
- Los depósitos de cualquier tipo de basura deberá ser: **DEPOSITADO SOLO EN LAS FUNDAS O BASUREROS DETERMINADOS**, de otro modo habrá una multa de \$ 10.00 diario por basura encontrada en senderos, cabañas y espacios libres.
- Una vez diferenciados se utilizará a los desechos orgánicos como abono o alimento para animales, el resto puede ser recolectado se envía al punto de llegada del camión del municipio del Tena.

Desechos sólidos:

- No adquirir productos que por su origen sean dañinos para el medio y reducir el consumo de productos difíciles de reciclar como empaques de polietileno y productos desechables, ni pinturas que contengan plomo, aerosol que contengan cloro- floro carbono, para ello contar con un programa de compra segura y revisar el producto comprado y preguntarse cómo terminará una vez utilizado.
- Buscar los símbolos ambientales en los productos.
- Reutilizar los envases dándoles un nuevo uso como almacenadores, adornos, o para ordenar o clasificar cosas.
- Usar productos reciclados como el papel y vidrio, para reducir los impactos, se sabe que reciclar 100 kilogramos de papel salva la vida de 7 árboles y reciclar una tonelada de papel ahorra 20m000 litros de agua.⁵³
- Promover el uso de pilas y baterías recargables, ya que una batería recargable sustituye a 100 desechables.
- Motivar al personal para que sean ellos quienes busquen formas de reducir la cantidad de desechos.
- Motivar a los clientes para no utilizar ni dejar plásticos en las áreas.

⁵³ RAIN FOREST ALLIANCE, “Buenas prácticas para turismo sostenible”, Págs. 39 (versión español)

Desechos Humanos

En la comunidad de Shandia existe un buen sistema de alcantarillado, además que los turistas se hospedarán en las cabañas turísticas con todas las comodidades.

En el caso de las comunidades de Serena se hace uso de una letrina de fosa. Las letrinas de fosa constan de dos partes que separan la orina de las heces.

En Mirador no se lo hace mediante la utilización de hoyos en la tierra donde realizan sus necesidades biológicas pero no se tiene el conocimiento de manejo. Este sistema es conocido como Hoyo de Gato, técnica que descompone y degrada las heces fecales y no hay sanitario.

Prácticos

- Mantenimiento de fosas y letrinas dos veces al año.
- El papel higiénico ecológico disminuirá la contaminación, se puede disminuir la cantidad mediante el proceso de quemado en latas sin esparcirlo, pero será obligación recoger la basura tres veces al día y depositarlo en los basureros para que se incluya en la recolección de la basura del municipio.
- Uso de jabones biodegradables.

b) Agua

Shandia tiene abastecimiento de agua potable desde Talag, poseen tanques para almacenar el agua.

Serena y Mirador disponen de agua entubada.

Prácticas

- Las comunidades reutilizan el agua usada en el lavado de ropa para limpieza general.

- Recolectan y utilizan agua de las lluvias.
- Tomar medidas de precaución y tener planes de emergencia, es decir la posibilidad de buscar todas las fuentes de agua con el menor grado de contaminación y estudiar su uso potencial.
- Es muy importante que el agua para el consumo dese ser hervida.
- Concientizar a la gente y al visitante siempre con charlas o de manera visible.
- Educar a las personas de las comunidades y clientes acerca de la importancia de disminuir el consumo de agua.

Aguas residuales

Pueden ser provenientes del uso industrial o de la actividad humana.

- Las aguas residuales no se descargan directamente en ríos, lagunas y reservorios de agua.
- Hay que tratar de disminuir la generación de aguas residuales.

Manejo de Lluvias

- En las comunidades no se permite deforestar o eliminar la vegetación.
- Las comunidades poseen canales para las aguas.
- Tener rótulos claros y precisos que señalen sitios contaminados o que generen contaminación. Esto entra en la señalización.

c) Fogatas

Las fogatas se realizan básicamente por las noches en el centro de las comunidades, que no poseen luz y cuando se realizan las danzas y demostraciones culturales.

Prácticas

- Cada comunidad debe especificar las zonas para las fogatas con su bebida señalización, estas deberán ser encendidas por el guía encargado de cada grupo y no se podrán dejar encendidas durante la noche.

d) Ruido

El ruido es un elemento común en zonas donde existen altas concentraciones de población. Las afectaciones causadas por el hombre por ruido excesivo pueden ser de orden fisiológico o psicológico. El ruido afecta al ambiente por que genera molestia al hábitat en general.

La intensidad del sonido fluctúa en una escala de 1 y 160 decíbeles, el nivel perjudicial es alrededor de 90 decíbeles.⁵⁴

- Durante las caminatas el guía especificará los momentos en que se debe hacer silencio para no molestar a la fauna de la zona, de igual forma se deben seguir los procedimientos de respeto ambiental y no ocasionar disturbios durante las estadías con las familias y en grupos turísticos.
- Como se analizó en el estudio de mercado las familias tendrán la potestad de quejarse con Kallari si el grupo o el voluntario no cumplen con las bases y lineamientos de la ética turística.

e) Senderos

Los senderos tienen que estar adecuados al entorno y ambiente natural, se da el desgaste de los caminos y pérdida de especies.

⁵⁴ RAIN FOREST ALLIANCE, Buenas prácticas para el turismo sostenible.

Prácticas

- Señalización de los senderos en buenos lugares.
- Se transmitirá a los usuarios la importancia de seguir un orden y cuidado al realizar las caminatas.
- Revisar los senderos una vez por semana y dar reportes al presidente de cada comunidad, mismo que organizará a miembros de familias para su mantenimiento, que implica el retiro de ramas, y otros obstáculos, limpieza, y mantenimiento de las señales.

La señalización debe constar con:

- Flechas de direcciones, con los km de distancia hacia el próximo atractivo.
- Nombre de los atractivos en español y en inglés.
- Nombre de plantas medicinales y vegetación importante.
- Señales de la ubicación de los basureros, junto con mensajes de cuidados ambientales y consejos a los turistas y voluntarios.
- Señalización de cosechas de cacao y fincas más destacadas.

Los senderos deben marcar obligatoriamente cruces, orilla, barrancos, ríos con caudal, entradas y salidos a carreteras o caminos próximos.

Tipos de senderos:

- Senderos rectos con capacidad para máximo dos personas a lo ancho.
- Senderos empinados, que usan escaleras ayudados con maderas y ramas de la zona.
- Puentes para paso de riachuelos, lodos y caminos peligrosos.
- Drenajes.

Recomendaciones

- No usar atajos.
- No ingresar a poblaciones u otras comunidades sin autorización del guía.
- No tocar las plantas ni animales, solo el guía lo debe hacer.
- No recoger productos, plantas, frutos, rocas, piedras ni otro tipo de propiedad de la selva como recuerdo.
- Se prohíbe fumar en los senderos y áreas naturales en general, donde se necesitarán señalizaciones en cada comunidad.

Flora y Fauna

- No se consumen, venden, trafican o exhiben productos o especies en peligro de extinción.
- Evitar la alimentación artificial de animales silvestres.
- No se mantienen animales silvestres en cautiverio.
- En áreas sensibles, se toman medidas para evitar la introducción de plagas y especies exóticas.
- Se Mantiene información sobre las especies locales más importantes de la región.
- Exigir a los guías que instruyan a los clientes sobre cómo comportarse adecuadamente durante la observación de flora y fauna.
- No se utilizan para la decoración plantas exóticas.

4.2.8 Capacitaciones Ambientales

Kallari ya tiene experiencia en capacitaciones con aspectos relacionados a la producción de cacao, dados en los centros de acopio y en las comunidades más grandes.

Con el aspecto de turismo se deben dar capacitaciones en relación con el impacto ambiental, estas capacitaciones pueden ser dictadas por miembros del Ministerio del Medio Ambiente, junto con el Ministerio de Turismo, y voluntarios especializados en estudios ambientales del suelo y de turismo que se hospeden en las comunidades.

Las capacitaciones pueden darse una vez cada mes al inicio del programa, para posteriormente hacerlas cada seis meses, una vez que más grupos de personas conozcan sobre el tema y se distribuya a todas las comunidades. (Apéndice D)

4.2.9 Materiales

Los recursos utilizados materiales y materia prima deben manejarse bajo normas de calidad ambiental, para ello se deben buscar empresas proveedoras con certificación ambiental o poseedoras de productos biodegradables.

- *Fundas biodegradables:* A diferencia de las fundas plásticas comunes, las bolsas ‘ecológicas’ sufren una total biodegradación al exponerse a los rayos ultravioletas, el calor y la fricción. El residuo se reintegra, según la compañía, a la tierra sin dejar tóxicos. Las fundas biodegradables están en capacidad de trasladar el mismo peso que las comunes.⁵⁵ (Ver anexo 20)



Fuente: www.archivoeluniverso.com

- Papel higiénico biodegradable:
- Vasos biodegradables:
- Jabones biodegradables neutros: Hecho de glicerina vegetal, vitaminas y aceites

⁵⁵ EL UNIV ERSO.COM (2008): “El Supermercado entra en la Era Biodegradable”, Págs. 1 de 1.

CUADRO 4.8 Material biodegradable

DESCRIPCION	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Jabón biodegradable 60gr	1.500	UND	0.70	\$1.050,00
Papel Scoot, Kimberly Clarck	12	Paquete /12	8.8	\$105,60
Fundas la ecológica 42 x 45 cm	2.000	Paquete /10	0.62	\$1.240.00
Fundas de basura ecológicas industriales	200 x 10	Paquete 10	1.36	\$270
TOTAL				2.667.60

Fuentes: NINACURO, Supermaxi, artículos biodegradables artesanales.

Elaborado por Ana Cristina Rodríguez

CUADRO 4.9 Presupuesto de mantenimiento

Descripción	Precio cada 6 meses	Precio anual
Mantenimiento de letrinas	750	1.500
Mantenimiento de Senderos	500	1000
Señalizaciones y mantenimiento	250	500
Total		3000

Fuente: Técnico de la Asociación e Ing. Diego Maestre

Elaborado por: Ana Cristina Rodríguez

4.2.10 Rentabilidad Ambiental:

Tras el análisis de los objetivos ambientales, es indispensable analizar que se debe relacionar lo que representa el uso de los atractivos naturales, por ello parte de los ingresos a la comunidad debe ser destinada a un fondo para presupuesto ambiental que deberá ser asignado a un responsable por comunidad para que se lleve a cabo lo propuesto y se cumplan las metas.

Se deberá analizar si el uso de materiales biodegradable y prácticas ambientales dan buen resultado.

Se tendrán preguntas específicas acerca del medio ambiente en la encuesta de satisfacción al cliente así se puede analizar si se están cumpliendo con las actividades ambientales.

La implementación del plan será de gran ayuda para el desarrollo del proyecto, ya que se ha analizado que aunque no se pudo tener estadísticas exactas de turistas que visitan Kallari, por su falta de conocimiento en el ámbito turístico, se obtuvieron respuestas que es concurrido por un gran número de personas, por lo que el impacto turístico ya se da, lo que se propone es saber manejarlo con conocimientos y con las bases para poder contrarrestar los impactos.

Para poder analizar la rentabilidad, es necesario seguir parámetros constantemente y compararlos.⁵⁶

➤ Consideraciones culturales

- Prácticas de usos tradicionales de los recursos naturales.
- Cambios de actividades productivas y su influencia.
- Uso del suelo.
- Actitud de la gente local frente al turismo y a los turistas.
- Cambios de vestimenta y lenguaje.

⁵⁶ Estrategia Nacional de Ecoturismo (2002), Págs. 28 y 29.

- Crecimiento de la población.
- Nivel de decisión de actores locales frente al desarrollo del turismo.

➤ **Consideraciones Económicas**

- Residentes trabajando en el área de turismo.
- Servicios destinados para el turismo.
- Ingresos generados por el turismo.
- Gasto de las áreas en el uso de los servicios.
- Cambios en el costo de productos y servicios locales.
- Impacto del turismo en la economía nacional.
- Nivel de decisión de actores locales frente al desarrollo del turismo.

➤ **Consideraciones de las experiencias y sobre el manejo**

- Personas encuestadas en el sitio.
- Oportunidad para experiencias individuales.
- Evaluación de los guías por los visitantes.
- Evaluación de la alimentación.
- Evaluación de la atención.
- Evaluación de la infraestructura y equipo.
- Calidad de los senderos.
- Mantenimiento del sitio en general.

CAPÍTULO 5

ESTUDIO LEGAL Y ADMINISTRATIVO

5.1 ESTUDIO LEGAL

La Asociación Kallari ya es una empresa constituida bajo el nombre de “Asociación Agro artesanal de producción de bienes agrícolas, Kallari”, es reconocida por el Ministerio de Comercio Exterior Industrialización Pesca y Competitividad, bajo acuerdo ministerial No 03-597 del 10 de diciembre del 2003. El número de Registro Único de Contribuyentes es 1591702021001.

5.1.1 Concepto de Organización no Gubernamental ⁵⁷

Una organización no gubernamental es una entidad de carácter privado, puede ser singular o plural ONG con fines y objetivos definidos por sus integrantes, creada independientemente de los gobiernos locales, regionales y nacionales, así como también de los organismos internacionales. Jurídicamente adopta diferentes estatus, tales como asociación, fundación, corporación y cooperativa, entre otras formas. Al conjunto del sector que integran las ONG se le denomina de diferentes formas, tales como sector voluntario, sector no lucrativo, sector solidario, economía social y tercer sector social.

Su membrecía está compuesta por voluntarios. Internamente pueden tener un bajo o alto grado de organización. El financiamiento de actividades, generalmente, proviene de diversas fuentes: personas particulares, Estados, organismos internacionales, empresas, otras ONG, etc.

⁵⁷ www.es.wikipedia.org

➤ Una clasificación usada para los tipos de ONG, puede ser:

- Organizaciones voluntarias.
- Agencias y organismos de servicios no lucrativos.
- Organizaciones comunitarias o populares.
- Organizaciones no gubernamentales para el desarrollo (ONGD).
- Organizaciones Inmigración.

Algunas actividades a nivel internacional afrontadas por las ONG son:

- Garantes de la aplicación de tratados internacionales humanitarios.
- Promoción y denuncia de los abusos de los derechos humanos.
- Vivienda social.
- Ayuda humanitaria.
- Protección del medio ambiente.
- Laborales y medioambientales.
- Cooperación para el desarrollo.
- Ayuda a la infancia.
- Ayuda y orientación a la tercera edad.
- Inmigración.
- Gestión de riesgos de desastres.
- Comunicación para el desarrollo.
- Participación ciudadana.

5.1.2 Asociación

“Es el conjunto de personas que se unen para lograr un fin común, lícito y determinado, desde el punto de vista económico una asociación económica de personas jurídicas o empresas que toman una estructura común”⁵⁸

⁵⁸ <http://www.es.wikipedia.org>

La Asociación Kallari ha tenido un gran aporte de otras Organizaciones no gubernamentales sin fines de lucro a nivel mundial, las cuales han aportado económicamente para el desarrollo de la producción de cacao.

Fundadores Actuales

- Eurochocolate Perugia.
- US AID: Provee asistencia económica y himanitaria en más de 100 países.
- GTZ: Cooperativa internacional para el desarrollo sustentable coperaciones al rededor del mundo.

Fundadores pasados

- Canada International Develpment Agency.
- Bay-Paul Foundations con “The Biodiversity Leadership Awards, donde Judy Logbak fue una de las seis ganadoras del concurso de biodiversidad trabajando en Kallari. (*Ver Anexo 21*)

Miembro de

- Fair Trade Federation (posee la certificación), es una organización comprometida con el trato justo, que intercambia las mejores prácticas y soporta a los negocios que respeten este principio.
- Bio Latina.

5.1.3 Miembros

La Asociación está conformada por 4 directores, los cuales se especializan en un área específica. (*Ver estudio Administrativo*)

- Diego Grefa, Carlos Pozo, Francisco Cerda y Elías Alvarado.

5.1.4 Reglamento General

➤ Del Ecoturismo y la Sostenibilidad ⁵⁹

Comunidad Local

Para el efecto de la ejecución de actividades de ecoturismo según el Reglamento General de Actividades Turísticas (2003), artículo 166, se entiende por comunidad a la organización comunitaria organizada y capacitada, que ejecute actividades de ecoturismo en un área geográfica determinada para el efecto.

Art. 156 Ecoturismo. “Se considera ecoturismo a la modalidad ejercida por personas naturales, jurídicas o comunidades reconocidas, previamente calificadas para tal efecto, a través de una serie determinada de actividades turísticas en áreas naturales que correspondan o no al Sistema Nacional de Áreas Protegidas con el objetivo de conocer la cultura de las comunidades locales y la historia natural del ambiente que las rodea. Dichas se ejercen con las precauciones necesarias para no alterar los ecosistemas ni la cultura local.”

Guía Profesionales de Turismo

Son guías profesionales de turismo los profesionales debidamente formados en instituciones educativas reconocidas y legalmente facultadas para ello, conducen, dirigen a uno o más turistas o extranjeros, para mostrar, enseñar, orientar e interpretar el patrimonio turístico nacional y proporcionar una experiencia satisfactoria.

Deberán contar con la licencia de ejercicio profesional, otorgada por el Ministerio de Turismo.

⁵⁹ Reglamento General de Actividades Turísticas (2003), Título V, Págs. 42 – 47.

Clasificación:

- *Guía nacional.*
- *Guía especializado.*
- *Guía nativo:* “Es el integrante de grupos étnicos, aborígenes o campesinos del Ecuador, posee conocimiento sobre los valores culturales autóctonos, naturales, socio económicos de su habidad y que luego de su calificada experiencia , es habilitado por el Ministerio de Turismo para conducir grupos de turistas nacionales o internacionales dentro de áreas geográficas que corresponda al territorio del grupo étnico del cual proviene.”

Las comunidades poseen ya guías certificados Serena cuenta con 7 certificados en guías nativos y rafting, Shandia posee dos guías turísticos nativos y dos guías de rafting, por la cercanía del río Napo y JatunYacu los cuales han demostrado ser los mejores atractivos para la realización de deportes extremos.⁶⁰

Art. 159 Obligatoriedad de las políticas de ecoturismo “Las políticas de ecoturismo serán obligatorias en el ámbito nacional, para las instituciones del Estado y de régimen seccional autóctono que ejerzan competencias similares.”

Art. 166 Actividades de ejecución de ecoturismo por parte del sector privado comunitario. “Las comunidades legalmente reconocidas pueden ejercer actividades de ecoturismo de manera directa, sin intermediarios. Por lo tanto podrán realizar la comercialización de sus productos y completar la cadena de valor operativa por sí mismos. Las operaciones realizadas serán autorizadas únicamente para su jurisdicción, sin implicar la exclusividad de operación en el lugar que presten sus servicios”

Las comunidades poseen guías nativos certificados y especializados en rafting.

⁶⁰ KALLARI (2008), Cerda N y Tanguila M, presidentes de las comunidades.

➤ **De la capacitación y formación profesional turística⁶¹**

Art. 193 Centros de formación turística. “El Ministerio de Turismo, en coordinación con el Ministerio de Educación y Cultura, las universidades y los demás institutos de educación superior y técnica, determinará a nivel nacional las actividades de formación y capacitación al personal”

➤ **De la estructura institucional⁶²**

Art. 167.- Requisitos para la operación de comunidades legalmente reconocidas. “Las comunidades locales organizadas y capacitadas podrán prestar servicios de ecoturismo, previo cumplimiento de los siguientes requisitos”

- Petición realizada por los interesados de manera directa, indicando qué tipo de actividad desean efectuar.
- Acta certificada de la Asamblea General Comunitaria en el cual se nombra al responsable o responsables para el ejercicio de la actividad de ecoturismo.
- Obtención de registro y licencia anual de funcionamiento en el Ministerio de Turismo.

Acuerdo No 20070130 del Ministerio de Turismo⁶³ (Ver anexo 22)

Reglamento para el registro de centros turísticos comunitarios

Art No1 Se entiende por actividad comunitaria el ejercicio directo de uno o más de los servicios de alojamiento, alimentos y bebidas, transportación, operación, intermediación, agenciamiento, organización de eventos, congresos y convenciones en los términos señalados en el artículo 5 de la ley de turismo, por parte de las comunidades legalmente organizadas y capacitadas.

⁶¹ Reglamento General de Actividades Turísticas (2003), Título VI, Págs. 50.

⁶² Norma Técnica de Ecoturismo (2004), Págs. 14 – 16.

⁶³ Ministerio de Turismo del Ecuador (2003-2006), Acuerdo No 20070130.

Art. 2 Para realizar el registro de todos los centros turísticos comunitarios, las comunidades deberán estar constituidas como personas jurídicas debidamente aprobadas por la autoridad competente, el registro como Centro de Turismo Comunitario se lo hará en las Gerencias Regionales o Direcciones Provinciales (en este caso del Tena, donde opera en Ministerio de Turismo), debiendo adjuntar los siguientes requisitos:

- a) Solicitud de registro dirigida a la autoridad del Ministerio de Turismo, en donde se consignarán las actividades que se realizarán.
- b) Acreditación de la constitución de la organización en cualquier forma de integración o sociedad amparada en la ley.
- c) Constancia o nombramiento que acredite la representación legal del peticionante de registro a nombre del centro turístico comunitario.
- d) Acta de la que conste que el centro turístico comunitario ha decidido registrarse y en la cual debe estipularse la delegación a la persona que les representa para realizar el registro con la firma de los miembros.
- e) Documentación que demuestre que los responsables de los servicios han recibido capacitación profesional sobre turismo.
- f) Copia certificada del Registro único de Contribuyentes, en la que conste que como objeto de la persona jurídica, la presentación de los servicios turísticos comunitarios.
- g) Informe técnico que justifique la calidad de comunitario del Centro expedido por la Secretaría de Pueblos, Movimientos Sociales y Participación Ciudadana, o por la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario de Ecuador, (FEPTCE).
- h) Determinación de los servicios turísticos que brindarán y la zona geográfica en la que se circumscribe el servicio de turismo comunitario.

Art. 3 Recibida la solicitud de la oficina correspondiente del Ministerio de Turismo dispondrá de fecha y hora para una inspección a la comunidad (s) a efectos de verificar los datos consignados. Donde se llenará una Hoja de Planta Turística, con la información se

procederá a ingresar los datos de la comunidad, creando un número de registro donde se crea y abre un expediente. Conciliado el trámite se procederá a emitir el certificado de registro.

Art. 4 La licencia anual desde funcionamiento: se expedirá por la Municipalidad de la Jurisdicción territorial donde se encuentre el centro turístico (Tena) adjunto con la constancia de pago de la licencia y de certificado de registro.

Art. 172. Beneficios. Las empresas de ecoturismo certificadas, se sujetarán al siguiente régimen de beneficios:

- a) Acceso directo a los beneficios tributarios establecidos en la Ley de Turismo; y,
- b) Preferencia dentro de la planificación promocional del país, que efectúa el Ministerio de Turismo.

➤ Alojamiento⁶⁴

La Empresa de Ecoturismo que de servicio de alojamiento en áreas naturales, ya sean hoteles, hostales, cabañas, lodges, floteles, embarcaciones o campamentos, deberán observar todas las normas del caso para evitar impactos negativos a grupos humanos y/o ecosistemas a corto, mediano y largo plazo.

⁶⁴ Norma Técnica de Ecoturismo (2004), Principios generales, Págs. 22.

5.1.5 Pago a entidades (Ver anexo 23)

CUADRO 5.1 Pago a Entidades

Costos a la Comunidad S	Total Anual S	
Ministerio de Turismo Registro	(80,00)	una vez
FEPTCE Calidad de miembro	(100,00)	anual
Municipio del Tena Registro	(80,00)	anual
Total	260.00	

Fuente: Ministerio de Turismo Municipio del Tena, FEPTCE⁶⁵

⁶⁵ (Federación Plurinacional de Turismo Comunitario de Ecuador)

5.2 ESTUDIO ADMINISTRATIVO

Kallari es una asociación que tiene muy claro sus principios y objetivos organizacionales, este se difunde en su totalidad a todos los miembros y productores, por ello ha tenido éxitos en cuanto a la producción de cacao, de este mismo modelo administrativo y empresarial formará parte el programa de turismo y voluntariado tras haber creado rutas para el desarrollo y fomento de las visitas turísticas a las comunidades.

Cada comunidad administra sus propiedades de la mejor manera, en la comunidad de Shandia la fundación MCCH, llevará a cabo a administración de las cabañas turísticas, con el fin de entrenar a las personas competentes para dejar la propiedad a manos de la comunidad.

5.2.1 Misión

La misión de Kallari es promover el desarrollo comunitario, la conservación de los recursos naturales, el intercambio de conocimientos y el rescate cultural por medio de empresas sostenibles.

La misión turística es el fomento del intercambio cultural ofreciendo un turismo sostenible amigable con el medio ambiente.

5.2.2 Visión

Llegar a ser una de las Asociaciones más reconocidas en el desarrollo sustentable de las comunidades en la realización de las actividades de agroturismo comunitario de la Amazonía a nivel nacional e internacional, de aquí en 5 años, con miras al crecimiento y aporte de más organizaciones sin fines de lucro mediante las capacitaciones constantes a nivel comunitario y de visitantes, comercialización de artesanías, cacao, chocolate y programas de turismo y voluntariado conservando la biodiversidad y apoyando la cultura.

5.2.3 Valores Corporativos

- Honestidad.
- Solidaridad con la sociedad local, nacional e internacional.
- Protección a los recursos naturales renovables y no renovables.

- Trabajo en equipo, para generar mejores relaciones y cumplir objetivos.

5.2.4 Objetivo General

Fomentar el desarrollo de las comunidades afiliadas mediante la oferta de rutas turísticas brindando alternativas de turismo sostenible, satisfaciendo las necesidades del visitante que desea interactuar con las comunidades y ser parte de las mismas, sin dejar de lado la diversión y el deporte, el intercambio cultural, científico y ambiental.

5.2.5 Objetivos específicos

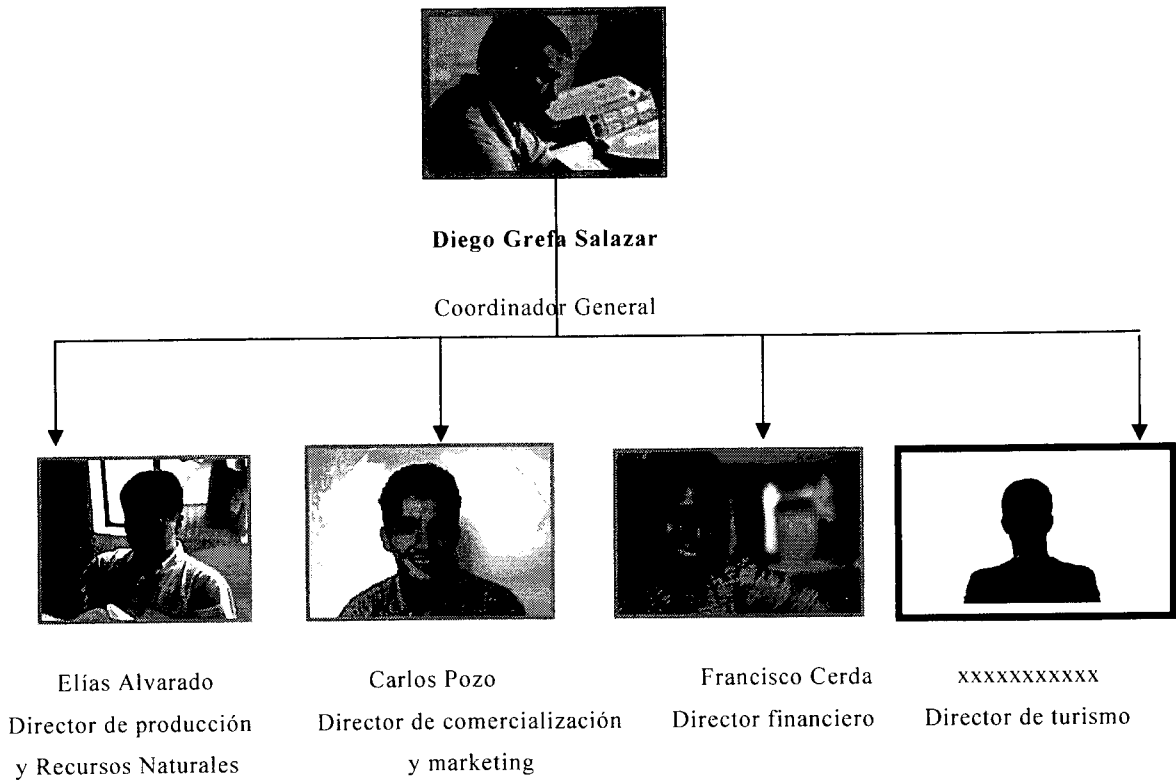
- Conservar la cultura de las comunidades, avivando el amor por sus raíces al exponerlo al turista, para que perdure con el tiempo.
- Expansión del programa de voluntarios y el desarrollo de turismo comunitario.
- Satisfacer las necesidades de los clientes ofreciendo un servicio personalizado y de calidad comunitaria.
- Estudiar la posibilidad de incrementar servicios para el futuro, y manejo de energías renovables para respetar el medioambiente cada día.
- Mantener una constante relación con los turistas y voluntarios para que regresen.

5.2.6 Organigrama General

La Asociación Kallari está organizada de una manera justa y voluntaria por cuatro directores, que han sido elegidos por la Asamblea General, dicha asamblea está conformada por los socios de las 22 comunidades.

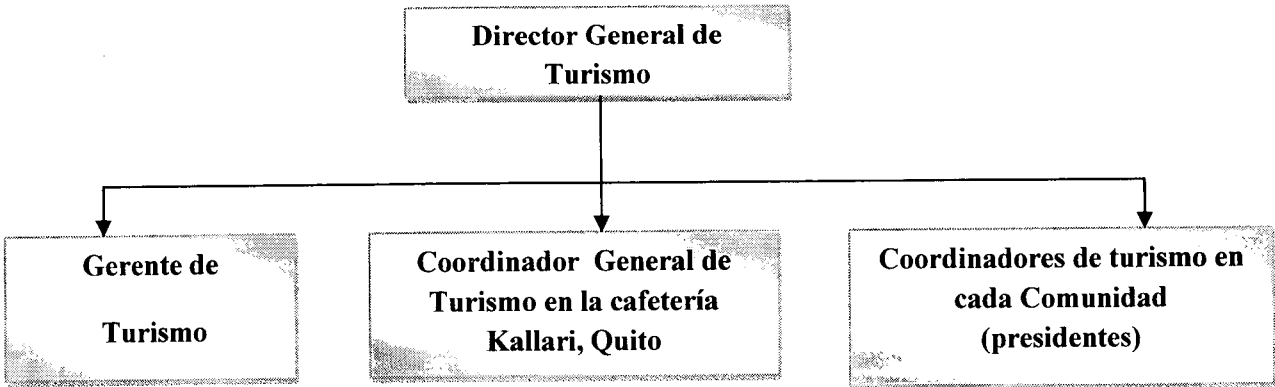
Se pretende generar otros miembros para el programa de turismo y voluntariado.

Organigrama del Directorio

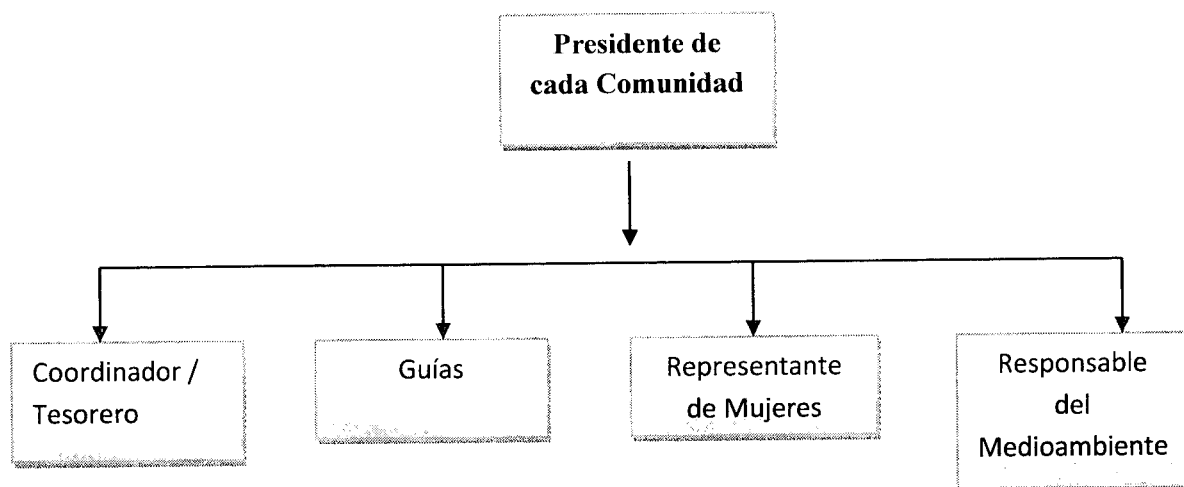


Todos ellos llevan a cabo las funciones que permiten a Kallari ser considerada como asociación organizada. Se reúnen cada mes en las oficinas del Tena para discutir temas importantes acerca del cacao, las familias, los recursos naturales y fijan planes de acción para cada problema que se presenta en el camino.

5.2.7 Organigrama Turístico



5.2.8 Organigrama de las Comunidades



5.2.9 Descripción de Personal

a) El Director de Turismo

Será un nuevo dirigente de Kallari, debe ser un socio de la asociación y responderá ante la Asamblea General de Kallari. Como con otros directores, se vota por el Director de Turismo cada tres años en la Asamblea General.

Tiene un grado de responsabilidad alto y tiene obligaciones con Kallari.

Perfil Profesional

El director óptimo deber ser joven y motivado. Es preferible que el director tenga experiencia anterior con turismo. Como no hay actualmente mujeres en la directiva de Kallari, se recomienda elegir a una mujer como directora del turismo. Las agencias internacionales del desarrollo utilizan la participación femenina como estándar para determinar préstamos y donaciones, y Kallari tiene más oportunidad ganar fondos del exterior si hay una mujer en la directiva. Kallari declara que representarán a todos los miembros igualmente, y así es imprescindible elegir a una mujer a la directiva.

Perfil Personal

Honesto, responsable, dedicado, creativo, vendedor.

Funciones y Responsabilidades

- Supervisar turismo comunitario y voluntarios junto con el gerente general.
- Supervisión del personal.
- Supervisar el pago al personal.
- Establecer políticas de compra.
- Analizar el mercado actual y potencial, estudiando las situaciones actuales y factores internos y externos de la localidad y a nivel nacional.
- Emplear y colaborar con el gerente general para asegurar que Kallari Turismo funcione sin problemas.
- Organizar capacitaciones en las comunidades.
- Supervisar el proyecto de Kallari Turismo y dar informes transparentes a la Asamblea General.
- Visitar las comunidades periódicamente para ver su estado.
- Hacer inspecciones aleatorias para cerciorarse que se siguen las normas ambientales y culturales.
- Autorización de la compra de los utensilios operativos para las comunidades.
- Analizar las encuestas de satisfacción del cliente, los aspectos ambientales y de fidelidad.

b) Gerente General

El Gerente General será responsable por manejar todo el programa de voluntarios y turismo. Siempre con miras a captar más clientes.

El gerente general es responsable ante el Director de turismo, debe proporcionar cuentas transparentes del turismo y de voluntarios para informar bien a las comunidades y los participantes.

Perfil Profesional

El éxito de Kallari Turismo depende en gran parte al gerente general, y por eso es imprescindible que Kallari conseguir el candidato adecuado.

- Experiencia anterior mínimo un año con turismo y/o voluntarios.
- Familiaridad con los programas básicos de computadora (Macrosoft Office) e internet.
- Confiar un mínimo de dos años de trabajo con Kallari.
- Capacidad de viajar el hasta 50% del tiempo.
- Motivado y emprendedor.
- Título universitario con experiencia en turismo, hotelería o administración de empresas.
- Conocimientos básicos de diseño de red y publicidad.
- 85% de inglés.

Perfil Personal

Honesto, activo, disponible para viajar, abierto para interactuar con los huéspedes, puntual.

Funciones y Responsabilidades

- Coordinar con guías para asegurar que las visitas turísticas funcionen sin problemas en las comunidades.
- Promocionar Kallari Turismo y reclutar voluntarios y turistas.
- Coordinar el programa de voluntarios y asignarles a comunidades y proyectos apropiados.
- Mantener comunicación con alianzas en Tena, Quito, e internacionalmente.
- Mantener comunicación con presidentes de las comunidades.
- Colaborar con el contador de Kallari Turismo para asegurar que las finanzas estén en orden
- Evaluar los proyectos del turismo y de voluntarios y esforzarse para mejoramiento.
- Organizar las capacitaciones y llevar un registro de ellas.
- Visitas a las comunidades y verificar los sitios, infraestructura, materiales.
- Efectuar auditorías internas para ver si las familias cumplen con el programa.
- Reportar las discrepancias al director.

El gerente debe estar dispuesto a recibir un sueldo basado en gran parte en comisión. Dado que el turismo es alto durante ciertos meses y potencialmente no existente durante otros, la comisión del gerente será muy alta algunos meses y muy bajo durante otros. El gerente debe ser preparado para estas fluctuaciones en sueldo mensual. La comisión será del 10% de la venta de los tours y turismo voluntariado.

c) Gerente en la cafetería en Quito

El Gerente de la Cafetería Kallari asistirá con reclutar voluntarios y turistas en Quito. El gerente de la cafetería coordinará con el gerente general para arreglar las reservaciones de turistas y proyectos de voluntarios.

Perfil Profesional

- Experiencia anterior mínimo un año con turismo y/o voluntarios.
- Familiaridad con los programas básicos de computadora (Microsoft Office) e internet.
- Motivado y emprendedor.
- Título universitario con experiencia en turismo, hotelería o administración de empresas y/ marketing y ventas.
- 75% de inglés.

Perfil Personal

Honesto, creativo, abierto, puntual.

Funciones y Responsabilidades

- Coordinar con guías para asegurar que las visitas turísticas funcionen sin problemas en las comunidades.
- Promocionar Kallari Turismo y reclutar voluntarios y turistas.
- Coordinar el programa de voluntarios y asignarles a comunidades y proyectos apropiados.
- Mantener comunicación con alianzas en Tena, Quito, e internacionalmente.
- Mantener comunicación con el gerente general.
- Trabajar en conjunto con el Contador.

- Evaluar los proyectos del turismo y de voluntarios y crear planes de venta y promoción.
- Visitas a las comunidades y verificar los sitios, infraestructura, materiales.
- Efectuar auditorías internas para ver si las familias cumplen con el programa.
- Analizar los factores internos y externos del ambiente turístico en el país, y los cambios económicos, políticos, ambientales y culturales, para mantener informada a la Asociación.
- Supervisar el aspecto de la página Web, con las personas encargadas (voluntarios).
- Comprará los productos biodegradables para ser entregados al Gerente General en los viajes.

d) Contador

El contador es responsable de manejar finanzas del turismo y de los voluntarios y es responsable de presentar un informe financiero mensual y anual. Trabaja con el gerente general para asegurar que las cuentas son exactas y actualizadas. El contador manejará la cuenta de Kallari Turismo y distribuirá a sueldos y a comisiones mensuales. Distribuirá fondos apropiados a las cuentas de las comunidades.

Perfil Profesional

- Título superior de contador.
- Experiencia anterior mínimo un año en puesto de contador.
- Conocimiento y manejo de los programas b de computadora (Microsoft Office) e internet y otros programas contables.

Perfil Personal

Honrado, organizado, paciente.

Funciones y Responsabilidades

Presentar los balances de situación de la organización turismo, contable mensual y anual al director de turismo y a los demás dirigentes de la asociación Kallari.

e) Contadores comunitarios

El Presidente de cada comunidad servirá como representante para los programas de turismo y de voluntarios. Es elegido por los habitantes de la comunidades por lo tanto se asume su alto grado de confianza y representación de cada comunidad. El presidente asegurará que los documentos jurídicos estén en orden y de que la comunidad satisfaga los requisitos para el turismo comunitario.

- Mantener cuentas transparentes de voluntarios y turistas en la comunidad y los ingresos, y hacer disponible a todos socios de la comunidad y también a los dirigentes de Kallari.
- Entregar una lista de todos los socios de la comunidad.
- Entregar una lista de participantes en turismo comunitario. (Cada familia)
- Entregar documentación que los socios autorizan que participantes en turismo representen la comunidad en turismo y/o los proyectos con voluntarios.
- Mantener comunicación con el gerente general.
- Asegurar que la comunidad resuelva requisitos del turismo comunitario.
- Coordinar capacitaciones con el Director de Turismo.
- Coordinar el hospedaje de voluntarios.
- Coordinar con los guías la distribución de tiempos y días para la revisión de los senderos y áreas naturales.
- Revisión con el encargado del área medioambiental.
- Ser un intermediario entre el gerente general y los participantes en la comunidad.

f) Guía Nativo y especializados en deportes como rafting, kayak, etc.

Los guías son uno de los entes operativos más importantes de ellos depende el éxito de la estadía comunitaria de los visitantes, su conocimiento será evaluado.

Cuando se tenga el dato del grupo se asignara un guía el cual; coordinará con el gerente general de Kallari Turismo; arreglará todos los aspectos de la visita turística dentro de la comunidad; manejará el rédito de la comunidad (efectivo) y guardará los recibos de todas las transacciones y distribuciones entre participantes de la comunidad; comprará el alimento en Tena; arreglará el transporte para entrar y salir de la comunidad; acompañar a grupo del viaje durante la visita entera y asegurará que la visita funcione sin problemas.

Cada comunidad tendrá idealmente tres o más guías, que recibirán la capacitación y licencias del SECAP. Los guías turísticos cambiarán para recibir grupos de turistas y pueden también trabajar como guías del bosque y del río. El gerente contactará guías para supervisar grupos de turistas. Por lo menos 50% de guías turísticos deben ser mujeres, estrategia y participación activa de la mujer de la selva.

Perfil Profesional

- Inglés 80%, por lo menos el 50% de los integrantes, se realizarán cursos intensivos.
- Conocimientos sobre el área tanto natural como cultural y económica de su entorno.
- Licencia otorgada por el Ministerio de Turismo.
- Haber seguido curso de primeros auxilios.
- Instructor de escalada.
- Conocimiento sobre deportes extremos.

Perfil Personal

Abierto y amigable, reaccionar de manera rápida ante algún acontecimiento y tomar decisiones, conocedor de la zona, responsable, puntual, honrado.

Funciones y responsabilidades

- Guiar al turista bajo los parámetros de la ruta, de manera precisa y ordenada.
- Dar la información necesaria al turista y voluntario acerca de los atractivos, plantas, animales, representaciones culturales, etc.
- Anticipar a los turistas lo que se debe y no se debe hacer durante el tour.
- Informar el tiempo estimado.
- Otorgar al inicio del recorrido la funda biodegradable a los turistas.
- Asistir en cualquier situación a los clientes.
- Responsables director de dejar el sendero limpio, actividad que se revisa al momento del tour, de encontrar novedad y basura reportar al presidente, quienes cobrarán la multa por suciedad a los turistas.
- Dar informe al presidente de la comunidad y al encargado ambiental.
- Serán los responsables de dar las encuestas de satisfacción a los turistas.

- Ayudar en la clasificación de las compras de los productos.

g) Representante de mujeres

- Se hará cargo de analizar la situación de las mujeres de las familias de las comunidades.
- Llevará a cabo un programa de organización femenina para los turistas y voluntarios.
- Analizará la situación de los niños de las comunidades.
- Llevará a cabo la elección de las guías mujeres.
- Coordinará el programa artesanal y capacitaciones artesanales.
- Ayudar en el proceso de compras de los productos para las comunidades.

h) Responsable de Medioambiente

Este miembro será muy importante para llegar a cumplir las metas medioambientales y de sustentabilidad comunitaria, debe ser una persona de cada comunidad de mucha confianza, quien se encargue de revisar que todo en relación a la naturaleza esté en orden y con los impactos medioambientales.

Será quien revise que los materiales biodegradables sean los adecuados.

Revisará que los visitantes utilicen la menor cantidad posible de productos contaminantes, se encargará de analizar la encuesta ambiental.

Analizará medios ecológicos y su potencial implementación.

Recorrerá los senderos periódicamente y si encuentra discrepancia tomará la medida de multar a la familia responsable o al guía que no cumplió con la meta de reducción de la contaminación.

Se encargará de verificar si los implementos de seguridad están en orden.

i) Familias

Serán los anfitriones y responsables de recibir a los clientes, estos se abrirán a los visitantes para enseñarles y dar conocimiento de su cultura, con demostraciones de gastronomía, ceremonias, artesanías, plantas medicinales, actividades productivas, etc.

Tratarán a los turistas y más aun a los voluntarios como parte de su familia haciendo que ellos de acoplen al medio, y no viceversa.

Serán los responsables de dar las encuestas a los voluntarios.

Dar informes al presidente de la comunidad.

Responsables del manejo adecuado de los desechos.

Responsables de cuidar los materiales otorgados por Kallari.

Las familias presentarán: presentación de hacer chicha, danzas autóctonas, chacras tradicionales, leyendas y la historia de la comunidad, taller de hacer artesanías, comidas y bebidas típica, música tradicional, shamanes, museo comunal (opcional), idioma nativo.

5.2.10 Plan de Personal

Los directivos de Kallari al ser una organización gubernamental sin fines de lucro, no reciben un salario ya que son personas que se han comprometido al desarrollo sin el objetivo de ganar utilidades personales. Con este mismo principio el director turístico debe ser un socio voluntario de las comunidades.

Los salarios se han llevado a cabo por los proyectos realizados con pago por honorarios profesionales. Solo el director técnico, solo Elías Alvarado al ser el técnico productivo recibe salarios como tal cuando amerita.

El gerente general y el contador son los únicos empleados que deben entrarán en el pago por parte de la Asociación debido a los requisitos profesionales exigidos por honorarios profesionales.

El gerente formará a parte del equipo del campo de Kallari, deberá recibir un sueldo mensual de \$700,00 y recibirá el 10% de comisión de turismo.

El contador deberá recibir \$300.00, al inicio de sus actividades.

El gerente de la cafetería en Quito recibirá un sueldo por la cuenta de la cafetería, y no recibirá un sueldo de la cuenta de turismo.

Los presidentes de las comunidades, guías nativos, representante de mujeres, representante de medioambiente y las familias recibirán los beneficios provenientes de la venta de los programas de turismo y voluntariado.

5.2.11 Distribución de Ingresos de acuerdo con Kallari.

Comisión al gerente: 10%.

Costos de la comunidad: 30%, para guías, presentaciones de danza, programas y talleres y caminatas y compra de comida.

Desarrollo de las Comunidad: 20% para fondos educativos o de viviendas y los propios proyectos comunitarios.

Cuenta Kallari: 10% considerando emergencias y costo de oportunidad.

CUADRO 5.2 Plan del Personal

No de personas	Descripción de Cargo	Salario Mensual \$	Salario Anual \$
1	Gerente General	\$700.00	8.400
1	Contador	\$300.00	3.600
TOTAL		\$1.150	12.000

Elaborado por: Ana Cristina Rodríguez

CAPÍTULO 6

ESTUDIO FINANCIERO

El análisis financiero tiene el objetivo de analizar la rentabilidad de los estudios anteriores, en lo referente a la creación de rutas turísticas para el desarrollo de las comunidades pertenecientes a la Asociación Kallari, en el Tena.

6.1 INVERSION INICIAL Y FINANCIAMIENTO

➤ **Inversión Inicial**

La inversión es la aplicación de recursos financieros que son destinados a aumentar los activos fijos o financieros de una entidad como son los equipos, maquinaria, obras públicas, títulos, etc. Comprende la formación de capital fijo y la variación de existencias de bienes generados en el interior de una economía. Adquisición de valores o bienes de diversa índole para obtener beneficios por la tendencia de los mismos que en ningún caso comprende gastos o consumos, que sean naturaleza opuestos a la inversión.⁶⁶

➤ **Financiamiento**

Se refiere al conjunto de acciones, trámites y demás actividades destinadas a la obtención de los fondos necesarios para financiar a la inversión, en forma o proporción definida en el estudio de pre-inversión correspondiente.⁶⁷

El proyecto será financiado por la Asociación Kallari.

⁶⁶ <http://www.definición.org/inversión>

⁶⁷ <http://www.definición.org/financiamiento>

6.1.1 Detalle de la inversión Inicial

Para que se lleve a cabo el proyecto se debe analizar:

- *Activo Fijo:* consta de los terrenos, maquinaria, equipo, vehículos, mobiliario, herramientas. No es necesario todo lo anterior, ya que la asociación ya cuenta con la mayoría de los rubros, con excepción de los implementos de cocina, toldos, basureros, lámparas solares, equipos de seguridad y los equipos para los turistas. También se considera el mantenimiento que se debe dar a las cabañas.
- *Activo intangible:* consta de las patentes, marcas, diseños, instalaciones, contratos, servicios, estudios y capacitaciones. Al igual que la anterior la asociación cuenta con todo lo anotado, sin embargo se realizará pagos a entidades y pagos a las capacitaciones, las últimas se incluyen en el capital de trabajo.

Dentro de la inversión inicial que debe realizar la asociación, está el mantenimiento de las cabañas y el capital de trabajo, este que ha sido considerado para tres meses de operación.

CUADRO 6.1 Inversión Inicial

Descripción	Costo \$
Construcción e instalaciones no aplica	0,00
Costo Terreno no aplica	0,00
Material de cocina	1.853,70
Equipamiento cabañas – incluye toldos, basureros y lámparas solares	2.742,80
Extras equipo de cabaña (equipos de seguridad – extintores y botiquín)	2.691,80
Mantenimiento de las cabañas – Consulta realizada a técnico y a la asociación	3.000,00
Señalización de los senderos	2.500,00
Equipamiento de Operación para turistas	1.262,64
Inventarios	0,00
Gastos de inscripción a entidades	260,00
Capital de trabajo para tres meses de operación	7.390,90
Total inversión inicial	21.701,84

Fuente: Estudios de Mercado, Técnico, Ambiental y Legal

Elaborado por Ana Cristina Rodríguez

6.1.2 Capital de Trabajo

El capital e trabajo se refiere a la administración de los activos circulantes o de corto plazo como inversiones de efectivo, valores negociables, inventarios y cuentas por cobrar y los pasivos circulantes que son las cuentas, documentos por pagar y acumulados. Es necesario para la operación del proyecto para que este no se paralice.

El cálculo se lo toma en cuenta tomando los tres primeros meses de operación, considerando los gastos operativos.

6.1.2 a Gastos Operativos

Los gastos operativos son los que están relacionados con la financiación del proyecto a ejecutarse.

CUADRO 6.2 Servicios Básicos

Servicios Básicos	Total Mensual	Total anual
Teléfono	50,00	600,00
Electricidad	35,00	420,00
Internet	42,00	504,00
Total		1.524,00

Fuente: Asociación Kallari

Elaborado por: Ana Cristina Rodríguez

CUADRO 6.3 Suministros de Oficina

Suministros de oficina	Anual
TOTAL	1.500,00

Fuente: Asociación Kallari

Elaborado por: Ana Cristina Rodríguez

CUADRO 6.4 Útiles de Limpieza

Útiles de limpieza	Cantidad	Costo Unitario	Costo anual
Jabón biodegradable 60gr	1.500,00	0,70	1.050,00
Papel Scoot, Kimberly Clark	12,00	8,80	105,60
Fundas la ecológica 42 X 45 DE 10	2.000,00	0,62	1.240,00

Fundas de basura ecológicas industriales (paquete de 10)	200,00	1,37	274,00
Total Anual			2.669,60

Fuente: Estudio Ambiental

Elaborado por: Ana Cristina Rodríguez

CUADRO 6.5 Sueldos

Sueldos	Cantidad	Anual
Gerente turismo	700,00	8.400,00
Contador	300,00	3.600,00
Total Anual		12.000,00

Fuente: Estudio Administrativo

Elaborado por: Ana Cristina Rodríguez

CUADRO 6.6 Publicidad

Gastos de publicidad	2.470,00	12 meses
-----------------------------	-----------------	-----------------

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Ana Cristina Rodríguez

CUADRO 6.7 Costos de transporte

Costo operativo de transporte	Valor Anual
Terrestre	3.000,00
Canoa	4.000,00
Total anual	7.000,00

Fuente: Asociación Kallari

Elaborado por: Ana Cristina Rodríguez.

CUADRO 6.8 SECAP

Capacitaciones SECAP	Total Anual
SECAP	560,00
Total Anual	560,00

Fuente: SECAP

Elaborado por: Ana Cristina Rodríguez

CUADRO 6.9 Presupuesto de cortesía de chocolates anual

Barras de chocolate/Turistas/voluntarios	Costo Unitario	Total
1.568,00	1.15	1.803,20
32,00	1.15	36,80
Total		1.840,00

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Ana Cristina Rodríguez

A los gastos operativos se los divide para los 12 meses del año y se los multiplica por 3 meses para conseguir el capital de trabajo.

CUADRO 6.10 Capital de Trabajo

Gastos Operativos	Total Anual	3 meses
Servicio Básicos	1.524,00	381
Suministros de Oficina	1.500,00	375
Útiles de limpieza	2.669,60	667,4
Sueldos	12.000,00	3000
Costo Publicidad	2.470,00	617,5
Transporte	7.000,00	1750
Capacitaciones	560,00	140
Chocolates	1.840,00	460
Total		7390,9

Elaborado por: Ana Cristina Rodríguez

6.1.3 Amortizaciones y Depreciaciones

Cuadro 6.11 Depreciaciones

Descripción	Valor Total	Depreciación Anual
Material de cocina	1.853,70	370,74
Equipamiento cabañas – incluye toldos, basureros y lámparas solares	2.742,80	548,56
Extras equipo de cabaña (equipos de seguridad - extintores)	2.691,80	538,36
Mantenimiento de las cabañas – Consulta realizada al gerente de la asociación	3.000,00	0,00
Equipamiento de Operación para turistas	1.262,64	252,53
Señalización de senderos	2.500,00	0,00
Total Anual		1.710,19

Fuente: Inversión Inicial

Elaborado por: Ana Cristina Rodríguez

Aunque se debe depreciar el mantenimiento de cabañas y la señalización de senderos, no se toma en cuenta ya que estos serán gastos anuales de operación.

De acuerdo a la ley los rubros anteriores se deprecian a cinco años sin ningún valor residual o valor de salvamento. No se considera las amortizaciones ya que representan valores bajos.

6.2 BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL

CUADRO 6.12 Balance de Situación Inicial

BALANCE GENERAL		
Al 30 de Noviembre 2008		
ACTIVOS		21.701,84
ACTIVOS CORRIENTES		7.390,90
Caja	7.390,90	
ACTIVOS FIJOS		14.050,94
Material de cocina	1.853,70	
Equipamiento cabañas	2.742,80	
Extras equipo de cabaña seguridad	2.691,80	
Mantenimiento de las cabañas	3.000,00	
Señalización de los senderos	2.500,00	
Equipamiento de Operación para turistas	1.262,64	
OTROS ACTIVOS		260,00
Gastos a instituciones del estado	260	
PASIVOS		0,00
Corriente	0	
Largo Plazo	0	
TOTAL PASIVO		0,00
PATRIMONIO		21.701,84
CAPITAL	21.701,84	
TOTAL DEL PATRIMONIO		21.701,84
TOTAL DEL PASIVO Y PATRIMONIO		21.701,84

Elaborado por: Ana Cristina Rodríguez

6.3 INGRESOS Y EGRESOS

6.3.1 Ingresos

Los ingresos son los recursos que obtienen los individuos, sociedades o gobiernos por el uso de riqueza, trabajo humano o cualquier otro motivo que incremente su patrimonio.⁶⁸

Los ingresos se darán por la venta de los tours donde visitarán las distintas rutas turísticas.

Se toman en cuenta los meses altos de ocupación del turismo, como fuente de los datos se toma al capítulo del estudio de mercado, en la capacidad de carga de las comunidades, los meses con más concurrencia de visitantes a Kallari ha sido desde febrero que comienza la cosecha de cacao, teniendo gran importancia los meses de marzo, abril y mayo, además de la gran temporada de turismo y deportes que son junio, julio y agosto y hasta se considera diciembre. Esto indica que los meses de operación serán 7 meses.

Sabiendo entonces que Serena tiene una capacidad de carga anual de 448 turistas, tomado del estudio de mercado del cuadro 3.13. Calculando que los tours son de 3,5 días, se tomarán en cuenta a 322 turistas al año, dado por grupos, pequeños, medianos y grandes.

Para el programa de voluntarios en Serena tiene una capacidad de recibir 8 voluntarios al año, tomado del cuadro 3.14 del estudio de mercado. Se considerarán 5, por los mismos 7 meses de operación.

En el caso de Shandía tomando en cuenta el cuadro 3.16 tendrá una capacidad para 1.120 turistas, de igual forma los tours son de 3,5 días, pero se considerarán 756 turistas al año y calculando del cuadro 3.17 del estudio de mercado al año podrá operar 12 voluntarios, pero se estimará solo a 8 voluntarios.

En el caso de la comunidad de Mirador según el cuadro 3.19 tendrá una capacidad para 12 voluntarios y al igual que Shandía se tomarán en cuenta solo a 8.

Se ha considerado la operación con un bajo nivel de personas para que las visitas no sean masivas a las comunidades pese a que la capacidad de carga es mucho mayor. Los precios fijados por persona por día son los siguientes:

⁶⁸www.definiciones.org/ingresos

- Para el programa de voluntariado en cualquiera de las comunidades será de \$30.00 por honorario de aplicación y \$200.00 de aporte mensual. *(Ver estudio de mercado, cuadro 3.22)*
- Para el programa de turismo de Serena se ha tomado en cuenta desde el número de personas con un grupo pequeño será de \$133.00 por tour, con un grupo mediano será de \$122.50 por tour y un grupo grande será de \$105.00 por tour, tomando en cuenta que son 3,5 días de tour. *(Ver estudio de mercado, cuadro 3.23)*
- Para la comunidad de Shandia considerando las cabañas turísticas equipadas, estas tendrán un costo más alto, con un grupo pequeño será de \$140.00, un grupo mediano será de \$130.00 y un grupo grande será de \$125.00. *(Ver estudio de mercado, cuadro 3.24)*

El número de personas por grupo fue tomado de la media de los grupos pequeños, medianos y grandes, del estudio de mercado.

Serena en programa turismo

CUADRO 6.13 Total número de personas e ingresos anuales en Serena por turistas

Grupos / Mes	Personas	Total pax / Mes	Pax año/ 7 Meses	Precio \$	Ingresos Anuales
4 (pequeño)	4	16	112	133,00	14.896,00
2 (mediano)	8	16	112	122,50	13.720,00
1 (grande)	14	14	98	105,00	10.290,00
Total		46	322		38.906,00

Elaborado por: Ana Cristina Rodríguez.

El precio es de cada tour por persona.

Programa de voluntariado en Serena

CUADRO 6.14 Total número de voluntarios e ingresos anuales en Serena

Total Voluntarios al Año	Honorario de Aplicación \$	Ingreso Anual por Aplicación	Contribución Trimestral	Contribución Anual	Total Anual
5	30	150	200,00	7.000,00	7.150,00

Elaborado por Ana Cristina Rodríguez

Los 7.000 Usd. es debido a las 5 personas que pagan 200 Usd por mes y durante 7 meses.

Los voluntarios podrán visitar 6 semanas cada familia.

Shandia en programa de turismo

CUADRO 6.15 Total número de personas e Ingresos Anuales en Shandia por turistas

Grupos / mes	Personas	Total pax / mes	Pax año/7 meses	Precio \$	Ingresos Anuales
8 (pequeño)	4	32	224	140	31.360,00
6 (mediano)	8	48	336	130	43.680,00
2 (grande)	14	28	196	125	24.500,00
Total		108	756		99.540,00

Elaborado por: Ana Cristina Rodríguez

El precio es de cada tour por persona

Programa de voluntariado en Shandia

CUADRO 6.16 Total número de voluntarios e ingresos en Shandia

Total Voluntarios al año	Honorario de Aplicación	Ingreso Anual por Aplicación	Contribución Trimestral	Contribución Anual	Total Anual
8	30	240	200,00	11.200,00	11.440,00

Elaborado por: Ana Cristina Rodríguez

Los 11.200 Usd. es debido a las 8 personas que pagan 200 Usd por mes y durante 7 meses.

Los voluntarios pueden visitar 4,5 semanas cada familia.

Programa de voluntariado en Mirador

CUADRO 6.17 Total número de voluntarios e ingresos en Mirador

Total Voluntarios al Año	Honorario de Aplicación	Ingreso Anual por Aplicación	Contribución Trimestral	Contribución Anual	Total Anual
8	30	240	200,00	11.200,00	11.440,00

Elaborado por: Ana Cristina Rodríguez

Los 11.200 Usd. es debido a las 8 personas que pagan 200 Usd por mes y durante 7 meses

Los voluntarios podrán visitar 2,3 semanas cada familia.

Ingresos Totales Anuales

CUADRO 6.18 Ingresos Totales

Total turismo	Ingreso		Voluntariado	Ingresos		
Serena	38.906,00		Serena	7.150,00	Total Ingresos	168.476,00
Shandia	99.540,00		Shandia	11.440,00		
			Mirador	11.440,00		
Total	138.446,00			30.030,00		

Los 168.46, 00 es la suma del programa de turismo y el de voluntariado.

6.3.2 Estado de Pérdidas y Ganancia

El estado de pérdidas y ganancias es el documento contable que muestra detallada y ordenadamente la utilidad o pérdida del ejercicio.⁶⁹

El estado de pérdidas y ganancias se representará para 5 años, donde cada año se estima un crecimiento del 2,5%, ya que cada año se puede acoger a más visitantes, donde se dará un crecimiento de los gastos operativos en proporción a las ventas, y los costos fijos se mantendrán.

Los ingresos también se distribuirán como se señala en el estudio administrativo en:

- El gerente recibe 10% de comisión de los ingresos netos.
- El costo de la comunidad es de 30% de los ingresos debido a los pagos a los guías y shamanes, presentaciones de danza, programas, talleres, y compras de comida.
- Desarrollo de las Comunidad será del 20% para fondos educativos o de viviendas y los propios proyectos comunitarios.
- Cuenta Kallari: 10% considerando emergencias y costo de oportunidad.

La participación de trabajadores es el 0%, ya que se paga 30% de costos de la comunidad y 20% para el desarrollo de las mismas.

⁶⁹ www.monografias.com/trabajos18/pérdodas-y-ganancias/

El impuesto a la renta es el 0%, ya que según la Ley de Régimen Tributario Interno, en su capítulo III que habla de las exenciones, numeral 5, señala que las instituciones de carácter privado sin fines de lucro legalmente constituidas están exentas del pago del impuesto a la renta, siempre que sus bienes e ingresos se destinen a sus fines específicos y solamente en la parte que se invierta directamente en ellos. *(Ver anexo 25)*

CUADRO 6.19 Estado de Pérdidas y Ganancias

Crecimiento de 2,50%	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS					
Ventas	168.476,00	172.687,90	177.005,10	181.430,22	185.965,98
TOTAL INGRESOS	168.476,00	172.687,90	177.005,10	181.430,22	185.965,98
GASTOS					
<i>Administrativos</i>					
Suministros de oficina	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00
Sueldos	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00
Capacitaciones	560,00	560,00	560,00	560,00	560,00
<i>Gasto de Ventas</i>					
Publicidad	2.470,00	2.470,00	2.470,00	2.470,00	2.470,00
Comisiones	16.847,60	17.268,79	17.700,51	18.143,02	18.596,60
<i>Gastos Operativos</i>					
Servicios básicos	1.524,00	1.524,00	1.524,00	1.524,00	1.524,00
Mantenimiento cabañas y senderos	5.500,00	5.500,00	5.500,00	5.500,00	5.500,00
Varios chocolates	1.840,00	1.840,00	1.840,00	1.840,00	1.840,00
Costos de la comunidad	50.542,80	51.806,37	53.101,53	54.429,07	55.789,79
Desarrollo comunal	33.695,20	34.537,58	35.401,02	36.286,04	37.193,20
Cuenta Kallari	16.847,60	17.268,79	17.700,51	18.143,02	18.596,60
Depreciaciones	1.710,19	1.710,19	1.710,19	1.710,19	1.710,19
Transporte	7.000,00	7.000,00	7.000,00	7.000,00	7.000,00
Útiles de limpieza	2.669,60	2.736,34	2.804,75	2.874,87	2.946,74
TOTAL GASTOS	154.706,99	157.722,06	160.812,50	163.980,21	167.227,11
Utilidad antes de impuestos y participación a trabajadores	13.769,01	14.965,84	16.192,59	17.450,01	18.738,87
Participación trabajadores 0%	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Utilidad antes de impuestos 0%	13.769,01	14.965,84	16.192,59	17.450,01	18.738,87
Impuesto a la renta	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

Fuente: Ingresos y Egresos

Elaborado por: Ana Cristina Rodríguez

6.4 FLUJO NETO DE EFECTIVO

Es la diferencia entre los ingresos netos y los desembolsos netos, descontados a la fecha de aprobación de un proyecto de inversión con la técnica de valor presente, esto significa tomar en cuenta el valor del dinero en función del tiempo.⁷⁰

En el Flujo Neto de Efectivo se analiza el año 0, donde se toma en cuenta el valor de las inversiones totales del proyecto, prosiguiendo a estudiar los siguientes años con la utilidad neta del estado de pérdidas y ganancias, con las depreciaciones y la recuperación del capital de trabajo de los respectivos años.

En definitiva el Flujo Neto de Efectivo, muestra que se tendrá el efectivo necesario en el transcurso de los cinco años de análisis del proyecto.

⁷⁰ www.monografias.com/trabajos18/pérdodas-y-ganancias/

CUADRO 6.20 Flujo Neto de Efectivo

INVERSION INIICIAL		AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
TOTAL INVERSIONES		21.701,84	-	-	-	-	-
	UTILIDAD O PERDIDA	-21.701,84	13.769,01	14.965,84	16.192,59	17.450,01	18.738,87
	Depreciaciones		1.710,19	1.710,19	1.710,19	1.710,19	1.710,19
	Amortizaciones						
	Recuperacion capital de trabajo		-				7.390,90
	Flujo Neto de Efectivo	-21.701,84	15.479,20	16.676,03	17.902,78	19.160,20	27.839,96

TIR	63,73%	B/C
VAN PROYECTO	\$ 0,00	2,00
VAN RECUPERACION	\$ 21.701,84	

Elaborado por: Ana Cristina Rodríguez

6.5 INDICADORES FINANCIEROS

6.5.1 Período de Recuperación

Lapso de tiempo requerido para que el flujo esperado de efectivo acumulado, derivado de un proyecto de inversión para igualar la salida inicial de efectivo.⁷¹

Del Flujo Neto de Efectivo se concluye que la inversión se la recupera casi en el primer año de operación, dado que la inversión del proyecto no es muy alta, y los ingresos son mayores.

6.5.2 Valor Actual Neto VAN

El método del VAN incorpora el valor del dinero en el tiempo en la determinación de los flujos de efectivo netos del proyecto, con el fin de poder hacer comparaciones correctas entre flujos de efectivo de diferentes periodos a lo largo del tiempo.

Si el Valor Actual de las entradas de dinero es mayor que el Valor Actual de las salidas de dinero de un proyecto, dicho proyecto es rentable. Si el Valor Actual de las entradas es menor que el Valor Actual de las salidas de dinero del proyecto, dicho proyecto no es rentable. Por rentabilidad entendemos: el cambio porcentual entre riqueza inicial (cantidad de dinero disponible al “empresario” al inicio del proyecto) y la riqueza final (cantidad de dinero disponible al “empresario” al término de la vida económica del proyecto).⁷²

El VAN de recuperación es de \$ 21.701,84; cumpliendo con el principio de la recuperación de la inversión inicial.

6.5.3 Tasa Interna de Rendimiento TIR

⁷¹ JAMES C, Van Horne, J M Wachowicz, Jr “Fundamentos de la Inversión Financiera”, Undécima edición, Pearson, Pág. 334.

⁷² <http://www.concitur.com/simposium/SESSION4/Indicadores%20financieros%20fonaes.pdf>

Es un método que proporciona una medida de la rentabilidad de la inversión en un proyecto. La TIR de un proyecto equivale a la tasa de interés que dicho proyecto le va a dar a quien invirtió en él.

TIR: 63.73 %, lo que demuestra que es positivo.

La TIR, del proyecto se considera alta, en comparación a inversiones comunes, pero es importante que sea de tan alto porcentaje, ya que se considera el reparto de las utilidades a las familias que participan en los diferentes programas, considerando que son 30 comunidades en Serena, más 40 familias en Shandia y 22 en Mirador, dan un total de 92 familias beneficiarias del programa, lo cual numéricamente no representa un valor muy alto.

6.5.4 Beneficio – Costo B/C

Razón del valor presente de los flujos futuros de efectivo de un proyecto con el gasto inicial del mismo⁷³

El costo beneficio de este proyecto con un VAN de la recuperación del proyecto es de 2,00 lo cual indica que es viable porque el Costo Beneficio si es mayor a 1.00 ya es aceptable.

6.6 PUNTO DE EQUILIBRIO

Es un Indicador de eficiencia en la generación de utilidades para un año o ejercicio determinado y es el nivel de ventas con el que se cubren los costos y gastos variables y fijos, por lo tanto, no hay utilidades.⁷⁴

⁷³ James C. Van Horne, John M. Wachowicz, Jr, “Fundamentos de Administración Financiera” Undécima edición, Prentice – Hall 336.

⁷⁴ <http://www.concitur.com/symposium/SESSION4/Indicadores%20financieros%20fonaes.pdf>

- a) **Costos y gastos variables:** Son aquellos que varían proporcionalmente en función de las ventas o la producción, del valor o del volumen. Es decir, que aumentan en su totalidad cuando aumenta la cantidad vendida o producida y viceversa. Rubros típicos son las comisiones por venta, los fletes, el empaque, los materiales e insumos para la producción, la mano de obra directa, las refacciones, los energéticos y los servicios de asistencia técnica.
- b) **Costos y gastos fijos:** Son aquellos en los cuales se incurre independientemente del volumen vendido, por lo que no varían proporcionalmente en función de las ventas sino en función del tiempo.

Para obtener el punto de equilibrio al año 1 se han considerado:

CUADRO 6.21 Costos Fijos

Costos Fijos:	Total
Servicios Básicos	1.524
Suministro de oficina	1.500
Mantenimiento	5.500
Sueldos	12.000
Publicidad	2.470
Capacitación	560
Chocolates	1840
Transporte	7.000
Útiles de limpieza	2669,6
Depreciación	1.710,19
TOTAL	36.773,79

Fuente: Costos

Elaborado por: Ana Cristina Rodríguez

CUADRO 6.22 Costos Variables

Costos Variables	Total
Comisiones	16.847,60
Costo de la comunidad	50.542,80
Desarrollo de las comunidades	33.695,20
Cuanta Kallari	16.847,60
TOTAL	117.933,20

Fuente: Costos

Elaborado por: Ana Cristina Rodríguez

Se esperan 1.099 personas en el año 1, sumando los turistas en las tres comunidades.

El ingreso promedio en el año 1 es de \$153,3 por persona, obtenido de los ingresos totales para el total de las personas.

El costo variable por unidad es de: \$ 117.993,20/1.099 = 107,30 Usd/persona.

Para obtener el punto de equilibrio: $I - CVU - CFT = 0$

$$153,3 \times - 107,30 \times - 36.773,79 = 0$$

$$X = \frac{36.773,79}{153,3 - 107,30}$$

$$153,3 - 107,30$$

X = 800 personas.

En la actualidad van más de 1.000 personas a las comunidades.

CONCLUSIONES

- El turismo comunitario promete ser una actividad importante y positiva en el Ecuador, las distintas culturas se distribuyen en todo el territorio con su mayoría en al Oriente, donde además existe un sin número de especies de flora y fauna importantes para el ecosistema, razón por la cual los turistas buscan destinos que se localicen en lugares con estas características.
- El interés de organizaciones y entidades tanto nacionales como internacionales poseen fundamentos basados en la ayuda comunitaria, pero pese al poco conocimiento de la gente no se ha podido lograr un adecuado desarrollo ya que muchas personas con intentos de generar ganancias optan por practicar las actividades empíricamente sin saber que se puede tener apoyo e inversiones de fuentes externas. Se pueden nombrar a CODENPE (Consejo de Desarrollo de las Nacionalidades y Pueblos del Ecuador), la FEPTCE (Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador), el Ministerio de Turismo, Ambiente, LA OIT, y con mayor participación a ONG's.
- El territorio del Tena posee atractivos naturales y culturales que pueden satisfacer a los turistas que buscan aventura, análisis científicos, incentivos culturales y la convivencia con familias en la selva para intercambiar experiencias, conocimientos y brindar ayuda.
- Kallari ha logrado tener mercado para la venta de chocolates orgánicos, mismos que forman parte de numerosos establecimientos nacionales e internacionales de re nombre. La producción de cacao es una actividad que crece cada vez más demostrando que el país posee todo los recursos para proveer a los usuarios con productos de alta calidad con un impacto al medioambiente menor frente otras actividades, posicionándose como uno de los mejores del mundo simple y sencillamente por las condiciones del suelo, y buenas técnicas de producción, lo que conlleva a promocionar

al país y dar a conocer sus maravillas al mundo entero, así se podrá diversificar la producción con ingresos extras.

- Tras haber realizado el estudio, se ha demostrado que es posible la creación de rutas turísticas para el desarrollo de las comunidades de Kallari localizadas en el Tena, Provincia del Napo, ya que la oferta turística es variada y con el enfoque de satisfacer a los clientes, y lo más importante es que se puede promover el desarrollo de muchas familias, objetivo de toda organización sin fines de lucro con ayuda de capacitaciones y formaciones importantes.
- Se logró con constancia y dedicación la realización del inventario de atractivos turísticos en las zonas de las comunidades estudiadas, con visitas personales a las, llegando a los sitios de interés y sobre todo se vivió la experiencia que podrán tener los turistas al momento que opten por la presente propuesta. Datos del Ministerio de Turismo también fueron de gran aporte para clasificarlos y reconocer su tipo. Así se establecieron las rutas que tienen un orden de ubicación.
- La información de infraestructura y equipamiento se logró mediante el análisis personal con la colaboración de los integrantes de Kallari, se concluye que estas no necesitan inversión en construcción sino más bien de equipamiento de materiales para brindar un buen servicio al turista.
- Para precisar la organización administrativa de la Asociación, se constató que está muy bien fundada y es un ejemplo, ya que sus integrantes están conformados por gente que realiza el trabajo voluntariamente.
- El mayor desafío en el transcurso del proyecto fue el establecer el adecuado estudio de mercado, ya que para que este tipo de actividades surjan se debe tener estrategias que permitan ofrecer productos competitivos en el mercado, para establecer el segmento se tomaron datos de la competencia, a la propia asociación y sobre todo a los protagonistas de los viajes, gente voluntaria que ha vivido en las comunidades, siendo quienes han propuesto cambios y han proporcionado inversión financiera. Aunque no se obtuvieron datos estadísticos e informes de visitas a Kallari, si se logró tener un promedio de los mismos, y estimar próximos con el estudio de las capacidades de carga.

- Una buena característica de los visitantes a estos destinos es que son gente estudiada, que promueve el buen manejo de los recursos y la conservación del entorno, otra premisa estudiada fue el gasto promedio que arrojan ingresos alentadores, siempre y cuando se les proporcione lo que busca. En cuanto a los voluntarios, estos deben estar dispuestos a experimentar otra cultura y actividades que cambiarán su prospectiva de vida, ya que las costumbres ancestrales van desde las divinidades de la selva hasta un idioma interesante.
- En el análisis de la competencia, si bien es verdad que hay variedad de opciones estas se tomaron como ejemplo para lo que se debe o no se debe hacer, como poder obtener información de equipamientos por un lado y por otro el de no vender a las comunidades como simples centros de visitas de paso y mostrar presentaciones simples, la idea del plan es lograr que las comunidades sean los protagonistas de los proyectos de actividades turísticas. Se puede tomar en cuenta a análisis e otros países que consideran a los atractivos naturales como fuentes importantes promoviendo sus potencialidades a través de catálogos nacionales con gran cantidad de información.
- Hay que ver a la competencia más que como un rival como un aliado ya que el objetivo de este proyecto es el de aumentar el desarrollo de más comunidades más no de ser los únicos.
- El precio se lo pudo obtener gracias a las entrevistas y datos de los miembros de la asociación y mediante de análisis financieros, pretendiendo tener precios más bajos de los de la competencia por ser un proyecto nuevo. Se considera a visitas por diferenciación de grupos que en promedio van desde pequeños, medianos y grandes, para obtener datos más reales. La oferta se basa en las rutas turísticas que tendrán una fuerte influencia con la producción de cacao, lo que destaca a la Organización otorgando una ventaja competitiva a simples tours a la selva.
- La plaza y la promoción son a consideración uno de los análisis más importantes para el desarrollo, el poder ofertar los productos con éxito depende de cómo la Asociación se dé a conocer, gracias a un plan de estrategias de promoción como el boca a boca que ha demostrado ser los más fuertes distribuidores de la información tanto positiva como negativa, así está el ejemplo de la inclusión de recomendaciones en Lonely Planet Guide 2006, y la ayuda de voluntarios como Judy Logback. La página web y

las ferias internacionales son factores que Kallari considerará primordiales para adelantarse a las necesidades de los usuarios.

- La venta de chocolates se incrementará gracias a la cortesía que la asociación proporcionará a cada turista despertando el deseo de compra.
- El análisis técnico arroja rubros de inversión que proporcionarían un adecuado servicio y alimentación segura para los visitantes, se tomó en cuenta un arduo mantenimiento de las cabañas así como de las letrinas y fosas, para reducir impactos. Se concluyó que no se necesitará inversión en infraestructura.
- En cuanto al estudio ambiental se concluye que es de gran importancia y además el que más responsabilidad conlleva. En todo proyecto el medioambiente siempre sufre cambios negativos, estos se dan por distintos factores como la contaminación, la reducción de las especies naturales, entre otros además del impacto socio cultural que sufren las familias al estar en contacto con otras diferentes, pero es considerable el hecho de que las comunidades ya tienen visitantes, los mismos que producen estos efectos, el plan ambiental desarrollado en el proyecto sirve para reducir estos impactos aunque no se los elimine, todas las personas atraviesan por cambios de menor o mayor escala, y no por tratar de evitar la influencia se tiene que eliminar actividades que generan crecimiento, el hecho está en la difusión con orgullo de la cultura Kichwua, así esta se transmitirá con transparencia, sin privar a las familias comunitarias a poder comparar experiencias.
- Para el plan ambiental se contará con productos biodegradables, como las innovadoras fundas ecológicas de Supermaxi y otros productos como jabones además de promover la formación y capacitación ambiental de empresas como la SECAP, para que los servidores de servicios puedan transmitir esta información a los turistas, mismos que serán evaluados y encuestados.
- Lo que se refiere al estudio financiero se señala que los ingresos netos en el primer año de operación serán de \$168.476, con una utilidad neta de \$13.769,01, realizando un flujo de caja con las depreciaciones y la recuperación del capital de trabajo, se estima recuperar la inversión casi en el primer año.

Los indicadores financieros como el VAN, el TIR y el CB, obtenidos gracias al previo estudio de balances e informes como la inversión inicial, el estado de pérdidas y ganancias y el flujo de efectivo arrojan resultados positivos. El VAN para la recuperación del proyecto indican que se obtendrá el retorno de \$ 21.701,84, que es la inversión inicial, con una tasa interna de retorno de 63.73% generando una relación costo beneficio de 2,00.

Se considera este tan alto porcentaje ya que se dividirán los ingresos a las familias participantes de las comunidades que suman 92.

- El punto de equilibrio del proyecto se da cuando se tengan 800 pasajeros, que será el número de personas que necesita el proyecto para no ganar ni perder.
- Datos como los referentes en el artículo del Plan Estratégico de Desarrollo del Turismo Sostenible a Largo Plazo, indican que la meta clara para los próximos años es incrementar la visita de extranjeros en casi 2.5 millones y otro dato importante es la construcción del aeropuerto en el Tena, ya que se estima un aumento de turistas de Estados Unidos y Europa en su mayoría, para el 2020.
- El convertir a la Asociación Kallari en oferente de actividades turísticas comunitarias fue una iniciativa personal que surgió por la motivación de ayudar a las comunidades que lograron incentivar la propuesta del presente proyecto sin esperar beneficios o utilidades sino más bien ofertar ayuda de manera teórica para que se convierta en práctica, que dio como resultado el conocer a personas importantes de Kallari y compartir experiencias.

RECOMENDACIONES

- Este tipo de turismo debe ser considerado como una actividad que integra una gran cantidad de elementos como personas, sistemas de producción, lenguas culturas y formas de vida que proporciona ingresos complementarios considerables.
- Se concluyó también que los proyectos comunitarios surgen por ayuda extranjera más que nacional, lo que se puede aprovechar aunque se debería incentivar a las entidades del estado y organismos nacionales para que presten mayor atención.
- La asociación deberá llevar un control estadístico de la información para tener buenos resultados en el futuro, el compartir con los miembros de cada comunidad y ser recibidos por los presidentes agregan valor.
- Las capacitaciones tienen que ser consideradas infaltables, de este depende el éxito de las experiencias turísticas de los clientes para una visita libre de problemas.
- El turismo continuará creciendo en el Tena, pero no hay que conformarse con este análisis sino aprovechar mercados como el de poder vender a turistas que visitan quito con la cafetería, donde se realizará una fuerte promoción desde el simple hecho de poder ofertar a los clientes cuando vayan a degustar de la gastronomía, basada en cacao fino de aroma, sin olvidar a agencias de viajes y otras empresas como escuelas de español.
- Se deberá tomar en cuenta que las comunidades no salgan de los principios de equidad, para el buen uso de las utilidades que serán repartidas a las familias.

BIBLIOGRAFÍA

LIBROS Y DOCUMENTOS

- ESTRELLA E, (2002): “Biodiversidad en el Ecuador, Cultura y Naturaleza”. Universidad Salesiana, Quito. Primer Ciclo.
- FRANGIALLI, F (2003): “Bases para el Desarrollo del Turismo Rural en el Ecuador”, Estrategias, Ecuador.
- GREFA D: (2008) “Catálogo de Kallari”, Tena.
- JAMES C, VAN H, WACHOWICZ M, (2002) “Fundamentos de la Inversión Financiera”, Editorial Pearson, México. Onceava edición.
- KLEMPER Stella: (2007) “Voluntarios y Turismo Comunitario en Kallari.”, Análisis personal, Tena.
- KOTLER P, BOWEN J, MAKENS J, (1997) “Mercadotecnia para la Hotelería y el Turismo”, Editorial Pretice Hall, México. Primera edición.
- LOMBARDI, H (2004): “Desarrollo Estratégico de Turismo Comunitario”. Estudio, Buenos Aires Argentina.
- RAMOS I (2002): “Acción Ecológica/Amigos de la Tierra Ecuador2. Universidad Salesiana, Quito, Primer Ciclo, Pág. 44.
- RODRÍGUEZ David, (2006) “Guía Turística Jatun Sacha”, Proyecto.
- RODRÍGUEZ David, (2008)”Proyecto Kallari, para el Consulado General de la República Federal Alemana”.
- RUIZ L: (2002): “La Diversidad Biológica y Culturas de la Amazonía Ecuatoriana”, Universidad Salesiana, Gestión Local, Quito, Primer Ciclo, Pág. 30.
- Reglamento General de Actividades Turísticas (2003): Quito. Título V.

ARTÍCULOS

- EL COMERCIO (2008): “Plan estratégico de Desarrollo del Turismo Sostenible a Largo Plazo”, Quito.
- DIARIO EL HOY (2008): “El ingreso de Turistas en el 2007, creció más del 13%”, Quito.
- EL FINANCIERO (2008), “Chocolate Amargo Ecuatoriano tiene mayor demanda en el Exterior”. Quito, Pág. 6 y 7.
- EL UNIVERSO (2008): “El Supermercado entra dentro de la Era Biodegradable”, Guayaquil.

MINISTERIOS, NORMAS Y LEYES

- Estrategia Nacional de Ecoturismo (2002).
- Ministerio de Medio Ambiente: (1999) “Estrategia Ambiental para el Desarrollo Sostenible del Ecuador.
- Ministerio de Turismo del Ecuador:
 - Ficha para Inventario de Atractivos Turísticos.
 - Atractivos de la Provincia del Napo.
 - Acuerdo Ministerial No 20070130.
- Norma Técnica de Ecoturismo (2004).

ENTREVISTAS

- Sr. ALVARADO Elías, Director de Producción y Recursos Humanos de Kallari.
- Ing. CERDA Francisco, Director Financiero de la Asociación Kallari.
- Sr. CERDA Nelson, Presidente de la Comunidad de Shandia

- GILBERT Erick, Voluntario de Kallari y uno de los Creadores de la receta del chocolate Kallari.
- LOGBACK Judy, Voluntaria De Kallari, Ganadora del 3er Premio a nivel mundial de Biodiversidad.
- MERA Cristian, de la Fundación Maquita Cushunchic.
- MOLIINA Santiago, Administrador de Kapawi en el 2004.
- “María y Gringo”, Moradores de la Comunidad de Mirador.
- Ing. POZO Carlos, Director de Comercialización y Marketing de la Asociación Kallari.
- PALACIOS Yolanda, Encargada de Servicios Turísticos en el Ministerio de Turismo.
- RODRÍGUEZ David, ex Gerente de Marketing de la cafetería de Kallari en Quito.
- ROEBBER Rebeca, Voluntaria de Kallari durante un año, trabajó haciendo folletería para Kallari.
- Sr. TANGUILA Manuel, Vicepresidente de la Comunidad de Shandia.

OTRAS FUENTES

- Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador (FEPTC).
- Fundación Maquita Cushunchic (MCCH)
- ISO 14.001, Sistema de Gestión Ambiental.
- Plan Q.
- Unlimited Tours precios 2008.

PÁGINAS WEB

- <http://www.biolatina.com>
- <http://www.bcsecuador.com>
- <http://www.cafebritt.com>

- <http://www.concitvert.com>
- <http://www.cruceosgalapagos.com>
- <http://www.definición.org>
- <http://www.eluniverso.com>
- <http://www.es.wikipedia.com>
- <http://www.estelles.wordpress.com>
- <http://www.fairtradefederation.com>
- <http://www.infoagro.com>
- <http://www.jatunsacha.org>
- <http://www.kapawi.com>
- <http://www.kallari.com>
- <http://www.monografías.com>
- <http://www.pedagogie.ac-toulouse.fr>
- <http://www.rainforest-alliance.org>
- <http://www.rincancie.nativeweb.org>
- <http://www.suelo.org>
- <http://www.tourism-watch.de>
- <http://www.universopyme.com>
- <http://www.vicepresidencia.gov.ec>

APÉNDICES

Formato previo al viaje (Sugerencia hacerlo en inglés y español)

DATOS GENERALES	
Nombre:	
Edad:	
Nacionalidad:	
Estado civil	
Fecha de nacimiento:	
Profesión :	
Idioma (s):	
Si su idioma no es inglés lo habla o entiende?	
Peso en Kg, (opcional)	
¿Motivo del viaje a realizar	
Ha viajado antes a las comunidades de Kallari?	SI ☐ NO ☐
¿Cómo se enteró de la Asociación Kallari?	
¿Fecha que le gustaría realizar su viaje?	De a
ACTIVIDADES	
¿Qué actividades le gustaría realizar?	
Turismo	Voluntariado
- No de personas ☐	No de voluntarios
- No de días: ☐	Tiempo:
De 3/4, ☐ 5/6, ☐ 7/8 ☐ o más. ☐	1 mes ☐ 3 meses ☐ 6 meses ☐ 1 año ☐
Tipo de turismo	Tipo de voluntariado
☐ - De aventura y hospedaje en la selva (Serena)	☐ - Agricultura
☐ - Técnico científico acerca de cacao (Shandia)	☐ - Marketing y publicidad
☐ - Comunitario familiar y cultural (Mirador)	☐ - Diseño gráfico
	☐ - Periodismo
Intereses:.....	☐ - Tecnología alimentaria
.....	☐ - Desarrollo de Negocios
.....	☐ - Turismo
.....	☐ - Derechos Humanos

	☐ - Ciencia
	☐ - Salud
Preferencia de viaje al Tena	☐ Bus ☐ transporte privado
Nivel de exigencia física	☐ Fácil ☐ Moderado ☐ Fuerte ☐

GUSTOS Y PREFERENCIAS	
- Comida preferida	
- Bebida favorita.....	
- Es vegetariano : si ☐ no ☐	
- Productos no aceptados.....	
☐ - Alergias/medicinas.....	
☐ - Padece alguna enfermedad cual.....	
- Fuma: si ☐ no ☐	
- Le gustan los niños: si ☐ no ☐	
☐ - Número de calzado	
<i>Gracias por su tiempo</i>	

Elaborado por: Ana Cristina Rodríguez

Ética turística: Es obligación del turista y voluntario seguir las pautas de ética turística para el buen resultado de los programas

- Aceptar a todas las personas por igual, aceptando su forma de vida y desarrollo diario.
- Se prohíbe el consumo del alcohol u otra sustancia adictiva durante visitas de voluntarios y turistas, el consumo de alcohol podrá darse en ceremonias turísticas eventos sociales, festival playero, entre otros previo aviso.
- Se prohíbe fumar dentro de las áreas naturales y casas de familias.
- No se permite violencia durante visitas de voluntarios y turistas. Violencia contra voluntarios y turistas se prohíbe y dará lugar a la prohibición permanente de participación con el turismo.
- Socios de la comunidad, niños, y directores de la escuela no deben pedir dinero ni donaciones de voluntarios o turistas (a excepción de propinas a la escuela durante programas de danzas hecho por los estudiantes). Todas las donaciones se debe hacer por la oficina de Kallari.
- La comunidad animará la participación de turistas en todas las actividades y presentaciones. Los turistas deben tener la oportunidad de ayudar con la cosecha y producción de cacao la cosecha de yuca y otros productos en la chacra, hacer chicha, cosechar la fibra y las semillas para las artesanías, aprender cómo hacer artesanías, etcétera.
- Respeto por la naturaleza y el medioambiente, siguiendo los parámetros ambientales.
- Procurar producir la menor contaminación posible de aire, agua y suelo.
- Respetar los senderos señalizados y los recipientes para botar la basura, siguiendo el principio de separarlos por su composición.
- Consumir el agua necesaria y procurar usar la menor cantidad posible.
- No emitir ruido durante las caminatas, y respetar la selva en general.
- No prender fogatas en áreas no permitidas y sin consentimiento del guía u otra persona autorizada.
- Utilizar únicamente las fundas biodegradables entregadas por la comunidad.
- No deje desechos plásticos, vidrios y otros de difícil degradación.
- Si toma fotos a personas de las comunidades que sea con su debida autorización.
- Respetar con la sugerencia de los productos que se debe llevar y los que no.
- Familiarizarse con las familias, y actuar de forma voluntaria en las actividades.
- No obligatorio pero se sugiere llenar las encuestas de satisfacción.
- Cumplir con las instrucciones del Shamán en caso de participar en sus ceremonias.
- El probar ayahuasca u otros alucinógenos no es recomendable, solo bajo su responsabilidad.
- Prohibido llevarse cualquier tipo de planta, animal, rocas, etc., de la selva.
- No tocar a los animales ni darles de comer.

SI POR CUALQUIER MOTIVO SE INCUMPLEN LOS PRINCIPIOS TURÍSTICOS SE PODRÁ SUSPENDER LAS ACTIVIDADES O SER MULTADO

ACEPTO.....

Fecha:/...../.....

Elaborado por: Ana Cristina Rodríguez

Que llevar

- Ropa ligera, preferiblemente dos mudadas por día. Incluir camisas de mangas largas y pantalones largos. Traje de baño.
- Sleeping en caso de querer acampar o ponerlo dentro de la cabaña.
- Toallas de baño grandes.
- Protector Solar.
- Repelente (uso moderado), preferible sin contaminantes.
- Cámara de fotos (de preferencia con pilas recargables)
- Gorra
- Chompa rompe vientos
- Zapatos para caminata (preferible 2 por los ríos y lluvias)
- Linternas extras (de preferencia con pilas recargables)
- Mochila pequeña para caminatas y excursiones.
- Medicamentos en caso de necesitarlos (con la debida autorización)
- Comidas y bebidas con medida y de preferencia productos no contaminantes.

Elaborado por: Ana Cristina Rodríguez

Capacitaciones

CAPACITACIÓN	TEMAS	INVOLUCRADOS	TIEMPO /Año
Turismo y servicios	-Qué es turismo -Como recibir al cliente. -Servicio de calidad -Resolver problemas	Director, Gerente Turismo, Presidente de las comunidades, Representantes de mujeres, Guías.	2 veces cada 6 meses, por lo menos hasta comenzar.
Artesanías	Métodos y técnicas, creación.	Artesanos (as), jóvenes y niños, representantes de cada comunidad.	1 o 2 veces al año.
Idiomas (Inglés) Voluntarios	Inglés básico turístico.	Guías, Presidentes, Representante de mujeres. Niños y Jóvenes.	Por lo menos 2 horas por semana..
Conservación de la cultura	Idioma Kichwua	Niños, jóvenes y mujeres.	Por lo menos 2 horas a la semana
Contabilidad básica	Cálculos básicos	Presidentes de la comunidad, y representante mujer.	Cada 6 meses.

Elaborado por Ana Cristina Rodríguez

Temas de Medioambiente

Página 2 de 2

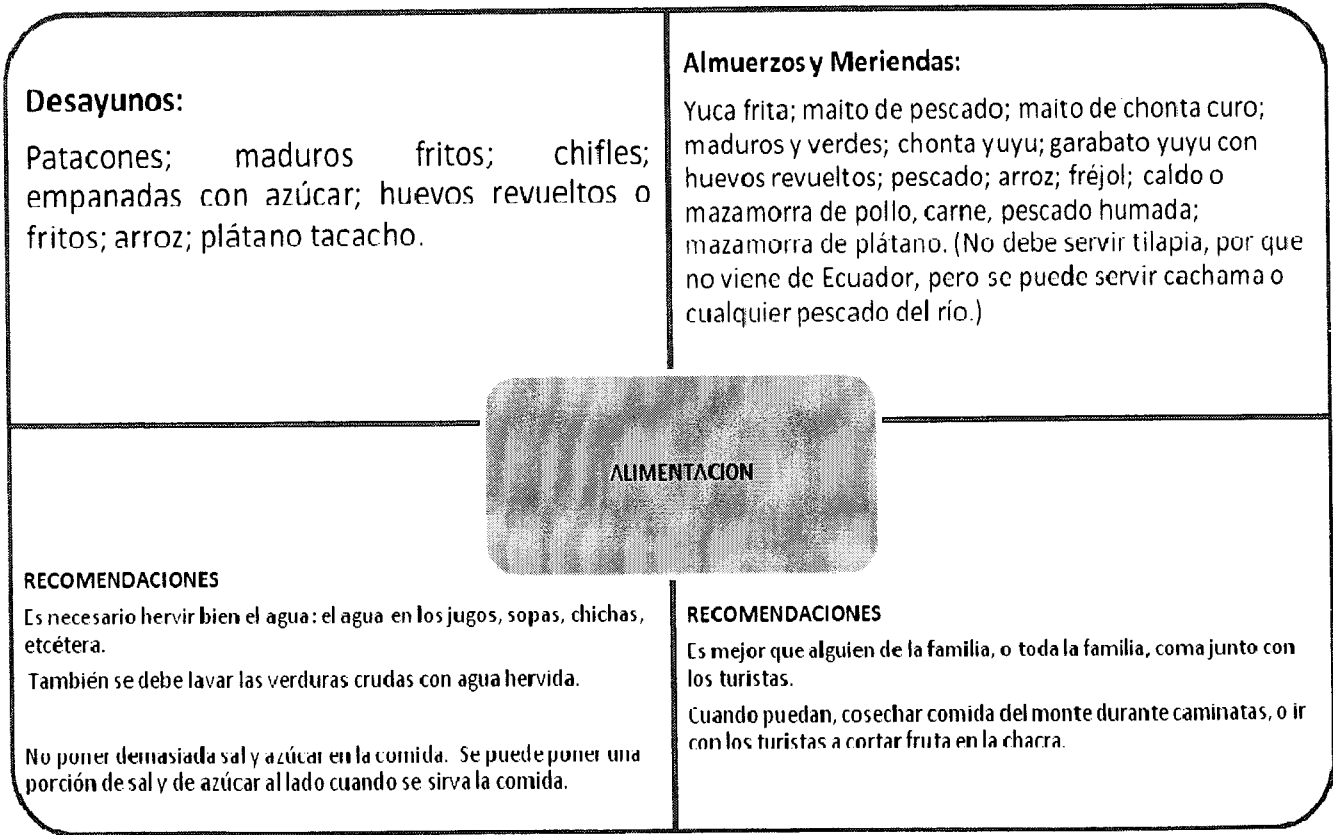
Debido a su importancia y amplitud se lo separa de las demás capacitaciones y todo el personal debe formar parte de las capacitaciones, este puede ser cada

TEMA	TIEMPO	TEMA
Desechos. Contaminación ambiental.	Una vez	Escasez y mal uso del agua.
Destrucción de la capa de ozono. Cambio climático global	Una vez	Pérdida y degradación de los suelos.
Ecosistemas, flora y fauna de la zona.	Una vez	Saneamiento básico.

Elaborado por: Ana Cristina Rodríguez.

Alimentación

Los turistas tienen interés a conocer a las comidas y bebidas típicas de la cultura Kichwua., por ello es importante ofrecer muchas opciones de alimentaciones tradicionales. Se debe tomar en cuenta el formato llenado previo al tour para saber sus gustos alimenticios.



Comida del monte	Frutas	Bebidas
• Achanso; alas; hormigas ukuis; chonta yuyu; chonta curo; garabato yuyu; lissan yuyu; pushiwa yuyu; wama yuyu; miel de abejas; patas (cacao blanco); culantro silvestre; ajo del monte; cebolla china; caña agria; camote.	• Aguacate; arazá; cacao; guaba; guabilla; guayaba; guanábana; limón; mandarina; naranja; morete; piña; papaya; maracuyá; granadilla; chonta; orito; maduro; plátano; chirimoya; paso; uvilla	• chicha de yuca, de maduro, de chonta; chucula; colada; té de guayusa, ishpingo/canela, hierba luisa, hojas de limón o naranja, jugos (naranja, limón, piña, maracuyá, papaya); chocolate caliente con ishpingo.

Fuente: Stella Klemperer (2007), voluntaria de Kallari.

Elaborado por: Ana Cristina Rodríguez

Apéndice F

Página 1 de 3

Encuestas de satisfacción de servicios

Debe ser en español y en inglés.

Fecha/Date:		Guía/Guide:		
Número de personas/Number of people:				
Comunidad visitada/Community visited:				
Por favor escoja la respuesta correcta. Please rate the following.		Regular/Fair	Bueno Good	Excelente Excellent
1.	Atención pre arribo			
2.	Personal de oficina/Office personnel			
3.	Movilización hasta/de la comunidad/ Transport to/from the community			
4.	Guía/Guide			
5.	Tour de la chacra/Agricultural tour			
6.	Presentación de la chica/Chicha presentation			
7.	Artesanías/Artisan crafts			
8.	Caminata al bosque/Nature hike			
8.	Senderos/Trails			
10.	Viaje en río/River trip			
11.	Presentación de danza/Dance performance			
12.	Hospedaje/Lodging			
13.	Comodidad/ Confort			
14.	Comida / Food			
15.	Alimentación/Food			
16.	Otros/Other:			

17.	Sus expectativas fueron/ Your expectations were:	No satisfechas Non satisfied	Satisfechas Satisfied	Superadas Over satisfied
18.	¿Qué es lo que más le gustó?/What did you like best?			
19.	¿Algo te hizo sentir incómodo durante su visite? Were you ever made uncomfortable during your visit?			
20.	Que cambios sugiere?/What changes would you suggest?			

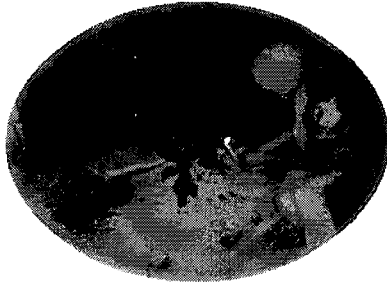
<i>Si usted desea recibir noticias de Kallari Rainfamily, por favor llene los siguientes datos:</i> <i>If you would like to receive updates from Kallari Rainfamily, please fill in the following information:</i>
Nombres/Names:
E-mail:
País de origen/Country of origin:

Fuente: Stella Klemperer (2007), voluntaria de Kallari.

Elaborado por: Ana Cristina Rodríguez

Fecha/Date:		Guía/Guide:		
Número de personas/Number of people:				
Comunidad visitada/Community visited:				
Nombre del guía/ guide's name:				
Por favor escoja la respuesta correcta. Please rate the following.		Regular Fair	Bueno Good	Excelente Excellent
1.	Conocimiento del guía/ Guide knowledge			
2.	Interacción del guía/ Guide interaction			
3.	Cuidado del guía con el medio ambiente/ Guide's conservation principles. Tiempo de tour/ Tour time			
4.	Condición de senderos / Footpaths conditions			
5.	Estado de los basureros / Trash containers conditions			
6.	Cuidado de ruido / Noise care			
7.	Uso de agua en senderos/ Water use			
8.	Actitud del guía / guide actitud			
9.	Sus expectativas en el sendero fueron/ Your expectations at the footpahts were:	No satisfechas Non satisfied	Satisfechas Satisfied	Superadas Over satisfied

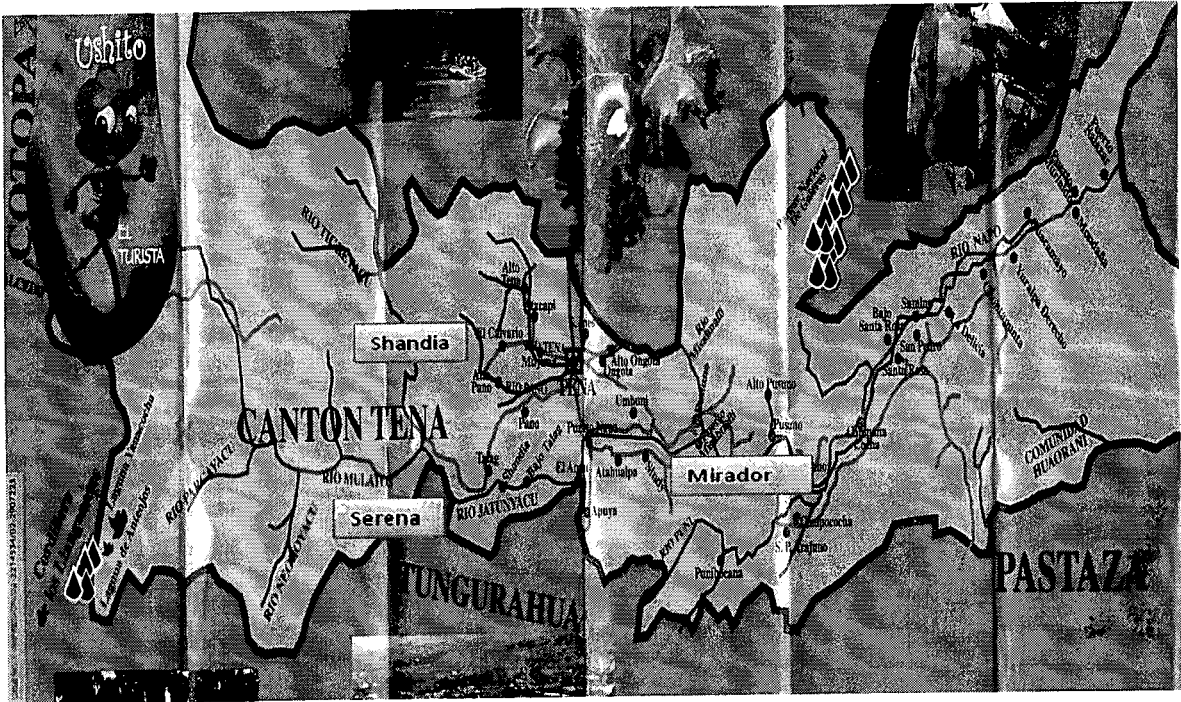
Elaborado por: Ana Cristina Rodríguez



ANEXOS



MAPA DE UBICACIÓN DE LAS COMUNIDADES



ANEXO 1

21

Presidente de Anecacao afirma:

Chocolate amargo ecuatoriano tiene mayor demanda en el exterior

La creciente demanda de chocolates amargos, oscuros o dark beneficia significativamente al País, ya que en la elaboración de esta variedad (de chocolate) se utiliza una abundante cantidad de cacao, lo cual significa una mayor demanda del fruto, asevera el presidente de Anecacao, Askley Delgado.

Prueba de lo anterior es que en Alemania la demanda de esta variedad se incrementó un 42%, mientras que en EE.UU. y demás mercados, el ritmo de crecimiento es del 30% anual, versión con la que concuerda el gerente general de Vintage Plantation y presidente de Aprocafa, Fernando Crespo, quien anota que esta empresa utiliza su producción de cacao Don Homero y Nacional para producir chocolates oscuros y luego exportarlos.

Situación similar a la de Confiteca, que empezó a exportar recientemente (hace menos de un año) chocolates negros bajo el nombre de República del Cacao, a países como Alemania, España, Japón, Canadá y Estados Unidos; mercados que asegura el presidente alterno de la Empresa, Gonzalo Chiriboga, espera incrementar en corto tiempo.

Entre las medidas que Confite-

Registro de Marca es necesario

Internacionalmente algunas empresas utilizan el nombre del Ecuador, incluso sin utilizar el grano ecuatoriano, por lo que es necesario que el Ministerio de Relaciones exteriores y la Cancillería, tomen medidas estableciendo el registro de la Marca País, para evitar este tipo de problemas, advierte Fernando Crespo.

Sobre el tópico, Gonzalo Chiriboga manifiesta que no se puede generalizar, la mejor opción sería respaldar la exportación de chocolates realizados en el País; así también, Ecuador debe avanzar en los procesos de denominación de origen, pero cuidando de no afectar aquellos clientes que compran el cacao ecuatoriano; pues en caso contrario, estos podrían dejar de comprar el grano, lo cual perjudicaría las exportaciones y los ingresos de nuestro país, continúa.

ca utiliza para cumplir con dicho objetivo están las participaciones de la Empresa en las ferias ISM de Alemania 2007 y 2008, y en el certamen Fancy Food de Nueva York y California, agrega.

Certámenes en los que actualmente existen diferentes empresarios interesados en realizar la distri-

bución de los chocolates dark de la Firma, de ahí que esperan que el proceso de exportación sea ordenado, más aún si la Compañía tiene una amplia experiencia en exportaciones, ya que comercializa sus productos tradicionales (caramelos, chicles, entre otros) a 40 países del mundo, asegura Chiriboga.

En el caso de los productos de Vintage Plantation, Crespo asevera que estos llegan en un 70% a los Estados Unidos; país al que exportan desde hace 2 años; el excedente (30%) se dirige a Europa, en especial a Londres y Suiza, último donde se comercializan los chocolates desde el año pasado.

Acota que la cualidad principal de los chocolates amargos de su Marca es el control y el cuidado que se tienen en ellos desde su cosecha, fermentación y elaboración, ya que estos no contienen elementos como la vainilla o los aromatizantes, que disfrazan la acidez de ciertos granos.

Esto ya que en la fabricación de los chocolates dark, la calidad y el aroma del producto dependen en un 60% del trabajo de fermentación, mientras que el 40% restante, de la maquila (tostado, conchado y demás procesos de fabricación del chocolate), continúa.

En enero del 2008

Disminuyeron las ganancias de la Banca ecuatoriana

Pese a que en enero del 2008 los 24 bancos que operan en el Sistema Financiero no arrojaron pérdidas, se nota que frente a enero del 2007 los bancos disminuyeron sus ganancias en US\$436 mil, para obtener finalmente utilidades, en conjunto, que llegan a US\$24,42 millones.

Dentro de esto, cabe mencionar que se obtiene esta menor ganancia pese a que los bancos Cofiec y Citibank ya no arrojaron pérdidas como lo hicieron en enero del año anterior, que en conjunto, según la Superintendencia de

mente el primero de ellos, al cierre del año anterior, donde obtuvo una pérdida que superaba los US\$1.000 millones.

En cuanto a los Depósitos a la Vista, la Banca logró conseguir US\$7,363.17 millones en el primer mes del año en curso; es decir, US\$1,271.38 millones más que en el mismo periodo del año anterior; dentro de esto, vale mencionar que el número de bancos es igual que el que se tenía en el 2007, con la diferencia que ahora ya no consta el CentroMundo y más bien aparece el Banco Capital, que a enero

En proyecto Mirador Área de explotación minera alcanzaría el 7%

Según la empresa Ecuacorientes (ECSA), la concesión del proyecto minero Mirador apenas posee un área de explotación del 7%, es decir, de las 9.928 hectáreas (ha) asignadas al Proyecto apenas se usarán para explotar y operar un total de 685.1 ha, donde se espera ubicar también las canteras, trituradora, planta de procesamiento, campamento de personal, escombreras, depósitos de relaves y vías de acceso, entre otros, afirma el vicepresidente senior de Operaciones, Ian Harris. Al finalizar la vida útil del Proyecto, y cerrar la mina, se creará

Producción e Industrias

Askley Delgado dice:

Exportaciones no crecerían de cacao ecuatoriano este año

Las exportaciones de cacao fino ecuatoriano durante el año pasado, alcanzaron los US\$250 millones, es decir, 106.000 toneladas métricas que se dirigieron principalmente a Europa (60%), EE.UU. y demás países de Latinoamérica (40%); cantidad que es posible que no se incremente este año, asegura el presidente de la Asociación Nacional de Exportadores de Cacao (Anecacao), Askley Delgado.

Lo anterior, debido a las constantes lluvias que hay en el País, lo que afecta de manera considerable al Sector, ya que el cacao necesita al menos 20 horas de sol para alcanzar una correcta fermentación, añade.

No obstante, esta reducción será compensada con el precio del cacao, el cual en lo que va del año se incrementó un 20% pues actualmente la tonelada tiene un valor de US\$2.570, que sumado al premio del cacao ecuatoriano (US\$150 aproximadamente), da un total de US\$2.700.

Sobre este tópico, el director de la Organización Internacional del Cacao (ICCO), Jan Vingerhoets, manifiesta que aunque la tonelada de cacao posee un precio estándar, cuando un productor cuenta con cacao de calidad y con conexiones directas para la exportación de sus granos a los elaboradores de chocolates y otros productos, estos pagan un "premio" (monto adicional).

ASKLEY DELGADO
Presidente
de la Anecacao



cos, son comerciantes de la Industria, por lo que les conviene pagar menos por los granos, lo cual se dio al disminuir dicha calificación.

¿Cómo mejorar la calificación?

Para incrementar la calificación del Ecuador como País Productor de Cacao es necesario tomar conciencia de la importancia de la correcta fermentación de los granos, y por ende evitar la mezcla de las 2 variedades de cacao que el País comercializa (CCN51 y el Nacional); de no hacerlo, las cosechas ecuatorianas podrían recibir descuentos en sus valores dentro de los mercados internacionales, responde Vingerhoets.

Acciones que evitarían una constante variación en la calificación del cacao, ya que un País que recibe numerosos castigos o descuentos, no puede mejorar su distinción, agrega.

Considera además que la calidad del Clon CCN51 o Don Homero, es buena; de ahí que con esta variedad se pueden lograr excelentes productos.

El presidente alterno de Confiteca, Gonzalo Chiriboga, al respecto, asevera que para mantener o incrementar la calificación del Ecuador, en lo referente a la producción de cacao, es fundamental reconocer las diferencias de las variedades de cacao, ya que cada una tiene su espacio dentro de los distintos mercados.

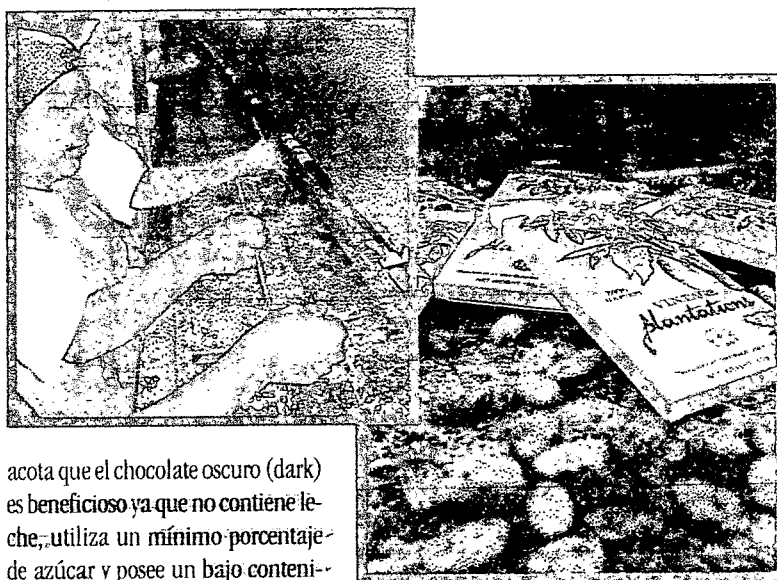
Asimismo, considera que el País debe fomentar un incremento de la rentabilidad del grano que posee mayor aprecio en el exterior, es decir, el cacao Arriba o Nacional; más aún si las exportaciones de cacao son trascendentes.

Fernando Crespo afirma:

Beneficios del Chocolate la salud genera mayores

La demanda de chocolates dark ecuatorianos crece internacio-
nalmente cada vez más, gracias
a sus cualidades antioxidantes y
positivas para la salud, asevera
el gerente general de Vintage Plantation y
presidente de Aprocafa, Fernando Crespo.

Opinión con la que concuerda el di-
rector de la Organización Internacional
del Cacao (ICCO), Jan Vingerhoets, pues



CCN51 ahora es cacao Don Homero

El clon CCN51 fue recientemente
registrado bajo el nombre de ca-
cao Don Homero, acción que favo-
recerá a la exportación de esta varie-
dad, ya que solo el cacao CCN51 que
sea fermentado bajo un correcto pro-
ceso, previamente determinado por
la Asociación, podrá comercializarse
bajo esta denominación, asegura el
Presidente de Aprocafa.

En otras palabras, Ecuador posee
una nueva oportunidad, al contar con
una reciente variedad de cacao con
buen aroma y con un nivel de mante-
ca alto, que permitirá que dicho gra-
no ingrese a diferentes mercados en
un tiempo prudencial, añade.

Frente a esto, se espera que el
Ministerio realice las gestiones ne-
cesarias para obtener una recalifi-
cación del País, con el fin de ex-
portar productos bien calificados y no
mezclados, con lo que se podría exi-
gir un mejor premio, de hasta
US\$3,000 extra por tonelada, conti-
núa Crespo.

Sobre el tema, el presidente de
la Asociación Nacional de Expor-
tadores de Cacao (Anecacao), Askley
Delgado, mencionó que la diferencia
entre el cacao fino de aroma, Arriba o
Nacional y el clon CCN51, se basan
en que el primero cuenta con carac-
terísticas especiales de sabor y de
aroma, a más del hecho de que en la
escala de careina, este grano tiene
una calificación de alrededor de 5 pun-
tos, mientras el Clon, no cuenta con
el mismo sabor y posee una mayor
producción de manteca, por lo que es
preferible utilizarlo únicamente para
semielaborados.

Esto último es una ventaja dado
que Ecuador también comercializa

acota que el chocolate oscuro (dark)
es beneficioso ya que no contiene le-
che, utiliza un mínimo porcentaje
de azúcar y posee un bajo conteni-
do calórico; lo que significa que no
engorda; es decir, se lo puede categorizar
como un producto light.

Agrega que esta variedad de chocola-
te previene los problemas cardíacos, sin
descontar que diferentes estudios señalan
que este tipo de productos dark, ayudan a
prevenir el cáncer, características que su-
mado a su excelente sabor y aroma,
incrementaron su demanda.

Otro valor nutricional del chocolate
es su calidad,
energizante, moti-
vo por el cual las
tropas militares es-
tadounidenses en
Irak cuentan con
barras de dark cho-
colates en su equi-
paje; para mante-
ner su energía y
una correcta salud
emocional, debido
a las endorfinas
que contienen, ex-
presa Crespo.

Cualidades que han provocado que los
niños y adolescentes también prefieran
dicha variedad de chocolates, lo que en
un futuro cercano significará una mayor
demanda de cacao internacionalmente,
redundando en beneficio para sus produc-
tores.

Por su parte, el presidente alterno de
Confiteca, Gonzalo Chiriboga, puntualiza

**FERNANDO
CRESPO**
Gerente General de
Vintage Plantation y
Presidente de
Aprocafa

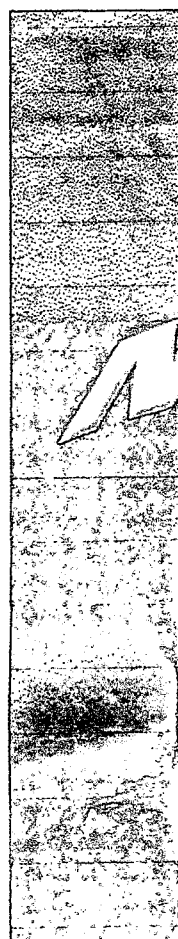


Producción exige cacao fino

Actualmente la salud juega un papel
importante dentro de los mercados inter-
nacionales, situación que originó gran-
des cambios en la
demanda de choco-
lates, ya que en los
últimos 3 años los
consumidores pre-
fieren productos de
mayor calidad, ela-
borados con granos
de alto nivel y de
orígenes específi-
cos, dice
Vingerhoets.

Así, los consu-
midores están dis-
puestos a pagar un
buen precio por
chocolates oscuros
de excelentes carac-
terísticas; es decir,
los clientes no solo
consideran la ela-
boración y atributos
de los granos de
cacao, sino tam-
bién el origen y la
producción de es-
tos, agrega.

Frente a lo an-
terior, las haciendas
donde se siembran



ANEXO 2

FICHA DE INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR



REGISTRO DE DATOS DE LOS ATRACTIVOS TURISTICOS

FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURISTICOS MINISTERIO DE TURISMO

1. DATOS GENERALES

ENCUESTADOR: FICHA No.
SUPERVISOR EVALUADOR: FECHA :
NOMBRE DEL ATRACTIVO:
PROPIETARIO:
CATEGORÍA: TIPO: SUBTIPO:

2. UBICACIÓN

LATITUD:

LONGITUD:

PROVINCIA: CANTÓN: LOCALIDAD:
CALLE: NÚMERO: TRANSVERSAL:

3. CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO

NOMBRE DEL POBLADO: DISTANCIA(km):
NOMBRE DEL POBLADO: DISTANCIA(Km):

4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO

C
A
L
I
D
A
D

V
A
L
O
R

I
N
T
R
I
N
S
E
C
O

ALTURA (m.s.n.m.): TEMPERATURA (°C): PRECIPITACIÓN PLUVIOMETRICA (cm³):
LATITUD LONGITUD

4. USOS (SIMBOLISMO)

C
A
L
I
D
A
D

V
A
L
O
R

E
X
T
R
I
N
S
E
C
O

ORGANIZACION Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)

5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO

ALTERADO ☐ NO ALTERADO ☐
 DETERIORADO ☐ CONSERVADO ☐ EN PROCESO DE DETERIORO ☐

CAUSAS: _____

5.1 PATRIMONIO (Atractivos Culturales)

Nombre: _____

Fecha de Declaración: _____

Categoría: ☐ Patrimonio de la Humanidad
☐ Patrimonio del Ecuador

6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO

ALTERADO ☐ NO ALTERADO ☐
 DETERIORADO ☐ CONSERVADO ☐ EN PROCESO DE DETERIORO ☐

CAUSAS: _____

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO

A
P
O
Y
O

TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VIAS			TRANSPORTE	FRECUENCIAS				TEMPORALIDAD DE ACCESO	
		B	R	M		DIARIA	SEMANAL	MENSUAL	EVENTUAL	DIAS AL AÑO	
TERRESTRE	ASFALTADO				BUS						
	LASTRADO				AUTOMOVIL						
	EMPEDRADO				4X4						
	SENDERO				TREN					DIAS AL MES	
ACUATICO	MARITIMO				BARCO					Culturales:	Día Inicio:
					BOTE					Día Fin:	
	FLUVIAL				CANOA					Naturales:	
AEREO					OTROS					HORAS AL DIA	
					AVION					Culturales:	Día Inicio:
					AVIONETA					Día Fin:	
					HELICOPTEROS					Naturales:	

Observaciones:

RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS:

NOMBRE DE LA RUTA:

DESDE: HASTA : FRECUENCIA: DISTANCIA :

9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA

AGUA

POTABLE ☐ ENTUBADA ☐ TRATADA ☐ DE POZO ☐ NO EXISTE ☐ OTROS _____

ENERGÍA ELÉCTRICA

SISTEMA INTERCONECTADO ☐ GENERADOR ☐ NO EXISTE ☐ OTROS _____

ALCANTARILLADO

RED PÚBLICA ☐ POZO CIEGO ☐ POZO SEPTICO ☐ NO EXISTE ☐ OTROS _____

PRECIO

SI ☐ NO ☐ ENTRADA LIBRE ☐ OTROS _____

Observación : _____

10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS

NOMBRES

DISTANCIA

11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO

LOCAL ☐ NACIONAL ☐
 PROVINCIAL ☐ INTERNACIONAL ☐
 Otros: _____

Certifico que los datos constantes en estas hojas son verídicos

FIRMA: **SUPERVISOR EVALUADOR**

**PROVINCIA:****FECHA:**[illegible]

ANEXO 3

CATÁLOGO DE KALLARI

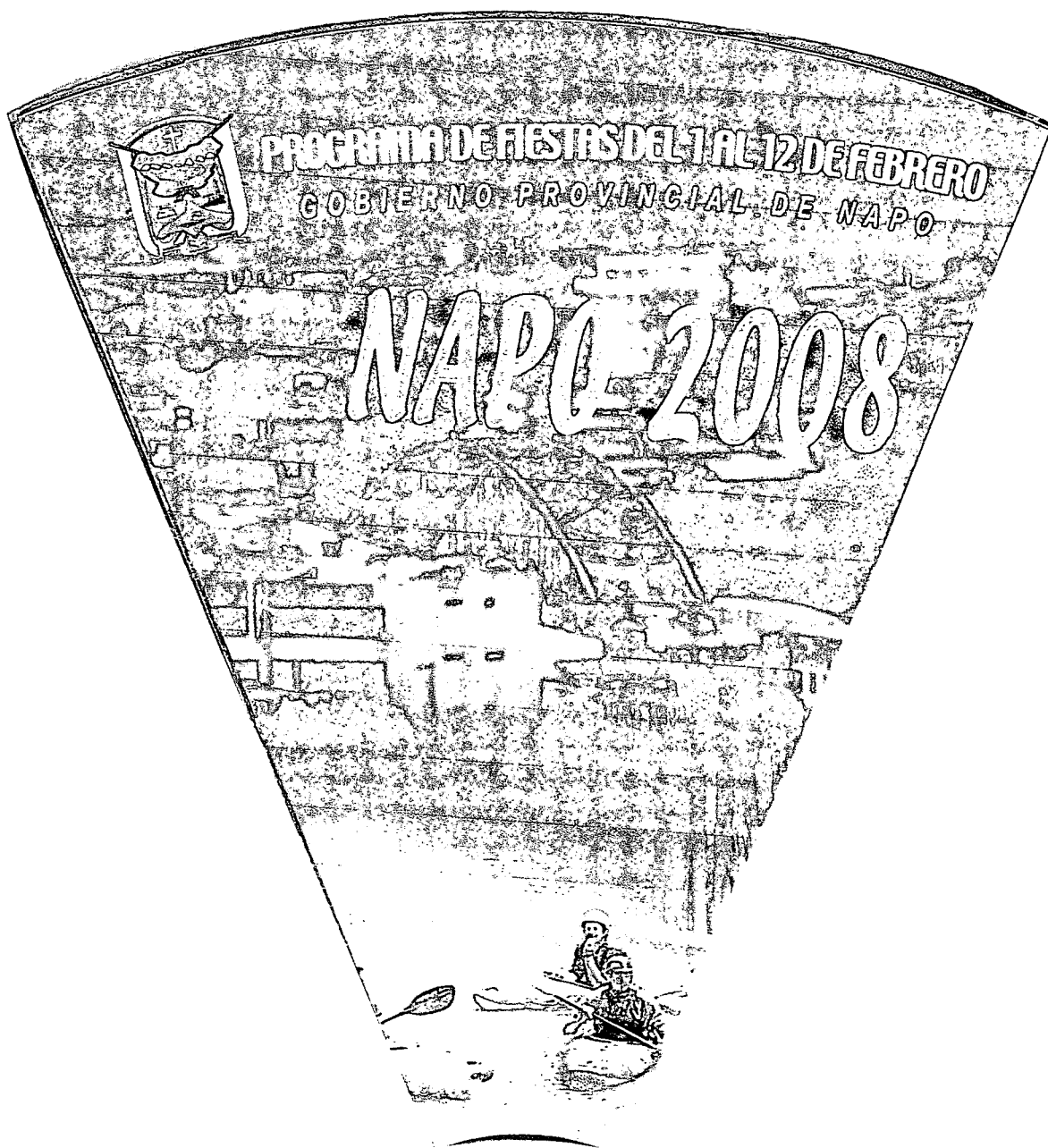


KALLA

El aroma floral
del bosque húmedo
orgullo de nues

ANEXO 4

PROGRAMA DE FIESTAS DEL 1 AL 12 DE FEBRERO GOBIERNO PROVINCIAL DE NAPO



ANEXO 5

INGRESO DE TURISTAS EN EL 2007 CRECIÓ EN MÁS DEL 13 POR CIENTO

Noticias al Día

Escrito por Dirección Nacional de Comunicación Social
jueves, 17 de enero de 2008

Ecuador cerró el 2007 con un total de 953.196 llegadas de visitantes extranjeros, lo que representa un incremento del 13,40 por ciento con relación al 2006, según los datos preliminares entregados por la Dirección de Migración de la Policía Nacional al Ministerio de Turismo.

El reporte revela que julio y agosto con 103.747 y 89.564 respectivamente, fueron los meses en que mayor cantidad de llegadas y arribos a los aeropuertos, puertos y pasos fronterizos del Ecuador se registraron, manteniendo la tendencia alta de años anteriores.

Los puntos de arribo más significativos fueron los aeropuertos de Quito con 428.974, de Guayaquil con 228.352 y los pasos fronterizos de Tulcán con 126.788 y Huaquillas con 147.785 que cubren el 97,7 por ciento de entradas de extranjeros al Ecuador. De ahí se encuentran el paso de Macará en Loja con 12.544 y el puerto de Manta en Manabí, con 2.236. Los puertos y pasos fronterizos de Sucumbíos, Pastaza, Esmeraldas y Orellana registran un total de 6.387 arribos y entrada de extranjeros.

Los estadounidenses con 240.530; los colombianos con 201.546; y los peruanos con 149.250 son quienes registran mayor número de llegadas por parte de las **Américas**, según los archivos de Migración.

Entre tanto de **Europa**, los españoles con 45.765, británicos con 26.848, alemanes con 23.453, Francia con 16.904 e Italia 12.970, son quienes registran mayores ingresos al Ecuador. Estas cifras demuestran que en el 2007 el mercado procedente de los países europeos registró un crecimiento del 21,7 por ciento con relación al año anterior.

La aplicación de varias estrategias que define el Plan de Marketing Turístico del Ecuador, como la participación en las más importantes ferias de turismo que se desarrollan en Europa; recorridos de periodistas especializados de la revista Merian, SZ Magazin y TV Focus Group de Alemania; de las revistas Vivre Zen, Ulisse, Le Figaro Magazine y Femme Actuelle de Francia, visitas de operadores mayoristas de turismo, work shops, entre otras, evidencian el crecimiento de este mercado.

Asimismo el Ministerio de Turismo a través del Fondo Mixto de Promoción Turística, desarrolló durante el 2007 acciones de promoción del destino Ecuador, dirigido a operadores mayoristas y agencias de viajes de México, Brasil, Estados Unidos y Canadá, así como en Argentina, Chile y Colombia.

www.dlhora.com

ANEXO 6

Plan Estratégico de Desarrollo del Turismo Sostenible a Largo Plazo Artículo de El Comercio, enero 2008.

EL PLAN ESTRATÉGICO DE DESARROLLO DEL TURISMO SOSTENIBLE ES A



Preferencia de actividad turística nacional

Actividad realizada	Total de visitantes	%
Diversión	1 214 990	45,6
Visitar naturaleza o áreas protegidas	695 161	26,1
Practicar deportes	326 317	12,2
Gastronomía	170 882	6,4
Observar flora y fauna	79 232	3
Visitar varios sitios arqueológicos	77 126	2,9
Realizar compras	52 381	2
Visita a comunidades	4 473	0,2
Visitar shamanes, curanderos	1 608	0,1
Otros	44 137	1,7
Total del universo	2 666 315	100

Preferencia de visitas a atractivos turísticos nacionales

Atractivo visitado	Total de visitantes	%
Sitios naturales	786 718	29,5
Playas	775 756	29,1
Balnearios termales	404 860	15,2
Sitios de diversión	221 414	8,3
Sitios de comida	144 161	5,4
Fiestas y mercados	102 281	3,8
Fiestas religiosas	65 396	2,5
Otros	56 460	2,1
Parque nacional	40 147	1,5
Museos	34 267	1,3
	26 088	1

Los objetivos en cifras optimistas

Rubro	2006	2010
Llegadas visitantes internacionales	840 001	1 153 799
Generación de divisas (en miles de dólares)	499 400	683 995
Gastos por visitante internacional (por estancia)	594,52	609,92
Turismo interno	903 695	1 355 543

Las metas son muy ambiciosas

- Multiplicar casi por 2,5 veces (2 millones) el volumen de visitantes internacionales en
- Multiplicar casi por 3,7 veces (USD 1 800 m) generación de divisas por ingreso de visitar
- Llevar el gasto por estancia del visitante a USD 595 (año 2006) a USD 967 en el año 202

ANEXO 7

VICEPRESIDENTE INFORMÓ A GABINETE SOBRE PROYECTO DEL AEROPUERTO INTERNACIONAL DE TENA

Santo Domingo, 5 de octubre de 2007.- Un informe del proyecto de construcción del aeropuerto internacional en la ciudad amazónica de Tena, fue presentado por el Vicepresidente de la República, Lenín Moreno Garcés, durante la sesión de Gabinete del Gobierno realizada en Santo Domingo de los Colorados, entre el 5 y 6 de octubre.

El proyecto es impulsado por la Vicepresidencia de la República, el Consejo de Desarrollo Amazónico y el Ministerio de Transporte y Obras Públicas, con el propósito de promover el desarrollo productivo sustentable de la región amazónica y el turismo amigable y comprometido con el medio ambiente.

El aeropuerto de Tena constituirá el punto de ingreso del turismo receptivo y científico, así como un puente para el intercambio comercial. Además, será un instrumento único para la promoción nacional e internacional de la diversidad natural y riqueza cultural de la Amazonía ecuatoriana.

De acuerdo con las previsiones contenidas en el informe de la Vicepresidencia de la República, únicamente en el ámbito turístico se espera un flujo estimado en 250.000 visitantes hasta el año 2021.

El aeropuerto estará ubicado el sitio denominado el Zancudo, en la parroquia Ahuano, del cantón Tena. Su pista de aterrizaje tendrá una extensión de 2.500 metros de largo y 60 metros de ancho, con capacidad de operación de aeronaves de última generación de mediano rango y con alcance de vuelo internacional.

El diseño previsto cumple con las exigencias internacionales y armoniza su estructura moderna con la arquitectura tropical amazónica, en donde se resalta el entorno turístico, étnico, agroforestal y de producción campesina de la región.

Los usuarios del aeropuerto de Tena, tendrán como beneficio adicional, una aproximación a la cosmovisión amazónica, en virtud del desarrollo de proyectos complementarios como el Centro de Interpretación Cultural y Nacionalidades Indígenas, Centro de Medicina Natural, Jardín Botánico, Serpentario, entre otros.

ANEXO 8

Tena, progresa por ecoturismo

www.visitaecuador.com/index.php

En tres años, esta ciudad cambió su forma de vida. Se abrieron decenas de agencias operadoras de turismo, locales que ofrecen servicios de Internet, restaurantes y hoteles. El movimiento es incesante a toda hora.

El manto de la noche cubre el cielo azul amazónico y da paso a las lámparas, que brillan cual luciérnagas en las calles de Tena. Son las 21h00 y el trajín no disminuye en la urbe, de temperatura cálida y gente acogedora. El ritmo con el que corren las aguas de los circundantes ríos Pano y Tena tiene su par en las calles. Decenas de extranjeros, mezclados con los lugareños, pasean, respiran el olor a selva o acuden a bares, restaurantes y hoteles.

Los 49.000 residentes tratan de acostumbrarse a este nuevo sistema de vida. Tratan también de aprovechar la llegada cada vez más numerosa de visitantes europeos y americanos para mejorar sus ingresos. Hace solo tres años, Tena era una población que dormía temprano y al despertarse, la gente se encontraba con sus vecinos y unos cuantos comerciantes que estaban de paso o venían a ofertar productos. Había poco turismo. Hoy, Tena es conocida con algunos apelativos: La Capital ecoturística de la Amazonia ecuatoriana, Un destino turístico por descubrir, El misterio amazónico, etcétera.

Cada mes se abren nuevos locales de servicios para visitantes. La inversión se concentra en levantar edificios para el funcionamiento de hoteles; los ya existentes mejoran su presentación y renuevan su mobiliario para brindar mejor atención y comodidad a los clientes.

Un registro de la Dirección de Turismo y Ambiente del Municipio de Tena detalla la amplia oferta en este campo.

Existen 24 agencias de viaje y receptoras de turismo, 38 sitios de alojamiento, entre hosterías, hoteles, cabañas y hostales, de primera a tercera categorías; 43 restaurantes, 8 discotecas y salas de baile, 7 bares y una decena de locales para conexión a Internet.

La mayor parte entró en funcionamiento en los dos últimos años, refiere Ricardo Bueno, promotor de turismo del Consejo Provincial de Napo. Señala que la capacidad hotelera de esta ciudad permite acoger a unas 3.000 personas al día, y dar alimentación a 5.000 mil visitantes.

“Es el denominado turismo verde el que llega a esta tierra. La gente viene en busca de aventura. Tenemos una amplia oferta: siete pisos climáticos, una gran biodiversidad y hasta una reserva de biosfera (Sumaco) reconocida por la Organización de las Naciones Unidas para la Ciencia y la Cultura (Unesco)”, dice.

Oswaldo Iglesias, propietario de una camioneta de la cooperativa Central, reconoce que sus ingresos mejoraron desde que trabaja con grupos de visitantes. “Todos nos beneficiamos, desde el dueño de una tienda hasta el gran hotelero”, menciona.

ANEXO 9

ESTUDIO DE LA COMPETENCIA



Activities and Attractions

Yachana Lodge is the only Ecuadorian Amazon lodge that hires virtually all local staff and indigenous naturalist guides. Our personnel receive extensive and continuous training and have years of experience providing a true eco-tourism experience and award-winning service. All of our guides are from the Amazon region, which means they have an intrinsic understanding of the rainforest. Additionally, they are fluent in English, Spanish, Kichua and other indigenous languages.

Your professional guide will be by your side as you:

- Hike deep into primary and secondary rainforest to discover wildlife (7 species of toucan, Great Potoos, Long-tailed Potoos and many more animals, birds, insects, snakes and spiders await!)
- Discover native plants and trees including an extraordinary array of medicinal plants and their uses.
- Early morning birdwatching on an island upriver and see over 30 species of birds in an hour including Whitehawk eagles and Blackhawk eagles.
- Explore Yachana's 4,300-acre (1,700 hectare) Protected Forest and visit our biological research station where biologists are documenting thousands of species and new species.
- Go on a night hike and discover another world that comes out only at night including the Tailless Whip Scorpion with its 20cm long antennae, snakes and frogs and enormous spiders.
- Participate in a traditional cleansing ceremony led by a local medicine man and test your skills at the indigenous arts of blowguns and spears used for hunting.
- Tour the Yachana High School's campus and Organic Farm and interact with the students - learn about their lives in the rainforest that is their home.
- Learn to make traditional ceramic bowls called "mokaua" from an indigenous woman with clays collected from nearby little streams and weave your own basket from plant fibers collected from the surrounding forest.

Jatun Sacha

Aspectos Generales



Fundación Jatun Sacha es una organización no Gubernamental sin fines de lucro, ecuatoriana, privada. Fue legalmente establecida en 1989, mediante Acuerdo Ministerial No. 270 del Ministerio de Agricultura y Ganadería, publicado en el Registro Oficial No. 238 del 21 de julio de 1989. Nuestro primer proyecto de conservación comenzó en 1985 con la creación de la Reserva Biológica Jatun Sacha, en la Amazonía ecuatoriana.

Es una Institución auto sostenible con gran impacto en la línea de iniciativas privadas de conservación a través de 8 diferentes modelos de reservas privadas, con proyectos comunitarios en zonas rurales y urbanas.

Las líneas de acción de Fundación Jatun Sacha son principalmente: la conservación de la diversidad biológica y cultural a través de diferentes modelos de conservación privada, educación ambiental y el desarrollo de proyectos de investigación y productivos que promueven el mejoramiento de la calidad de vida de las personas que viven en las zonas de influencia de sus actividades.

Posee un sistema de desarrollo institucional integrado con procedimientos que aseguran la calidad en sus servicios. Tiene una imagen de reconocido prestigio nacional e internacional, confianza y credibilidad, por haber contribuido a posesionar al Ecuador en el campo de la conservación de recursos naturales y culturales; y, por haber influido en la creación de otras ONG's inspiradas en su misión institucional.

ANEXO 10

CAFÉ BRITT

Café Britt Story

Café Britt was founded in 1985 as the first gourmet coffee roaster in Costa Rica. Before Café Britt, it was virtually impossible to find a memorable cup of coffee in the country. It seemed all the truly exquisite Costa Rican coffee was being hidden away. This, of course, was not true. The simple fact was all the best coffee was being exported.

It was here we had the opportunity to pioneer great change and introduce gourmet quality roasted coffee to Costa Rica. As exporters ourselves, we were able to see the problem and we knew we could solve it; by reserving and roasting some of this fine Costa Rican coffee. We had all the ingredients for success: access to perfect coffee from the country's best plantations, the finest mills, the roasters, and the obsession with quality. We combined all our resources and the result was Café Britt, Costa Rica's most remarkable coffee.

We were thrilled to discover this hidden gem and share Costa Rica's heritage with the world. Our enthusiasm for culture, nature and great flavors went beyond borders. In 2005, we headed south to Peru and explored this country's highlands for the best coffees and colorful artful crafts that transpire this nation's fabulous legacy. Warmer winds blew in 2006 with our expansion to the Caribbean where we parachuted our creative team into this fun friendly culture to create a line of products that truly reveal the islands' flair. The vast diversity of Chile's natural scenes and the warmth of its people blew us away... and we just had to become part of it. Café Britt Chile was created in 2007.

For over 20 years, we've had the pleasure of educating, entertaining, serving and, of course, celebrating each country's traditions with thousands of customers who visit our stores, website and roastery each year.

We've made a lot of close friends on the way . And we strive to show our appreciation by providing products and service that are each day better, each day more innovative, each day more a pleasure to receive.

ANEXO 11

PROFORMAS

COMERCIAL KYWI S.A.
SUPERCENTRO FERRETERO
AGENCIA 04 (C.C. OLIMPICO)
RUC : 01790041220001
TELEF: 000432569/000434631

P R O F O R M A
DOCUMENTO SIN VALOR COMERCIAL

FECHA DE EMISION : 25-AGO-2008

PROFORMA NRO. 889080

Pag. 1 de 1

VALIDO HASTA : 28-AGO-2008

Sr.(a) CLIENTE N.

REFERENCIA: SRTA ANA CRISTINA

DIRECCION : QUITO

VENDEDOR : VENDEDOR PDS 4

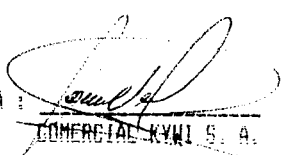
TELEF.: 0000501713 CIUDAD: QUITO

CODIGO	DESCRIPCION	CANT.	PREC-UNIT.	T O T A L
421448	LINTERNA LUCECITA+2PILAS EVEREADY	50	2,741071	137,05
448443	TACHO EXTRA FUERTE 77LTS V/COLORES	50	7,633929	381,70
576034	PONCHO VINIL TRANSPARENTE 52 X 80	50	6,973214	348,66
577637	BOTA NEGRA GOLIAT S/P N37	50	5,517857	275,89
617636	LAMPARA SOLAR ESTACA PEQUERA CADA 2 UNIA	50	15,017857	750,89

* ----> CODIGOS EXENTOS DE IVA	SUBTOTAL	:	1.894,19
	DESCUENTO	:	0,00
PAGUE COMO PAGUE KYWI LE OFRECE	IVA	:	227,31
LOS MEJORES PRECIOS	TOTAL	:	2.121,50

OBSERVACIONES:

VENDE SR JOHN VELEZ

FIRMA : 
COMERCIAL KYWI S. A.

FIRMA : _____
CLIENTE

Esta Proforma tiene validez solo con el nombre, firma del vendedor
y sello de COMERCIAL KYWI S. A.

En el caso de existir cambios en los precios de nuestros proveedores
y/o modificaciones cambiarias oficiales que afecten al costo de la
mercaderia , nos veremos obligados a actualizar precios en el momento
de la facturacion previo su conocimiento. Ademas nuestros precios
unitarios no incluyen IVA

E L R O S A D O S. A.

P R O F O R M A No. C-028590

.....: 0054 FERRISARIATO QUITO
 DEL CLIENTE: 928029 RODRIGUEZ ANA CRISTINA
 / R.U.C.....: 1716631849
: 1
: 1
 E EMISION...: Vie 8/Ago/2008
: 928029

PAG.: 1

CD	DESCRIPCION	COLOR	REFERENCIA	MARCA	TAMANO	UNC	UNIDADES	PRECIO	TOTAL	
135	REFLECTOR RECARGAB ALUM 2H		LS2146	.		1	2.00	20.53	41.06	I
436	LINTERNA 2EH1 CAMPING Y 2PILAS		TM420-2P	.	.	12	12.00	9.81	117.72	I
919	BOTA HERCULES SF 42		903471	PICA	42	1	18.00	5.70	102.60	I
727	PONCHO IMPERMEABLE CON CAPUCHA		1.20X1.85		.	1	20.00	9.73	194.60	I
858	TACHO NEGAFUERTE TAP SURTIDO		901635/901868	PICA		1	2.00	4.90	9.80	I
110	PAPELERA TAPA VAIVEN BLANCO		4830	RIMAX	5LT.	1	2.00	2.22	4.44	I
5:	6	TOTAL ITEMS:	56						470.22	
									56.43	
									526.65	

LA EMPRESA SE RESERVA EL DERECHO DE VARIAR LOS PRECIOS SIN PREVIO AVIS

SOMOS CONTINUENTES ESPECIALES

D POR: ITURRALDE

Oficina: 2 232806

Dirección: Miguel Solier 131.

CREACIONES DIANA ISABEL

PROFORMA

1282345

Cliente

Nombre: Ana Cristina Rodríguez.

Cédula/R.U.C: 171663184 - 9

Dirección: Cuba 200 y la Isla

Ciudad: Quito.

Fecha De emisión: miércoles 27 de agosto del 2008-08-27

ARTÍCULO	TAMAÑO	UNIDADES	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Mosquiteros ✱	1 plaza(techo)	100	16.00	1.600
Sábanas	1 plaza	100	16.00	1.600
Cortinas de baño	1.80 x 1.80	100	14.00	1.400
Alfombras de baño	80 x 40	100	8.00	800
TOTAL			Subtotal IVA 12% Total	5.400 648.00 6.048

Emitido por: Zoila Jácome

SUPERMAXI

el placer de comprar

* SUPERMAXI EL JARDIN **
Av. Republica s/n y Av. Amazonas
Quito - Ecuador
CORPORACION FAVORITA C.A.
Gral. Enriquez s/n Vía Cotoacocha
Quito - Ecuador
RUC: 1790016919001

ERMAXI =>
AUTORIZACION = 144774
LEF : SE DEBE ACTUALIZAR
MITADA:
DITO: 0 00

USUARIO: ANA CRISTINA
DRIGU*RENUOVE SU TARJET
D./RUC: 1716631849

D775 2@1.18 I INGENSA S	2.36 I
D112 I SLENDA	3.42
D330 2@ 31 I LA ECULO	62 I
D113 I DEMANDIS CREMA A	8.81 I
980 KG @ 3.85 /KG	
D220 DURAZNO GRANEL	3.77
D440 MAYBELLINE MASCARA	13.64 I
D110 I KELLOGGS SPECIAL	1.70 I

SUB-TOTAL 34.32

TARIFA 0%	7.19
TARIFA 12%	24.22
12% I.V.A.	2.91

TOTAL USD 34.32

D110 I KELLOGGS ALL BFA	2.11 I
D221 SX QUESO FRESCO	2.53
D110 I GUSTADINA AREOZ	2.37
D110 I LORENA GLLTA AVE	1.97 I
D110 MIEL ABEJA BACHITA	2.35
D112 5@.66 I ALPINA A	3.30 I
D111 HINDU TE HELADO MA	1.77 I

Cotizaciones:

Plato tendido: 2,70

Plato hondo:2,70

Plato postre : 2,30

Jarra 400 ml acero inoxidable: 4,58

Jarras 2 lt. Acero inoxidable: 11,06

Juego cubiertos (tenedor, cuchillo, cuchara x 24) : 23,18

Cotización en Montero

ANEXO 12

ITINERARIOS

Paquete # 1: 4 das / 3 noches: (Para los aventureros: Explora Serena)

DIA # 1 Llegada, introducción y familiarización.

- 13: 10 Visita a la comunidad de Serena, se parte desde el Tena en vehículo, el recorrido es 30 minutos aproximadamente.
- 1:45 Recibimiento por parte de la comunidad, de Coné (presidente de la comunidad), siempre y cuando haya disponibilidad del mismo, que ser informado previo al tour.
- 14: 00 Acomodación de los turistas en las cabañas que estarán previamente arregladas, aquí recibirán una pequeña charla de los puntos ms relevantes de lo que ser su estada, y de inmediato degustarán del almuerzo preparado con los productos típicos de la zona y previo conocimiento de los gustos gastronómicos de los turistas.
- 16:00 Visita al Museo Nucanchi Shimi, donde el gua explica el contenido del mismo, este museo representa la vida de las comunidades Kichwuas desde tiempos ancestrales, desde su infraestructura hasta las costumbres.
Frente al museo se visita la tienda donde se puede comprar cervezas, aguas, gaseosas, víveres, snacks y sin falta los chocolates de Kallari.
También se pueden comprar artesanías realizadas por las mujeres de la comunidad donde tendrán la pe donde obtienen la fibra, para que se pueda observar.
- 17:00 Caminata de una hora y media por el bosque primario característico de la comunidad, donde se harán explicaciones de la flora y fauna del lugar y lo más representativo de la selva, con los atractivos mencionados en el capítulo 2, los árboles de caucho, ceibos, de camota, observación de monos, cuevas de murciélagos, etc. Baño en el río Mulatos.
- 18:30 Regresando a las cabañas, interacción con el Shamán, charla de leyendas y prácticas ancestrales.
- 20:00 Interacción con Marcama, madre de Coné, quien es experta en las prácticas de la selva, preparación de alimentos como el verde o pescado en hoja de achira, que será el plato para la merienda, cada turista prepara su plato. (Opcional)

DIA # 2 Fuerza y caminatas nivel 1.

- 07: 00 Desayuno.
- 08:00 Recorrido por 3 fincas de las familias donde se cosecha yuca y cacao, acompañados por expertos en la producción de cacao, quienes explicaran desde la siembra, cosecha, compra y venta del cacao, recorrido que tomara aproximadamente 3 horas. Se hará la entrega de chocolates.
- 11: 00 Caminata hacia la laguna Yanacocha, para seguir hacia la cascada de Yani y visita a la piedra de la Boa. Duración aproximada 6 horas, explicación de cada uno de los productos de la

selva, observación de animales, baño en la cascada del Yani. Fotógrafa y retorno hacia la piedra de la boa, característica por ser la unión de varias rocas inmensas que forman la figura de una boa, guardiana de la selva, lo que según la historia dice tomada forma por las noches.

En la piedra de la boa se hará un descanso, con un box lunch (fruta de temporada, agua o gaseosa, Sánduche, y un snack..

- 17:00 Paso por el cerro de los Llanganates para regresar a las cabañas.
 - 19:00 Fogata en la selva, con los turistas y miembros de la comunidad, realización de la Huayusa, y la chicha, explicación de plantas medicinales y sus usos.
 - Merienda.
- Fin del día.

DIA 3 Hacer artesanías viene desde lo natural.

- 8:00 Desayuno.
 - 9:00 Artesanas: cosecha de pita, calmito y otras semillas para hacer artesanías, con las mujeres de la comunidad, recorriendo el bosque.
 - 13:00 Almuerzo.
 - 14:00 Paseo en canoa por el río Ilocullín donde habrá un detenimiento para lavar oro.
 - 16:30 Preparación de música y danza típica, regresando a las cabañas.
 - 19:00 Merienda
- Fin Del día.

DIA 4 Aventura al 100% en el mejor río del Tena.

- 08:00 Salida al río JatunYacu, para realizar rafting con un gua certificados de la comunidad, los instrumentos se los alquila (10.00 por persona, duración aproximada 4 horas.
 - 12:00 Almuerzo en la comunidad Sumak Samay, donde habrá una charla de la familia y beneficios del chocolate dark para la salud.
 - 14:30 Regreso a la comunidad de Serena, para empacar y regresar al Tena, para viajar a Quito nuevamente. Despedida con el presidente, familia y socios de la comunidad.
 - 15:30 Regreso a Tena.
 - 16:00 En van o en el bus Tena Quito, se regresara a Quito, duración aproximada 6 horas.
- 22:00 Arribo a Quito.

Paquete # 2: 4 días / 3 noches. Experimenta el Tour del chocolate y hazlo tu mismo, desde el Centro de Shandia. (Estos tours pueden ser preparados desde febrero hasta agosto, por temporada de cacao)

DIA # 1 Llegada, introducción y familiarización.

- 13: 30 Visita a la comunidad de Shandia desde el Tena.
- 14:10 Recibimiento por parte del presidente o representantes de la comunidad de Shandia.
- 14: 00 Acomodación de los turistas en las cabañas, se recibirá la pequeña charla de los puntos más relevantes de lo que será su estadía y de inmediato degustarán del almuerzo, preparado con los productos típicos de la zona y previo conocimiento de los gustos gastronómicos de los turistas.
- 15:30 Visita al centro artesanal de Shandia, con las mujeres y niños de la comunidad, donde se hablará de las plantas, semillas más importantes y destacadas para la preparación de collares y artesanías locales, preparación de artesanías.. (Fibra, semilla, tagua, madera, arcilla)
- 18:30 Visita a la playa de la comunidad, donde se realizan los festivales se pueden relajar y descansar.
- 20:00 Merienda.
- Fin del día.

Día # 2: Caminatas y deporte.

- 7:00 Desayuno.
- 8:00 Reunión en el centro de acopio de Shandia, donde se hará una presentación de agricultura y tradicional y charlas sobre los beneficios del chocolate dark para la salud, entrega de la barra de chocolate por turista.
- 10:00 Salida al río JatunYacu donde se podrá realizar rafting, con guía certificado.
- 14:00 Regreso a las cabañas para el almuerzo.
- 15:30 Caminata por el bosque, donde se aprecia la vegetación por los senderos.
- 16:30 Visita al mirador del bosque.
- 18:00 Caminata hacia el Río Pano, donde se puede bañar.
- 19:00 Regreso a las cabañas para la merienda.
- 20:30 Presentación de música y danzas típicas.
- Fin del día.

Día # 3 Compra y venta de cacao

- 06:00 Desayuno.
- 07:00 Salida hacia las comunidades aledañas (pueden ser viernes o sábados), para la compra de cacao a cada familia, recorriendo las comunidades de: Bajo Talag, Ila Yacu, Nuevo Jerusalén, Guineo Chimbana y Mushuk Kausay, donde las familias están listas con sus cosechas de cacao, estos se encontrarán en las vías para agilizar el proceso, el recorrido se hace en una camioneta de Kallari, durante el recorrido los socios explican a los turistas como es el proceso y explica las características de cada zona visitada, como árboles y plantas endémicas, así como fauna y atractivos principales. Tomara todo el da.
- 13:30 Llegada al Tena. Almuerzo en el Tena, a elección. (No incluye almuerzo)
- 15:00 Visita al centro de acopio en el Tena, donde se podrá descargar la cosecha de la mañana, también se podrá toscar el cacao para probar el chocolate caliente con Ishpingo (canela) y donde se puede comprar más de estos apetecidos productos orgánicos. Se hará un recorrido por todo el lugar con explicación del proceso.
- 15:00 Visita a la cascada Pimpilada de regreso a la comunidad.
- 18:00 Preparación de comida típica con las mujeres de las comunidades.
- 20:00 Charla con un shamán, acerca de la vida ancestral de la selva, donde se - despejara dudas de los turistas y preparación de la chicha.
- Merienda
- Opcional, en la noche se puede realizar una reunión comunal.
- Fin del día.

Día # 4: Despedida de cacao

- 08:00 Desayuno.
- 9:00 Participación en el proceso de injerto de plantas de cacao, con expertos.
- 11: 00 Salida al Tena y despedida con el presidente de la comunidad y demás miembros de la misma. Para regresar a Quito.
- 17 /18:00 aprox. Llegada a Quito, donde un representante de la cafetera se encargara de recibirlos para llevarlos a la cafetera en Quito y degustar de brownies realizados con el cacao Kallari, y podrán comprar ms chocolates de Rian Forest Family.

ANEXO 13

Análisis de precios por paquetes para las comunidades

Base de precios por actividades

Servicio	Costo
Guía	\$ 10/día
Caminata por el bosque	\$ 5.00
Cascadas	\$3.00
Viaje por el río/playa	\$ 5.00
Presentación: Artesanías	\$ 5.00
Visita al museo	\$5.00
Música y Danzas	\$ 10.00
Hacer Chicha	\$ 5.00
Practicas de agronomía	\$15.00
T. Aventura (deporte)	\$10.00
Ceremonia shaman (grupo)	\$15.00
Otros Presentaciones	\$ 5.00
Hospedaje	\$6/persona/dia
Alimentación	\$6/persona/dia
Otros Gastos	Costo
Comida	\$5/persona/dia
Cuenta Comunal	10% de ingresos netos

Elaborado por: Ana Cristina Rodríguez

ANEXO 14

LINKS RELACIONADOS CON KALLARI

Links

Current Funders:



Past Funders:



Canada International Development Agency



Bay-Paul Foundations

Member of:



Fair Trade Federation



Cacao Links:



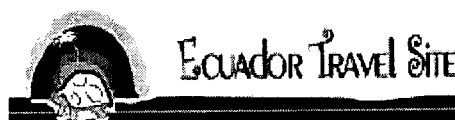
All about Chocolate and Cacao

Tours Guide Links:



Galapagos Cruise Tours

Other Links:



[Ecuador & Galapagos / Southamerica / Travel](#)



[Buscadores y sitios portales de Internet](#)

Education Links :

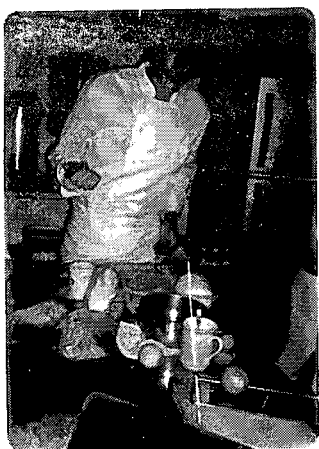


[Colonial Spanish School, Quito Ecuador](#)

ANEXO 15

PROGRAMAS EN LA CAFETERÍA KALLARI

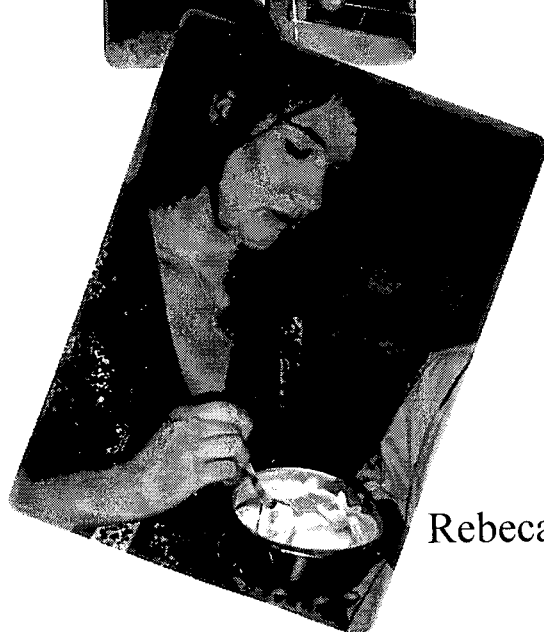
DÍA DEL AMOR Y LA AMISTAD



Erick Gilbert, Voluntario



Autor



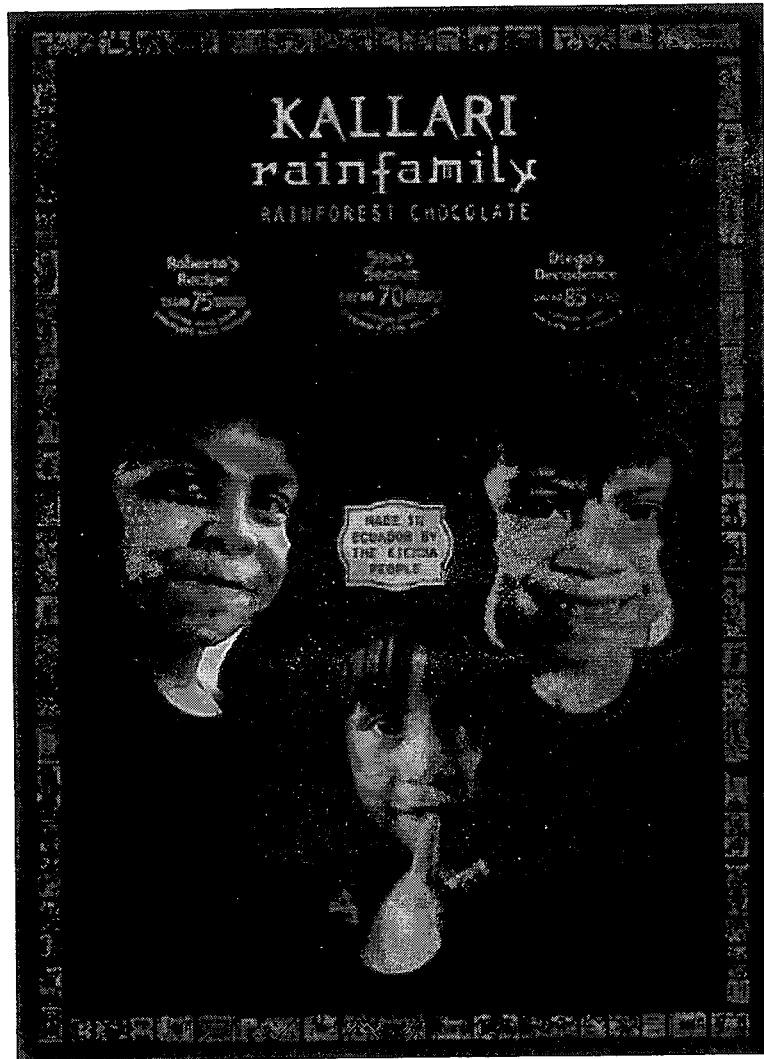
Rebeca Roebber , Voluntaria

Miembro de una comunidad



ANEXO 16

BARRAS DE CHOCOLATE



ANEXO 17

PÁGINA WEB DE LA ASOCIACIÓN KALLARI

Fair Trade Artists & Organic
Cocoa Farmers



[\[handicrafts \]](#)

[\[cacao \]](#)

[\[chocolate \]](#)

[\[coffee shop \]](#)

[\[rainfamily \]](#)

[\[volunteer \]](#)

[ABOUT KALLARI](#) | [CRAFTS & JEWELRY](#) | [STORE LOCATOR](#) | [CHOCOLATE LOUNGE](#) | [CACAO & CHOCOLATE](#) | [GET INVOLVED](#)

KALLARI ASSOCIATION

The Kallari Association is a self-governed coalition of Amazon artists and organic cocoa producers. Our cooperative began in 1997 with less than fifty families and has now grown to over 800 families.

Kallari has created sustainable income so Kichwa people can fulfill our basic family needs without logging our rainforests or selling our land. Our export of handicrafts has inspired the Kichwa youth to learn and practice traditional harvesting, dying, weaving and carving techniques.

Just ten years ago, middlemen kept profits for themselves and set low prices for cocoa beans. Today Kallari communities sell as a single unit, our leaders travel to Europe and North America to negotiate prices for our harvest. We have recently taken empowerment a step further: Kallari produces and sells gourmet organic fairly traded dark chocolate bars.

ANEXO 18

CERTIFICACIÓN BCS

BCS ÖKO - Garantie Cía. Ltda.

Record No.: KALLARI-9967-02.08-13098-10
DE 19967-007



TRANSACTION CERTIFICATE

Only for information: A product declaration for organic products according to the regulation of
BCS ÖKO-GARANTIE GMBH (D-90402 Nürnberg - Germany) and
BCS ÖKO-GARANTIE GMBH (Ecuador) (Ecuador).

The Certification office of BCS ÖKO-GARANTIE GMBH (Germany) D-90402 Nürnberg
Germany,

and the company ASOCIACION AGRO-ARTESANAL DE PRODUCCION DE BIENES
AGRICOLAS Y PISCICOLAS DE NAPO KALLARI, Tena-Napo - Ecuador,

herewith certify that the following products, delivered to:
ECUATORIANA DE CHOCOLATES, Calle de los Eucaliptos Lote 39, V. Av. Eloy Alfaro, Quito -
Ecuador,

are organically grown and fulfill the requirements of regulation (EEC) No. 2092/91

65 Bults of Organic Cacao
Product of Ecuador

Total Gross weight: 2.954.64 KG.

Total Net weight: 2.954.00 KG

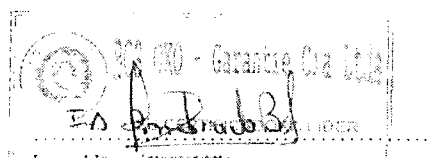
Invoice N°: 000991

Asoc. "KALLARI"

Date: 19/08/2008

This confirmation is based on the documents presented to BCS ÖKO-GARANTIE CIA LTDA for
this file.

Riobamba, August 21 of 2008



Ing. Hansjörg Gätz

The Certification Office of
BCS ÖKO-GARANTIE GMBH

THE SUPPLIER

The delivery of (date) of Kg of
.....

According to attached invoice No. date correspond
with the above stated and certified quality.

.....
(Place of supplier, date)

.....
(Stamp and signature)



Dir.: Km. 3 1/2 via a Chambo (pasando el puente) • Telefax PBX. +593 (0) 3 2910-333
E-mail: info@bcsecuador.com • Web Site: www.bcsecuador.com
P.O.Box 06-01-567 • Riobamba - Ecuador

ANEXO 19

CERTIFICACION RAIN FOREST ALLIANCE

A Program Of
Sustainable Agriculture Network and Rainforest Alliance
New York, USA

Product	Country of Origin	Quantity and Weight	Invoice number
Certified Cocoa Beans from ASOCIACION AGROARTESANAL DE PRODUCCION DE BEBIDAS AGRICOLAS, PECUARIAS Y PISCICOLAS DE NAPOKATLEARI	ECA ALBON	70 SACOS Netto total 3166.5 kg Brutto total 317.0 kg	12

[illegible]

Keywords: *depression, mood, anxiety, self-esteem, social support*

1. *Chlorophyll a*
 2. *Chlorophyll b*
 3. *Chlorophyll c*
 4. *Chlorophyll d*
 5. *Chlorophyll e*
 6. *Chlorophyll f*
 7. *Chlorophyll g*
 8. *Chlorophyll h*
 9. *Chlorophyll i*
 10. *Chlorophyll j*
 11. *Chlorophyll k*
 12. *Chlorophyll l*
 13. *Chlorophyll m*
 14. *Chlorophyll n*
 15. *Chlorophyll o*
 16. *Chlorophyll p*
 17. *Chlorophyll q*
 18. *Chlorophyll r*
 19. *Chlorophyll s*
 20. *Chlorophyll t*
 21. *Chlorophyll u*
 22. *Chlorophyll v*
 23. *Chlorophyll w*
 24. *Chlorophyll x*
 25. *Chlorophyll y*
 26. *Chlorophyll z*
 27. *Chlorophyll aa*
 28. *Chlorophyll ab*
 29. *Chlorophyll ac*
 30. *Chlorophyll ad*
 31. *Chlorophyll ae*
 32. *Chlorophyll af*
 33. *Chlorophyll ag*
 34. *Chlorophyll ah*
 35. *Chlorophyll ai*
 36. *Chlorophyll aj*
 37. *Chlorophyll ak*
 38. *Chlorophyll al*
 39. *Chlorophyll am*
 40. *Chlorophyll an*
 41. *Chlorophyll ao*
 42. *Chlorophyll ap*
 43. *Chlorophyll aq*
 44. *Chlorophyll ar*
 45. *Chlorophyll as*
 46. *Chlorophyll at*
 47. *Chlorophyll au*
 48. *Chlorophyll av*
 49. *Chlorophyll aw*
 50. *Chlorophyll ax*
 51. *Chlorophyll ay*
 52. *Chlorophyll az*
 53. *Chlorophyll ba*
 54. *Chlorophyll bb*
 55. *Chlorophyll bc*
 56. *Chlorophyll bd*
 57. *Chlorophyll be*
 58. *Chlorophyll bf*
 59. *Chlorophyll bg*
 60. *Chlorophyll bh*
 61. *Chlorophyll bi*
 62. *Chlorophyll bj*
 63. *Chlorophyll bk*
 64. *Chlorophyll bl*
 65. *Chlorophyll bm*
 66. *Chlorophyll bn*
 67. *Chlorophyll bo*
 68. *Chlorophyll bp*
 69. *Chlorophyll bq*
 70. *Chlorophyll br*
 71. *Chlorophyll bs*
 72. *Chlorophyll bt*
 73. *Chlorophyll bu*
 74. *Chlorophyll bv*
 75. *Chlorophyll bw*
 76. *Chlorophyll bx*
 77. *Chlorophyll by*
 78. *Chlorophyll bz*
 79. *Chlorophyll ca*
 80. *Chlorophyll cb*
 81. *Chlorophyll cc*
 82. *Chlorophyll cd*
 83. *Chlorophyll ce*
 84. *Chlorophyll cf*
 85. *Chlorophyll cg*
 86. *Chlorophyll ch*
 87. *Chlorophyll ci*
 88. *Chlorophyll cj*
 89. *Chlorophyll ck*
 90. *Chlorophyll cl*
 91. *Chlorophyll cm*
 92. *Chlorophyll cn*
 93. *Chlorophyll co*
 94. *Chlorophyll cp*
 95. *Chlorophyll cq*
 96. *Chlorophyll cr*
 97. *Chlorophyll cs*
 98. *Chlorophyll ct*
 99. *Chlorophyll cu*
 100. *Chlorophyll cv*
 101. *Chlorophyll cw*
 102. *Chlorophyll cx*
 103. *Chlorophyll cy*
 104. *Chlorophyll cz*
 105. *Chlorophyll da*
 106. *Chlorophyll db*
 107. *Chlorophyll dc*
 108. *Chlorophyll dd*
 109. *Chlorophyll de*
 110. *Chlorophyll df*
 111. *Chlorophyll dg*
 112. *Chlorophyll dh*
 113. *Chlorophyll di*
 114. *Chlorophyll dj*
 115. *Chlorophyll dk*
 116. *Chlorophyll dl*
 117. *Chlorophyll dm*
 118. *Chlorophyll dn*
 119. *Chlorophyll do*
 120. *Chlorophyll dp*
 121. *Chlorophyll dq*
 122. *Chlorophyll dr*
 123. *Chlorophyll ds*
 124. *Chlorophyll dt*
 125. *Chlorophyll du*
 126. *Chlorophyll dv*
 127. *Chlorophyll dw*
 128. *Chlorophyll dx*
 129. *Chlorophyll dy*
 130. *Chlorophyll dz*
 131. *Chlorophyll ea*
 132. *Chlorophyll eb*
 133. *Chlorophyll ec*
 134. *Chlorophyll ed*
 135. *Chlorophyll ee*
 136. *Chlorophyll ef*
 137. *Chlorophyll eg*
 138. *Chlorophyll eh*
 139. *Chlorophyll ei*
 140. *Chlorophyll ej*
 141. *Chlorophyll ek*
 142. *Chlorophyll el*
 143. *Chlorophyll em*
 144. *Chlorophyll en*
 145. *Chlorophyll eo*
 146. *Chlorophyll ep*
 147. *Chlorophyll eq*
 148. *Chlorophyll er*
 149. *Chlorophyll es*
 150. *Chlorophyll et*
 151. *Chlorophyll eu*
 152. *Chlorophyll ev*
 153. *Chlorophyll ew*
 154. *Chlorophyll ex*
 155. *Chlorophyll ey*
 156. *Chlorophyll ez*
 157. *Chlorophyll fa*
 158. *Chlorophyll fb*
 159. *Chlorophyll fc*
 160. *Chlorophyll fd*
 161. *Chlorophyll fe*
 162. *Chlorophyll ff*
 163. *Chlorophyll fg*
 164. *Chlorophyll fh*
 165. *Chlorophyll fi*
 166. *Chlorophyll fj*
 167. *Chlorophyll fk*
 168. *Chlorophyll fl*
 169. *Chlorophyll fm*
 170. *Chlorophyll fn*
 171. *Chlorophyll fo*
 172. *Chlorophyll fp*
 173. *Chlorophyll fq*
 174. *Chlorophyll fr*
 175. *Chlorophyll fs*
 176. *Chlorophyll ft*
 177. *Chlorophyll fu*
 178. *Chlorophyll fv*
 179. *Chlorophyll fw*
 180. *Chlorophyll fx*
 181. *Chlorophyll fy*
 182. *Chlorophyll fz*
 183. *Chlorophyll ga*
 184. *Chlorophyll gb*
 185. *Chlorophyll gc*
 186. *Chlorophyll gd*
 187. *Chlorophyll ge*
 188. *Chlorophyll gf*
 189. *Chlorophyll gg*
 190. *Chlorophyll gh*
 191. *Chlorophyll gi*
 192. *Chlorophyll gj*
 193. *Chlorophyll gk*
 194. *Chlorophyll gl*
 195. *Chlorophyll gm*
 196. *Chlorophyll gn*
 197. *Chlorophyll go*
 198. *Chlorophyll gp*
 199. *Chlorophyll gq*
 200. *Chlorophyll gr*
 201. *Chlorophyll gs*
 202. *Chlorophyll gt*
 203. *Chlorophyll gu*
 204. *Chlorophyll gv*
 205. *Chlorophyll gw*
 206. *Chlorophyll gx*
 207. *Chlorophyll gy*
 208. *Chlorophyll gz*
 209. *Chlorophyll ha*
 210. *Chlorophyll hb*

[illegible]

(continued)

Jose Valdivieso & Mauricio Ferrer
Co-Directores

Corporación de Conservación y Desarrollo
Carlos Guarderas Sra. G. 340 y Gonzalo Salazar
P.O. Box 1546 1855
Quito - Ecuador

... ..

Meeting of the Board of Directors, 1900, 1901, 1902, 1903, 1904, 1905, 1906, 1907, 1908, 1909, 1910, 1911, 1912, 1913, 1914, 1915, 1916, 1917, 1918, 1919, 1920, 1921, 1922, 1923, 1924, 1925, 1926, 1927, 1928, 1929, 1930, 1931, 1932, 1933, 1934, 1935, 1936, 1937, 1938, 1939, 1940, 1941, 1942, 1943, 1944, 1945, 1946, 1947, 1948, 1949, 1950, 1951, 1952, 1953, 1954, 1955, 1956, 1957, 1958, 1959, 1960, 1961, 1962, 1963, 1964, 1965, 1966, 1967, 1968, 1969, 1970, 1971, 1972, 1973, 1974, 1975, 1976, 1977, 1978, 1979, 1980, 1981, 1982, 1983, 1984, 1985, 1986, 1987, 1988, 1989, 1990, 1991, 1992, 1993, 1994, 1995, 1996, 1997, 1998, 1999, 2000, 2001, 2002, 2003, 2004, 2005, 2006, 2007, 2008, 2009, 2010, 2011, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016, 2017, 2018, 2019, 2020, 2021, 2022, 2023, 2024, 2025, 2026, 2027, 2028, 2029, 2030, 2031, 2032, 2033, 2034, 2035, 2036, 2037, 2038, 2039, 2040, 2041, 2042, 2043, 2044, 2045, 2046, 2047, 2048, 2049, 2050, 2051, 2052, 2053, 2054, 2055, 2056, 2057, 2058, 2059, 2060, 2061, 2062, 2063, 2064, 2065, 2066, 2067, 2068, 2069, 2070, 2071, 2072, 2073, 2074, 2075, 2076, 2077, 2078, 2079, 2080, 2081, 2082, 2083, 2084, 2085, 2086, 2087, 2088, 2089, 2090, 2091, 2092, 2093, 2094, 2095, 2096, 2097, 2098, 2099, 2100, 2101, 2102, 2103, 2104, 2105, 2106, 2107, 2108, 2109, 2110, 2111, 2112, 2113, 2114, 2115, 2116, 2117, 2118, 2119, 2120, 2121, 2122, 2123, 2124, 2125, 2126, 2127, 2128, 2129, 2130, 2131, 2132, 2133, 2134, 2135, 2136, 2137, 2138, 2139, 2140, 2141, 2142, 2143, 2144, 2145, 2146, 2147, 2148, 2149, 2150, 2151, 2152, 2153, 2154, 2155, 2156, 2157, 2158, 2159, 2160, 2161, 2162, 2163, 2164, 2165, 2166, 2167, 2168, 2169, 2170, 2171, 2172, 2173, 2174, 2175, 2176, 2177, 2178, 2179, 2180, 2181, 2182, 2183, 2184, 2185, 2186, 2187, 2188, 2189, 2190, 2191, 2192, 2193, 2194, 2195, 2196, 2197, 2198, 2199, 2200, 2201, 2202, 2203, 2204, 2205, 2206, 2207, 2208, 2209, 2210, 2211, 2212, 2213, 2214, 2215, 2216, 2217, 2218, 2219, 2220, 2221, 2222, 2223, 2224, 2225, 2226, 2227, 2228, 2229, 2230, 2231, 2232, 2233, 2234, 2235, 2236, 2237, 2238, 2239, 2240, 2241, 2242, 2243, 2244, 2245, 2246, 2247, 2248, 2249, 2250, 2251, 2252, 2253, 2254, 2255, 2256, 2257, 2258, 2259, 2260, 2261, 2262, 2263, 2264, 2265, 2266, 2267, 2268, 2269, 2270, 2271, 2272, 2273, 2274, 2275, 2276, 2277, 2278, 2279, 2280, 2281, 2282, 2283, 2284, 2285, 2286, 2287, 2288, 2289, 2290, 2291, 2292, 2293, 2294, 2295, 2296, 2297, 2298, 2299, 2300, 2301, 2302, 2303, 2304, 2305, 2306, 2307, 2308, 2309, 2310, 2311, 2312, 2313, 2314, 2315, 2316, 2317, 2318, 2319, 2320, 2321, 2322, 2323, 2324, 2325, 2326, 2327, 2328, 2329, 2330, 2331, 2332, 2333, 2334, 2335, 2336, 2337, 2338, 2339, 2340, 2341, 2342, 2343, 2344, 2345, 2346, 2347, 2348, 2349, 2350, 2351, 2352, 2353, 2354, 2355, 2356, 2357, 2358, 2359, 2360, 2361, 2362, 2363, 2364, 2365, 2366, 2367, 2368, 2369, 2370, 2371, 2372, 2373, 2374, 2375, 2376, 2377, 2378, 2379, 2380, 2381, 2382, 2383, 2384, 2385, 2386, 2387, 2388, 2389, 2390, 2391, 2392, 2393, 2394, 2395, 2396, 2397, 2398, 2399, 2400, 2401, 2402, 2403, 2404, 2405, 2406, 2407, 2408, 2409, 2410, 2411, 2412, 2413, 2414, 2415, 2416, 2417, 2418, 2419, 2420, 2421, 2422, 2423, 2424, 2425, 2426, 2427, 2428, 2429, 2430, 2431, 2432, 2433, 2434, 2435, 2436, 2437, 2438, 2439, 2440, 2441, 2442, 2443, 2444, 2445, 2446, 2447, 2448, 2449, 2450, 2451, 2452, 2453, 2454, 2455, 2456, 2457, 2458, 2459, 2460, 2461, 2462, 2463, 2464, 2465, 2466, 2467, 2468, 2469, 2470, 2471, 2472, 2473, 2474, 2475, 2476, 2477, 2478, 2479, 2480, 2481, 2482, 2483, 2484, 2485, 2486, 2487, 2488, 2489, 2490, 2491, 2492, 2493, 2494, 2495, 2496, 2497, 2498, 2499, 2500, 2501, 2502, 2503, 2504, 2505, 2506, 2507, 2508, 2509, 2510, 2511, 2512, 2513, 2514, 2515, 2516, 2517, 2518, 2519, 2520, 2521, 2522, 2523, 2524, 2525, 2526, 2527, 2528, 2529, 2530, 2531, 2532, 2533, 2534, 2535, 2536, 2537, 2538, 2539, 2540, 2541, 2542, 2543, 2544, 2545, 2546, 2547, 2548, 2549, 2550, 2551, 2552, 2553, 2554, 2555, 2556, 2557, 2558, 2559, 2560, 2561, 2562, 2563, 2564, 2565, 2566, 2567, 2568, 2569, 2570, 2571, 2572, 2573, 2574, 2575, 2576, 2577, 2578, 2579, 2580,

Conservación
Desarrollo

[illegible]

ANEXO 20

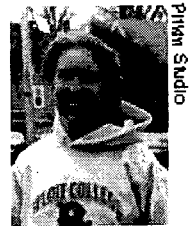
FUNDAS BIODEGRADABLES



ANEXO 21

Alumna Picks Up Prestigious Biodiversity Leadership Award

Judy Logback '95, project director of the Ecuador-based Callari Cooperative, has received the Bay and Paul Foundation's Leadership Award for promoting and protecting biodiversity, a distinction given to only six people worldwide this year.



J. Logback '95

Since 1997, Ms. Logback has lived in Ecuador, where she works with the people of the Upper Napo River area to find new markets for their traditional crafts and handmade jewelry. Finding these markets allows Kichwa village people to earn their livelihoods through traditional means and to use sustainable resources in one of the most biologically diverse regions in the world.

Recipients of the Bay and Paul Foundation awards do not apply for them, nor do the substantial prizes (\$180,000 U.S. dollars over a period of three years) come with strings attached. A panel of distinguished scientists chooses recipients based on leadership in a variety of fields that study, protect, and promote an understanding of biodiversity and the numerous threats to it around the world.

Since 1996, the awards have been given to only 13 individuals. The Bay Foundation and the Josephine Bay Paul and C. Michael Paul Foundation are private foundations established by Charles Ulrick Bay, an industrialist and U.S. ambassador to Norway from 1946 to 1953, and his widow, Josephine. The foundations have made grants to educational and cultural institutions, museums, zoos, and schools.

*An article about Ms. Logback's work was published in the summer 2002 issue of **Beloit College Magazine**.*

ANEXO 22

Acuerdo No 20070130 del Ministerio de Turismo

ACUERDO No.

20070130

CARLOS PROAÑO ROMERO

MINISTRO DE TURISMO (E)

Considerando:

- Que, los artículos 84 y 85 de la Constitución Política de la República del Ecuador, reconoce y garantiza un conjunto de derechos colectivos a los pueblos indígenas y afroecuatorianos;
- Que, el Art. 246 de la Constitución Política de la República del Ecuador establece como principio general la promoción del desarrollo de empresas comunitarias o de autogestión.
- Que, el Art. 3 de la Ley de Turismo define entre otros como principios de la actividad turística la iniciativa y participación de las comunidades indígenas, campesinas, montubias y negras o afroecuatorianas participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en la Ley y sus reglamentos.
- Que, el Art. 12 de la Ley de Turismo dispone que cuando las comunidades locales organizadas y capacitadas deseen prestar servicios turísticos, recibirán del Ministerio de Turismo, en igualdad de condiciones todas las facilidades necesarias para el desarrollo de estas actividades, las que no tendrán exclusividad de operación en el lugar en el que presten sus servicios y se sujetarán a lo dispuesto en esta Ley y a los reglamentos respectivos.
- Que, el artículo 54 de la Ley de Turismo dispone que en lo que no estuviere previsto en esa Ley, y en lo que fuere aplicable se observará el Código Ético Mundial para el turismo, aprobado por la Organización Mundial del Turismo en Santiago de Chile.
- Que, el artículo 3 numeral 5 del Código Ético Mundial para el Turismo enuncia que: "El turismo de naturaleza y el ecoturismo se reconocen como formas de turismo particularmente enriquecedoras y valorizadoras, siempre que respeten el patrimonio natural y la población local y se ajusten a la capacidad de ocupación de los lugares turísticos".
- Que, el Turismo Comunitario es aquel en el que la comunidad local tiene un control sustancial del servicio turístico, y participa en su desarrollo y manejo, y una importante proporción de los beneficios se quedan en la comunidad.
- Que, por medio de Decreto No. 610 publicado en el Registro Oficial No. 171 de 17 de septiembre del año 2007, se publican la reformas al "Reglamento para la aprobación de estatutos, reformas y codificaciones, liquidación y disolución, y registro de socios y directivas, de las organizaciones previstas en el Código Civil y en las leyes especiales", se ampara procesos asociativos, así como su disolución, organizaciones que eventualmente pueden desempeñar acciones de turismo comunitario.
- Que, es función del Ministerio de Turismo, según el Decreto Ejecutivo No. 1186, que contiene el Reglamento General de Aplicación de la Ley de Turismo, publicado en el Registro Oficial No. 244 de 5 de enero de 2004, promover y fomentar todo tipo de turismo receptivo interno, siendo de su exclusiva competencia expedir la normativa que ha de regir en el sector;

Que, esta Cartera de Estado mediante Acuerdos Nos. 20030075 de 5 de agosto del 2003, 20060014 de 28 de marzo de 2006 y 20060044 de 14 de junio de 2006 estableció normas para el ejercicio de las actividades turísticas por parte de las comunidades;

Que, es urgente y actual apoyar a las comunidades que buscan el desarrollo del turismo interno, como una herramienta de lucha contra la pobreza; y,

En ejercicio de las atribuciones constantes en el numeral 6 del artículo 179 de la Constitución Política de la República del Ecuador y el artículo 17 del Estatuto del Régimen Jurídico y Administrativo de la Función Ejecutiva,

ACUERDA:

Expedir el siguiente REGLAMENTO PARA EL REGISTRO DE CENTROS TURÍSTICOS COMUNITARIOS.

Art. 1.- Se entiende por actividad turística comunitaria el ejercicio directo de uno o más de los servicios de alojamiento, alimentos y bebidas, transportación turística, operación, intermediación, agenciamiento, organización de eventos, congresos y convenciones, en los términos señalados en el artículo 5 de la Ley de Turismo, por parte de las comunidades legalmente organizadas y capacitadas.

Art. 2.- Para realizar el registro único de todos los centros turísticos comunitarios, las comunidades deberán estar constituidas como personas jurídicas debidamente aprobadas por la autoridad competente. El registro como Centro de Turismo Comunitario se lo hará en las Gerencias Regionales o Direcciones Provinciales del Ministerio de Turismo del País, debiendo para dicho registro adjuntar los siguientes requisitos:

- a. Solicitud de registro dirigida a la autoridad del Ministerio de Turismo, en donde se consignarán las actividades que realizará el Centro Turístico Comunitario.
- b. Acreditación de la constitución de la organización en cualquier forma de integración o sociedad amparada en la ley, con excepción de las organizaciones determinadas en el Artículo 7 de la Ley de Turismo.
- c. Constancia o nombramiento que acredite la representación legal del peticionante de registro a nombre del centro turístico comunitario.
- d. Acta de la que conste que el centro turístico comunitario ha decidido registrarse y en la cual debe estipularse la delegación a la persona que les representa para realizar el registro con la firma de los miembros.
- e. Documentos que demuestren que los responsables de los servicios a prestarse por la comunidad hayan recibido capacitación y/o formación profesional sobre turismo.
- f. Pago del valor de registro estipulado por el Ministerio de Turismo.
- g. Copia certificada del Registro Único de Contribuyentes, en la que conste que como objeto de la persona jurídica, la prestación de servicios turísticos comunitarios.
- h. Informe técnico que justifique la calidad de comunitario del Centro expedido por la Secretaría de Pueblos, Movimientos Sociales y Participación Ciudadana, o por la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador, FEPTCE
- i. Determinación de los servicios turísticos que brindarán, y la zona geográfica en la que se circunscribe el servicio de turismo comunitario.

Art. 3.- Recibida la solicitud la oficina correspondiente del Ministerio de Turismo dispondrá fecha y hora para una Inspección a la comunidad a efectos de verificar los datos consignados. En la referida inspección de procederá a llenar la Hoja de Planta Turística. Con tal información se procederá a ingresar los datos de la comunidad, creando para el efecto un número de registro, número de folio en el que se ingresa y se apertura el expediente. Una vez concluido este trámite se procederá a emitir el certificado de registro.

Art. 4.- La Licencia Anual de funcionamiento se expedirá por la Municipalidad de la Jurisdicción territorial donde se encuentre el centro turístico comunitario de ser descentralizado, caso contrario se la pedirá en la Dependencia del Ministerio de Turismo más cercana, adjuntado la constancia de pago de la licencia y el certificado de registro.

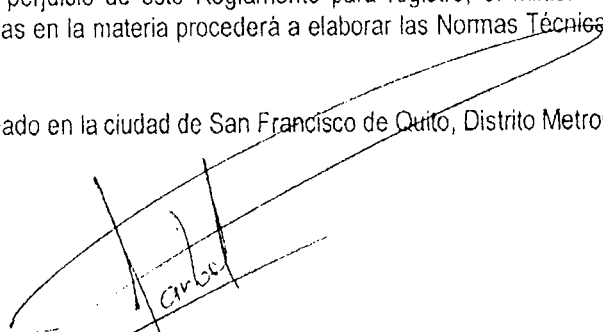
Art. 5.- Las actividades turísticas comunitarias realizadas por las comunidades registradas, deberán promover y contener particularmente en su oferta turística, los recursos naturales, la preservación de la identidad cultural y la seguridad de las comunidades.

Art. 6.- El Ministerio de Turismo al amparo del Convenio 169 de la OIT ratificado por el Ecuador, cuidará del normal funcionamiento de los centros turísticos comunitarios, y precautelará cualquier abuso que pueda generarse por parte de los representantes de los centros turísticos comunitarios, para lo cual se aceptará la denuncia pública o veeduría ciudadana por las cuales el Ministerio de turismo actuará de oficio.

Art. 7.- Deróganse los Acuerdos Nos. 20030075 de 5 de agosto del 2003, 20060014 de 28 de marzo de 2006 y 20060044 de 14 de junio de 2006.

DISPOSICIÓN GENERAL.- Sin perjuicio de este Reglamento para registro, el Ministerio de Turismo con apoyo de entidades especializadas en la materia procederá a elaborar las Normas Técnicas necesarias para esta actividad.

Comuníquese y publíquese.- Dado en la ciudad de San Francisco de Quito, Distrito Metropolitano, el 20 de Julio 2007



CARLOS PROAÑO ROMERO
MINISTRO DE TURISMO (E)

ANEXO 23

PAGO A ENTIDADES

Estimada Ana Cristina:

Reciba un cordial saludo, adjunto al presente encontrará el Acuerdo Ministerial vigente que regula el funcionamiento de los Centros de Turismo Comunitario en el Ecuador, aquí constan los requisitos que las comunidades deben presentar para poder registrarse en el Ministerio de Turismo como Centros de Turismo Comunitario.

El Valor del Registro en el Ministerio de Turismo es de \$80,00 este pago se lo realiza una sola vez.

El valor de la Licencia Única Anual de Funcionamiento en el Municipio de Tena es \$80,00 anuales; pero está en proyecto una resolución que disminuye ese valor a \$20,00 anuales que entrará en vigencia en el 2009.

Saludos.

Ing. Omar Moreno Araujo

MINISTERIO DE TURISMO NAPO

Telfax: 062886536

ANEXO 24

SECAP

Capacitaciones de CECAP



ÁREA	SERVICIO	COSTO MENSUAL	MESES	COSTO ANUAL
Turismo	Servicios	\$ 35.00	4	\$140.00
	Guianza y senderismo	\$ 35.00	2	\$ 70.00
Finanzas	Contabilidad Básica	\$ 35.00	4	\$140.00
Medio ambiente	Gestión y manejo ambiental	\$ 35.00	4	\$140.00
Otros	Opcionales	\$ 35.00	2	\$70.00
Total anual				\$ 560.00

ANEXO 25

EXENCIONES DEL IMPUESTO A LA RENTA

H. CONGRESO NACIONAL
LA COMISIÓN DE LEGISLACIÓN Y CODIFICACIÓN
RESUELVE EXPEDIR:

CODIFICACIÓN DE LA LEY DE RÉGIMEN TRIBUTARIO INTERNO

CODIFICACIÓN 2004 - 026

Esta Codificación fue elaborada por la Comisión de Legislación y Codificación, de acuerdo con lo dispuesto en el número 2 del Art. 139 de la Constitución Política de la República.

Capítulo III **EXENCIONES**

Art. 9.- Exenciones.- Para fines de la determinación y liquidación del impuesto a la renta, están exonerados exclusivamente los siguientes ingresos:

- 1.- Los dividendos y utilidades, calculados después del pago del impuesto a la renta, distribuidos, pagados o acreditados por sociedades nacionales, a favor de otras sociedades nacionales o de personas naturales, nacionales o extranjeras, residentes o no en el Ecuador;
- 2.- Los obtenidos por las instituciones del Estado. Sin embargo, estarán sujetos a impuesto a la renta las empresas del sector público, distintas de las que prestan servicios públicos, que compitiendo o no con el sector privado, exploten actividades comerciales, industriales, agrícolas, mineras, turísticas, transporte y de servicios en general;
- 3.- Aquellos exonerados en virtud de convenios internacionales;
- 4.- Bajo condición de reciprocidad, los de los estados extranjeros y organismos internacionales, generados por los bienes que posean en el país;
- 5.- Los de las instituciones de carácter privado sin fines de lucro legalmente constituidas de: culto religioso; beneficencia; promoción y desarrollo de la mujer, el niño y la familia; cultura; arte; educación; investigación; salud; deportivas; profesionales; gremiales; clasistas; y, de los partidos políticos, siempre que sus bienes e ingresos se destinen a sus fines específicos y solamente en la parte que se invierta directamente en ellos.

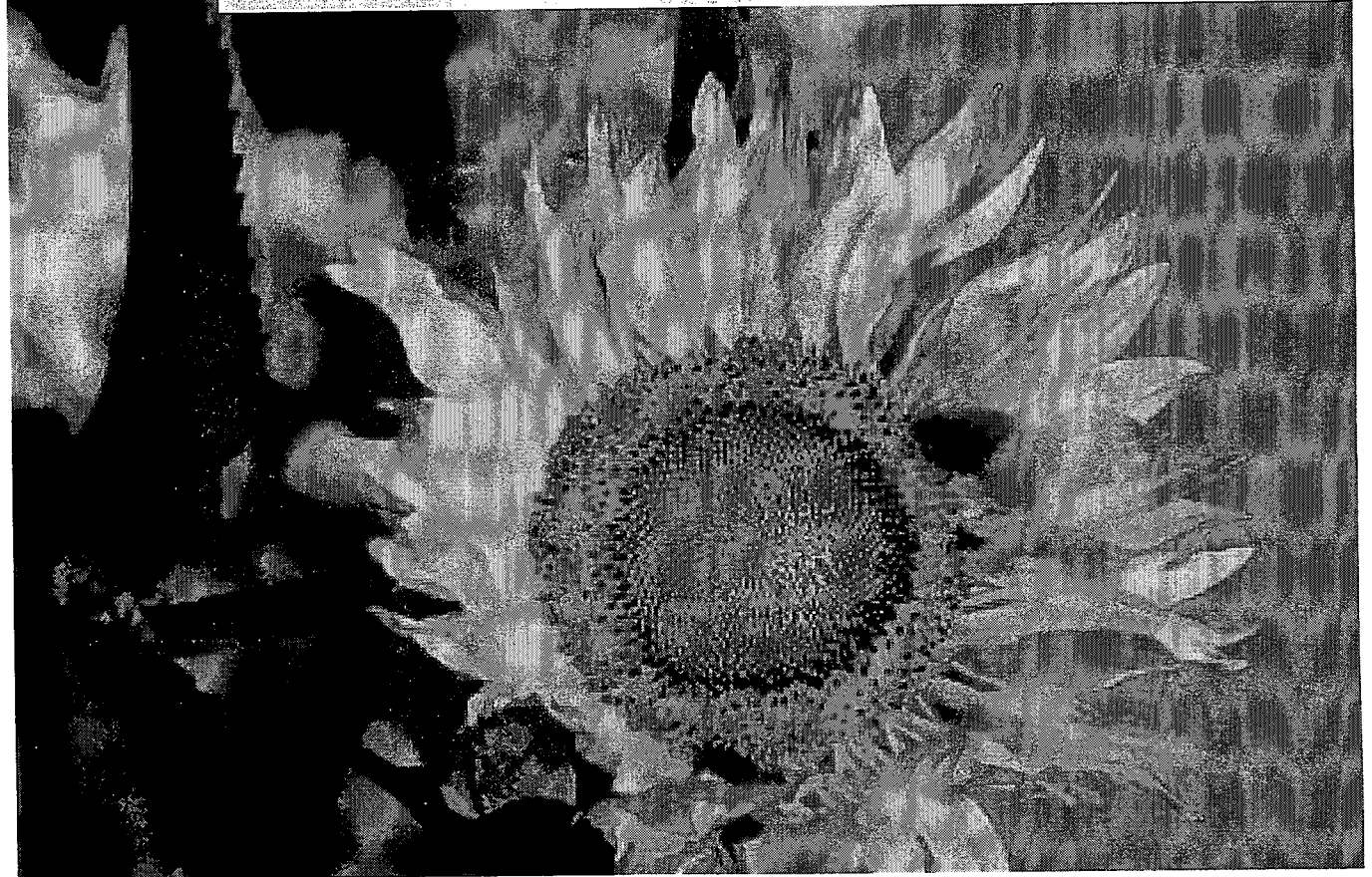
Para que las fundaciones y corporaciones creadas al amparo del Código Civil puedan beneficiarse de esta exoneración, es requisito indispensable que estas instituciones se encuentren inscritas en el Registro Único de Contribuyentes, lleven contabilidad y cumplan con los demás deberes formales contemplados en el Código Tributario y esta Ley.

El Estado, a través del Servicio de Rentas Internas verificará en cualquier momento que las instituciones a que se refiere este numeral, sean exclusivamente sin fines de lucro, se dediquen al cumplimiento de sus objetivos estatutarios y, que sus bienes e ingresos se destinen en su totalidad a sus finalidades específicas. De establecerse que las instituciones no cumplen con los requisitos arriba indicados, deberán tributar respecto de las utilidades que obtengan en las actividades empresariales, de carácter económico, que desarrollen en competencia con otras sociedades obligadas a pagar impuesto a la renta.

FOTOS DE LOS VIAJES

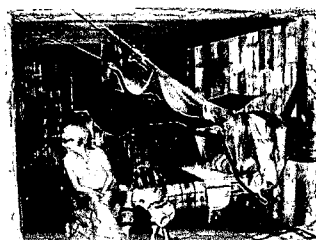
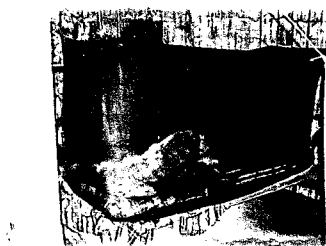
ANA CRISTINA RODRÍGUEZ

2008



SERENA.....

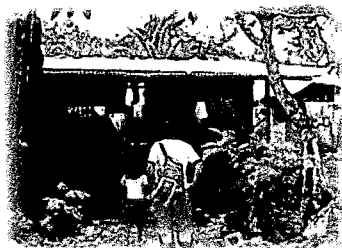
Cabañas



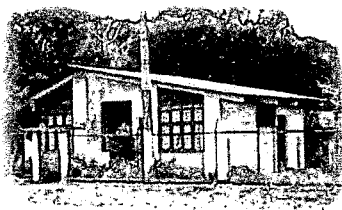
Paisajes



SHANDIA.....



Casa de una familia



Centro de Salud



Camino hacia la Playa



Planta de Cacao



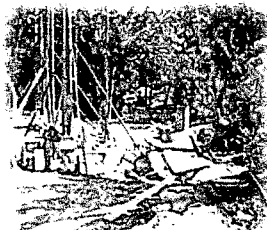
Injertos de Cacao



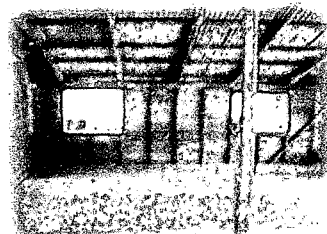
Chontaduro



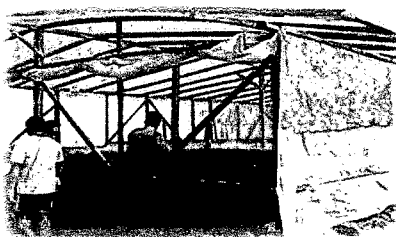
Casas de familias



Bambú para la construcción



Remodelaciones



Centro de Acopio Shandia

MIRADOR.....



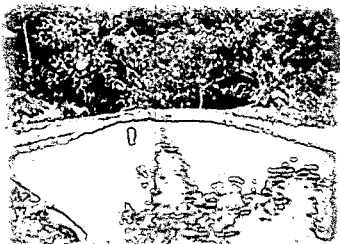
Paseo en Canoa



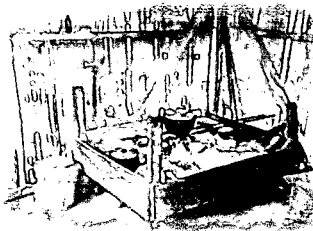
Visita a Punibocana



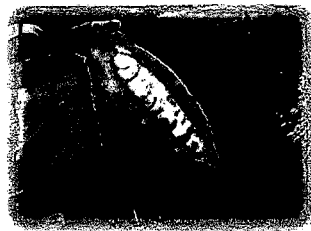
Lavado de hoja de Achira



Criadero de peces



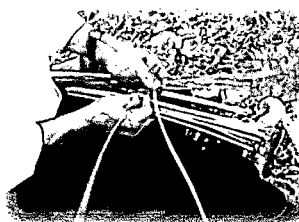
Centro de la Cocina



Cacao



Preparación de alimento



Trampa para peces



Mirador



Casa de María



Mono Chichico

KALLARI.....

