



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO

**DISEÑO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS EN LA PARROQUIA
RURAL TÁLAG, CANTÓN TENA, PROVINCIA DE NAPO PARA
LA OPERADORA TURÍSTICA CAVEMAN ADVENTURES**

TRABAJO DE TITULACIÓN
PROYECTO TÉCNICO PARA TITULACIÓN DE GRADO

**PRESENTADO COMO REQUISITO PARCIAL PARA OBTENER
EL TÍTULO DE INGENIERO EN ECOTURISMO**

PABLO ALBERTO PÁEZ SILVA

RIOBAMBA – ECUADOR

2019

©2019, Pablo Alberto Páez Silva

Se autoriza la reproducción total o parcial, con fines académicos, por cualquier medio o procedimiento, incluyendo la cita bibliográfica del documento, siempre y cuando se reconozca el Derecho de Autor

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO

El Tribunal del Trabajo de Titulación certifica que: El trabajo de investigación: **DISEÑO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS EN LA PARROQUIA RURAL TÁLAG, CANTÓN TENA, PROVINCIA DE NAPO PARA LA OPERADORA TURÍSTICA CAVEMAN ADVENTURES**, de responsabilidad del señor Pablo Alberto Páez Silva, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal del Trabajo de Titulación, quedando autorizada su presentación.

ING. CARLOS RENATO CHÁVEZ VÁSQUEZ
DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'C. Chávez', written over a horizontal line.

ING. NANCY PATRICIA TIERRA TIERRA
ASESORA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Nancy Patricia Tierra', enclosed within an oval shape and written over a horizontal line.

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, Pablo Alberto Páez Silva soy responsable de las ideas, doctrinas y resultados expuestos en este trabajo de titulación y el patrimonio intelectual del Trabajo de Titulación de Grado pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo



PABLO ALBERTO PÁEZ SILVA

DEDICATORIA

A mis amados y ejemplares padres Pablo Alberto Páez Dávila y Graciela del Rosario Silva Cajas gracias por enseñarme sus valores y ser un ejemplo de vida, este no es solo mi logro también es suyo porque me han brindado su apoyo incondicional y comprendido durante todo este largo proceso.

A mi abuelita Anita Cajas que supo recibirme en su hogar y siempre aconsejarme para bien.

Finalmente, a mis amigos que también supieron brindarme su apoyo cuando los necesitaba y me motivaron a nunca rendirme y lograr esto.

AGRADECIMIENTO

A mis padres por enseñarme, a perseverar, a luchar, a plantearme desafíos, hacer propuestas, para llegar triunfante a la meta.

A mis profesores Ing. Renato Chávez e Ing. Paty Tierra que me tuvieron paciencia durante todo el proceso de titulación.

Al Ing. Carlos Cajas por extenderme su mano cuando vine a Riobamba para estudiar esta hermosa carrera.

A mis amigos Andrea Amores, Génesis García, Israel Ledesma, Lina Noboa, Daniel Verdugo que a pesar de ser de diferentes partes del país o tener diferentes ideologías, costumbres y gustos, formamos un gran grupo y a pesar de que ahora cada quien tomará un distinto camino siempre podrán contar con mi apoyo incondicional, así como sé que podré contar con ustedes toda la vida.

CONTENIDO

I. DISEÑO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS EN LA PARROQUIA RURAL TÁLAG, CANTÓN TENA, PROVINCIA DE NAPO PARA LA OPERADORA TURÍSTICA CAVEMAN ADVENTURES.....	1
II. INTRODUCCIÓN	1
A. IMPORTANCIA.....	1
B. PROBLEMA.....	2
C. JUSTIFICACIÓN	2
III. OBJETIVOS	4
A. OBJETIVO GENERAL.....	4
B. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	4
IV. HIPÓTESIS DE TRABAJO.....	5
V. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA	6
A. TURISMO	6
1. Definiciones	6
2. Tipologías de la actividad turística.....	6
B. ESTUDIO DE MERCADO	7
1. Análisis de la oferta turística	8
2. Competencia	10
3. Análisis de la demanda turística	10
C. PRODUCTO TURÍSTICO	12
1. Definición de producto turístico.....	12
2. Diseño de un producto turístico.....	13
3. Definición de ruta y circuito como producto.....	14
D. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO.....	14
1. Evaluación económica	14
2. Evaluación financiera.....	15
VI. MATERIALES Y MÉTODOS.....	16
A. CARACTERIZACIÓN DEL LUGAR.....	16
1. Localización.....	16
2. Ubicación geográfica	16
3. Delimitación del área	17
4. Características climáticas	17
5. Características del suelo	17
6. Clasificación ecológica	17
B. MATERIALES	18
1. Materiales	18
2. Equipos	18
C. METODOLOGÍA.....	18
1. Para el cumplimiento del primer objetivo: Elaborar el estudio de mercado para el diseño de productos turísticos	18
2. Para el cumplimiento del segundo objetivo: Elaborar el diseño técnico del producto turístico	20
3. Para el cumplimiento del tercer objetivo: Desarrollar el estudio económico y financiero del producto turístico	21

VII. RESULTADOS	23
A. ELABORAR EL ESTUDIO DE MERCADO PARA EL DISEÑO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS	23
1. Análisis de la oferta	23
2. Análisis de la competencia	50
3. Análisis de la demanda	50
B. DISEÑO TÉCNICO DEL PRODUCTO TURÍSTICO	63
1. Diseño de los paquetes turísticos	63
C. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO	82
1. Requerimientos para el área comercial	82
2. Requerimientos para el área productiva	83
3. Requerimientos para el área administrativa	84
4. Inversiones	85
5. Fuentes de Financiamiento	85
6. Amortización	86
7. Depreciación de activos fijos	88
8. Amortización de activos diferidos	88
9. Estructura de Costos y Gastos	88
10. Ingresos	89
11. Estado de resultados	90
12. Punto de equilibrio	91
13. Flujo de caja	93
14. Tasa Interna de Retorno	94
15. Valor Actual Neto	94
16. Relación Costo Beneficio	94
17. Periodo de Recuperación del Capital	94
VIII. CONCLUSIONES.....	95
IX. RECOMENDACIONES.....	96
X. RESUMEN	97
XI. SUMMARY	98
XII. BIBLIOGRAFÍA	99
XIII. ANEXOS.....	102

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 7.1 Resumen de inventarios turísticos de la parroquia Talag.....	23
Tabla 7.2 Establecimientos de alojamiento.....	26
Tabla 7.3 Establecimientos clasificados como centros de turismo comunitario.....	34
Tabla 7.4 Restaurantes en el cantón Tena.....	36
Tabla 7.5 Fuentes de soda en el cantón Tena.....	40
Tabla 7.6 Cafeterías del cantón Tena.....	40
Tabla 7.7 Bares del cantón Tena.....	41
Tabla 7.8 Discotecas del cantón Tena.....	42
Tabla 7.9 Operadoras de turismo en el cantón Tena.....	43
Tabla 7.10 Competencia.....	50
Tabla 7.11 Proyección de la competencia.....	50
Tabla 7.12 Resultados de la primera pregunta de la encuesta: “¿Cuál es el motivo principal de su viaje?”.....	51
Tabla 7.13 Resultados de la segunda pregunta de la encuesta: “¿Qué toma en consideración a la hora de escoger un sitio turístico?”.....	52
Tabla 7.14 Resultados de la tercera pregunta de la encuesta: “¿Usualmente con quién realiza sus viajes?”.....	52
Tabla 7.15 Resultados de la cuarta pregunta de la encuesta: “¿De qué forma viaja para visitar lugares turísticos?”.....	53
Tabla 7.16 Resultados de la quinta pregunta de la encuesta: “¿Cuántos días destina usted para visitar lugares turísticos?”.....	53
Tabla 7.17 Resultados de la sexta pregunta de la encuesta: “¿Cuándo usted viaja cuánto gasta por día por persona?”.....	54
Tabla 7.18 Resultados de la séptima pregunta de la encuesta: “¿A través de qué medios se informa de los sitios turísticos?”.....	55
Tabla 7.19 Resultados de la octava pregunta de la encuesta: “¿Qué clase de turismo le gustaría realizar?”.....	55
Tabla 7.20 Resultados de la novena pregunta de la encuesta: “¿Qué tipo de actividades le gustaría realizar?”.....	56
Tabla 7.21 Resultados de la décima pregunta de la encuesta: “¿Estaría dispuesto a visitar la parroquia Tálag a través de la oferta de un paquete turístico que incluya todos los servicios (Alojamiento, alimentación y actividades)?”.....	56
Tabla 7.22 Resultados de la décimo primera pregunta de la encuesta: “¿Qué tipo de alimentación preferiría degustar en un recorrido dentro de la parroquia Tálag?”.....	57
Tabla 7.23 Resultados de la décimo segunda pregunta de la encuesta “Género”.....	57
Tabla 7.24 Resultados de la décimo tercera pregunta de la encuesta “Edad”.....	58
Tabla 7.25 Resultados de la décimo cuarta pregunta de la encuesta “Procedencia de turista.....	58
Tabla 7.26 Proyección de la demanda.....	61
Tabla 7.27 Demanda insatisfecha.....	61
Tabla 7.28 Demanda objetivo.....	61
Tabla 7.29 Consumo para turistas nacionales.....	62
Tabla 7.30 Consumo para turistas extranjeros.....	62
Tabla 7.31 Atractivos turísticos potenciales.....	64
Tabla 7.32 Paquete turístico #1 Rupaychaky.....	68
Tabla 7.33 Costo del paquete turístico #1 Rupaychaky.....	69

Tabla 7.34 Paquete turístico #2 Puma Rummy.....	70
Tabla 7.35 Costo del paquete turístico #2 Puma Rummy.....	72
Tabla 7.36 Paquete turístico #3 Quindi Ñan.....	73
Tabla 7.37 Costo del paquete turístico #3 Quindi Ñan.....	75
Tabla 7.38 Paquete turístico #4 Kushilla Yaku 1.....	76
Tabla 7.39 Costo del paquete turístico #4 Kushilla Yaku 1.....	78
Tabla 7.40 Paquete turístico #5 Kushilla Yaku 2.....	79
Tabla 7.41 Costo del paquete turístico #5 Kushilla Yaku 2.....	80
Tabla 7.42 Requerimientos para el área comercial.....	82
Tabla 7.43 Requerimientos para el área productiva.....	83
Tabla 7.44 Inversiones.....	85
Tabla 7.45 Requerimientos para el área administrativa.....	84
Tabla 7.46 Fuentes de financiamiento.....	85
Tabla 7.47 Cálculo de la deuda.....	86
Tabla 7.48 Amortización.....	86
Tabla 7.49 Depreciación de activos fijos.....	88
Tabla 7.50 Amortización de activos diferidos.....	88
Tabla 7.51 Estructura de costos y gastos.....	88
Tabla 7.52 Ingresos.....	89
Tabla 7.53 Estado de resultados.....	90
Tabla 7.54 Cálculo del punto de equilibrio.....	91
Tabla 7.55 Punto de equilibrio.....	92
Tabla 7.56 Flujo de caja.....	93
Tabla 7.57 Tasa pasiva de entidades financieras.....	94

ÍNDICE DE GRÁFICOS

<u>Figura 5.1 Planta turística.....</u>	<u>12</u>
<u>Figura 6.1 Ubicación de la parroquia rural Tálag.....</u>	<u>16</u>
<u>Figura 7.1 Mapa de la ruta turística de la parroquia Tálag.....</u>	<u>63</u>
<u>Figura 7.2 Instagram.....</u>	<u>65</u>
<u>Figura 7.3 Instagram.....</u>	<u>66</u>
<u>Figura 7.4 Facebook.....</u>	<u>66</u>
<u>Figura 7.5 Página Web.....</u>	<u>67</u>
<u>Figura 7.6 Mapa de recorrido, paquete turístico #1: Rupaychaky.....</u>	<u>70</u>
<u>Figura 7.7 Mapa de recorrido, paquete turístico #2: Puma Rummy.....</u>	<u>73</u>
<u>Figura 7.8 Mapa de recorrido, paquete turístico #3: Quindi Ñan.....</u>	<u>76</u>
<u>Figura 7.9 Mapa de recorrido, paquete turístico #4 Kushilla Yaku 1.....</u>	<u>78</u>
<u>Figura 7.10 Mapa de recorrido, paquete turístico #5 Kushilla Yaku 2.....</u>	<u>81</u>

I. DISEÑO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS EN LA PARROQUIA RURAL TÁLAG, CANTÓN TENA, PROVINCIA DE NAPO PARA LA OPERADORA TURÍSTICA CAVEMAN ADVENTURES

II. INTRODUCCIÓN

A. IMPORTANCIA

A nivel mundial el turismo se ha convertido en una actividad económica y en un fenómeno social de constante desarrollo y crecimiento, en la que los movimientos turísticos y el nivel de gasto aumenta continuamente (Atamira & Muñoz, 2007). Datos preliminares del 2017 de la Organización Mundial de Turismo (OMT) indican que la llegada de turistas internacionales registró un aumento del 7% comparados con el año 2016, alcanzando 1.322 millones de visitantes en todo el mundo, además, se prevé que este impulso se mantenga en 2018 entre un 4% y 5% (Organización Mundial del Turismo, 2018).

El aporte económico del turismo en Ecuador es de gran importancia ya que se encuentra en tercer lugar del PIB de las exportaciones no petroleras con 1.204,5 millones de dólares en 2017, esto representa un aumento del 12% respecto al 2016 (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2018). Los últimos años la llegada de turistas al Ecuador se vio estancada, sin embargo, la coordinación general de estadísticas del Ministerio de Turismo del Ecuador en su reporte 2017 indicó que se registraron 1'617.914 turistas, lo que representa un crecimiento del 14% con respecto al 2016 (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2018).

Un porcentaje de este turismo es atraído por la región natural más extensa del país, la Amazonía. Esta región consta de 6 provincias, una de ellas es la provincia de Napo, donde nace uno de los afluentes más importantes del río Amazonas. Su territorio está cubierto por áreas protegidas tales como el Parque Nacional Sumaco Napo-Galeras, Parque Nacional Cotopaxi, Parque Nacional los Llanganates, Parque Nacional Cayambe-Coca, Reserva Biológica Colonso-Chalupas, Reserva Ecológica Antisana (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2016).

La provincia de Napo esta subdividida política y administrativamente en cinco cantones. Su capital, el cantón Tena, es uno de los lugares de la Amazonía más reconocidos a nivel nacional por su gran biodiversidad, espectaculares atractivos turísticos naturales y manifestaciones culturales. Esto se complementa con una amplia infraestructura y planta turística, la misma que ha sido difundida a nivel nacional e internacional a través de ferias, con el objetivo de brindar las condiciones más adecuadas para el disfrute del entorno del turista (Matango, 2016).

El cantón cuenta con una sola parroquia urbana, Tena, y un total de siete parroquias rurales: Ahuano, Puerto Misahuallí, Pano, Puerto Napo, Chontapunta y Tálag. Esta última, escondida en la espesura de la selva, hacia el suroeste de Tena; es una de las parroquias más mencionadas entre los habitantes de la ciudad, pues cuenta con alrededor de diez y ocho atractivos turísticos naturales y dos culturales (Departamento de Turismo del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Tena, 2017). Uno de sus mayores atractivos turísticos es la conocida "Laguna Azul", río cuyo nombre le otorgaron por sus cristalinas aguas. Este atractivo está ubicado en la zona de

amortiguamiento del Parque Nacional Llanganates, lo que nos hace pensar en la gran riqueza natural del lugar.

Sin embargo, el turismo, como cualquier otra actividad económica requiere de un manejo adecuado. Por lo tanto, es necesario pensar en la demanda turística, que comprende el movimiento de individuos hacia los diversos destinos y su estancia en los mismos (características de alojamiento y actividades realizadas en el destino); así como, todos los bienes y servicios requeridos por el visitante (Flores Ruiz & Barroso González, 2012).

“Concienciar a los estados nacionales, a los destinos y viajeros que se deben concertar esfuerzos para lograr un desarrollo de turismo sostenible que proteja el medio ambiente, conserve el patrimonio cultural de los destinos, fomente el respeto de las comunidades locales en todo el mundo y propicie la articulación de éstas a los beneficios de la actividad turística, dentro de la economía global” (Loor Bravo, Alonso Alemán, & Pérez Pérez, 2018).

B. PROBLEMA

En la parroquia rural Tálag no se han realizado estudios técnicos para conocer todo el potencial turístico disponible. Un ejemplo es que el único atractivo turístico que se promociona por la unidad de turismo del cantón es el balneario de “Waysa Yacu”, lo que hace que el espacio del lugar se sature por la gran cantidad de visitantes sobre todo en días festivos, degradándolo paulatinamente. Con esto se deja de lado la variedad de atractivos disponibles para ofrecer a los turistas.

Uno de las principales razones es el incorrecto manejo de los lugares turísticos por parte de la Junta Parroquial y su desinterés en promover esta actividad como fuente económica alternativa. En el lugar no existe la decisión política para realizar el diseño de nuevos productos turísticos basados en el inventario turístico levantado en el año 2017 (Páez, 2017). Todo esto repercute en un freno para dinamizar la economía, diversificar la oferta turística y generar nuevas alternativas para las personas que visitan este lugar.

El problema se debe en gran parte al desconocimiento sobre el tema y la escasa sinergia entre la empresa privada y el sector local para aprovechar dichos recursos. Es precisamente la inexistencia de diseños de productos turísticos el limitante para que las operadoras privadas del cantón Tena como “Caveman Adventures” puedan operar de manera sostenible en la parroquia.

C. JUSTIFICACIÓN

Una evaluación precisa del potencial turístico de un territorio constituye una excelente base de adopción de decisiones para los organismos de desarrollo, ya que les permite minimizar los riesgos de implicarse en malas inversiones (Observatorio Europeo Leader, 1996).

El turismo es una herramienta que incentiva el desarrollo de la parroquia rural Tálag, representa una fuente de ingreso para los habitantes locales que servirá de premisa para que se

involucren las autoridades comunitarias y prioricen al turismo sustentable como fuente de trabajo diario.

La manera más acertada de apoyar es diseñar productos turísticos que sean beneficiosos, bajo un manejo adecuado, con una evaluación rigurosa que tenga en cuenta la oferta, la demanda, la competencia y las tendencias del mercado, esto con la finalidad de que no exista destrucción de la riqueza patrimonial natural y cultural.

Entonces, este proyecto se centra en la elaboración de productos turísticos para la operadora privada “Caveman Adventures” en la parroquia Tálag, buscando apoyar a la mejora del manejo turístico del lugar, de forma responsable y ofreciendo al turista varias alternativas para satisfacer sus expectativas.

III. OBJETIVOS

A. OBJETIVO GENERAL

Diseñar productos turísticos en la parroquia rural Tálag, cantón Tena, provincia de Napo para la operadora turística Caveman Adventures.

B. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Elaborar el estudio de mercado para el diseño de productos turísticos
2. Elaborar el diseño técnico del producto turístico
3. Desarrollar el estudio económico y financiero del producto turístico

IV. HIPÓTESIS DE TRABAJO

El diseño de productos turísticos en la parroquia rural Tálag, constituirá una alternativa para diversificar la oferta actual de la operadora de turismo Caveman Adventures.

V. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA

A. **TURISMO**

1. Definiciones

La Organización Mundial del Turismo (2008), define al turismo como:

Un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan visitantes y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico.

“Turismo es el conjunto de relaciones y fenómenos que se producen como consecuencia del desplazamiento y estancia temporal de personas fuera de su lugar de residencia, siempre que no esté motivado por razones lucrativas” (Escuela Universitaria de Turismo de Murcia, 2012).

2. Tipologías de la actividad turística

a. Turismo tradicional

Se sustenta principalmente en el turismo masivo y en el desarrollo de grandes instalaciones de alojamiento y esparcimiento. Los turistas que practican este tipo de turismo regularmente presentan hábitos consumistas y demandan servicios sofisticados. Las actividades que mayormente lo caracterizan, son la visita a playas y grandes destinos turístico o bien, a ciudades coloniales o de atractivo cultural situadas regularmente en grandes ciudades (Ibáñez & Rodríguez, 2012).

b. Turismo alternativo

Es una corriente de turismo que tiene como objetivo la realización de viajes donde el turista participa en actividades recreativas de contacto con la naturaleza y las expresiones culturales de comunidades rurales, indígenas y urbanas, respetando los patrimonios natural, cultural e histórico del lugar que visitan. Presupone que los organizadores están conscientes de los valores naturales, sociales y comunitarios, y que los turistas desean interactuar con la población local. Esta modalidad de turismo está conformada por actividades que en su nombre indican su característica principal: turismo cultural, turismo rural, agroturismo, ecoturismo, turismo de aventura, turismo cinegético, entre otros (Ibáñez & Rodríguez, 2012).

1) Turismo cultural

Corresponde a los viajes que se realizan con el deseo de entrar en contacto con otras culturas y acercarse a sus identidades. Contempla como uno de sus objetivos el conocimiento de los bienes de patrimonio cultural. Los turistas que practican esta modalidad turística buscan el disfrute y comunicación de valores y aprovechamiento económico para fines turísticos. Las principales actividades están relacionadas con diferentes aspectos; por ejemplo: artístico monumental, arquitectura popular, de exposiciones, étnico, folklore, costumbres y tradiciones, religioso, de

formación, de acontecimientos singulares, festivo, literario, gastronómico e industrial (Ibáñez & Rodríguez, 2012).

2) Turismo rural

Es aquel tipo de turismo que se realiza en zonas no urbanas, realizando la cultura, los valores y la identidad de la población local, a través de su directa y activa participación en la prestación de los servicios turísticos. Este tipo de turismo complementa las actividades económicas tradicionales y permite el intercambio positivo entre visitantes y receptores (Ibáñez & Rodríguez, 2012).

3) Agroturismo

Es una actividad en la que el turista busca vincularse con las labores del campo. Otras de sus motivaciones son: el contacto con las actividades económicas tradicionales en localidades regularmente pequeñas y experimentar la vida rural campesina. Para el turista, esto significa una oportunidad de entrar en contacto con la naturaleza, aun cuando pueda tratarse de espacios sometidos a procesos productivos intensos (Ibáñez & Rodríguez, 2012).

4) Ecoturismo

Es un nuevo movimiento conservacionista, basado en la industria turística. Se plantea como viajes turísticos responsables que conservan el entorno y ayudan al bienestar de la comunidad local. Se acompaña por códigos éticos y genera un enorme flujo de viajeros internacionales. Recibe el apoyo de estudiantes, pensadores y el financiamiento de los gobiernos de algunos países industrializados. Entre sus principales actividades están: el senderismo, la observación sideral, el rescate de flora y fauna, observación de flora, observación de ecosistemas, observación geológica y observación de atractivos naturales entre otras (Ibáñez & Rodríguez, 2012).

5) Turismo de aventura

Algunos lo llaman turismo deportivo, otros más, turismo de aventuras, otros tantos, turismo de adrenalina o bien turismo de reto, y si bien su denominación es lo de menos, los conceptos si llegan a ser determinantes. Por lo que, estas denominaciones generan confusiones y preocupaciones entre el turista e inclusive entre los prestadores y comercializadores de estos servicios. Referente a las actividades que se practican dentro de esta modalidad encontramos a, el montañismo, rappel, escalada, cabalgata, espeleísmo, ciclismo de montaña y la caminata (Ibáñez & Rodríguez, 2012).

B. ESTUDIO DE MERCADO

Es la función que vincula a consumidores, clientes y público con el mercadólogo a través de la información, la cual se utiliza para identificar y definir las oportunidades y problemas de mercado; para generar, refinar y evaluar las medidas de mercadeo y para mejorar la comprensión del proceso del mismo. El estudio de mercado es una herramienta de mercadeo que permite y facilita la obtención de datos, resultados que de una u otra forma serán analizados, procesados

mediante herramientas estadísticas y así obtener como resultados la aceptación o no y sus complicaciones de un producto dentro del mercado (De la Cruz, 2006).

1. Análisis de la oferta turística

a. Definición de oferta

Para Sevilla (2018).

En economía se define oferta como aquella cantidad de bienes y servicios que los ofertantes están dispuestos a poner a la venta en el mercado a unos precios concretos. Más concretamente, la oferta es la cantidad de bienes y servicios que diversas organizaciones, instituciones, personas o empresas están dispuestas a poner a la venta, es decir, en el mercado, en un lugar determinado y a un precio dado, bien por el interés del oferente o por la determinación pura de la economía. Los precios no tienen por qué ser iguales para cada tipo de productos e incluso en un mismo producto, dos oferentes diferentes pueden decidir poner un precio diferente.

b. Oferta turística

Se define como oferta turística al conjunto de productos y servicios asociados a un determinado espacio -geográfico y socio-cultural, que tienen por objetivo permitir, facilitar y propiciar el aprovechamiento de los atractivos turísticos de ese lugar, y cuyos oferentes o vendedores quieren y pueden vender en el mercado a un precio y en un periodo de tiempo determinado, para ser usado o consumido por los turistas (Socatelli, 2013).

En la oferta se encuentra inmerso el sistema turístico (las atracciones y atractivos, Infraestructura, planta turística y la superestructura).

1) Sistema turístico

Boullon (2006), indica que:

Alrededor del turismo se ha ido formando una trama de relaciones que caracterizan su funcionamiento. Esas relaciones forman un sistema. Pero no existe una única versión explicativa del sistema turístico, lo cual no significa que haya muchos sistemas, sino sólo uno con varias facetas. El estudio de cada una de estas facetas es lo que ha dado origen a distintos modelos analíticos, uno de los cuales, se denomina oferta-demanda. Otros modelos son: el antropológico social y el que se conoce como turismo industrial. El modelo oferta-demanda centra su interés en el funcionamiento del llamado turismo comercial. El antropológico social se ocupa de las manifestaciones del ocio y del tiempo libre en las distintas sociedades y analiza sus repercusiones en las conductas individuales y colectivas, y el modelo turismo industrial se interesa por la producción masiva, la comercialización y el lucro.

Mientras que Tierra (2012), menciona que:

El sistema turístico por su parte está constituido por un conjunto de elementos interdependientes que permiten su funcionamiento y que se encuentra en estrecha relación con la vida de todos los pueblos, ya sea que su involucramiento sea como turistas o como anfitriones. El

turismo se estructura en cuatro elementos sustanciales a saber: los atractivos y las consiguientes actividades que éstos posibilitan, la infraestructura social, la planta turística y la superestructura. Estos elementos configuran la oferta turística y se sintetizan en los productos turísticos que se ofrecen a los visitantes.

a) Atractivos y actividades turísticas

Es todo lugar, objeto o acontecimiento de interés turístico. El turismo sólo tiene lugar si existen ciertas atracciones que motiven al viajero a abandonar su domicilio habitual y permanecer cierto tiempo fuera de él. Respecto a la actividad turística, guardan la misma relación que los llamados recursos naturales hacia otras actividades productivas: nada valen sobre el mercado si no son puestos en valor y explotados, y como lo naturales, hay casos en que los atractivos turísticos son perecederos y no renovables (Rodríguez, 2013).

i. Inventario de atractivos turísticos

El inventario de atractivos turísticos, se concibe como un registro valorado de todos los sitios que, por sus atributos naturales, culturales y oportunidades para la operación constituyen parte del patrimonio nacional. Es un instrumento dinámico de información integrada para respaldar la gestión, por su capacidad de aportar datos consistentes para planificar, ejecutar y evaluar el territorio facilitando la toma de decisiones en materia de desarrollo turístico. De esta forma el inventario de atractivos nacionales almacenado en una base de datos plana y en una base de datos geográfica constituye un insumo clave para alimentar al Sistema de Información Geográfica Turística orientado a la realización de análisis y planificación territorial turística (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2017).

b) Infraestructura

Es el conjunto de obras y servicios que sirven de base para el desarrollo de todas las actividades económicas, y, en consecuencia, puede ser de uso común o puede ser específica del turismo. Es el soporte que permite la conexión entre centros emisores y receptores y el desarrollo del destino turístico, en especial, el transporte (rutas y terminales) y la comunicación. En la historia del turismo los medios de transporte y las vías de comunicación han ejercido un rol fundamental. Si bien las empresas de transporte se incluyen dentro del equipamiento, este componente de la infraestructura sigue siendo determinante para el desarrollo turístico. Lo mismo ocurre con los medios de comunicación, dado que no solamente relacionan el centro emisor con el receptor, sino que construyen la imagen del destino. La profunda transformación que está generando en el sistema turístico Internet, todavía es analizada de manera preponderante en relación al rol de las agencias de viajes. Como factor de competencia o como una oportunidad para todas las empresas, se coincide en la necesidad de profesionalizar cada vez más el sector que demanda trabajadores altamente especializados (Varisco, 2013).

c) Planta turística

“Conjunto de instrumentos útiles, instalaciones o efectos necesarios para la producción y prestación de servicios específicamente turísticos. Comprende las empresas, la información turística, el señalamiento turístico, las escuelas de turismo, etc.” (Rodríguez, 2013).

d) Superestructura turística

Está conformado por el conjunto de organismos que de manera directa e indirecta están involucrados en la organización y funcionamiento del turismo. Tienen como función propiciar por todos los medios a su alcance, el óptimo funcionamiento de los tres primeros elementos que en su conjunto forman el producto turístico de una localidad (Tierra, 2012).

La superestructura turística comprende todos los organismos especializados, tanto públicos como de la actividad privada, encargados de optimizar y modificar, cuando fuere necesario, el funcionamiento de cada una de las partes que integran el sistema, así como armonizar sus relaciones para facilitar la producción y venta de los múltiples y dispares servicios que componen el producto turístico (Socatelli, 2013).

Para que la superestructura turística pueda cumplir sus funciones, es necesario que existan mecanismos de articulación entre los diferentes sectores. La acción conjunta de las instituciones hace posible que el desarrollo de la actividad se oriente hacia sus efectos positivos y se minimicen los efectos negativos. La contribución del turismo al Desarrollo Local, va a depender de que esta articulación se concrete y se trabaje de manera conjunta (Varisco, 2013).

2. Competencia

Situación en la que existe un indefinido número de compradores y vendedores, que intentan maximizar su beneficio o satisfacción, y en la que los precios están determinados únicamente por las fuerzas de la oferta y la demanda (Sevilla, 2016).

3. Análisis de la demanda turística

a. Definición de demanda

Se define como demanda al conjunto de consumidores o posibles consumidores de bienes y servicios turísticos que buscan satisfacer sus necesidades de viaje. Sean éstos los turistas, viajeros y visitantes, independientemente de las motivaciones que les animan a viajar y del lugar que visitan o planean visitar (Socatelli, 2013).

Se puede medir contabilizando el total de turistas que concurren a una región, país, zona, centro turístico o atractivo, y a los ingresos que generan, y si se quiere profundizar el análisis midiendo cómo se distribuyen esos datos entre los distintos tipos de servicios que se ofrecen en esas mismas unidades (Boullon, 2006).

b. Demanda turística

Es el total de las personas participantes en actividades turísticas, cuantificada como número de llegada o salidas de turistas, valor en dinero gastado u otros datos estadísticos. Entre los factores que influyen en la demanda turística se encuentra el poder económico de los turistas, la disponibilidad de vacaciones y otros factores motivadores (Panosso & Lohmann, 2012).

La demanda se determina de la siguiente manera:

1) Segmentación de mercado

Las empresas que deciden operar en mercados amplios reconocen que, normalmente, no pueden atender a todos los clientes, porque son demasiado numerosos y dispersos, y porque sus exigencias son muy diferentes. Por ello, en lugar de competir en todos los sitios, con frecuencia enfrentándose a competidores superiores, necesitan identificar los segmentos de mercado más atractivos que pueden servir eficazmente. En este sentido, segmentar es diferenciar el mercado total de un producto o servicio en grupos diferentes de consumidores, homogéneos entre sí y diferentes a los demás, en cuanto a hábitos, necesidades y gustos, que podrían requerir productos o combinaciones de marketing diferentes. Estos grupos se denominan segmentos y se obtienen mediante diferentes procedimientos estadísticos, a fin de poder aplicar a cada segmento las estrategias de marketing más adecuadas para lograr los objetivos establecidos a priori por la empresa (Monferrer, 2013).

2) Determinación del universo

En muestreo se entiende por universo a la totalidad que interesa considerar, y que es necesario que este bien definido para que se sepa en todo momento que elementos lo componen (Cuesta & Herrero, 2010).

3) Tamaño de la muestra

Una muestra es una selección de los encuestados elegidos y que representan a la población total. El tamaño de la muestra es una porción significativa de la población que cumple con las características de la investigación reduciendo los costos y el tiempo. El definir el tamaño de la muestra antes de comenzar una investigación es un principio estadístico que nos ayuda a evitar el sesgo en la interpretación de los resultados obtenidos (QuestionPro, s.f.).

4) Muestra

La muestra se define mediante la siguiente fórmula:

Dónde:

$$n = \frac{N(P * Q)}{(N - 1)\left(\frac{e}{Z}\right)^2 + (P * Q)}$$

n = Tamaño de la muestra

N = Universo de estudio

P = Probabilidad de ocurrencia

Q = Probabilidad de la no ocurrencia

e = Margen de error

Z = Nivel de confianza

5) Perfil del turista

Conocer el perfil del turista brinda elementos para una mejor planificación y desarrollo de productos y servicios especializados para atender las necesidades de la población visitante. Mientras tanto, el conocimiento de la experiencia de viaje permite diseñar adecuaciones encaminadas a mejorar la vivencia en el destino, lo cual es de interés para los prestadores de servicio, pero también para el gobierno (Centro de Estudios Superiores en Turismo, 2012).

Al caracterizar (perfilar) a los consumidores de servicios turísticos, tanto nacionales como extranjeros, mediante sus atributos sociodemográficos así como por sus hábitos de viaje en conjunción con la satisfacción que reportan es posible desarrollar una intuición acerca de la experiencia de viaje que reportan los distintos tipos de turistas y, mediante su análisis, identificar mecanismos para mejorar la oferta turística en el destino y potencializar la llegada de turistas a diferentes destinos (Centro de Estudios Superiores en Turismo, 2012).

6) Confrontación oferta – demanda

Se proyectan los datos de la oferta y de la demanda para proceder al cálculo de la demanda potencial insatisfecha y objetiva.

$$Co = Cn(1 + i)^n$$

Co= Año a proyectar

Cn= Demanda actual

i = incremento

n= año a proyectarse

C. PRODUCTO TURÍSTICO

1. Definición de producto turístico

Según Gurría (2009), “El producto es el servicio que usará o consumirá el turista, es el resultado de la suma de los elementos del sistema turístico y se puede resumir de la siguiente manera:”

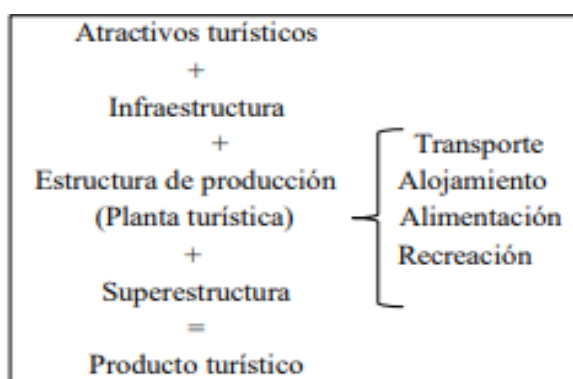


Figura 5.1 Planta turística.

Nota: Gurría, 2009

Conjunto de bienes y servicios necesarios para el desarrollo de las actividades de consumo turístico. Es el conjunto de bienes y servicios que se ofrecen al mercado, en forma individual o en una gama muy amplia de combinaciones resultantes de las necesidades, requerimientos o deseos de un consumidor al que llamamos turista (Rodríguez, 2013).

2. Diseño de un producto turístico

Diseñar un producto turístico implica desempeñar con destreza unas funciones de comercialización y organización y manejar con conocimiento técnicas de evaluación de recursos y planificación de actuaciones concretas. En una primera fase se aborda cómo analizar el potencial turístico que poseen las diferentes zonas territoriales mediante técnicas de evaluación de recursos e identificación de características y ventajas comparativas de los mismos; asimismo, se estudia cómo determinar la oportunidad de creación, modificación o eliminación de un servicio turístico y se detallan las formas de relación de los diferentes recursos. La obra termina con la implementación de productos o servicios turísticos y la dinamización de los recursos territoriales, para lo cual se analiza cuáles son y cómo seleccionar las variables de mayor incidencia socioeconómica para el entorno, las estrategias necesarias para un plan de marketing o los diferentes planes y programas llevados a cabo en determinadas zonas (Díaz, 2011).

a. Mapeo del recorrido

Corresponde a la identificación de los puntos de interés de la ruta a través de un mapa geo referenciado (Altamirano, 2017).

b. Potencialidad turística

Hace referencia principalmente a los atractivos turísticos y actividades de mayor importancia incluidos en la ruta y que articulados entre sí para poner en valor turístico el territorio (Altamirano, 2017).

c. Planta disponible

Corresponde a los establecimientos privados o comunitarios que facilitan los servicios de hospedaje, alimentación y recreación (Altamirano, 2017).

d. Infraestructura social básica disponible

Definida en función de la existencia de servicios básicos (agua, energía, accesibilidad, salubridad, comunicación, entre otros) (Altamirano, 2017).

e. Paquete turístico

Los paquetes turísticos son el conjunto de servicios prestados en base a un itinerario organizado previamente y adquirido a un precio único y global. Se considera como el conjunto de servicios porque al momento de su operación cada programa involucra servicios intermedios como alojamiento, alimentación, transporte y recreación (Nélida, 2005).

f. Requerimientos de la ruta

Hace referencia a los aspectos o elementos necesarios para la operación de la ruta (Altamirano, 2017).

3. Definición de ruta y circuito como producto

Se entiende por ruta turística, aquel recorrido turístico lineal o circular, que consta de un itinerario definido conectado por varios sitios de interés para el visitante. Por lo general, estos atractivos, son los que caracterizan la zona o localidad donde se realiza el recorrido (Servicio Nacional de Aprendizaje, 2015).

Una ruta turística es un recorrido con un itinerario establecido, que se realiza visitando y conociendo atractivos turísticos culturales o naturales, ubicados en zonas de desarrollo turístico, dotados con todas las facilidades y comodidades para el turismo (Servicio Nacional de Aprendizaje, 2015).

Es la articulación de atractivos turísticos en forma ordenada y priorizada que facilita el conocimiento turístico del visitante. Es una ruta turística que abarca diferentes atractivos, terminando en el mismo lugar que inicia.

D. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

“El estudio de evaluación económica-financiera es la parte final de toda la secuencia de análisis de la factibilidad de un proyecto para ver si la inversión propuesta ser económicamente rentable” (Escalona, 2010).

Es frecuente confundir la evaluación económica con el análisis o evaluación financiera. En este segundo caso se considera únicamente la vertiente monetaria de un proyecto con el objetivo de considerar su rentabilidad en términos de flujos de dinero. Mientras que la evaluación económica integra en su análisis tanto los costes monetarios como los beneficios expresados en otras unidades relacionadas con las mejoras en las condiciones de vida de un grupo. Podemos hablar entonces de rentabilidad o beneficios de tipo social (Fernández-Villa, Beñat, & Naiara, 2008).

1. Evaluación económica

La evaluación económica de una decisión de inversión considerando la inversión total necesaria para llevar a cabo un proyecto, grupo de proyectos o empresa; independientemente de la estructuración de su financiamiento, otorgando como información el valor agregado económico a generarse por la actividad comercial, sin considerar el efecto de un mayor o menor nivel de endeudamiento o el costo de la fuente de financiamiento. Los indicadores de valor utilizados frecuentemente en una evaluación económica son el Valor Actual Neto Económico (VANE) y la Tasa Interna de Retorno Económica (TIRE) (Bravo, 2017).

2. Evaluación financiera

La evaluación financiera de una decisión de inversión como la evaluación desde el punto de vista de los accionistas, los cuales han puesto la parte del capital para el financiamiento de la inversión total de un proyecto, grupo de proyectos o empresa; mientras que la otra parte proviene de acreedores mediante deuda. La evaluación financiera nos brinda como información el valor agregado total o financiero que se genera en un proyecto o negocio, tanto por la parte comercial o valor agregado económico, como por el efecto de un menor nivel de costo del endeudamiento o valor agregado de la deuda. Los indicadores de valor más frecuentes utilizados en una evaluación financiera son el Valor Actual Neto Financiero (VANF) y la Tasa Interna de Retorno Financiera (TIRF) (Bravo, 2017).

VI MATERIALES Y MÉTODOS

A. CARACTERIZACIÓN DEL LUGAR

1. Localización

La presente investigación se realizó en la parroquia rural Tálag, perteneciente al cantón Tena, provincia de Napo,

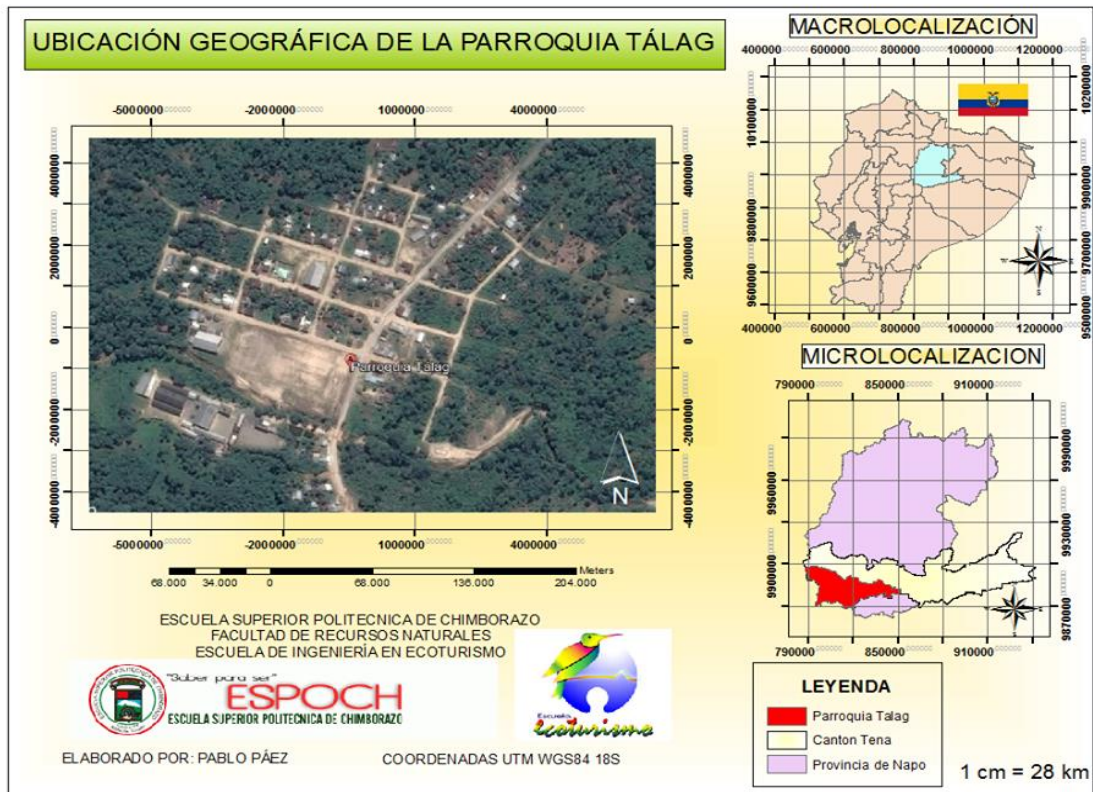


Figura 6.1 Ubicación de la parroquia rural Tálag.

Nota: Elaborado por Pablo Páez, 2018

2. Ubicación geográfica

La parroquia rural de Tálag se localiza en las siguientes coordenadas proyectadas en UTM zona 18 S.

- Datum WGS84:
- X 176357
- Y 9882053
- Altitud: 395 a 1400 m.s.n.m. (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Tálag, 2015).

3. Delimitación del área

Los límites de la parroquia rural Tálag son los siguientes:

- **Norte:** Quebrada de Uchuculin y parroquia Pano
- **Sur:** Cantón Arosemena Tola
- **Este:** Cordillera de Llanganates y cantón Salcedo
- **Oeste:** Parroquia Puerto Napo (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Tálag, 2015).

4. Características climáticas

El (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Tena, 2014), indica las siguientes características:

- **Temperatura media anual:** 24°C y 26°C
- **Precipitación:** 800 mm y 4.600 mm/año
- **Humedad relativa:** 90%

5. Características del suelo

“De acuerdo con las Clasificaciones del suelo (Soil Taxonomy USDA) aplicada al Ecuador, se identifican diferentes tipos de suelos para el cantón Tena INCEPTISOL, ENTISOL, HISTOSOL, MOLLISOLES” (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Tena, 2014).

6. Clasificación ecológica

El Ministerio del Ambiente del Ecuador (2013), a través del sistema de clasificación de ecosistemas del Ecuador continental establece que el territorio que comprende el cantón Tena contiene varias zonas de vida debido a sus diferentes rangos altitudinales y sus características ecológicas

- a. Bosque siempreverde piemontano del norte de la cordillera oriental de los andes (BsPn03):

Ecosistema formado por un bosque denso de 15 a 35 m de alto, la vegetación presenta una cobertura densa de estructura compleja con varios estratos, observándose ocasionalmente lianas. En la combinación florística es característica la presencia de varias especies andinas macrotérmicas, asociadas a flora del occidente de la Amazonía. Altitud de 400-1200 msnm.

- b. Bosque siempreverde montano bajo del norte de la cordillera oriental de los andes (BsBn01):

Bosques siempreverdes que alcanzan los 20 a 35 m de altura. En su mayoría compuestos por árboles con fustes rectos, principalmente de las familias Lauraceae, Rubiaceae, Melastomataceae y ocasionalmente Moraceae. Se componen de varios estratos que incluyen un dosel alto, subdosel, estrato arbustivo y herbáceo. El sotobosque es denso y es el resultado de la dinámica sucesional relacionada con deslaves frecuentes. El estrato herbáceo y- epifítico se caracteriza por la abundancia de especies de hojas grandes (e.g. Anthurium, Cyclanthus, Philodendron y

Rhodospatha). En los claros del bosque es común encontrar Piptocoma discolor, Alchornea pearcei y Acalypha diversifolia. Hacia los límites superiores de este ecosistema se incrementa la abundancia de plantas epifitas en los troncos y ramas de los árboles. Altitud de 1200-2000 msnm.

B. MATERIALES

1. Materiales

Libreta de apuntes, esferos, portaminas, minas, borrador, pilas, hojas de papel bond, fichas bibliográficas, Cd, carpetas, tinta de impresora, corrector, estilete, lápiz.

2. Equipos

Computadora, impresora, cámara digital, flash memory, GPS.

C. METODOLOGÍA

La presente es una investigación no experimental de tipo aplicativo, se aplicaron técnicas de investigación bibliográfica (secundaria) y de campo (primaria), de manera explorativa, descriptiva, analítica y prospectiva.

1. Para el cumplimiento del primer objetivo: Elaborar el estudio de mercado para el diseño de productos turísticos

a. Análisis de la oferta turística actual

El análisis de la oferta turística actual se realizó tomando en consideración los elementos del sistema turístico. En una primera etapa se revisó, analizó y actualizó el inventario de los recursos y atractivos turísticos naturales y culturales de la parroquia Tálag realizados en el año 2017 por (Páez, 2017). Concluido el inventario se procedió mediante revisión de fuentes de información secundaria al análisis de las condiciones de la infraestructura turística que se puede encontrar en la zona, poniendo énfasis particular en las condiciones de servicios básicos, saneamiento, comunicación, seguridad, vialidad y conectividad. Seguidamente utilizando la información del catastro de prestadores de servicios turísticos del cantón Tena se caracterizó la planta turística localmente constituida y que se encuentra asentada en la parroquia. Por último, se procedió a un análisis de la superestructura turística considerando dos aspectos, por una parte, los actores del sector público privado y o comunitario que se encuentran presentes en la zona trabajando respecto a temas de turismo y, por otra parte, el marco legal disponible para realizar actividades de turismo, se tomó en cuenta no solo lo establecido en el ente turismo, sino lo establecido en las ordenanzas municipales y acuerdos o resoluciones a nivel parroquial.

b. Análisis de la competencia

El análisis de la competencia está relacionado con la información pertinente a otros tours operadoras o agencias de viajes que trabajan con productos, atractivos y/o servicios turísticos que estén localizados en la zona de estudio, para lo cual se levantó información relacionada con: años

de permanencia en el mercado, demanda que capta y características fundamentales de la oferta respecto a planta turística o actividades.

c. Análisis de la demanda

El análisis de la demanda se realizó en base a los siguientes pasos:

1) Determinación del universo

Para determinar el universo de estudio se tomaron datos del ingreso de turistas hacia el atractivo turístico “Waysa Yacu” 2018.

2) Cálculo de la muestra

Para obtener el tamaño de la muestra, se empleó la siguiente fórmula, considerando un margen de error del 8% y varianza del 1,75.

Para Turistas Nacionales

$$n = \frac{28491(0.5 * 0.5)}{(28491 - 1)\left(\frac{0.07}{1.81}\right)^2 + (0.5 * 0.5)}$$

$$n = 166$$

Para Turistas Extranjeros

$$n = \frac{20461(0.5 * 0.5)}{(20461 - 1)\left(\frac{0.07}{1.81}\right)^2 + (0.5 * 0.5)}$$

$$n = 166$$

3) Técnica e instrumento

Se usó como técnica la encuesta para recolectar la información sobre la demanda turística y como instrumento el cuestionario el mismo que estableció un conjunto de preguntas abiertas y cerradas, lo que permitió levantar información acerca de las condiciones sociográficas, psicográficas y motivacionales de los visitantes.

4) Definición del perfil del turista

Aplicadas las encuestas se procedió a analizar y sistematizar la información la misma que es presentada a través de cuadros y/o gráficos con su respectivo análisis e interpretación. En función de la información levantada se definió el perfil del turista.

d. Confrontación oferta – demanda

Para llevar a cabo la confrontación oferta – demanda, se realizará el cálculo de las proyecciones de la oferta y la demanda mediante la fórmula del incremento compuesto, debido a que en la zona no existen datos históricos, además para la proyección de los segmentos se utilizará el índice de crecimiento turístico en el Ecuador.

Para las proyecciones, se usará la fórmula del incremento compuesto:

Fórmula del incremento compuesto:

$$Co = Cn(1 + i)^n$$

Co= Años a proyectar

Cn= Demanda actual de turistas: Nacionales y extranjeros

i= Incremento del turismo nacional e internacional

n= El año a proyectarse (1-5)

e. Demanda potencial

La demanda potencial es el porcentaje de la demanda total interesada en consumir el producto turístico.

f. Demanda insatisfecha proyectada

La demanda insatisfecha es el resultado de la diferencia entre la demanda potencial menos la competencia.

g. Demanda objetivo

Es el porcentaje de la demanda insatisfecha que estaría en la capacidad de obtener el producto turístico de acuerdo con la capacidad instalada.

2. Para el cumplimiento del segundo objetivo: Elaborar el diseño técnico del producto turístico

El diseño del producto turístico seguirá los lineamientos establecidos en la metodología de la ruta del agua del Ministerio de Turismo del Ecuador, 2008, que indica:

a. Mapeo de la ruta

Se elaborará mapas temáticos geo referenciados que incluyan a todos los puntos de interés de la ruta a través de salidas de campo.

b. Potencialidad turística

A través de la identificación de los principales atractivos turísticos y actividades de mayor importancia incluidos en la ruta y que articulados entre sí para poner en valor turístico el territorio.

c. Planta disponible

Se identificarán los establecimientos privados o comunitarios que faciliten los servicios de hospedaje, alimentación y recreación, a través de salidas de campo y un análisis previo del catastro turístico.

d. Infraestructura social básica disponible

Se establecerá en base a fuentes de información secundaria

e. Propuesta de empaquetamiento turístico

Para la realización del diseño técnico de los paquetes se tomará en cuenta los gustos y preferencias de los turistas potenciales, además de otros parámetros como la confluencia con la oferta que presenta la zona de estudio, la denominación del paquete, codificación, duración, itinerario con tiempos, dificultad, servicios que incluyen y servicios que no incluyen, precio, mapa, fotografías observaciones y requerimientos para la visita.

f. Requerimientos de la ruta

Se identificará a través de salidas de campo los aspectos o elementos necesarios para la operación de la ruta, estableciendo propuestas técnicas para cada necesidad.

3. Para el cumplimiento del tercer objetivo: Desarrollar el estudio económico y financiero del producto turístico

a. Evaluación económica

Para realizar este análisis se establecerá todos los gastos que se generarían en la implementación del producto, mediante el análisis de los siguientes aspectos:

- Activos fijos, diferidos y capital de trabajo
- Fuentes de financiamiento y uso de fondos
- Presupuesto de costos y gastos.
- Costos
- Ingresos
- Estado de resultados
- Flujo de caja del proyecto

b. Evaluación financiera

Con la evaluación financiera se determinará la rentabilidad de la inversión y se definirá mediante el cálculo y análisis de los siguientes parámetros:

- Tasa interna de retorno “TIR”
- Valor actual neto “VAN”
- Relación Costo Beneficio “RC\B”
- Periodo de recuperación del capital

VII. RESULTADOS

A. **ELABORAR EL ESTUDIO DE MERCADO PARA EL DISEÑO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS**

1. Análisis de la oferta

a. Inventario

Tabla 7.1 Resumen de inventarios turísticos de la parroquia Tálag

N.-	NOMBRE DEL ATRACTIVO	CATEGORÍA	TIPO	SUBTIPO	JERARQUÍA
1	Balneario Uchuculin	Sitio natural	Fenómenos geológicos	Quebrada	II
2	Poza de Los Curas	Sitio natural	Ríos	Playa de río	II
3	Balneario Iloculin	Sitio natural	Ríos	Playa de río	II
4	Balneario Waysa Yacu	Sitio natural	Ríos	Río	III
5	Cascada Alukus	Sitio natural	Ríos	Cascada	II
6	Cascada Yurak Pakcha	Sitio natural	Ríos	Cascada	II
7	Cascada Rimak Pakcha	Sitio natural	Ríos	Cascada	II
8	Cascada Suyu Pakcha	Sitio natural	Ríos	Cascada	II
9	Laguna del Yani	Sitio natural	Ríos	Río	III
10	Cascada de Pimpilala	Sitio natural	Ríos	Cascada	III
11	Cascada Ichi Urcu	Sitio natural	Ríos	Cascada	I
12	Cascada Munditi Cocha	Sitio natural	Ríos	Cascada	I
13	Balneario San Carlos	Sitio natural	Ríos	Playa de río	II
14	Cueva de Murciélagos	Sitio natural	Fenómenos espeleológicos	Cueva	I
15	Cascada Wachi Yacu	Sitio natural	Ríos	Cascada	II
16	Rio Jatun Yacu	Sitio natural	Ríos	Río	III
17	Lamedero de Mariposas	Sitio natural	Aguas subterráneas	Manantial de agua mineral	I
18	Cascada Waira Yacu	Sitio natural	Ríos	Cascada	II
19	Ruth's Garden	Manifestaciones culturales	Realizaciones técnicas y científicas	Centros de exhibición de flora y fauna	II
20	Petroglifos Puma Rumi	Manifestaciones culturales	Arquitectura	Área arqueológica	II

Nota: Trabajo de campo. (Páez, 2018)

b. Infraestructura

1) Servicio de agua

El 79% de la población cuenta con el servicio de agua por Red Pública, el 5% de la población obtiene agua de pozo, el 13% de la población obtiene agua de río, el 3% de la población obtiene agua de la recolección de la lluvia. Para los atractivos turísticos, el agua proviene de los ríos y recolección de agua de lluvia.

2) Servicio de alcantarillado

Actualmente la parroquia Tálag cuenta con alcantarillado sanitario únicamente en su cabecera parroquial, mientras que el resto de barrios sectores y comunidades, incluyendo atractivos turísticos, optan por otras opciones de eliminación, como foso séptico o descargas a los terrenos baldíos y a las fuentes de agua.

3) Cobertura de energía eléctrica

En la parroquia Tálag, el 99,7% de las edificaciones cuentan con energía eléctrica. De este total, 94,2% incluye viviendas y atractivos turísticos. El 5,5% son edificaciones de uso común, como casas comunales y canchas cubiertas. Y apenas el 0,3% no cuenta con energía eléctrica en su domicilio debido a la distancia, ya que viven fuera de las comunidades.

4) Servicio de saneamiento

El 67% de la población cuenta con el servicio de recolección de residuos, el 33% de la población elimina sus residuos de maneras alternativas como: enterrándola, arrojándola al río, quemándola o arrojándola a terrenos baldíos. Respecto a los atractivos turísticos no existe un sistema claro de saneamiento de residuos.

5) Cobertura de comunicación

El Acceso a internet de banda ancha es totalmente nulo en las comunidades. La única zona disponible para gozar de este servicio es el Infocentro de CNT, ubicado en la cabecera parroquial.

Los servicios de telefonía móvil Claro, CNT y Movistar tiene cobertura en algunas zonas y está ausente en la mayoría de las comunidades, se dispone de servicio de telefonía fija inalámbrica en pocas instituciones y familias de Tálag, la mayor parte de las comunidades carecen de este servicio.

Los atractivos turísticos también se incluyen en la carencia de redes telefónicas e internet.

6) Servicio de seguridad

La parroquia Tálag no cuenta con una Unidad de Policía Comunitaria (UPC), sin embargo, desde el Comando de Policía Sub Zona Napo 15 disponen rondas diarias hacia las parroquias Tálag y Pano, incluyendo atractivos turísticos.

7) Cobertura de vialidad y conectividad

La red vial de la parroquia Tálag se encuentra constituida de la siguiente manera: la situación vial de la parroquia se extiende a lo largo de los márgenes izquierdo y derecho del río Jatunyacu-Napo. La vía de margen derecho corresponde a tercer orden, siempre se encuentra en mal estado debido a la falta de mantenimiento, esta arteria vial va desde Tres Marías hasta la comunidad de San Pablo en lo que corresponde a la parroquia Tálag. Desde Tres Marías se articula con la parroquia Puerto Napo. El margen derecho cuenta con una vía asfaltada de segundo orden que va desde Tena, pasando por la parroquia Pano, hasta la cabecera parroquial de Tálag, Shandia, Santa Rosa, Centro Tálag, Bajo Tálag y San Carlos, donde termina el asfaltado, sin embargo, la vía continúa con lastrado hasta la parroquia Puerto Napo pasando por Ichu Urku último asentamiento de la parroquia Tálag. Existe otro ramal con una vía lastrada de segundo orden desde la cabecera parroquial de Tálag que se extiende hasta Serena y Cando.

c. Planta Turística

1) Alojamiento

La parroquia cuenta con 3 lugares de hospedaje registrados en el Ministerio de Turismo. Sin embargo, considerando la dificultad de movilización desde estos lugares hacia los diferentes atractivos turísticos, en este literal se incluyó información sobre lugares de hospedaje de todo el cantón Tena.

En Tena existen 86 lugares de hospedaje registrados en el Ministerio de Turismo, distribuidos 63 en la parroquia Tena, 13 en la parroquia Misahuallí, 5 en la parroquia Ahuano, 3 en la parroquia Tálag y 2 en la parroquia Muyuna.

De acuerdo a su tipología 3 están categorizadas como casa de huéspedes correspondiente al 3%, 53 como hostales correspondientes al 61,6% de los cuales 33 están categorizados como de 1 estrella, 10 de 2 estrellas y 10 de 3 estrellas. 19 hosterías correspondiente al 22%, de estas: 1 corresponde a la categoría de 5 estrellas, 2 corresponden a 4 estrellas, 15 hosterías a 3 estrellas y 1 hosterías de 2 estrellas. Encontramos 11 hoteles que representan el 12,7%, categorizados de la siguiente manera: 1 de 5 estrellas, 6 de 3 estrellas y 4 de 2 estrellas.

Estos sitios de hospedaje ofertan en total 1414 habitaciones con disponibilidad de 3077 camas, dando cobertura a 3173 personas.

Tabla 7.2 Establecimientos de alojamiento

Nombre comercial	Actividad	Clasificación	Categoría	Dirección sitio	Total habitaciones	Total camas	Total plazas	Mesas	Plazas mesas
Dulce Daniela	Alojamiento	Casa de huéspedes	Categoría única		4	13	9		
La Casa De Madera	Alojamiento	Casa de huéspedes	Categoría única		2	11	6		
Lumicom Farm	Alojamiento	Casa de huéspedes	Categoría única		2	6	6		
"Arazá"	Alojamiento	Hostal	1 Estrella	9 de Octubre 277 Y Tarqui frente al IESS	37	61	71		
A Welcome Break	Alojamiento	Hostal	3 Estrellas	Augusto Rueda 331 y 12 de Febrero	12	32	32	10	40
Ally Kawsay	Alojamiento	Hostal	1 Estrella		12	28	28		
Austria	Alojamiento	Hostal	1 Estrella	Tarqui y Díaz De Pineda	13	28	28		
Bambú	Alojamiento	Hostal	1 Estrella		14	33	33		
Banana Cabañas	Alojamiento	Hostal	2 Estrellas	Vía Pununo (800 m del Parque Central)	7	21	17		
Cabañas France Amazonia	Alojamiento	Hostal	1 Estrella	Frente al Colegio Misahuallí, Calle Principal	11	21	21		
Cambahuasi	Alojamiento	Hostal	1 Estrella	Av. Del Chofer y 15 de Noviembre	20	40	20		
Canela	Alojamiento	Hostal	3 Estrellas	Amazonas y Abdón Calderón	19	37	37		

Casa Blanca	Alojamiento	Hostal	1 Estrella	Los Yutzos entre Cacique Beto y Choriyyuyo	7	16	16		
Cleelkars	Alojamiento	Hostal	2 Estrellas		15	28	28		
Comercial Cáceres	Alojamiento	Hostal	1 Estrella	15 de Noviembre frente al Terminal	20	40	20		
D'Angelo	Alojamiento	Hostal	2 Estrellas	Calle Juan León Mera 535 y Sucre, Barrio Central	12	23	25	0	0
El Paisano	Alojamiento	Hostal	2 Estrellas	Guillermo Rivadeneira y Tandalia	12	22	25	6	24
Erika	Alojamiento	Hostal	1 Estrella	Gabriel Espinoza 152 detrás Terminal	28	40	70		
Español	Alojamiento	Hostal	1 Estrella	Juan Arteaga S/N	14	40	40		
Gold	Alojamiento	Hostal	1 Estrella		16	30	30		
Gran Sumaco	Alojamiento	Hostal	2 Estrellas	Cesar Augusto Rueda y Av. 15 de Noviembre	16	31	31		
Hostería Tena Ñauí	Alojamiento	Hostal	1 Estrella	Vía Las Antenas-Alto Paushiyacu-Tena	9	22	22		
Hotel Bolívar	Alojamiento	Hostal	1 Estrella	15 de Noviembre y Federico Monteros	32	68	106		
Hotel Clarke's	Alojamiento	Hostal	1 Estrella		16	44	60		

Hotel Pumarosa	Alojamiento	Hostal	1 Estrella	Francisco de Orellana - Malecón	10	23	26	12	48
Jireh	Alojamiento	Hostal	3 Estrellas	Calle Rubén Lerson y Víctor Sanmiguel	22	22	22		
Juan Manuel	Alojamiento	Hostal	3 Estrellas	Gabriel Espinoza 232 y Av. Del Chofer	8	12	12	5	20
Kayak Hostel Ecuador	Alojamiento	Hostal	1 Estrella		5	10	11		
La Casa Del Abuelo	Alojamiento	Hostal	2 Estrellas	Juan León Mera 628 y Abdón Calderón	8	19	16		
La Colina	Alojamiento	Hostal	2 Estrellas	Calle 12 de Febrero y Cuenca Bellavista Alta	19	38	38	5	20
La Posada	Alojamiento	Hostal	1 Estrella	Parque Central	5	11	11		
Laurita	Alojamiento	Hostal	2 Estrellas	15 de Noviembre frente al Terminal	20	36	40	0	0
Loren's	Alojamiento	Hostal	2 Estrellas		26	52	52		
Los Ángeles	Alojamiento	Hostal	3 Estrellas	15 de Noviembre Y 12 de Febrero	19	42	42		
Los Anturios	Alojamiento	Hostal	1 Estrella	Calle Misahuallí y 12 de Febrero	20	37	50		
Magdalena De Bravo“S	Alojamiento	Hostal	1 Estrella		6	8	13		

Oro Azul	Alojamiento	Hostal	1 Estrella	García Moreno N.-245 Y Abdón Calderón	20	40	40		
Pakay	Alojamiento	Hostal	1 Estrella	Av. Antisana (Perimetral), Barrio 30 de Diciembre	12	39	34		
Pensión Diamante Oriental	Alojamiento	Hostal	1 Estrella	Av. 15 de Noviembre y Edwin Enríquez esquina.	8	18	18		
Perla Del Oriente	Alojamiento	Hostal	1 Estrella	Ave. Perimetral- Barrio 30 de Diciembre	18	33	33	8	32
Refugio En La Selva	Alojamiento	Hostal	1 Estrella	Calle Napo y José Tandalia	23	42	57		
Residencial Las Dalias	Alojamiento	Hostal	3 Estrellas	15 de Noviembre 195 Puente carrozable	10	19	19		
Residencial Limón- Cocha	Alojamiento	Hostal	1 Estrella		14	32	24		
Ríos Plaza & Suites	Alojamiento	Hostal	3 Estrellas		5	13	20		
Sirenis Amazonia	Alojamiento	Hostal	1 Estrella	Simón Bolívar y García Moreno Gabriel Espinoza	16	33	33	0	
Tropical House	Alojamiento	Hostal	1 Estrella	S/N y Av. del Chofer	20	40	20		
Tucán Real	Alojamiento	Hostal	2 Estrellas	Calle Ambato y Galo Plaza	18	45	37	10	40

Villa Belén	Alojamiento	Hostal	1 Estrella	Av. Jumandy y Unión y Progreso	12	26	16	16	64
Vista Hermosa	Alojamiento	Hostal	3 Estrellas	15 de Noviembre 622 y Marañón	22	48	48	5	20
Hostal Y Cafetería Bito Onko	Alojamiento	Hostal	3 Estrellas		20	46	38		
Yana Watsaru	Alojamiento	Hostal	1 Estrella	Calle Anpo, Barrio Central	12	22	22	4	16
Anaconda Ecuador	Alojamiento	Hostería	5 Estrellas	Isla Anaconda Ahuano	11	40	38		
Cabañas Chuquitos.	Alojamiento	Hostería	3 Estrellas	500 metros del puente de Atacapi vía Muyuna	14	26	36		
Cabañas Pimpilala	Alojamiento	Hostería	3 Estrellas	Lote Nro.7 Tálag Alto	10	20	20		
Cabañas Restaurant Victoria	Alojamiento	Hostería	3 Estrellas	Comunidad San Víctor vía Misahuallí	12	22	22		
Cabañas Suchi Pakari	Alojamiento	Hostería	3 Estrellas	Vía Tena - Ahuano 20 min en canoa río	18	58	41		
Cabañas Valle Encantado	Alojamiento	Hostería	3 Estrellas	Pusuno a 700 m Vía Tena Puyo sector Apura Km. 68	10	31	31		
Centro De Recreación Ecológico Misahuallí	Alojamiento	Hostería	2 Estrellas	Calle José Santander entrada principal	9	37	37	68	272

Complejo Turístico Las Heliconias	Alojamiento	Hostería	3 Estrellas	Vía Tena-Pano Km 1 1/2	28	55	55	15	60
Hamadryade	Alojamiento	Hostería	4 Estrellas	Km.11 Vía Pto. Misahuallí	6	18	18		
Hostería Rio Napo	Alojamiento	Hostería	3 Estrellas	Cruzando el puente del rio Napo A 50 metros	10	15	15		
Itamandi Eco Lodge	Alojamiento	Hostería	3 Estrellas		25	66	66		
Jungle El Jardín Alemán	Alojamiento	Hostería	3 Estrellas	Vía A Minas	20	50	50		
La Casa Del Suizo	Alojamiento	Hostería	4 Estrellas	Ahuano, orillas del rio Napo	76	182	182		
Los Helechos	Alojamiento	Hostería	3 Estrellas	Kilómetro 1 vía Tena Archidona	36	76	83	85	340
Piedra Dorada	Alojamiento	Hostería	3 Estrellas	Vía Muyuna	12	24	24	55	220
Rancho Isla Canela	Alojamiento	Hostería	3 Estrellas		6	23	23		
River Spot	Alojamiento	Hostería	3 Estrellas	Vía Puka Urko a dos cuadras de la Escuela	9	20	20		
Samana Wasi	Alojamiento	Hostería	3 Estrellas		8	25	14		
Tres Ríos Jungle Lodge	Alojamiento	Hostería	3 Estrellas		9	19	28		
Caribe	Alojamiento	Hotel	2 Estrellas	15 de Noviembre y Eloy Alfaro	34	92	116	11	44
Christian Resort	Alojamiento	Hotel	5 Estrellas	Km 5 vía Tena-Puyo	30	50	96	12	48

Cristhian´S Palace	Alojamiento	Hotel	4 Estrellas	Juan León Mera y Juan Montalvo	47	102	114	61	244
Flor De Canela	Alojamiento	Hotel	3 Estrellas	Av.15 de Noviembre y	14	43	42	15	60
Cruscaspi	Alojamiento	Hotel	3 Estrellas	Ambato Av. 15 de Noviembre, vVía	21	63	0	6	24
Joya De La Selva	Alojamiento	Hotel	3 Estrellas	Pto Napo Calle Juan Montalvo y	25	36	36	10	40
La Guayusa	Alojamiento	Hotel	2 Estrellas	Rocafuerte 15 de Noviembre Y Edwin	21	41	41		
Los Lirios	Alojamiento	Hotel	2 Estrellas	Enríquez Sucre y Abdón Calderón	45	112	112		
Los Yutzos	Alojamiento	Hotel	2 Estrellas	Cesar Augusto Rueda 190	28	40	40		
Rio Tena	Alojamiento	Hotel	2 Estrellas	15 de Noviembre y Avenida del Chofer	32	61	91	0	0
Salamandras	Alojamiento	Hotel	3 Estrellas		14	30	41		

Nota: Catastro turístico (Ministerio de Turismo, 2018)

2) Centros de turismo comunitario

Existen 7 centros de turismo comunitario legalmente registrados distribuidos en el territorio de la siguiente forma: 4 en Puerto Misahualli y 2 en Tálag, de los cuales 3 ofrecen hospedaje con una disponibilidad para 89 personas. De estos centros comunitarios es importante citar a Ecoaldea Shandia y Sinchi Pura que abarcan el 69% de puestos y se encuentran en el area de influencia logrando una importante participación y generación de beneficios para la comunidad. De igual manera el 100% de estos centros comunitarios ofrecen alimentación basada en productos de la zona, existiendo una totalidad de 248 puestos y 62 mesas.

Tabla 7.3 Establecimientos clasificados como centros de turismo comunitario

Nombre Comercial	Clasificación	Categoría	Dirección Sitio	Total Habitaciones	Total Camas	Total Plazas	Mesas	Plazas Mesas
Shiripuno	Centro de turismo comunitario	Única	Misahuallí--Comunidad de Shiripuno	14	25	25	6	24
Sinchi Warmi	Centro de turismo comunitario	Única	Misahuallí vía la “Y” De Ahuano, 800 m del puente del rio Napo	0	0	0	12	48
Ecoaldea Shandia	Centro de turismo comunitario	Única	Comuna de Shandia	17	39	40	19	76
Sinchi Pura	Centro de turismo comunitario	Única	150 Metros de lLa escuela Serena	13	20	24	12	48
Comunidad Kichwa Unión Muyuna	Centro de turismo comunitario	Única	Misahuallí a 5 minutos rio abajo	0	0	0	8	32
Cte Ayllu Awarina	Centro de turismo comunitario	Única	Misahuallí cruzando el rio Napo 5 min al margen izquierdo	0	0	0	5	20

Nota: Catastro turístico (Ministerio de Turismo, 2018)

3) Establecimientos de alimentos y bebidas

a) Restaurantes

La cantidad total de restaurantes del cantón Tena es de 80, los mismos que se encuentran distribuidos con el 87,5% en la parroquia Tena, el 10% en Misahuallí y el 2,5% en Puerto Napo. De estos: 5 son de segunda categoría, 60 de tercera y 15 de cuarta categoría. Tienen la oferta de 758 mesas y 3056 puestos para quienes los visitan. Dependen de esta fuente de trabajo 106 hombres y 160 mujeres. En cuando a los atractivos turísticos de la parroquia Tálag, cabe mencionar que sólo el balneario “Waysa Yacu” brinda el servicio de alimentación. Existen varios restaurantes en la parroquia, sin embargo, estos no se encuentran registrados dentro del catastro turístico.

Tabla 7.4 Restaurantes en el cantón Tena

Nombre Comercial	Actividad	Clasificación	Categoría	Dirección Sitio	Mesas	Plazas Mesas
"Buche Roto"	Alimentos y bebidas	Restaurante	Tercera	Av. Francisco de Orellana y Atahualpa	10	40
"Rompe Buches"	Alimentos y bebidas	Restaurante	Tercera	Calle Simón Bolívar Nro. 710 y González Suarez	10	40
Aitaka	Alimentos y bebidas	Restaurante	Tercera	Simón Bolívar y Sucre Aeropuerto No.1	13	52
Amazónico	Alimentos y bebidas	Restaurante	Tercera	Calle Juana Arteaga	10	40
Antonio Jr.	Alimentos y bebidas	Restaurante	Tercera	Av.15 de Noviembre y Edwin Enríquez	9	36
Asadero De Pollos Don Pedrito	Alimentos y bebidas	Restaurante	Cuarta	Abdón Calderón y Sucre	4	16
Asadero De Pollos Sin Rival	Alimentos y bebidas	Restaurante	Cuarta	15 de Noviembre 222 y Víctor Sanmiguel	8	32
Asadero La Fogata	Alimentos y bebidas	Restaurante	Cuarta	Chontayacu entre Fausto Castelo y Gabriel Espinoza	8	32
Bella Selva N° 3	Alimentos y bebidas	Restaurante	Cuarta	Av. 15 de Noviembre y Marañón	8	32
Bella Selva N° 1	Alimentos y bebidas	Restaurante	Tercera	Av. Fco. de Orellana y Pano	9	36
Bijao	Alimentos y bebidas	Restaurante	Tercera	Av. Fco. de Orellana y Av. Pano	4	16
Carmita	Alimentos y bebidas	Restaurante	Tercera	Calle Juan Arteaga y Guillermo Rivadeneira	14	56
Casa Caña Brava	Alimentos y bebidas	Restaurante	Tercera	9 de Octubre frente parque infantil	4	16
Chefcito	Alimentos y bebidas	Restaurante	Tercera	Av. Juan Montalvo y Juan León Mera	9	36
Chuquitos	Alimentos y bebidas	Restaurante	Tercera	Av. García Moreno y Juan León Mera	11	44
Cielito Lindo	Alimentos y bebidas	Restaurante	Tercera	Abdón Calderón y García Moreno	10	40
Cuchara Brava	Alimentos y bebidas	Restaurante	Tercera	Av.15 De Noviembre Y Eloy Alfaro	10	40
De Pp's Cevichería	Alimentos y bebidas	Restaurante	Tercera	Marañón 359 y 12 de Febrero Bellavista Alta	10	40

Doña Gloria	Alimentos y bebidas	Restaurante	Tercera	Av. Juan Arteaga y Guillermo Rivadeneira	8	32
El Bijao De Misahuallí	Alimentos y bebidas	Restaurante	Tercera	Juan Arteaga y Guillermo Rivadenayra	12	48
El Forastero	Alimentos y bebidas	Restaurante	Tercera	Av. 15 de Noviembre y Edwin Enríquez	10	40
El Guaytambo Restaurante Y Parrilladas	Alimentos y bebidas	Restaurante	Tercera	García Moreno intersección Abdón Calderón	8	32
El Jardín	Alimentos y bebidas	Restaurante	Segunda	Cruzando el puente vía Ahuano	12	48
El Sitio Marisquería	Alimentos y bebidas	Restaurante	Segunda	15 de Noviembre y Huachiyacu	18	72
El Vagabundo	Alimentos y bebidas	Restaurante	Tercera	9 de Octubre y Tarqui Bella Vista Baja	8	32
Entre Fuegos	Alimentos y bebidas	Restaurante	Tercera	Fco de Orellana y Av.15 de Noviembre	9	36
Guayusa Lounge	Alimentos y bebidas	Restaurante	Tercera	Juan Montalvo Y Olmedo	10	40
Guayusa Y Canela	Alimentos y bebidas	Restaurante	Tercera	Juan Montalvo S/N Y Simón Bolívar	10	40
Huei Ying	Alimentos y bebidas	Restaurante	Cuarta	Av. 15 De Noviembre Y Manuel María Rosales	9	36
Hut Cheese Pizza	Alimentos y bebidas	Restaurante	Tercera	Bellavista Av.15 de Noviembre	12	48
Iguana	Alimentos y bebidas	Restaurante	Tercera	Av.9 de Octubre y Fco. De Orellana	10	40
Kamikaze	Alimentos y bebidas	Restaurante	Tercera	15 de Noviembre S/N frente Ag. Coca Cola	8	32
Kangoo Pizzería	Alimentos y bebidas	Restaurante	Tercera	15 de Noviembre y 9 De Octubre	9	36
La Carmela-Café Cultural	Alimentos y bebidas	Restaurante	Tercera	Av. Francisco de Orellana y 15 De Noviembre	9	36
La Casona	Alimentos y bebidas	Restaurante	Tercera	Calle Rocafuerte y Sucre	7	28
La Choza De Jazz	Alimentos y bebidas	Restaurante	Cuarta	Av. Francisco de Orellana (Malecón)	6	24
La Finca	Alimentos y bebidas	Restaurante	Tercera	Av. Portoviejo y Quito	7	28
La Fogata	Alimentos y bebidas	Restaurante	Tercera	Serafín Gutiérrez y Rafaela Segala	10	40
La Isla	Alimentos y bebidas	Restaurante	Tercera	Foco. de Orellana y Pano (esquina)	11	44
La Posada	Alimentos y bebidas	Restaurante	Tercera	Calle Napo S/N y Juana Arteaga	9	36

Las Papitas Del Patos	Alimentos y bebidas	Restaurante	Tercera	Av.15 de Noviembre y Av. Edwin Enríquez	7	28
Marisquería Don Memin	Alimentos y bebidas	Restaurante	Tercera	Av. 15 de Noviembre y Francisco de Orellana	14	56
Matdan	Alimentos y bebidas	Restaurante	Tercera	Av. 15 de Noviembre y Av. El Chofer	6	24
Mishki	Alimentos y bebidas	Restaurante	Cuarta	Av. Francisco de Orellana (Malecón)	14	56
Mónaco	Alimentos y bebidas	Restaurante	Tercera	Av. Francisco de Orellana y Federico Monteros	15	60
Nico	Alimentos y bebidas	Restaurante	Tercera	Av. José Antonio Santander Y Napo	17	68
Nyna Kaspy	Alimentos y bebidas	Restaurante	Cuarta	Calle Marañón y 12 de Febrero	15	60
Paradón	Alimentos y bebidas	Restaurante	Cuarta	Av. Francisco de Orellana (Malecón)	8	32
Parrilla, Piedra Y Carbón	Alimentos y bebidas	Restaurante	Tercera	Av. Pano S/N y Chontayacu	5	20
Parrillada Del Manaba 2	Alimentos y bebidas	Restaurante	Tercera	Av. Jumandy y Víctor Carbonne	10	40
Parrilladas San Daniel	Alimentos y bebidas	Restaurante	Tercera	Calle Cuenca Y Federico Monteros	20	80
Patos Pizza	Alimentos y bebidas	Restaurante	Tercera	Av. 15 de Noviembre 623 y Marañón	8	32
Pizzería Bella Selva	Alimentos y bebidas	Restaurante	Segunda	Av. Perimetral y entrada Las Yerbitas	20	80
Pizzería Hilton	Alimentos y bebidas	Restaurante	Tercera	Av. Francisco de Orellana y 15 de Noviembre	14	56
Pizzería Marchelos	Alimentos y bebidas	Restaurante	Tercera	Av. Francisco de Orellana y 9 de Octubre	10	40
Pollo Marino El Rincón Del Napo	Alimentos y bebidas	Restaurante	Cuarta	Amazonas y Olmedo	9	36
Rio Colonso	Alimentos y bebidas	Restaurante	Tercera	Calle Portoviejo y calle Quito	7	28
Rio Sol	Alimentos y bebidas	Restaurante	Cuarta	Vía Chuita - Sector Atacapi	8	32
Rio Y Fuego Fusión Bistro	Alimentos y bebidas	Restaurante	Tercera	Barrio Lupi a 100 metros puente de Muyuna	14	56
Runawa	Alimentos y bebidas	Restaurante	Tercera	García Moreno y Juan León Mera	7	28
				Av. José Antonio Santander y Malecón	6	24

Sabores De Casa	Alimentos y bebidas	Restaurante	Tercera	Av.15 de Noviembre y Riobamba	10	40
Safari	Alimentos y bebidas	Restaurante	Tercera	Av. 15 de Noviembre y Edwin Enríquez	10	40
San Juan Bistro	Alimentos y bebidas	Restaurante	Tercera	Av. Fco de Orellana y 9 de Octubre	8	32
Santo Pecado	Alimentos y bebidas	Restaurante	Tercera	Av.15 de Noviembre y Fco. de Orellana	0	0
Selva Louge	Alimentos y bebidas	Restaurante	Cuarta	Av. Francisco de Orellana (Malecón)	8	32
Sumak Maito	Alimentos y bebidas	Restaurante	Segunda	Vía Archidona - Tena Km 5 ½	9	36
Súper Pollo	Alimentos y bebidas	Restaurante	Tercera	15 de Noviembre y Cesar Augusto Rueda	13	52
Tena Taxi Bar	Alimentos y bebidas	Restaurante	Tercera	Av.15 de Noviembre / Tena	0	0
The Marquis	Alimentos y bebidas	Restaurante	Segunda	Amazonas 251 y Olmedo	9	36
Toro Asado Parrilladas	Alimentos y bebidas	Restaurante	Tercera	Av.15 de Noviembre y Av. Ambato	6	24
Tucán de la Selva	Alimentos y bebidas	Restaurante	Cuarta	Av. Francisco de Orellana (Malecón)	6	24
Último Rincón	Alimentos y bebidas	Restaurante	Tercera	Tamiauco y Marpindo	13	52
Verde Café	Alimentos y bebidas	Restaurante	Tercera	Av.15 de Noviembre y Pano	7	28
Virgen Del Cisne	Alimentos y bebidas	Restaurante	Cuarta	Av.15 de Noviembre y Riobamba	8	32
Wayra	Alimentos y bebidas	Restaurante	Cuarta	Av. Francisco de Orellana (Malecón)	13	52
Las Papas Del Puente Restaurante	Alimentos y bebidas	Restaurante	Tercera	Av.15 de Noviembre y 9 de Octubre	10	40
Yakunah	Alimentos y bebidas	Restaurante	Tercera	Fco. de Orellana y Av. Pano	8	32
Yula Afro	Alimentos y bebidas	Restaurante	Tercera	Juan León Mera y Sucre	10	40

Nota: Catastro turístico (Ministerio de Turismo, 2018)

b) Fuentes de soda

La parroquia Tálag no cuenta con fuentes de soda, el 100% de estos se encuentran en el cantón Tena, y están valoradas como de tercera categoría, entre todas tienen una cobertura de 37 mesas y 148 puestos siendo la de mayor capacidad la Heladería italiana Brownies y Sami Burguer. Las de menor capacidad son hel@s café net y ricos helados Lorens. Dependen de esta fuente de trabajo 2 hombres y 13 mujeres.

Tabla 7.5 Fuentes de soda en el cantón Tena

Nombre Comercial	Actividad	Clasificación	Categoría	Mesas	Plazas
Sami Burguer	Alimentos y bebidas	Fuente de soda	Tercera	9	36
Hel@S Cafe Net	Alimentos y bebidas	Fuente de soda	Tercera	2	8
Green frost	Alimentos y bebidas	Fuente de soda	Tercera	5	20
Nice Cream	Alimentos y bebidas	Fuente de soda	Tercera	5	20
Konito Pizza	Alimentos y bebidas	Fuente de soda	Tercera	4	16
Ricos Helados Lorens N.1	Alimentos y bebidas	Fuente de soda	Tercera	2	8
Heladería Italiana Brownies	Alimentos y bebidas	Fuente de soda	Tercera	10	40

Nota: Catastro turístico (Ministerio de Turismo, 2018)

c) Cafeterías

Dentro del catastro turístico se encuentran registradas 9 cafeterías, todas estas se encuentran en la ciudad de Tena. La de mayor capacidad Café coctel el Chuco y el de menor capacidad Nápoles Cofee and lounge. La cafetería Café pecado se encuentra clasificada dentro de la segunda categoría, mientras que Nápoles Cofee & lounch y Aroma Café y Cacao se encuentran en la cuarta categoría. Dependen de esta fuente de trabajo 9 hombres y 18 mujeres.

Tabla 7.6 Cafeterías del cantón Tena

Nombre Comercial	Actividad	Clasificación	Categoría	Mesas	Plazas
Nápoles Cofee & Lounge	Alimentos y bebidas	Cafetería	Cuarta	4	16
Amanecer	Alimentos y bebidas	Cafetería	Tercera	6	24
Ahuanoruna	Alimentos y bebidas	Cafetería	Tercera	5	20
Café Coctel El Chuco	Alimentos y bebidas	Cafetería	Tercera	11	44

Aroma Café Y Cacao	Alimentos y bebidas	Cafetería	Cuarta	4	16
Café Pecado	Alimentos y bebidas	Cafetería	Segunda	5	20
Hamilton	Alimentos y bebidas	Cafetería	Tercera	8	32
Café Tortuga	Alimentos y bebidas	Cafetería	Tercera	7	28
La Bolivianita	Alimentos y bebidas	Cafetería	Tercera	5	20

Nota: Catastro turístico (Ministerio de Turismo, 2018)

d) Bares

El cantón Tena cuenta con 11 bares legalmente registrados, todos ubicados dentro de la ciudad; La parroquia Tálag no cuenta con Bares. El bar con mayor oferta de mesas y puestos es el bar el Amanecer con capacidad para 80 personas. En el rango de 47 a 57 puestos se encuentran los bares Concierto, la Araña, Habana Club, el trovador, el DMax, el OK. En el rango de 36 a 46 tenemos al Bar Eros y finalmente en el rango de 25 a 35 constan Black and White, Mirador Las Rocas, Don de El Negro.

Tabla 7.7 Bares del cantón Tena

Nombre Comercial	Actividad	Clasificación	Categoría	Mesas	Plazas
El Amanecer	Alimentos y bebidas	Bar	Tercera	20	80
"Ok"	Alimentos y bebidas	Bar	Tercera	12	48
Mirador Las Rocas	Alimentos y bebidas	Bar	Tercera	8	32
D´Max	Alimentos y bebidas	Bar	Tercera	12	48
Eros	Alimentos y bebidas	Bar	Tercera	10	40
Concierto	Alimentos y bebidas	Bar	Tercera	14	56
Black And White	Alimentos y bebidas	Bar	Tercera	8	32
Don Del Negro	Alimentos y bebidas	Bar	Tercera	7	28
El Trovador	Alimentos y bebidas	Bar	Tercera	12	48
Habana Club	Alimentos y bebidas	Bar	Tercera	12	48
La Araña	Alimentos y bebidas	Bar	Tercera	14	56

Nota: Catastro turístico (Ministerio de Turismo, 2018)

e) Discotecas

El 100% de discotecas se encuentran en Tena categorizadas como de segunda, entre todas tienen una cobertura de 344 puestos siendo las de mayor capacidad la terraza y la gallera con el 23,2% cada una, seguido de la ecológica mx audio con el 17,44%, la Summer blue con el 13,9%, la Gollum con el 12,7% y el concierto con el 9,3%. Dependen de esta fuente de empleo 21 varones (61%) y 13 mujeres (38,1%).

Tabla 7.8 Discotecas del cantón Tena

Nombre Comercial	Actividad	Clasificación	Categoría	Mesas	Plazas
Gollum	Alimentos y bebidas	Discoteca	Segunda	11	44
Concierto	Alimentos y bebidas	Discoteca	Segunda	8	32
La Terraza	Alimentos y bebidas	Discoteca	Segunda	20	80
Summer Blue	Alimentos y bebidas	Discoteca	Segunda	12	48
La Gallera	Alimentos y bebidas	Discoteca	Segunda	20	80
Ecológica Mx Audio	Alimentos y bebidas	Discoteca	Segunda	15	60

Nota: Catastro turístico (Ministerio de Turismo, 2018)

4) Operadoras de turismo

En el cantón Tena existen 35 operadoras de turismo registradas en el Ministerio de Turismo, de las cuales 12 se ubican en la parroquia Misahuallí y 23 en la cabecera Cantonal Tena.

La totalidad de operadoras ofertan distintos paquetes y se apoyan lógicamente en la belleza de la selva y en los ríos para realizar turismo de aventura como rafting, kayak, etc.

En las 75 operadoras de turismo laboran 115 personas existiendo el predominio de varones con el 66% comparado a mujeres con el 34%.

Tabla 7.9 Operadoras de turismo en el cantón Tena

Nombre Comercial	Actividad	Clasificación	Categoría	Dirección Sitio
Adventure River Amazonas	Operación e intermediación	Operador turístico	Operador turístico	Calle Machala y María Vargas Plan de Salud
Agencia De Viajes Ecoselva Pepe Tapia C. Ltda.	Operación e intermediación	Operador turístico	Operador turístico	José Santander S/N y Jaime Rivadeneira
Akangau Jungle Expedition	Operación e intermediación	Operador turístico	Operador turístico	Av. Cesar Augusto Rueda y Av.12 de Febrero
Alis Travel	Operación e intermediación	Operador turístico	Operador turístico	Calle Napo y José Santander
Amazon Social Club	Operación e intermediación	Operador turístico	Operador turístico	Calle Tena y Santa Rosa
Anecumentours Viajes S.A.	Operación e intermediación	Operador turístico	Operador turístico	Vía Canoa Yaku
Aquaxtreme	Operación e intermediación	Operador turístico	Operador turístico	15 de Noviembre y 9 de Octubre
Awankay Adventures & Expeditions	Operación e intermediación	Operador turístico	Operador turístico	Av. 15 de Noviembre y Pano
Caveman Adventures Operadora De Turismo S.A	Operación e intermediación	Operador turístico	Operador turístico	Francisco de Orellana 268 y 9 de Octubre
Ecokichwatour Cia. Ltda.	Operación e intermediación	Operador turístico	Operador turístico	Av.15 de Noviembre y 9 de Octubre
Ecosor S.A	Operación e intermediación	Operador turístico	Operador turístico	Av. Amazonas 120 y Juan León Mera
Ecuador Jungle Chocolat Cia. Ltda.	Operación e intermediación	Operador turístico	Operador turístico	Comunidad Pukaurco junto a la escuela
Gareno Travel Cía. Ltda.	Operación e intermediación	Operador turístico	Operador turístico	Av. Simón Bolívar 173 y Av. Jumandy

Garys Tours At La Casa Blanca	Operación e intermediación	Operador turístico	Operador turístico	Av. Ishpingo y Chiriyuyo
Hakmatecuad Travel	Operación e intermediación	Operador turístico	Operador turístico	Cesar Augusto Rueda frente al hotel Los Yutzos
L'agouti Tours	Operación e intermediación	Operador turístico	Operador turístico	Juan Arteaga y Napo
Llaki Panka Adventours C.L.	Operación e intermediación	Operador turístico	Operador turístico	Cesar Augusto Rueda y Mariana Montesdeoca
Mayantika Cía. Ltda.	Operación e intermediación	Operador turístico	Operador turístico	Calle Cesar Augusto Rueda, frente al Hotel Los Yutzos
Misahuallí	Operación e intermediación	Operador turístico	Operador turístico	Vía a Pununo
Ñucanchi Pakcha Cía. Ltda.	Operación e intermediación	Operador turístico	Operador turístico	Juana Arteaga y Napo
Operadora De Turismo Explore Jungle	Operación e intermediación	Operador turístico	Operador turístico	Cesar Augusto Rueda y 12 de Febrero
Pakaytours	Operación e intermediación	Operador turístico	Operador turístico	Coop. de Vivienda 30 de Diciembre y calle Antisana
Ríos Ecuador	Operación e intermediación	Operador turístico	Operador turístico	15 de Noviembre y 9 De Octubre
Ríos Ecuador & Turismo White Water Tour	Operación e intermediación	Operador turístico	Operador turístico	Calle Tarqui y Díaz de Pineda
River People	Operación e intermediación	Operador turístico	Operador turístico	15 de Noviembre y 9 de Octubre
Ruku Samay	Operación e intermediación	Operador turístico	Operador turístico	Vía Archidona - Aso. Uglo Pamba a 300m de Ant.
Runa Ñambi	Operación e intermediación	Operador turístico	Operador turístico	Calle Francisco de Orellana diagonal al parque La Isla

Runawa	Operación e intermediación	Operador turístico	Operador turístico	Napo y Juana Arteaga
Salamandra Tours	Operación e intermediación	Operador turístico	Operador turístico	José Antonio Santander y Guillermo Rivadeneyra
Selva Verde	Operación e intermediación	Operador turístico	Operador turístico	Calle Juan Arteaga, frente al parque central
Tena Adventure River	Operación e intermediación	Operador turístico	Operador turístico	Av. Francisco de Orellana y 9 de Octubre
Teorumi	Operación e intermediación	Operador turístico	Operador turístico	Guillermo Rivadeneyra y José Santander
Torrent Duck	Operación e intermediación	Operador turístico	Operador turístico	Alejandro Rivadeneyra 341 y Las Palmas
Volcano Trail	Operación e intermediación	Operador turístico	Operador turístico	Juan Arteaga a la entrada del Malecón Misahuallí
Whitewater Kayak Ecuador	Operación e intermediación	Operador turístico	Operador turístico	Calle Ayahuasca y Cacique sector Las Palmas

Nota: Catastro turístico (Ministerio de Turismo, 2018)

d. Superestructura

La regulación del sistema turístico se realiza en función de los intereses, expectativas y objetivos de los otros subsistemas, por lo cual la superestructura turística está compuesta de (Chacón Casais & Vergara Jácome, 2015):

1) Organismos

Ministerio de Turismo. Ejercer la rectoría, regulación, control, planificación, gestión, promoción y difusión, a fin de posicionar al Ecuador como un destino turístico preferente por su excepcional diversidad cultural, natural y vivencial en el marco del turismo consciente como actividad generadora de desarrollo socio económico y sostenible.

Gobierno Provincial de Napo. Está encargado de la promoción del turismo a nivel provincial.

Gobierno Descentralizado Municipal de Tena. Institución pública, encargada de velar por el bienestar colectivo y el desarrollo cantonal, cuyos principales proyectos son: la descontaminación de los ríos, la dotación de los servicios básicos, promover el desarrollo del turismo mediante la promoción, así como también la regulación y cumplimiento de la normatividad turística.

Junta Parroquial de Tálag. La organización y funcionamiento se estructura de acuerdo con los principios jurídicos, jerarquía, unidad, solidaridad, subsidiaridad, complementariedad, responsabilidad, coordinación, cooperación, eficiencia, eficacia, equidad, sustentabilidad, economía y participación ciudadana.

Gobernación de la Provincia. Representa al Presidente de la República en territorio, es una Institución pública, que impulsa el plan de seguridad ciudadana, el cual tiene indirecta relación con el turismo.

Eco-Turismo Comunitario en la Amazonía/Ecuador (RICANCIE). ente gremial, conformado por nueve comunidades indígenas Kichwas del alto Napo que trabajan en turismo comunitario.

Cooperación Técnico Alemana (GTZ). Con la finalidad de consolidar la mesa de turismo provincial, durante el año 2011, se llevó a cabo un análisis de la demanda turística de Napo. Conjuntamente ha apoyado a la consolidación de la Mesa del Cacao, e investigaciones en relación al patrimonio natural y cultural, mientras que en el año 2012 ha propuesto la creación de un Museo Interpretativo del Cacao.

Mesa de Turismo de Napo. Ente de concertación intersectorial de la actividad turística a nivel provincial, cuya organización actualmente está a cargo del Ministerio de Turismo.

Fundación MCCH. En la comunidad de Shandía apoya el desarrollo de un proyecto turístico comunitario sostenible.

Asociación de Guías de Turismo de Napo, Asociación de Guías de Nativos, Pre-asociación de guías de aguas rápidas y la Asociación de hoteleros. entes gremiales, cuya

finalidad es lograr una mayor organización del grupo para la búsqueda de beneficios y mejoras a la actividad turística.

Cuerpo de bomberos. Ente encargado de exigir planes de contingencia a los establecimientos prestadores de servicios turísticos.

Ministerio de Inclusión Social y Económica. En la provincia de Napo el MIES lleva a cabo proyectos como el socio-vocalizador y a más de ello apoya a emprendimientos productivos.

En cuanto a las instituciones de formación relacionadas al campo turístico y afines, en el cantón se encuentran: el Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional (SECAP), Instituto Tena, Colegio Técnico Misahuallí, Colegio Rubén Cevallos.

En el ámbito **cultural** se encuentran trabajando instituciones como:

Subsecretaría de Cultura. Institución pública, cuyos proyectos han sido: caravanas culturales y la realización de la Feria de los colores y sabores.

Casa de la cultura, Núcleo de Napo. Institución pública, encargada de brindar talleres culturales dirigidos principalmente a los niños de la provincia.

Asociación de Artesanos. Ente gremial, cuya finalidad es lograr una mayor organización del grupo para la búsqueda de beneficios.

En relación al ámbito **ambiental** se encuentran:

Ministerio del Ambiente. Institución pública, encargada de realizar estudios de impacto ambiental, brindar asesoría técnica a los responsables de ejecutar proyectos turísticos en áreas protegidas y controlar el expendio de comidas típicas cuyos ingredientes para su preparación constituyan especies en peligro de extinción.

Oficina de Caza y Pesca. Institución pública, encargada de controlar y regular el tráfico de especies, la caza y la pesca ilegal.

Los Regentes Forestales. Encargados de aprobar las guías de movilización de la madera.

Proyecto Gran Sumaco. Este proyecto trata de buscar alternativas para las comunidades que se encuentran al interior del parque, con la finalidad de lograr un desarrollo sostenible basado en la minimización de impactos ambientales.

Fundación Jatun Sacha. Es una organización no gubernamental, cuyas líneas de acción son: la conservación de la diversidad biológica y cultural, 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.

2) Marco Legal

Se encuentra constituido por una serie de leyes, reglamentos, normas que dirigen el quehacer diario del turismo.

Constitución de la República del Ecuador (RO 449 del 20 de octubre 2008, modificada el 1 de agosto de 2018). Es la norma jurídica suprema vigente del Ecuador.

El Art. 3 que nos habla de la garantía del Estado a la seguridad integral, derecho a la cultura, a vivir en una sociedad democrática.

Los Art 21, Art 22, Art 24, Art. 57 numerales 8 y 9, Artículos 66 con los numerales 2, 15, 17, 24, 25, nos habla principalmente de derechos como: tener derecho a construir y mantener la propia identidad cultural, a conocer la cultura a acceder al patrimonio cultural, derecho a la recreación y esparcimiento, a gozar de los beneficios de los saberes ancestrales.

El Artículo 83 numerales 1 hasta el 6 nos habla de nuestras responsabilidades como ciudadanos en respetar los derechos humanos, propiciar un ambiente sano, respetar los derechos de la naturaleza utilizar recursos naturales de modo racional.

Ley de turismo (RO 733 del 27 de diciembre 2002, última modificación 29 de diciembre 2014). La presente Ley tiene por objeto determinar el marco legal que regirá para la promoción, el desarrollo y la regulación del sector turístico; las potestades del Estado y las obligaciones y derechos de los prestadores y de los usuarios.

Reglamento general a la Ley de turismo (RO Registro Oficial 244 de 05-ene.-2004. Última modificación: 22-ene.-2015.- Las normas contenidas en este reglamento tienen por objeto establecer los instrumentos y procedimientos de aplicación de la ley; el establecimiento de los procedimientos generales de coordinación institucional; y, la actualización general de las normas jurídicas secundarias del sector turístico expedida con anterioridad a la expedición de la Ley de Turismo.

Reglamento general a actividades turísticas RO 726 9 de enero 2008.- Contiene la normativa de cumplimiento del sector que oferta alojamiento, norma la clasificación de estructuras.

Reglamento especial de turismo de áreas protegidas RO 672 del 19 de enero 2016.- Dónde trata del régimen jurídico aplicable al ejercicio de las actividades turísticas dentro de patrimonio de áreas naturales del estado PANE.

Resolución 1. RO 718 del 23 de marzo 2016.- El objeto de este acuerdo consiste en regular las facultades y atribuciones de los gobiernos autónomos descentralizados municipales, metropolitanos, provinciales y parroquiales rurales, respecto al desarrollo de actividades turísticas, en su circunscripción territorial.

3) Ordenanzas

El Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Tena en relación al sector turístico ha promulgado algunas ordenanzas las mismas que se describen a continuación:

La ordenanza de creación del fondo de salvamento del patrimonio cultural del cantón Tena. Promulgada el 18 de julio del 2006.-Se establece un fondo que será destinado para la conservación del patrimonio cultural, así como para su difusión a la población, a más de ello se establece que esta instancia contará con personal técnico el cual estará encargado de monitorear el cumplimiento de esta ordenanza; la misma que resulta una herramienta fundamental que permitirá la continuidad de los atractivos turísticos para las próximas generaciones.

Ordenanza que regula la actividad turística en el cantón Tena. Promulgada el 5 de septiembre del 2006.- La presente ordenanza busca el desarrollo del turismo sostenible mediante la participación de los sectores públicos y privados, estableciendo un ente institucional que permita la coordinación de los mismos y a más de ello vele por la consolidación de la oferta turística para que de esta manera los procesos en el sector turístico sean eficientes.

Ordenanza sustitutiva que reglamenta la organización del carnaval cultural y turístico del cantón Tena. Promulgada 15 de febrero del 2007.- Se denomina la festividad del carnaval en el cantón Tena como Carnaval de la Guayusa, fiesta que cuenta con financiamiento para la promoción y ejecución de diversas actividades culturales y ferias artesanales con la finalidad de que se promueva la actividad turística, y que a su vez su celebración se la realice de manera adecuada evitando los juegos bruscos, existiendo sanciones para los que no respeten dichas disposiciones.

Ordenanza N° 051-2018 la misma que regula las actividades de los guías de turismo del cantón Tena. Debido a que los guías constituyen el primer contacto con los turistas y son ellos quienes son los encargados de interpretar los diversos atractivos que cuenta el cantón, en la presente ordenanza se promulgan varios artículos que permitirán incrementar la calidad en el servicio de guianza, logrando que los turistas reciban información veraz, oportuna y se garantice su seguridad; también la misma establece varios criterios que permitan regular el desarrollo, continuidad del servicio y la contratación del mismo.

Ordenanza sustitutiva de funcionamiento del Consejo Cantonal de Turismo de Tena. Promulgada el 24 de julio del 2007.-Ente gubernamental de concertación encargado de establecer planteamientos y ejecutar acciones que permitan mejorar la calidad de los servicios turísticos, el cual está conformado por los principales actores públicos con injerencia en el sector turístico. Este organismo constituye un eje fundamental para la planificación del desarrollo del turismo en el cantón.

Ordenanza que establece estímulos tributarios para el desarrollo turístico del cantón Tena. Promulgada el 24 de diciembre del 2008.- El objetivo de esta ordenanza es motivar la inversión turística por tal motivo en la jurisdicción del cantón Tena, el Municipio establece estímulos tributarios con una duración máxima de diez años para las nuevas inversiones, permitiendo de esta manera en este plazo de tiempo la consolidación de los emprendimientos turísticos.

Tercera reforma a la ordenanza que establece la tasa para la licencia única anual de funcionamiento de los establecimientos turísticos ubicados en la jurisdicción del cantón

Tena. Promulgada el 22 de mayo del 2009.-La presente ordenanza parte desde las principales definiciones, requisitos, procedimientos, obligaciones para obtener la licencia anual de funcionamiento de los establecimientos turísticos, así como también establece las tarifas anuales que los establecimientos están obligados a pagar para su funcionamiento y las sanciones que con lleva la falta de la misma o la alteración de los precios.

2. Análisis de la competencia

Para el análisis de la competencia se tomó como zona de influencia al cantón Tena, por esta razón se tomó en cuenta las principales operadoras de turismo que ofertan productos similares en la parroquia Tág al tour operadora Caveman Adventures.

Tabla 7.10 Competencia

N.-	Nombre	Dirección	Pasajeros		Actividades
			Nacionales	Extranjeros	
1	Ríos Ecuador	15 De Noviembre Y 9 De Octubre	145	50	Rafting Y Selva
2	Hakmatecuad Travel (Raft Amazonia)	Cesar Augusto Rueda Frente Al Hotel Los Yutzos	53	229	Rafting Y Selva
3	River People	15 De Noviembre Y 9 De Octubre	70	793	Rafting Y Selva
4	Whitewater Kayak Ecuador	Calle Ayahasca Y Cacique Sector Las Palmas	40	126	Rafting Y Selva
5	Aquaxtreme	15 De Noviembre Y 9 De Octubre	85	196	Rafting, Selva Y Cayoning
Total			393	1394	

Nota: Investigación de campo, 2018.

a. Proyección de la Oferta (Competencia)

La proyección de la oferta está basada en el número de turistas nacionales (393) e internacionales (1394) que visitaron la parroquia Tág, para realizar la proyección se tomó el (11%) incremento anual de visitantes publicado por el MINTUR (2018).

Tabla 7.11 Proyección de la Competencia

N.-	AÑO	PASAJEROS		TOTAL
		Nacionales	Extranjeros	
0	2018	393	1394	1787
1	2019	448	1589	2037
2	2020	511	1812	2322
3	2021	582	2065	2648
4	2022	664	2354	3018
5	2023	757	2684	3441

Nota: Investigación de campo, 2018.

3. Análisis de la demanda

Aplicadas y tabuladas las encuestas a los turistas nacionales y extranjeros, se obtuvieron los siguientes resultados.

a. Turistas nacionales y extranjeros

1) Motivo del viaje

Tabla 7.12 Resultados de la primera pregunta de la encuesta: “¿Cuál es el motivo principal de su viaje?”

Variable	Motivo de viaje	Frecuencia relativa	Frecuencia absoluta
Turistas nacionales	Turismo	120	72
	Visita a Familiares	29	17
	Estudios	9	5
	Negocios	5	3
	Religión	3	2
	Total		166
Turistas extranjeros	Turismo	110	66
	Visita a Familiares	8	5
	Estudios	26	16
	Negocios	12	7
	Religión	10	6
	Total		166

Nota: Elaborado por Pablo Páez, 2018

En la Tabla 7.12 evidenciamos que el turismo es el mayor motivo de viaje de turistas tanto nacionales como extranjeros, sin embargo, hay algunas diferencias para el segundo motivo. Los turistas nacionales se movilizan como segundo motivo por visita a familiares, lo cual se respalda considerando que esto es parte de la cultura ecuatoriana. Por otra parte, los turistas extranjeros indicaron que los estudios son la segunda razón para realizar viajes hacia nuestro país, pero como dato adicional obtenido en conversaciones directas, se mencionó que a más del motivo principal se buscaba aprovechar la riqueza turística del país.

2) Elección del sitio turístico

Tabla 7.13 Resultados de la segunda pregunta de la encuesta: “¿Qué toma en consideración a la hora de escoger un sitio turístico?”

Variable	Prioridades	Frecuencia relativa	Frecuencia absoluta
Turistas nacionales	Actividades	25	15
	Atractivos	119	72
	Hospedaje y alimentación	15	9
	Gasto por persona	7	4
Total		166	100
Turistas extranjeros	Actividades	36	22
	Atractivos	86	52
	Hospedaje y alimentación	29	17
	Gasto por persona	15	9
Total		166	100

Nota: Elaborado por Pablo Páez, 2018

Para esta pregunta de la encuesta identificamos que tanto turistas nacionales como extranjeros se centran no en el gasto que representa hacer turismo, al contrario, este es el último factor que tienen en cuenta según las encuestas realizadas. Lo más importante resulta el atractivo turístico y es que en muchos casos el valor agregado del paisaje y la riqueza natural, en este caso de la parroquia Tálag, es mucho más llamativo e importante para atraer a la gente.

3) Modalidad de viaje

Tabla 7.14 Resultados de la tercera pregunta de la encuesta: “¿Usualmente con quién realiza sus viajes?”

Variable	¿Usualmente con quién realiza sus viajes?	N° de encuestas	Porcentaje
Turistas nacionales	Solo	17	10
	En pareja	15	9
	Grupo de amigos	38	23
	Familia	96	58
	Total		166
Turistas extranjeros	Solo	45	27
	En pareja	75	45
	Grupo de amigos	29	17
	Familia	17	10
	Total		166

Nota: Elaborado por Pablo Páez, 2018

Referente a la compañía en la que viaja la mayoría de turistas, sí se pudo notar diferencias entre nacionales y extranjeros. Los ecuatorianos tienden a viajar en su mayoría con familia (58%) (Tabla 7.14), esto podría estar ligado también a una cuestión cultural, ya que es en gran parte en los feriados nacionales ligados a tradiciones y costumbres ecuatorianas, en donde se puede observar gran movimiento de turistas. El traslado en grupo es muy característico de la población ecuatoriana, ya sea en familia o con amigos (23%), siendo este último la segunda opción escogida por los individuos que respondieron las encuestas de esta investigación. Por otra parte, los turistas

extranjeros viajan en su mayoría en parejas (45%) o solos (27%). Esto no nos sorprende ya que es un patrón que ya se ha evidenciado también en otros países del mundo (Pro Colombia, 2018).

4) Forma de viaje

Tabla 7.15 Resultados de la cuarta pregunta de la encuesta: “¿De qué forma viaja para visitar lugares turísticos?”

Variable	Forma de viaje	Frecuencia relativa	Frecuencia absoluta
Turistas nacionales	Propia cuenta	153	92
	Agencia de viajes o Tours Operadora	13	8
	Total	166	100
Turistas extranjeros	Propia cuenta	32	19
	Agencia de viajes o Tours Operadora	134	81
	Total	166	100

Nota: Elaborado por Pablo Páez, 2018

En cuanto a la forma en la que los turistas conocen y realizan la visita y disfrute de atractivos turísticos, se obtuvo datos esperados pues, la población ecuatoriana generalmente realiza estos viajes por cuenta propia (92%) (Tabla 7.15). Esto aprovechando la facilidad y cercanía en general de las diferentes ciudades de nuestro país. Sin embargo, esto muestra principalmente la carencia de paquetes turísticos a los que puedan acceder los turistas nacionales, una de las razones de este estudio.

Al contrario, los turistas extranjeros al no tener esta facilidad, prefieren escoger de paquetes turísticos que ofrecen las agencias de viaje en todo el mundo, estos incluyen todas las facilidades para personas como ellos que no están familiarizados con la cultura, la forma de funcionamiento de nuestro país y la variedad de atractivos turísticos disponibles. Para este grupo de turistas las operadoras y/o agencias de viajes resultan la mejor opción con un 81% según las encuestas realizadas (Tabla 7.15).

5) Tiempo de estadía en lugares turísticos

Tabla 7.16 Resultados de la quinta pregunta de la encuesta: “¿Cuántos días destina usted para visitar lugares turísticos?”

Variable	Tiempo de estadía	Frecuencia relativa	Frecuencia absoluta
Turistas nacionales	1 día	38	23
	2 días	92	55
	Más de 2 días	36	22
	Total	166	100
Turistas extranjeros	1 día	15	9
	2 días	53	32
	Más de 2 días	98	59
	Total	166	100

Nota: Elaborado por Pablo Páez, 2018

En cuanto al tiempo que destinan los turistas para visitar lugares turísticos la mayoría (59%) de los turistas extranjeros indicaron que planifican una estancia mayor a 2 días en los diferentes lugares turísticos. Esto se explica ya que el recorren grandes distancias para conocer nuestro país amerita que se pueda gozar y disfrutar de los atractivos con tranquilidad e intentando cubrir el mayor tiempo posible.

Sin embargo, lo opuesto sucede con los turistas nacionales en donde las visitas a lugares turísticos generalmente llegan a un máximo de dos días, es decir, un fin de semana. Considerando las actividades económicas que se deben cumplir, los ecuatorianos prefieren aprovechar los fines de semana para estas actividades.

6) Gasto diario

Tabla 7.17 Resultados de la sexta pregunta de la encuesta: “¿Cuándo usted viaja cuánto gasta por día por persona?”

Variable	Gasto diario	Frecuencia relativa	Frecuencia absoluta
Turistas nacionales	10 a 30 dólares	81	49
	31 a 50 dólares	49	30
	51 a 70 dólares	27	16
	Más de 70 dólares.	9	5
	Total		166
Turistas extranjeros	10 a 30 dólares	46	27,7
	31 a 50 dólares	51	30,7
	51 a 70 dólares	59	35,5
	Más de 70 dólares.	10	6,0
	Total		166

Nota: Elaborado por Pablo Páez, 2018

El rango de gastos en los turistas nacionales está entre 10 a 30 dólares diarios por persona con el 51%, seguido por el 30% de personas que gastan entre 31 a 50 dólares diarios por persona. Los turistas como dato adicional supieron mencionar que intentan escoger los atractivos turísticos o actividades que, a pesar de su precio, representen una mejor experiencia.

En cuanto a los turistas extranjeros, su gasto diario es de 51 a 70 dólares seguido por el 31% de extranjeros, que gastan entre 31 a 50 dólares diarios por persona. Cabe recalcar que por el valor agregado de ser extranjeros en muchos casos sus gastos generales incrementan.

7) Medios de información

Tabla 7.18 Resultados de la séptima pregunta de la encuesta: “¿A través de qué medios se informa de los sitios turísticos?”

Variable	Medios de información	Frecuencia relativa	Frecuencia absoluta
Turistas nacionales	TV	43	26
	Internet	93	56
	Guía de viajes	13	8
	Agencia de viajes	17	10
Total		166	100
Turistas extranjeros	TV	21	13
	Internet	86	52
	Guía de viajes	10	6
	Agencia de viajes	49	30
Total		166	100

Nota: Elaborado por Pablo Páez, 2018

En el siglo XXI el internet es sin duda la fuente de comunicación más acertada. Y como medio de difusión funciona bastante bien, esto lo comprobamos con los resultados de la tabla 7.18, en donde observamos que tanto para turistas nacionales y extranjeros, un poco más de la mitad del total de encuestados (Turistas nacionales: 56%; Turistas extranjeros: 52%) mencionaron que conocen de la existencia de sitios turísticos mediante internet.

8) Tipo de turismo

Tabla 7.19 Resultados de la octava pregunta de la encuesta: “¿Qué clase de turismo le gustaría realizar?”

Variable	Tipo de turismo	Frecuencia relativa	Frecuencia absoluta
Turistas nacionales	Aventura, comunitario y salud	93	56
	Gastronómico, naturaleza y educativo	73	44
Total		166	100
Turistas extranjeros	Aventura, comunitario y salud	106	64
	Gastronómico, naturaleza y educativo	60	36
Total		166	100

Nota: Elaborado por Pablo Páez, 2018

Para esta pregunta se explicó un poco a los encuestados, lo que era la tipología de turismo y la pregunta se expresó como “clase de turismo” buscando que los turistas puedan responder adecuadamente según su interés.

Se encontró que tanto turistas nacionales y extranjeros prefieren turismo de aventura, comunitario y salud. Esto se puede justificar teniendo en cuenta que las sensaciones y experiencias

que deja este tipo de turismo suelen causar mayores emociones en la mayoría de personas, tal como se identificó en las encuestas de este trabajo de investigación.

9) Actividades turísticas

Tabla 7.20 Resultados de la novena pregunta de la encuesta: “¿Qué tipo de actividades le gustaría realizar?”

Variabes	Tipo de actividades que le gustaría	Frecuencia relativa	Frecuencia absoluta
Turistas nacionales	Selva	56	34
	Ciclismo	18	11
	Intercambio cultural	14	8
	Observación de flora	3	2
	Recorrido de cascadas	48	29
	Rafting	27	16
	Total		166
Turistas extranjeros	Selva	41	25
	Ciclismo	17	10
	Intercambio cultural	12	7
	Observación de flora	11	7
	Recorrido de cascadas	47	28
	Rafting	38	23
	Total		166

Nota: Elaborado por Pablo Páez, 2018

A los turistas nacionales les gustaría hacer: selva con el 34% seguido por el 29% en recorridos en cascadas y que incluya rafting con el 16% seguido por porcentajes más pequeños para el ciclismo, intercambio cultura y observación de flora (11%, 8% y 2% respectivamente).

A los turistas extranjeros les gustaría hacer: recorridos en cascadas 28%, selva con el 25% y que incluya rafting, el 23%. No se podría decir de forma concreta cuál de estas es su actividad predilecta ya que los porcentajes son bastante cercanos para las tres actividades. Dejando gran distancia al resto de actividades.

10) Disponibilidad de viaje

Tabla 7.21 Resultados de la décima pregunta de la encuesta: “¿Estaría dispuesto a visitar la parroquia Tálaga a través de la oferta de un paquete turístico que incluya todos los servicios (Alojamiento, alimentación y actividades)?”

Variabes	Disponibilidad	Frecuencia relativa	Frecuencia absoluta
Turistas nacionales	Si	138	83
	No	28	17
	Total		166
Turistas extranjeros	Si	139	83,7
	No	27	16,3
	Total		166

Nota: Elaborado por Pablo Páez, 2018

En cuanto a la disposición de comprar un paquete turístico que ofrezca actividades en la parroquia Tálag, los porcentajes de aceptación de turistas nacionales y extranjeros fueron casi idénticos. Con cerca del 83% de aceptación, podemos notar que existe claramente una necesidad de este recurso.

11) Tipo de alimentación

Tabla 7.22 Resultados de la décimo primera pregunta de la encuesta: “¿Qué tipo de alimentación preferiría degustar en un recorrido dentro de la parroquia Tálag?”

Variables	Tipo de alimentación	N° de encuestas	Porcentaje
Turistas nacionales	Típica tradicional	130	78
	A la carta	24	14
	Vegetariana	12	7
	Total	166	100
Turistas extranjeros	Típica tradicional	119	72
	A la carta	36	22
	Vegetariana	11	7
	Total	166	100

Nota: Elaborado por Pablo Páez, 2018

Como parte de la experiencia de hacer turismo y conocer nuevos lugares, hay que probar comida tradicional, es lo que respondieron tanto los turistas nacionales como extranjeros, en porcentajes cercanos (78% y 72% respectivamente), seguido a esto lo que más se acerca son los platos a la carta con un 14% y 22% para turistas nacionales y extranjeros respectivamente. Sin embargo, no hay que dejar de lado a las opciones vegetARIANAS que a pesar de que en este momento ocupen un valor muy pequeño en las encuestas, es un campo de opciones alimenticias que sigue creciendo en todo el mundo (Navarro, 2017).

12) Género

Tabla 7.23 Resultados de la décimo segunda pregunta de la encuesta “Género”

Variables	Género de los encuestados	Frecuencia relativa	Frecuencia absoluta
Turistas nacionales	Masculino	91	54,80
	Femenino	75	45,20
	Total	166	100
Turistas extranjeros	Masculino	94	57
	Femenino	72	43
	Total	166	100

Nota: Elaborado por Pablo Páez, 2018

Los porcentajes de hombre y mujeres encuestados fueron bastante similares. Del total de turistas nacionales fueron 54,8% de género masculino y el 45,2% de género femenino. Y del total de turistas extranjeros fueron 57% de género masculino y el 43% de género femenino.

13) Edad

Tabla 7.24 Resultados de la décimo tercera pregunta de la encuesta “Edad”

VARIABLES	Edad de los encuestados	Frecuencia relativa	Frecuencia absoluta
Turistas nacionales	19 a 26 años.	36	22
	27 a 34 años	39	23
	35 a 42 años	29	17
	43 a 50 años	26	16
	Mayor a 51 años.	36	22
	Total		166
Turistas extranjeros	19 a 26 años.	49	30
	27 a 34 años	28	17
	35 a 42 años	51	31
	43 a 50 años	12	7
	Mayor a 51 años.	26	16
	Total		166

Nota: Elaborado por Pablo Páez, 2018

El rango de edad de turistas nacionales de 19 a 34 años suma un 47% mientras que de 35 a 50 años es del 30% y el 23% mayor a 51 años.

El rango de edad de los turistas extranjeros que mayormente hace turismo en Tálag son de 19 a 22 y de 35 a 42 años con un 32%, seguido por turistas en una edad comprendida entre 27 a 34 y mayores a 51 años con un 16%.

14) Lugar de procedencia de turistas

Tabla 7.25 Resultados de la décimo cuarta pregunta de la encuesta “Procedencia de turistas”

VARIABLES	Procedencia de los encuestados	Frecuencia relativa	Frecuencia absoluta
Turistas nacionales	Azuay	3	1,8
	Bolívar	2	1,2
	Carchi	5	3,0
	Chimborazo	15	9,0
	Cotopaxi	4	2,4
	El Oro	2	1,2
	Galápagos	1	0,6
	Guayas	3	1,8
	Imbabura	7	4,2
	Loja	5	3,0
	Los Ríos	1	0,6
	Manabí	7	4,2
	Morona Santiago	2	1,2
	Napo	30	18,1
	Orellana	8	4,8

	Pastaza	10	6,0	
	Pichincha	30	18,1	
	Santa Elena	1	0,6	
	Santo Domingo	1	0,6	
	Sucumbíos	2	1,2	
	Tungurahua	27	16,3	
	Total		166	100
Turistas extranjeros	Alemania	20	12,0	
	Argentina	7	4,2	
	Australia	3	1,8	
	Austria	1	0,6	
	Bélgica	5	3,0	
	Brasil	1	0,6	
	Canadá	25	15,1	
	Chile	7	4,2	
	China	5	3,0	
	Colombia	6	3,6	
	Dinamarca	1	0,6	
	EEUU	35	21,1	
	España	6	3,6	
	Francia	6	3,6	
	Holanda	3	1,8	
	Inglaterra	8	4,8	
	Italia	7	4,2	
	México	2	1,2	
	Perú	6	3,6	
	Polonia	1	0,6	
	Portugal	1	0,6	
	Tahití	2	1,2	
	Tailandia	1	0,6	
Túnez	1	0,6		
Ucrania	2	1,2		
Uruguay	1	0,6		
Venezuela	3	1,8		
	Total		166	100

Nota: Elaborado por Pablo Páez, 2018

La procedencia de los turistas nacionales principalmente son turistas locales y turistas provenientes de la provincia de Pichincha con el 18,1%, seguido de turistas de la provincia de Tungurahua con 16,3%, Chimborazo con el 9,0% y de la provincia de Pastaza con el 6,0%, esto posiblemente por ser provincias vecinas.

La procedencia de los turistas extranjeros principalmente son turistas de los Estados Unidos con el 21,1% seguido por Canadá con 15,1% y Alemania con el 12%. Los países de América del Sur que más visitan la parroquia son Colombia, Argentina y Perú con el 3,6% y Chile con el 3%. Esto podría deberse a que los países que lideran esta parte de la encuesta, se encuentran más alejados de la región amazónica, por lo que el disfrute de la zona resulta más atractivo.

b. Perfil del turista

1) Perfil del turista nacional

El perfil del turista nacional el principal motivo de su viaje es por realizar turismo (72%) tomando en cuenta los atractivos (72%) y actividades que se puede realizar en el viaje (15%) siempre en la compañía de las familias (58%), no utilizan agencia de viajes, lo realizan por cuenta propia (92%), empleando un tiempo de 2 días (55%), con un gasto promedio de 10 a 30 dólares (49%) y el medio de información sería el internet (56%)

El tipo de turismo que les gustaría, es de tipo aventura, comunitario y salud (56%) con actividades que incluyan selva (34%), recorridos en cascadas (29%) y rafting (16%), lo referente a la creación de un paquete y disponibilidad de viajar a la parroquia Tálag dijeron que si (83%), también se puso a consideración a qué tipo de alimentación; siendo la comida típica tradicional (78%).

Predominando el género masculino (54,8%) en edades de 19-26 años (22%) y 27-34 años (23%), siendo procedentes los turistas de las provincias de Pichincha (18,1%) y Napo (18,1%).

2) Perfil del Turista Extranjero

El perfil del turista extranjero siendo el principal motivo de viaje es el turismo (66%) tomando en cuenta los atractivos (52%) y las actividades (22%) por lo general lo hace en parejas (45%) la mayoría busca agencias de viajes o tour operadoras (81%) al momento de visitar lugares, con una permanencia de más de dos días (59%), con un gasto promedio de 51 a 70 dólares (35,5%) siendo el medio de información el internet (52%).

El tipo de turismo que les gustaría realizar es de aventura, comunitario y salud (64%) con actividades que incluyan selva (25%), recorrido en cascadas (28%), rafting (23%), lo referente a la creación de un paquete y disponibilidad de viajar a la parroquia Tálag dijeron que si (83,7%), en cuanto a la alimentación nos dijeron que comida típica tradicional (72%).

Predominando el género masculino (57%) con edades entre 19- 26 años (30%) y 35-42 años (31%) siendo provenientes los turistas de Estados Unidos (21,1%), Canadá (15,1%) y Alemania (12%).

c. Demanda actual

Para la obtención de la demanda actual se tomó en cuenta la información de la tabla 7.21 con el nivel de aceptación del producto turístico para la parroquia Tálag del 83% en los turistas nacionales, determinando que la demanda actual es de 23648 turistas con respecto al universo que fue 28491, mientras que con el 83.7% en los turistas extranjeros determinando que la demanda actual es de 17126 turistas con respecto al universo que fue 20461.

d. Confrontación competencia – demanda

1) Proyección de la demanda

Tabla 7.26 Proyección de la demanda

AÑO	PASAJEROS	
	Nacionales	Extranjeros
2018	23648	17126
2019	26249	19010
2020	29137	21101
2021	32342	23422
2022	35899	25998
2023	39848	28858

Nota: Investigación de campo, 2018.

2) Demanda insatisfecha

Tabla 7.27 Demanda insatisfecha

Año	Demanda		Competencia		Demanda insatisfecha	
	Nacionales	Extranjeros	Nacionales	Extranjeros	Nacionales	Extranjeros
2018	23648	17126	393	1394	23255	15732
2019	26249	19010	448	1589	25801	17421
2020	29137	21101	511	1812	28626	19289
2021	32342	23422	582	2065	31760	21357
2022	35899	25998	664	2354	35235	23644
2023	39848	28858	757	2684	39091	26174

Nota: Investigación de campo, 2018.

3) Demanda objetivo

Tabla 7.28 Demanda objetivo

AÑO	DEMANDA INSATISFECHA		DEMANDA OBJETIVA	
	NACIONALES	EXTRANJEROS	NACIONALES	EXTRANJEROS
2018	23255	15732	465	315
2019	25801	17421	516	348
2020	28626	19289	573	386
2021	31760	21357	635	427
2022	35235	23644	705	473
2023	39091	26174	782	523

Nota: Investigación de campo, 2018.

4) Consumo aparente turistas nacionales

Tabla 7.29 Consumo para turistas nacionales

DETALLE PARA CLIENTES						
AÑO	Demanda	Semestre	Trimestral	Mensual	Semanal	Diario
2018	465	233	116	39	9	1
2019	516	258	129	43	10	1
2020	573	286	143	48	11	2
2021	635	318	159	53	12	2
2022	705	352	176	59	14	2
2023	782	391	195	65	15	2

Nota: Investigación de campo, 2018.

5) Consumo aparente turistas extranjeros

Tabla 7.30 Consumo para turistas extranjeros

DETALLE PARA CLIENTES						
AÑO	Demanda	Semestral	Trimestral	Mensual	Semanal	Diario
2018	315	157	79	26	6	1
2019	348	174	87	29	7	1
2020	386	193	96	32	7	1
2021	427	214	107	36	8	1
2022	473	236	118	39	9	1
2023	523	262	131	44	10	1

Nota: Investigación de campo, 2018.

B. DISEÑO TÉCNICO DEL PRODUCTO TURÍSTICO

1. Diseño de los paquetes turísticos

La ruta turística diseñada permite a los visitantes conocer la grandiosa geografía y diversidad de la parroquia Tálaga que incluyen los cristalinos ríos de la zona, formaciones rocosas de origen volcánico que en su conjunto forman diversas caídas de agua aptas para la aventura, fauna y flora selváticas del Parque Nacional los Llanganates, por lo que ofrece la oportunidad de realizar caminatas dentro de la selva así como la observación de animales propios de la zona, además existe la oportunidad de visitar a comunidades indígenas amazónicas para evidenciar el diario vivir de culturas ancestrales . Los turistas disfrutan de actividades como senderismo, ciclismo, rafting, kanyonig observación de flora y fauna.

a. Mapa de la ruta turística

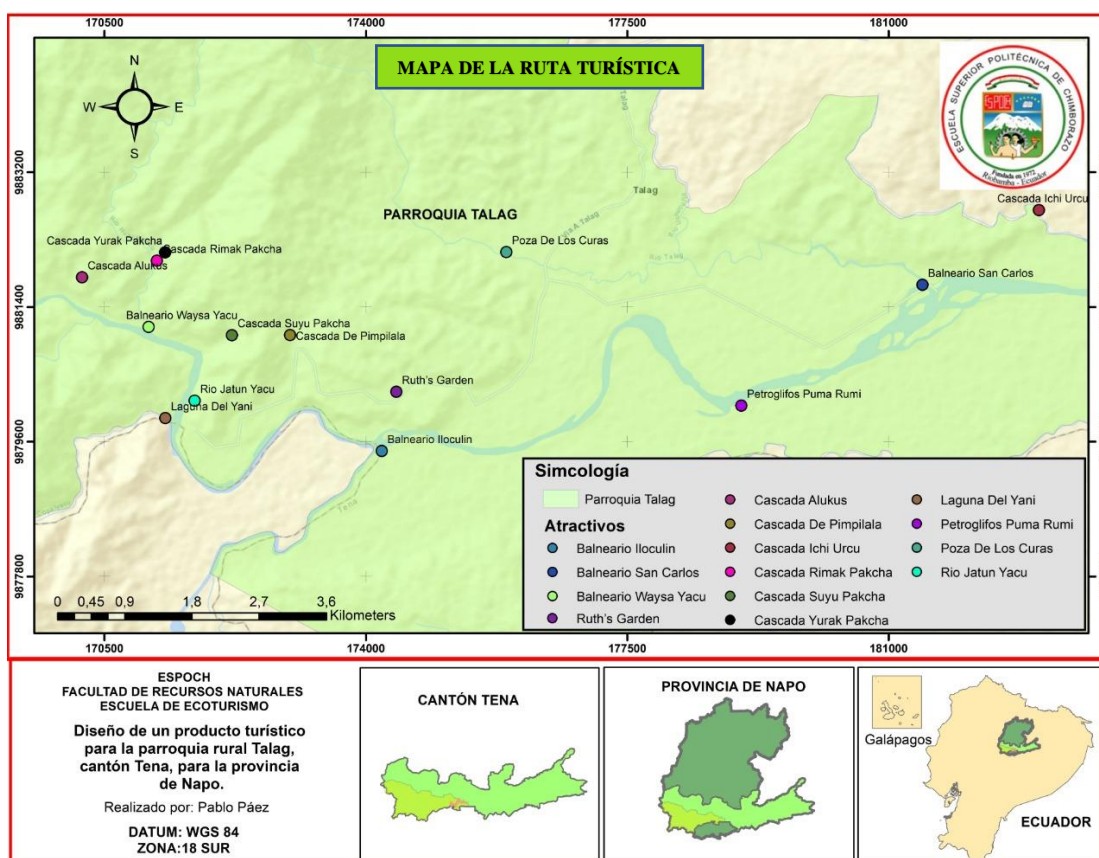


Figura 7.1 Mapa de la ruta turística de la parroquia Tálaga.

Nota: Elaborado por Pablo Páez, 2018.

b. Potencialidad turística

Tabla 7.31 Atractivos turísticos potenciales

N.-	NOMBRE DEL ATRACTIVO	CATEGORÍA	TIPO	SUBTIPO	JERARQUÍA
1	Balneario Waysa Yacu	Sitio Natural	Ríos	Río	III
2	Cascada Alukus	Sitio Natural	Ríos	Cascada	II
3	Cascada Yurak Pakcha	Sitio Natural	Ríos	Cascada	II
4	Cascada Rimak Pakcha	Sitio Natural	Ríos	Cascada	II
5	Cascada Suyu Pakcha	Sitio Natural	Ríos	Cascada	II
6	Laguna Del Yani	Sitio Natural	Ríos	Río	III
7	Cascada De Pimpilala	Sitio Natural	Ríos	Cascada	III
8	Cascada Ichi Urcu	Sitio Natural	Ríos	Cascada	I
9	Balneario San Carlos	Sitio Natural	Ríos	Playa de Río	II
10	Ruth's Garden	Manifestaciones Culturales	Realizaciones Técnicas Y Científicas	Centros de exhibición de flora y fauna	II
11	Petroglifos Puma Rumi	Manifestaciones Culturales	Arquitectura	Área Arqueológica	II
12	Poza De Los Curas	Sitio Natural	Ríos	Playa de Río	II
13	Balneario Iloculin	Sitio Natural	Ríos	Playa de Río	II
14	Rio Jatun Yacu	Sitio Natural	Ríos	Río	III

Nota: Investigación de campo, 2018.

c. Planta disponible

La parroquia Tálag cuenta con sitios aptos para brindar el servicio de alimentación y hospedaje, sin embargo, en el diseño de los paquetes turísticos se ha considerado brindar solamente el servicio de alimentación a través del restaurante Jatun Yaku Huasi que tiene las condiciones apropiadas para ofrecer un servicio de primera al turista nacional e internacional, esto debido a que la oferta de los paquetes turísticos es de 1 día.

Por otro lado, ya que uno de los paquetes turísticos exige una gran cantidad de esfuerzo físico se ha considerado brindar el servicio de alimentación de tipo box lunch en estaciones escogidas estratégicamente.

d. Infraestructura social básica disponible

Los servicios básicos disponibles en la parroquia Tálag para realizar la actividad turística de manera eficiente son electricidad y agua apta para el consumo humano, existen otros servicios como telecomunicación que solo existe en ciertas áreas con la telefonía móvil, otro servicio básico como la recolección de basura es limitada ya que el carro Municipal recolecta tres días a la semana. En cuanto a Salud encontramos dos Centros de Salud (parroquia Tálag y Shandia).

e. Promoción y publicidad

En esta era digital y a través del estudio de mercado identificamos en la que más del 50% de encuestados tanto nacionales como extranjeros escogen nuevos destinos a través del uso del internet y redes sociales, es por esto que la promoción digital fue nuestra mejor opción para publicitar la nueva oferta para la empresa.

1) Instagram

Esta aplicación nos permite publicar dar a conocer los paquetes a través de fotografías, esta aplicación está en el modo empresa, en donde se puede encontrar cifras estadísticas sobre nuestras publicaciones como cuantos seguidores nuevos tiene la página o cuantas visualizaciones tiene una nueva publicación, estos datos son diferentes a una cuenta estándar o personal de Instagram.

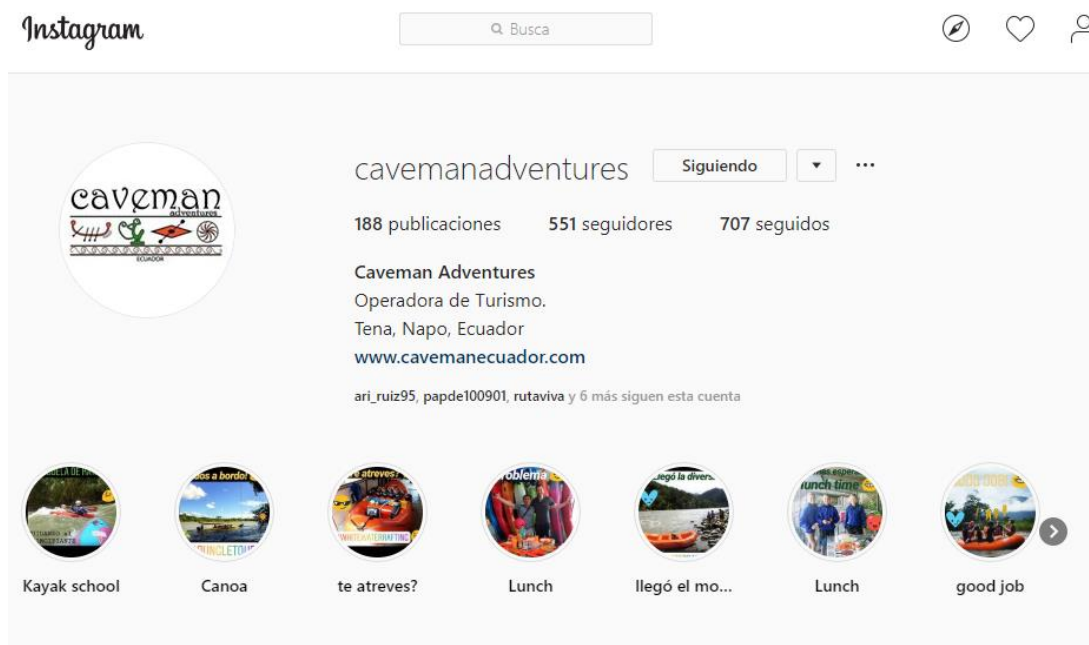


Figura 7.2 Instagram.

Nota: CAVEMAN ADVENTURES, 2015.

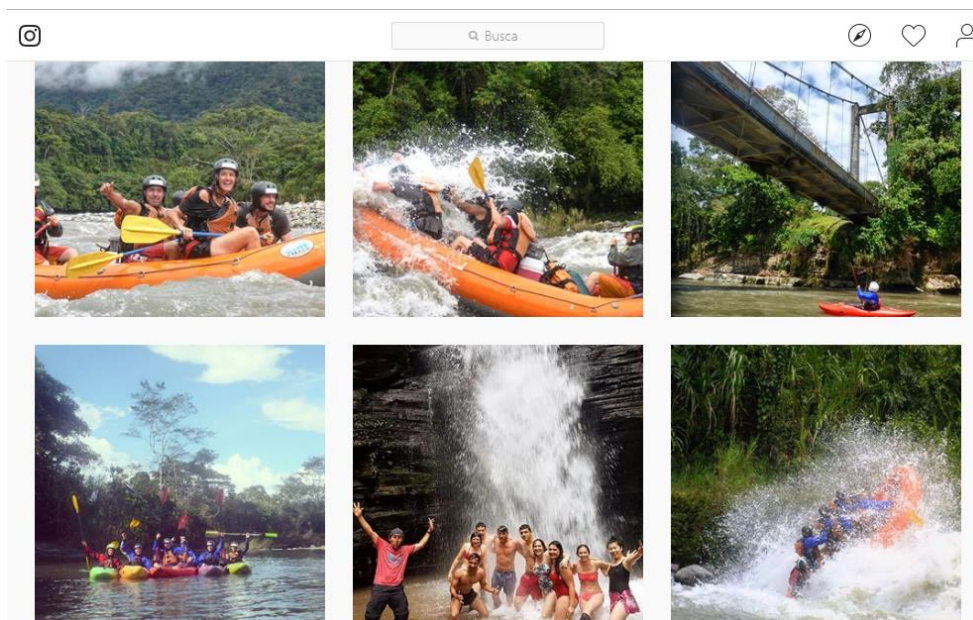


Figura 7.3 Instagram.

Nota: CAVEMAN ADVENTURES, 2015.

2) Facebook

Es otra de las redes sociales más usadas a nivel mundial, en esta podemos crear vínculos que van directamente a la página web y vender tours online. Además, esta nos permite crear una experiencia digital hacia los usuarios, también permite que los potenciales turistas lean las opiniones de otros turistas que han comprado los tours que la empresa ofrece.

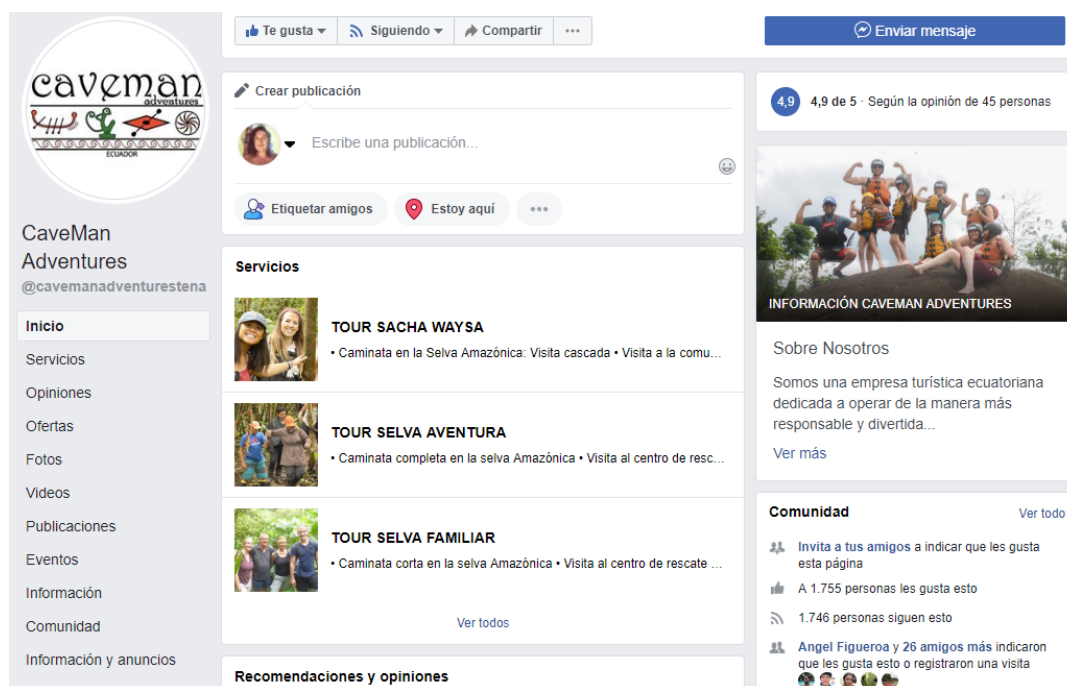


Figura 7.4 Facebook.

Nota: CAVEMAN ADVENTURES, 2015.

3) Página Web

Esta página nos permite vender paquetes on-line en idioma inglés y español, además de dar a conocer todos nuestros productos y contactarse con la empresa por dudas, descuentos y promociones.

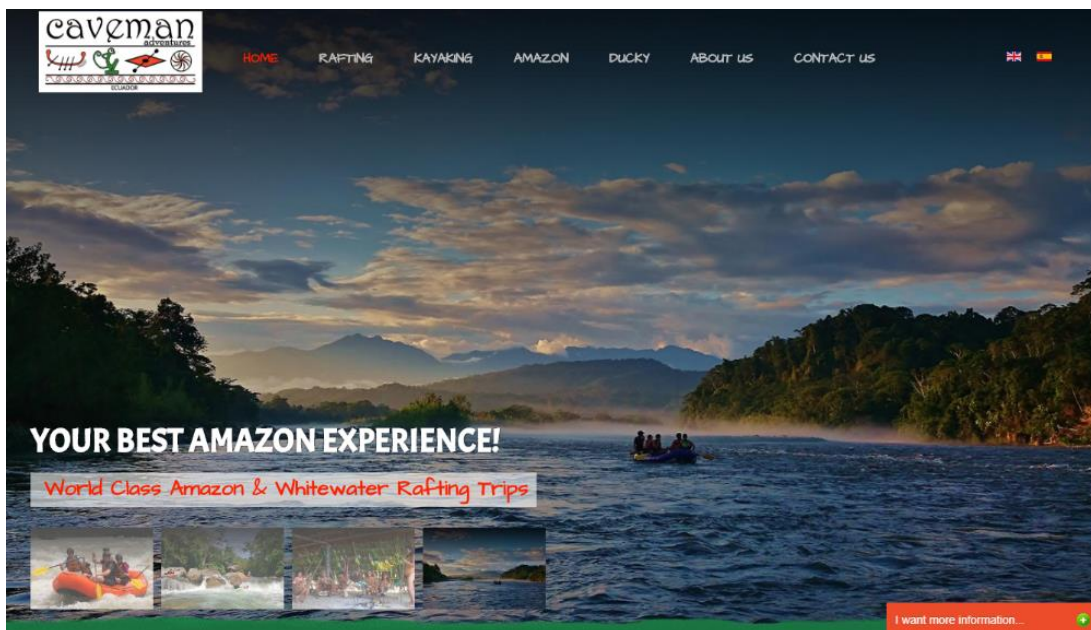


Figura 7.5 Página Web.

Nota: CAVEMAN ADVENTURES, 2015.

f. Propuesta de empaquetamiento turístico

Para la elaboración de los paquetes se tomó en cuenta las características de la demanda y la potencialidad turística.

Se han elaborado cinco paquetes turísticos.

- Rupaychaky
- Puma Rummy
- Quindi Ñan
- Kushilla Yaku 1
- Kushilla Yaku 2

1) Paquete turístico #1 Rupaychaky

a) Itinerario técnico del paquete turístico #1 Rupaychaky

Tabla 7.32 Paquete turístico #1 Rupaychaky

Paquete N°. 1	
Rupaychaky	
Código: CVP01	Estilo: Trekking y ciclismo
Idioma de guianza: Español e Inglés	Duración: 1 día
Recorrido: Comunidades de Tálag.	Carácter: Aventura y naturaleza
Mercado objetivo: Nacional y Extranjero	Grado de dificultad: Medio Alto
Itinerario	
Día 1	
Hora	Actividades
07h00	Encuentro en Tena y salida a la parroquia Tálag (Laguna de Waysa yacu).
07h45	Charla informativa de indicaciones para el recorrido
07h55	Inicio de la caminata hacia la cascada Alukus
08h30	Caminata desde la cascada Alukus hacia la cascada Yurak Pakcha.
10h15	Caminata desde la cascada Yurak Pakcha hacia la cascada Rimak Pakcha.
10h45	Caminata desde la cascada Rimak Pakcha hacia la laguna de Waysa Yacu.
11h30	Box lunch.
12h30	Entrega de bicicletas y salida hacia Suyu Pakcha.
13h30	Desde Suyu Pakcha hacia Jatun Yacu Wasi.
13h30	Se recibe bicicletas y Almuerzo.
14h40	Transporte desde Jatun Yacu Wasi hacia la Poza de los Curas.
15h00	Se continúa desde la Poza de los Curas hacia Ichiurco.
16h00	Desde Ichiurco hacia San Carlos.
16h15	Desde San Carlos a Tena
17h00	Encuesta de satisfacción, sugerencias y despedida.
El paquete incluye	1 almuerzo, 1 box lunch, guianza, alquiler de bicicletas y equipo, material informativo y del recorrido
El paquete no incluye	Bebidas extras y gastos personales Ropa cómoda. (lycra). Zapatos livianos
Requerimientos de la visita	Cámara de fotos y/o filmadora Protector solar Repelente para insectos Gafas Bebidas alcohólicas
Prohibiciones	Equipos de sonido Armas blancas y de fuego. No arrojar basura en el sendero
Normas de comportamiento	No recolectar especies de flora y fauna No destruir infraestructura y materiales Escuchar siempre las indicaciones del guía

Nota: Elaborado por Pablo Páez, 2018

b) Itinerario comercial del paquete turístico #1 Rupaychaky

Se realizará el encuentro con los turistas a las 7:00 en la ciudad de Tena de la cual partiremos hacia la parroquia Tálag en transporte de la empresa, específicamente al atractivo turístico Waysa Yacu, en este lugar se dará una charla de seguridad e indicaciones para realizar el recorrido sin inconvenientes.

Iniciaremos la caminata hacia las cascadas Alukus, Yurak Pakcha y Rimak Pakcha esto nos tomará 2 horas con 20 minutos a paso ligero a través de la selva en un recorrido ascendente hacia la montaña, en donde si se tiene suerte se pueden observar varias especies de tangaras, y el gallito de la peña (*Rupicola peruvianus*), e incluso mamíferos como cabezas de mate (*eira barbara*) y varias especies de monos.

El descenso de la montaña toma 30 minutos hacia Waysa Yacu donde se brindará un Box Lunch y los turistas pueden descansar y disfrutar el paisaje único de este atractivo.

A continuación, se entregarán las bicicletas y recorreremos 7.5 km en una hora disfrutando del paisaje amazónico hasta Jatun Yacu Wasi en donde se brindará los almuerzos. Después se continúa 3km hasta la Poza de los Curas donde los turistas se pueden refrescar en el agua cristalina del río Tálag, la travesía continúa 8km hasta la cascada Ichi Urcu, aquí tomaremos un descanso para observar varias especies de loros que llegan a alimentarse a este atractivo.

Retornaremos al sector de San Carlos donde nos esperará el vehículo para volver a Tena, el recorrido termina a las 17:00, se realizará una encuesta de satisfacción, se recibirá sugerencias y se hará la despedida.

c) Determinación del precio del paquete turístico #1 Rupaychaky

Tabla 7.33 Costo del paquete turístico #1 Rupaychaky

Costo estimado del paquete #1			
Costos generales	Costo servicio (Usd)	5 pax (valor unitario en Usd)	+7 pax (valor unitario en Usd)
Transporte	30,00	6,00	4.2
Guianza.	25,00	5,00	3.5
Total costos generales	55,00	11,00	7.7
Costos individuales			
Box lunch	3,00	3,00	3,00
Alquiler de bicicletas y equipos	10,00	10,00	10,00
Almuerzo	5,00	5,00	5,00
Ingresos a cascadas.	3,00	3,00	3,00
Total costos individuales	21,00	21,00	21,00
Total costos		32,00	28,70
Gastos			
Gastos administrativos 5%		1,60	1,40
Gastos de depreciación y venta 5%		1,60	1,40
Total gastos		3,20	2,90
Precio al costo		46,20	39,30
Margen de utilidad 10%		4,60	3,40
IVA 12%		6,10	5,10
Precio neto		56,90	47,80

Nota: Elaborado por Pablo Páez, 2018

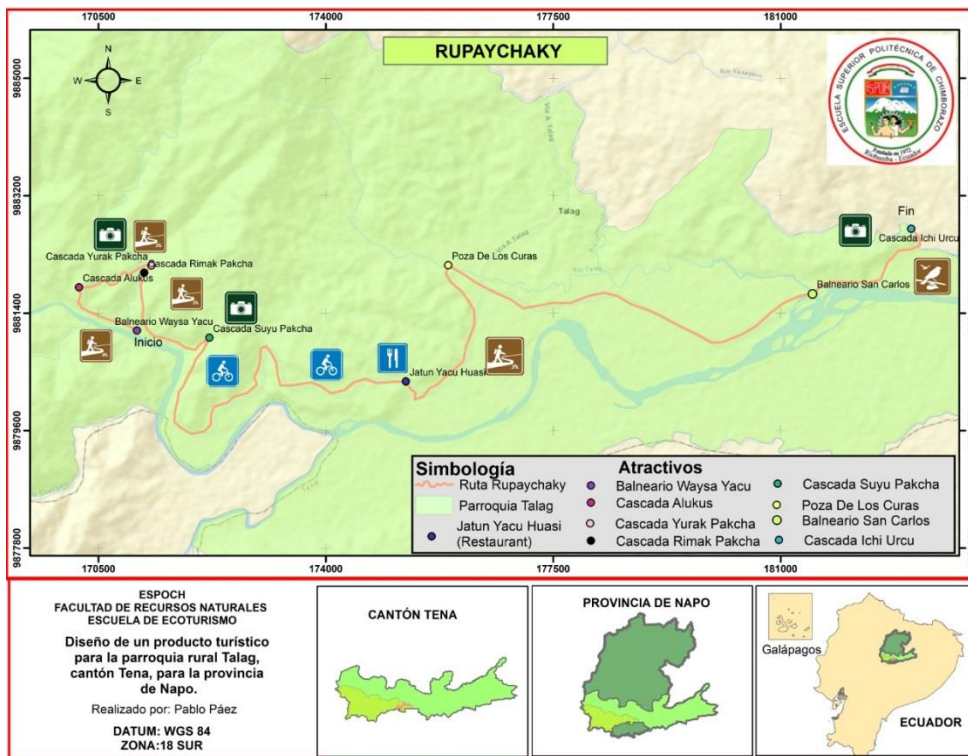


Figura 7.6 Mapa de recorrido, paquete turístico #1: Rupaychaky

Nota: Elaborado por Pablo Páez, 2018.

2) Paquete turístico #2 Puma Rummy

a) Itinerario técnico del paquete turístico #2 Puma Rummy

Tabla 7.34 Paquete turístico #2 Puma Rummy

Paquete N°. 2	
Puma Rummy	
Código: CVP02	Estilo: Trekking y ciclismo
Idioma de guianza: Español e Inglés	Duración: 1 día
Recorrido: Comunidades de Tálag.	Carácter: Aventura y naturaleza
Mercado objetivo: Nacional y Extranjero	Grado de dificultad: Medio
Itinerario	
Día 1	
Hora	Actividades
08h00	Encuentro en Tena y salida a la parroquia Tálag (Laguna de Yani).
08h45	Charla informativa de indicaciones para el recorrido
08h45	Recorrido de la zona de Yani (natación, disfrute de pequeñas cascadas que forma el agua cristalina del río, conocimiento de flora del lugar).
09h40	Caminata desde la laguna del Yani hacia la Cascada de Pimpilala.
09h50	Box Lunch

10h00	Subida a las cascadas de Pimpilala (disfrute de la caída de agua cristalina, baño en pequeñas piscinas que forman las cascadas)
12h00	Caminata desde la cascada Pimpilala hacia Ruth Garden´s.
12h10	Recorrido de Ruth Garden´s (se puede admirar flora nativa, orquideario. Puede practicar fotografía).
13h15	Salida de Ruth Garden´s hacia Jatun Yacu Wasi.
13h25	Almuerzo.
14h25	Descanso en Puma Rumi, presentación de danza, artesanías.
15h30	Retorno desde Puma Rumi hacia Tena.
16h30	Recepción encuestas de satisfacción, despedida.
El paquete incluye	1 almuerzo, 1 box lunch.- guianza - material informativo y del recorrido
El paquete no incluye	Bebidas extras y gastos personales Ropa cómoda. (lycra). Zapatos livianos
Requerimientos de la visita	Cámara de fotos y/o filmadora Protector solar Repelente para insectos Gafas Bebidas alcohólicas
Prohibiciones	Equipos de sonido Armas blancas y de fuego. No arrojar basura en el sendero
Normas de comportamiento	No recolectar especies de flora y fauna No destruir infraestructura y materiales Escuchar siempre las indicaciones del guía

Nota: Elaborado por Pablo Páez, 2018

b) Itinerario comercial del paquete turístico #2 Puma Rummy

Se realizará el encuentro con los turistas a las 8:00 en la ciudad de Tena de la cual partiremos hacia la parroquia Tálag en transporte de la empresa, específicamente al atractivo turístico Laguna del Yani, en este lugar se dará una charla de seguridad e indicaciones para realizar el recorrido sin inconvenientes.

Ingresaremos al atractivo Laguna del Yani través de una tarabita donde se puede nadar y disfrutar de masajes naturales gracias a las pequeñas caídas de agua que forma el río Yani.

Después partiremos hacia las Cascadas de Pimpilala en donde primeramente se brindará un Box Lunch y posteriormente se iniciará el kanyonig a través de las 7 cascadas que existen en el lugar en un tiempo de 2 horas.

Posteriormente nos dirigiremos a Ruth´s Garden donde observaremos una gran variedad de especies de orquídeas de la amazonía ecuatoriana y se puede practicar fotografía de naturaleza.

A continuación, nos dirigiremos a Jatun Yacu Wasi donde se brindará el almuerzo a los turistas, posteriormente nos transportaremos hacia el sector de Santa Rosa donde observaremos danzas típicas, artesanías y el petroglifo Puma Rumi.

Al terminar, partiremos hacia la ciudad de Tena, el recorrido termina a las 16:30, se realizará una encuesta de satisfacción, se recibirá sugerencias y se hará la despedida.

c) Determinación del precio del paquete turístico #2 Puma Rummy

Tabla 7.35 Costo del paquete turístico #2 Puma Rummy

Costo estimado del paquete #2			
Costos generales	Costo servicio (Usd)	5 pax (valor unitario en Usd)	+8 pax (valor unitario en Usd)
Transporte	30,00	6,00	3,75
Guianza.	25,00	5,00	3,10
Total costos generales	55,00	11,00	6,85
Costos individuales			
Box lunch	3,00	3,00	3,00
Almuerzo	5,00	5,00	5,00
Ingresos a cascadas.	5,00	5,00	5,00
Total costos individuales	13,00	13,00	13,00
Total costos		24,00	19,85
Gastos			
Gastos administrativos 5%		1,20	1,00
Gastos de depreciación y venta 5%		1,20	1,00
Total gastos		2,40	2,00
Precio al costo		37,40	28,70
Margen de utilidad 10%		4,60	3,40
IVA 12%		5,00	3,90
Precio neto		47,00	35,90

Nota: Elaborado por Pablo Páez, 2018

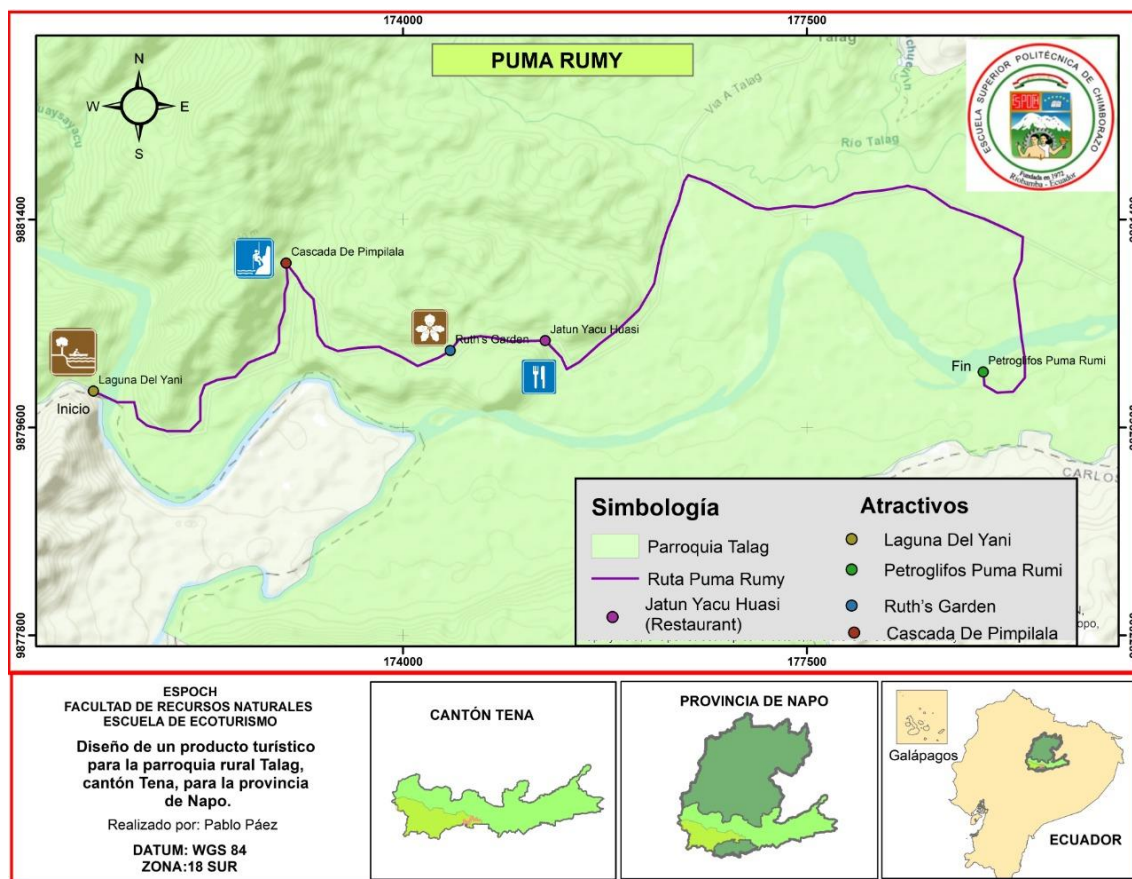


Figura 7.7 Mapa de recorrido, paquete turístico #2: Puma Rummy

Nota: Elaborado por Pablo Páez, 2018.

3) Paquete turístico #3 Quindi Ñan

a) Itinerario técnico del paquete turístico #3 Quindi Ñan

Tabla 7.36 Paquete turístico #3 Quindi Ñan

Paquete N° 3	
Quindi Ñan	
Código: CVP03	Estilo: Naturaleza y cultural
Idioma de guianza: Español e Inglés	Duración: 2 días
Recorrido: Comunidades de Tálag.	Carácter: Cultura y naturaleza
Mercado objetivo: Nacional y Extranjero	Grado de dificultad: Medio
Itinerario	
DÍA 1	
Hora	Actividades
11h30	Encuentro en Tena y salida a la parroquia Tálag a la hostería Quindi Wasi.
12h15	Llegada a Quindi Wasi, check-in, cóctel de bienvenida.
12h30	Almuerzo
14h30	Visita al atractivo turístico lagunas de Yani.
17h00	Retorno a Quindi Wasi.
17h30	Tiempo libre.
18h00	Cena

19h30	Noche artística cultural.
DÍA 2	
05h00	Ritual Wayusa Upina (opcional).
07h30	Desayuno.
08h30	Caminata hacia las cascadas Pimpilala.
11h00	Caminata a Ruth Garden.
11h45	Retorno a Quindi Wasi.
12h00	Check-out.
13h00	Llegada a Tena.
El paquete incluye	1 coctel, 1almuerzo, 1cena, 1 desayuno, material informativo y del recorrido
El paquete no incluye	Bebidas extras y gastos personales Ropa cómoda. (lycra). Zapatos livianos suela antideslizante.
Requerimientos de la visita	Cámara de fotos y/o filmadora (opcional) Protector solar Repelente para insectos Gafas
Prohibiciones	Bebidas alcohólicas Equipos de sonido Armas blancas y de fuego. No arrojar basura en el sendero
Normas de comportamiento	No recolectar especies de flora y fauna No destruir infraestructura y materiales Escuchar siempre las indicaciones del guía

Nota: Elaborado por Pablo Páez, 2018

b) Itinerario comercial del paquete turístico #3 Quindi Ñan

A las 11h30 se realizará el encuentro con los turistas y desde allí, nos transportaremos en vehículo de la empresa hacia la parroquia Tálag y llegaremos a la Hostería Quindi Wasi, donde se les ubicará en sus habitaciones y posteriormente se realizará un coctel de bienvenida: brindando bebidas autóctonas del lugar y pequeños bocaditos realizados con alimentos de la zona.

Después se les servirá el almuerzo basado en alimentos de la zona (yuca, chonta, gallina, pescado, palmito, garabato yuyo).

Luego del pequeño descanso, nos trasladaremos a las lagunas de Yani a través de una tarabita donde se puede nadar y disfrutar de masajes naturales gracias a las pequeñas caídas de las aguas cristalinas del río Yani, de manera opcional se realizará una caminata alrededor de esta zona conociendo la flora.

Al finalizar, retornaremos a la Hostería Quindi Wasi donde existirá tiempo para un pequeño descanso y prepararnos para la cena, seguidamente se podrá observar y participar de la danza autóctona con churis y rucus de la zona e iremos a descansar para la actividad del día siguiente, para lo cual se preguntará a los turistas sobre su deseo de participar en la Wayusa Upina.

De madrugada a las 05h00 se participará de la preparación de la Wayusa Upina que se mantiene como un ritual importante en las comunidades. A continuación, se servirá el desayuno e inmediatamente nos dirigiremos hacia las cascadas de Pimpilala un hermoso lugar para disfrutar entre la naturaleza del trabajo en equipo e integración grupal. Posteriormente nos dirigiremos a Ruth's Garden donde observaremos una gran variedad de especies de orquídeas de la Amazonía ecuatoriana y se puede practicar fotografía de naturaleza.

A la 11:45 retornaremos a la Hostería Quindi Wasi, en donde se realizará la encuesta de satisfacción, nos despediremos y a las 12h00 nos trasladaremos a Tena.

c) Determinación del precio del paquete turístico #3 Quindi Ñan

Tabla 7.37 Costo del paquete turístico #3 Quindi Ñan

Costo estimado del paquete #3			
Costos generales	Costo servicio (Usd)	5 pax (valor unitario en Usd)	+8 pax (valor unitario en Usd)
Transporte	60,00	12,00	7,50
Guianza.	40,00	8,00	5,00
Total costos generales	100,00	20,00	12,50
Costos individuales			
Coctel	4,00	4,00	4,00
Almuerzo	6,00	6,00	6,00
Cena	5,00	5,00	5,00
Desayuno	5,00	5,00	5,00
Hospedaje	15,00	15,00	15,00
Wayusa Upina	2,00	2,00	2,00
Ingreso a Ruth Garden's	2,00	2,00	2,00
Ingresos a cascadas.	4,00	4,00	4,00
Total costos individuales	43,00	43,00	43,00
Total costos		63,00	55,50
Gastos			
Gastos administrativos 5%		3,10	2,70
Gastos de depreciación y venta 5%		3,10	2,70
Total gastos		6,20	5,40
Precio al costo		69,20	60,90
Margen de utilidad 10%		6,90	6,09
IVA 12%		9,10	8,03
Precio neto		85,20	75,02

Nota: Elaborado por Pablo Páez, 2018

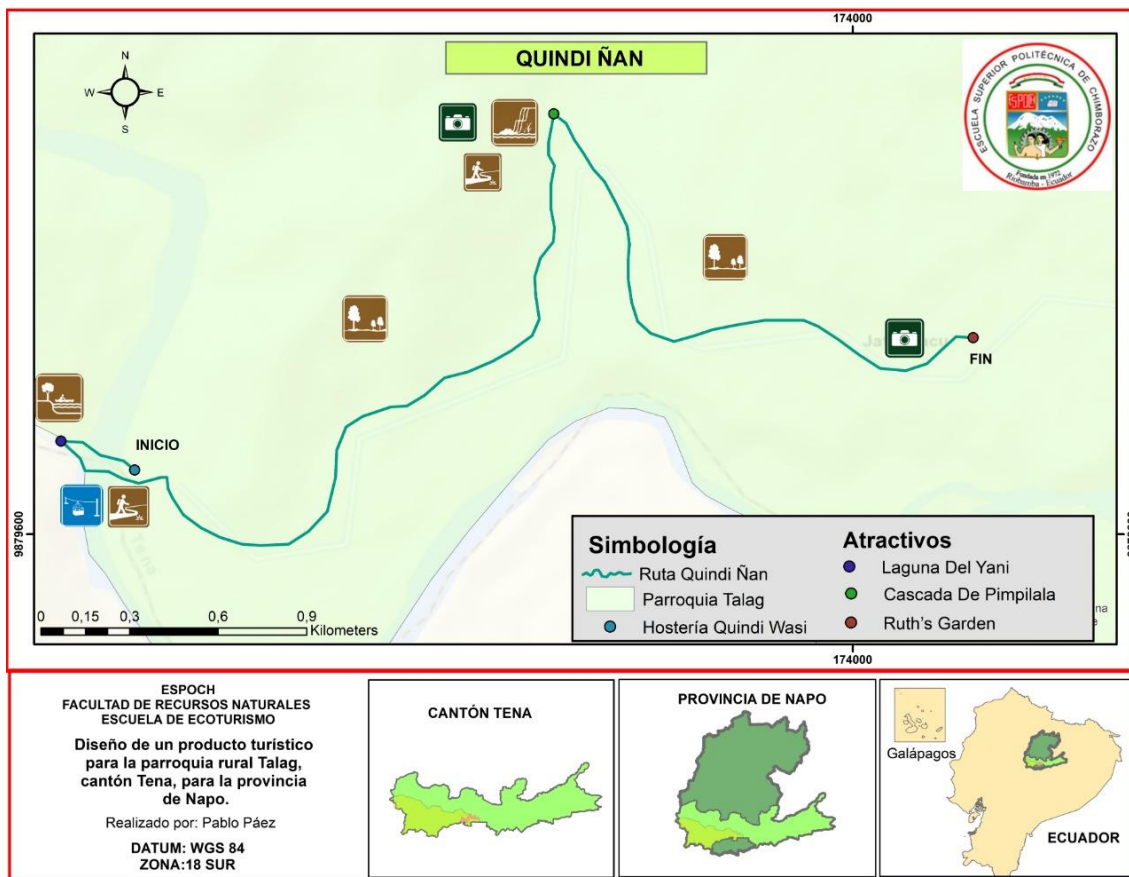


Figura 7.8 Mapa de recorrido, paquete turístico #3: Quindi Ñan

Nota: Elaborado por Pablo Páez, 2018.

4) Paquete turístico #4 Kushilla Yaku 1

a) Itinerario técnico del paquete turístico #4 Kushilla Yaku 1

Tabla 7.38 Paquete turístico #4 Kushilla Yaku 1

Paquete N°. 4	
Kushilla Yaku 1	
Código: CVP04	Estilo: Naturaleza y cultural
Idioma de guianza: Español e Inglés	Duración: 1 día
Recorrido: Río Jatun Yacu.	Carácter: Aventura y naturaleza
Mercado objetivo: Nacional y Extranjero	Grado de dificultad: Medio Alto
Itinerario	
Día 1	
Hora	Actividades
08h00	Encuentro en Tena y salida a la parroquia Tálag hacia el sector de Cando.
08h45	Charla informativa de indicaciones para el recorrido
08h50	Entrega de equipamiento e inducción.
09h00	Navegación en botes desde Cando.(Rafting)
11h00	Llegada a Serena y actividades recreativas
12h00	Navegación desde Serena hasta Shandia.
13h30	Recepción de equipamiento.

13h45	Box lunch.
14h45	Llegada a Tena.
El paquete incluye	Box lunch, equipamiento, material informativo y del recorrido
El paquete no incluye	Bebidas extras y gastos personales
	Ropa cómoda. (lycra).
	Zapatos livianos
Requerimientos de la visita	Cámara de fotos y/o filmadora (opcional)
	Protector solar
	Repelente para insectos
	Gafas
	Bebidas alcohólicas
Prohibiciones	Equipos de sonido
	Armas blancas y de fuego.
	No arrojar basura
Normas de comportamiento	No recolectar especies de flora y fauna
	No destruir infraestructura y materiales
	Escuchar siempre las indicaciones del guía

Nota: Elaborado por Pablo Páez, 2018

b) Itinerario comercial del paquete turístico #4 Kushilla Yaku 1

Se realizará el encuentro con los turistas a las 8:00 en la ciudad de Tena de la cual partiremos hacia la parroquia Tálag en transporte de la empresa, hacia el sector de Cando, en este lugar se dará una charla de seguridad e indicaciones para realizar el recorrido sin inconvenientes.

Entregaremos el equipamiento (chaleco salvavidas, remo, caso) se organizará en equipos para la salida e inmediatamente se realizará la inducción sobre técnicas de remo, manera de actuación sobre el bote y fuera de él.

Navegaremos en los botes con la guía de personal preparado sobre las aguas del río Jatunyacu, hasta llegar a la hermosa playa de Serena la misma que nos invita a disfrutar del sol, de la natación, donde realizaremos actividades recreativas.

A las 12h00 volveremos a los botes para navegar disfrutando siempre de los pequeños rápidos del río hasta llegar a Shandia donde finaliza el recorrido.

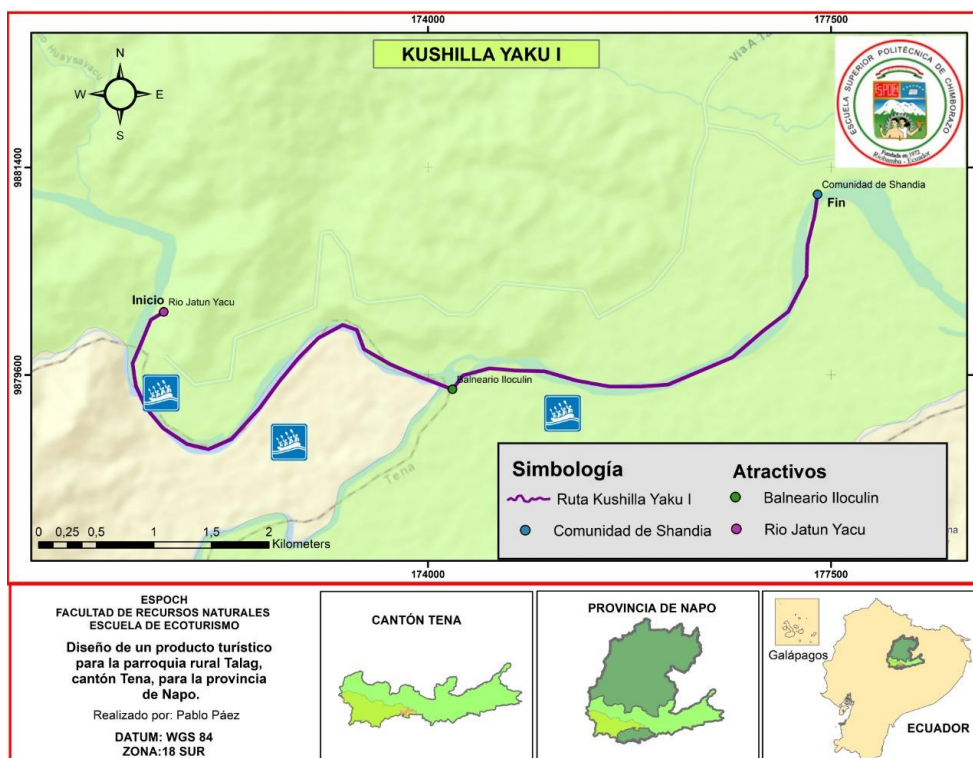
Al terminar se recibirán los chalecos, cascos y remos. Se entregará el box lunch, se aplicará la encuesta de satisfacción y retornaremos a Tena para llegar a las 14h45.

c) Determinación del precio del paquete turístico #4 Kushilla Yaku 1

Tabla 7.39 Costo del paquete turístico #4 Kushilla Yaku 1

Costo estimado del paquete #4			
Costos generales	Costo servicio (Usd)	5 pax (valor unitario en Usd)	+8 pax (valor unitario en Usd)
Transporte	30,00	6,00	3,75
Guianza.	50,00	10,00	6,25
Botes	50,00	10,00	6,25
Total costos generales	130,00	26,00	16,25
Costos individuales			
Box lunch	4,00	4,00	4,00
Total costos individuales	5,00	4,00	4,00
Total costos		30,00	20,25
Gastos			
Gastos administrativos 5%		1,50	1,01
Gastos de depreciación y venta 5%		1,50	1,01
Total gastos		3,00	2,02
Precio al costo		33,00	20,27
Margen de utilidad 10%		3,30	2,02
IVA 12%		4,30	2,67
Precio neto		40,60	24,96

Nota: Elaborado por Pablo Páez, 2018

**Figura 7.9** Mapa de recorrido, paquete turístico #4 Kushilla Yaku 1

Nota: Elaborado por Pablo Páez, 2018.

5) Paquete turístico #5 Kushilla Yaku 2

a) Itinerario técnico del paquete turístico #5 Kushilla Yaku 2

Tabla 7.40 Paquete turístico #5 Kushilla Yaku 2

Paquete N°. 5	
Kushilla Yaku 2	
Código: CVP05	Estilo: Naturaleza y cultural
Idioma de guianza: Español e Inglés	Duración: 1 día
Recorrido: Río Jatun Yacu.	Carácter: Aventura y naturaleza
Mercado objetivo: Nacional y Extranjero	Grado de dificultad: Medio
Itinerario	
Día 1	
Hora	Actividades
08h00	Encuentro en Tena y salida a la parroquia Tálag hacia el sector de Serena.
08h45	Charla informativa de indicaciones para el recorrido
08h50	Entrega de equipamiento e inducción.
09h00	Navegación en botes desde Serena.(Rafting)
11h00	Llegada a Shandia y actividades recreativas
12h00	Salida desde Shandia hacia San Carlos
13h30	Recepción de equipamiento.
13h45	Box lunch.
14h00	Aplicación de la encuesta de satisfacción.
14h45	Llegada a Tena.
El paquete incluye	Box lunch, equipamiento, material informativo y del recorrido
El paquete no incluye	Bebidas extras y gastos personales Ropa cómoda. (Iycra). Zapatos livianos, suela antideslizante.
Requerimientos de la visita	Cámara de fotos y/o filmadora (opcional) Protector solar Repelente para insectos Gafas Bebidas alcohólicas
Prohibiciones	Equipos de sonido Armas blancas y de fuego. No arrojar basura
Normas de comportamiento	No recolectar especies de flora y fauna No destruir infraestructura y materiales Escuchar siempre las indicaciones del guía

Nota: Elaborado por Pablo Páez, 2018

b) Itinerario comercial del paquete turístico #4 Kushilla Yaku 2

Se realizará el encuentro con los turistas a las 8:00 en la ciudad de Tena de la cual partiremos hacia la parroquia Tálag en transporte de la empresa, hacia el sector de Serena, en este lugar se dará una charla de seguridad e indicaciones para realizar el recorrido sin inconvenientes.

Entregaremos el equipamiento (chaleco salvavidas, remo, caso) se organizará en equipos para la salida e inmediatamente se realizará la inducción sobre técnicas de remo, manera de actuación sobre el bote y fuera de él.

Navegaremos en los botes con la guía de personal preparado sobre las aguas del río Jatunyacu, hasta llegar a la hermosa playa de Shandia la misma que nos invita a disfrutar del sol, de la natación, allí realizaremos actividades recreativas.

A las 12h00 volveremos a los botes para navegar hacia San Carlos disfrutando siempre de los pequeños rápidos del río hasta llegar al destino trazado en donde finaliza el recorrido.

Al finalizar se recibirán los chalecos, cascos y remos. Se entregará el box lunch, se aplicará la encuesta de satisfacción y retornaremos a Tena para llegar a las 14h45.

c) Determinación del precio del paquete turístico #5 Kushilla Yaku 2

Tabla 7.41 Costo del paquete turístico #5 Kushilla Yaku 2

Costo estimado del paquete #5			
Costos generales	Costo servicio (Usd)	5 pax (valor unitario en Usd)	+8 pax (valor unitario en Usd)
Transporte	30,00	6,00	3,75
Guianza.	50,00	10,00	6,25
Botes	50,00	10,00	6,25
Total costos generales	130,00	26,00	16,25
Costos individuales			
Box lunch	4,00	4,00	4,00
Total costos individuales	5,00	4,00	4,00
Total costos		30,00	20,25
Gastos			
Gastos administrativos 5%		1,50	1,01
Gastos de depreciación y venta 5%		1,50	1,01
Total gastos		3,00	2,02
Precio al costo		33,00	20,27
Margen de utilidad 10%		3,30	2,02
IVA 12%		4,30	2,67
Precio neto		40,60	24,96

Nota: Elaborado por Pablo Páez, 2018

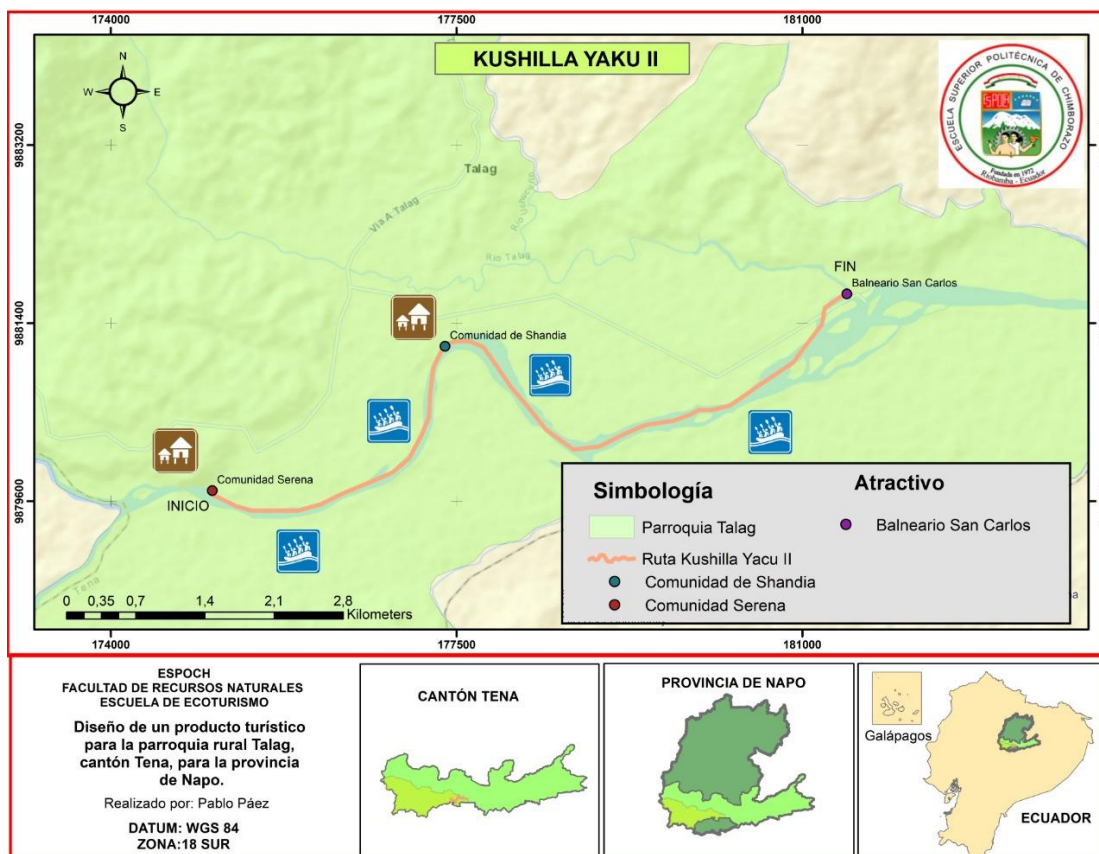


Figura 7.10 Mapa de recorrido, paquete turístico #1: RUPAYCHAKY

Nota: Elaborado por Pablo Páez, 2018.

C. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

1. Requerimientos para el área comercial

Tabla 7.42 Requerimientos para el área comercial

1. Talento humano.				
Denominación	Cantidad	Gasto mensual	Gasto anual	
Agente de ventas	1,00	429,50	5923,50	
Subtotal			5923,50	
2. Inversiones en activos fijos.				
Denominación.	Cantidad	Unidad	Valor unitario	Total inversión
Muebles y enseres				
Mesas	3,00	Unidad	60,00	180,00
Sillas	12,00	Unidad	25,00	300,00
Archivador	1,00	Unidad	200,00	200,00
Equipos de cómputo.				
Computadora portátil	1,00	Unidad	1400,00	1400,00
Impresora	1,00	Unidad	300,00	300,00
Proyector	1,00	Unidad	750,00	750,00
Máquinas y equipos				
Perforadora	1,00	Unidad	12,00	12,00
Grapadora	1,00	Unidad	15,00	15,00
Calculadora.	1,00	Unidad	25,00	25,00
Subtotal			3182,00	
3. Insumos				
Denominación	Cantidad	Gasto mensual	Gasto anual	
Materiales de oficina	1,00	15,00	180,00	
Cartuchos	1,00	12,00	72,00	
Subtotal			252,00	
4. Inversiones en activos diferidos				
Denominación	Cantidad	Valor unitario	Total inversión	
Capacitación				
Asistencia	1,00	300,00	300,00	
Diseño e impresión de material publicitario				
Diseño de página web	1,00	1000,00	1000,00	
Diseño para redes sociales.	1,00	200,00	200,00	
Subtotal			1200,00	
5. Gastos de promoción y publicidad				
Denominación	Cantidad	Gasto mensual		
Mantenimiento web	1,00	400,00		
Mantenimiento redes	1,00	100,00		
Subtotal			500,0	
Total			11057,50	

Nota: Elaborado por Pablo Páez, 2018

2. Requerimientos para el área productiva

Tabla 7.43 Requerimientos para el área productiva

1. Activos Fijos			
Denominación	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Muebles y enseres			
Mesas	2,00	25,00	50,00
Sillas	8,00	15,00	120,00
Maquinarias y equipos			
Vehículo.	1,00	35000,00	35000,00
Bicicletas	20,00	400,00	8000,00
Subtotal			43000,00
2. Insumos			
Denominación	Cantidad	Costo mensual	Costo anual
Diésel Galones	50,00	1,48	74,00
Mantenimiento Vehículo	4,00	35,00	140,00
Total			214,00
3. Talento humano.			
Denominación	Cantidad	Costo mensual	Costo total anual.
Mano de obra directa			
Ayudante	1,00	433,90	5206,80
Mano de obra indirecta.			
Guía	1,00	500,00	6000,00
Chofer	1,00	300,00	3600,00
Artesanos	1,00	120,00	1440,00
Alimentos	1,00	90,00	1080,00
Hospedaje	1,00	466,00	5597,00
Total			17717,00

Nota: Elaborado por Pablo Páez, 2018

3. Requerimientos para el área administrativa

Tabla 7.44 Requerimientos para el área administrativa

1. Inversiones en activos fijos			
Denominación	Cantidad	Valor unitario	Total inversión
Construcciones y edificaciones	30,00	400,00	12000,00
Máquinas y equipos			
Perforadora	3,00	5,00	15,00
Grapadora	3,00	5,00	15,00
Calculadora	3,00	15,00	45,00
Equipo de computo			
Computadora	3,00	800,00	2400,00
Impresora	1,00	200,00	200,00
Muebles y enseres			
Sillas	12,00	15,00	180,00
Archivador	1,00	40,00	40,00
Escritorio	1,00	80,00	80,00
Subtotal			14975,00
2. Gastos de servicios básicos			
Denominación	Cantidad	Valor unitario	Total inversión
Agua	12,00	40,00	480,00
Luz	12,00	35,00	420,00
Teléfono	12,00	12,00	144,00
Internet	12,00	23,00	276,00
Subtotal			1320,00
3. Materiales e insumos			
Denominación	Cantidad	Gasto mensual	Gasto anual
Materiales de oficina	12,00	10,00	120,00
Cartuchos	6,00	15,00	180,00
Subtotal			300,00
4. Gastos de permisos de funcionamiento			
Denominación	Cantidad	Valor Unitario	Gasto mensual
Patente municipal	1,00	20,00	20,00
Asociación de artesanos	1,00	50,00	50,00
Permiso de los bomberos	1,00	100,00	100,00
Subtotal			170,00
Total			16765,00

Nota: Elaborado por Pablo Páez, 2018

4. Inversiones

Tabla 7.45 Inversiones

Denominación	Inversión
Activos fijos	61327,00
Construcciones y edificaciones	12000,00
Maquinarias y equipos	43127,00
Equipos de cómputos	5050,00
Muebles y enseres	1150,00
Activos diferidos	3338,00
Capacitación	300,00
Promoción y publicidad	1200,00
Patentes y permisos	170,00
Gastos financieros	1668,00
Capital de trabajo	15536,30
Mano de obra directa	5206,80
Sueldos y salarios	7243,50
Mantenimiento/diésel	214,00
Servicios básicos	1320,00
Insumos	552,00
Contingencias	1000,00
Total	80201,30

Nota: Elaborado por Pablo Páez, 2018

5. Fuentes de Financiamiento

Tabla 7.46 Fuentes de financiamiento

Denominación	Uso	Recursos propios	Préstamo
Activos fijos	61327,00	53327,00	8000,00
Construcciones	12000,00	12000,00	
Maquinarias y equipos (Bicicletas)	43127,00	35127,00	8000,00
Equipos de cómputos	5050,00	5050,00	
Muebles y enseres	1150,00	1150,00	
Activos diferidos	3338,00	3338,00	
Capacitación	300,00	300,00	
Promoción y publicidad	1200,00	1200,00	
Patentes y permisos	170,00	170,00	
Gastos financieros	1668,00	1668,00	
Capital de trabajo	14216,30	14216,30	
Mano de obra directa	5206,80	5206,80	
Sueldos y salarios	7243,50	7243,50	
Servicios básicos	1320,00	1320,00	
Mantenimiento/diésel	214,00	214,00	
Insumos	552,00	552,00	
Contingencias	1000,00	1000,00	
Total	80201,30	72201,30	8000,00

Nota: Elaborado por Pablo Páez, 2018

6. Amortización

Tabla 7.47 Cálculo de la deuda

Año	Préstamo capital	Capital a pagarse	Saldo	Interés	Cuota
2019	8000,00	1600,00	6400,00	1668,00	3268,00
2020	6400,00	1600,00	4800,00	1334,40	2934,40
2021	4800,00	1600,00	3200,00	1000,80	2600,80
2022	3200,00	1600,00	1600,00	667,20	2267,20
2023	1600,00	1600,00	0,00	333,60	1933,60

Nota: Elaborado por Pablo Páez, 2018

Tabla 7.48 Amortización

Capital		C=	8000,00	
Tiempo en años		t=	5	
Tasa nominal unitario		j=	21%	
Periodos de capitalización		m=	12	
Tasa efectiva		i=	0,017	
Numero de periodos de pago		n=	60	
Detalle	Capital periódico	Interés periódico	Cuota de pago	Saldo insoluto de capital
Registra pago de préstamo				8.000,00
Cuota 1	76,75	139,00	215,75	7.923,25
Cuota 2	78,09	137,67	215,75	7.845,16
Cuota 3	79,44	136,31	215,75	7.765,72
Cuota 4	80,82	134,93	215,75	7.684,90
Cuota 5	82,23	133,53	215,75	7.602,67
Cuota 6	83,66	132,10	215,75	7.519,01
Cuota 7	85,11	130,64	215,75	7.433,90
Cuota 8	86,59	129,16	215,75	7.347,31
Cuota 9	88,09	127,66	15,75	7.259,22
Cuota 10	89,62	126,13	215,75	7.169,60
Cuota 11	91,18	124,57	215,75	7.078,42
Cuota 12	92,76	122,99	215,75	6.985,65
Cuota 13	94,38	121,38	215,75	6.891,28
Cuota 14	96,02	119,74	215,75	6.795,26
Cuota 15	97,68	118,07	215,75	6.697,58
Cuota 16	99,38	116,37	215,75	6.598,19
Cuota 17	101,11	114,64	215,75	6.497,08
Cuota 18	102,87	112,89	215,75	6.394,22
Cuota 19	104,65	111,10	215,75	6.289,57
Cuota 20	106,47	109,28	215,75	6.183,09
Cuota 21	108,32	107,43	215,75	6.074,77
Cuota 22	110,20	105,55	215,75	5.964,57
Cuota 23	112,12	103,63	215,75	5.852,45
Cuota 24	114,07	101,69	215,75	5.738,39
Cuota 25	116,05	99,70	215,75	5.622,34
Cuota 26	118,06	97,69	215,75	5.504,27

Cuota 27	120,12	95,64	215,75	5.384,16
Cuota 28	122,20	93,55	215,75	5.261,96
Cuota 29	124,33	91,43	215,75	5.137,63
Cuota 30	126,49	89,27	215,75	5.011,14
Cuota 31	128,68	87,07	215,75	4.882,46
Cuota 32	130,92	84,83	215,75	4.751,54
Cuota 33	133,19	82,56	215,75	4.618,35
Cuota 34	135,51	80,24	215,75	4.482,84
Cuota 35	137,86	77,89	215,75	4.344,97
Cuota 36	140,26	75,49	215,75	4.204,72
Cuota 37	142,70	73,06	215,75	4.062,02
Cuota 38	145,17	70,58	215,75	3.916,85
Cuota 39	147,70	68,06	215,75	3.769,15
Cuota 40	150,26	65,49	215,75	3.618,88
Cuota 41	152,87	62,88	215,75	3.466,01
Cuota 42	155,53	60,22	215,75	3.310,48
Cuota 43	158,23	57,52	215,75	3.152,25
Cuota 44	160,98	54,77	215,75	2.991,27
Cuota 45	163,78	51,97	215,75	2.827,49
Cuota 46	166,62	49,13	215,75	2.660,86
Cuota 47	169,52	46,23	215,75	2.491,34
Cuota 48	172,47	43,29	215,75	2.318,88
Cuota 49	175,46	40,29	215,75	2.143,41
Cuota 50	178,51	37,24	215,75	1.964,90
Cuota 51	181,61	34,14	215,75	1.783,29
Cuota 52	184,77	30,98	215,75	1.598,52
Cuota 53	187,98	27,77	215,75	1.410,55
Cuota 54	191,24	24,51	215,75	1.219,30
Cuota 55	194,57	21,19	215,75	1.024,73
Cuota 56	197,95	17,80	215,75	826,79
Cuota 57	201,39	14,37	215,75	625,40
Cuota 58	204,89	10,87	215,75	420,51
Cuota 59	208,45	7,31	215,75	212,07
Cuota 60	212,07	3,68	215,75	(0,00)
Totales	8.000,00	4.945,14	12.945,14	

Nota: Elaborado por Pablo Páez, 2018

7. Depreciación de activos fijos

Tabla 7.49 Depreciación de activos fijos

Denominación	Valor bien	Depreciación por ley	Depreciación anual	Depreciación en el proyecto	Valor de salvamento
Maquinarias y equipos (Bicicletas)	43127,00	10,00	4312,70	21563,50	21563,50
Equipos de cómputos	5050,00	2,00	2525,00	12625,00	0,00
Muebles y enseres	1150,00	10,00	115,00	575,00	575,00
Total	49327,00		6952,70	34763,50	22138,50

Nota: Elaborado por Pablo Páez, 2018

8. Amortización de activos diferidos

Tabla 7.50 Amortización de activos diferidos

2019	2020	2021	2022	2023	2024
3338,00	667,60	667,60	667,60	667,60	667,60
3338,00	2670,40	2002,80	1335,20	667,60	0,00

Nota: Elaborado por Pablo Páez, 2018

9. Estructura de Costos y Gastos

Tabla 7.51 Estructura de Costos y Gastos

Denominación	AÑO				
	2019	2020	2021	2022	2023
Costos de producción	5420,80	5686,42	6257,34	7222,98	8746,18
Mano de obra directa	5206,80	5461,93	6010,32	6937,83	8400,90
Materiales e insumos	214,00	224,49	247,02	285,15	345,28
Gastos administrativos	14740,20	15121,79	15522,07	15941,97	16382,45
Sueldos y salarios	7243,50	7598,43	7970,75	8361,32	8771,03
Combustibles	74,00	77,63	81,43	85,42	89,61
Servicios Básicos	1320,00	1465,20	1626,37	1805,27	2003,85
Materiales de oficina	300,00	314,70	330,12	346,30	363,26
Permisos	170,00	178,33	187,07	196,23	205,85
Depreciaciones	6952,70	6952,70	6952,70	6952,70	6952,70
Gastos en ventas	500,00	524,50	550,20	577,16	605,44
Promoción y publicidad	500,00	524,50	550,20	577,16	605,44
Gastos Financieros	1668,00	1334,40	1000,80	667,20	333,60
Total	23649,00	25733,00	28081,00	30738,00	33743,00

Nota: Elaborado por Pablo Páez, 2018

10. Ingresos

Tabla 7.52 Ingresos

Denominación	AÑO				
	2019	2020	2021	2022	2023
Rupaychaky	173 pax	192 pax	212 pax	236 pax	261 pax
Precio	56,90	56,90	56,90	56,90	56,90
Subtotal 1	9843,70	10924,80	12062,80	13428,40	9160,90
Puma Rummy	173 pax	192 pax	212 pax	236 pax	261 pax
Precio	47,00	47,00	47,00	47,00	47,00
Subtotal 2	9843,70	10924,80	12062,80	13428,40	9160,90
Quindi Ñan	173 pax	192 pax	212 pax	236 pax	261 pax
Precio	85,20	85,20	85,20	85,20	85,20
Subtotal 3	9843,70	10924,80	12062,80	13428,40	9160,90
Kushilla Yacu 1	173 pax	192 pax	212 pax	236 pax	261 pax
Precio	40,60	40,60	40,60	40,60	40,60
Subtotal 4	9843,70	10924,80	12062,80	13428,40	9160,90
Kushilla Yacu 2	173 pax	192 pax	212 pax	236 pax	261 pax
Precio	40,60	40,60	40,60	40,60	40,60
Subtotal 5	9843,70	10924,80	12062,80	13428,40	9160,90
Total	46761,90	51897,60	57303,60	63790,80	43518,30

Nota: Elaborado por Pablo Páez, 2018

11. Estado de resultados

Tabla 7.53 Estado de resultados

DENOMINACIÓN	AÑO				
	2019	2020	2021	2022	2023
Ventas	46761,90	51897,60	57303,60	46761,90	51897,60
-Costos de producción	5420,80	6017,09	6676,69	5420,80	6017,09
Utilidad bruta	41341,10	45880,51	50626,91	41341,10	45880,51
-Gastos administrativos	16060,20	17826,82	19787,77	16060,20	17826,82
-Gastos ventas	500,00	555,00	616,05	500,00	555,00
Utilidad operativa	24780,90	27498,69	30223,09	24780,90	27498,69
-Gastos financieros	1668,00	1334,40	1000,80	1668,00	1334,40
Utilidad antes de impuestos y repartición de beneficios	23112,90	26164,29	29222,29	23112,90	26164,29
-Impuestos	5778,23	6541,07	7305,57	5778,23	6541,07
Utilidad antes de repartición de utilidades	17334,68	19623,22	21916,72	17334,68	19623,22
-Repartición de utilidades	2600,20	2943,48	3287,51	2600,20	2943,48
Utilidad neta	14734,47	16679,73	18629,21	14734,47	16679,73

Nota: Elaborado por Pablo Páez, 2018

12. Punto de equilibrio

Tabla 7.54 Caculo del punto de equilibrio

Denominación	AÑO					CF	CV
	2019	2020	2021	2022	2023		
Costos de producción	5420,80	6017,09	6676,69	7422,71	8269,64		
Mano de obra directa	5206,80	5779,55	6415,30	7120,98	7904,29	5206,80	
Materias primas / materiales e insumos	214,00	237,54	261,39	301,73	365,36		214,00
Gastos administrativos	16060,20	17826,82	19787,77	21964,43	24380,51		
Sueldos y salarios	7243,50	8040,29	8924,72	9906,44	10996,14	7243,50	
Combustibles	74,00	82,14	91,18	101,20	112,34	74,00	
Materiales de oficina	300,00	333,00	369,63	410,29	455,42	300,00	
Permisos	170,00	188,70	209,46	232,50	258,07	170,00	
Depreciaciones	6952,70	7717,50	8566,42	9508,73	10554,69	6952,70	
Servicios Básicos	1320,00	1465,20	1626,37	1805,27	2003,85	1320,00	
Gastos en ventas	500,00	555,00	616,05	683,82	759,04		
Promoción y publicidad	500,00	555,00	616,05	683,82	759,04	500,00	
Gastos Financieros	1668,00	1334,40	1000,80	667,20	333,60	1668,00	
						23435,00	214,00

Nota: Elaborado por Pablo Páez, 2018

Tabla 7.55 Punto de equilibrio

RUBRO	UNIDAD
Costos fijos totales	23435,00
Costos variables	214,00
Unidades a producir	865
Precio de mercado	54,06
QE = Punto de equilibrio para las unidades a producir	435
YE = Punto de equilibrio para los ingresos	23435,12
PE = Precio de equilibrio	27,34
MG = Margen de ganancia	26,72
U = Porcentaje de producción	0,50

Nota: Elaborado por Pablo Páez, 2018

13. Flujo de caja

Tabla 7.56 Flujo de caja

Denominación	AÑO					
	2018	2019	2020	2021	2022	2023
-Inversiones	80201,30					
+Valor de salvamento						22138,50
+Capital de trabajo						80201,30
Utilidad neta		14734,47	16679,73	18629,21	21071,06	6231,88
+Depreciaciones		6952,70	15295,70	15295,70	15295,70	15295,70
Flujo de caja	-80201,30	21687,17	31975,43	33924,91	36366,76	123867,38
Factor de actualización	1,00	0,95	0,91	0,86	0,82	0,78
Flujo de caja actualizado	-80201,30	20654,45	29002,66	29305,61	29919,03	97053,34
		Sumatorias	49657,11	78962,73	108881,75	205935,09

Nota: Elaborado por Pablo Páez, 2018

14. Tasa Interna de Retorno

La tasa interna de retorno del proyecto es de 38%, esto indica que siendo mayor al 10% que es el costo de oportunidad de dinero que pagaría por ahorros una entidad bancaria.

Tabla 7.57 Tasa pasiva de entidades financieras

Entidad financiera	Plazo fijo	Ahorro en dólares %
Ban Ecuador	\$50000 en adelante	4,25%
Banco del Pichincha	\$50000 en adelante	4%
Banco del Pacifico	\$50000 en adelante	3%
Cooperativa 29 de Octubre	\$50000 en adelante	7%
Cooperativa Mushuc Runa	\$50000 en adelante	10%
Cooperativa Cooprogreso	\$50000 en adelante	6%

Nota: Elaborado por Pablo Páez, 2018

15. Valor Actual Neto

El resultado arrojó un VAN positivo de \$ 117.167,97 lo que nos indica que el proyecto es viable.

16. Relación Costo Beneficio

La Relación beneficio costo es de \$2,57, esto demuestra que el proyecto es viable ya que por cada \$1 que se invierte en el mismo, se recuperará el mismo \$1 y además se tendrá una ganancia neta de \$0,57.

17. Periodo de Recuperación del Capital

El periodo de recuperación del capital es al 4to año

VIII. CONCLUSIONES

- 1.** El estudio de mercado realizado y considerado como base fundamental para el desarrollo de este proyecto, indica que tuvo gran aceptación de turistas nacionales y extranjeros. El estudio determinó el perfil el turista y por ende sus gustos y preferencias, teniendo como resultado una demanda objetiva de 780. Esta información es indispensable para el diseño de paquetes turísticos enfocados a las necesidades reales de los turistas.
- 2.** El diseño técnico del producto turístico que integra 5 paquetes turísticos enfocados en la potencialización de los atractivos naturales y manifestaciones culturales de la parroquia Tálag, favoreció a enriquecer las opciones de diversificación de la oferta actual de la operadora turística CAVEMAN ADVENTURES.
- 3.** La oferta de nuevos productos turísticos es viable financiera y económicamente, ya que en caso de ser implementados la operadora turística CAVEMAN ADVENTURES recibiría ingresos que complementarían sus ganancias actuales, haciendo crecer su patrimonio.

IX. RECOMENDACIONES

- 1.** Se recomienda actualizar constantemente la información obtenida a partir de este trabajo, de forma que se conozca las tendencias turísticas del momento, y esto aporte a un más acertado diseño de los paquetes turísticos para mercados nacionales y extranjeros.
- 2.** Es importante mantener estudios periódicos de este tipo, que promuevan el diseño de una mayor cantidad de paquetes turísticos, para incrementar la oferta turística de la parroquia y aprovechar de mejor manera sus recursos naturales.
- 3.** Se recomienda al tour operador CAVEMAN ADVENTURES tomar en consideración la implementación de al menos 3 de los paquetes turísticos diseñados para diversificar su oferta y captar otros mercados turísticos.

4. -

X. RESUMEN

La presente investigación propone: diseñar productos turísticos en la parroquia Talag, cantón Tena, provincia de Napo, para la operadora turística privada CAVEMAN ADVENTURES; mediante la recopilación de información primaria, secundaria y salidas de campo. Se realizó un estudio de mercado, el diseño técnico de los productos turísticos y se desarrolló la evaluación económica y financiera del producto turístico. En el estudio de mercado se analizó la oferta actual, identificando 4 atractivos turísticos jerarquía III, 12 jerarquía II y 4 jerarquía I. Como competencia se identificó 5 tours operadoras que ofertan productos similares a los diseñados y se determinó la demanda aplicando 166 encuestas a turistas nacionales y extranjeros, estableciendo con esta información, el perfil del turista respectivamente, identificando gran aceptación (Aproximadamente 83%) en ambos perfiles, sobre la disposición de adquirir un paquete turístico de la Parroquia Tálag. En el diseño técnico de los productos turísticos se elaboró 5 paquetes turísticos que incluyen los atractivos y actividades más importantes, así como la planta turística disponible que brinda las condiciones apropiadas para la operación turística. El estudio económico y financiero determinó que la inversión inicial sería de \$80201,30 dando un VAN positivo de \$113.924,82 y una relación C/B de \$2,53 (USD), el tiempo de recuperación de la inversión sería al cuarto año, alcanzando un TIR del 36%. Se concluye que, debido a la gran aceptación por parte del mercado turístico, variedad de atractivos y actividades turísticas, el diseño de nuevos paquetes turísticos favorece a la diversificación de la oferta actual de la empresa CAVEMAN ADVENTURES, así como incremento en sus ganancias.

Palabras clave: productos turísticos - operadora turística - atractivos turísticos – marketing turístico - paquetes turísticos.

Por: Pablo Páez



XI SUMMARY

This research proposes: designing tourism products in the Talag parish, Canton Tena Canton, Napo Province, for the private tour operator CAVEMAN ADVENTURES; through the collection of primary and secondary information and excursions. A market study was carried out, the technical design of the tourist products and the economic and financial evaluation of the tourist product were developed. In the market study, the current offer was analyzed, identifying 4 tourist attraction, hierarchy III, 12 hierarchy II and 4 hierarchy I. As a competition, 5 operational tours were identified that offer products similar to those designed and the demand applied was determined 166 surveys to national and foreign tourists, establishing with this information, the profile of the tourist respectively, identifying great acceptance (approximately 83%) in both profiles, about the willingness to acquire a tourist package from the Talag Parish. In the technical design of tourist products, 5 tour packages were prepared that include the most important attractions and activities, as well as the available tourist plant facilities that provide the right conditions for the tourist operation. The economic and financial study determined that the initial investment would be \$ 80201.30 giving a positive NPV of \$ 113.924,82 and a ratio C/B of \$ 2.53 (USD), the recovery time of the investment would be up to the fourth year, reaching an IRR. 36%. It is concluded that due to the great acceptance on the part of the tourist market, the variety of attractions and tourist activities, the design of new tourist packages favors the diversification of the current offer of the company CAVEMAN ADVENTURES, as well as an increase in its earnings.

KEYWORDS; <TOURIST PRODUCTS>, <TOUR OPERATOR>, <TOURIST ATTRACTIONS>, <TOURIST MARKETING>, <TOUR PACKAGES>



XII. BIBLIOGRAFÍA

1. Altamirano, G. (2017). Diseño de un sistema de rutas turísticas en el cantón Isabela, provincia de Galápagos. Recuperado el 25 de mayo de 2018, de <http://dspace.espoeh.edu.ec/handle/123456789/8403>
2. Atamira, R., & Muñoz, X. (2007). El turismo como motor de crecimiento económico. Recuperado el 28 de marzo de 2018, de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2036262>
3. Boullon, R. (2006). Planificación del espacio turístico. Recuperado el 29 de marzo de 2018, de http://www.aptae.pe/archivos_up/0107-planificacion-del-espacio-turistico-roberto-c-ballon.pdf
4. Bravo, S. (2017). Evaluación económica financiera: EVA y FVA. Recuperado el 31 de marzo de 2018, de <http://blogs.gestion.pe/inversioneinfraestructura/2017/09/evaluacion-economica-financiera-eva-y-fva.html>
5. Centro de Estudios Superiores en Turismo. (2012). Metodología del estudio de perfil y satisfacción del turista. Recuperado el 27 de mayo de 2018, de http://ictur.sectur.gob.mx/pdf/estudioseinvestigacion/calidadycompetitividad/PST_formato2.pdf
6. Chacón Casais, C. E., & Vergara Jácome, C. S. (2015). Análisis del sistema turístico de la Plaza FOCH y su área de influencia en el barrio la Mariscal en el Distrito Metropolitano de Quito.
7. Cuesta, M., & Herrero, F. (2010). Introducción al muestreo. Recuperado el 27 de mayo de 2018, de <http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/49394/s74.pdf>
8. De la Cruz, A. (2006). Estudio de mercado. Recuperado el 31 de marzo de 2018, de <http://mercadotecnia-alex.blogspot.com/2006/05/estudio-de-mercado.html>
9. Departamento de Turismo del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Tena. (2017). Inventario turístico del cantón Tena.
10. Díaz, B. (2011). Diseño de productos turísticos. Recuperado el 30 de marzo de 2018, de <https://www.sintesis.com/nuevos-modulos-191/disenio-de-productos-turisticos-ebook-1594.html>
11. Escalona, I. (2010). Métodos de evaluación financiera en evaluación de proyectos. Recuperado el 31 de marzo de 2018, de <http://www.ilustrados.com/tema/5239/Metodos-Evaluacion-Financiera-Evaluacion-Proyectos.html>
12. Escuela Universitaria de Turismo de Murcia. (2012). El turismo. Conceptos y definiciones e importancia actual. Recuperado el 29 de marzo de 2018, de <http://www.interviajes.com.py/admin/img/pdfs/turismo1c-1q4.pdf>
13. Fernández-Villa, M., Beñat, A., & Naiara, A. (2008). Iniciativas económicas para el desarrollo local: viabilidad y planificación. Recuperado el 31 de marzo de 2018, de http://www.dhl.hegoa.ehu.es/iedl/Materiales/19_Evaluacion_economica.pdf
14. Flores Ruiz, D., & Barroso González, M. (2012). La demanda turística internacional. Medio siglo de evolución. Recuperado el 2 de marzo de 2018, de <http://xivrem.ujaen.es/wp-content/uploads/2012/05/104-R-155M228.pdf>
15. Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Tena. (2014). Actualización del plan de desarrollo y ordenamiento territorial 2014-2019. Recuperado el 02 de abril de 2018, de <http://tena.gob.ec/index.php/tena/plan-de-desarrollo>
16. Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Tálaga. (2015). Plan de desarrollo y ordenamiento territorial de la parroquia rural Tálaga. Recuperado el 02 de abril de 2018, de http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdiagnostico/

- 1560600030001_DIAGNOSTICO%20TALAG%20FINAL_19-06-2015_01-00-16.pdf
17. Gurría, M. (2009). Introducción al Turismo. Recuperado el 29 de marzo de 2018, de <http://www.entornoturistico.com/wp-content/uploads/2017/06/Introducci%C3%B3n-al-turismo-de-Manuel-G.-Di-Bella-PDF.pdf>
 18. Ibáñez, R., & Rodríguez, I. (2012). Tipologías y antecedentes de la actividad turística: turismo tradicional y turismo alternativo. Recuperado el 29 de marzo de 2018, de <https://agua.org.mx/wp-content/uploads/2017/12/Tipologias-y-antecedentes-de-la-actividad-turistica.pdf>
 19. Llor Bravo, L., Alonso Alemán, A., & Pérez Pérez, M. (2018). La actividad turística en el Ecuador: ¿turismo consciente o turismo tradicional? Recuperado el 25 de marzo de 2018, de <https://revistas.utm.edu.ec/index.php/ECASinergia/article/download/1195/1218/>
 20. Matango, F. (2016). Tena, recorriendo la Tierra de la Canela de la Amazonía. Recuperado el 28 de marzo de 2018, de <http://www.franklinmatango.com/tena/>
 21. Ministerio de Turismo del Ecuador. (2015). Del procedimiento para la prestación de servicios materiales a través de la iniciativa privada. Reglamento general a la ley de turismo. Recuperado el 05 de abril de 2018, de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/REGLAMENTO-GENERAL-LEY-TURISMO.pdf>
 22. Ministerio de Turismo del Ecuador. (2016). Áreas protegidas del Ecuador socio estratégico para el desarrollo. Recuperado el 22 de mayo de 2018, de <http://suia.ambiente.gob.ec/documents/10179/346525/Areas+Protegidas+del+Ecuador.pdf/390b099f-6f57-4d38-bf17-cea3a138caf5>
 23. Ministerio de Turismo del Ecuador. (2017). Metodología para la jerarquización de atractivos y generación de espacios turísticos del. Recuperado el 30 de marzo de 2018, de http://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/Parte1_GuiaMetodologicaInventarioGeneracionEspacioTuristico2017_2daEd.pdf
 24. Ministerio de Turismo del Ecuador. (2018). Arribo de turistas a Ecuador creció en 14% en 2017. Recuperado el 28 de marzo de 2018, de <http://www.turismo.gob.ec/arribo-de-turistas-a-ecuador-crecio-en-14-en-2017/>
 25. Ministerio de Turismo del Ecuador. (2018a). Principales indicadores de turismo 2017 2018. Recuperado el 28 de marzo de 2018, de <http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/portfolio/turismo-cifras/19-inteligencia-de-mercados/boletin-mensual/95>
 26. Ministerio del Ambiente del Ecuador. (2013). Sistema de clasificación de ecosistemas del Ecuador continental. Recuperado el 02 de abril de 2018, de <http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PDOT/NIVEL%20NACIONAL/MAE/ECOSISTEMAS/DOCUMENTOS/Sistema.pdf>
 27. Monferrer, D. (2013). Fundamentos de marketing. Recuperado el 27 de mayo de 2018, de <http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/49394/s74.pdf>
 28. Nélide, C. (2005). Circuitos turísticos. Programación y cotización. Recuperado el 30 de marzo de 2018, de http://www.academia.edu/7023433/Circuitos_Turísticos._Programación_y_cotización._Nélide_Chan
 29. Observatorio Europeo Leader. (1996). Evaluar el potencial turístico de un territorio. Recuperado el 28 de marzo de 2018, de <http://ec.europa.eu/agriculture/rur/leader2/rural-es/biblio/tourism/metho.pdf>
 30. Organización Mundial del Turismo. (2008). Definición de turismo. Recuperado el 29 de marzo de 2018, de <http://sdt.unwto.org/es/content/definicion>
 31. Organización Mundial del Turismo. (2018). Entender el turismo: glosario básico. Recuperado el 29 de marzo de 2018, de <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>

32. Organización Mundial del Turismo. (2018a). Resultados del turismo internacional en 2017: los más altos en siete años. Recuperado el 28 de marzo de 2018, de <http://media.unwto.org/es/press-release/2018-01-15/resultados-del-turismo-internacional-en-2017-los-mas-altos-en-siete-anos>
33. Páez, P. (2017). Determinación del índice de potencial turístico de naturaleza de la parroquia Tálaga, cantón Tena, provincia de Napo, como herramienta para el desarrollo del turismo. Tena.
34. Panosso, A., & Lohmann, G. (2012). Teoría del turismo conceptos, modelos y sistemas. Recuperado el 26 de mayo de 2018, de <https://www.entornoturistico.com/wp-content/uploads/2017/06/Teor%C3%ADa-del-Turismo-Conceptos-modelos-y-sistemas-de-Panosso-PDF.pdf>
35. Pro Colombia. (2018). Tendencias del nicho de naturaleza y las recomendaciones para consolidar a Colombia como un destino atractivo para este segmento. Recuperado el 25 de mayo de 2018, de <http://www.procolombia.co/noticias/lo-que-buscan-los-viajeros-extranjeros-en-un-destino-de-naturaleza>
36. QuestionPro. (s.f.). Tamaño de la muestra. Recuperado el 2 de mayo de 2018, de <https://www.questionpro.com/es/tama%C3%B1o-de-la-muestra.html>
37. Rodríguez, M. (2013). Características de la oferta y la demanda turísticas. Recuperado el 29 de marzo de 2018, de <https://aulasvirtuales.wordpress.com/2013/10/12/caracteristicas-de-la-oferta-y-la-demanda-turisticas/>
38. Servicio Nacional de Aprendizaje. (2015). Diseño de rutas turísticas. Recuperado el 27 de mayo de 2018, de https://senaintro.blackboard.com/bbcswebdav/institution/semillas/634122_1_VIRTUAL/OAAPs/OAAP4_Fase2/swf/aa3_oa2/utilidades/oa.pdf
39. Sevilla. (2016). Competencia. Recuperado el 5 de mayo de 2018, de Economipedia: <http://economipedia.com/definiciones/competencia.html>
40. Sevilla. (2018). Oferta. Recuperado el 26 de mayo de 2018, de Economipedia: <http://economipedia.com/definiciones/oferta.html>
41. Socatelli, M. (2013). Mercadeo aplicado al turismo. La comercialización de servicios – productos y destinos turísticos sostenibles. Recuperado el 29 de marzo de 2018, de <https://vinv.ucr.ac.cr/es/publicaciones/mercadeo-aplicado-al-turismo>
42. Tierra, P. (2012). Texto básico de planificación territorial. Recuperado el 30 de marzo de 2018. Riobamba
43. Varisco, C. (2013). Sistema turístico. Subsistemas, dimensiones y conceptos transdisciplinarios. Recuperado el 26 de mayo de 2018, de Gestores costeros. De la teoría a la práctica: una aplicación en áreas litorales: <http://nulan.mdp.edu.ar/2208/1/varisco.2013.pdf>

XIII. ANEXOS

Anexo 1 Encuesta turistas Nacionales



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO



DISEÑO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS EN LA PARROQUIA RURAL TÁLAG, CANTÓN TENA, PROVINCIA DE NAPO PARA LA OPERADORA TURÍSTICA CAVEMAN ADVENTURES

Objetivo de la encuesta:

Estimado turista reciba un cordial saludo. La presente encuesta tiene por objeto determinar sus gustos y preferencias al momento de realizar sus viajes, dicha información servirá para la creación de un producto turístico en la parroquia Tálag, cantón Tena, provincia de Napo para la operadora turística Caveman Adventures. Por favor sus respuestas deben ser realizadas con sinceridad, los datos proporcionados son confidenciales y serán empleados solo para los fines indicados.

1. ¿Cuál es el motivo principal de su viaje?

Turismo Estudios
Negocios Religión
Visita a familiares
Otros.....

2 días
Otro (cuántos)

2. ¿Qué toma en consideración a la hora de escoger un sitio turístico?

Actividades
Atractivos
Hospedaje y alimentación
Gasto por persona para actividades recreativas
Otros.....

6. ¿Cuándo usted viaja cuánto gasta por día por persona?

10 a 30 dólares 51 a 70 dólares
31 a 50 dólares
Más de 70 dólares

3. ¿Usualmente con quién realiza sus viajes?

Solo Grupo de amigos
En pareja Familia

7. ¿A través de qué medios se informa de los sitios turísticos?

TV Guía de viajes
Internet Agencias de viajes
Amigos Redes sociales
Otros.....

4. ¿De qué forma viaja para visitar lugares turísticos?

Propia cuenta
Agencia de viajes o tour operadoras

8. ¿Qué tipo de turismo le gustaría realizar? (escoja 1)

Aventura, Gastronómico y Comunitario
Naturaleza, Salud y Educativo

5. ¿Cuántos días destina usted para visitar lugares turísticos?

1 día Más de 2 días

9. ¿Qué tipo de actividades le gustaría realizar? (escoja 1)

Selva
Ciclismo
Intercambio cultural
Observación de flora

Recorrido de cascadas
Rafting
Otros (Especifique)

Típica/tradicional
A la carta
Vegetariana
Otros (Especifique).....

10. ¿Estaría dispuesto a visitar la parroquia Tálag a través de la oferta de un paquete turístico que incluya todos los servicios (alojamiento, alimentación y actividades)?

Si
No **¿Por**
qué?.....

.....
....

11. ¿Qué tipo de alimentación preferiría degustar en un recorrido dentro de la parroquia Tálag?

12. Género

Masculino Femenino

13. Edad

19-26 años 35-42 años

27-34 años 43-50 años

Mayor a 51 años

14. Lugar de procedencia

provincia.....

cantón.....

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo 2 Encuesta turistas Internacionales



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO



DESIGN OF TOURISTIC PRODUCTS FOR THE TOUR OPERATOR CAVEMAN ADVENTURES IN THE RURAL PARRISH OF TÁLAG, TENA COUNTY, IN THE PROVINCE OF NAPO

Purpose of the survey:

Dear tourist, receive a cordial greeting. This survey aims to determine your likes and preferences when you plan your trips. This information will serve to create tourism projects in Tálaga Parish, Tena Canton, Napo Province. Please answer truthfully, the data provided are confidential and will be used only for the purposes indicated.

1. What is the main reason for your trip?

- Tourism Studies
 Business Religion
 Visit to family and friends
 Others.....

2. What do you take into consideration when choosing a tourist site?

- Activities
 tourist attractions
 Lodging and food
 Spending per person for recreational activities
 Others.....

3. Usually who do you travel with?

- Alone Group of friends
 Couple Family

4. How organize your travel?

- Independently
 Travel Agency

5. How many days do you spend to visit tourist places?

- 1 day more than 2 days
 2 days Others (specify).....

6. How much do you spend per day, per person traveling?

- 10 to 30 dollars 51 to 70 dollars

- 31 to 50 dollars More than 70 dollars

7. How do you find out about touristic places?

- TV Travel Guides
 Internet Travel Agency
 Friends Social media
 Others.....

8. What kind of tourism would you like to do? (Choose 1)

- Adventure, Gastronomic & Rural
 Nature, Health y Educational

9. What kind of activities would you like to do? (Choose 1)

- Jungle
 Hike
 Cycling
 Cultural Exchange
 Flora Observation
 Waterfall tour
 Camping
 Rafting
 Others (Specify)

10. Would you be willing to visit Tálaga parish if there were a tourist package that includes all the services (accommodation, food and activities)?

Yes
No

Why?.....
.....

11. What type of food would you prefer to taste on a tour within the Tálág parish?

Tipic/Traditional
a la Carte
Vegetarian
others (specify).....

12. Gender

Male Female

13. Age

19-26 years 35-42 years
27-34 years 43-50 years
Older than 51 years

14. Country of origin

.....

THANKS FOR YOUR COLLABORATION