



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

**DISEÑO DE UN PRODUCTO TURÍSTICO PARA LA PARROQUIA  
PUERTO NAPO, CANTÓN TENA, PROVINCIA DE NAPO.**

**Trabajo de titulación**

Tipo: Proyecto técnico

Presentado para optar por el grado académico de:

**INGENIERA EN ECOTURISMO**

**AUTORA:**

**NATALI ESTHELA ALVARADO ANDY**

Riobamba – Ecuador

2021



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

**DISEÑO DE UN PRODUCTO TURÍSTICO PARA LA PARROQUIA  
PUERTO NAPO, CANTÓN TENA, PROVINCIA DE NAPO.**

**Trabajo de titulación**

Tipo: Proyecto técnico

Presentado para optar por el grado académico de:

**INGENIERA EN ECOTURISMO**

**AUTORA: NATALI ESTHELA ALVARADO ANDY**

**DIRECTOR: ING. EDUARDO ANTONIO MUÑOZ JÁCOME**

Riobamba – Ecuador

2021

**©2021, Natali Esthela Alvarado Andy**

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 del Autor.

Yo, Natali Esthela Alvarado Andy, declaro que el presente trabajo de titulación es de mi autoría y los resultados del mismo son auténticos y originales. Los textos constantes y el documento que provienen de otras fuentes están debidamente citados y referenciados.

Como autora asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este trabajo de titulación; el patrimonio intelectual pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Riobamba, 11 marzo de 2021

A handwritten signature in black ink, reading "Natali Esthela Alvarado Andy". The signature is written in a cursive style with a horizontal line underneath.

**Natali Esthela Alvarado Andy,**

**C.I.: 150078817-7**

**ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DE CHIMBORAZO**

**FACULTAD DE RECURSOS NATURALES**

**CARRERA DE INGENIERIA EN ECOTURISMO**

El Tribunal de trabajo de titulación certifica que: El trabajo de titulación: Tipo: Proyecto técnico: **DISEÑO DE UN PRODUCTO TURÍSTICO PARA LA PARROQUIA PUERTO NAPO, CANTÓN TENA, PROVINCIA DE NAPO**, realizado por la señorita: **NATALI ESTHELA ALVARADO ANDY**, ha sido minuciosamente revisado por los miembros del Tribunal del trabajo de titulación, el mismo que cumple con los requisitos científicos, técnicos, legales, en tal virtud el Tribunal autoriza su presentación.

FIRMA

FECHA

Ing. Nancy Patricia Tierra Tierra

\_\_\_\_\_

2021-03-11

**PRESIDENTE DE TRIBUNAL**

Ing. Eduardo Antonio Muñoz Jácome

\_\_\_\_\_

2021-03-11

**DIRECTOR DE TRABAJO DE TITULACIÓN**

Ing. Sandra Patricia Miranda Salazar

\_\_\_\_\_

2021-03-11

**MIEMBRO DE TRIBUNAL**

## **DEDICATORIA**

A mis hijas Karol y Scarleth con inmenso amor, quienes han estado junto a mí en todo este proceso, que con su amor incondicional me han dado la fortaleza para seguir, culminar y lograr esta meta.

A mis queridos padres Rafael y Maruja, por ser el pilar fundamental en todo lo que soy, por sus esfuerzos de apoyo económico y moral.

Natali

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios por brindarme salud, fortaleza y capacidad para culminar esta etapa de mi vida.

A mis padres por su apoyo incondicional, sus consejos, su preocupación y ejemplo de lucha de superación en todo momento.

A mi amor, amigo y compañero de lucha Luis por estar a mi lado en todo momento, quien ha sido testigo del esfuerzo y perseverancia realizado en la carrera y del proceso para culminar este paso.

A mis hermanos quienes pusieron su confianza en mí, en especial a mi hermana Jessica por su apoyo frecuente para culminar mis estudios.

A mis tutores Ing. Eduardo Muñoz y Sandra Miranda por tenerme paciencia al guiarme y brindarme sus conocimientos en este último paso.

A mis suegros Franklin y Gloria por su apoyo y ejemplo de superación.

A mi familia quienes estuvieron de cerca o a la distancia apoyándome y pusieron su confianza para terminar este proceso.

Natali

## TABLA DE CONTENIDO

ÍNDICE DE TABLAS.....	xi
INDICE DE FIGURAS.....	xv
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xvi
RESUMEN.....	xviii
ABSTRACT.....	xix
INTRODUCCIÓN.....	1

### CAPÍTULO I

1.	DIAGNÓSTICO DEL PROBLEMA .....	2
1.1.	Antecedentes.....	2
1.2.	Planteamiento del problema.....	2
1.3.	Justificación.....	2
1.4.	Objetivos.....	3
1.4.1.	<i>General</i> .....	3
1.4.2.	<i>Específicos</i> .....	3
2.	REVISIÓN DE LA LITERATURA O FUNDAMENTOS TEÓRIOS.....	4
2.1.	Turismo .....	4
2.2.	Diseño.....	4
2.3.	Producto .....	4
2.4.	Definición.....	5
2.5.	Potencial .....	5
2.6.	Bienes .....	5
2.7.	Servicios.....	6
2.8.	Oferta.....	6
2.9.	Determinar .....	6
2.10.	Factibilidad.....	6
2.11.	Mercado.....	7
2.12.	Modalidades de turismo .....	7
2.12.1.	<i>Turismo de descanso o simplemente de sol y playa</i> .....	7
2.12.2.	<i>Turismo científico</i> .....	7
2.12.3.	<i>Ecoturismo</i> .....	8
2.12.4.	<i>Turismo de aventura</i> .....	8

2.12.5.	<i>Turismo agrícola o agroturismo</i> .....	8
2.12.6.	<i>Turismo cultural</i> .....	9
2.12.7.	<i>Turismo rural</i> .....	9
2.13.	<b>Sistema turístico</b> .....	9
2.14.	<b>Producto turístico</b> .....	10
2.15.	<b>Componente de un producto turístico</b> .....	11
2.16.	<b>Potencial turístico</b> .....	11
2.17.	<b>Inventario de atractivos turísticos</b> .....	12
2.18.	<b>Etapas para elaborar el inventario de atractivos turísticos</b> .....	12
2.18.1.	<i>Levantamiento y registro</i> .....	12
2.18.2.	<i>Ponderación y jerarquización</i> .....	13
2.19.	<b>Factibilidad de un producto</b> .....	14
2.19.1.	<i>Estudio de mercado</i> .....	14
2.19.1.1.	<i>Análisis de la demanda</i> .....	14
2.19.1.2.	<i>Muestreo</i> .....	14
2.19.1.3.	<i>Tamaño de la muestra</i> .....	15
2.19.1.4.	<i>Técnica e instrumento</i> .....	15
2.19.1.5.	<i>Confrontación oferta- demanda</i> .....	15
2.20.	<b>Estudio mercadotécnico</b> .....	16
2.21.	<b>Estudio técnico productivo</b> .....	16
2.21.1.	<i>Diseño del paquete o producto turístico</i> .....	17
2.22.	<b>Estudio ambiental</b> .....	17
2.23.	<b>Estudio administrativo legal</b> .....	19
2.24.	<b>Estudio económico – financiero</b> .....	20
2.25.	<b>Diseño de productos turísticos</b> .....	21
2.25.1.	<i>Etapas para el diseño del producto:</i> .....	21
3.	<b>MARCO METODOLÓGICO</b> .....	22
3.1.	<b>Caracterización del lugar</b> .....	22
3.1.1.	<i>Localización</i> .....	22
3.1.2.	<i>Ubicación geográfica</i> .....	22
3.1.3.	<i>Límites</i> .....	23
3.1.4.	<i>Relieve</i> .....	23
3.1.5.	<i>Características climáticas</i> .....	23
3.1.6.	<i>Clasificación ecológica</i> .....	23
3.2.	<b>Materiales y equipos</b> .....	24
3.2.1.	<i>Materiales</i> .....	24

3.2.2.	<i>Equipos</i> .....	24
3.3.	<b>Método</b> .....	24
4.	<b>RESULTADOS</b> .....	27
4.1.	<b>Potencialidad turística de la parroquia Puerto Napo</b> .....	27
4.1.1.	<i>Diagnóstico situacional</i> .....	27
4.1.1.1.	<i>Componente biofísico</i> .....	27
4.1.1.2.	<i>Componente socio-cultural</i> .....	32
4.1.1.3.	<i>Económico</i> .....	37
4.1.1.4.	<i>Asentamientos humanos</i> .....	38
4.1.1.5.	<i>Servicios básicos</i> .....	39
4.1.1.6.	<i>Ámbito político institucional</i> .....	43
4.1.2.	<i>Inventario de los recursos turísticos de la parroquia Puerto Napo</i> .....	44
4.2.	<b>Bienes y servicios a ofertarse a través del producto, en base al sistema turístico.</b>	47
4.2.1.	<i>Bienes y servicios a ofertar</i> .....	47
4.2.1.1.	<i>Alojamiento</i> .....	47
4.2.1.2.	<i>Alimentación</i> .....	48
4.2.1.3.	<i>Transporte</i> .....	48
4.2.2.	<i>Atractivos en función de su potencialidad</i> .....	49
4.2.3.	<i>Georreferenciación de los bienes y servicios</i> .....	51
4.3.	<b>Factibilidad del producto</b> .....	56
4.3.1.	<i>Estudio de mercado</i> .....	56
4.3.1.1.	<i>Análisis de la demanda</i> .....	56
4.3.1.2.	<i>Segmentación de mercado</i> .....	56
4.3.1.3.	<i>Universo</i> .....	56
4.3.1.4.	<i>Muestra</i> .....	56
4.3.1.5.	<i>Técnica e instrumento</i> .....	57
4.3.1.6.	<i>Análisis de los resultados del estudio de la demanda</i> .....	57
4.3.1.7.	<i>Resultados de las encuestas realizadas a turistas nacionales</i> .....	57
4.3.1.8.	<i>Tabulación de encuesta de turistas extranjeros</i> .....	78
4.3.1.9.	<i>Confrontación oferta- demanda</i> .....	98
4.3.1.10.	<i>Análisis de la oferta actual</i> .....	98
4.3.1.11.	<i>Análisis de la oferta sustitutiva (competencia)</i> .....	99
4.3.1.12.	<i>Cálculo de la demanda potencial</i> .....	99
4.3.1.13.	<i>Cálculo de la demanda insatisfecha</i> .....	101
4.3.1.14.	<i>Cálculo de la demanda objetiva</i> .....	102
4.3.2.	<i>Estudio mercadotécnico</i> .....	103

4.3.2.1. <i>Producto</i> .....	103
4.3.2.1.1. <i>Definición de la imagen del producto</i> .....	103
4.3.2.1.2. <i>Logotipo</i> .....	103
4.3.2.1.3. <i>Eslogan</i> .....	103
4.3.2.1.4. <i>Colores</i> .....	103
4.3.2.2. <i>Precio</i> .....	104
4.3.2.3. <i>Plaza</i> .....	105
4.3.2.4. <i>Promoción y publicidad</i> .....	105
4.3.2.5. <i>Presupuesto para el área comercial</i> .....	108
<b>4.3.3. <i>Estudio técnico- productivo.</i></b> .....	<b>111</b>
4.3.3.1. <i>Caracterización del producto</i> .....	111
4.3.3.2. <i>Tamaño del proyecto</i> .....	111
4.3.3.3. <i>Localización del proyecto.</i> .....	112
4.3.3.4. <i>Flujograma de producción</i> .....	113
4.3.3.5. <i>Presupuesto para el área productiva</i> .....	124
<b>4.3.4. <i>Evaluación ambiental</i></b> .....	<b>126</b>
4.3.4.1. <i>Identificación de los factores ambientales del entorno</i> .....	126
4.3.4.2. <i>Análisis de la matriz de Lázaro Lagos</i> .....	131
4.3.4.3. <i>Presupuesto para la mitigación de impactos ambientales</i> .....	131
<b>4.3.5. <i>Estudio legal- administrativo.</i></b> .....	<b>131</b>
4.3.5.1. <i>Estudio legal</i> .....	132
4.3.5.2. <i>Estudio administrativo</i> .....	143
4.3.5.3. <i>Presupuesto para el área administrativa</i> .....	148
<b>4.3.6. <i>Evaluación económico-financiero</i></b> .....	<b>151</b>
4.3.6.1. <i>Inversiones</i> .....	151
4.3.6.2. <i>Usos y fuentes</i> .....	152
4.3.6.3. <i>Cálculo del pago de la deuda</i> .....	153
4.3.6.4. <i>Depreciación de activos fijos</i> .....	153
4.3.6.5. <i>Amortización de activos diferidos</i> .....	154
4.3.6.6. <i>Estructura de costos y gastos</i> .....	154
4.3.6.7. <i>Ingresos</i> .....	154
4.3.6.8. <i>Estado de resultado</i> .....	155
4.3.6.9. <i>Flujo de caja</i> .....	155
4.3.6.10. <i>Evaluación financiera</i> .....	156
CONCLUSIONES.....	157
RECOMENDACIONES.....	158

BIBLIOGRAFÍA  
ANEXOS

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1-2:</b> Sistema turístico.....	10
<b>Tabla 2-2:</b> Rangos y Jerarquía.....	13
<b>Tabla 1-3:</b> Características climáticas.....	23
<b>Tabla 2-3:</b> Clasificación ecológica.....	24
<b>Tabla 3-3:</b> Matriz de itinerario.....	26
<b>Tabla 1-4:</b> Uso del suelo.....	28
<b>Tabla 2-4:</b> Flora representativa de la parroquia Puerto Napo.....	29
<b>Tabla 3-4:</b> Fauna representativa de la parroquia Puerto Napo.....	32
<b>Tabla 4-4:</b> Detalles de unidades operativas de salud en Puerto Napo.....	34
<b>Tabla 5-4:</b> Establecimientos educativos de la parroquia Puerto Napo.....	35
<b>Tabla 6-4:</b> Unidades de educación inicial o temprana.....	37
<b>Tabla 7-4:</b> Principales actividades productivas del territorio.....	37
<b>Tabla 8-4:</b> Abastecimientos de productos.....	38
<b>Tabla 9-4:</b> Vuelos Guayaquil – Quito.....	40
<b>Tabla 10-4:</b> Vuelos Quito - Coca.....	41
<b>Tabla 11-4:</b> Vuelo Guayaquil- Quito.....	41
<b>Tabla 12-4:</b> Vuelo Quito – Coca.....	42
<b>Tabla 13-4:</b> Vuelo Guayaquil – Quito.....	42
<b>Tabla 14-4:</b> Vuelo Quito – Coca.....	42
<b>Tabla 15-4:</b> Servicios internet y telefonía.....	43
<b>Tabla 16-4:</b> Matriz de atractivos y/o recursos turísticos de la parroquia Puerto Napo.....	44
<b>Tabla 17-4:</b> Resumen de las características del inventario.....	45
<b>Tabla 18-4:</b> Lugares de alojamiento en la parroquia Puerto Napo.....	47
<b>Tabla 19-4:</b> Lugares de alimentación.....	48
<b>Tabla 20-4:</b> Servicio de transporte.....	48
<b>Tabla 21-4:</b> Atractivos turísticos priorizados en función de la potencialidad.....	49
<b>Tabla 22-4:</b> Tabulación de coordenadas.....	51
<b>Tabla 23-4:</b> Itinerario de atractivos naturales.....	52
<b>Tabla 24-4:</b> Itinerario de atractivos culturales.....	53
<b>Tabla 25-4:</b> Itinerario de atractivos naturales y culturales.....	54
<b>Tabla 26-4:</b> Edad de turistas nacionales.....	58
<b>Tabla 27-4:</b> Ocupación.....	59
<b>Tabla 28-4:</b> Género.....	60
<b>Tabla 29-4:</b> Procedencia.....	61

<b>Tabla 30-4:</b> Medios de comunicación .....	62
<b>Tabla 31-4:</b> Tipo de transporte.....	63
<b>Tabla 32-4:</b> Gasto diario por estancia.....	64
<b>Tabla 33-4:</b> Forma de pago .....	65
<b>Tabla 34-4:</b> Acompañamiento de viaje .....	66
<b>Tabla 35-4:</b> Organización de viajes .....	67
<b>Tabla 36-4:</b> Tipo de alimentación.....	68
<b>Tabla 37-4:</b> Gusto al momento de hospedarse .....	69
<b>Tabla 38-4:</b> Servicios que ocupa.....	70
<b>Tabla 39-4:</b> Gusto del recorrido .....	71
<b>Tabla 40-4:</b> Días de permanencia .....	72
<b>Tabla 41-4:</b> Actividades a realizar .....	73
<b>Tabla 42-4:</b> Preferencia de los atractivos .....	74
<b>Tabla 43-4:</b> Gusto del atractivo.....	75
<b>Tabla 44-4:</b> Gusto de visitar la parroquia.....	76
<b>Tabla 45-4:</b> Edad .....	78
<b>Tabla 46-4:</b> Ocupación.....	79
<b>Tabla 47-4:</b> Género.....	80
<b>Tabla 48-4:</b> Procedencia.....	81
<b>Tabla 49-4:</b> Medios de comunicación .....	82
<b>Tabla 50-4:</b> Tipo de transporte.....	83
<b>Tabla 51-4:</b> Gasto diario por estancia.....	84
<b>Tabla 52-4:</b> Forma de pago .....	85
<b>Tabla 53-4:</b> Acompañamiento de viaje .....	86
<b>Tabla 54-4:</b> Organización de viajes .....	87
<b>Tabla 55-4:</b> Tipo de alimentación.....	88
<b>Tabla 56-4:</b> Gusto al momento de hospedarse .....	89
<b>Tabla 57-4:</b> Servicios que ocupa.....	90
<b>Tabla 58-4:</b> Gusto del recorrido .....	91
<b>Tabla 59-4:</b> Días de permanencia .....	92
<b>Tabla 60-4:</b> Actividades a realizar .....	93
<b>Tabla 61-4:</b> Preferencia de los atractivos .....	94
<b>Tabla 62-4:</b> Gusto del atractivo.....	95
<b>Tabla 63-4:</b> Gusto de visitar la parroquia.....	96
<b>Tabla 64-4:</b> Lugares de alojamiento en la parroquia Puerto Napo .....	98
<b>Tabla 65-4:</b> Lugares de alimentación .....	99

<b>Tabla 66-4:</b> Oferta sustitutiva (competencia).....	99
<b>Tabla 67-4:</b> Determinación de la demanda actual nacional .....	100
<b>Tabla 68-4:</b> Determinación de la demanda actual extranjera .....	100
<b>Tabla 69-4:</b> Proyección de la demanda potencial .....	101
<b>Tabla 70-4:</b> Determinación de la demanda insatisfecha actual .....	101
<b>Tabla 71-4:</b> Proyección de la demanda insatisfecha .....	102
<b>Tabla 72-4:</b> Demanda objetiva.....	102
<b>Tabla 73-4:</b> Estructuración de paquetes turísticos .....	104
<b>Tabla 74-4:</b> Comercialización del producto .....	105
<b>Tabla 75-4:</b> Talento humano para el área comercial.....	108
<b>Tabla 76-4:</b> Materiales e insumos del área comercial.....	108
<b>Tabla 77-4:</b> Promoción y publicidad del área comercial .....	109
<b>Tabla 78-4:</b> Activos fijos del área comercial .....	109
<b>Tabla 79-4:</b> Activos diferidos para el área comercial .....	110
<b>Tabla 80-4:</b> Capacidad operativa.....	111
<b>Tabla 81-4:</b> Paquete 1 Las Latas.....	113
<b>Tabla 82-4:</b> Guión interpretativo “Las Latas” .....	115
<b>Tabla 83-4:</b> Ruta 2 Amazónica .....	117
<b>Tabla 84-4:</b> Guión interpretativo “Ruta amazónica” .....	121
<b>Tabla 85-4:</b> Activos fijos del área productiva .....	124
<b>Tabla 86-4:</b> Activos diferidos del área productiva.....	124
<b>Tabla 87-4:</b> Materiales e insumos del área productiva .....	125
<b>Tabla 88-4:</b> Mano de obra directa.....	125
<b>Tabla 89-4:</b> Mano de obra indirecta .....	126
<b>Tabla 90-4:</b> Matriz de identificación .....	128
<b>Tabla 91-4:</b> Matriz de cuantificación.....	130
<b>Tabla 92-4:</b> Costos de las medidas de mitigación.....	131
<b>Tabla 93-4:</b> Talento humano .....	148
<b>Tabla 94-4:</b> Materiales e insumos.....	149
<b>Tabla 95-4:</b> Activos fijos del área legal-administrativo .....	149
<b>Tabla 96-4:</b> Activos diferidos del área legal- administrativo .....	150
<b>Tabla 97-4:</b> Inversiones.....	151
<b>Tabla 98-4:</b> Usos y fuentes.....	152
<b>Tabla 99-4:</b> Cuadro de pago de la deuda.....	153
<b>Tabla 100-4:</b> Cuadro de depreciación de activos fijos.....	153
<b>Tabla 101-4:</b> Amortización de activos diferidos.....	154

<b>Tabla 102-4:</b> Cuadro de estructura de costos y gastos.....	154
<b>Tabla 103-4:</b> Ingresos.....	155
<b>Tabla 104-4:</b> Estado de resultados.....	155
<b>Tabla 105-4:</b> Flujo de caja.....	155
<b>Tabla 106-4:</b> Valor Actual Neto .....	156
<b>Tabla 107-4:</b> Relación costo beneficio .....	156

## ÍDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1-3.</b> Mapa de ubicación geográfica.....	22
<b>Figura 1-4.</b> Mapa hidrológica .....	28
<b>Figura 2-4.</b> Uso del suelo .....	29
<b>Figura 3-4.</b> Mapa de los Atractivos Naturales Mapa de los Atractivos Naturales .....	51
<b>Figura 4-4.</b> Mapa de los Atractivos Culturales .....	53
<b>Figura 5-4.</b> Mapa de los Atractivos Naturales y Culturales .....	54
<b>Figura 6-4.</b> Diseño de página web .....	106
<b>Figura 7-4.</b> Plataforma página Facebook .....	107
<b>Figura 8-4.</b> Diseño de hojas volantes.....	107
<b>Figura 9-4.</b> Tarjeta de presentación .....	108
<b>Figura 10-4.</b> Macrolocalización de la parroquia Puerto Napo .....	112
<b>Figura 11-4.</b> Microlocalización de la parroquia Puerto Napo .....	112
<b>Figura 12-4.</b> Mapa de la ruta 1 (Las Latas) .....	115
<b>Figura 13-4.</b> Mapa de la ruta 2 (amazónica) .....	121

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>Gráfico 1-4.</b> Mapa de los Atractivos Naturales y Culturales.....	44
<b>Gráfico 2-4.</b> Edad de turistas nacionales .....	58
<b>Gráfico 3-4.</b> Ocupación .....	59
<b>Gráfico 4-4.</b> Género .....	60
<b>Gráfico 5-4.</b> Procedencia .....	61
<b>Gráfico 6-4.</b> Medios de comunicación.....	62
<b>Gráfico 7-4.</b> Tipo de transporte.....	63
<b>Gráfico 8-4.</b> Gasto diario por estancia .....	64
<b>Gráfico 9-4.</b> Forma de pago .....	65
<b>Gráfico 10-4.</b> Acompañamiento de viaje.....	66
<b>Gráfico 11-4.</b> Organización de viajes .....	67
<b>Gráfico 12-4.</b> Tipo de alimentación .....	68
<b>Gráfico 13-4.</b> Gusto al momento de hospedarse .....	69
<b>Gráfico 14-4.</b> Servicios que ocupa.....	70
<b>Gráfico 15-4.</b> Gusto del recorrido .....	71
<b>Gráfico 16-4.</b> Días de permanencia .....	72
<b>Gráfico 17-4.</b> Actividades dispuestas a realizar .....	73
<b>Gráfico 18-4.</b> Preferencia de los atractivos .....	74
<b>Gráfico 19-4.</b> Gusto del atractivo.....	75
<b>Gráfico 20-4.</b> Gusto de visitar la parroquia .....	76
<b>Gráfico 21-4.</b> Edad.....	78
<b>Gráfico 22-4.</b> Ocupación .....	79
<b>Gráfico 23-4.</b> Género .....	80
<b>Gráfico 24-4.</b> Procedencia.....	81
<b>Gráfico 25-4.</b> Medios de comunicación .....	82
<b>Gráfico 26-4.</b> Tipo de transporte.....	83
<b>Gráfico 27-4.</b> Gasto diario por estancia.....	84
<b>Gráfico 28-4.</b> Forma de pago .....	85
<b>Gráfico 29-4.</b> Acompañamiento de viaje.....	86
<b>Gráfico 30-4.</b> Organización de viajes .....	87
<b>Gráfico 31-4.</b> Tipo de alimentación .....	88
<b>Gráfico 32-4.</b> Gusto al momento de hospedarse .....	89
<b>Gráfico 33-4.</b> Servicios que ocupa.....	90
<b>Gráfico 34-4.</b> Gusto del recorrido .....	91

<b>Gráfico 35-4.</b> Días de permanencia .....	92
<b>Gráfico 36-4.</b> Actividades dispuestas a realizar .....	93
<b>Gráfico 37-4.</b> Preferencia de los atractivos .....	94
<b>Gráfico 38-4.</b> Gusto del atractivo.....	95
<b>Gráfico 39-4.</b> Gusto de visitar la parroquia .....	96
<b>Gráfico 40-4.</b> Logotipo .....	103
<b>Gráfico 41-4.</b> Organigrama estructural de la empresa .....	144
<b>Gráfico 42-4.</b> Organigrama funcional de la empresa.....	144

## RESUMEN

El objetivo de esta investigación fue diseñar un producto turístico para la parroquia Puerto Napo, cantón Tena, provincia de Napo, la cual está distribuida en tres etapas; se validó la potencialidad turística del territorio, se establecieron los bienes y servicios a ofertarse a través del producto, en base al sistema turístico y se determinó la factibilidad del producto. Se realizó el diagnóstico situacional a través de los instrumentos MAE 2017, se establecieron los bienes y servicios mediante el inventario de atractivos turísticos y de la determinación de la planta turística. Se determinó la factibilidad del producto, para el estudio de mercado se aplicaron 120 encuestas para turistas nacionales y 120 encuestas para extranjeros permitiendo conocer el perfil del turista, en el estudio técnico-productivo se plantearon 2 paquetes turísticos denominados: “Las Latas” y Ruta Amazónica”, para la captación de clientes se diseñó estrategias de comercialización a través de las 4 “P”, permitiendo que las ventas sean de manera directa e indirecta. En la evaluación ambiental no hay impactos negativos de magnitud, en el análisis legal- administrativo se debe regir bajo el normativo legal vigente y la evaluación económica-financiera presenta una inversión inicial de \$ 218302,16, la Tasa Interna de Retorno (TIR) alcanza el 16% siendo mayor al 6% de la tasa pasiva, el VAN es de \$ 83603,6 dólares, valor positivo que señala la rentabilidad mínima, la relación beneficio costo es de 1,14; el período de recuperación del capital se encuentra entre el año 3 y 5. En conclusión, el diseño del producto turístico para la parroquia Puerto Napo es factible por lo que se recomienda su producción y puesta en el mercado.

**Palabras clave:** <TURISMO> <PRODUCTO TURÍSTICO> <ESTUDIO DE MERCADO> <EVALUACIÓN ECONÓMICA> <DESARROLLO SOSTENIBLE>.



Elaborado por:  
HOLGER GERMAN  
RAMOS UVIDIA

1228-DBRA-UPT-2021

2021-06-18



## INTRODUCCIÓN

El turismo presenta interesantes y abundantes beneficios económicos, la contribución depende de la calidad y los ingresos de la oferta turística, se ha convertido en uno de los principales actores del negocio internacional y representa una de las principales fuentes de ingresos para muchos estados en desarrollo, su rápido crecimiento y sus enlaces con otros sectores a través de su cadena de valor y las zonas rurales y las comunidades indígenas, así como su potencial para incentivar la conservación de los bienes naturales y culturales, y su capacidad para promover de una creciente diversificación y competencia entre destinos. No obstante, persisten numerosos problemas y eventuales efectos adversos sobre la biodiversidad, el patrimonio y las comunidades (Organización Mundial del Turismo, 2017).

En Latinoamérica y el Caribe, desde hace ya años el turismo va en aumento, y la OMT muestra datos esenciales donde confirman que hay más viajeros internacionales entusiastas por la devaluación de la moneda, acceden a elegir a América Latina como destino para realizar actividades de turismo, debido a un incremento en el valor del dólar, esencialmente hay mayor corriente de visitantes norteamericanos, que ingresan al país con un dólar cada vez más fuerte, es más, aumentaron el número de turistas de clase media que visitan Latinoamérica. (Diario Infobae, 2016).

En el escenario mundial, el constante crecimiento demostrado por el turismo, también ha impactado positivamente al Ecuador, siendo una de las principales actividades económicas en importancia debido a que ocupa el tercer lugar seguido del comercio de exportación del banano y el camarón, Ecuador es uno de los países que gozan de mayor biodiversidad del mundo, contribuyendo al acrecentamiento de turistas en estos últimos años, debido a los asombrosos escenarios naturales y culturales localizados ya que encuentra ubicado en un lugar privilegiado del planeta, por su posición geográfica se definen cuatro regiones cada una con diferentes ecosistemas y climas que los representan, por tal motivo el turista puede viajar las regiones de costa, sierra, amazonia e insular en cortas horas y pocos días, y así practicar un sin fin de actividades turísticas y deleitarse de la exuberancia gastronómica (Loor, y otros, 2018).

El cantón Tena es uno de los cantones mayormente reconocidos a lo largo de la amazonia ecuatoriana, su principal actividad es el turismo, encontrándose en su interior una diversidad de atractivos naturales y manifestaciones culturales, cada una de las parroquias presenta características especiales, los atractivos son complementados turísticos con una amplia infraestructura y planta turística (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Tena, 2016).

## **CAPITULO I**

### **1. DIANÓSTICO DEL PROBLEMA**

#### **1.1. Antecedentes**

La parroquia rural Puerto Napo considerado como el primer puerto de la amazonia ecuatoriana, es conocida por el río Napo que tiene un gran caudal, pudiéndose realizar actividades de deportes extremos; posee belleza paisajística en la cual se puede observar la flora y fauna; por las riveras se encuentra asentamientos kichwas, por lo tanto, tiene potencial natural y cultural para realizar turismo, no obstante, no existen productos turísticos definidos que permitan el fomento de la actividad.

#### **1.2. Planteamiento del problema**

La parroquia Puerto Napo a pesar de contar con recursos naturales y culturales, no es aprovechada turísticamente, pues la población tiene desconocimiento de su potencial, desconoce del valor del turismo como un aporte a la economía, y sus beneficios sociales y ambientales, esto debido a que existen insuficientes investigaciones que hayan facilitado el diseño de productos turísticos.

#### **1.3. Justificación**

El turismo corresponde a uno de los sectores principales que ayuda en el aporte económico de la mayor parte de territorio que comprende el Ecuador, su aumento o disminución se encuentra unido a varios ámbitos sociales, psicológicos, económicos, etc.; mismos que se relacionan directa o indirectamente, por eso es trascendental definir reglas necesarias que permitan seguir con un control y monitoreo de las actividades turísticas, a través de la formulación de acciones ayude a contrarrestar los errores existentes a la vez ir renovando las condiciones territoriales y servicios para poder fomentar un desarrollo turístico sostenible y sustentable, un medio útil para lograr lo anteriormente mencionado es el diseño de productos como base para el control, el monitoreo y la evaluación del turismo.

Según Alvarado, N. (2019) inicialmente se lograron registrar 11 atractivos turísticos con potencial para el ecoturismo, turismo de aventura, cultural y de medicina ancestral, todos estos recursos podrían ser utilizados para mejorar la productividad económica de la parroquia Puerto Napo, así mismo la conservación sus territorios; si se cuenta con el diseño de un producto que defina su

potencialidad, y se relacione con el resto del sistema turístico, concretando su factibilidad para la implementación.

#### **1.4. Objetivos**

##### ***1.4.1. General***

Diseñar un producto turístico para la parroquia Puerto Napo, cantón Tena, provincia de Napo.

##### ***1.4.2. Específicos***

- Validar la potencialidad turística de la parroquia Puerto Napo.
- Establecer los bienes y servicios a ofertarse a través del producto, en base al sistema turístico.
- Determinar la factibilidad del producto previo a su oferta.

## **CAPITULO II**

### **2. REVISIÓN DE LA LITERATURA O FUNDAMENTOS TEÓRIOS**

#### **2.1. Turismo**

Diferentes actividades que realiza una persona mientras viajan y reside en un sitio que sea diferente y fuera al de su hogar usual, por un tiempo seguido que sea menor a un año (GARDEY, 2012).

El turismo contiene un sinfín de actividades de negocios, en donde sostienen actividades de recreación, ocios, negocio, placer, educación y otras que se puedan ejercer con personas diferentes de su sitio acostumbrado (HUNZIKER, 2017).

Fenómeno social, cultural y económico relacionado con el esparcimiento de personas a lugares fuera de su territorio habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan visitantes y el turismo tiene que ver con sus actividades, que involucran un gasto turístico (ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE TURISMO, 2008).

#### **2.2. Diseño**

Es una actividad creativa, trabaja en intervenciones concretas, orientadas a tener ideas para dar soluciones a los principios de la innovación, centrada en las necesidades de las personas. (UNIVERSIDAD DE LOS ANDES, 2018).

Según ANTÚNEZ (2012) menciona que: “El objetivo de cualquier diseño es resolver necesidades en situaciones concretas tanto del usuario (humano, animal, vegetal) como del producto o servicio (espacio, pieza, contenidos, procesos...)”.

#### **2.3. Producto**

Puede ser un bien material e inmaterial, servicios o ideas que pueda dar un costo para el cliente y pueda ser capaz de complacer con una necesidad (VIGARAY, 2012).

“Conjunto de elementos tangibles, intangibles, con una determinada forma, fácil de reconocer, lo que el cliente desea adquirir para satisfacer sus necesidades” (UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO, 2009).

#### **2.4. Definición**

Es formular de una manera clara y concisa los aspectos genéricos de un bien material o inmaterial para poder diferenciarla de los demás. (FALEX, 2019)

Explicar en un enunciado de manera exacta y claro el significado de una palabra o un concepto. (Oxford University Press, 2019)

#### **2.5. Potencial**

Capacidad que posee un área geográfica para ser explotado en áreas naturales, culturales, económicos o físicos, que todavía no han sido aprovechados y su capacidad de producción aun es limitado dentro de la economía de la zona (Gamayta, 2011).

La palabra “potencial” demuestra la capacidad que tiene un territorio, tras los límites que pueden ser provinciales o también regionales, con el objetivo de promover las actividades productivas, acoplando las características meteorológicas, topográficas, geomorfológicas, biofísicas, socio-económicas y de infraestructura, servicios, en definición su vocación productiva. (CAMARA BOLIVIANA DE HIDROCARBUROS Y ENERGÍA, 2015)

#### **2.6. Bienes**

Un bien puede ser material o inmaterial, tangible o intangible cuyo uso produce una satisfacción necesaria y útil para el hombre (DARWIN, 2016).

Según SIFUENTES (2013) considera: como bienes a” todos aquellos elementos del mundo exterior a las personas, que de una manera directa sirven para satisfacer sus diferentes necesidades y tienen un valor, representando en consecuencia, una riqueza”.

## **2.7. Servicios**

Entendido como el trabajo, la actividad y/o los beneficios que producen satisfacción al cliente (DUQUE, y otros, 2005).

Son actividades reconocibles, intangibles y transitorios, son consecuencias de los esfuerzos humanos o mecánicos, ocasionan un hecho, un desempeño o un esfuerzo que involucran la participación del cliente, se pueden ofrecerse en alquiler o a la venta; por ende, el objetivo principal es satisfacer las necesidades o deseos de los clientes (Thompson, 2006).

## **2.8. Oferta**

Es una propuesta de un producto de bienes y servicios disponibles en el mercado que se ofrece a la venta al público a un precio adecuado para el consumidor (PÉREZ, y otros, 2009).

Además de bienes y servicios también se pueden incluir beneficios para satisfacer las necesidades de los consumidores en un período de tiempo determinado (Finanzas, 2019).

## **2.9. Determinar**

El determinar es dejar en claro una duda, son los procesos que lo describirán y delimitarán. Tomar una determinación sobre algo o alguien es, por tanto, tomar una decisión (Bembibre, 2010).

El término 'determinar' es un verbo que se utiliza para señalar la acción de establecer un tipo de dato o información, mediante cálculos, medidas, etc. así como también fijar o hacer claros los elementos de una investigación, situación, cosa o evento. La acción de determinar implica siempre una toma de decisión que tiene como consecuencia una resolución que deberá ser tomada en cuenta a partir del momento (Oxford University Press, 2019).

## **2.10. Factibilidad**

Es un análisis que permite seleccionar datos esenciales sobre el desarrollo o implementación de un proyecto y mediante el resultado obtenido tomar una buena decisión, se debe representar detalladamente los gastos y beneficios del proyecto en funcionamiento, pretende presentar con todas las posibles ventajas para la organización, claro está sin abandonar a ninguno de los elementos necesarios para la función exitosa del proyecto. (Martínez, 2016).

Puede resultar ser fácil o difícil hacer algo, cuando se establece una meta en el trabajo, indica si vale la pena o no invertir en un proyecto (Corvo, 2019).

## **2.11. Mercado**

Lugar donde se realizan intercambios de productos y servicios; es en dónde se producen las ofertas, las demandas, las compras y las ventas. El mercado se clasifica según su volumen de ventas: en mayoristas y minoristas (Economía.WS, 2019).

Según MONTOYA (2018), menciona que un mercado es el proceso por el cual se establecen los precios de los bienes y servicios de una economía.

## **2.12. Modalidades de turismo**

### ***2.12.1. Turismo de descanso o simplemente de sol y playa***

El turismo de descanso o de "sol y playa", es un producto que es ejecutado por la sociedad urbana e industrial, sus principales cualidades son el turismo masivo o un turismo a gran escala, concentrado para la oferta y masificado para la demanda (RODRIGUEZ, 2011).

Es el turismo primario y genuino de todos, atendemos el turismo de descanso y esparcimiento, el que practica la persona que desea solazarse, evadirse, su intención es el relax, cambiar de ambiente (CULTUENLACE, 2016).

### ***2.12.2. Turismo científico***

Motivo primordial del turista que les gusta realizar este tipo de turismo se debe a que quiere extender más sus fronteras para realizar investigaciones en este espacio, desarrollar y perfeccionar sus conocimientos (RODRIGUEZ, 2011).

Actividad donde los viajeros pueden participar del desarrollo y propagación de los conocimientos científicos llevados esencialmente por centros de investigación y desarrollo. Se plantea como un puente entre el mundo de las ciencias y el turismo (VALDIVIA, 2019).

### ***2.12.3. Ecoturismo***

El ecoturismo se declara como la realización de viajes responsables que conservan el entorno natural y que puede generar bienestar para las comunidades locales. Se adjuntan códigos éticos para todo tipo de turistas internacionales y el apoyo responsable de conservación de los gobiernos de algunos países industrializados (RODRIGUEZ, 2011).

Es una actividad turística cuya finalidad es minimizar el número de daños que los turistas puedan generar sobre el entorno natural (FERNÁNDEZ, 2016)

### ***2.12.4. Turismo de aventura***

Es una de las alternativas de las modalidades del turismo, cuenta con las mejores expectativas de satisfacción para los turistas y a su alrededor, ya que la expresión mismo transmite emoción, y conlleva misticismo y tabúes generados en el ambiente (RODRIGUEZ, 2011).

El turista interesado en realizar turismo de aventura debe informarse anticipadamente para participar y disfrutar de la naturaleza, teniendo en cuenta para ello los niveles de riesgos que conlleva ejecutarlos, además tomar en cuenta que se debe estar acompañado por guías profesionales entrenados en la rama, quienes son los encargados de controlar las situaciones aparentemente peligrosas (ECURED, 2017).

### ***2.12.5. Turismo agrícola o agroturismo***

El turismo rural ayuda a mantener económicamente a las comunidades rurales, también apoya a diversificar la oferta de productos en el mercado.

El Agroturismo, gran ejemplo de este tipo de turismo está en Antioquia una de las granjas-hoteles, con ascendencia exitosa, en este lugar ofrecen a los turistas semanas enteras de estancia incluidos todos servicios, en este sitio se enseña a los visitantes a cultivar, cosechar y combatir plagas de los productos además se muestra el manejo de los sistemas de riego, entre otras actividades. Este tipo de turismo lleva grandes ventajas es que se puede comercializar productos alimenticios en la misma granja, o contiguas, de modo que la demanda económica beneficia directamente a la comunidad (RODRIGUEZ, 2011).

Es una modalidad de explotación agraria, se da como un tipo de turismo sostenible dirigido a revalorizar la naturaleza y descubrir el mundo rural, mediante la difusión de la cultura local, prácticas tradicionales de siembra y cosecha, procesamiento de productos agropecuarios, además de la artesanía (MUÑOZ, 2019)

#### ***2.12.6. Turismo cultural***

Corresponde a los viajes que se realizan con el deseo de ponerse en contacto con otras culturas y conocer más de su identidad (RODRIGUEZ, 2011).

Causa social que conlleva vinculados procesos simbólicos conocidos como “cultura”, así como a sus efectos. De modo que la relación entre lo turístico y lo cultural involucra establecer espacios de interacción entre los turistas y las comunidades, pues de este modo puedan dialogar e interactuar significaciones y concepciones del universo cultural (CAICAY, 2014).

#### ***2.12.7. Turismo rural***

Es una actividad turística realizada fuera de la ciudad o zonas de gran tamaño, quiere decir, en un espacio de campo, normalmente en pequeñas localidades (menores a los 1.000 o 2.000 habitantes). En el lugar, las instalaciones suelen ser antiguas, inmobiliario rústico y caseríos estos pueden ser modificados y adaptados, en este tipo de turismo ofrecen un servicio de calidad y calidez, suelen estar dirigidos y administrados por la familia, a veces por los mismos dueños (RODRIGUEZ, 2011).

El turismo rural es de actividad local, relacional y de interacción, ubicado o denominado como pueblo, villa o aldea, comprometido administrativamente por la gente del territorio, considerando otras actividades que pueden ser tipo social, cultural, ocio o deportivo, estas actividades turísticas se deben desarrollar estrictamente en un entorno natural (CEUPE, 2020).

### **2.13. Sistema turístico**

Constituido por un conjunto de elementos interdependientes que permiten su funcionamiento, ya sea que su involucramiento sea como turistas o como anfitriones. Los siguientes elementos configuran la oferta turística y se sintetizan en los productos turísticos que se ofrecen a los visitantes (NOBOA, 2006).

**Tabla 1-2:** Sistema turístico.

DEMANDA	TURISTAS: Consumidores de servicios de calidad. SUPERESTRUCTURA: organismos responsables de la organización y buen funcionamiento del sistema turístico. Ámbito geográfico. OMT. IATA, FENACAPTUR. Participación: MINTUR, MAE, Gobiernos locales. Actividad: público, privado
OFERTA	PLANTA TURÍSTICA: Equipamiento turístico (alojamiento, alimentación, esparcimiento, otros servicios): Instalaciones Turísticas (de agua y playa, de montaña, generales).
	INFRAESTRUCTURA: agua, sanidad, energía, transporte.
	ATRACCIONES Y ACTIVIDADES: Sitio naturales, Museos y manifestaciones culturales, Folklore. Realizaciones técnicas, científicas, artísticas. Acontecimientos programados.

**Fuente:** Noboa 2006

**Realizado por:** Alvarado Natali, 2019

Conjunto de elementos turísticos que se encuentran interrelacionados entre sí, permite describir los aspectos más importantes de la oferta y la demanda turística. El sistema turístico muestra cinco subsistemas: la oferta turística, la demanda, la infraestructura, la superestructura y la comunidad receptora (VARISCO, 2013)

#### **2.14. Producto turístico**

Un producto turístico es un conjunto de componentes que pueden ser tangibles e intangibles, contienen recursos o atractivos turísticos, infraestructura, servicios, actividades recreativas, para satisfacer necesidades, motivaciones y expectativas del consumidor, se puede tener una experiencia turística. (MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO, 2014)

Un producto turístico es una combinación de prestaciones y elementos tangibles y no tangibles ofrecidos en el mercado, con motivaciones, capaces de hacer viajar a la gente, para realizar diferentes actividades, brindándoles beneficios que satisfagan los deseos, las necesidades y las expectativas de los clientes de manera integral. (CEUPE, 2019).

## 2.15. Componente de un producto turístico

- **Atractivo turístico:** lugar, objeto o acontecimiento de interés turístico, pueden ser atractivos naturales o culturales.
- **Servicios turísticos:** Son todos los que el turista requiere y consume como el alojamiento, alimentación, transporte, agencias de viajes, etc.
- **Infraestructura:** son los bienes y servicios turísticos que posee un país y consiste que el viaje sea placentero y de confort.
- **Comunidad local (los habitantes, costumbres y tradiciones):** se debe incluir a los residentes, ya que son ellos los que ponen la diferencia, es el sello de un lugar, hace que sea agradable y único.
- **Percepción – Imagen – Emoción (Sensación):** no todos los turistas que lo visitan van a percibirlo de igual forma, cada uno construirá su propio perfil y lo va a vincular con una emoción que por último se convierte en sensaciones. SERNATUR (SERVICIO NACIONAL DE TURISMO, 2015)

## 2.16. Potencial turístico

El potencial turístico ayuda a definir si una zona determinada puede ser desarrollada turística, después de un estudio y tener una visión clara de los escenarios interesantes, con los cuales se puede ejecutar nuevos e innovadores planes turísticos, tomando en cuenta todos los recursos turísticos potenciales que la zona dispone, se puede lograr diseñar una oferta turística que permita una identificación propia al relacionarlos con otros productos turísticos (COVARRUVIAS, 2010).

Un potencial turístico conjuntamente con la calidad de la oferta de productos y servicios turísticos de un lugar permiten satisfacer las necesidades y deseos de los turistas nacionales e internacionales (SECRETARÍA DE TURISMO, 2004)

## **2.17. Inventario de atractivos turísticos**

El inventario de atractivos turísticos es un instrumento en donde se registra todos los componentes físicos, naturales y culturales, que contribuyen y pasan a conformar parte de la oferta turística del país, proceso muy importante que ayuda a la creación de nuevos espacios turísticos, lo que favorece al desarrollo turístico, en el sentido de diversificar las áreas de destinos turísticos (MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR, 2017).

Establece un levantamiento de información de los atractivos existentes y de todos los elementos turísticos involucrando a los escenarios naturales, culturales y recreativos, interpreta un herramienta indispensable para la planificación turística que debe ser mejorado constantemente y permanentemente, de modo que éste debe estar actualizado para realizar evaluaciones y fijar las prioridades pertinentes para el desarrollo turístico a nivel nacional (LÓPEZ, 2012).

## **2.18. Etapas para elaborar el inventario de atractivos turísticos**

Según el MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR (2017), consiste en identificar claramente la categoría, tipo y subtipo, al cual pertenece el atractivo a inventariar.

### **2.18.1. Levantamiento y registro**

- **Identificación y clasificación:** Identificar los atractivos que estén registrados en la base de datos del GAD parroquial y se añadirá otros que no estén registrados.  
Después de identificar y clasificar los atractivos, se pondrá la categoría, tipo y subtipo correspondiente (MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR, 2017).
- **Levantamiento de información primaria:** El levantamiento de información se debe realizar en el territorio y será complementada con entrevistas, la información recolectada se colocará en la Ficha donde se ha establecido condiciones mínimas que un atractivo debe tener (MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR, 2017).
- **Verificación con información secundaria:** La información registrada en el territorio se deberá verificar en la oficina apoyado en información secundaria oficiales a nivel nacional, y en otras fuentes documentales. Lo cual se podrá analizar y contrastar los datos obtenidos con faltas mínimos (MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR, 2017).

Si es que hay inconsistencias en el registro de información, se debe realizar la respectiva inspección de campo o a su vez investigar de fuentes secundarias confiables y proceder con las correcciones correspondientes (MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR, 2017).

### 2.18.2. Ponderación y jerarquización

- **Definición de criterios de evaluación:** Para la evaluación del atractivo turístico en una ficha se establece un conjunto de criterios con condiciones mínimas que deben tener un atractivo para convertirse en producto turístico. El conjunto de criterios está descrito en los Índices de Competitividad Turística publicado por el Foro Económico Mundial.
- **Ponderación de criterios:** Para optimizar los resultados de los criterios se procederá a fijar un factor de ponderación. El factor de ponderación de cada criterio responderá a la capacidad institucional, según competencias, de incidir sobre la mejora o manejo de estos (MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR, 2017).
- **Jerarquización de atractivos turísticos:** Con el registro de información del atractivo, se establecerá un valor en números con un rango de puntaje de 0-100, lo cual indica el nivel de jerarquía de I a IV (MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR, 2017).

**Tabla 2-2:** Rangos y Jerarquía

RANGOS	JERARQUÍA
86 -100	IV
61 -85	III
36 -60	II
11 – 35	I
0 – 10	Recurso

**Fuente:** Ministerio de Turismo del Ecuador

**Realizado por:** Alvarado Natali, 2019

Los atractivos de acuerdo a la jerarquización que se les ha asignado, deberán responder conforme a la siguiente descripción:

**Jerarquía IV:** Atractivo extraordinario e importantísimo, capaz por sí solo motivar una importante corriente actual o potencial de visitantes internacionales (MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR, 2017).

**Jerarquía III:** Atractivo con cualidades excepcionales, capaz de motivar por sí solo o en conjunto con otros atractivos cercanos, corriente actual o potencial de visitantes nacionales o extranjeros (MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR, 2017).

**Jerarquía II:** Atractivo con cierto atributo llamativo, capaz de interesar a visitantes que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, puede motivar corrientes turísticas nacionales (MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR, 2017).

**Jerarquía I:** Atractivo insuficiente para considerarlo al nivel de las jerarquías anteriores, pero pueden pasar a formar parte del Inventario de Atractivos Turísticos como elementos que complementen a los de mayor jerarquía (MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR, 2017).

## **2.19. Factibilidad de un producto**

Para determinar la factibilidad del producto se requieren realizar los siguientes estudios:

### **2.19.1. Estudio de mercado**

Se realiza un estudio de mercado recopilando información con una única intención de conocer su opinión acerca de todos aquellos productos que se requiera para perfeccionar las expectativas del cliente. Son materiales de inicio para la mercadotecnia o marketing mix (producto, precio, plaza, promoción) formas de estrategias para ampliar el posicionamiento en el mercado (GARCÍA, 2006).

El estudio de mercado analiza y estudia la viabilidad de un proyecto empresarial. Conjunto de acciones que se ejecutan para conocer la respuesta del mercado (de tu target o público objetivo, de tus proveedores e incluso el de tu competencia) ante un nuevo producto o servicio (MUÑO, 2017).

#### **2.19.1.1. Análisis de la demanda**

Proceso cuantitativo, desde el análisis histórico, del tamaño de mercado y tipo de producto o servicio obtenido desde su investigación. En conclusión, se debe considerar el tamaño y volumen de la demanda, la capacidad de compra, el consumo y las pautas de comportamiento de la demanda objetiva, etc. (BACA, 2010).

#### **2.19.1.2. Muestreo**

Es una herramienta de la investigación científica, permite identificar el segmento de la población que va a examinarse, cuya finalidad es deducir conclusiones de la población identificada (HERNÁNDEZ, 2008).

#### 2.19.1.3. *Tamaño de la muestra*

Se puede informarse por medio de dos fuentes: primaria y secundaria, aunque primero buscamos información bibliográfica (secundaria) y según las necesidades que se presenten en el hecho se identifica el tipo de información. Para conseguir información primaria se debe centrarse en el tipo de variable que se usará (análisis de la demanda-oferta), luego de identificar el universo, se elegirá el tamaño de la muestra. (HERNÁNDEZ, 2008).

La fórmula corresponde a muestreo aleatorio simple, ecuación matemática dispuesta a continuación:

$$n = \frac{N * p * q}{(N - 1) \left(\frac{e}{z}\right)^2 + p * q}$$

Dónde:

n: Tamaño de la muestra.

N: Universo de estudio.

p: Probabilidad de ocurrencia

q: Probabilidad de no ocurrencia.

e: Margen de error.

z: Nivel de confianza

#### 2.19.1.4. *Técnica e instrumento*

Mediante la técnica de la encuesta, dirigidas a turistas nacionales y extranjeras, como instrumento a utilizar es el cuestionario para conocer las condiciones sociológicas de la demanda (HERNÁNDEZ, 2008).

#### 2.19.1.5. *Confrontación oferta- demanda*

La oferta es la cantidad de bienes y/o servicios que se ofrecen a distintos precios a los clientes, en un momento determinado (HERNÁNDEZ, 2008).

## **2.20. Estudio mercadotécnico**

PHILIP KOTLER (2009), define al marketing como una actividad humana encaminada a satisfacer necesidades y deseos de los visitantes mediante procesos de intercambio.

Según RENDÓN (2010), “El plan completo de marketing se basa en cuatro secciones importantes para su desarrollo, los cuales son conocidos como las “4 P’s”, mezcla de marketing mix.

Que son:

- Producto
- Precio
- Plaza
- Promoción

Producto: cualquier componentes tangibles o intangibles, que se ofrece a los clientes.

Precio: el marketing ayuda a establecer mediante estrategias la fijación del precio de venta óptimo del producto.

Plaza: se determina el programa de distribución y de forma primordial se selecciona el o los canales de distribución conveniente, de acuerdo a un mercado determinado y el producto a ofrecerse a los clientes.

Promoción: es fundamental señalar un programa de promoción para determinar las acciones a realizar en el corto y largo plazo.

## **2.21. Estudio técnico productivo**

Comprobar la probabilidad técnica de la elaboración del producto o también la prestación del servicio que se intenta realizar en el proyecto, solucionar preguntas referentes (dónde, cuánto, cuándo, cómo y con qué producir), con respecto al funcionamiento y la operatividad del proyecto. (TIERRA, 2006)

El proceso productivo es un procedimiento técnico que se ejecuta en el proyecto para definir los bienes y servicios del sitio, también se logran identificar una serie de insumos o elementos para formarlos en productos, de acuerdo a una determinada función de producción (RIVERA, 2014).

### **2.21.1. Diseño del paquete o producto turístico**

Se tomará en cuenta la estructura técnica propuesta por (TIERRA, 2006) en donde:

- Nombre del paquete: Corto e interesante
- Codificación: colocar una numeración
- Duración: por horas, por días o por noches
- Carácter: puede ser historia, de naturaleza, de cultura o aventura
- Tiempo de las actividades: dar un inicio y duración
- Descripción de actividades: orden de visita y los días
- Itinerario: descritos los atractivos naturales y culturales, las actividades a realizar, tiempos de duración, sitios a visitar
- Dificultad: depende el nivel desde fácil, moderado a difícil
- Precio: detallado por número de pasajeros
- Servicios que si incluyen
- Servicios que no incluyen
- Observaciones: otros requerimientos, reservaciones, impedimentos.

Conjunto de componentes tangibles e intangibles, incluyen recursos y atractivos, equipamientos e infraestructura, servicios que se ofrecerán a determinados grupos de consumidores (DÍAZ, 2015)

### **2.22. Estudio ambiental**

La norma ISO 14001:2004, define como cualquier cambio que se da de manera favorable o desfavorable sobre el medio ambiente, se obtiene como resultado total o parcial de factores ambientales de una organización o un proyecto; entendiendo al aspecto ambiental como el elemento de las actividades, productos o servicios donde se pueden interactuar con el medio ambiente (UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA, 2010).

Para evaluar los impactos ambientales se toma en cuenta una matriz de causa-efecto, teniendo como referencia la matriz de Lázaro Lago Pérez. (CHACÓN, 2013).

La cual consta de dos tablas:

Una donde se identifica, describen, evalúan y otra donde se cuantifica los impactos. Se determinan los factores ambientales a evaluar: aire, suelo, agua, flora y fauna, paisaje entre otros. Maneja 9 criterios para la evaluación que pueden ser cualitativos y cuantitativos.

- Naturaleza. si el impacto es positivo se colocará el signo (+) o de lo contrario de ser negativo se marcará con (-).
- Magnitud determina mediante tres rangos:
  - 1 Baja intensidad
  - 2 Moderada intensidad
  - 3 Alta intensidad.
- Importancia. Se fija a través de cuatro rangos:
  - 0 Sin importancia
  - 1 Menor importancia
  - 2 Moderada importancia
  - 3 Mayor importancia
- Certeza. Se establece tres rangos precisados con letras:
  - C Si el impacto sucederá con una posibilidad del 75%
  - D Si el impacto sucederá con una posibilidad de 50 a 75%
  - I Si se necesita realizar estudios concretos para evaluar la certeza del impacto.
- Tipo. Se determina como:
  - (Pr) Primario. Si el impacto es de manera directa de la implementación del proyecto
  - (Sc) Secundario. Si el impacto es de manera indirecta de la implementación del proyecto
  - (Ac) Acumulativo. Si el impacto es efecto de impactos individuales repetitivos.
- Reversibilidad. Se encuentran en dos tipos:
  - 1 Reversible. Si el impacto se puede cambiar naturalmente.
  - 2 Irreversible. Si el impacto no se puede cambiar naturalmente.
- Duración. Se fija por el tiempo en:
  - 1 A corto plazo. Si el impacto dura menos de un 1 año.
  - 2 A mediano plazo. Si el impacto dura entre 1 a 10 años.
  - 3 A largo plazo. Si el impacto dura por más de 10 años.
- Tiempo en aparecer. Clasificados también por tiempo:
  - C Corto plazo. Si el impacto surge en seguida o dentro de los primeros seis meses después de la implementación del proyecto.

M Mediano plazo. Si el impacto aparece de 9 meses a 5 años posterior a la implementación del proyecto.

L Largo plazo. Si el impacto surge en 5 años o más a la implementación del proyecto.

- Considerado en el proyecto. Se define por las alternativas:  
S Sí. impacto considerado en el proyecto.  
N No. impacto no considerado en el proyecto.

### **2.23. Estudio administrativo legal**

El estudio administrativo señala elementos y herramientas que se utilizan como guía, las cuales son: la planeación estratégica y las acciones a efectuar, esto, para cumplir los objetivos de la empresa, también se consideran otras herramientas tales como: el organigrama y la planeación de los recursos humanos lo cual ayudará a presentar un perfil más apropiado para la administración de dicho proyecto (GRATEROL, 2009).

Establece la actividad ejecutiva de su administración: la organización, procedimientos administrativos, estados legales y reglamentos ambientales (VAZQUEZ, 2016).

La estructura legal para la operación del producto turístico, considerando en marco normativo necesario, relacionado con el sector turístico para su respectiva legalización y el buen funcionamiento (MUÑOZ, 2018).

Constitución Política de la República del Ecuador.

Ley de Turismo

Marco legal del COOTAD (Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización)

El estudio legal comprende el análisis de las políticas, normas, reglamentos vigentes o existentes en la constitución de un país, para un posterior funcionamiento u operación de la empresa (UNIVERSIDAD INTERAMERICANA PARA EL DESARROLLO, 2017).

## 2.24. Estudio económico – financiero

El estudio económico sujeta la evaluación del proyecto que se comete con la información de flujo de fondos y el estudio financiero, determinando la viabilidad económica y el impacto que tendrá el proyecto en aspecto de la economía (JIMENEZ, 2013).

La evaluación financiera determina la rentabilidad del proyecto, analizando la inversión inicial, los beneficios y los costos para su ejecución (CAVINE, 2020).

La evaluación financiera, permite conocer la rentabilidad del proyecto, en base al cálculo de flujo de caja actualizado, valor actual neto, relación beneficio-costos y tasa interna de retorno (MUÑOZ, 2018).

Aplicando la siguiente fórmula:

$$\text{Factor de actualización} = \frac{1}{(1 + i)^n}$$

VAN = Sumatoria de ingresos descontados + Sumatoria de desembolsos descontados (MUÑOZ, 2018).

$$B/C = \frac{\sum ID + VSD}{\sum ED + ID}$$

Donde:

ID: ingresos descontados

VSD: valor de salvamento descontado

ED: egresos descontados

ID: inversiones descontadas

$$TIR = i_1 + (i_1 - i_2) \frac{VAN_1}{VAN_1 - VAN_2}$$

## **2.25. Diseño de productos turísticos**

Diseñar productos turísticos involucra poseer habilidades, aplicar funciones de comercialización, organización y manipular con inteligencia los métodos de evaluación de recursos y planificación de acciones precisas. Se analiza el potencial turístico de las zonas territoriales mediante técnicas de evaluación de recursos e identificación de características y ventajas comparativas; así mismo, determinar la oportunidad de crear, transformar o eliminar un servicio turístico y se definen la manera de relacionarse con los diferentes recursos. El trabajo concluye con la implementación del productos o servicios turísticos y promover los recursos del territorio, de mayor alcance socioeconómica para el medio. (DÍAZ, 2011).

### ***2.25.1. Etapas para el diseño del producto:***

Etapa I: Identificación de recursos/ atractivos turísticos. Para lo cual se utiliza la metodología para inventario de atractivos turísticos del Ministerio de Turismo (2017).

Etapa II: Paso N° 1: Generación y selección de ideas; momento de estimular el pensamiento creativo divergente, que trabaja en la formulación del producto, tomando en consideración aspectos como: características, necesidades, conocimiento técnico, mercados potenciales.

Paso N° 2: Actividades a realizar; se identifica el tipo de actividad que el turista puede realizar, se establecen: itinerario, ficha de costo para establecer el precio y análisis de factibilidad. La estructura de su ejecución puede lograr la integración de la oferta.

Paso N° 3: Definición y prueba de la noción de producto; Se trata de sintetizar las ideas que han permanecido a las evaluaciones iniciales definiendo las funciones o ventajas deseadas del producto.

Etapa III: Paso N° 1: Producto turístico; precisar los itinerarios, colocando cada actividad para el tiempo y para el espacio.

Paso No. 2: Integración de la oferta turística; se integran todos los elementos anteriores y se diseña la oferta turística, este análisis deberá ser coherente con la oferta actual del destino (GÓMEZ, 2014).

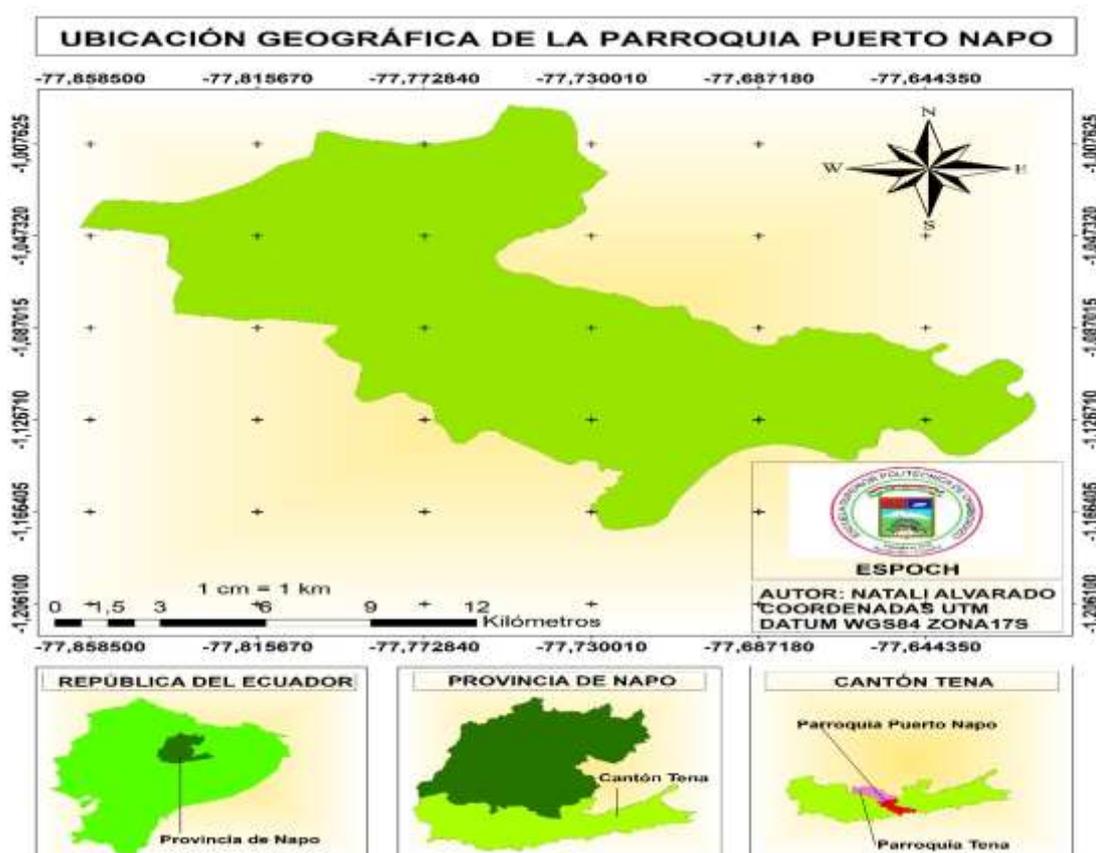
## CAPITULO III

### 3. MARCO METODOLÓGICO

#### 3.1. Caracterización del lugar

##### 3.1.1. Localización

El presente trabajo se realizó en la parroquia Puerto Napo, ubicado a 5 km del cantón Tena, provincia de Napo.



**Figura 1-3.** Mapa de ubicación geográfica

Realizado por: Alvarado Natali, 2019

##### 3.1.2. Ubicación geográfica

Coordenadas proyectadas en UTM, Dátum WGS, Zona 18 S

Coordenadas (X): 866070

Coordenadas (Y): 9870860

**Altitud:** La altitud que oscila entre los 755 y 306 msnm.

### 3.1.3. Límites

La parroquia Puerto Napo se encuentra limitada:

**Norte:** parroquias Tena y Pano.

**Sur:** parroquias: Arajuno y Santa Clara (provincia de Pastaza).

**Este:** parroquias: Misahuallí, Ahuano.

**Oeste:** parroquias: Arosemena Tola y Talag. (GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO PARROQUIAL RURAL DE PUERTO NAPO, 2015)

### 3.1.4. Relieve

Presenta por un relieve irregular y sus alturas fluctúan entre 755 y 306 metros. En cambio, por las riberas del río Napo es completamente plano y bajo. (Instituto Geográfico Militar, 2015).

### 3.1.5. Características climáticas

**Tabla 1-3:** Características climáticas

<b>VARIABLE</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>
<b>Precipitación</b>	3125 mm – 800- 230 mm
<b>Temperatura</b>	Temperatura máxima: 34°C Temperatura promedio: 24° Temperatura mínima: 18°C
<b>Pisos climáticos</b>	Tropical semi-húmedo y húmedo
<b>Humedad</b>	80- 90 %

**Fuente:** (GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO PARROQUIAL RURAL DE PUERTO NAPO, 2015).

**Realizado por:** Alvarado Natali, 2019

### 3.1.6. Clasificación ecológica

De acuerdo a la clasificación ecológica del Ministerio del Ambiente del Ecuador (MAE) corresponde a:

**Tabla 2-3:** Clasificación ecológica

<b>Ecosistema</b>	<b>Descripción del servicio ambiental</b>
	Servicios directos e indirectos de los ecosistemas forestales: provisión de insumos, función de sumidero y función recreativa.
Bosque tropical amazónico	El agua es el principal servicio del sector forestal.  La vegetación cumple con las funciones de captación y almacenamiento de energía; refugio de fauna; agente anti-erosivo del suelo; regulador del clima local; reduccionista de la contaminación ambiental y del ruido; fuente de materia prima.

**Fuente:** (GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO PARROQUIAL RURAL DE PUERTO NAPO, 2015)

**Realizado por:** Alvarado Natali, 2019

## **3.2. Materiales y equipos**

### **3.2.1. Materiales**

Materiales y suministro de oficina.

### **3.2.2. Equipos**

Computadora portátil, GPS, grabadora portátil, cámara fotográfica, impresora, memoria USB, calculadora, grapadora, perforadora.

## **3.3. Método**

Los métodos que se aplicaron para el desarrollo del presente trabajo investigativo fueron: empírico en el levantamiento de información primaria con su respectivo análisis estadístico, descriptivo e inferencial. Se utilizó además el método teórico en la revisión de fuentes secundarias para complementar el trabajo. Los métodos inductivo, deductivo, analítico y sintético también fueron utilizados a lo largo del trabajo.

El tipo de investigación que orientó el presente estudio es de campo.

En forma particular para definir la potencialidad turística de la parroquia Puerto Napo se siguió el siguiente procedimiento

- Se realizó el diagnóstico situacional para lo cual se recopiló información a través de los instrumentos MAE 2017 (Ministerio del Ambiente del Ecuador) en los siguientes ámbitos:
  - ❖ Componente biofísico.
  - ❖ Componente socio-cultural
  - ❖ Económico
  - ❖ Asentamientos humanos
  - ❖ Movilidad, energía y conectividad
  
- Se realizó el inventario de los recursos turísticos de la parroquia Puerto Napo, mediante guías de observación (fichas), para levantamiento y jerarquización de atractivos turísticos, que se presenta en el Anexo 1.

Para establecer los bienes y servicios a ofertarse a través del producto, en base al sistema turístico se dieron los siguientes pasos:

Se determinaron los bienes y servicios a ofertar.

Se integraron los atractivos en función de su potencialidad, los bienes, servicios y actividades a ofertarse como producto del inventario de los atractivos y de la determinación de la planta turística.

Se georreferenciaron los bienes y servicios utilizando los sistemas de información geográfica para el diseño preliminar del producto y de las actividades a desarrollarse, aplicando además las herramientas del software arc gis 2.0, bajo el siguiente procedimiento:

- ❖ Levantamiento de los puntos.
- ❖ Tabulación de coordenadas en Excel.
- ❖ Visualización de coordenadas en software.
- ❖ Creación de puntos y polígonos.

- ❖ Geo procesamiento del mapa.

Por otra parte, se hizo uso de la matriz de itinerario, que se presenta a continuación:

**Tabla 3-3:** Matriz de itinerario

DIA	HORA	ATRACTIVO	ACTIVIDADES	RESPONSABLE
-----	------	-----------	-------------	-------------

**Realizado por:** Alvarado Natali, 2019

- Para determinar la factibilidad del producto se trabajó de la siguiente manera:

Los bienes y servicios que inicialmente forman parte del diseño del producto, fueron sometidos

a:

- ❖ Estudio de mercado
- ❖ Estudio técnico- productivo.
- ❖ Evaluación ambiental.
- ❖ Análisis legal- administrativo.
- ❖ Evaluación económico-financiero

## CAPITULO IV

### 4. RESULTADOS

#### 4.1. Potencialidad turística de la parroquia Puerto Napo

##### 4.1.1. *Diagnóstico situacional*

###### 4.1.1.1. *Componente biofísico*

- Territorio

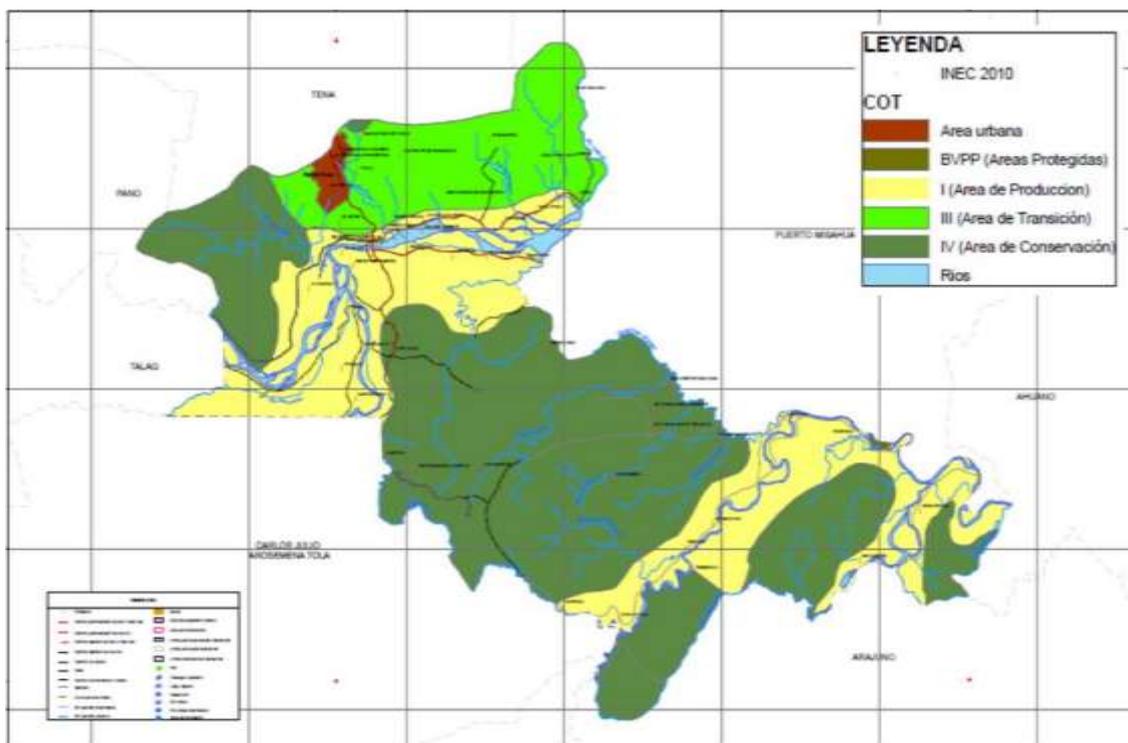
El territorio parroquial está situado sobre una superficie de 215,47 km<sup>2</sup>, posee 33 comunidades legalmente constituidas. Sin embargo, existen 53 directivas de barrios y comunidades que se auto identifican como tales, aunque algunas no están establecidas legalmente (GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO PARROQUIAL RURAL DE PUERTO NAPO, 2015).

- Agua

La hidrografía es numerosa y entre sus ríos reconocidos se encuentran: Jatunyacu, Ansu, Napo, Piocullín, Pano, Talag, Quilluyacu, Ilaycu, Sindy, Shalkana, Puni, entre otros (INSTITUTO GEOGRÁFICO MILITAR, 2015)

La principal causa de la contaminación es la explotación minería ilegal que desecha las aguas que utiliza sin ningún tipo de tratamiento y las descargas de desechos sólidos de forma directa a los ríos y riachuelos cercanos a su lugar de explotación. (GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO PARROQUIAL RURAL DE PUERTO NAPO, 2015)





**Figura 2-4.** Uso del suelo

Fuente: (GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO PARROQUIAL RURAL DE PUERTO NAPO, 2015)

- Flora

En Puerto Napo, las especies florales anotadas a continuación es el resultado de investigación realizada del PDOT de Puerto Napo (14 especies) y otras (19 especies) de investigación propia a través de entrevistas a los lugareños quienes también indicaron los usos que tienen. Es importante mencionar que los datos descritos, no están específicamente reconocidos por un botánico por lo cual se recomienda verificarlo. Las especies de flora mencionadas algunas son plantas nativas del lugar.

**Tabla 2-4:** Flora representativa de la parroquia Puerto Napo

FLORA						
N°	Nombre común	Nombre científico	Nativo	Familia	Orden	Uso
1	Aguacate	<i>Persea americana</i>		Laurácea	laurales	Comestible Medicinal
2	Achiote	<i>Bixa orellana</i>		Bixacea	Malvales	Comestible Medicinal
3	Ají picante	<i>Capsicum spp</i>		Solanácea	Solanales	Comestible

4	Arrayan	<i>Myrcianthes hallii</i>		Myrtaceae	Myrtales	Ornamental
5	Balsa	<i>Ochroma pyramidale</i>		Malvácea	Malvales	Maderable
6	Cacao	<i>Theobroma cacao</i>		Malvácea	Malvales	Industrial
7	Caña guadua	<i>Guadua angustifolia</i>		Poáceae	Poales	Ornamental Maderable
8	Centropogón	<i>Centropogon solanifolius</i>		Campanulaceae	Asterales	Ornamental
9	Canela	<i>Ocotea quixos</i>		Lauraceae	Laurales	Ornamental Medicinal
10	Cedro	<i>Cedrela odorata</i>	x	Meliáceae	Sapindales	Maderable
11	Chonta	<i>Bactris gasipaes</i>		Aceráceae	Arecales	Comestible
12	Chuncho	<i>Cedrelinga cateniformis</i>	x	Mimosáceae	Fabales	Maderable
13	Chirimoya	<i>Annona cherimolia</i>	x	Anonáceae	Magnoliales	Comestible
14	Fresa rastrera	<i>Gloxinia sp</i>		<u>Gesneriaceae</u>	<u>Lamiales</u>	Ornamental
15	Guantug	<i>Datura sanguinea</i>		Solanoideae	Solanales	Medicinal Ornamental
16	Guarumo	<i>Cecropia peltata</i>	x	Urticaceae	Rosales	Medicinal
17	Guayacán	<i>Minquartia guianensis</i>	x	Olacaceae	Fabales	Maderable
18	Guayusa	<i>Ilex guayusa Loes</i>	x	Aquifoliáceae	Aquifoliales	Medicinal Ornamental Industrial
19	Huicundos	<i>Vriesea patzeltii</i>		Bromeliaceae	Poales	Ornamental
20	Heliconias	<i>Heliconia bihai</i>	x	Heliconiaceae	Zingiberales	Ornamental Industrial
21	Matapalo	<i>Grias sp</i>		Lecythidaceae	Ericales	Maderable Medicinal
22	Naranja	<i>Citrus máxima</i>		Rutaceae	Sapindales	Comestible
23	Orquídeas	<i>Cattleya violacea</i>	x	<u>Orchidaceae</u>	<u>Asparagales</u>	Ornamental
24	Palma real	<i>Scheelea butyracea</i>		Arecaceae	Arecales	Alimenticia Industrial
25	Palo prieto	<i>Erythrina splendida</i>		Fabaceae	Fabales	Ornamental Medicinal

26	Pambil	<i>Iriartea</i> <i>aff.gigantea</i>	x	Areaceae	Arecales	Maderable Alimenticia Industrial
27	Pepas	<i>Grias sp</i>		Lecythidaceae	Ericales	Maderable Alimenticia Industrial
28	Pepa de rosario	<i>Coix lacryma-jobi</i>		Poaceae	Poales	Ornamental
29	Sangre de drago	<i>Croton lechleri</i>	x	Euphorbiaceae	Euphorbiales	Medicinal
30	Trepadoras	<i>Philodendron</i> <i>scandens</i>		Araceae	<u>Alismatales</u>	Ornamental
31	Tomatillo	<i>Lycopersicon</i> <i>pimpinellifolium</i>		Solanaceae	Solanales	Alimenticia Ornamental
32	Uña de gato	<i>Uncaria</i> <i>tomentosa</i>	x	Rubiaceae	Gentianales	Medicinal
33	Zancos	<i>Iriartea Deltoidea</i>		Areaceae	Arecales	Maderable Alimenticia Industrial

Fuente: (GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO PARROQUIAL RURAL DE PUERTO NAPO, 2015)

Realizado por: Alvarado Natali, 2019

- Fauna

Un gran número de especies silvestres, se ven afectadas por la intervención cotidiana de las personas, las cuales son utilizadas para la alimentación, la caza y pesca sin control provoca que las especies como el caso de la guanta, el armadillo, la guatusa, y la raposa se encuentran en peligro de extinción (GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO PARROQUIAL RURAL DE PUERTO NAPO, 2015).

Es importante tener una lista de especies de aves, para mantener una información más relevante, por tal motivo se realizó por investigación propia de una manera general mediante entrevistas realizadas a los lugareños los mismos dieron como resultado 8 especies de aves, las cuales no están específicamente reconocido por un ornitólogo y es necesario considerarlo.

El loro es una especie que ha sido cazado furtivamente para mantener en las casas como mascotas y otro como la perdiz es utilizado como alimento.

**Tabla 3-4:** Fauna representativa de la parroquia Puerto Napo

FAUNA			
N°	Nombre común	Nombre científico	Familia
1	Ardilla	<i>Hadroskiurus igniventris</i>	Sciuridae
2	Armadillo	<i>Dasypus novemcinctus</i>	Dasypodidae
3	Comadreja	<i>Mustela africana</i>	Mustelidae
4	Guanta	<i>Cuniculus paca</i>	Cuniculidae
5	Guatusa	<i>Dasyprocta punctata</i>	Dasyproctidae
6	Mono barizo	<i>Saimiri cassiquiarensis</i>	Cebidae
7	Murciélago	<i>Uroderma bilobatum</i>	Phyllostomidae
8	Oso perezoso	<i>Bradipus infuscatus</i>	Bradypodidae
9	Oso hormiguero o mielero	<i>Tamandua tetradactyla</i>	Myrmecophagidae
10	Oso perezoso	<i>Bradypus infuscatus</i>	Bradypodidae
11	Rata Silvestre	<i>Nectomys squanipes</i>	Cricetidae
12	Saino	<i>Tayassu pecari</i>	Tayassuidae
13	Saki	<i>Pithecia napensis</i>	Pitheciidae
14	Tigrillo	<i>Felis pardales</i>	Felidae
15	Tití pigmeo	<i>Cebuella pygmaea</i>	Callitrichidae
16	Venado	<i>Mazama americana</i>	Cervidae
17	Carpintero	<i>Piculus flavigula</i>	Picidae
18	Colibrí	<i>Ocreatus underwoodii</i>	Trochilidae
19	Filuco Gris	<i>Nyctibius grandis</i>	Nyctibiidae
20	Garza	<i>Egretta thula</i>	Ardeidae
21	Golondrina	<i>Phaeoprogne tapera</i>	Hirundinidae
22	Loro	<i>Ara severa</i>	Psittacidae
23	Perdiz	<i>Tinamus major</i>	Tinamidae
24	Trompetero	<i>Pshophia crepitans</i>	Psophiidae

Fuente: (GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO PARROQUIAL RURAL DE PUERTO NAPO, 2015).

Realizado por: Alvarado Natali, 2019

#### 4.1.1.2. Componente socio-cultural

- Población

Este apartado comprende el análisis de datos y proyecciones poblacionales provenientes del Censo de 2010, levantado por INEC, Puerto Napo registró 5393 habitantes, sobre una superficie

215,47 km<sup>2</sup>, estimándose una densidad poblacional de 25,0 habitantes por km<sup>2</sup>. Se estima que para el año 2018 la población es de 6569 habitantes. Las proyecciones referenciales de crecimiento de la población indican una tasa de crecimiento anual en promedio de 2,30 %.

El 52% representa a hombres siendo estos 3416 y 3153 mujeres correspondiente al 48%. La información proporcionada por fuentes oficiales, muestra que el índice de envejecimiento es del 9,03%. Se estima que la tasa de crecimiento anual para la población va disminuyendo, en virtud que las mujeres de la población acceden a mayores niveles de formación y decae el número de hijos que tiene (GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO PARROQUIAL RURAL DE PUERTO NAPO, 2015).

- Etnicidad

La mayor parte de la población de Puerto Napo se autodefine como kichwa amazónico (63%), seguida por la población mestiza (32,5%). También conviven en el territorio otros grupos étnicos minoritarios que se autodefine como blancos (3%) y afrodescendientes, montubios y mulatos (con menos del 1%).

La mayoría de la población mestiza y de grupos étnicos minoritarios se asienta en la cabecera parroquial, mientras que las comunidades más alejadas son predominantemente indígenas (GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO PARROQUIAL RURAL DE PUERTO NAPO, 2015).

- Espacios físicos de uso social

Con respecto al uso de espacio público es la siguiente: en algunas comunidades, no se reporta existencia de espacio de uso público, en otras hay pequeñas canchas donde realizan deportes, diferentes actos festivos y existen pocas comunidades que cuentan con estadio deportivo extenso. Aunque la mayor parte de eventos que se realizan en las comunidades son deportivos, también existen actos que involucran a la cultura.

En la cabecera parroquial existen un estadio, un coliseo cerrado y una cancha cubierta de uso múltiple, actualmente se está remodelando el parque.

Las fiestas de parroquialización se realizan todos los años, con actos culturales y presentación de artistas locales o provinciales. Así mismo en todas las comunidades realizan fiestas de aniversario, pero lo llevan a cabo cada dos años, en esas fiestas se dan a conocer todo lo autóctono y tradicional.

- Salud

Las unidades operativas de salud existentes en la parroquia son: un centro de salud ubicado en el centro de la cabecera parroquial, que tiene servicios de medicina familiar, ginecología, odontología, y emergencias con horarios establecidos de 08:00 am a 17:00 pm, con atención de lunes a domingo, y un punto de atención de salud en la comunidad de Atahualpa a 5 km de la cabecera parroquial, tiene servicios de medicina familiar y odontología con horarios de 08:00 am a 17:00 pm, la atención es de lunes a viernes. (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Puerto Napo, 2015).

**Tabla 4-4:** Detalles de unidades operativas de salud en Puerto Napo

Personal que labora en la unidad operativa								
Nombre del Sub centro	Categoría del servicio	Médico	Odontólogo	Enfermera	Auxiliar de estadística	Auxiliar de farmacia	Auxiliar de servicio	Auxiliar de enfermería
Puerto Napo	Centro de salud Tipo A	4	2	2	2	2	1	2
Atahualpa	Puesto de salud	2	1	0	2	1	0	0

Fuente: (GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO PARROQUIAL RURAL DE PUERTO NAPO, 2015).

Realizado por: Alvarado Natali, 2019

- Educación

En la parroquia funcionan 21 centros educativos, divididos en 7 establecimientos de educación bilingüe y 16 establecimiento de educación hispánica, con un total de docentes de 127 de los cuales 57 son bilingües kichwa – español y 7 son profesores de inglés.

La educación temprano o inicial se encuentra a cargo del Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES) a través de su programa de atención a menores de 0 a 5 años, cuenta con centros de atención en el GADPRPN. (GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO PARROQUIAL RURAL DE PUERTO NAPO, 2015)

Las dos instituciones educativas que se encuentran en la cabecera parroquial son las únicas que ofertan como Bachillerato General Unificado a la Unidad educativa Patriota Michelena y Bachillerato Técnico a la Unidad Educativa San Francisco Javier el cual ofrece las especialidades de automotriz y contabilidad.

**Tabla 5-4:** Establecimientos educativos de la parroquia Puerto Napo

Nombre del Establecimiento	Tipo	Jurisdicción	Comunidad	Total de estudiantes	Número de docentes		
					N° de docentes	Docentes bilingües	Profesores de inglés
ALBERTO ALVARADO	Unidad educativa	Bilingüe	SHIGUA URKU	44	3	3	
CAPIRONA	Unidad educativa	Bilingüe	CAPIRONA	84	8	8	1
CÉSAR PAREDES	Unidad educativa	Bilingüe	PIOCULIN	40	5	5	
KUYA URKU	Unidad educativa	Bilingüe	KUYA LOMA	45	3	3	
PEDRO SANTIAGO ALVARADO GREFA	Unidad educativa	Bilingüe	BALZA YACU	41	3	3	
TRES DE NOVIEMBRE	Unidad educativa	Bilingüe	PUNI CAPIRONA	18	2	2	
VICTOR MANUEL VELOZ	Unidad educativa	Bilingüe	YUTZUPINO	21	2	2	
“10 DE MAYO”	Unidad educativa Unidad educativa	Hispana	PALMA AMAZONICA	8	1	1	
5 DE JUNIO	Unidad educativa	Hispana		6	1	1	
LUIS E. CHAMORRO	Unidad educativa	Hispana	PUERTO NAPO	53	3	2	
ELICIO OLALLA PROAÑO	Unidad educativa	Hispana	SANTA ROSA-PUERTO NAPO	160	13	5	1

EUGENIO ESPEJO	Unidad educativa	Hispana	20 DE ENERO	24	1	1	
LOS QUITUS	Unidad educativa	Hispana	SAN JOSE DE SHALCANA	9	1	1	
PATRIOTA MICHELENA	Unidad educativa Bachillerat o General Unificado	Hispana	PUERTO NAPO	334	19	4	1
SUBTENIEN TE EDISON MENDOZA	Unidad educativa	Hispana	GUAYUSA LOMA	19	2	2	
VICENTE ROCAFUERT E	Unidad educativa	Hispana	COSTA AZUL	8	1	1	
ANGEL SAN GABRIEL	Unidad educativa	Hispana	SAN GABRIEL	17	1	1	
JOSE MARIA VELASCO IBARRA	Unidad educativa	Hispana	KILLUYACU	53	4	3	
MARIO DEGANI	Unidad educativa	Hispana	PUNI QUISACOA	13	1	1	
PADRE CESAR BERTOGLIO	Unidad educativa	Hispana	ATAHUALPA	72	5	4	
SAN FRANCISCO JAVIER	Unidad Educativa Bachillerat o Técnico	Hispana	PUERTO NAPO	801	48	4	4
<b>Total</b>		21		1880	127	57	7

Fuente: (GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO PARROQUIAL RURAL DE PUERTO NAPO, 2015)

Realizado por: Alvarado Natali, 2019

**Tabla 6-4:** Unidades de educación inicial o temprana

Comunidad	Unidad de atención	Número de niños y niñas	Entidad responsable
CAPIRONA	CIBV	20	MIES
PUERTO NAPO	CIBV Los Azulejos	40	MIES
ATAHUALPA	CIBV	38	MIES
<b>Total</b>		98	

Fuente: (GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO PARROQUIAL RURAL DE PUERTO NAPO, 2015)

#### 4.1.1.3. Económico

- Población económicamente activa (PEA)

Del total de población registrada 2046 habitantes forman parte de la Población Económicamente Activa (PEA), en el sector agricultura, ganadería, silvicultura y pesca, corresponden al 56,01% de la población. Le siguen actividades como el comercio al por mayor y menor con el 5,52%; construcción con el 5,47%, seguido por actividades no declaradas con 4,74% de la PEA, y en menor cantidad el 0,15% técnicas como provisión de electricidad, gas y el 0,15% se refiere a actividades artísticas, entretenimiento y recreación se refiere a que hay muy poca actividad de turismo. (GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO PARROQUIAL RURAL DE PUERTO NAPO, 2015)

**Tabla 7-4:** Principales actividades productivas del territorio

Actividad	%	Número
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	56,01	1209
Comercio al por mayor y menor	5,52	113
Construcción	5,47	112
No declarado	4,74	102
Administración pública y defensa	4,06	97
Industrias manufactureras	3,08	83
Transporte y almacenamiento	2,15	46
Actividades de servicios administrativos y de apoyo	2,05	44
Actividades de los hogares como empleadores	2,05	42
Explotación de minas y canteras	1,91	39
Actividades de alojamiento y servicio de comidas	1,42	29
Otras actividades de servicios	1,27	26
Actividades de la atención de la salud humana	1,17	24

Actividades profesionales	1,08	22
Distribución de agua, alcantarillado y gestión de desechos	0,24	5
Actividades financieras y de seguros	0,24	5
Suministro de electricidad y gas	0,15	3
Artes, entretenimiento y recreación	0,15	3
<b>Total</b>	<b>100 %</b>	<b>2046</b>

**Fuente:** (GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO PARROQUIAL RURAL DE PUERTO NAPO, 2015).

- Principales productos

**Tabla 8-4:** Abastecimientos de productos

Sectores económicos	Productos o servicios
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	Fibra de escoba Cultivo de plantas medicinales como uña de gato, sangre de drago, chuchuwaso.
Explotación de minas y canteras	Material pétreo Oro
Comercio	Venta de insumos básicos (tiendas) Venta de alimentos (naranja, yuca, plátano, cacao, maíz)
Servicios	Existen dos hoteles que prestan servicios de hospedaje. Restaurantes que prestan servicios de alimentación.

**Fuente:** (GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO PARROQUIAL RURAL DE PUERTO NAPO, 2015).

**Realizado por:** Alvarado Natali, 2019

#### 4.1.1.4. Asentamientos humanos

- Asentamiento humano

Según el último Censo de Población y Vivienda (INEC, 2010), se estima que existe un total de 1096 hogares.

El 55,11% de las personas viven en hogares propios y totalmente pagados; el resto de los hogares viven cedida por herencia (19,43%), prestada (13,05%), por arrendamiento (7,57%), propia y la

está pagando (3,01%), por servicios (1,73%). Sin embargo, la propiedad de la vivienda no garantiza las condiciones adecuadas: poco más del 30% de hogares viven en hacinamiento, de las cuales sólo el 61% cuenta con un servicio higiénico de uso exclusivo y el 49 % no lo cuenta. (GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO PARROQUIAL RURAL DE PUERTO NAPO, 2015).

#### *4.1.1.5. Servicios básicos*

- Cobertura agua potable

Cerca del 90% de la población vive fuera de la cabecera parroquial, el 18% de viviendas tiene agua por red pública y el 25% de las viviendas tiene agua entubada. En la mayoría de viviendas el 57% el agua es captada directamente de vertientes o de lluvia y es consumida sin ningún tratamiento. (GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO PARROQUIAL RURAL DE PUERTO NAPO, 2015).

- Electricidad

Alrededor del 80% de las viviendas de la parroquia tiene electricidad por red pública, otro 15% de viviendas tiene acceso a electricidad que no es proveída por red pública (INEC, 2010). Los pobladores de la comunidad de San Rafael de Shalcana y cercanos reportaron que no tienen energía eléctrica que sería el 5% restante. (GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO PARROQUIAL RURAL DE PUERTO NAPO, 2015).

- Desechos sólidos

El 49% de asentamientos humanos tiene servicio de carro recolector, aproximadamente pasa por 16 comunidades hasta llegar a la comunidad de Sindy a 8 km desde la cabecera parroquial. El resto (51%) de la población arroja los desechos sólidos a riachuelos, pozos o a cielo abierto. La población reportó que no conoce cómo clasificar los residuos sólidos y que el carro recolector de basura no cumple sus horarios, lo que causa que la basura se acumule en las calles. Tampoco existe un plan de saneamiento ni relleno sanitario técnicamente establecido. (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Puerto Napo, 2015)

- Movilidad y conectividad

Puerto Napo es una parroquia por la cual cruzan varias vías, está compuesta por un anillo vial asfaltado de primer orden, con caminos de segundo orden con revestimiento suelto de dos vías en la cabecera parroquial, se produce el cruce de las vías; Tena – Ahuano que lleva al aeropuerto de la provincia del Napo; Tena – Puerto Misahualli, Tena – Chonta Punta. Red Vial interprovincial que traspasa la parroquia es la troncal amazónica de primer orden, transitables todo el año.

Las posibilidades de acceso terrestre a Puerto Napo son:

- La vía desde Guayaquil- Quito- Tena (627 km) tiempo aproximado 10h 41 min transporte.
- La vía desde Quito – Baeza – Tena (179 km) tiempo aproximado 3h 18 min transporte.
- La vía desde Quito - Ambato – Puyo – Tena (337 km) tiempo aproximado 5h 58 min. transporte.
- La vía desde Coca- Tena (175km) tiempo aproximado 3h 00 min transporte.

Posibilidades de acceso aéreo interprovincial:

- LATAM

Guayaquil – Quito con tiempo aproximado de 50 minutos.

Itinerario:

**Tabla 9-4: vuelos Guayaquil – Quito**

Ruta	Vuelo	Salida	L	M	M	J	V	S	D
GYE – UIO	XL1358	09:45					x		
	XL1358	10:45						x	
	XL1372	20:15	x				x		x

Realizado por: Alvarado Natali, 2019

Quito - Coca con tiempo aproximado de 50 minutos.

Itinerario:

**Tabla 10-4:** vuelos Quito - Coca

Ruta	Vuelo	Salida	L	M	M	J	V	S	D
UIO-	XL1397	10:05	x	x	x	x	x	x	
OCC									

Realizado por: Alvarado Natali, 2019

- TAME

Guayaquil – Quito con tiempo aproximado de 50 minutos.

**Tabla 11-4:** Vuelo Guayaquil- Quito

Ruta	Vuelo	Salida	L	M	M	J	V	S	D
GYE – UIO	EQ302	07:30	x	x		x	x	x	
	EQ304	08:30	x	x	x	x	x		x
	EQ308	11:30							x
	EQ310	15:20	x		x		x		x
	EQ194	15:55		x		x		x	
	EQ192	16:00	x	x	x	x	x	x	x
	EQ318	15:30		x		x			
	EQ318	18:30	x		x		x		x
	EQ322	20:30	x		x		x		x
	EQ322	20:30				x		x	
	EQ320	21:30	x	x	x		x		x
	EQ320	21:30				x			

Realizado por: Alvarado Natali, 2019

Quito – Coca con tiempo aproximado de 55 minutos.

Itinerario:

**Tabla 12-4:** vuelo Quito – Coca

Ruta	vuelo	Salida	Llegada	L	M	M	J	V	S	D
UIO - OCC	207	09:20	10:15	x	x	x	x	x		
	211	12:00	12:55	x		x		x		
	211	13:00	13:55						x	x
	213	16:00	16:55	x	x	x	x	x		

Realizado por: Alvarado Natali, 2019

- AVIANCA

Guayaquil – Quito

Itinerario:

**Tabla 13-4:** vuelo Guayaquil – Quito

Ruta	Vuelo	Salida	L	M	M	J	V	S	D
GYE –UIO	AV1671	19:41	x	x		x	x	x	

Realizado por: Alvarado Natali, 2019

Quito – Coca con tiempo aproximado de 55 minutos

Itinerario:

**Tabla 14-4:** Vuelo Quito – Coca

Ruta	Vuelo	Salida	L	M	M	J	V	S	D
UIO – OCC	AV1656	07:40	x						
	AV1656	07:40		x					
	AV1656	07:40			x				
	AV1656	07:40				x			
	AV1656	07:40					x		

Realizado por: Alvarado Natali, 2019

- Internet y telefonía

Existe un infocentro en la cabecera parroquial, cuenta con 9 computadoras de escritorio que es administrado y financiado por el (GADPRPN), se atiende desde las 8 am hasta las 17 pm.

Respecto con los siguientes servicios esta contabilizado de acuerdo al número de hogares, según el último Censo de Población y Vivienda (INEC, 2010).

**Tabla 15-4:** Servicios internet y telefonía.

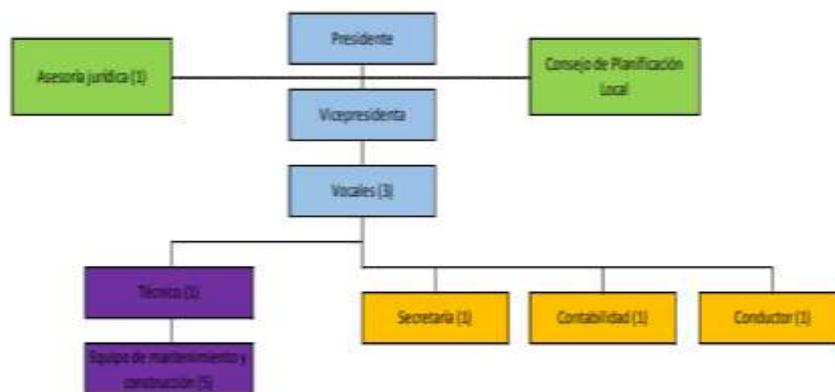
Servicios	Acceso usuarios (número de hogares)		
	SI	NO	Total
Telefonía convencional	96	1000	1096
Telefonía móvil	668	428	1096
Computadora	129	967	1096
Tv- cable	101	995	1096
Acceso a internet	18	1078	1096

**Fuente:** (GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO PARROQUIAL RURAL DE PUERTO NAPO, 2015).

#### 4.1.1.6. *Ámbito político institucional*

- Administración interna

El GAD Parroquial de Puerto Napo cuenta con equipo reducido que se encarga de la gestión de la junta. El nivel gobernante está compuesto por el presidente, la vicepresidenta y tres vocales. El nivel de asesoría se compone de un asesor jurídico económico y del recientemente conformado Consejo de Planificación Local, compuesto por un técnico y tres representantes parroquiales. En el proceso habilitante de apoyo, el GAD cuenta con una secretaria, un contador y un trabajador que realiza funciones de conductor y mensajero. Finalmente, en el proceso agregado de valor, el GAD cuenta con el trabajo de un técnico y un equipo de construcción compuesto por cinco trabajadores (GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO PARROQUIAL RURAL DE PUERTO NAPO, 2015).



**Gráfico 1-4.** Mapa de los Atractivos Naturales y Culturales

Fuente: (GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO PARROQUIAL RURAL DE PUERTO NAPO, 2015)

#### 4.1.2. *Inventario de los recursos turísticos de la parroquia Puerto Napo.*

Se realizó el inventario de los recursos turísticos de la parroquia Puerto Napo, mediante guías de observación (fichas), para levantamiento y jerarquización de atractivos turísticos:

**Tabla 16-4:** Matriz de atractivos y/o recursos turísticos de la parroquia Puerto Napo.

MATRIZ RESUMEN DEL INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS NATURALES Y CULTURALES								
Nº	Nombre del Atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo	Ubicación			
					Jerarquía	Latitud (UTM)	Longitud (UMT)	Altitud (msnm)
1	Bosque Amazónico	Atractivo Natural	Bosques	Húmedo tropical	II	1031358	77734214	472
2	Río Napo	Atractivo Natural	Río	Rápido	II	1043999	77794715	433
3	Cascada Latas	Atractivo Natural	Río	Cascada	II	1031358	77734214	472
4	Playa Primer Puerto de la Amazonia	Atractivo Natural	Río	Playa de río	II	1043917	77794750	433
5	Río Puní	Atractivo Natural	Río	Rivera	II	1091183	77675901	449
6	Comidas tradicionales	Manifestación Cultural	Acervo cultural y popular	Gastronomía	II	1043674	77796510	448

MATRIZ RESUMEN DEL INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS NATURALES Y CULTURALES								
Nº	Nombre del Atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo	Ubicación			
					Jerarquía	Latitud (UTM)	Longitud (UMT)	Altitud (msnm)
7	Música y danza tradicional	Manifestación Cultural	Acervo cultural y popular	Música y Danza	II	1042778	77732222	421
8	Artesanías	Manifestación Cultural	Acervo cultural y popular	Artesanías y Artes	II	1043278	77793806	438
9	Ritual waysuma	Manifestación Cultural	Acervo cultural y popular	Fiestas religiosas, tradiciones y creencias populares	II	1043583	77733556	421
10	Medicina tradicional	Manifestación Cultural	Acervo cultural y popular	Medicina ancestral	II	1043583	77733556	421
11	Tradiciones orales	Manifestación Cultural	Acervo cultural y popular	Fiestas religiosas, tradiciones y creencias populares	II	1043583	77733556	421
12	Cabaña tradicional	Manifestación Cultural	Arquitectura	Infraestructura cultural	II	1043194	77727222	424

Realizado por: Alvarado Natali, 2019

**Tabla 17-4:** Resumen de las características del inventario

CATEGORIZACIÓN		CANTIDAD DE ATRACTIVOS	PORCENTAJE %
Categoría	Manifestaciones culturales	7	58
	Atractivo Natural	5	42
<b>TOTAL</b>		<b>12</b>	<b>100</b>
Tipo	Acervo cultural y popular	6	50

CATEGORIZACIÓN		CANTIDAD DE ATRATIVOS	PORCENTAJE %
	Bosques	1	8
	Río	4	34
	Arquitectura	1	8
<b>TOTAL</b>		<b>12</b>	<b>100</b>
Subtipo	Húmedo tropical	1	8
	Rápido	1	8
	Cascada	1	8
	Playa de Río	1	8
	Rivera	1	8
	Gastronomía	1	8
	Artesanías y Artes	1	8
	Música y Danza	1	8
	Fiestas religiosas, tradiciones y creencias populares	2	17
	Medicina Ancestral	1	8
Infraestructura cultural	1	8	
<b>TOTAL</b>		<b>12</b>	<b>100</b>
Estado de conservación	Conservado	5	42
	Alterado	6	50
	En proceso de deterioro	1	8
<b>TOTAL</b>		<b>12</b>	<b>100</b>
Jerarquía	I	0	0
	II	12	100
	III	0	0
	IV	0	0
<b>TOTAL</b>		<b>12</b>	<b>100</b>

Realizado por: Alvarado Natali, 2019

En la parroquia Puerto Napo se ha inventariado 12 recursos y/o atractivos turísticos de los cuales: 7 corresponde a las manifestaciones culturales con 58% y 5 corresponde a atractivo natural con 42%.

En función de su tipología se evidencia una mayor concentración de atractivos vinculados con acervo cultural y popular un 60% y Arquitectura un 8% respectivamente. Mientras que en su tipo río se registran un 34% y bosques 8%.

En relación al estado de conservación de los atractivos: el 42% se encuentran conservados, el 8% en proceso de deterioro y el 50% se hallaba alterado; mientras que los entornos de los mismos en su mayoría se encuentran alterados y el restante en proceso de deterioro. Las manifestaciones culturales de tipo inmaterial son las que registran más grado de alteración, esto se debe a que la transmisión generacional de la cultura popular va perdiendo vigencia, restando su importancia de aprendizaje para las generaciones actuales, a lo cual se suma la escasa inversión realizada para la investigación, documentación, publicación y transmisión de las manifestaciones y representaciones culturales. En el caso de los atractivos naturales la mayoría no cuenta con facilidades turísticas y servicios, aunque en la mayoría es accesible, pero existen condiciones que aceleran el deterioro de los mismos.

En cuanto a la jerarquía que alcanzaron los atractivos, en su totalidad son de jerarquía II.

#### **4.2. Bienes y servicios a ofertarse a través del producto, en base al sistema turístico.**

##### **4.2.1. Bienes y servicios a ofertar**

La parroquia Puerto Napo cuenta con servicios de hospedaje, alimentación y transporte. Se anotaron los establecimientos registrados en el Catastro turístico del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Tena (GADMT) para la parroquia Puerto Napo.

##### **4.2.1.1. Alojamiento**

**Tabla 18-4:** Lugares de alojamiento en la parroquia Puerto Napo

<b>Nombre</b>	<b>Tipo</b>	<b>Dirección</b>	<b>Categoría</b>	<b>N° de habitaciones</b>	<b>N° de Plazas</b>
Cotococha	Lodge	Km.10 vía Ahuano, Venecia derecha	III	8	22
CRISTHYAN'S RESORT	Hotel	Km 5 vía tena- Puerto Napo	V	28	96
Posada Napo	hostal	Esmeraldas (entre las calles	III	9	28

		Latacunga y Portoviejo)			
Dulce Daniela	Casa de huéspedes	Puerto Napo	Única	4	17
<b>Total</b>				49	163

Realizado por: Alvarado Natali, 2019

#### 4.2.1.2. Alimentación

**Tabla 19-4:** Lugares de alimentación

Planta turística	Ubicación	Descripción	Nº mesa	Nº plazas
Comedor “Enmita”	Cabecera parroquial	Servicios de alimentación	7	27
El Rincón de Napo	Cabecera parroquial	Servicios de alimentación	7	29
La Finca	Cabecera parroquial	Servicios de alimentación	9	34
Cafetería heladería Nápoles	Cabecera parroquial	Servicios de alimentación	5	22
Heladería Dulce Rincón	Cabecera parroquial	Servicios de alimentación	4	10
<b>Total</b>			32	122

Realizado por: Alvarado Natali, 2019

#### 4.2.1.3. Transporte

**Tabla 20-4:** Servicio de transporte

TRANSPORTE	DETALLE
Cooperativa Centinela del Tena	Tena- Puerto Napo- Sindy – Shalcana- 20 de enero
Cooperativa Jumandy	Tena- Puerto Napo- Sindy-Ahuano
Cooperativa Guacamayo	Tena-Puerto Napo- Sindy
Cooperativa río Pano	Tena- Puerto Napo- Sindy
Cooperativa de taxis Sol de Napo	Ubicado en Puerto Napo
Cooperativa de taxis Río Napo	Ubicado en Puerto Napo

Realizado por: Alvarado Natali, 2019

#### 4.2.2. Atractivos en función de su potencialidad

**Tabla 21-4:** Atractivos turísticos priorizados en función de la potencialidad

Atractivos	Tipo	Subtipo	Actividades
<b>Atractivos naturales</b>			
1. Bosque amazónico	Bosques	Húmedo tropical	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Camping, caminatas, observación de flora y fauna, investigación científica.</li> </ul>
2. Río Napo	Río	Rápido	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Deportes fluviales (rafting, kayaking, tubing).</li> </ul>
3. Río Puní	Río	Rivera	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Deportes terrestres (caminatas, cicloturismo, actividades recreativas)</li> </ul>
4. Cascada Latas	Río	Cascada	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Observación de flora y fauna, caminata, balneario, fotografía.</li> </ul>
5. Playa primer puerto de la amazonia.	Río	Playa de río	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Observación de flora y fauna, caminata, camping, fotografía, balneario, actividades recreativas</li> </ul>
<b>Atractivos Culturales</b>			
1. Música y danza tradicional	Acervo cultural y popular	Música y Danza	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Disfrutar del entretenimiento las</li> </ul>

2. Artesanías	Acervo cultural popular	y Artesanías y Artes	fiestas con música y danza tradicional. <ul style="list-style-type: none"> <li>• Compra y venta de Artesanías</li> </ul>
3. Ritual waysa upina	Acervo cultural popular	y Fiestas religiosas tradiciones, y creencias populares	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Beber guayusa e interpretar sueños para la planificación diaria y convivencia intercultural.</li> </ul>
4. Medicina ancestral	Acervo cultural popular	y Medicina ancestral	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Medicina ancestral y chamanismo limpia de mal aire.</li> </ul>
5. Tradiciones orales	Acervo cultural popular	y Fiestas religiosas, tradiciones y creencias populares	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Transmitir los cuentos, leyendas populares y mitos generacionalmente.</li> </ul>
6. Comidas tradicionales	Acervo cultural popular	y Gastronomía	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Degustar de las bebidas y comidas tradicionales</li> </ul>
7. Cabaña tradicional	Arquitectura	Infraestructura cultural	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Visitar a la cabaña tradicional.</li> </ul>

Realizado por: Alvarado Natali, 2019

4.2.3. Georreferenciación de los bienes y servicios

Tabla 22-4: Tabulación de coordenadas

ATRATIVOS	Georreferenciación (coordenadas) UTM	
	X	Y
NATURALES		
Bosque amazónico	1031358	77734214
Cascada Latas	1031358	77734214
Rio Napo	1043999	77794715
Playa primer puerto de la amazonia	1043917	77794750
Rio Puní	1091183	77675901
CULTURALES		
Artesanías	1043278	77793806
Comidas tradicionales	1043674	77796510
Música y danza tradicional	1042778	77732222
Ritual de waysa upina	1043583	77733556
Medicina ancestral	1043583	77733556
Tradiciones orales	1043583	77733556
Cabaña tradicional	1043194	77727222

Realizado por: Alvarado Natali, 2019



Figura 3-4. Mapa de los Atractivos Naturales Mapa de los Atractivos Naturales

Realizado por: Alvarado Natali, 2019

**Tabla 23-4:** Itinerario de atractivos naturales

DIA	HORA	ATRATIVOS Y ACTIVIDADES	RESPONSABLE
1	7:30 - 8:00	Bienvenida y concentración de los turistas en el parque de Puerto Napo	Guía local
	8:00-8:30	Desayuno	Guía local
	8:30-11:00	Rafting por el río Napo	Guía especializado
	11:00-11:30	Refrigerio	
	11:30-13:30	Traslado al bosque amazónico Realizar caminata, observación de flora y fauna.	Guía local
	13:30- 14:00	Almuerzo en la comunidad de Latas.	Guía local
	14:00- 15:00	Visitar la cascada Latas Realizar, caminata por el sendero, fotografía, bañarse.	Guía local
	15:00-17:00	Playa primer puerto de la amazonía Realizar actividades recreativas, enterarse en la arena, hacer figuras de arena, escribir en la arena, jugar con la pelota, bañarse.	Guía local
	17:00	Despedida	Guía local

**Realizado por:** Alvarado Natali, 2019



**Figura 4-4.** Mapa de los Atractivos Culturales

Realizado por: Alvarado Natali, 2019

**Tabla 24-4:** Itinerario de atractivos culturales

DIA	HORA	ATRATIVOS Y ACTIVIDADES	RESPONSABLE
1 Noche	18:00-18:30	Bienvenida y concentración en la comunidad de Sindy	Gente de la localidad
	18:30-19:00	Check in en la cabaña tradicional de la comunidad	Gente de la localidad
	19:00- 20:00	Disfrutar del entretenimiento de la música y danza tradicional.	Gente de la localidad
	20:00-20:30	Compra y venta de artesanías	Gente de la localidad
	20:30-21:30	Cena Degustar de comidas y bebidas tradicionales.	Gente de la localidad
	21:30- 22:00	Ritual chamanismo limpia de mal aire.	Gente de la localidad
	22:00-04:00	Descanso	Gente de la localidad
	04:00-05:00	Transmitir los cuentos, leyendas populares y mitos de la comunidad.	Gente de la localidad

	05:00:06:00	Realizar Ritual waysa upina Beber guayusa e interpretar sueños para la planificación diaria y convivencia intercultural	Gente de la localidad
	06:00	Despedida	Gente de la localidad

Realizado por: Alvarado Natali, 2019

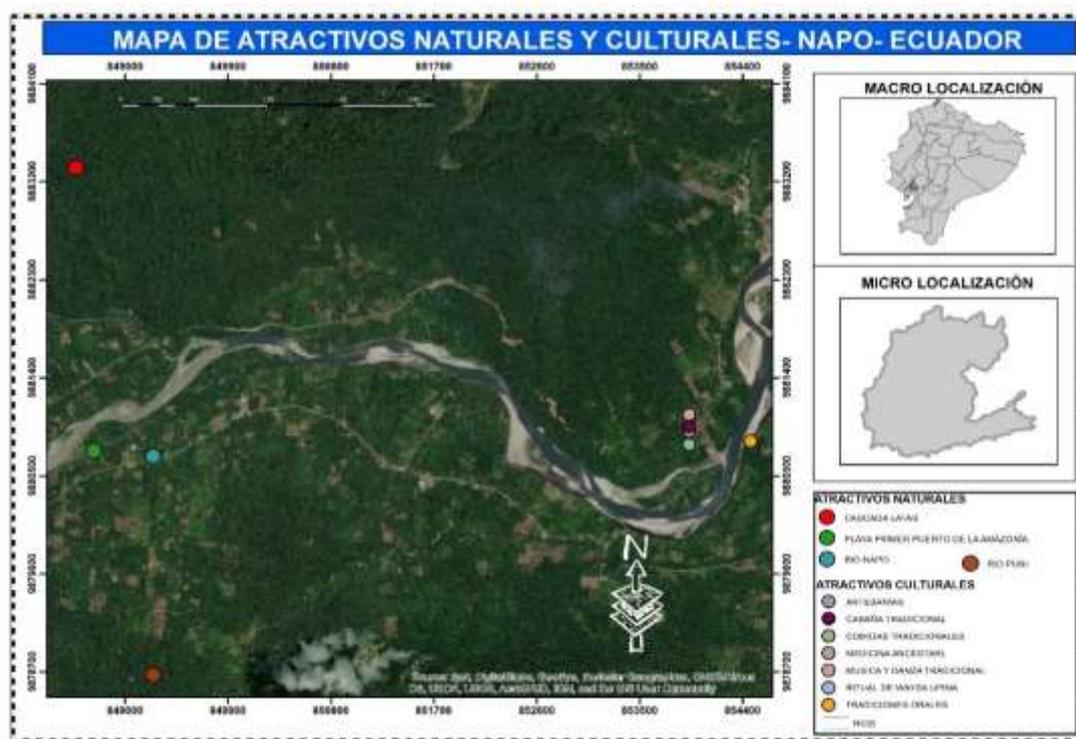


Figura 5-4. Mapa de los Atractivos Naturales y Culturales

Realizado por: Alvarado Natali, 2019

Tabla 25-4: Itinerario de atractivos naturales y culturales

DIA	HORA	ATRATIVOS Y ACTIVIDADES	RESPONSABLE
1	7:30 - 8:00	Bienvenida y concentración de los turistas en el parque de Puerto Napo	Guía local
	8:00-8:30	Desayuno	Guía local
	8:30-11:00	Rafting por el río Napo	Guía especializado
	11:00-11:30	Refrigerio	
	11:30-13:30	Traslado al bosque amazónico Realizar caminata, observación de flora y fauna.	Guía local

	13:30- 14:00	Almuerzo en la comunidad de Latas.	Guía local
	14:00- 15:00	Visitar la cascada Latas Realizar, caminata por el sendero, fotografía, bañarse.	Guía local
	15:00-17:00	Playa primer puerto de la Amazonía Realizar actividades recreativas, enterarse en la arena, hacer figuras de arena, escribir en la arena, jugar con la pelota, bañarse.	Guía local
	17:00	Despedida	Guía local
2  1 Noche	18:00-18:30	Bienvenida y concentración en la comunidad de Sindy.	Gente de la localidad
	18:30-19:00	Check in en la cabaña tradicional de la comunidad	Gente de la localidad
	19:00- 20:00	Disfrutar del entretenimiento de la música y danza tradicional.	Gente de la localidad
	20:00-20:30	Compra y venta de artesanías	Gente de la localidad
	20:30-21:30	Cena Degustar de comidas y bebidas tradicionales.	Gente de la localidad
	21:30- 22:00	Hacer el ritual chamanismo limpia de mal aire.	Gente de la localidad
	22:00-04:00	Descanso	
	04:00-05:00	Transmitir los cuentos, leyendas populares y mitos de la comunidad.	Gente de la localidad
	05:00:06:00	Realizar ritual waysa upina Beber guayusa e interpretar sueños para la planificación diaria y convivencia intercultural	Gente de la localidad
06:00	Despedida	Gente de la localidad	

**Realizado por:** Alvarado Natali, 2019

### 4.3. Factibilidad del producto

#### 4.3.1. Estudio de mercado

##### 4.3.1.1. Análisis de la demanda

##### 4.3.1.2. Segmentación de mercado

Se trabajó con dos segmentos de mercado, turistas nacionales y extranjeros que llegan al cantón Tena, ciudad de Tena.

##### 4.3.1.3. Universo

Se define como universo de estudio el número total de turistas nacionales 317762 y extranjeros 107411 que llegaron a la ciudad de Tena durante el período enero - diciembre del 2018, por cuanto es el único dato estadístico que se tiene de la unidad de turismo y biodiversidad del GAD municipal de Tena.

##### 4.3.1.4. Muestra

El diseño muestral es un muestreo aleatorio simple, que para el cálculo de la muestra se utilizó la fórmula matemática probabilística para las poblaciones finitas que se presenta a continuación:

$$n = \frac{N * p * q}{(N - 1) \left(\frac{e}{z}\right)^2 + p * q}$$

Dónde:

n: Tamaño de la muestra.

N: Universo de estudio.

p: Probabilidad de ocurrencia, equivalente a 0,5

q: Probabilidad de no ocurrencia, equivalente a 0,5

e: Margen de error. (8%)

z: Nivel de confianza, equivalente a 1,750686071

a) Cálculo de la muestra

### Número de encuestas a turistas nacionales

$$n = \frac{317762 * 0,5 * 0,5}{(317762 - 1) \left( \frac{0,08}{1,750686071} \right)^2 + 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{79440,5}{663.7852733}$$

$$n = 119,67$$

$$n = 120 \quad \text{Encuestas}$$

### Número de encuestas para turistas extranjeros

$$n = \frac{107411 * 0,5 * 0,5}{(107411 - 1) \left( \frac{0,08}{1,750686071} \right)^2 + 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{26852,75}{224.5390843}$$

$$n = 119.59$$

$$n = 120 \quad \text{Encuestas}$$

#### 4.3.1.5. Técnica e instrumento

Se utilizó la técnica de la encuesta dirigida a turistas nacionales 120 encuestas y extranjeros 120 utilizando como instrumento el cuestionario que estuvo elaborado en dos idiomas, inglés y español para poder garantizar el levantamiento de la información.

#### 4.3.1.6. Análisis de los resultados del estudio de la demanda

Para obtener los resultados de las encuestas se usó el paquete informático SPSS 2017 2.0

Los datos obtenidos se presentan en tablas y figuras con su respectivo análisis.

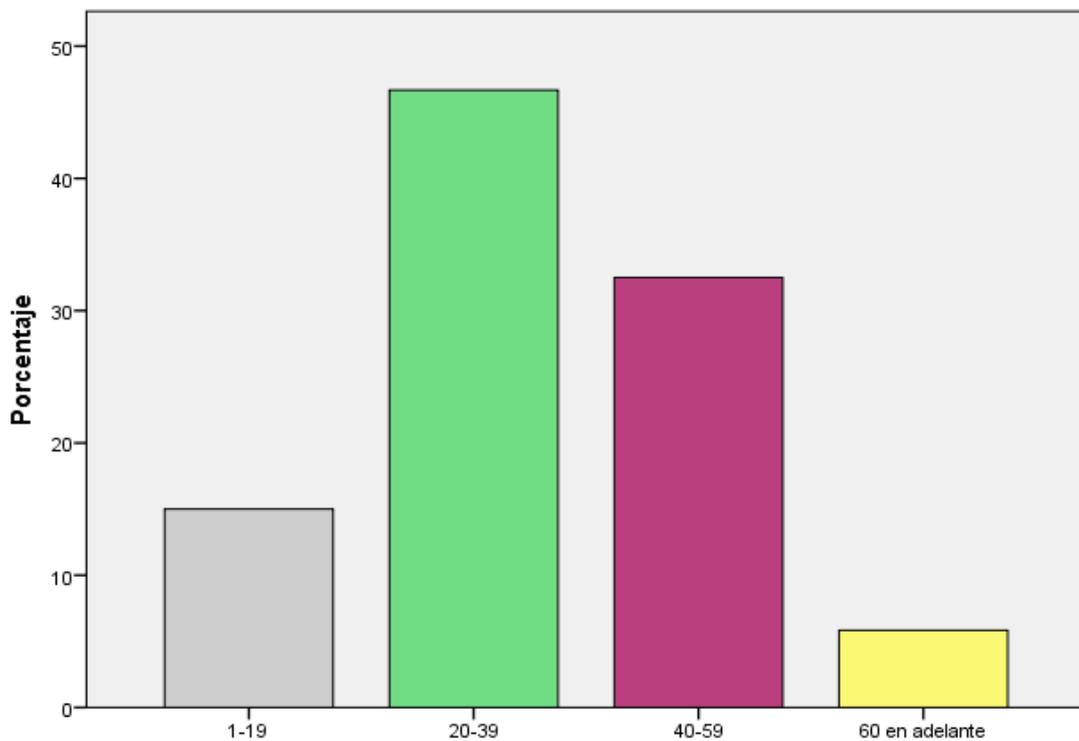
#### 4.3.1.7. Resultados de las encuestas realizadas a turistas nacionales

i. Edad

**Tabla 26-4:** Edad de turistas nacionales

Variable	Frecuencia	Porcentaje
1-19	18	15
20-39	56	47
40-59	39	33
60 en adelante	7	6
Total	120	100

Realizado por: Alvarado Natali, 2019



**Gráfico 2-4.** Edad de turistas nacionales

Realizado por: Alvarado Natali, 2019

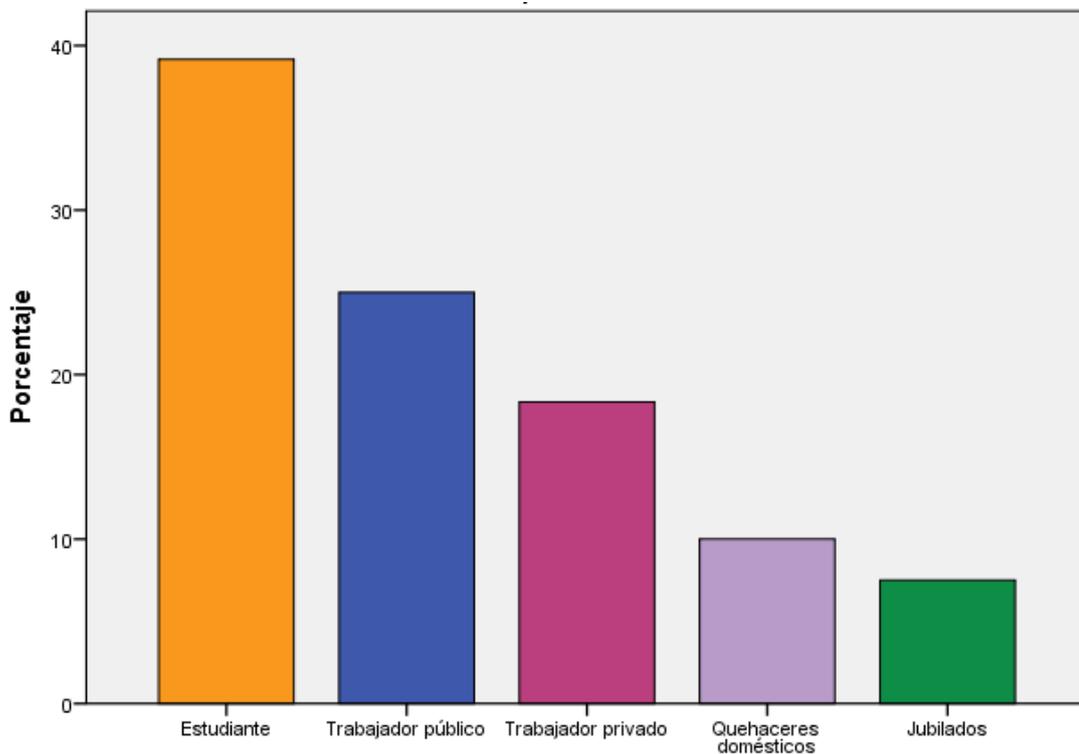
Los turistas nacionales comprenden en su mayoría entre las edades de 20 a 39 años con el 47%, seguido de 40 a 59 años con el 33%, lo que significa que son jóvenes y adultos quienes realizan turismo, por lo tanto, el producto deberá estar dirigido hacia este tipo de demanda.

ii. Ocupación

**Tabla 27-4:** Ocupación

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Estudiante	47	39
Trabajador público	30	25
Trabajador privado	22	18
Quehaceres domésticos	12	10
Jubilados	9	8
<b>Total</b>	<b>120</b>	<b>100</b>

Realizado por: Alvarado Natali, 2019



**Gráfico 3-4.** Ocupación

Realizado por: Alvarado Natali, 2019

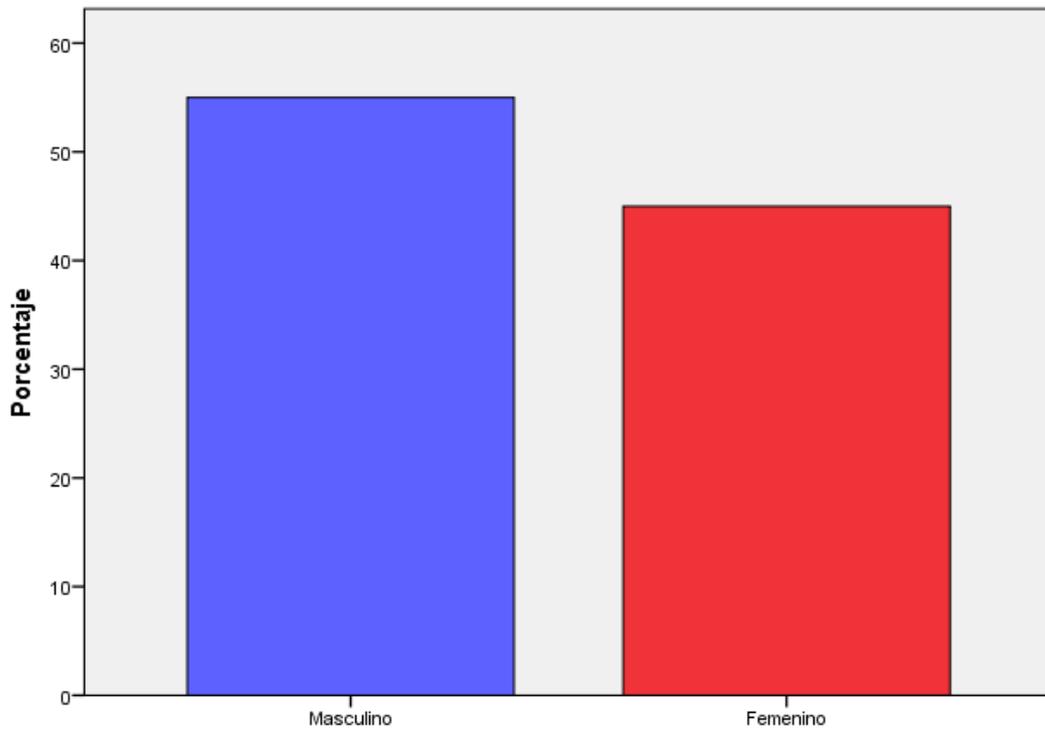
Respecto a la ocupación de la demanda, el 39% son estudiantes, seguido del 25% que laboran en el sector público, el 18% forma parte del sector privado. Esta información muestra que es un segmento de visitantes con solvencia económica, lo cual con capacidad de gasto y oportunidad de viajar.

iii. Género

**Tabla 28-4:** Género

Variable	Frecuencia	Porcentaje válido
Masculino	66	55
Femenino	54	45
<b>Total</b>	120	100

Realizado por: Alvarado Natali, 2019



**Gráfico 4-4.** Género

Realizado por: Alvarado Natali, 2019

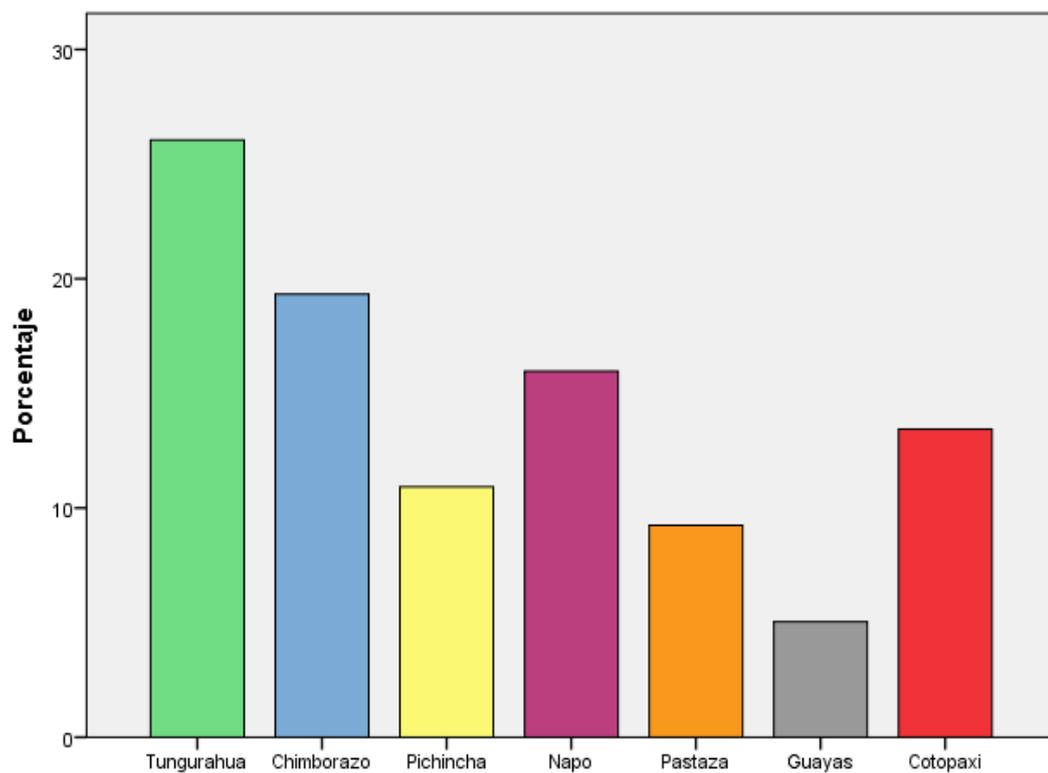
El 55% de la demanda pertenecen al género masculino y el 45% representa al género femenino debido a los resultados que se obtuvieron, se observa que existe una predominancia del género masculino, sin embargo, cualquier producto turístico que genere la parroquia debe ser orientado para los dos géneros.

iv. Procedencia

**Tabla 29-4:** Procedencia

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Tungurahua	31	26
Chimborazo	24	19
Pichincha	13	11
Napo	19	16
Pastaza	11	9
Guayas	6	5
Cotopaxi	16	13
<b>Total</b>	<b>120</b>	<b>100</b>

Realizado por: Alvarado Natali, 2019



**Gráfico 5-4.** Procedencia

Realizado por: Alvarado Natali, 2019

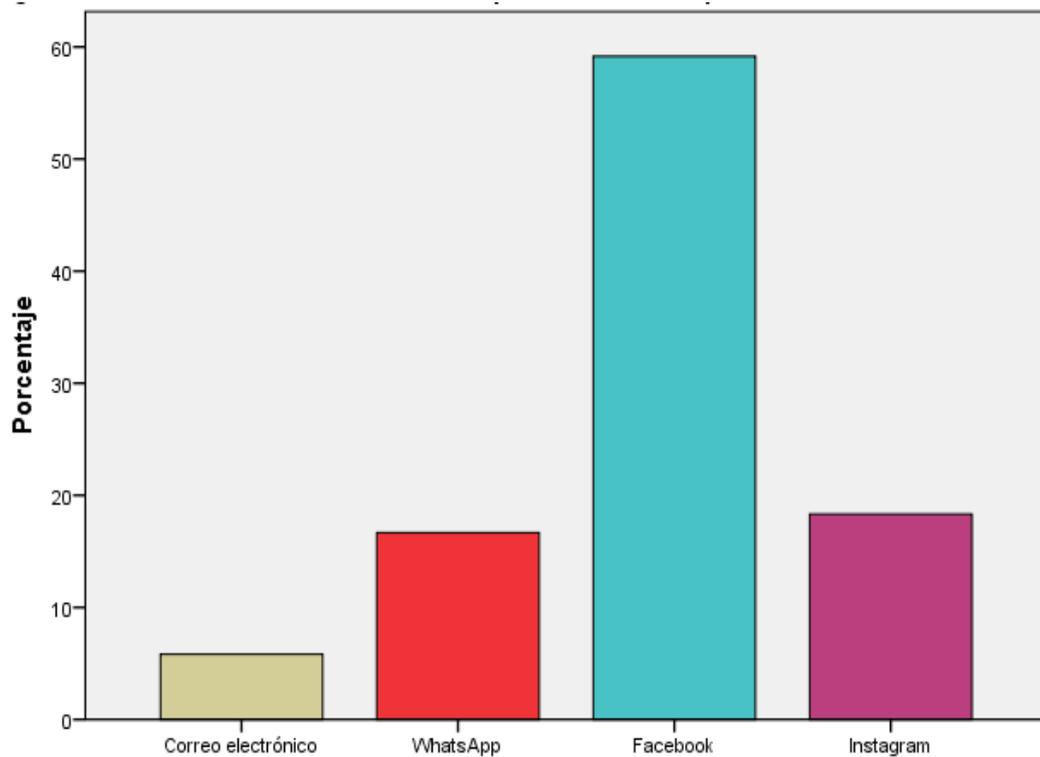
Las provincias representativas de donde provienen esta demanda son con un 26% de la provincia de Tungurahua, el 19% proceden de la provincia de Chimborazo, el 16% de la provincia de Napo, el 13% de la provincia de Cotopaxi y el 11% de Pichincha, lo cual esta información determina el mercado potencial al cual debe estar dirigido las acciones con respecto a la nueva oferta.

v. Medios de comunicación

**Tabla 30-4:** Medios de comunicación

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Correo electrónico	7	6
WhatsApp	20	17
Facebook	71	59
Instagram	22	18
Total	120	100

Realizado por: Alvarado Natali, 2019



**Gráfico 6-4.** Medios de comunicación

Realizado por: Alvarado Natali, 2019

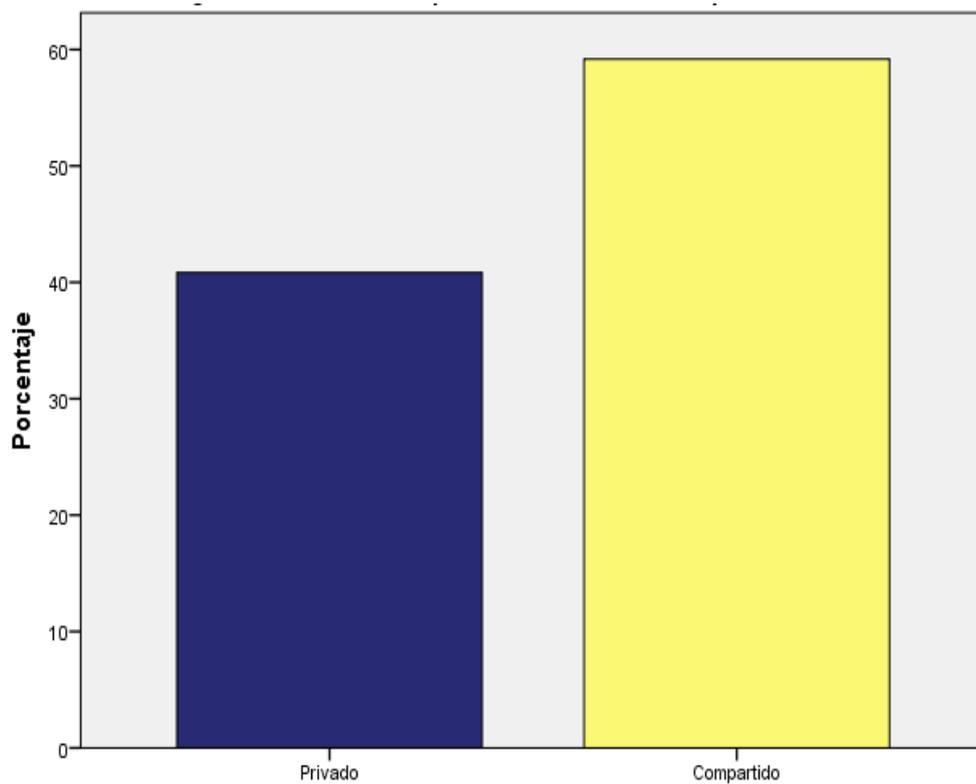
Existe una alta tendencia en el uso de red social de Facebook con un 59%, el 18% por Instagram y el 17% por WhatsApp. La promoción y publicidad de la oferta turística debe estar encaminada a usar este tipo de red social para su extensa cobertura.

vi. Tipo de transporte

**Tabla 31-4:** Tipo de transporte

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Privado	49	41
Compartido	71	59
Total	120	100

Realizado por: Alvarado Natali, 2019



**Gráfico 7-4.** Tipo de transporte

Realizado por: Alvarado Natali, 2019

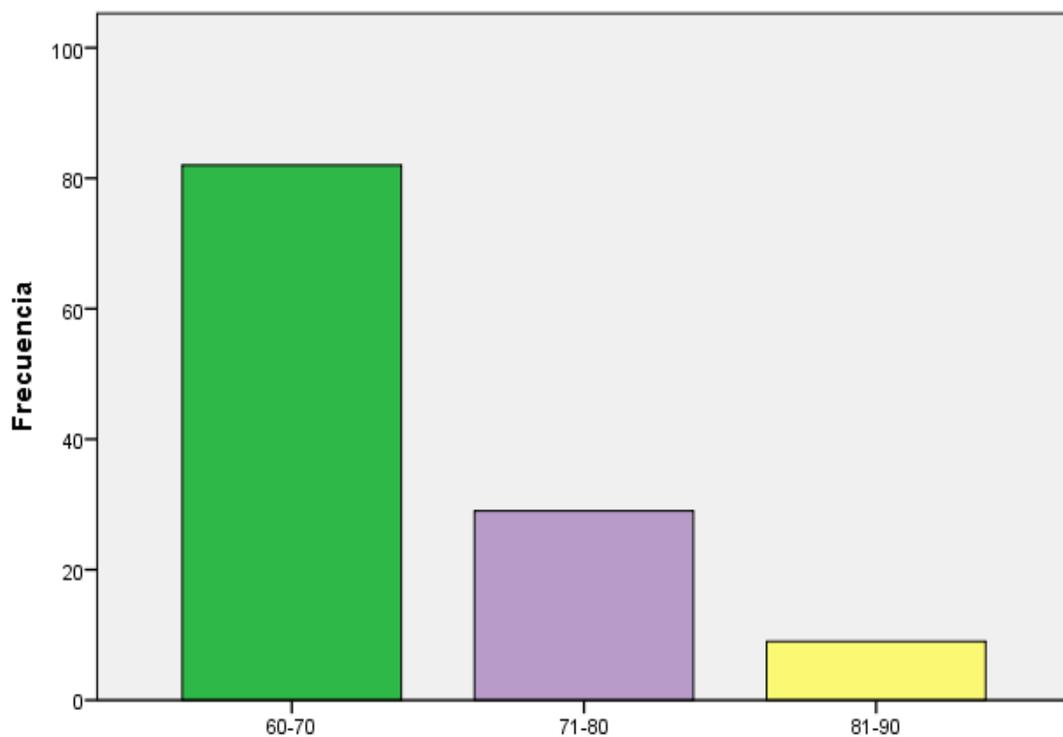
Con un 59% del turista nacional tiene preferencia viajar en transporte compartido y el 41% viaja en transporte privado.

vii. Gasto diario por estancia

**Tabla 32-4:** Gasto diario por estancia

Variable	Frecuencia	Porcentaje
60-70	82	68
71-80	29	24
81-90	9	8
<b>Total</b>	<b>120</b>	<b>100</b>

Realizado por: Alvarado Natali, 2019



**Gráfico 8-4.** Gasto diario por estancia

Realizado por: Alvarado Natali, 2019

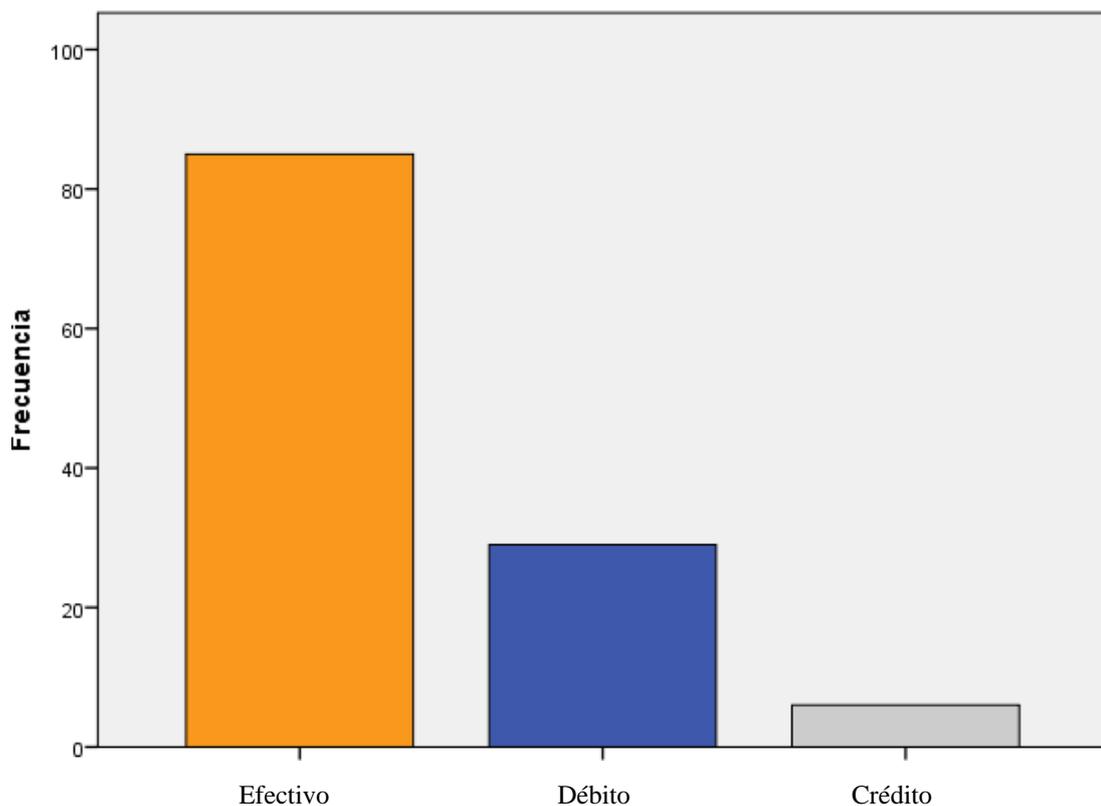
En lo que respecta al gasto por día, el 68% de la demanda indica que gasta un promedio de 60 - 70 dólares, el 24% entre 71 - 80 dólares por día, y el 8% de 81 a 90 dólares, esto ayuda a poder determinar el precio que tendrá el producto turístico que debe relacionarse con el gasto por día por persona.

viii. Forma de pago

**Tabla 33-4:** Forma de pago

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Efectivo	85	71
Tarjeta de débito	29	24
Tarjeta de crédito	6	5
<b>Total</b>	<b>120</b>	<b>100</b>

Realizado por: Alvarado Natali, 2019



**Gráfico 9-4.** Forma de pago

Realizado por: Alvarado Natali, 2019

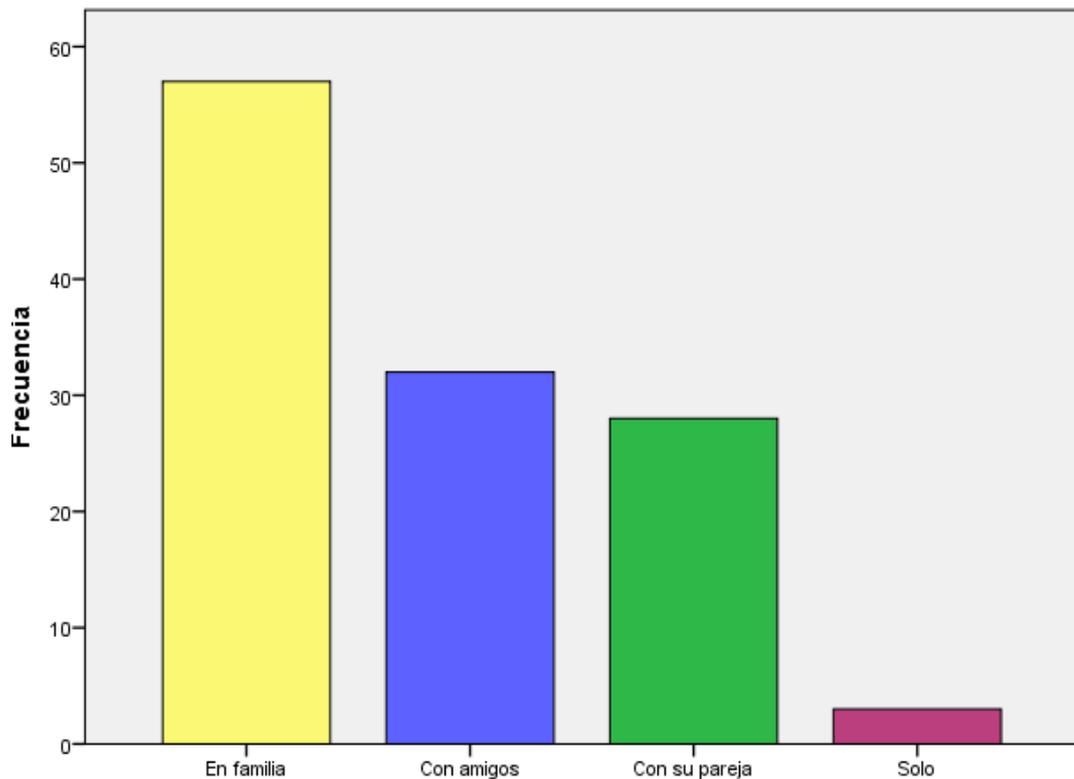
El 71% de la demanda se inclina por el sistema de pago en efectivo, seguido del 24% que prefiere el pago con tarjeta de débito, esta información se complementa con la preferencia por tener como servicio complementario el cajero automático

ix. Acompañamiento de viaje

**Tabla 34-4:** Acompañamiento de viaje

Variable	Frecuencia	Porcentaje
En familia	57	48
Con amigos	32	27
Con su pareja	28	23
Solo	3	2
<b>Total</b>	<b>120</b>	<b>100</b>

Realizado por: Alvarado Natali, 2019



**Gráfico 10-4.** Acompañamiento de viaje

Realizado por: Alvarado Natali, 2019

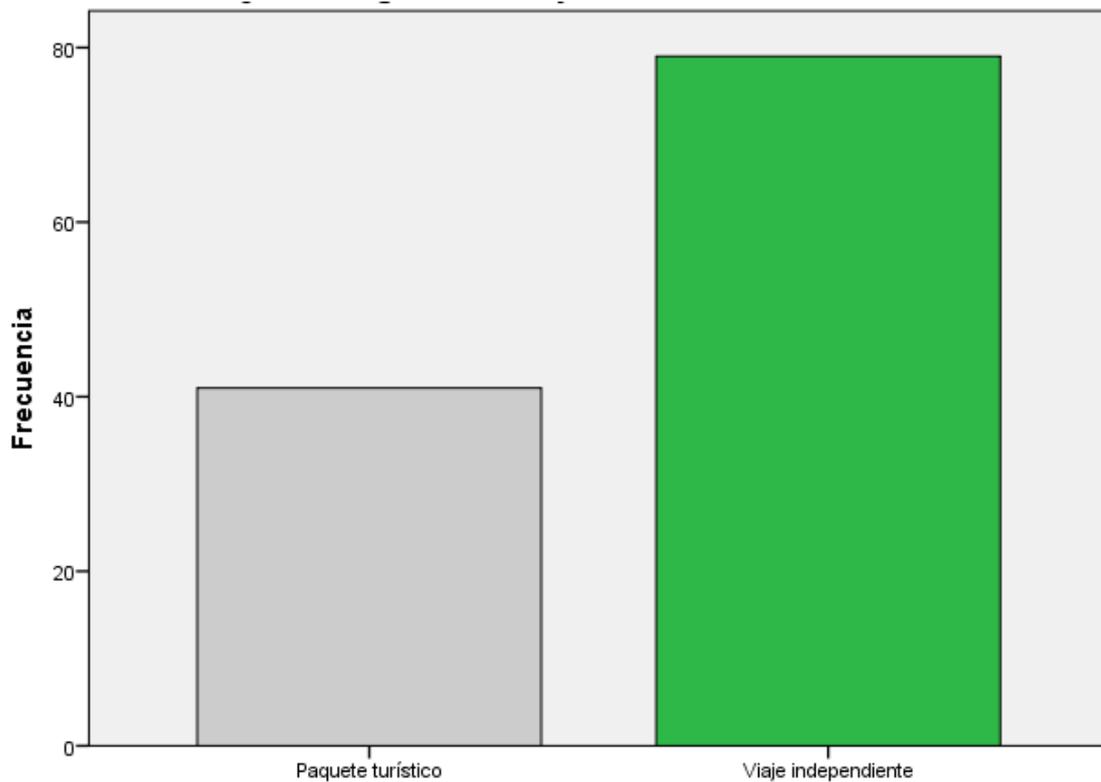
Al momento de realizar estos tipos de viajes los turistas prefieren viajar en familia con grupo de entre 5-8 integrantes con el 48%, el 27% con amigos de entre 3- 10 integrantes y en pareja el 24%. Estos resultados permitirán planificar el diseño del producto turístico.

x. Organización de viajes

**Tabla 35-4:** Organización de viajes

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Paquete turístico	41	34
Viaje independiente	79	66
Total	120	100

Realizado por: Alvarado Natali, 2019



**Gráfico 11-4.** Organización de viajes

Realizado por: Alvarado Natali, 2019

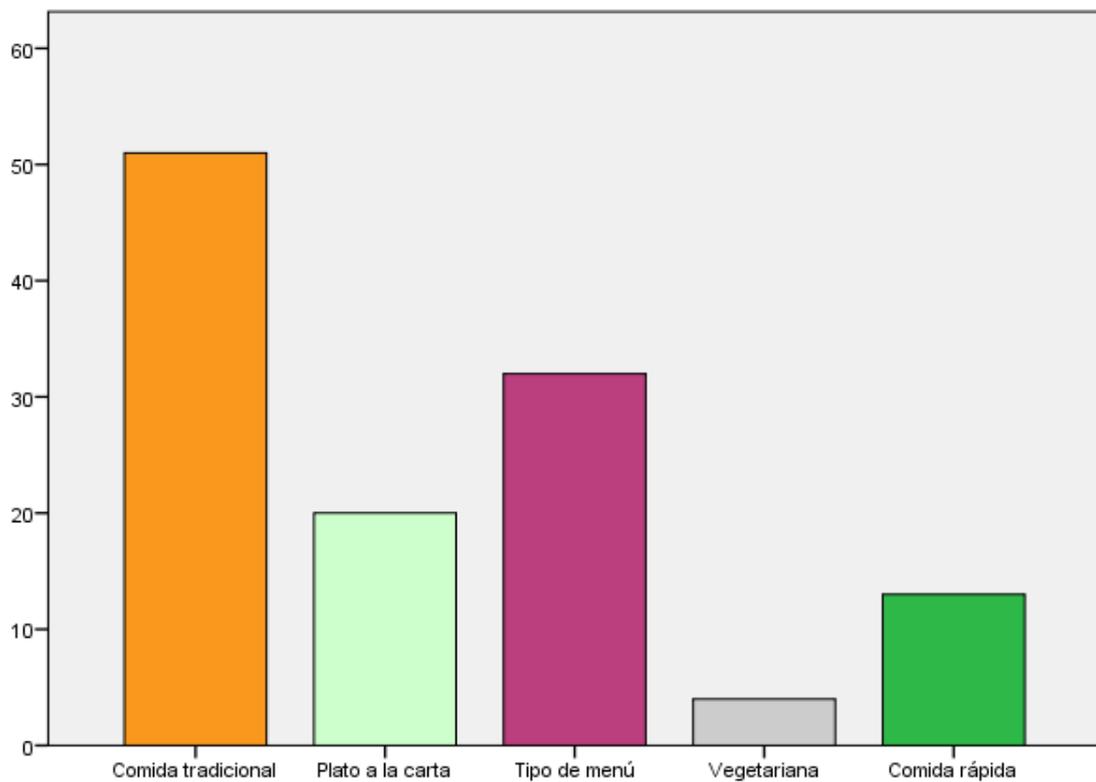
La demanda encuestada menciona que se organizan mediante viajes independientes 66% y mientras que un 34% realiza su viaje a través de paquetes turísticos.

xi. Tipo de alimentación

**Tabla 36-4:** Tipo de alimentación

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Comida tradicional	51	43
Plato a la carta	20	16
Tipo de menú	32	27
Vegetariana	4	3
Comida rápida	13	11
Total	120	100

Realizado por: Alvarado Natali, 2019



**Gráfico 12-4.** Tipo de alimentación

Realizado por: Alvarado Natali, 2019

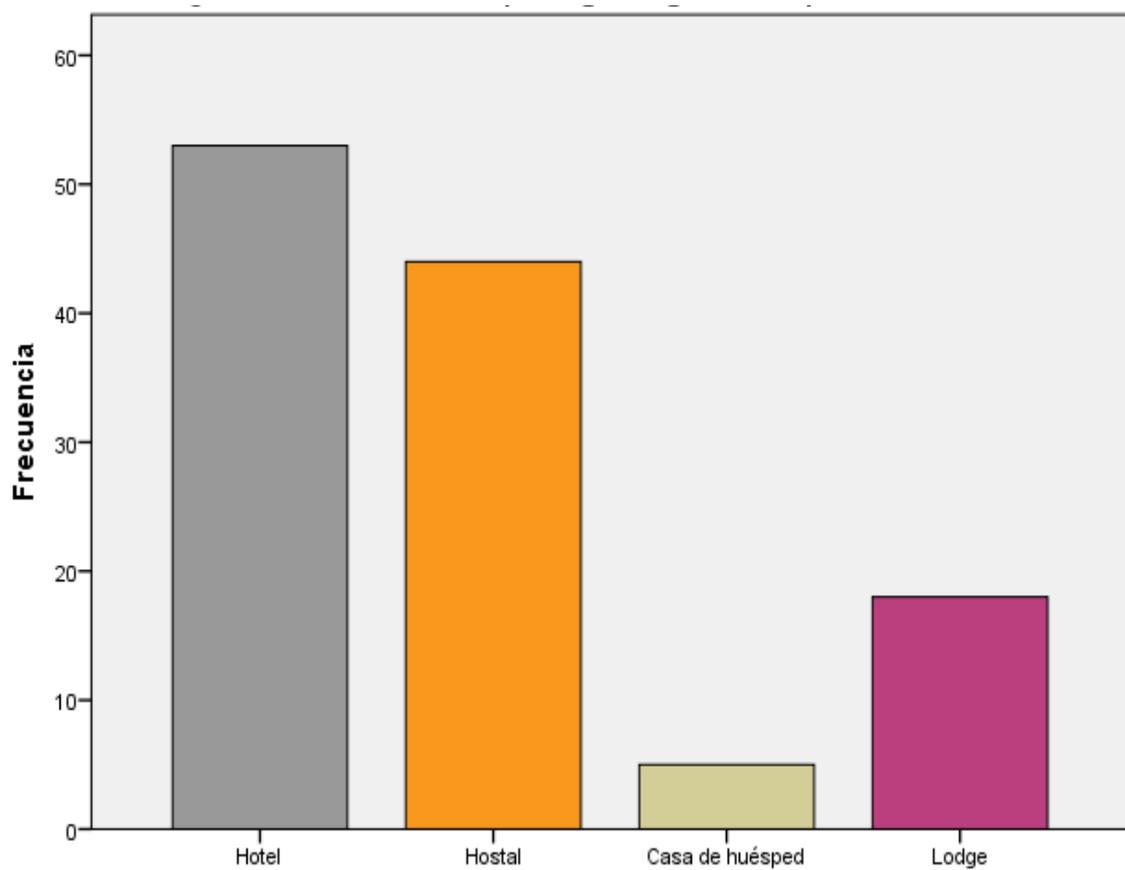
Mencionan un 43% que les gustaría degustar de comidas tradicionales, un 27% de tipo menú, el 16% de plato a la carta y en un mínimo de 3% la comida vegetariana.

xii. Gusto al momento de hospedarse

**Tabla 37-4:** Gusto al momento de hospedarse

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Hotel	53	44
Hostal	44	37
Casa de huésped	5	4
Lodge	18	15
Total	120	100

Realizado por: Alvarado Natali, 2019



**Gráfico 13-4.** Gusto al momento de hospedarse

Realizado por: Alvarado Natali, 2019

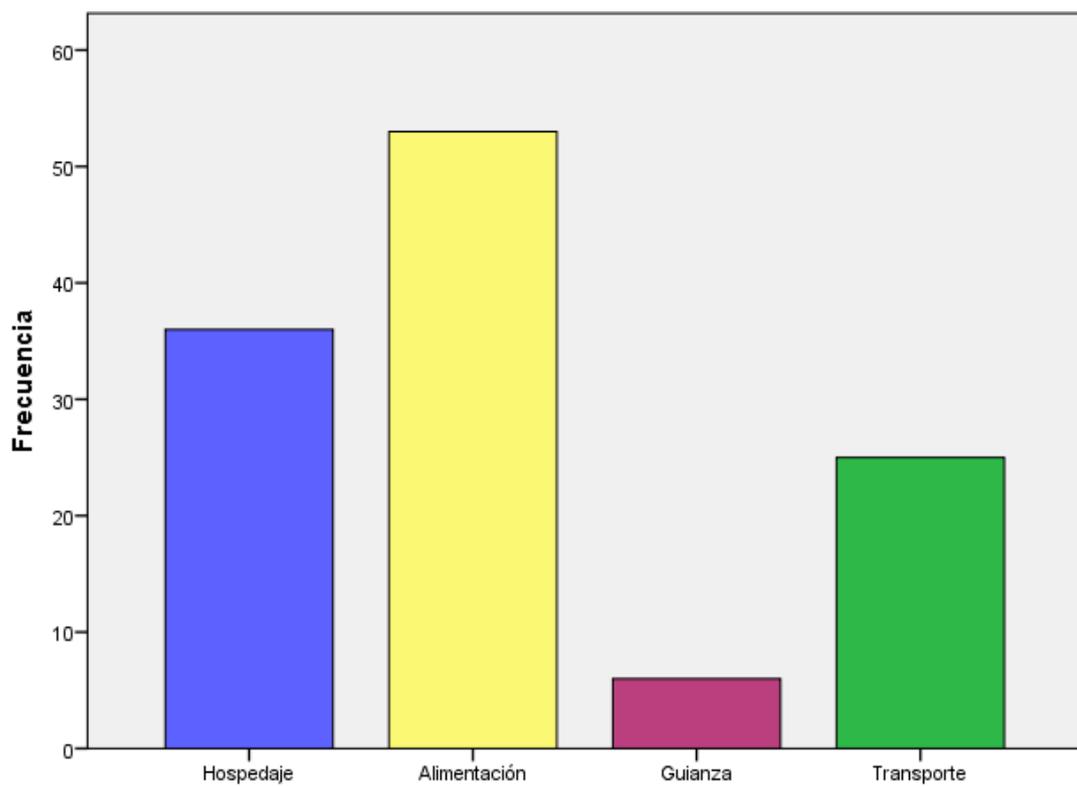
Mencionan el gusto al momento de hospedarse, en hotel el 44%, hostal el 37%, lodge el 15% y un 4% menciona en casa de huésped.

xiii. Servicios que ocupa

**Tabla 38-4:** Servicios que ocupa

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Hospedaje	36	30
Alimentación	53	44
Guianza	6	5
Transporte	25	21
Total	120	100

Realizado por: Alvarado Natali, 2019



**Gráfico 14-4.** Servicios que ocupa

Realizado por: Alvarado Natali, 2019

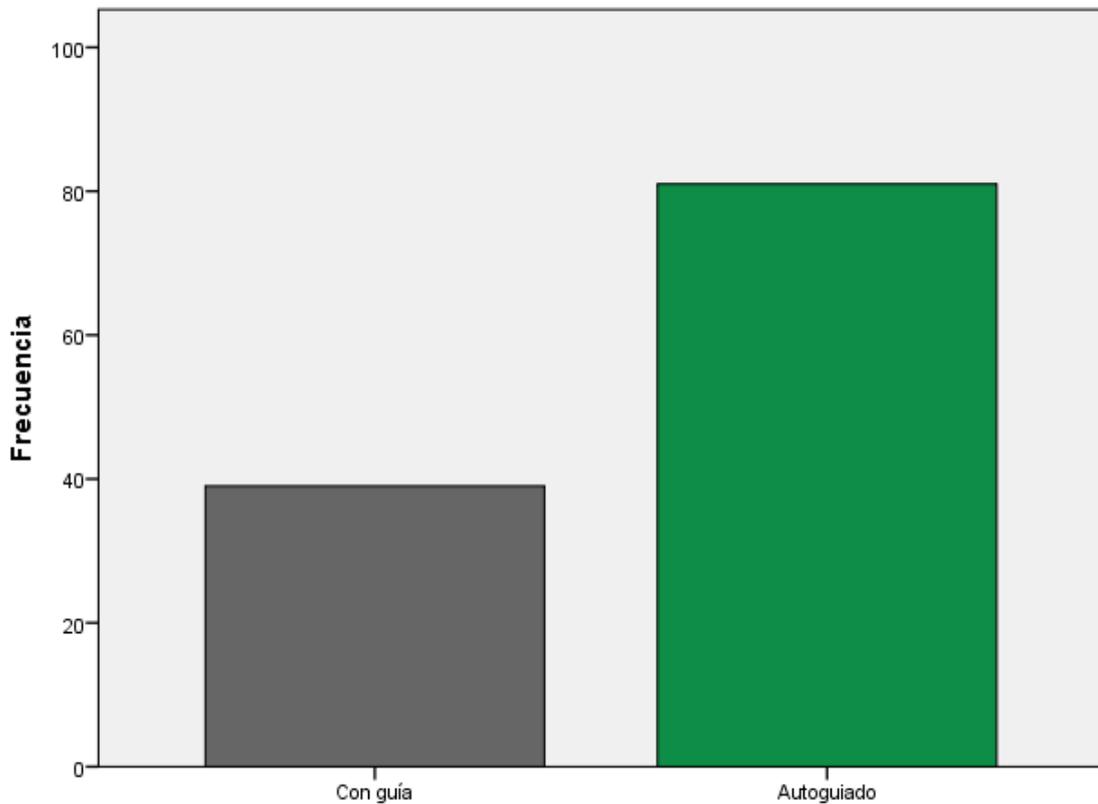
La demanda encuestada menciona que los servicios que ocupa mediante sus viajes, el 44% en alimentación, en hospedaje el 30%, en transporte el 21% y un 5% menciona guianza.

xiv. Gusto del recorrido

**Tabla 39-4:** Gusto del recorrido

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Con guía	39	32
Autoguiado	81	68
<b>Total</b>	<b>120</b>	<b>100</b>

Realizado por: Alvarado Natali, 2019



**Gráfico 15-4.** Gusto del recorrido

Realizado por: Alvarado Natali, 2019

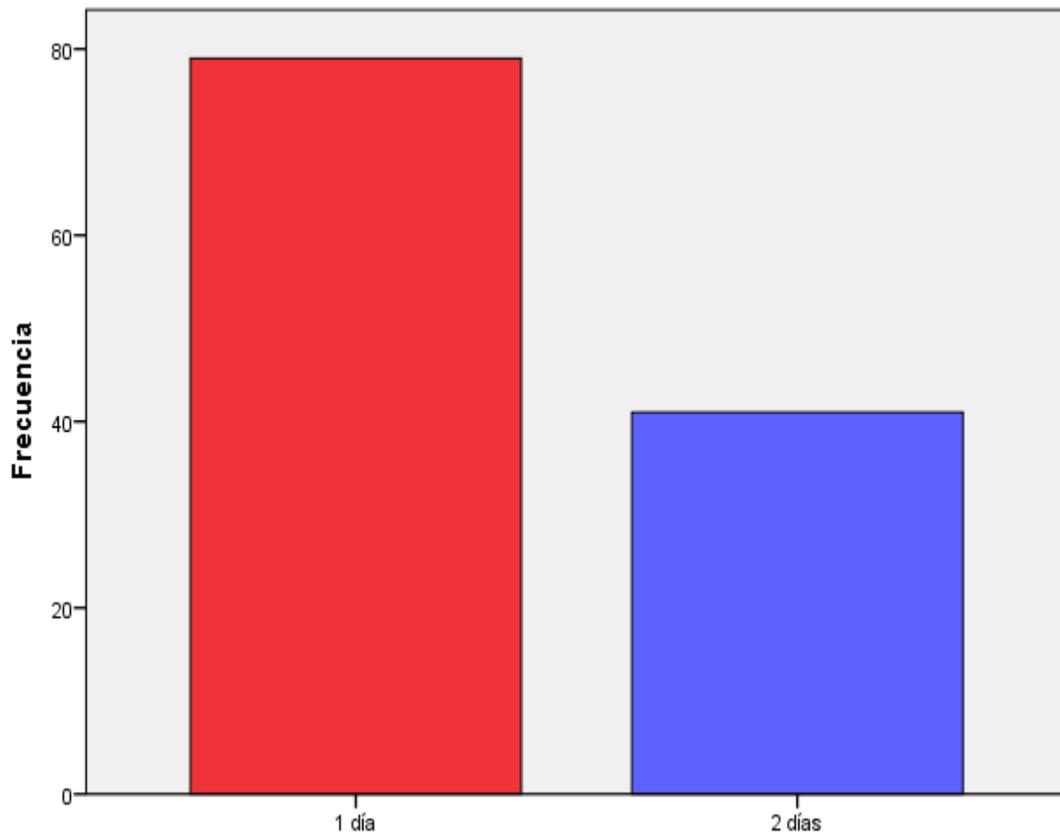
La demanda encuestada menciona que prefieren que el recorrido sea autoguiado el 68%, mientras que el 32% prefieren que sea con guía. Estos datos orientada a establecer acciones que tiendan a mejorar la prestación de servicios turísticos.

xv. Días de permanencia

**Tabla 40-4:** Días de permanencia

Variable	Frecuencia	Porcentaje
1 día	79	66
2 días	41	34
Total	120	100

Realizado por: Alvarado Natali, 2019



**Gráfico 16-4.** Días de permanencia

Realizado por: Alvarado Natali, 2019

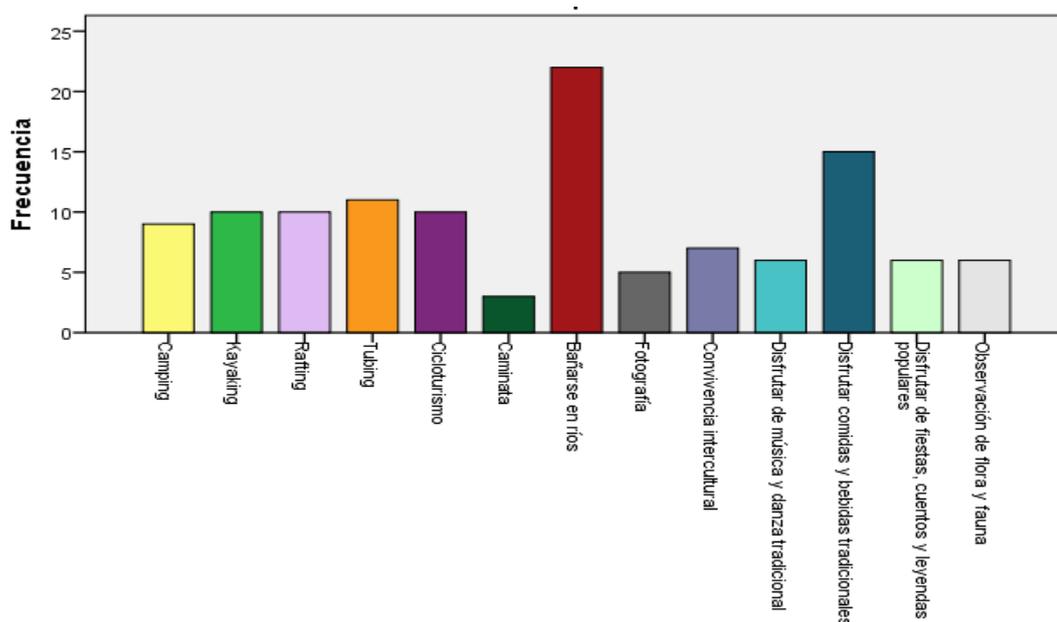
Al 66% les gustaría permanecer 1 día en la parroquia con la finalidad de realizar actividades turísticas, y el 34% le gustaría quedarse por 2 días, esta información sirve para poder establecer el tiempo y tipo de actividades que se acoplen a la disponibilidad de los turistas.

xvi. Actividades a realizar

**Tabla 41-4:** Actividades a realizar

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Camping	9	8
Kayaking	10	8
Rafting	10	8
Tubing	11	9
Cicloturismo	10	8
Caminata	3	3
Bañarse en ríos	22	18
Fotografía	5	4
Convivencia intercultural	7	6
Disfrutar de música y danza tradicional	6	5
Disfrutar comidas y bebidas tradicionales	15	13
Disfrutar de fiestas, cuentos y leyendas populares	6	5
Observación de flora y fauna	6	5
<b>Total</b>	<b>120</b>	<b>100</b>

Realizado por: Alvarado Natali, 2019



**Gráfico 17-4.** Actividades dispuestas a realizar

Realizado por: Alvarado Natali, 2019

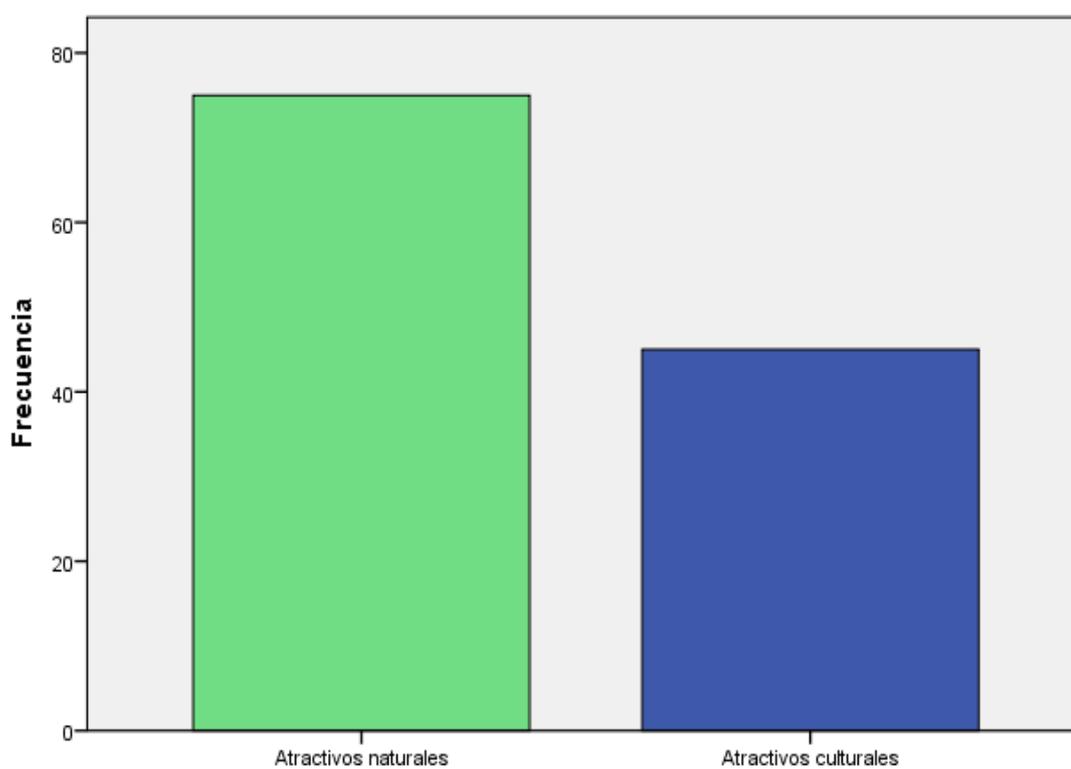
Mencionan las actividades que les gustaría realizar, un 18% bañarse en ríos, disfrutar de comidas y bebidas tradicionales el 13%, el 9% tubing, el 8% camping, kayaking, rafting, y cicloturismo, 6% convivencia cultural, 5% disfrutar músicas y danza tradicional, disfrutar de cuentos y leyendas populares, observación de flora y fauna y el 4% fotografía y caminata.

xvii. Preferencia de los atractivos

**Tabla 42-4:** Preferencia de los atractivos

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Atractivos naturales	75	62
Atractivos culturales	45	38
<b>Total</b>	120	100

Realizado por: Alvarado Natali, 2019



**Gráfico 18-4.** Preferencia de los atractivos

Realizado por: Alvarado Natali, 2019

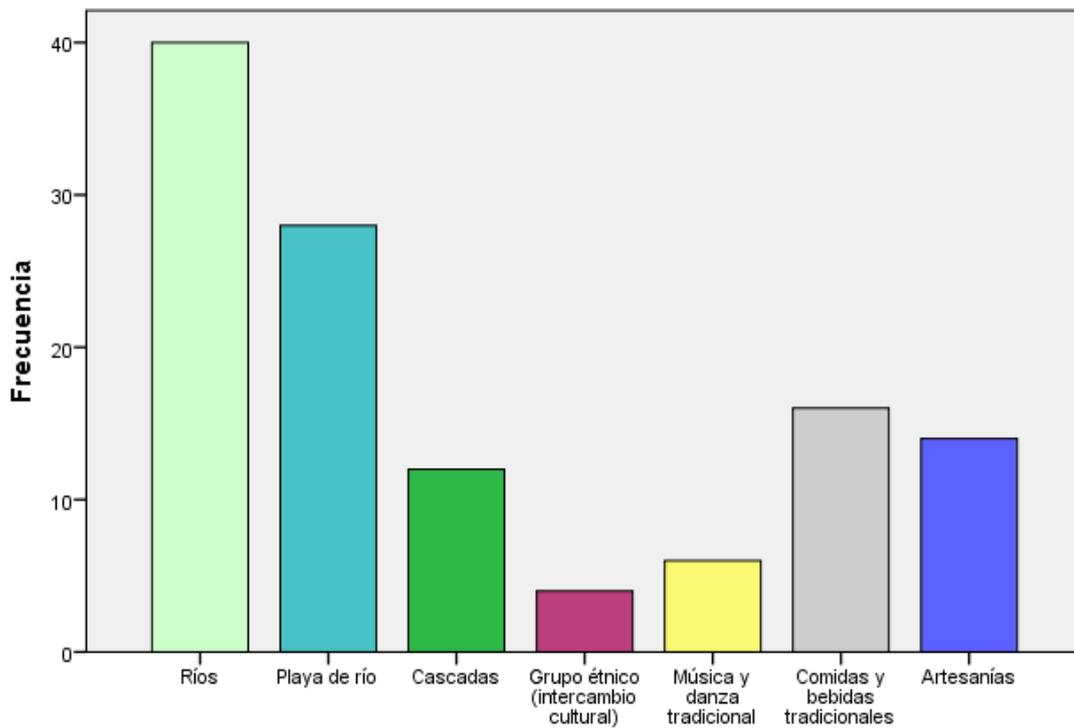
La demanda menciona que prefieren visitar los atractivos naturales un 62% y el 38% menciona que prefieren los atractivos culturales.

xviii. Gusto del atractivo

**Tabla 43-4:** Gusto del atractivo

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Ríos	40	34
Playa de río	28	23
Cascadas	12	10
Grupo étnico (intercambio cultural)	4	3
Música y danza tradicional	6	5
Comidas y bebidas tradicionales	16	13
Artesanías	14	12
Total	120	100

Realizado por: Alvarado Natali, 2019



**Gráfico 19-4.** Gusto del atractivo

Realizado por: Alvarado Natali, 2019

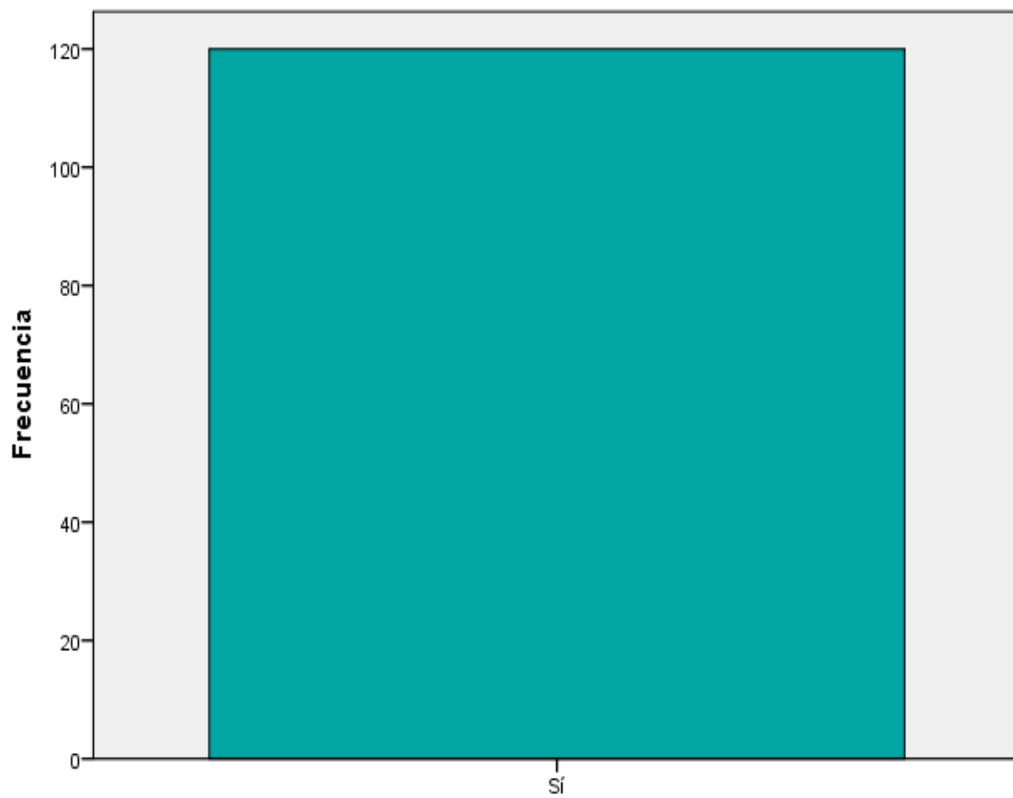
La demanda encuestada menciona que les gustaría visitar los atractivos, el 34% ríos, el 25% en playa de río, comidas y bebidas tradicionales el 13%, artesanías un 12%, cascada 10%, música y danza tradicional un 5%, y el intercambio cultural un 3%.

xix. Gusto de visitar la parroquia

**Tabla 44-4:** Gusto de visitar la parroquia

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Sí	120	100
<b>Total</b>	<b>120</b>	<b>100</b>

Realizado por: Alvarado Natali, 2019



**Gráfico 20-4.** Gusto de visitar la parroquia

Realizado por: Alvarado Natali, 2019

El 100% de la demanda encuestada están interesados en visitar la parroquia de Puerto Napo.

## xx. Perfil del turista nacional

Siendo la mayoría de la demanda con edades comprendidas entre 20 - 30 años (47%), estando la mayor parte estudiantes (39%) y trabajadores del sector público (21%), habiendo en su mayoría hombres (55%), provenientes de diferentes provincias del país como Tungurahua (26%), Chimborazo (19%), Napo (16%) y Cotopaxi (13%).

Existe una alta tendencia en el uso de red social de Facebook (59%), por ser este el sistema más utilizado para poder informarse.

La demanda indica que gasta un promedio de 60 -70 dólares (68%) por persona /día, al momento de realizar estos tipos de viajes, se inclina por el sistema de pago en efectivo (71%), prefieren realizar sus viajes acompañados de su familia (48%) con grupo entre 5-8 integrantes, lo organizan mediante viajes independientes (66%), el tipo de alimentación que degustan es de comida tradicional (43%), al momento de hospedarse prefieren el hotel (44%), ocupan mediante sus viajes el servicio de alimentación (44%), eligen que el recorrido sea autoguiado (68%), estarían dispuestos a destinar 1 día (66%) en la parroquia, desean realizar actividades turísticas como bañarse en ríos (18%), disfrutar de comidas y bebidas tradicionales (13%), les gustan los atractivos naturales (62%), siendo así ríos (34%) y playa de río (25%), mismos que están interesados en visitar la parroquia Puerto Napo (100%).

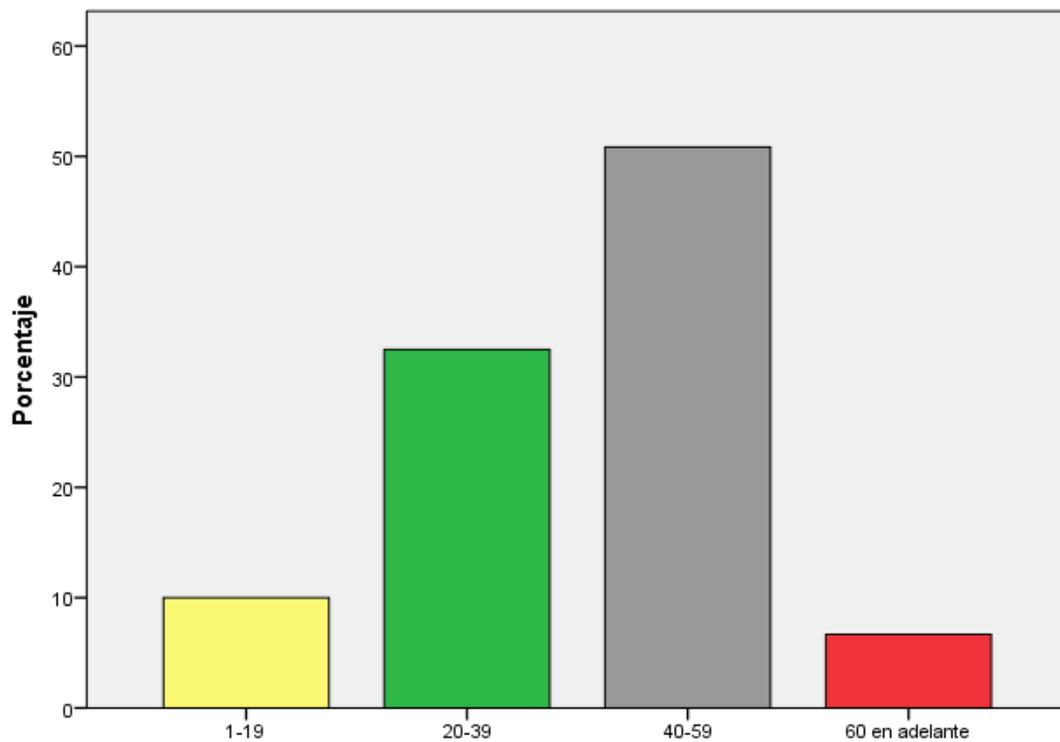
#### 4.3.1.8. Tabulación de encuesta de turistas extranjeros

i. Edad.

**Tabla 45-4:** Edad

Variable	Frecuencia	Porcentaje
1-19	12	10
20-39	39	33
40-59	61	50
60 en adelante	8	7
<b>Total</b>	<b>120</b>	<b>100</b>

Realizado por: Alvarado Natali, 2019



**Gráfico 21-4.** Edad

Realizado por: Alvarado Natali, 2019

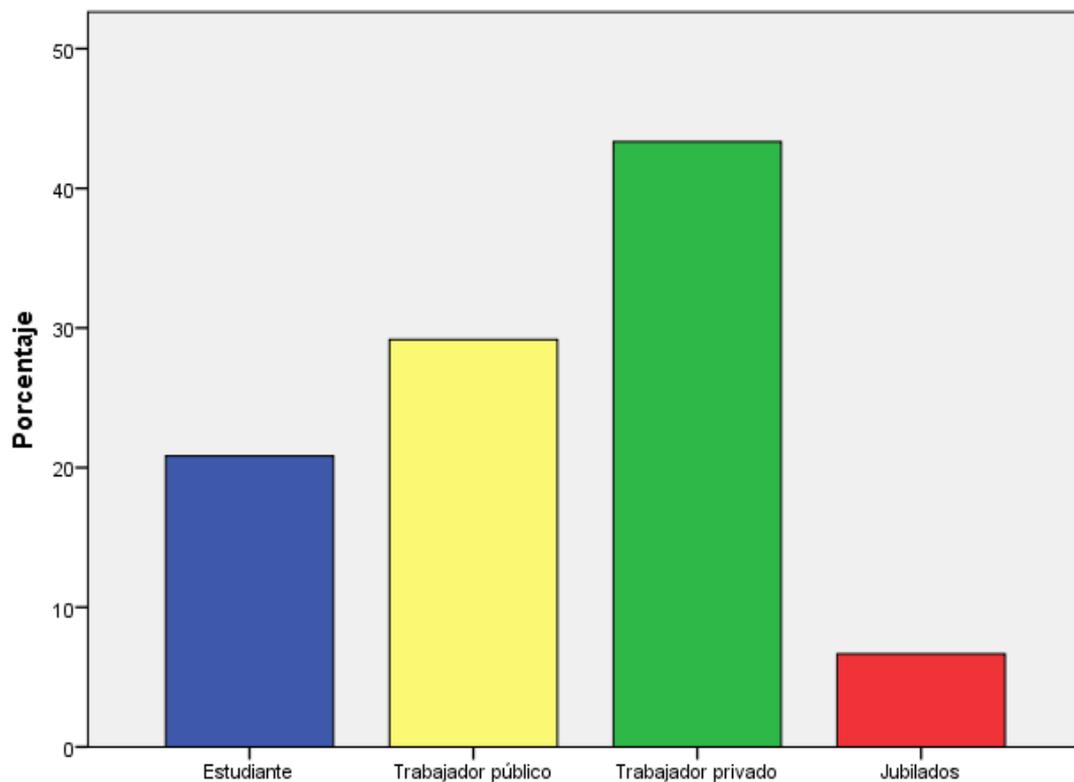
Los turistas extranjeros comprenden en su mayoría entre las edades de 40-59 años con el 50%, seguido de 20-39 años con el 33%, lo que significa que son jóvenes quienes realizan turismo, por lo tanto, el producto deberá estar dirigido hacia este tipo de demanda.

## ii. Ocupación

**Tabla 46-4:** Ocupación

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Estudiante	25	21
Trabajador público	35	29
Trabajador privado	52	43
Jubilados	8	7
<b>Total</b>	<b>120</b>	<b>100</b>

Realizado por: Alvarado Natali, 2019



**Gráfico 22-4.** Ocupación

Realizado por: Alvarado Natali, 2019

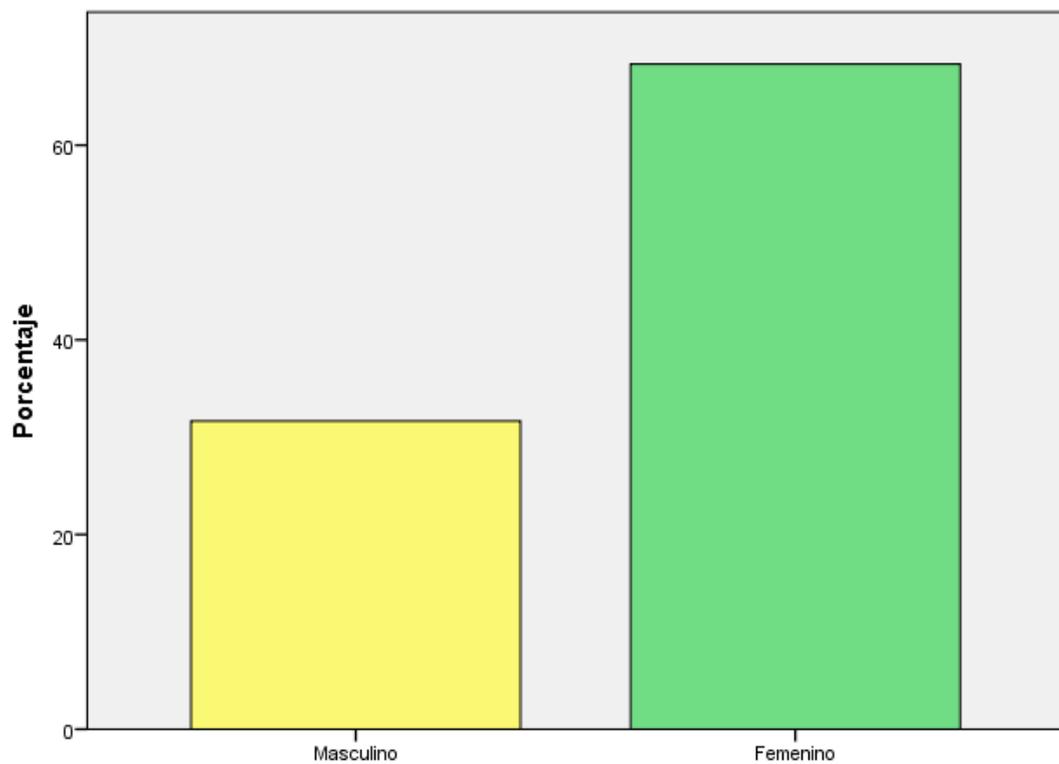
Respecto a la ocupación de la demanda extranjera, el 43% forma parte del sector privado, el 29% laboran en el sector público y el 21% son estudiantes. Esta información muestra que es un segmento de visitantes con solvencia económica, lo cual con capacidad de gasto y oportunidad de viajar.

iii. Género

**Tabla 47-4:** Género

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	38	31
Femenino	82	68
Total	120	100

Realizado por: Alvarado Natali, 2019



**Gráfico 23-4.** Género

Realizado por: Alvarado Natali, 2019

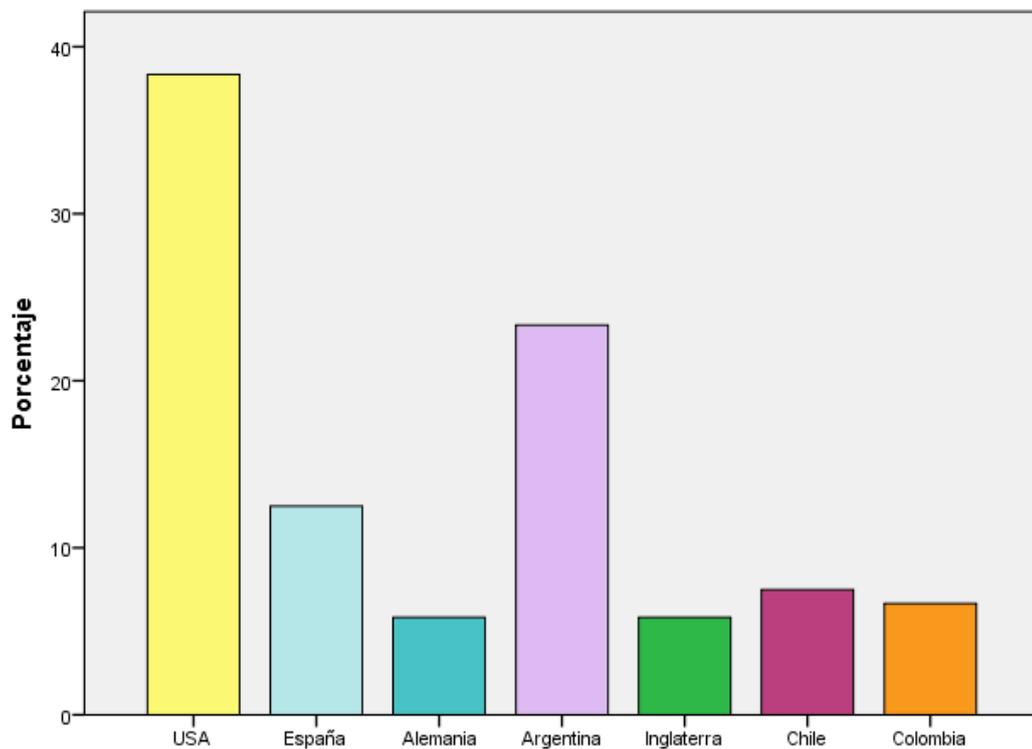
El 68% de la demanda extranjera pertenecen al género femenino y el 31% representa al género masculino debido a los resultados que se obtuvieron, se observa que existe una predominancia del género femenino, sin embargo, cualquier producto turístico que genere la parroquia debe ser orientado para los dos géneros.

iv. Procedencia

**Tabla 48-4:** Procedencia

Variable	Frecuencia	Porcentaje
USA	46	38
España	15	13
Alemania	7	6
Argentina	28	23
Inglaterra	7	6
Chile	9	7
Colombia	8	6
Total	120	100

Realizado por: Alvarado Natali, 2019



**Gráfico 24-4.** Procedencia

Realizado por: Alvarado Natali, 2019

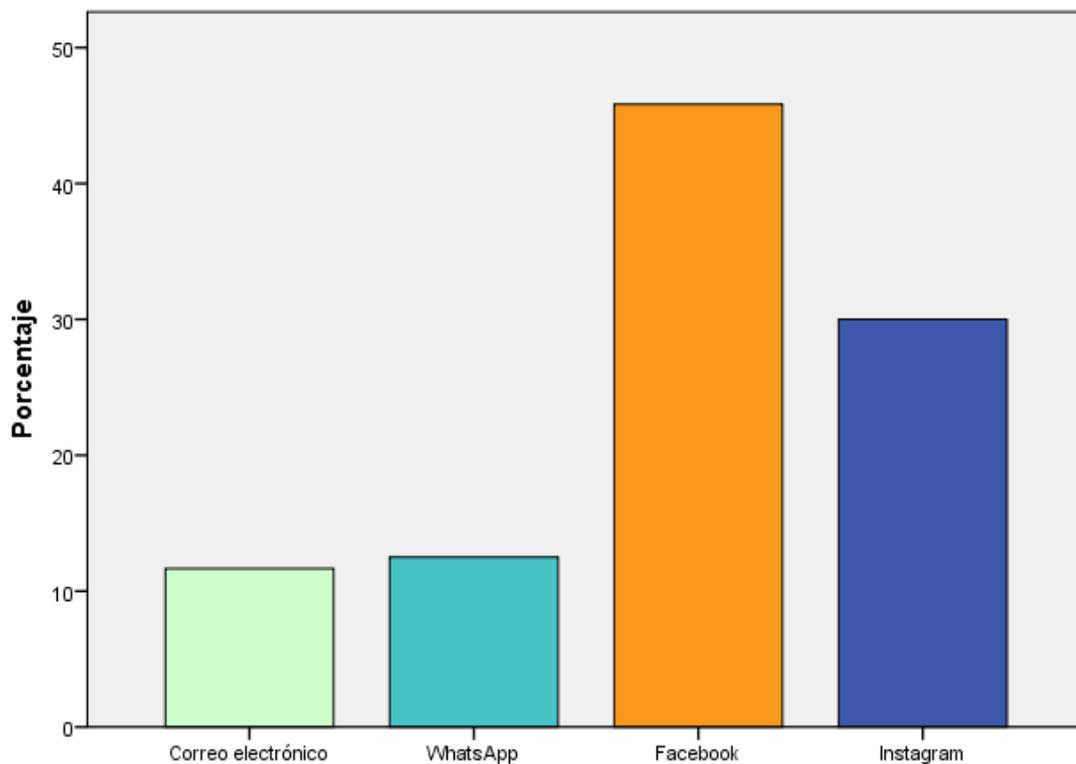
Los países de donde proceden la demanda extranjera son con un 38% de Estados Unidos, el 23% proceden de Argentina, el 13% de España, un 7% de Chile y el 6% conforman los países de Alemania, Inglaterra y Colombia, lo cual esta información determina a los mercados potenciales al cual deben estar dirigido las acciones con respecto a la nueva oferta.

v. Medios de comunicación

**Tabla 49-4:** Medios de comunicación

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Correo electrónico	14	11
WhatsApp	15	12
Facebook	55	47
Instagram	36	30
Total	120	100

Realizado por: Alvarado Natali, 2019



**Gráfico 25-4.** Medios de comunicación

Realizado por: Alvarado Natali, 2019

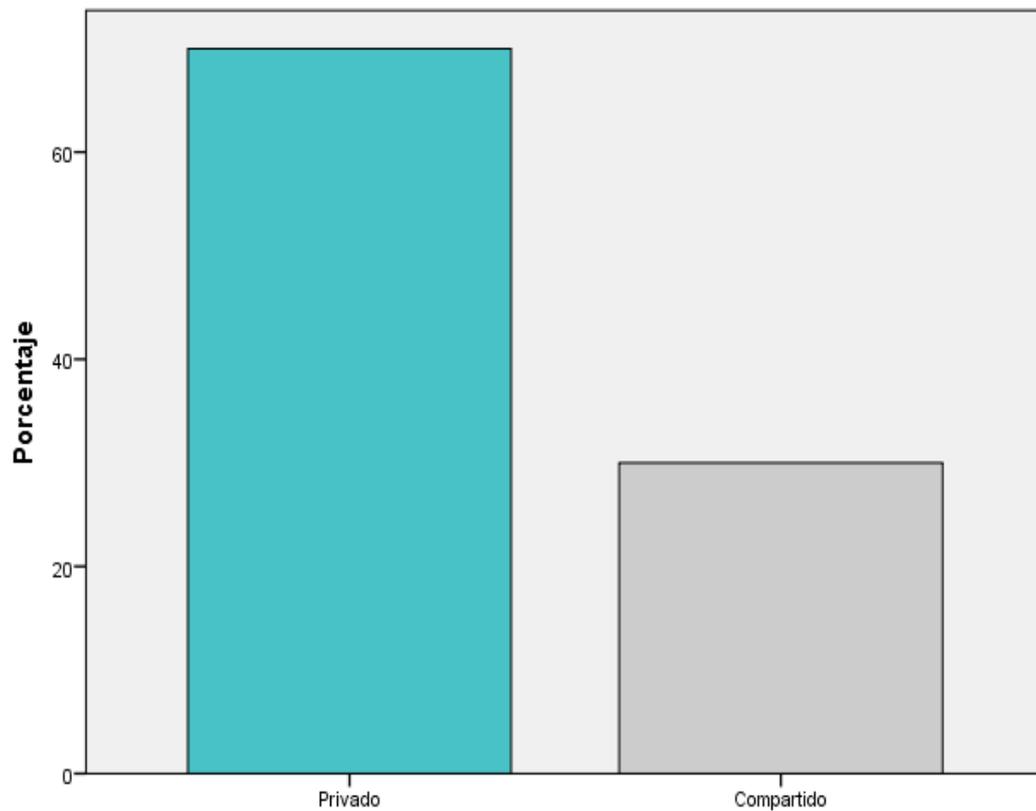
Existe una alta tendencia en el uso de red social de Facebook con un 47%, el 30% por Instagram el 12% por WhatsApp y el 11% por correo electrónico. La promoción y publicidad de la oferta turística debe estar encaminada a usar el tipo de red social que sea más utilizada para su extensa cobertura.

vi. Tipo de transporte

**Tabla 50-4:** Tipo de transporte

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Privado	84	70
Compartido	36	30
Total	120	100

Realizado por: Alvarado Natali, 2019



**Gráfico 26-4.** Tipo de transporte

Realizado por: Alvarado Natali, 2019

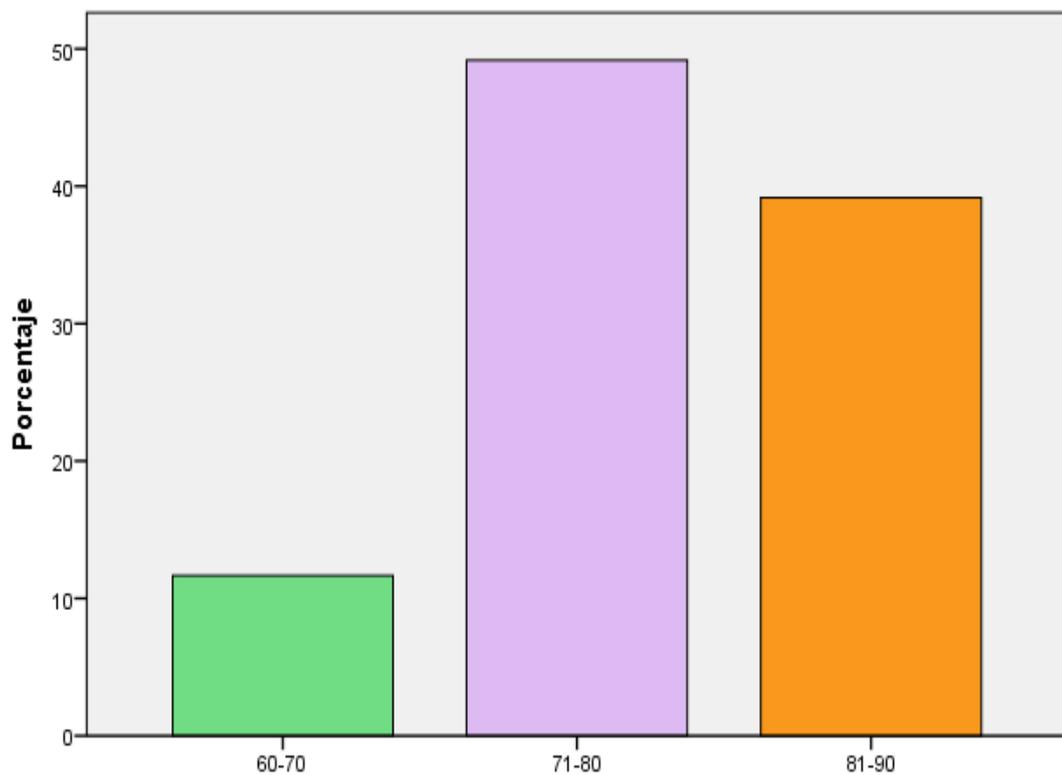
Con un 70% del turista nacional tiene preferencia viajar en transporte privado y el 30% viaja en transporte compartido.

vii. Gasto diario por estancia

**Tabla 51-4:** Gasto diario por estancia

Variable	Frecuencia	Porcentaje
60-70	14	12
71-80	59	49
81-90	47	39
Total	120	100

**Realizado por:** Alvarado Natali, 2019



**Gráfico 27-4.** Gasto diario por estancia

**Realizado por:** Alvarado Natali, 2019

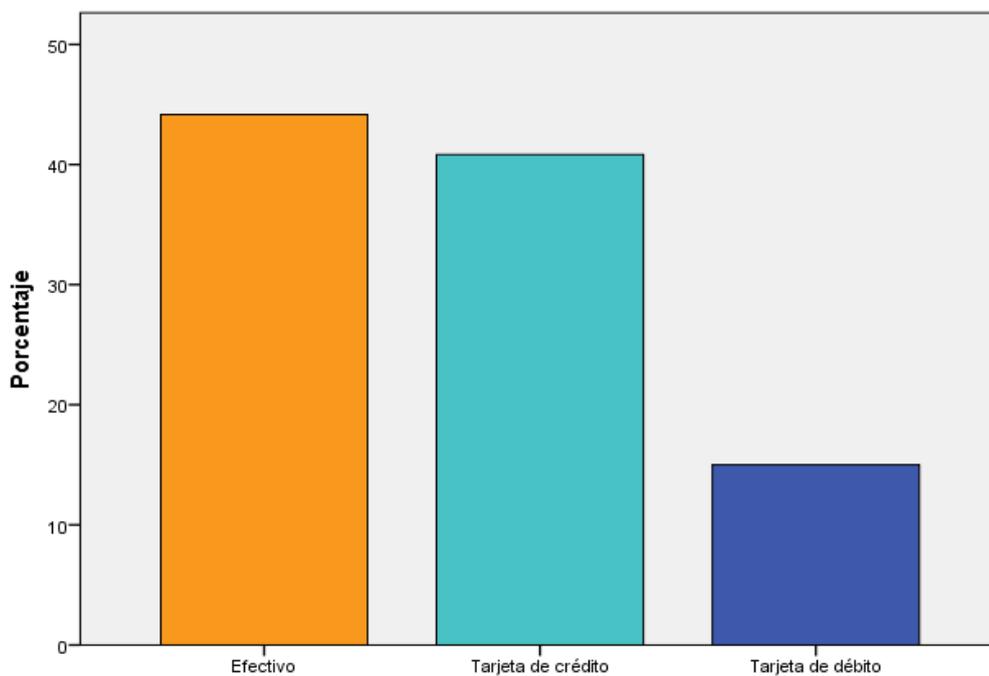
En lo que respecta al gasto por día, el 49% de la demanda extranjera indica que gasta un promedio de 71-80 dólares, el 39% entre 81- 90 dólares por día, y el 12% de 60 a 70 dólares, esto ayuda a poder determinar el precio que tendrá el producto turístico que debe relacionarse con el gasto por día por persona.

viii. Forma de pago

**Tabla 52-4:** Forma de pago

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Efectivo	53	44
Tarjeta de crédito	49	41
Tarjeta de débito	18	15
Total	120	100

**Realizado por:** Alvarado Natali, 2019



**Gráfico 28-4.** Forma de pago

**Realizado por:** Alvarado Natali, 2019

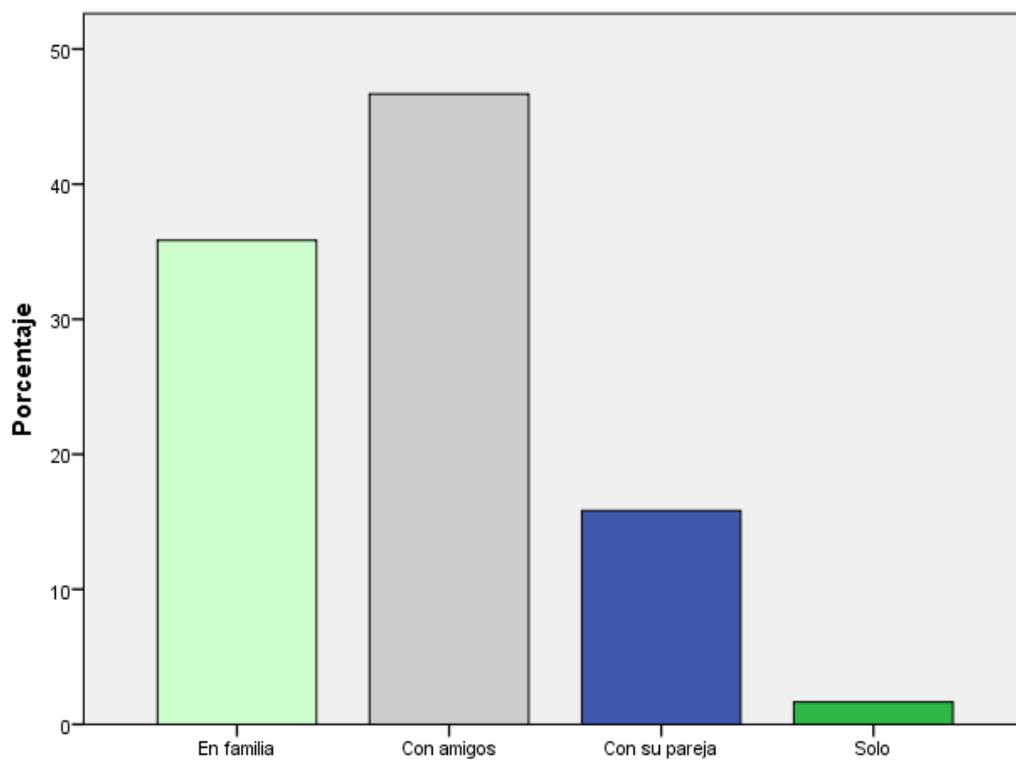
El 44% de la demanda extranjera se inclina por el sistema de pago en efectivo, seguido del 41% que prefiere el pago con tarjeta de crédito y un 15% paga con tarjeta de débito, esta información se complementa con la preferencia por tener como servicio complementario el cajero automático

ix. Acompañamiento de viaje

**Tabla 53-4:** Acompañamiento de viaje

Variable	Frecuencia	Porcentaje
En familia	43	36
Con amigos	56	47
Con su pareja	19	16
Solo	2	1
Total	120	100

Realizado por: Alvarado Natali, 2019



**Gráfico 29-4.** Acompañamiento de viaje

Realizado por: Alvarado Natali, 2019

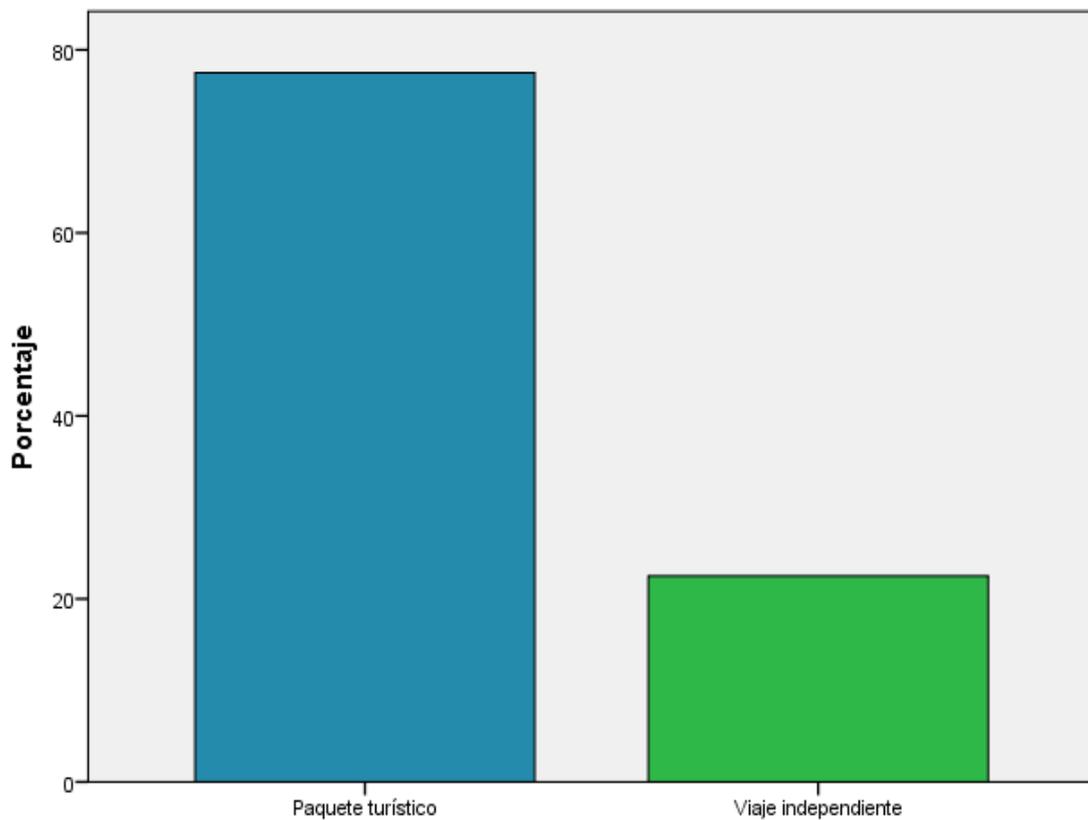
Al momento de realizar estos tipos de viajes los turistas extranjeros prefieren viajar con amigos en grupo de entre 4-8 integrantes con el 48%, el 36% en familia de entre 3- 6 integrantes y en pareja el 16%. Estos resultados permitirán planificar el diseño del producto turístico.

x. Organización de viajes

**Tabla 54-4:** Organización de viajes

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Paquete turístico	93	77
Viaje independiente	27	23
Total	120	100

**Realizado por:** Alvarado Natali, 2019



**Gráfico 30-4.** Organización de viajes

**Realizado por:** Alvarado Natali, 2019

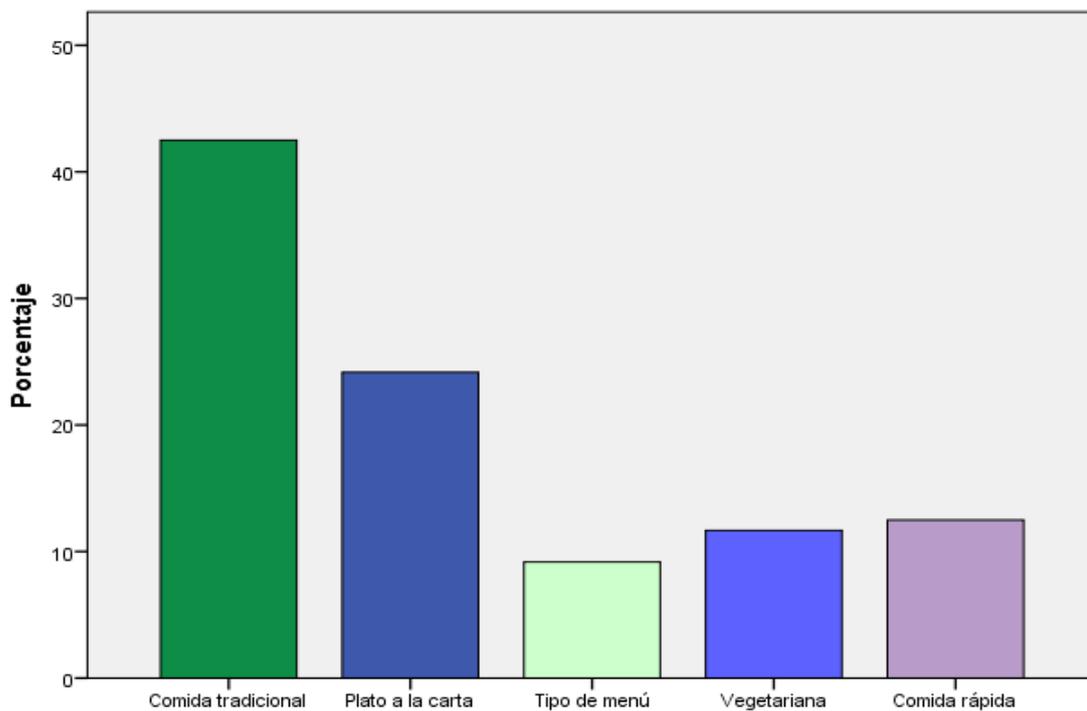
La demanda encuestada menciona que se organizan mediante paquetes turísticos 77% y mientras que un 23% realizan viajes independientes.

xi. Tipo de alimentación

**Tabla 55-4:** Tipo de alimentación

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Comida tradicional	51	42
Plato a la carta	29	24
Tipo de menú	11	9
Vegetariana	14	12
Comida rápida	15	13
Total	120	100

Realizado por: Alvarado Natali, 2019



**Gráfico 31-4.** Tipo de alimentación

Realizado por: Alvarado Natali, 2019

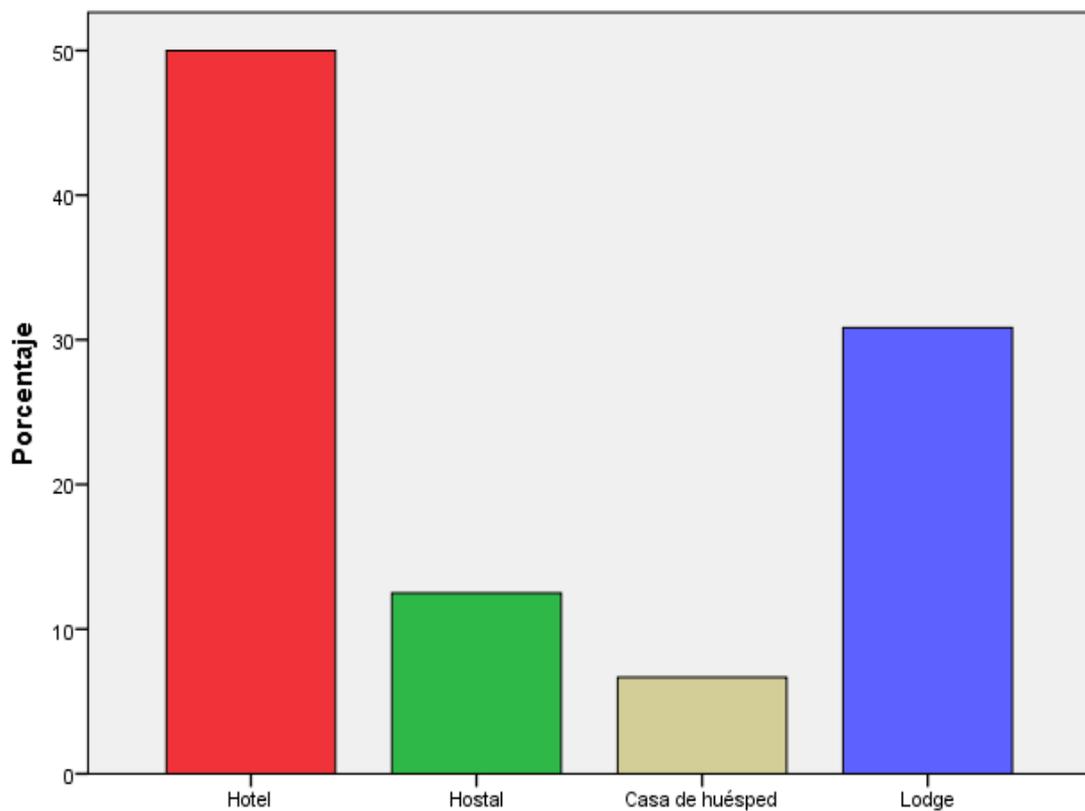
Mencionan un 42% que les gustaría degustar de comidas tradicionales, un 24% de plato a la carta, el 13% de comida rápida, el 12% comida vegetariana y un 9% de plato tipo menú.

xii. Gusto al momento de hospedarse

**Tabla 56-4:** Gusto al momento de hospedarse

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Hotel	60	50
Hostal	15	13
Casa de huésped	8	7
Lodge	37	30
Total	120	100

Realizado por: Alvarado Natali, 2019



**Gráfico 32-4.** Gusto al momento de hospedarse

Realizado por: Alvarado Natali, 2019

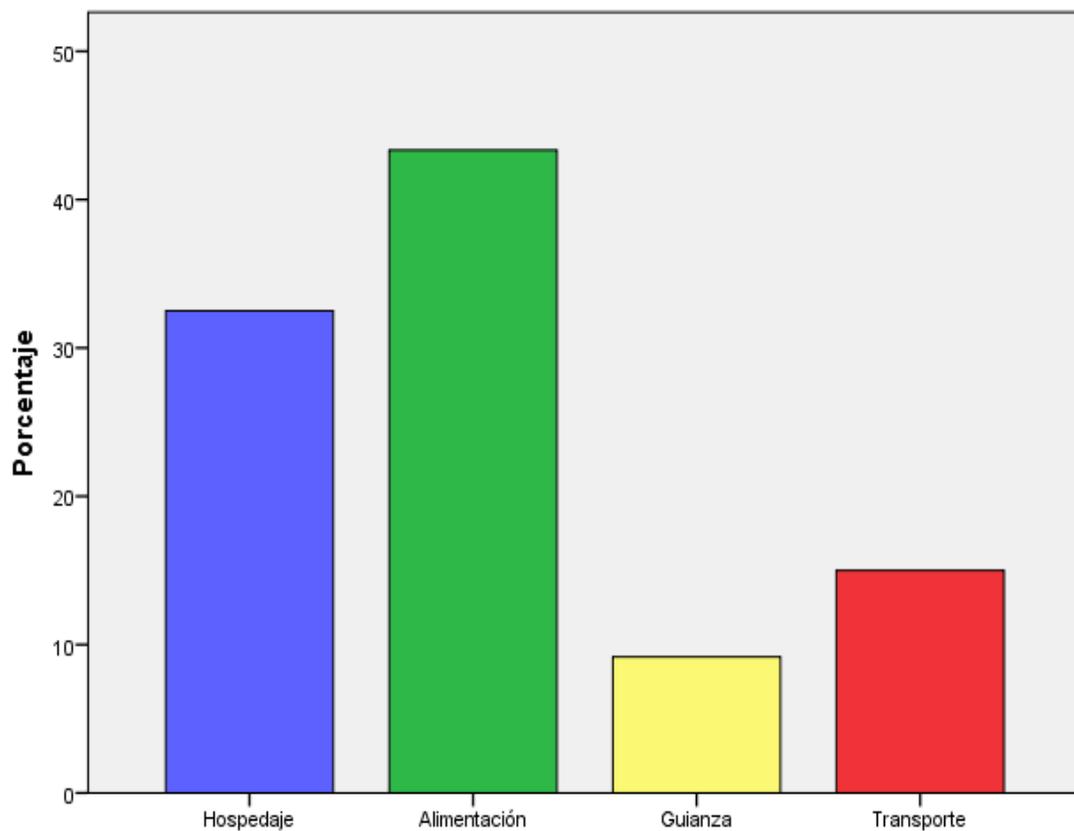
Mencionan el gusto al momento de hospedarse, en hotel el 50%, lodge el 30%, hostal el 13% y un 7% menciona en casa de huésped.

xiii. Servicios que ocupa

**Tabla 57-4:** Servicios que ocupa

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Hospedaje	39	33
Alimentación	52	43
Guianza	11	9
Transporte	18	15
Total	120	100

Realizado por: Alvarado Natali, 2019



**Gráfico 33-4.** Servicios que ocupa

Realizado por: Alvarado Natali, 2019

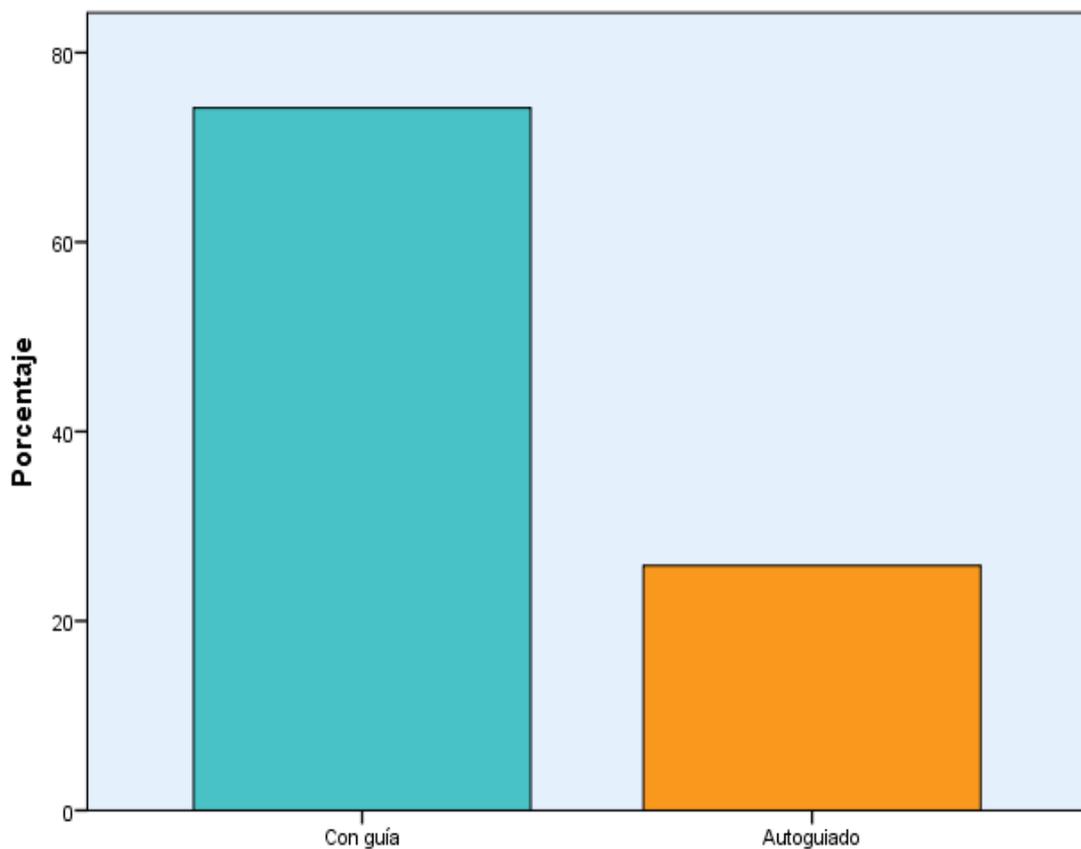
La demanda encuestada menciona que los servicios que ocupa mediante sus viajes, el 43% en alimentación, en hospedaje el 33%, en transporte el 15% y un 9% menciona guianza.

xiv. Gusto del recorrido

**Tabla 58-4:** Gusto del recorrido

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Con guía	89	74
Autoguiado	31	26
Total	120	100

Realizado por: Alvarado Natali, 2019



**Gráfico 34-4.** Gusto del recorrido

Realizado por: Alvarado Natali, 2019

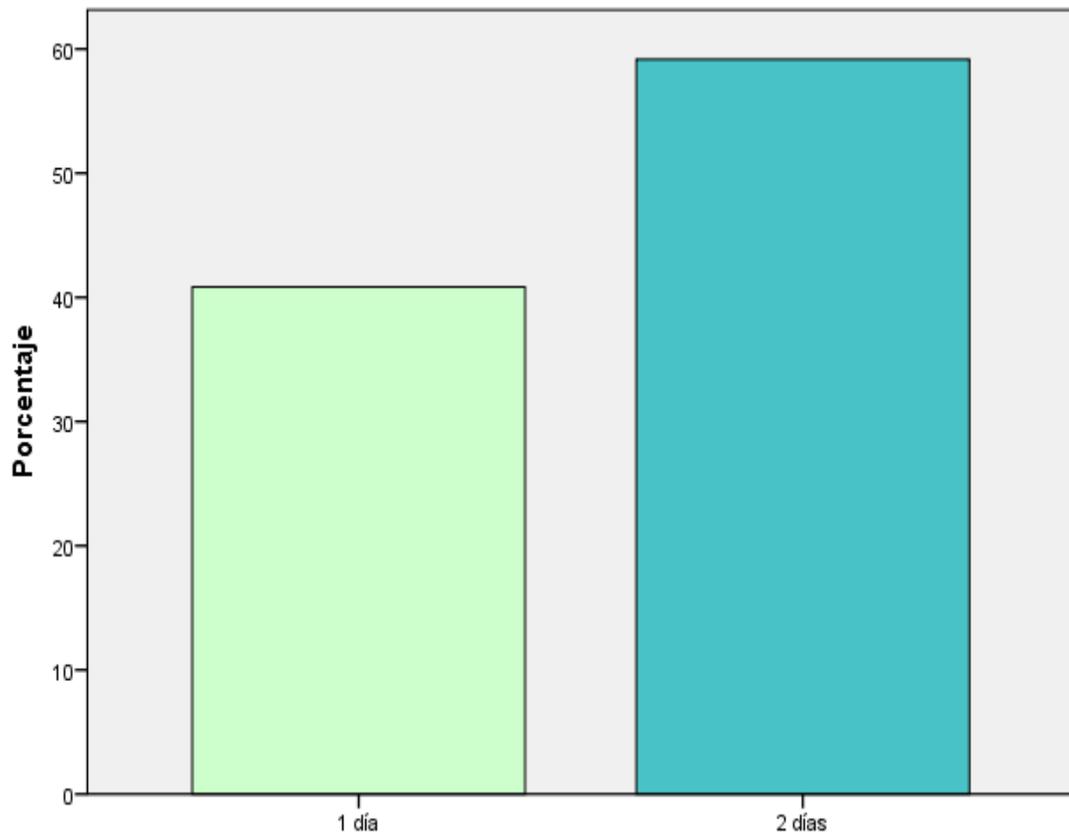
La demanda encuestada menciona que prefieren que el recorrido sea guiado el 74%, mientras que el 26% prefieren que sea autoguiado. Estos datos orientada a establecer acciones que tiendan a mejorar la prestación de servicios turísticos.

xv. Días de permanencia

**Tabla 59-4:** Días de permanencia

Variable	Frecuencia	Porcentaje
1 día	49	41
2 días	71	59
Total	120	100

Realizado por: Alvarado Natali, 2019



**Gráfico 35-4.** Días de permanencia

Realizado por: Alvarado Natali, 2019

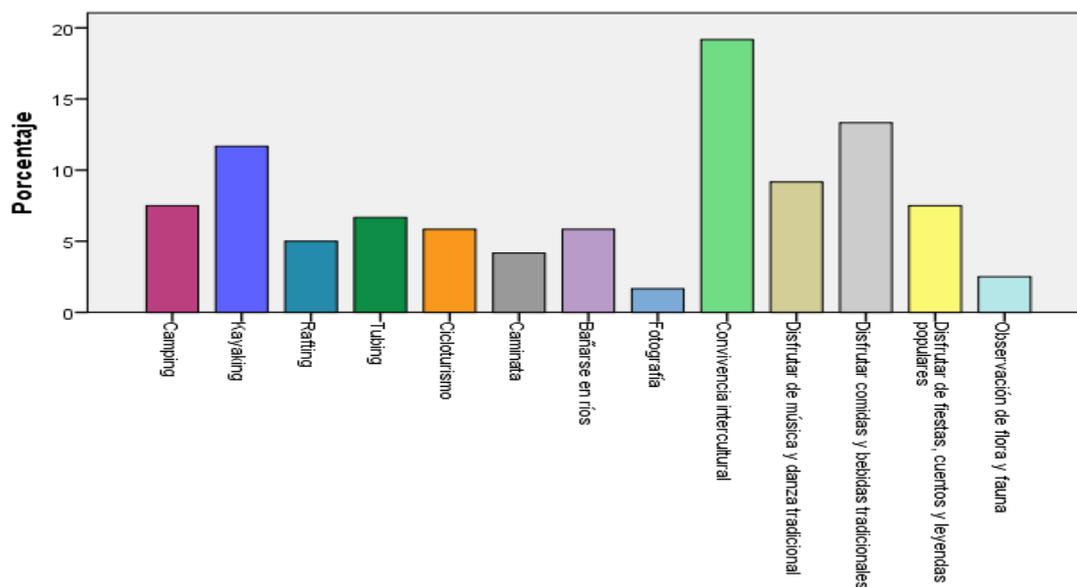
Al 59% les gustaría permanecer 2 días en la parroquia con la finalidad de realizar actividades turísticas, y el 41% le gustaría quedarse por 1 día, esta información sirve para poder establecer el tiempo y tipo de actividades que se acoplen a la disponibilidad de los turistas.

xvi. Actividades a realizar

**Tabla 60-4:** Actividades a realizar

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Camping	9	8
Kayaking	14	12
Rafting	6	5
Tubing	8	7
Cicloturismo	7	6
Caminata	5	4
Bañarse en ríos	7	6
Fotografía	2	1
Convivencia intercultural	23	19
Disfrutar de música y danza tradicional	11	9
Disfrutar comidas y bebidas tradicionales	16	13
Disfrutar de fiestas, cuentos y leyendas populares	9	8
Observación de flora y fauna	3	2
Total	120	100

Realizado por: Alvarado Natali, 2019



**Gráfico 36-4.** Actividades dispuestas a realizar

Realizado por: Alvarado Natali, 2019

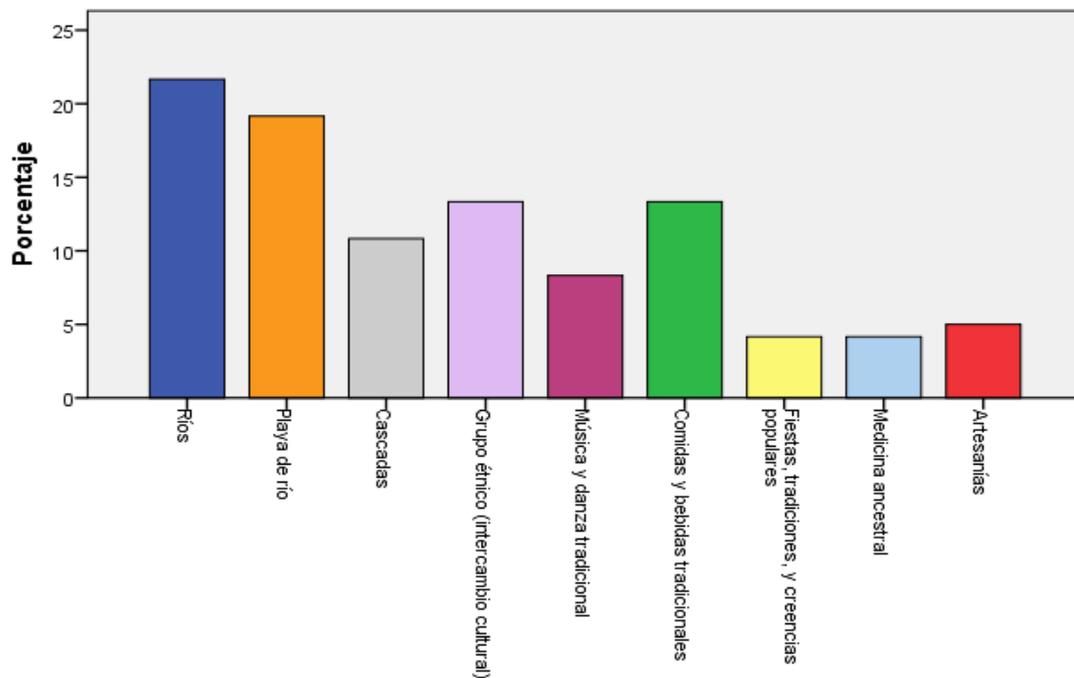
Mencionan que las actividades que les gustaría realizar, un 19% convivencia intercultural, disfrutar de comidas y bebidas tradicionales el 13%, kayaking el 12%, 9% disfrutar músicas y danza tradicional, el 8% disfrutar de cuentos y leyendas populares y camping, tubing 7%, cicloturismo y bañarse en ríos el 6%, rafting 5%, caminata 4%, observación de flora y fauna 2% y el 1% fotografía.

xvii. Preferencia de los atractivos

**Tabla 61-4:** Preferencia de los atractivos

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Ríos	26	23
Playa de río	23	19
Cascadas	13	11
Grupo étnico (intercambio cultural)	16	13
Música y danza tradicional	10	8
Comidas y bebidas tradicionales	16	13
Fiestas, tradiciones, y creencias populares	5	4
Medicina ancestral	5	4
Artesanías	6	5
Total	120	100

Realizado por: Alvarado Natali, 2019



**Gráfico 37-4.** Preferencia de los atractivos

Realizado por: Alvarado Natali, 2019

La demanda encuestada menciona que les gustaría visitar los atractivos, el 23% ríos, el 19% en playa de río, el intercambio cultural y comidas y bebidas tradicionales el 13%, cascada 11%, música

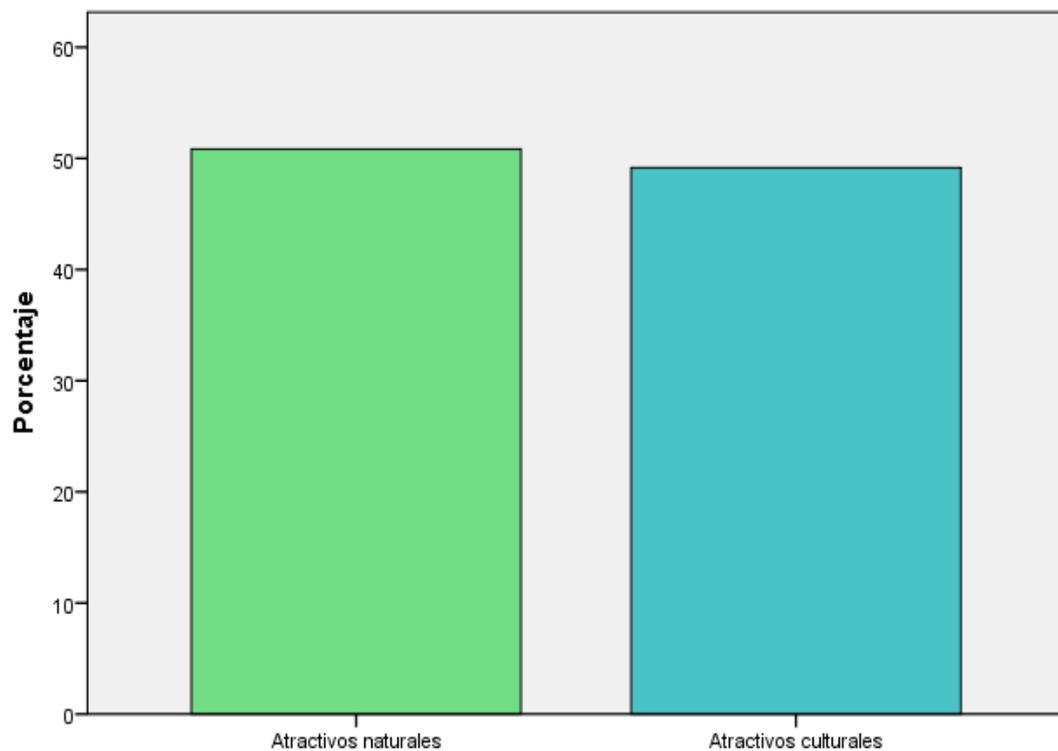
y danza tradicional un 8%, artesanías un 5%, Fiestas, medicina ancestral y tradiciones, y creencias populares 4%.

xviii. Gusto del atractivo

**Tabla 62-4:** Gusto del atractivo

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Atractivos naturales	61	51
Atractivos culturales	59	49
Total	120	100

Realizado por: Alvarado Natali, 2019



**Gráfico 38-4.** Gusto del atractivo

Realizado por: Alvarado Natali, 2019

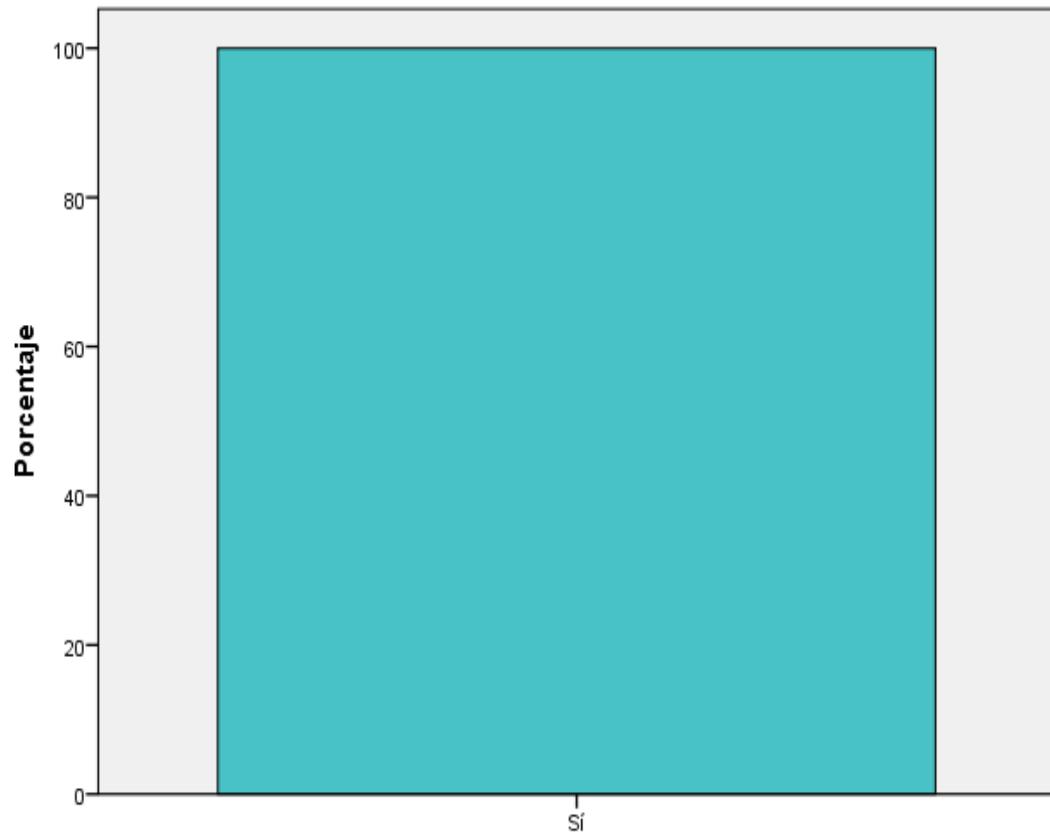
La demanda menciona que prefieren visitar los atractivos naturales un 51% y el 49% menciona que prefieren los atractivos culturales.

xix. Gusto de visitar la parroquia

**Tabla 63-4:** Gusto de visitar la parroquia

Variable	Frecuencia	Porcentaje
No	0	0
Sí	120	100

Realizado por: Alvarado Natali, 2019



**Gráfico 39-4.** Gusto de visitar la parroquia

Realizado por: Alvarado Natali, 2019

El 100% de la demanda encuestada están interesados en visitar la parroquia de Puerto Napo.

## xx. Perfil del turista extranjero

Siendo la mayoría de la demanda con edades comprendidas entre 40 - 59 años (50%), estando la mayor parte los que laboran en el sector privado (43%) y trabajadores del sector público (29%), habiendo en su mayoría mujeres (68%), provenientes de diferentes países como USA (38%), Argentina (23%), España (13%) y Chile (7%).

Existe una alta tendencia en el uso de red social de Facebook (47%), por ser este el sistema más utilizado para poder informarse.

El 70% de los turistas prefieren realizar sus viajes en transporte privado.

Indican que gasta un promedio de 71 -80 dólares (49%) por persona /día, al momento de realizar estos tipos de viajes, se inclina por el sistema de pago en efectivo (44%), prefieren realizar sus viajes acompañados de sus amigos (57%) con grupo entre 4-8 integrantes, organizan su viaje mediante paquetes turísticos (47%), el tipo de alimentación que degustan es de la comida tradicional (42%), al momento de hospedarse prefieren en hotel (50%), ocupan mediante sus viajes el servicio de alimentación (43%), señalan que el recorrido sea con guía (74%), estarían dispuestos a destinar 2 días (59%) en la parroquia, desean realizar actividades turísticas como convivencia intercultural (19%), disfrutar de comidas y bebidas tradicionales (13%), y kayaking (12) les gustan los atractivos naturales (51%), siendo así ríos (23%), mismos que están interesados en visitar la parroquia Puerto Napo (100%).

#### 4.3.1.9. Confrontación oferta- demanda

#### 4.3.1.10. Análisis de la oferta actual

La parroquia Puerto Napo cuenta con servicios de hospedaje y alimentación para el desarrollo del turismo y se debería empezar a buscar estrategias que les permita acoger a estos grupos ya que esto permitirá dinamizar la economía del lugar y generar fuentes de trabajo a los pobladores.

Se anotaron los establecimientos registrados en el Catastro Turístico del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Tena (GADMT) para la parroquia Puerto Napo.

- Alojamiento

**Tabla 64-4:** Lugares de alojamiento en la parroquia Puerto Napo

Nombre	Tipo	Dirección	Categoría	N° de habitaciones	N° de Plazas
Cotococha	lodge	Km.10 vía Ahuano, Venecia derecha	III	8	22
CRISTHYAN'S RESORT	Hotel	Km 5 vía tena- puerto napo	V	28	96
Posada Napo	hostal	Esmeraldas (entre las calles Latacunga y Portoviejo)	III	9	28
Dulce Daniela	Casa de huéspedes	Puerto Napo	Única	4	17
<b>Total</b>				49	163

Realizado por: Alvarado Natali, 2020

- Alimentación

**Tabla 65-4:** Lugares de alimentación

<b>Planta turística</b>	<b>Ubicación</b>	<b>Descripción</b>	<b>Nº mesa</b>	<b>Nº plazas</b>
Comedor “Enmita”	Cabecera parroquial	Servicios de alimentación	7	27
El Rincón de Napo	Puerto Napo	Servicios de alimentación	7	29
La Finca	Puerto Napo	Servicios de alimentación	9	34
Cafetería heladería Nápoles	Puerto Napo	Servicios de alimentación	5	22
Heladería Dulce Rincón	Puerto Napo, calle Esmeralda	Servicios de alimentación	4	10
<b>Total</b>			32	122

**Realizado por:** Alvarado Natali, 2020

#### 4.3.1.11. *Análisis de la oferta sustitutiva (competencia)*

En medidas de las características geográficas o en función de las características de la oferta de la parroquia Puerto Napo, de las parroquias colindantes se identificaron los potenciales competidores.

**Tabla 66-4:** Oferta sustitutiva (competencia)

<b>Establecimiento</b>	<b>Servicios</b>	<b>Clientes anuales</b>
Cavernas Jumandy	Alimentación, entretenimiento	14.000
Parque La Isla	Alimentación, entretenimiento	9.640
Shitig	Alimentación, entretenimiento	10.300
<b>Total</b>		<b>33.940</b>

**Realizado por:** Alvarado Natali, 2020

#### 4.3.1.12. *Cálculo de la demanda potencial*

Para la determinación de la demanda potencial se consideró el porcentaje de aceptación de los turistas en adquirir el producto turístico.

**Tabla 67-4:** Determinación de la demanda actual nacional

<b>Demanda potencial</b>
DP= 317762* 100%
DP= 317762

**Fuente:** Unidad de turismo y biodiversidad del GAD municipal de Tena.

**Realizado por:** Alvarado Natali, 2020

**Tabla 68-4:** Determinación de la demanda actual extranjera

<b>Demanda potencial</b>
DP= 107411* 100%
DP= 107411

**Fuente:** Unidad de turismo y biodiversidad del GAD municipal de Tena.

**Realizado por:** Alvarado Natali, 2020

- Proyección de la demanda potencial nacional y extranjera.

Para la proyección de la demanda potencial para turistas nacionales y extranjeros se utilizó la fórmula del incremento compuesto, para 5 años, considerando el índice de crecimiento turístico anual de la provincia de Napo que corresponde al 3.9% para turistas extranjeros y 1.30% para turistas nacionales según (Ecofondo 2015).

Fórmula:

$$C_n = c_0(1 + i)^n$$

**C<sub>0</sub>**= Demanda potencial (317762 turistas nacionales, 107411 turistas extranjeros)

**i**= Índice de incremento turístico anual (3,90% extranjeros) (1.30% nacionales)

**n**=Año a proyectarse (1-5).

**Tabla 69-4:** Proyección de la demanda potencial

<b>Proyección de la demanda potencial</b>				
<b>Nº</b>	<b>Año</b>	<b>Turistas nacionales</b>	<b>Turistas extranjeros</b>	<b>Demanda Potencial</b>
1	2021	321893	111600	433493
2	2022	326078	115952	442030
3	2023	330317	120475	450792
4	2024	334611	125173	459784
5	2025	338961	130055	469016

Realizado por: Alvarado Natali, 2020

4.3.1.13. *Cálculo de la demanda insatisfecha*

Fórmula:

$$DI = DP - C$$

DI= Demanda insatisfecha

DP= Demanda potencial

C= Competencia

**Tabla 70-4:** Determinación de la demanda insatisfecha actual

<b>Demanda insatisfecha actual</b>
<b>DI = DP - C</b>
DI= 469016- 33940
DI= 435076

Realizado por: Alvarado Natali, 2020

- **Proyección de la demanda insatisfecha**

Para determinar la proyección de la demanda insatisfecha se utilizó la fórmula de interés compuesto y la suma de la tasa (5,20%) de crecimiento de los turistas nacionales y extranjeros que llegan a la provincia de Napo.

**Tabla 71-4** Proyección de la demanda insatisfecha

<b>Proyección de la demanda insatisfecha</b>		
<b>Nº</b>	<b>Año</b>	<b>Total</b>
1	2021	457699
2	2022	481500
3	2023	506538
4	2024	532878
5	2025	560588

**Realizado por:** Alvarado Natali, 2020

*4.3.1.14. Cálculo de la demanda objetiva*

Se pretende captar apenas el 0,95% de la demanda insatisfecha dejándole al proyecto la posibilidad de crecer.

**Tabla 72-4:** Demanda objetiva

<b>Año</b>	<b>D. insatisfecha</b>	<b>Demanda Objetiva</b>
2020	435076	4133
2021	457699	4389
2022	481500	4661
2023	506538	4950
2024	532878	5257
2025	560588	5583

**Realizado por:** Alvarado Natali, 2020

#### 4.3.2. Estudio mercadotécnico.

##### 4.3.2.1. Producto

###### 4.3.2.1.1. Definición de la imagen del producto

###### 4.3.2.1.2. Logotipo



#### Gráfico 40-4. Logotipo

Realizado por: Alvarado Natali, 2020

###### 4.3.2.1.3. Eslogan

“Puerto destino” vive y explora las maravillas de Puerto Napo, este nombre proviene de una idea en donde, lo primordial es que no pierda su esencia natural, que pueda captar la atención del turista y así desarrollar un turismo rentable en la parroquia.

###### 4.3.2.1.4. Colores

**Verde:** Se asocia con la naturaleza, representa el mundo natural, la ecología, la tranquilidad, color refrescante ligado a la fertilidad. Es color del medio ambiente y la sostenibilidad, también tiene significado financiero, representa la moneda del dólar, por lo tanto, el color de la riqueza y finanzas (MORENO, 2019).

**Amarillo:** Representa el sol, simboliza la luz del sol, para todos los seres significa la vida,

energía, es el color de la alegría, la felicidad, es estimulante, motivador e inspirador (SEGGIARO, 2017).

**Café:** Se identifica con la tierra y la madera, por lo que se le relaciona con la resistencia, la defensa, estabilidad y la permanencia. Se asocia con la confianza, seriedad, el confort y lo natural (ALVARADO, 2019).

**Azul:** Simboliza el aire y la pureza de los ríos. Transmite frescura y amplitud, se asocia con la amistad lealtad, seguridad, verdad y confianza (LASSO, 2019).

#### 4.3.2.2. Precio

##### 4.3.2.2.1. Estructuración de paquetes turísticos

**Tabla 73-4:** Estructuración de paquetes turísticos

Paquete N°	Denominación	Pax	Precio
1 1 día	Puerto destino vive y explora las maravillas de Puerto Napo	11	\$ 54
2 2 días	Puerto destino vive y explora las maravillas de Puerto Napo	11	\$ 124

**Realizado por:** Alvarado Natali, 2020

##### 4.3.2.2.2. Políticas de pago

- Las reservaciones se podrán realizar hasta con dos meses de anticipación.
- Para garantizar la reservación del paquete podrán cancelar inicialmente el 50% del total de precio de venta y el restante 50% se podrá cancelar 7 días antes de las actividades.
- El depósito se lo realizara únicamente en la cuenta bancaria a nombre de la empresa.
- Para confirmación del pago por el paquete, se deberá enviar mediante un e-mail de la empresa el recibo de pago correspondiente.
- Si el paquete fuere cancelado con 2 semanas de anticipación se le devolverá el valor pagado a favor del cliente.
- Si el paquete fuera cancelado con 4 días de anticipación se le detendrá el 20% del valor del pago por concepto de gastos del servicio.

#### 4.3.2.3. Plaza

El perfil del turista nacional y extranjero nos ayuda a definir los canales de distribución ya sea de forma directa e indirecta.

**Tabla 74-4:** Comercialización del producto

Canal	Estrategia	Política De Funcionamiento	Target
Directa	Venta del producto directamente a los clientes.  Venta del producto mediante el sitio web y contacto mediante la red social.	Trato directo entre vendedor y comprador y se precisará la información necesaria.  Prestar la información esencial, clara y precisa sobre el producto, en el internet pudiéndose realizar los acuerdos de compra venta en forma directa.	Turistas nacionales provenientes de las provincias de Tungurahua, Chimborazo, Napo, Cotopaxi y extranjeros de los países de USA, Argentina, España y Chile.
Indirecta	Crear alianzas estratégicas con otras agencias de viajes o tours operadoras locales y nacionales.	Brindar información de los paquetes, sus itinerarios y servicios a las agencias de viajes.  Crear convenios en beneficio de las 2 partes por la intermediación en la venta de bienes y servicios que presta el proyecto.	Agencias y tour operadoras de las ciudades de Quito, Guayaquil, Riobamba, Ambato.

Realizado por: Alvarado Natali, 2020

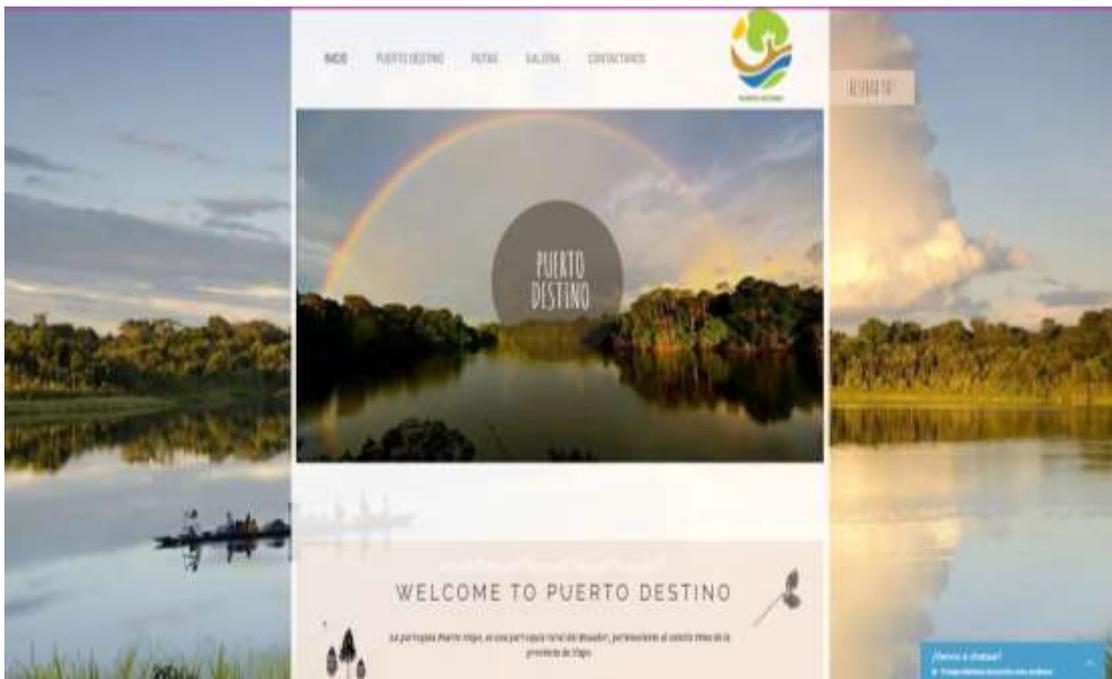
#### 4.3.2.4. Promoción y publicidad

En base al análisis del perfil del turista nacional y extranjero se determinó que los turistas se informan a través redes sociales como el facebook, y página web.

#### 4.3.2.4.1. *Página web*

Es un documento electrónico que contiene información relevante y necesaria sobre los bienes y servicios que se ofertan como parte del producto turístico, se detallan itinerarios, rutas, contactos, lugares, galerías y precios.

La publicidad de la página web en la red, ayudará para que los usuarios interesados tengan acceso a la información eficaz y clara posible sobre de los tours, el diseño de esta página será adaptable para Pc y dispositivos móviles.



**Figura 6-4.** Diseño de página web

**Realizado por:** Alvarado Natali, 2020

#### 4.3.2.4.2. *Redes sociales*

Considerado a las redes sociales como un gran potencial para dar a conocer los bienes y servicios del proyecto, contribuir a su comercialización, se ha diseñado los anuncios para Facebook, que es la más utilizada por los potenciales clientes según el análisis del perfil de turista nacional y extranjero, por lo que resulta útil, además, para compartir información, contenidos audiovisuales, fotos. La red social Facebook se considera un servicio directo de atención al cliente, ya que los usuarios pueden realizar preguntas, consultar precios o aclarar dudas.

#### 4.3.2.4.3. Facebook



**Figura 7-4.** Plataforma página Facebook

**Realizado por:** Alvarado Natali, 2020

#### 4.3.2.4.4. Volantes

Las hojas volantes son fundamentales para publicitar y promocionar el producto; este material será distribuido a todas las agencias y operadoras de turismo aliadas, en Quito, Guayaquil, Riobamba, Ambato, además en donde haya puntos de información asociados al turismo.



**Figura 8-4.** Diseño de hojas volantes

**Realizado por:** Alvarado Natali, 2019

4.3.2.4.5. Tarjeta de presentación



**Figura 9-4.** Tarjeta de presentación

Realizado por: Alvarado Natali, 2020

4.3.2.5. Presupuesto para el área comercial

- Talento humano

**Tabla 75-4:** Talento humano para el área comercial

Denominación	Remuneración mensual	Aporte personal	Aporte personal patronal	Gasto mensual	costo total anual
Representante de ventas	469.03	44.3233	52.2968	521.3268	6255.9

Realizado por: Alvarado Natali, 2020

- Materiales e insumos

**Tabla 76-4:** Materiales e insumos del área comercial

Denominación	Cantidad	Costo Unitario	Gasto anual
Resmas de papel bond	10	3	30
Cajas de esferos	2	6	12
Cajas de lápices	1	3.50	3.50
Marcadores	2	5	10
Resaltadores	2	7	14

Carpetas archivadoras	12	3	36
Cds	10	0.50	5
Caja de grapas	5	2	10
Caja de clips	5	4	20
Caja de borradores	2	4	8
Pinturas recargables de impresora	10	34	340
<b>Subtotal</b>			<b>488.5</b>

Realizado por: Alvarado Natali, 2020

- Promoción y publicidad

**Tabla 77-4:** Promoción y publicidad del área comercial

Rubro	Unidad	Cantidad	Precio unitario	Precio total (1 año)
Diseño de página web	Número	1	200	200
Campañas de publicidad de Facebook	Número	12	15	180
Diseño e impresión de volantes	Número	500	0.20	100
Diseño e impresión de tarjetas de presentación	Número	500	0.25	125
<b>Total</b>				<b>605</b>

Realizado por: Alvarado Natali, 2020

- Activos fijos

**Tabla 78-4:** Activos fijos del área comercial

Tipo	Denominación	Cantidad	Costo unitario	Gasto
Terrenos	Terreno	30 m <sup>2</sup>	500	15000
Construcciones y edificaciones	Oficina	30 m <sup>2</sup>	250	7500
	<b>Sub total</b>			<b>22500</b>
Muebles y enseres	Escritorio	1	180	180

	Silla ejecutiva	3	65	195
	Sala ejecutiva	1	350	350
	Anaqueles	1	60	60
	Alfombra	1	150	150
	Archivador	1	200	200
	Vajillas	1	30	30
	Decoraciones	3	20	60
	<b>Sub total</b>			<b>1225</b>
Maquinaria y equipo	Televisor	1	600	600
	Cafetera	1	30	30
	Dispensador de agua	1	68	68
	Reloj de pared	1	20	20
	Teléfono	1	25	25
	<b>Sub total</b>			<b>743</b>
Equipo de cómputo	Computador portátil	1	950	950
	Impresora	1	280	280
	Memoria 36 gb	5	12	60
	<b>Sub total</b>			<b>1290</b>
<b>Total</b>				<b>25758</b>

Realizado por: Alvarado Natali, 2020

- Activos diferidos

**Tabla 79-4:** Activos diferidos para el área comercial

Denominación	Cantidad	Costo	Gasto
Adecuación preliminar del área	1	200	200
Capacitación al personal del área comercial	1	1500	1500
Estudio de mercado	1	1000	
<b>Total</b>		<b>2700</b>	<b>1700</b>

Realizado por: Alvarado Natali, 2020

### 4.3.3. Estudio técnico- productivo.

#### 4.3.3.1. Caracterización del producto

Se han establecido 2 paquetes turísticos de 1 y 2 días respectivamente, que combinan las visitas a ríos, cascadas, lodge como motivación y actividad principal la observación de flora y fauna, realización de fotografía y caminatas, para lo cual se tomó en cuenta los gustos, preferencias y las actividades turísticas que desean realizar los turistas de acuerdo al estudio de mercado.

El proyecto además busca la inserción o participación de la población en general de la parroquia Puerto Napo, cuya finalidad es generar réditos económicos para así contribuir a mejorar la calidad de vida.

#### 4.3.3.2. Tamaño del proyecto

**Tabla 80-4:** Capacidad operativa

<b>Año</b>	<b>Capacidad operativa</b>	<b>Semestre</b>	<b>Trimestre</b>	<b>Mensual</b>	<b>Semanal</b>	<b>Diario</b>
2020	4133	2067	1033	344	79	11
2021	4389	2195	1097	366	84	12
2022	4661	2331	1165	388	90	13
2023	4950	2475	1238	413	95	14
2024	5257	2629	1314	438	101	14
2025	5583	2792	1396	465	107	15

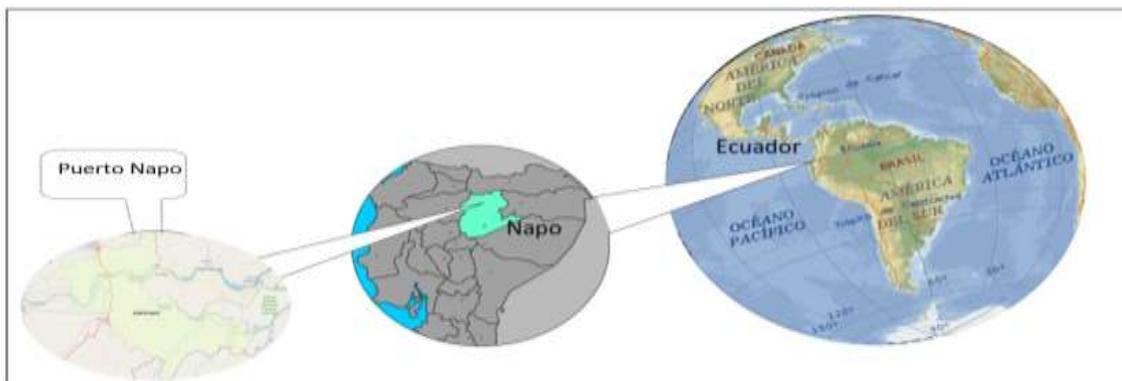
**Realizado por:** Alvarado Natali, 2020

La capacidad operativa del proyecto se ha establecido para 11 personas diarias para el año 2020, hasta llegar a 15 en el año 2025. La capacidad operativa fijada corresponde al 0.95%, que fue determinada para el arranque de los bienes y servicios que ofertará el proyecto, el resto de potenciales clientes permitiría el crecimiento del proyecto por un lado, por otro, la capacidad operativa fue definida considerando que una rotación de 11 personas al día permitiría una mejor atención, un mejor control respecto al comportamiento de los turistas, garantizando para lograr experiencias iniciales, que sirvan de lecciones para el futuro cuando se dé el crecimiento de clientes.

#### 4.3.3.3. Localización del proyecto.

El producto turístico está localizado en la provincia del Napo, cantón Tena, puerto Napo, cuenta con 5 atractivos turísticos de tipo natural y 7 de tipo cultural, cuya jerarquía corresponde a la II según el inventario de atractivos, en la parroquia gran parte de su territorio está protegido y alberga una variedad de flora y fauna.

- Macrolocalización



**Figura 10-4.** Macrolocalización de la parroquia Puerto Napo

Realizado por: Alvarado Natali, 2020

- Microlocalización



**Figura 11-4.** Microlocalización de la parroquia Puerto Napo

Realizado por: Alvarado Natali, 2020

#### 4.3.3.4. Flujograma de producción

- Ruta Las Latas

**Tabla 81-4:** Paquete 1 Las Latas

<b>Paquete:</b> Ruta 1 Las latas			
<b>Código:</b> CT001	<b>Duración:</b> 1 día	<b>Carácter:</b> Natural y cultural	<b>Dificultad:</b> Fácil
<b>Idioma de guianza:</b> Español e inglés		<b>Estilo:</b> Recorrido	
<b>Itinerario técnico</b>			
<b>Día</b>	<b>Hora</b>	<b>Actividades</b>	<b>Lugar</b>
	06:00	Recepción de los turistas en el centro de la parroquia Puerto Napo	Parroquia Puerto Napo
	06:15	Desayuno en el centro de la parroquia	
	07:00	Salida hacia la playa del primer puerto de la amazonia	
	07:30	Recorrido por el río Napo	
	08:45	Visita al centro de elaboración y venta de artesanías de la parroquia Puerto Napo	
	09:45	Visita al bosque amazónico	
	10:45	Box lunch	
	11:15	Visita a la cascada Latas	
	13:45	Almuerzo en la comunidad Sindy	
	14:30	Visita a las construcciones tradicionales en la comunidad Sindy	
	15:00	Avistamiento de avifauna en los senderos de la comunidad Sindy	
	15:30	Danza folclórica presentada por la comunidad Sindy	
	16:30	Retorno al centro poblado de Puerto Napo	
	17:00	Fin del servicio	
<b>Descripción del paquete</b>			
Se recogerá a los turistas en la cabecera parroquial de Puerto Napo, a continuación se les indicará el itinerario y explicaciones sobre las actividades a realizar, desayunarán en el restaurante de la parroquia, luego se realizará el recorrido a nuestro primer atractivo que es la			

playa del primer puerto amazónico localizado a unas cuadras del centro parroquial, en el mismo se relatará sobre la historia de este puerto, además se realizará un recorrido en canoa por el río Napo, donde se podrá realizar observación de aves asociados a este tipo de ecosistemas, luego de un corto recorrido por el río nos dirigiremos al centro de elaboración y venta de artesanías de la parroquia Puerto Napo, donde se dará a conocer los diferentes materiales naturales que se utilizan y los métodos para el procesamiento de los mismos, a continuación nos dirigiremos hacia el bosque “amazónico” donde realizaremos un recorrido por el sendero donde se conocerá y se procederá a dar una explicación corta sobre la diversidad de flora y fauna más representativa del territorio, a la media mañana se dará un break de media hora para continuar luego con las actividades planificadas, luego del descanso se caminará hasta llegar a la cascada las Latas, donde podremos realizar cayoning y fotografía.

Se trasladara a la comunidad de Sindy, a continuación se comerá un almuerzo típico, después se visitará a las construcciones tradicionales en la comunidad Sindy, luego de ello se realizará un recorrido por los senderos de la comunidad donde podremos observar la avifauna, realizar fotografía y además se dará una charla de plantas y los diferentes usos medicinales que obtienen de ellas, continuamente se realizará una demostración de danza típica de la comunidad, donde habrá la participación de los turistas, luego de concluir con la visita a la comunidad, nos dirigiremos a la cabecera parroquial para finalizar con la despedida del grupo.

FIN DEL SERVICIO

<b>Requerimientos para la visita</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Documentos personales para su registro</li> <li>- Llevar ropa cómoda, bloqueador solar, gorra, gafas, cámara fotográfica.</li> </ul>		
<b>Prohibiciones</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bebidas alcohólicas</li> <li>- Armas blancas o de fuego</li> </ul>		
<b>Normas de comportamiento</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- No botar basura durante el recorrido</li> <li>- No salir de los senderos</li> <li>- Tener en cuenta las recomendaciones del guía</li> <li>- No prender fuego en el bosque</li> <li>- No usar cigarrillos</li> <li>- No estar en estado etílico</li> </ul>		
<b>El paquete incluye</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1 refrigerio</li> <li>- 1 desayuno</li> <li>- 1 almuerzo</li> </ul>	<b>El paquete no Incluye</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Comidas y bebidas extra</li> <li>- Gastos personales</li> <li>- Propinas</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Guianza</li> <li>- Alquiler de equipos para canyoning</li> <li>- Transporte en todo el recorrido</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Lo no especificado en el cronograma de actividades</li> </ul>
<b>Precio del paquete</b>	El precio estimado para este paquete es de 54 dólares con 11 pax que corresponde a un día, donde incluye alimentación, realización de actividades, transporte y guianza.		

Realizado por: Alvarado Natali, 2020

- Mapa de la Ruta

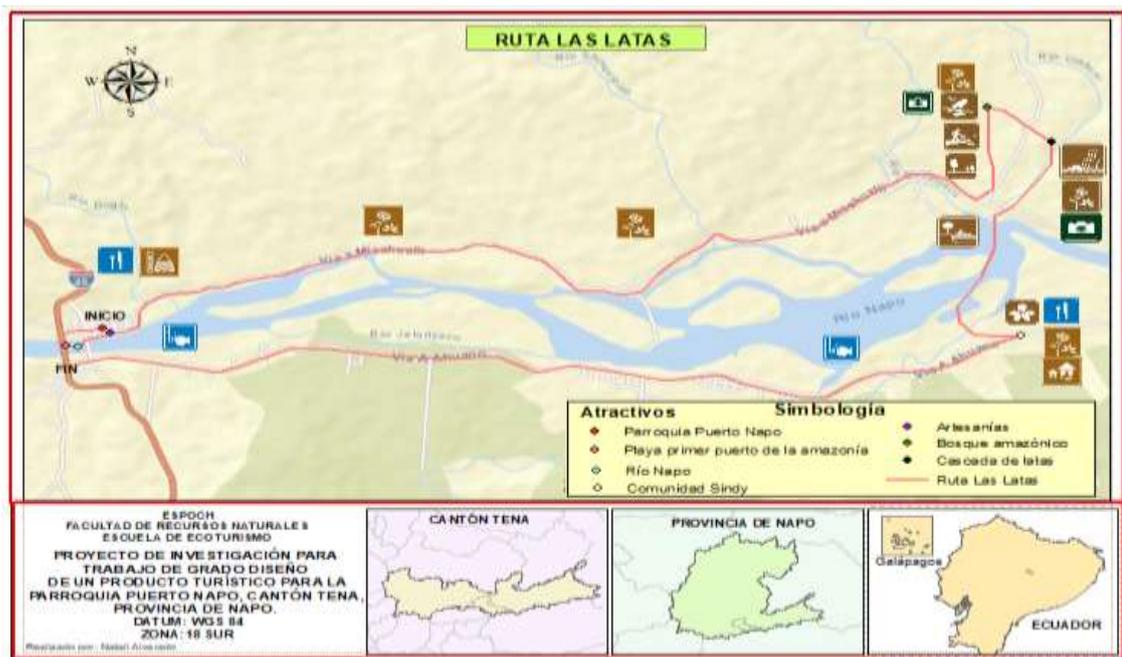


Figura 12-4. Mapa de la ruta 1 (Las Latas)

Realizado por: Alvarado Natali, 2020

- Guión interpretativo

Tabla 82-4: Guión interpretativo “Las Latas”

Hora	Actividades	Guión
06:00	Recepción de los turistas en el centro de la parroquia Puerto Napo	Buenos días, sean todos bienvenidos a la parroquia Puerto Napo, gracias por preferir el paquete turístico “Las Latas”, procedamos a iniciar y cumplir con el itinerario.

06:15	Desayuno en el centro de la parroquia	A continuación, se degustará de un delicioso desayuno en este restaurante y buen provecho.
07:00	Salida hacia la playa del primer puerto de la amazonia.	Nos encontramos en las playas de Puerto Napo conocido como el primer puerto de la amazonia, en esta zona se transitaba antiguamente solo en canoa ya que el río Napo no permitía el acceso a pie ni en auto por su torrencioso caudal, lo que permitía llegar a estas playas y se podía realizar un intercambio cultural y de productos de la zona.
07:30	Recorrido en canoa por el río Napo	El rio Napo es muy caudaloso, en esta zona se transitaba antiguamente solo en canoa, en estas aguas se comercializaba con las comunidades más adentradas en la selva. Además, podemos observar alrededor de los árboles algunas aves como la garza, colibrí, filuco gris, carpintero, golondrina, trompetero.
08:45	Visita al centro de elaboración y venta de artesanías de la parroquia Puerto Napo	Bienvenidos al centro de elaboración de artesanías, las piezas están elaboradas de semillas naturales de ..... halladas en el sector, están hechas a mano de nuestras mujeres indígenas kichwas.
09:45	Visita al bosque amazónico	Este es un bosque muy extenso, en este recorrido encontramos variedad de orquídeas....., árboles gigantes.....además podemos encontrar animales como la guatusa, ardilla, guanta, y especies aves como.....
10:45	Box lunch	Disfrutemos de nuestro refrigerio
11:15	Visita a la cascada Latas	Llegamos a la cascada de Latas que mide aproximadamente 30 metros, aquí realizaremos la actividad de cayoning, por favor nos alistamos con nuestros equipos de seguridad y procedamos a disfrutarlo.
13:45	Almuerzo en la comunidad Sindy	Nos encontramos en la comunidad de Sindy, aquí degustaremos las deliciosas comidas tradicionales amazónicas, preparadas por

		nuestras mujeres indígenas, pueden elegir la comida de su gusto, buen provecho.
14:30	Visita a las construcciones tradicionales en la comunidad Sindy	Estas son las cabañas tradicionales, un ejemplo de cómo nuestros hombres y mujeres kichwas vivían antiguamente, están hechas de madera, guadua y de paja toquilla.
15:00	Avistamiento de avifauna en los senderos de la comunidad Sindy	Podemos observar a los colibrís, carpinteros, loros, golondrinas, trompeteros, y más especies. Tenemos variedad de plantas medicinales de las cuales obtenemos sus beneficios para nuestra sanación para cualquier dolencia q tengamos.
15:30	Danza folclórica presentada por la comunidad Sindy	En este escenario presentaremos la danza folclórica propia de nuestra identidad cultural, con música y artista kichwa en vivo, danzantes con vestimentas tradicionales creadas por nuestras mujeres indígenas con semillas encontradas en la zona. Si alguno desee participar con nuestros danzantes, con mucho gusto.
16:30	Retorno al centro poblado de Puerto Napo	Retornaremos a Puerto Napo para despedirnos.
17:00	Fin del servicio	Gracias por su colaboración, ha sido un gusto haberles acompañado en este recorrido, espero su pronto retorno.

Realizado por: Alvarado Natali, 2020

- Ruta amazónica

**Tabla 83-4:** Ruta 2 Amazónica

<b>Paquete:</b> Ruta 2 Ruta amazónica			
<b>Código:</b> CT002	<b>Duración:</b> 2 días y 1 noche	<b>Carácter:</b> Natural-cultural	<b>Dificultad:</b> Fácil
<b>Idioma de guianza:</b> español e ingles		<b>Estilo:</b> Recorrido	
<b>Itinerario técnico</b>			
<b>Día</b>	<b>Hora</b>	<b>Actividades</b>	<b>Lugar</b>
1	06:30	Recepción de los turistas en el pueblo de la parroquia Puerto Napo	

<b>Paquete:</b> Ruta 2 Ruta amazónica			
<b>Código:</b> CT002	<b>Duración:</b> 2 días y 1 noche	<b>Carácter:</b> Natural-cultural	<b>Dificultad:</b> Fácil
<b>Idioma de guianza:</b> español e ingles		<b>Estilo:</b> Recorrido	
<b>Itinerario técnico</b>			
<b>Día</b>	<b>Hora</b>	<b>Actividades</b>	<b>Lugar</b>
	07:00	Desayuno en el centro de la parroquia	Parroquia Puerto Napo
	08:00	Recorrido por la playa primer puerto de la amazonia y el río Napo	
	10:30	Tiempo de descanso y box lunch	
	11:00	Visita a la comunidad Sindy (Recorrido por los senderos)	
	12:30	Almuerzo	
	13:30	Demostración de danza típica y ritual de chamanismo en la comunidad Sindy	
	15:00	Check-in en el lodge Cotococha Amazon	
	15:30	Paseo a caballo en los predios del lodge	
	18:00	Cena	
	19:00	Descanso en el lodge	
2	07:30	Desayuno en el lodge	Parroquia Puerto Napo
	08:30	Salida hacia el río Puní bocana	
	09:00	Realización de rafting en el río Puní bocana	
	11:30	Tiempo de descanso y box lunch	
	12:15	Visita a la cascada las Latas y bosque amazónico (Canyoning, fotografía y caminata)	
	14:15	Retorno a la cabecera parroquial de Puerto Napo	
	14:30	Almuerzo en el centro de la parroquia	
	15:30	Recorrido por el centro de elaboración y venta de artesanías	
	17:00	Fin de Recorrido	
<b>Descripción del paquete</b>			
Se recogerá a los turistas en la cabecera parroquial de Puerto Napo, a continuación, se les indicará el itinerario y explicaciones sobre las actividades a realizar, desayunarán en el restaurante de la parroquia, luego se realizará el recorrido a nuestro primer atractivo que es la playa del primer puerto amazónico localizado a unas cuadras del centro parroquial, en el mismo se relatará sobre la historia de este puerto y además se realizará un recorrido en cano por el río Napo, donde se podrá realizar observación de aves asociados a este tipo de			

<b>Paquete:</b> Ruta 2 Ruta amazónica			
<b>Código:</b> CT002	<b>Duración:</b> 2 días y 1 noche	<b>Carácter:</b> Natural-cultural	<b>Dificultad:</b> Fácil
<b>Idioma de guianza:</b> español e inglés		<b>Estilo:</b> Recorrido	
<b>Itinerario técnico</b>			
<b>Día</b>	<b>Hora</b>	<b>Actividades</b>	<b>Lugar</b>
<p>ecosistemas, a la media mañana se dará un break de media hora para continuar luego con las actividades planificadas, a continuación nos dirigiremos al siguiente atractivo que es la comunidad de Sindy, donde realizaremos diversas actividades como un recorrido por los senderos de la comunidad donde podremos observar la avifauna, realizar fotografía y además se dará una charla de las plantas y los diferentes usos medicinales que obtienen de ellas.</p> <p>Se comerá un almuerzo típico en la comunidad de Sindy, continuamente se realizará una demostración de danza típica de la comunidad, donde habrá la participación de los turistas, además se realizará un ritual de chamanismo y se realizarán demostraciones de las maneras tradicionales de caza y pesca con lo cual se concluirá la visita a esta comunidad, a continuación nos dirigiremos a Cotococha Amazon Lodge donde se realizará el check-in, además de un recorrido a caballo por sus predios, para continuamente concluir la tarde con la cena.</p> <p>Al siguiente día, se desayunará en el lodge y continuamente nos dirigiremos al río Puní boca, donde se podrá observar flora y fauna propia del territorio, además se realizará Rafting, a la media mañana se dará un tiempo para el break, para seguidamente dirigirse al siguiente atractivo la cascada de Las Latas, donde se realizará actividades como canyoning, fotografía, y caminata vinculado con el atractivo bosque amazónico, concluyendo el recorrido por estos dos atractivos, retornaremos a la cabecera parroquial de Puerto Napo, donde se almorzará en el centro de la parroquia.</p> <p>Concluida la hora del almuerzo se realizará un recorrido por la locación de elaboración y venta de artesanías de la parroquia Puerto Napo, donde se dará a conocer los diferentes materiales naturales que se utilizan y los métodos para el procesamiento de los mismos, finalmente se concluirá y se despedirá al grupo.</p> <p><b>FIN DEL SERVICIO</b></p>			
<b>Requerimientos para la visita</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Documentos personales para su registro</li> <li>- Llevar ropa cómoda y abrigada, bloqueador solar, gorra, gafas, cámara fotográfica.</li> </ul>		
<b>Prohibiciones</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bebidas alcohólicas</li> <li>- Armas blancas o de fuego</li> </ul>		

<b>Paquete:</b> Ruta 2 Ruta amazónica			
<b>Código:</b> CT002	<b>Duración:</b> 2 días y 1 noche	<b>Carácter:</b> Natural-cultural	<b>Dificultad:</b> Fácil
<b>Idioma de guianza:</b> español e inglés		<b>Estilo:</b> Recorrido	
<b>Itinerario técnico</b>			
<b>Día</b>	<b>Hora</b>	<b>Actividades</b>	<b>Lugar</b>
<b>Normas de comportamiento</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- No botar basura durante el recorrido</li> <li>- No salir de los senderos</li> <li>- Tener en cuenta las recomendaciones del guía</li> <li>- No prender fuego en el bosque</li> <li>- No usar cigarrillos</li> <li>- No estar en estado etílico</li> </ul>	
<b>El paquete incluye</b>		<b>El paquete no Incluye</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Comidas y bebidas extra</li> <li>- Gastos personales</li> <li>- Propinas</li> <li>- Lo no especificado en el cronograma de actividades</li> </ul>
<b>Precio del paquete</b>		El precio estimado para este paquete es de 134 dólares para 5 pax y 120 para 10 pax que corresponde a dos días, donde incluye alimentación, hospedaje, realización de actividades, transporte y guianza.	

Realizado por: Alvarado Natali, 2020

- Mapa de la ruta



**Figura 13-4.** Mapa de la ruta 2 (amazónica)

Realizado por: Alvarado Natali, 2020

- Guión interpretativo

**Tabla 84-4:** Guión interpretativo “Ruta amazónica”

Hora	Actividades	Guión
06:30	Recepción de los turistas en el poblado de la parroquia Puerto Napo	Buenos días, sean todos bienvenidos a la parroquia Puerto Napo, gracias por preferir el paquete turístico “Ruta amazónica”, procedamos a iniciar y cumplir con el itinerario. Por favor dirijámonos a desayunar.
07:00	Desayuno en el centro de la parroquia	Nos encontramos en el restaurante.... por favor elija su menú y degusten del delicioso desayuno.
08:00	Recorrido por la playa primer puerto de la amazonia y en canoa por el río Napo	Las playas de Puerto Napo conocido como el primer puerto de la amazonia, en esta zona se transitaba antiguamente solo en canoa ya que el río Napo no permitía el acceso a pie ni en auto por su torrentoso caudal, lo que permitía un intercambio cultural y de productos.

<b>Hora</b>	<b>Actividades</b>	<b>Guión</b>
		El río Napo es muy caudaloso, en esta zona se transitaba antiguamente solo en canoa, en estas aguas se comercializaba con las comunidades más adentradas en la selva. Además, podemos ver alrededor, de los árboles muchas aves como la garza, colibrí, filuco gris, carpintero, golondrina, trompetero.
10:30	Tiempo de descanso y box lunch	Disfrutemos de nuestro refrigerio
11:00	Visita a la comunidad Sindy (Recorrido por los senderos)	Nos encontramos en la comunidad de Sindy, realizaremos un recorrido por los senderos Podemos observar a los colibrís, carpinteros, loros, golondrinas, trompeteros, y más especies. Tenemos variedad de plantas medicinales..... de las cuales obtenemos sus beneficios para nuestra sanación para cualquier dolencia q tengamos.
12:30	Almuerzo típico en la comunidad	Aquí degustaremos las deliciosas comidas tradicionales amazónicas, preparadas por personas de la localidad, se puede elegir menú de su preferencia, buen provecho.
13:30	Demostración de danza típica y ritual de chamanismo en la comunidad Sindy	Presentaremos la danza folclórica propia de nuestra identidad cultural, se realizará demostraciones de las maneras tradicionales de caza y pesca, con música y artista kichwa en vivo, danzantes con vestimentas tradicionales hechas por nuestras mujeres indígenas. Si alguno desee participar adelante con mucho gusto. Además, se realizará un ritual de chamanismo con un chamán anciano.
15:00	Check-in en el lodge	Para descansar esta noche nos instalaremos en el lodge ..... Procedamos a registro y la asignación de sus respectivas habitaciones.

<b>Hora</b>	<b>Actividades</b>	<b>Guión</b>
15:30	Paseo a caballo en los predios del lodge	Esta es un área de relajación, en donde podemos realizar los paseos a caballos.
18:00	Cena	Para terminar la noche degustaremos una deliciosa cena preparada por el chef del lodge.
19:00	Descanso en el lodge	Buenas noches diríjense para su descanso en las habitaciones asignadas. Hasta mañana.
07:30	Desayuno en el lodge	Buenos días, disfrutemos del delicioso desayuno preparada por el chef.
08:30	Salida hacia el río Puní bocana	Nos dirigimos hacia el río Puní bocana para realizar la siguiente actividad.
09:00	Realización de rafting en el río Puní bocana	Nos encontramos en el río Puní bocana, daremos un nuevo uso y actividad a este río gracias a su caudal realizaremos rafting un deporte extremo.
11:30	Tiempo de descanso y box lunch	Tomaremos de un delicioso refrigerio.
12:15	Visita a la cascada las Latas y bosque amazónico (canyoning, fotografía y caminata)	La cascada de Latas mide aproximadamente 30 metros realizaremos deporte extremo de canyoning.
14:15	Retorno a la cabecera parroquial de Puerto Napo	Estamos de regreso al poblado central de Puerto Napo
14:30	Almuerzo en el centro de la parroquia	Degustemos de un delicioso almuerzo.
15:30	Recorrido por el centro de elaboración y venta de artesanías	Bienvenidos al centro de elaboración y ventas de artesanías, las piezas están elaboradas de semillas de..... halladas en el sector, están hechas a mano de nuestras mujeres indígenas kichwas. A continuación, se mostrará paso a paso la elaboración de un collar de semillas.
17:00	Fin de Recorrido	Gracias por su colaboración, ha sido un gusto haberles acompañado en este recorrido, espero su pronto retorno.

**Realizado por:** Alvarado Natali, 2020

#### 4.3.3.5. Presupuesto para el área productiva

- Activos fijos

**Tabla 85-4:** Activos fijos del área productiva

<b>Tipo</b>	<b>Denominación</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo total</b>
Terreno	Terreno	30m2	500	15000
Construcciones y edificaciones	Oficina	30m2	250	7500
	<b>Subtotal</b>			<b>22500</b>
Muebles y enseres	Mesas con materiales de la zona	1	120	120
	Sillas con materiales de la zona	5	15	75
	<b>Subtotal</b>			<b>195</b>
Maquinaria y equipos	Botes de rafting	2	8000	16000
	Bote de kayak	1	1300	1300
	Chalecos salvavidas	10	45	450
	Casco para deportes de aventura	10	45	450
	Radios de comunicación	3	150	450
	GPS	1	600	600
	Cámara fotográfica	1	300	300
	Binoculares (largo alcance)	2	120	240
	<b>Subtotal</b>			<b>19790</b>
Equipos de computo	Computadora portátil	1	950	950
	Memoria 36 gb	1	12	12
	<b>Subtotal</b>			<b>962</b>
<b>Vehículo</b>	Furgoneta	1	45000	45000
	<b>Subtotal</b>			<b>45000</b>
	<b>Total</b>			<b>88447</b>

Realizado por: Alvarado Natali, 2020

- Activos diferidos

**Tabla 86-4:** Activos diferidos del área productiva

<b>Denominación</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo</b>	<b>Gasto</b>
---------------------	-----------------	--------------	--------------

Capacitación al personal del área productiva	1	1500	1500
Estudio técnico	1	1000	
<b>Total</b>		<b>2500</b>	<b>1500</b>

Realizado por: Alvarado Natali, 2020

- Materiales e insumos

**Tabla 87-4:** Materiales e insumos del área productiva

Denominación	Cantidad	Costo unitario	Costo anual
	año		
Desayunos	4133	3	12399
Almuerzos (Comida tradicional)	4133	5	20665
Cenas	4133	4	16532
Box lunch	4133	2.50	10332.5
Combustible	840gal	1.10	924
Alojamiento lodge	4133	30	123990
<b>Total</b>			<b>184842.5</b>

Realizado por: Alvarado Natali, 2020

- Talento humano

Mano de obra directa

**Tabla 88-4:** Mano de obra directa

Denominación	Remuneración mensual	Aporte personal	Aporte personal patronal	Costo mensual	Costo total anual
Guía especializado en aventura	398.85	37.69	44.4717	443.3217	5320
Guía local	398.85	37.69	44.4717	443.3217	5320
<b>Total</b>					<b>10640</b>

Realizado por: Alvarado Natali, 2020

- Mano de obra indirecta

**Tabla 89-4:** Mano de obra indirecta

<b>Denominación</b>	<b>Remuneración mensual</b>	<b>Aporte personal</b>	<b>Aporte personal patronal</b>	<b>Costo mensual</b>	<b>Costo total anual</b>
Chofer	599.26	56.63	66.81749	666.07749	7993
<b>Total</b>					<b>7993</b>

Realizado por: Alvarado Natali, 2020

#### **4.3.4. Evaluación ambiental**

##### *4.3.4.1. Identificación de los factores ambientales del entorno*

- Aire

La actividad humana a través de diferentes proyectos genera impactos ambientales, que afectan al aire positiva o negativamente, por ejemplo, al quemar plásticos y otros desechos inorgánicos porque no existe un manejo adecuado, la quema hace que emitan gases contaminantes; en otros proyectos se puede observar contaminantes del aire como son las maquinarias y equipos.

- Suelo

A manera de ejemplo se puede indicar que los suelos se afectan a causa de la deforestación para la extracción de la madera, la expansión de la frontera agrícola, por la ganadería, y por ende se evidencia erosión y compactación del mismo.

- Agua

Muchas veces los ríos y vertientes se contaminan debido a actividades extractivas ilegales, inadecuado manejo desechos orgánicos e inorgánicos, mal manejo de pesticidas en la agricultura, factores que han incidido en la calidad del agua, misma que en algunos poblados utilizan para consumo, misma que es causa de enfermedades en las personas, pérdida de biodiversidad.

- Flora y fauna

La flora y la fauna se ven afectados por cualquier intervención humana, provoca las pérdidas de las mismas y es conveniente desarrollar un sentido de conservación de la biodiversidad.

- Socio-económico

Los ecosistemas brindan servicios principalmente de provisión, regulación, de cultura que inciden en las condiciones socio económicas de las poblaciones, no obstante, existen actividades antrópicas que deterioran estos servicios consecuentemente la gente se ve afectada.

- Paisaje

El conjunto de ecosistemas particularmente en la región amazónica hace que su paisaje sea muy llamativo y produce admiración positivamente sin embargo la intervención del ser humano muchas veces lo deteriora.

Todas las incidencias negativas señaladas anteriormente son el resultado de una falta de previsión al momento de diseñar y ejecutar los proyectos.

En este contexto se hace necesario conocer si el proyecto que se está diseñando afectaría positiva o negativamente al ambiente, para lo cual se hace el análisis de las actividades planificadas en el mismo, a través de la matriz Lázaro Lagos.b) Evaluación de impactos – matriz de Lázaro Lagos

**Tabla 90-4:** Matriz de identificación

COMPONENTES AMBIENTALES	ACTIVIDADES								IMPACTOS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN									
	1. Operación turística	2. Actividades turísticas	3. Circulación vehicular	4. Camping	5. Observación de Flora y	6. Trekking	7. Actividades turísticas	8. Generar fuentes de empleo		Naturales	Magnitud	Importancia	Certeza	Tipo	Reversibilidad	Duración	Tiempo en aparecer	Considerado en el proyecto	Ponderación
<b>A. AIRE</b>			x						Emisión de gases contaminantes	(-)	2	2	D	Pr	2	3	C	N	9
<b>B. SUELO</b>		x	x	x		x			Emisión de ruidos	(-)	2	1	D	Pr	2	3	C	N	7
	x	x	x	x	x	x			Compactación de suelo	(-)	2	1	D	A c	1	2	M	N	5
	x	x	x	x	x	x			Contaminación por desechos inorgánicos	(-)	2	1	D	Sc	1	3	C	S	7
	x	x		x		x	x		Uso intensivo del agua	(-)	2	1	D	Pr	1	2	C	S	5
<b>C. AGUA</b>	x			x		x			Aumento de aguas servidas	(-)	2	1	C	Pr	2	2	C	N	6
<b>D. FLORA Y FAUNA</b>		x	x	x		x			Alejamiento de las especies de fauna por ruido	(-)	2	2	C	Sc	1	2	C	S	7
	x			x	x	x			Pérdida de flora	(-)	3	2	C	A c	1	1	C	N	8
	x			x	x	x	x		Protección de flora y fauna	(+)	2	3	C	Pr	1	3	C	S	10

<b>E. SOCIO-ECONÓMICO</b>	x	x		x		x	x		Intercambio Cultural	(+)	2	1	D	Pr	2	3	C	S	7
	x	x	x	x	x	x	x	x	Aumento de turismo en la zona	(+)	2	2	D	Pr	2	3	C	S	9
	x	x		x	x	x	x		Sensibilización de turismo	(+)	2	2	D	Pr	2	3	C	S	9
	x	x	x	x	x	x	x	x	Aporte a la economía local	(+)	2	2	D	Pr	2	3	C	S	9
<b>F. PAISAJE</b>	x	x		x		x			Alteración del paisaje por desechos inorgánicos	(-)	2	2	C	Sc	1	1	C	S	6
	x	x		x	x	x	x		Conservación de escenario	(+)	2	2	D	Pr	1	3	M	S	8
	x	x	x	x	x	x			Perturbación por el ruido	(-)	1	1	C	Pr	2	2	C	N	5
	x	x		x	x	x	x		Mejor avistamiento del paisaje	(+)	3	2	D	Pr	1	3	C	S	10

Realizado por: Alvarado Natali, 2020

**Tabla 91-4:** Matriz de cuantificación

COMPONENTES AMBIENTALES	ACTIVIDADES								TOTAL (+)	TOTAL (-)	TOTAL
	1. Operación turística	2. Actividades turísticas recreacionales	3. Circulación vehicular	4. Camping	5. Observación de Flora y Fauna	6. Trekking	7. Actividades turísticas culturales	8. Generar fuentes de empleo			
<b>A. AIRE</b>			-9						0	-9	-9
<b>B. SUELO</b>	-5-7	-7-5-7	-7-5-7	-7-5-7	-5-7	-7-5-7			0	-100	-100
<b>C. AGUA</b>	-5-6	-5		-5-6		-5-6	-5		0	-43	-43
<b>D. FLORA Y FAUNA</b>	-8+10	-7	-7	-7-8+10	-8+10	-7-8+10	+10		50	-60	-10
<b>E. SOCIO ECONÓMICO</b>	+7+9+9+9	+7+9+9+9	+9+9	+7+9+9+9	+9+9+9	+7+9+9+9	+7+9+9+9	+9 +9	233	0	233
<b>F. PAISAJE</b>	-6+8- 5+10	-6+8- 5+10	-5	-6+8-5+10	+8-5+10	-6+8-5+10	+8+10		108	-54	54
<b>TOTAL (+)</b>	62	52	18	62	55	62	62	18	391		
<b>TOTAL (-)</b>	-42	-42	-40	-56	-25	-56	-5	0		-266	
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>10</b>	<b>-22</b>	<b>6</b>	<b>30</b>	<b>6</b>	<b>57</b>	<b>18</b>			<b>125</b>

Realizado por: Alvarado Natali, 2020

#### 4.3.4.2. Análisis de la matriz de Lázaro Lagos

Se construyeron dos matrices las cuales permiten interpretar de manera fácil y real los posibles impactos al medio ambiente.

Al evaluar cada uno de los impactos sobre los factores ambientales por las actividades consideradas en este proyecto, se obtuvo un puntaje de 391 positivos (60%) en los impactos positivos frente a -266 (40%) impactos negativos, por lo cual el proyecto es ambientalmente viable.

El componente que alcanzó el mayor puntaje de impactos positivos fue el socio económico con 233 puntos, pues el proyecto además de contribuir a la conservación de los recursos naturales y culturales a través del turismo, aporta al mejoramiento de las condiciones sociales económicas de los pobladores involucrados directamente e indirectamente en el proyecto, como es el caso de aquellas personas que brinden servicios complementarios.

#### 4.3.4.3. Presupuesto para la mitigación de impactos ambientales

Para mitigar los impactos ambientales negativos que se pueden observar en la matriz Lázaro Lagos, cuyo presupuesto se presenta a continuación.

**Tabla 92-4:** Costos de las medidas de mitigación

Denominación	Cantidad	Valor unitario	Gasto anual
Plantación de especies nativas	1000	1	1000
Implementación de basureros ecológicos	10	15	150
Recolección de desechos sólidos	24	20	480
<b>Total</b>			<b>1630</b>

Realizado por: Alvarado Natali, 2020

#### 4.3.5. Estudio legal- administrativo.

La actividad turística en el Ecuador se encuentra regida bajo un amplio reglamento legal, por lo cual el Gobierno Autónomo Parroquial Rural de Puerto Napo deberá regirse para la ejecución de este producto turístico.

#### 4.3.5.1. Estudio legal

- Constitución de la República del Ecuador

Son principios fundamentales del Estado:

**Art. 14.** Derecho de la población a vivir en ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir, (sumak kawsay). Proteger el ambiente, preservar los ecosistemas, la biodiversidad y la integridad del patrimonio genético, evitar el daño ambiental y recuperar los espacios naturales degradados.

**Art. 71.** Derecho de la naturaleza o pacha mama donde se reproduce la vida a que se le respete y se le mantenga intacto su existencia, regeneración de sus ciclos vitales, estructura, funciones y procesos evolutivos. Toda persona, comunidad, pueblo o nacionalidad podrá exigir a la autoridad pública el cumplimiento de los derechos de la naturaleza. El Estado incentivará a toda persona, para que protejan la naturaleza, promoverá el respeto a todos los elementos q forman el ecosistema.

**Art. 74.** Personas, comunidades, pueblos y nacionalidades tienen derecho a beneficiarse del ambiente y de las riquezas que les permitan el buen vivir. Los servicios ambientales no serán susceptibles de apropiación; producción, prestación, uso y aprovechamiento serán regulados por el Estado.

**Art. 267.** Los gobiernos parroquiales rurales ejercerán las siguientes competencias exclusivas:

1. Planificar el desarrollo parroquial y su correspondiente ordenamiento territorial, coordinación con el gobierno cantonal y provincial.
2. Planificar, construir y mantener la infraestructura física, los equipamientos y los espacios públicos de la parroquia, tener incluidos en los presupuestos participativos anuales.
3. Planificar y mantener, en coordinación con los gobiernos provinciales, la vialidad parroquial rural.
4. Incentivar el desarrollo de actividades productivas comunitarias, la preservación de la biodiversidad y la protección del ambiente.

5. Gestionar, coordinar y administrar los servicios públicos que le sean delegados o descentralizados por otros niveles de gobierno.
6. Promover la organización de los ciudadanos de las comunas, recintos y demás asentamientos rurales, con el carácter de organizaciones territoriales de base.
7. Gestionar la cooperación internacional para el cumplimiento de sus competencias.
8. Vigilar la ejecución de obras y la calidad de los servicios públicos.

**Art. 276.** El régimen de desarrollo tendrá los siguientes objetivos:

1. Mejorar la calidad y esperanza de vida, y aumentar las capacidades y potencialidades de la población en el marco de los principios y derechos que establece la Constitución.
2. Construir un sistema económico, justo, democrático, productivo, solidario y sostenible basado en distribución igualitaria de los beneficios del desarrollo, de los medios de producción y en la generación de trabajo digno y estable.
3. Fomentar la participación y el control social, con reconocimiento de diversas identidades y promoción de su representación equitativa, en todas las fases de la gestión del poder público.
4. Recuperar y conservar la naturaleza y mantener el ambiente sano y sustentable que garantice a las personas y colectividades al acceso equitativo, permanente y de calidad al agua, aire, suelo, y a los beneficios de los recursos del subsuelo y del patrimonio natural.
5. Garantizar la soberanía nacional, promover la integración latinoamericana, e impulsar una inserción estratégica en el contexto internacional, que contribuya a la paz y a un sistema democrático y equitativo mundial.
6. Promover un ordenamiento territorial equilibrado y equitativo que integre y articule las actividades socioculturales, administrativas, económicas y de gestión, y que coadyuve a la unidad del Estado.
7. Proteger y promover la diversidad cultural y respetar sus espacios de producción e intercambio; recuperar, preservar y acrecentar la memoria social y el patrimonio cultural.

**Art. 283.** El sistema económico es social y solidario; reconoce al ser humano como sujeto y fin: propende a una relación dinámica y equilibrada entre sociedad, Estado y mercado, en armonía con la naturaleza, y tiene por objetivo garantizar la producción y reproducción de las condiciones materiales e inmateriales que posibiliten el buen vivir.

**Art. 319.** Se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticos, autónomas y mixtas.

**Art. 383.** Se garantiza el derecho de las personas y las colectividades al tiempo libre, la ampliación de las condiciones físicas, sociales ambientales para su disfrute, y la promoción de actividades para el esparcimiento, descanso y desarrollo de la personalidad.

- Ley de Turismo del Ecuador

**Art. 2.** Turismo es el ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual: sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos.

**Art. 3.** Son principios de la actividad turística, los siguientes:

- a) La iniciativa privada como pilar fundamental del sector, con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional;
- b) La participación de los gobiernos provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de la descentralización;
- c) El fomento de la infraestructura nacional y el mejoramiento de los servicios públicos básicos para garantizar la adecuada satisfacción de los turistas;
- d) La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país; y,
- e) La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afro ecuatoriano, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en esta Ley y sus reglamentos.

**Art. 5.** Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:

- a. Alojamiento;
- b. Servicio de alimentos y bebidas;
- c. Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo, inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito:
- d. Operación, cuando las agencias de viaje prevean su propio transporte, es actividad se considerará parte del agenciamiento;
- e. La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones; y,
- f. Casinos, sala de juego (bingo-mecánico) hipódromos y parques de atracciones estables.

**Art.8.** Para el ejercicio de actividades turísticas se requiere obtener el registro de turismo y la licencia anual de funcionamiento, que acredite idoneidad del servicio que ofrece se sujeten a las normas técnicas y de calidad vigentes.

- Reglamento de Turismo

**Art. 47.** Toda persona natural, jurídica, empresa o sociedad, previo el inicio de cualquiera de las actividades turísticas descritas en el artículo 5 de la Ley de Turismo, obtendrán el registro de turismo, que consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos en el catastro o registro público de empresarios y establecimientos turísticos, en el Ministerio de Turismo.

**Art. 48.** El valor de pago por concepto de registro se hará por una sola vez, y de acuerdo con el detalle que conste en el correspondiente acuerdo ministerial. Los valores podrán ser ajustados manualmente.

**Art. 55.** Requisito previo para la operación. -además del registro de turismo, se requiere la licencia única anual de funcionamiento, la misma que constituye la autorización legal a los establecimientos dedicadas a la prestación de servicios turísticos, sin la cual no podrán operar, y tendrá vigencia todo el año en que se la otorgue y los 60 días calendario del año siguiente.

**Art. 60.** Pago de la licencia. El valor que deberá pagarse es igual al valor que se paga por registro. En los municipios descentralizados el valor será fijado mediante la expedición de la ordenanza correspondiente.

- Reglamento General de Actividades Turísticas

a) Agencias de viajes

**Art. 77.** Son consideradas agencias de viajes a las compañías sujetas a la vigilancia y control de la Superintendencia de Compañías, en cuyo objeto social conste el desarrollo profesional de actividades turísticas, dirigidas a la prestación de servicios en forma directa o como intermediación, utilizando en su accionar medios propios o de terceros.

**Art. 78.** Las actividades de las agencias de viajes desarrolladas dentro y fuera del país son:

- ❖ La mediación en la reserva de plazas y venta de boletos en toda clase de medios de transporte locales o internacionales.
- ❖ La reserva, adquisición y venta de alojamiento y servicios turísticos, boletos o entradas a todo tipo de espectáculos, museos, monumentos y áreas protegidas en el país y en el exterior.
- ❖ La organización, promoción y venta de los denominados paquetes turísticos, entendiéndose como tales al conjunto de servicios turísticos (manutención, transporte, alojamiento, etc.)
- ❖ La prestación e intermediación de servicios de transporte turístico aéreo, terrestre, marítimo y fluvial a los viajeros dentro y fuera del territorio nacional.
- ❖ Flete de aviones, barcos, autobuses, trenes especiales y otros medios de transporte, para la realización de servicios turísticos propios de su actividad, dentro del país; y,
- ❖ La actuación como representante de otras agencias de viajes y turismo nacionales o extranjeras, en domicilios diferentes al de la sede principal de la representada, para la venta de productos turísticos.
- ❖ La tramitación y asesoramiento a los viajeros para la obtención de los documentos de viaje.
- ❖ Entrega de información turística y difusión del material de propaganda.
- ❖ La intermediación en la venta de pólizas de seguros inherentes a la actividad turística.
- ❖ El alquiler de útiles y equipos destinados a la práctica de turismo deportivo y especializado.

- ❖ Intermediación en la venta de paquetes turísticos que incluyan cursos internacionales de intercambio, congresos y convenciones.
- ❖ Intermediación en el despacho de carga y equipaje por cualquier medio de transporte.

**Art. 82.** Agencias de viajes operadoras. - son las que elaboran, organizan, operan y venden, ya sea directamente o a través de los otros dos (mayorista, internacionales) tipos de agencias de viajes, toda clase de servicios y paquetes turísticos dentro del territorio nacional, para ser vendidos dentro o fuera del país.

**Art. 118.** Guías profesionales de turismo. – Son profesionales debidamente formados en instituciones educativas reconocidas y facultadas para ellos, que pueden conducir a uno o más turistas nacionales o extranjeros, para mostrar, enseñar, orientar, e interpretar el patrimonio turístico nacional.

b) Obligación de registro y de la obtención de la licencia anual de funcionamiento:

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

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

- a) Copia certificada de la escritura pública de constitución de la compañía y de aumento de capital o reformas de estatutos, si los hubiere, tratándose de personas jurídicas;
- b) Nombramiento del representante legal, debidamente inscrito, de la persona jurídica solicitante;
- c) Certificado del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual de no encontrarse registrada la razón o denominación social o nombre comercial motivo de la solicitud; y,
- d) Registro Único de Contribuyentes o cédula de ciudadanía o de identidad, según sea la persona natural ecuatoriana o extranjera solicitante.

**Art. 149.** Licencia anual de funcionamiento. – Constituye la autorización legal otorgada por el Ministerio de Turismo a los establecimientos o empresas dedicadas a actividades y servicios turísticos:

- ❖ Para obtener la licencia anual de establecimiento se requiere:
  - ❖ Solicitud dirigida al ministro de Turismo
  - ❖ Certificado de registro por el Ministerio de Turismo
  - ❖ Patente actualizada
  - ❖ Certificado actualizado de afiliación a la Cámara de Turismo Provincial (tramite opcional)
  - ❖ Copia certificada del RUC
  - ❖ Lista de precios del establecimiento turístico
  - ❖ Fotocopia del título de propiedad o contrato de arrendamiento
- Reglamento General de Guianza Turística

**Art. 4.** Clasificación de guías de turismo:

- a). Guía local;
- b). Guía nacional; y,
- c). Guía nacional especializado:
  - c.1.- Patrimonio turístico
  - c.2.- Aventura.

**Art. 5.** Guía local. – Persona natural que tiene conocimiento y experiencia para proporcionar a los visitantes información detallada respecto del valor turístico- natural/cultural de los sitios asignados a tal uso.

Los guías locales no podrán ejercer la guianza turística en áreas protegidas del Patrimonio de Áreas Naturales del Estado, así como ejercer las competencias determinadas para u guía nacional de turismo. Se exceptúa de esta regla a los miembros de comunidades, comunas, pueblos o nacionalidades ancestrales que habitan en las áreas protegidas y sus zonas de amortiguamiento, en cuyos en cuyos casos podrán ejercer tales actividades únicamente en dichos espacios.

Los guías locales, deben registrarse en el catastro único y portar durante la prestación del servicio la credencial emitida por la Autoridad Nacional de Turismo y/o la autoridad Ambiental Nacional.

**Art.6.** Competencias generales. - el guía local podrá mostrar e interpretar el patrimonio turístico local, tanto natural como cultural, conforme a lo establecido en este reglamento.

Los guías locales podrán realizar las siguientes modalidades de aventura: senderismo, ciclo turismo, y las que determine la autoridad nacional de turismo.

En caso de que un guía local desee acceder a la especialización en aventura en las siguientes modalidades: buceo, alta montaña, rafting, kayak, y las que determine la autoridad nacional de turismo, deberán contar con una certificación de habilidad reconocida en el anexo1 del presente reglamento.

El guía local no podrá prestar el servicio de guianza a nivel nacional. En caso de que un guía local se encuentre desarrollando actividades fuera de su ámbito de acción, será sancionado conforme a la Ley de Turismo.

**Art. 18.** Registro de guías nacionales de turismo, especializados y guías locales. - La autoridad nacional de turismo mantendrá la respectiva herramienta digital de registro y control de los guías nacionales de turismo, especializados y guías locales, en la que constaran al menos los siguientes datos: datos personales, clasificación, número de credencial, registro fotográfico, idioma, hoja de vida y los demás que determine la autoridad nacional de turismo.

**Art. 22.** Derechos y obligaciones de los guías nacionales de turismo, especializados y guías locales:

- a) Ejercer la prestación del servicio a través de las agencias de servicios turísticos, así como en cualquier institución pública o privada, nacional o extranjera, que requiera de sus servicios, con los límites establecidos por este Reglamento y demás normativa vigente;
- b) Para el caso que sea necesario, contar con el Registro Único de Contribuyentes (RUC)
- c) Percibir las remuneraciones u horarios pactados para los servicios prestados y ser cancelados sus haberes puntualmente;
- d) Recibir de las agencias de servicios turísticos y prestadores de servicios turísticos las garantías necesarias para el ejercicio de la guianza turística;
- e) Exigir el cumplimiento de las disposiciones establecidas en la Ley de Turismo, este Reglamento y demás normativa pertinente;
- f) Denunciar el ejercicio ilegal e informal del servicio de guianza o tour líder, según sea el caso;
- g) Denunciar ante la Autoridad Nacional de Turismo, a las agencias de servicios turísticos que contraten guías sin la credencial vigente;

- h) Conducir el grupo a su cargo, tomando las decisiones necesarias, previniendo riesgos potenciales;
- i) Portar su credencial e un lugar visible;
- j) Contribuir a la conservación del patrimonio turístico natural y cultural;
- k) Dar información veraz, completa y oportuna a los visitantes;
- l) Conocer el marco regulatorio aplicable al manejo, control y administración de las áreas naturales protegidas y patrimonio cultural y demás normativa pertinente;
- m) Orientar e informar a las personas en forma precisa, sobre los horarios y características de la actividad, puntos de referencia generales acerca de los lugares a visitar y ofrecerle la información que facilite su permanencia en los mismos;
- n) Informar sobre los potenciales riesgos de la actividad a ser realizada y recomendar que los visitantes cuenten con el equipo, la vestimenta y/o accesorios que requiera la actividad, para una experiencia segura;
- o) Ejercer sus funciones sin manifestación de parcialidad o discriminaciones de tipo político, religioso, étnico, de género, socioeconómico, cultural o de cualquier otra índole, que vulneren los derechos fundamentales de los usuarios de sus servicios;
- p) Contribuir a la creación y fortalecimiento de la conciencia turística de la población local, regional y nacional, en aspectos referentes a la protección, preservación y vigilancia del patrimonio turístico del país; y,
- q) Garantizar la recolección de residuos que se genere durante el desarrollo de la guianza, debiéndose retirar los mismos a zonas previstas para el efecto.

**Art. 23.** Prohibiciones para los guías nacionales de turismo, especializados y guías locales:

- a) Ejercer sus funciones o pretender ejercerlas bajo el influjo de bebidas alcohólicas, sustancias estupefacientes, psicotrópicas u otras similares;
- b) Contrariar la ley o normativa competente, o el orden público o inducir al visitante a hacerlo;
- c) Realizar actos que desprestigien al país y sus instituciones;
- d) Los guías nacionales de turismo no podrán variar arbitrariamente la programación e itinerario del tour, salvo caso fortuito o fuerza mayor debidamente justificada, para lo cual deberá notificar a la agencia de viajes u operador;
- e) Los guías locales no podrán ejercer su actividad fuera de lo contemplado en este Reglamento;
- f) Operar u organizar tours o excursiones independientes por cuenta propia;
- g) Cobrar valores adicionales a los acordados por las partes;

- h) Utilizar la credencial fuera de los estrictos límites de sus atribuciones; y,
  - i) Los guías de turismo no podrán ejercer el servicio de guianza turística en otra clasificación que no corresponda a la otorgada.
- COOTAD (Código orgánico de organización territorial, autonomía y descentralización)

**Art. 61.** Son funciones del gobierno autónomo descentralizado parroquial rural:

- a) Promover el desarrollo sustentable de su circunscripción territorial parroquial, para garantizar la realización del buen vivir a través de la implementación de políticas públicas parroquiales, en el marco de sus competencias constitucionales y legales;
- b) Diseñar e impulsar políticas de promoción y construcción de equidad e inclusión en su territorio, en el marco de sus competencias constitucionales y legales.
- c) Vigilar la ejecución de obras y la calidad de los servicios públicos y propiciar la organización de la ciudadanía en la parroquia;
- d) Fomentar la inversión y el desarrollo económico especialmente de la economía popular y solidaria, en sectores como la agricultura, ganadería, artesanías y turismo, en coordinación con los de ms gobiernos autónomos descentralizados;
- e) Articular a los actores de la economía popular y solidaria a la provisión de bienes y servicios públicos;
- f) Promover y patrocinar las culturas, artes, actividades deportivas y recreativas en beneficio de la colectividad.

Todos los artículos del marco legal analizado determinan que la ejecución del producto es viable.

#### 7) Ley orgánica de Economía Popular y Solidaria

La ley de Economía Popular y Solidaria en los artículos relacionados con el presente estudio indica:

**Art. 8.** Formas de organización. – en función la presente ley, integran la Economía Popular y Solidaria las organizaciones conformadas en los sectores comunitarios, asociativos y cooperativistas.

**Art. 9.** Personalidad jurídica. - se constituirá como tal, previo el cumplimiento de los requisitos que contemplará el reglamento de la presente ley.

Se otorgará mediante acto administrativo del superintendente que inscribirá en el registro público respectivo.

**Art. 10.** El estado central y los Gobiernos Autónomos Descentralizados participarán en la conformación de capitales de riesgo y de organizaciones mixtas de economía popular y solidaria a través de mecanismos legales y financieros idóneos.

**Art. 15.** Sector comunitario. - conjunto de organizaciones, vinculadas por territorio, familiares, identidades étnicas, culturales, de género; o, comunidades, pueblos y nacionalidades que, mediante el trabajo en unido, tienen por objetivo la producción, comercialización, distribución y el consumo de bienes y servicios lícitos, bajos los principios de esta ley.

**Art. 17.** Fondo social. - para el cumplimiento de su objetivo, las organizaciones del sector comunitario, contarán con un fondo social variable y constituido con los aportes de sus miembros, trabajos o bienes, debidamente evaluados por su máximo órgano de gobierno.

**Art. 18.** Sector asociativo. - conjunto de asociaciones constituidas por personas naturales con actividades económicas productivas similares o complementarias, con el objetivo de producir, comercializar y consumir bienes y servicios lícitos y socialmente necesarios, o comercializar su producción en forma solidaria y auto gestionada bajo los principios de la presente ley.

**Art. 133.** Gobiernos Autónomos Descentralizados. - en ejercicio concurrente de la competencia de fomento de la economía popular y solidaria establecida en la respectiva ley, incluirán en su planificación y presupuestos anuales la ejecución de programas y proyectos socioeconómicos como apoyo para el fomento y fortalecimiento de las personas y organizaciones amparadas en esta ley.

**Art.136.** Para la prestación de los servicios públicos de competencia municipal, las empresas públicas municipales podrán propiciar la conformación de organizaciones comunitarias para la

gestión delegada de dichos servicios. En las áreas rurales sus directorios tendrán entre sus miembros a un delegado técnico de las juntas parroquiales de cada jurisdicción.

- Reglamento a la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria

**Art. 5.** Requisitos organizaciones comunitarias. - para la obtención de personalidad jurídica presentaran ante la superintendencia una solicitud, junto con el acta constitutiva, suscrita al menos por diez miembros fundadores y copia de cedula de identidad del representante provisional y el certificado de depósito del aporte al fondo social inicial por el monto fijado por el Ministerio de Coordinación de Desarrollo Social.

- Ley de Compañías

**Art. 308.** El estado las municipalidades, los consejos provinciales y las entidades u organismos del sector público, podrán participar conjuntamente con el capital privado, en el capital y en la gestión social de la compañía.

**Art. 315.** Las escrituras de constitución de las compañías de economía mixta, las de transformación, de reforma y modificaciones de estatutos, así como los correspondientes registros se hallan exonerados de toda clase de impuestos y derechos fiscales, municipales o especiales.

También se exonera de toda clase de impuestos municipales y adicionales a los actos y contratos y sus correspondientes registros.

El Ministerio de Finanzas podrá exonerar temporalmente de impuestos y contribuciones a las compañías de economía mixta.

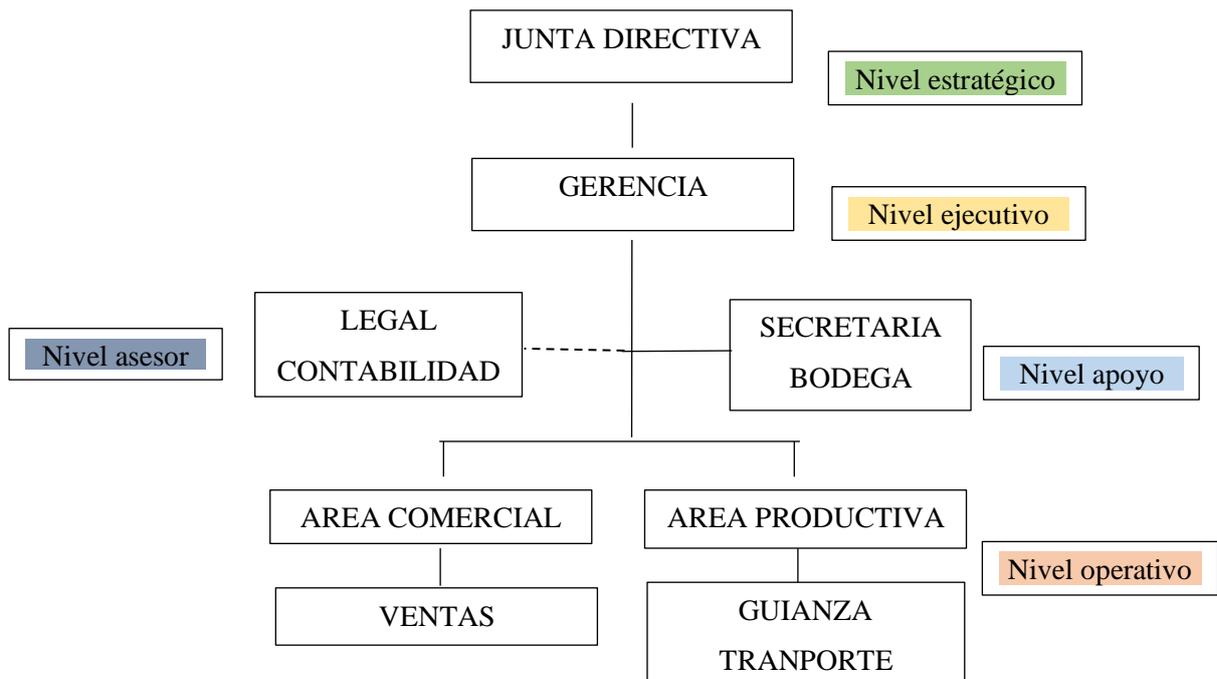
- Tipo de empresa a crearse

Analizado el marco legal ecuatoriano para el funcionamiento del producto turístico se determinó que el tipo de empresa a crearse es de economía mixta, considerando a la comunidad como la parte privada y al Gobierno Autónomo Descentralizado como la parte pública de la empresa, a través de la constitución de una operadora turística en base al reglamento de turismo.

#### *4.3.5.2. Estudio administrativo*

Para manejar el producto turístico diseñado, en base a la organización a establecerse se ha diseñado los organigramas estructural y funcional, además el manual de funciones.

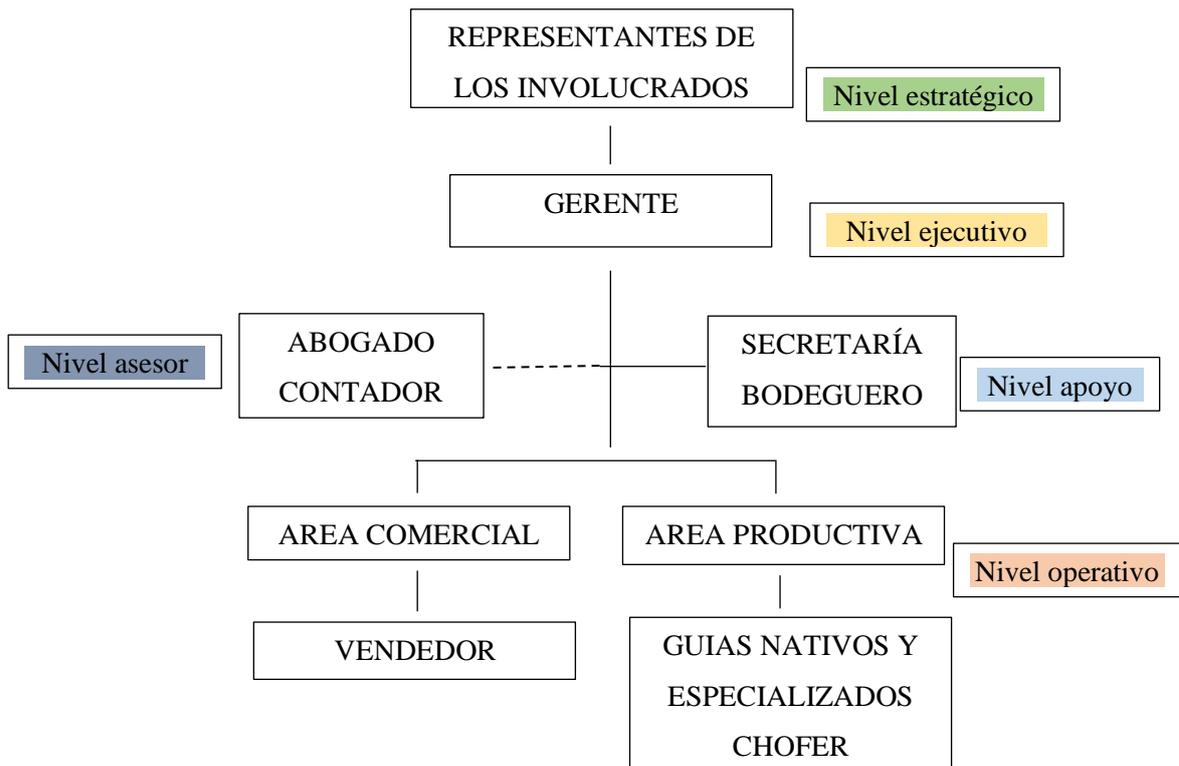
- Organigrama estructural



**Gráfico 41-4.** Organigrama estructural de la empresa

Realizado por: Alvarado Natali, 2020

- Organigrama funcional



**Gráfico 42-4.** Organigrama funcional de la empresa

Realizado por: Alvarado Natali, 2020

- Manual de funciones

Representantes de la junta directiva

Requisitos:

Ser miembro de las comunidades beneficiarias del proyecto, delegado oficialmente como representante de las mismas para formar parte de los funcionarios para la ejecución del producto turístico.

Ser miembro de los prestadores de alimentación, delegado oficialmente como representante de las mismas para formar parte de los funcionarios para la ejecución del producto turístico.

Ser miembro de los prestadores de alojamiento, delegado oficialmente como representante de las mismas para formar parte de los funcionarios para la ejecución del producto turístico.

Ser miembro de los prestadores de bebidas, delegado oficialmente como representante de las mismas para formar parte de los funcionarios para la ejecución del producto turístico.

Funciones:

- ❖ Tomar decisiones de carácter económico, político, institucional.
- ❖ Desarrollar el objetivo general, misión y visión de la empresa.
- ❖ Monitorear el desempeño de la administración.
- ❖ Conocer el plan estratégico y operativo anual con su presupuesto.
- ❖ Remover a los miembros de la junta directiva.
- ❖ Garantizar la transparencia y la información financiera.
- ❖ Evitar o resolver conflictos entre las asociaciones.
- ❖ Supervisar del cumplimiento con las leyes y reglamentos aplicables.

Conocimientos: habilidades administrativas.

- Gerente

Requisito: título de tercer nivel relacionado al turismo.

#### Funciones:

- ❖ Definir los objetivos del proyecto y su respectiva organización.
- ❖ Desarrollar, aprobar y poner en práctica políticas, programas y campañas organizacionales.
- ❖ Supervisar las actividades de todas las áreas
- ❖ Hacer seguimiento de los recursos materiales y financieros.
- ❖ Representar a la empresa o delegar a los representantes que desempeñaran funciones oficiales.
- ❖ Ser el embajador de la identidad de la empresa.
- ❖ Brindar asesoría y capacitación en las políticas, procedimientos, y prácticas de RRHH.
- ❖ Llevar el registro de los informes y demás documentación relacionada al área.
- ❖ Desarrollar, analizar, implementar/actualizar y revisar las políticas, enfoques y procedimientos de la empresa.
- ❖ Trazar acciones para fomentar el compromiso de los empleados y desarrollar estrategias de retención.
- ❖ Gestionar el desempeño del empleado y suministrar información sobre los procesos internos, a los fines de lograr una mejora en el desempeño individual y grupal del personal.
- ❖ Hacer seguimiento al proceso de reclutamiento.
- ❖ Supervisar el proceso de contratación.
- ❖ Hacer seguimiento a las quejas o reclamos.
- ❖ Define la cadena de distribución.
- ❖ Manejar los aspectos financieros de las operaciones de RRHH.
- ❖ Control de horarios, licencias y vacaciones.
- ❖ Crea paquetes y tarifas especiales.
- ❖ Diseña, gestiona y ejecuta las estrategias económicas y financieras.
- ❖ Interpreta la información contable para el planeamiento, el control y la toma de decisiones.
- ❖ Administrar e identificar los riesgos financieros en las organizaciones.
- ❖ Analizar y evaluar resultados para proponer acciones.

#### Conocimiento:

Habilidades administrativas, contables, financieros, comerciales, dominio informático, manejo sobre las agencias de viajes y operadoras turísticas, manejo del personal, habilidades de comunicación, negociación y proactividad.

- Abogado

Requisito: título de abogado

Funciones:

- ❖ Resolver los problemas legales relacionados con la empresa.
- ❖ Defender los intereses de la empresa en todo procedimiento judicial.
- ❖ Negociar y redactar contratos.
- ❖ Emitir informes jurídicos sobre las distintas áreas de la empresa.

Conocimientos: en computación, estudios tributarios.

- Contador (a)

Requisitos: Tener título en contabilidad y auditoría

Ser contador(a) asociado

Funciones:

- ❖ Llevar mensualmente los libros de compra y ventas, mediante el registro de facturas emitidas y recibidas con el fin de realizar las respectivas declaraciones del IVA.
- ❖ Llevar en forma adecuada los recibos, facturas, notas de venta y todo comprobante que justifique un pago.
- ❖ Pagar impuestos del SRI.

Conocimientos: capacidad de gestión, sistema de informática contable.

- Secretaria

Requisito: ser secretaria bilingüe

Naturaleza de trabajo: atención al cliente

Funciones:

- ❖ Recibir y revisar la idoneidad de los documentos.

- ❖ Atender al cliente.
- ❖ Redactar, transcribir, y elaborar documentos que sean recomendados por los departamentos de la empresa.
- ❖ Enviar agendas e informes.
- ❖ Informar todo lo relativo, al departamento del que depende.
- ❖ Amplios conocimientos en cuanto a protocolo institucional y empresarial.
- ❖ Asistir a las reuniones de la junta.
- ❖ Dar apoyo a la gerencia en algunas actividades
- ❖ Tener actualizada la agenda, incluyendo a los trabajadores de la empresa, clientes y proveedores.

Conocimientos: de operación turística, ventas, facturación, atención al cliente, manejo de programas informáticos.

- Guías

Requisito: tener la licencia de guía local y especializado, manejar el idioma inglés.

Funciones:

- ❖ Trasladar a los turistas con responsabilidad.
- ❖ Coordinar el viaje y asistir al pasajero.
- ❖ Facilitar el vínculo de los visitantes con los recursos naturales y culturales.
- ❖ Promocionar el patrimonio turístico.
- ❖ Promover y mantener la imagen de la compañía.

Conocimientos: primeros auxilios, lengua extranjera, manejo de personal.

#### 4.3.5.3. Presupuesto para el área administrativa

- Talento humano

**Tabla 93-4:** Talento humano

<b>Estructura ocupacional</b>	<b>Remuneración mensual</b>	<b>Aporte personal</b>	<b>Aporte personal patronal</b>	<b>Gasto mensual</b>	<b>Gasto anual</b>
Gerente	433	40.92	48.2795	481.2795	5798.74

Abogado	600	56.7	66.9	666.9	8002.8
Secretaria	397.31	37.55	44.30	441.61	5299.32
Contador	407.89	38.55	45.4797	453.37	5440.43
<b>Total</b>					<b>24541.29</b>

Realizado por: Alvarado Natali, 2020

- Materiales e insumos

**Tabla 94-4:** Materiales e insumos

Denominación	Cantidad	Costo unitario	Gasto anual
Servicios básicos	1	83.33	1000
Resma papel bond	10	3	30
Cajas de esferos	2	6	12
Cajas de lápices	1	3.50	3.50
Caja de marcadores	2	5	10
Caja de resaltadores	2	7	14
Carpetas archivadoras	12	3	36
Memoria 32 gb	5	12	60
Cds	10	0.50	5
Caja de grapas	5	2	10
Caja de clips	5	4	20
Caja de borradores	2	4	8
Pinturas recargables de impresora	10	34	340
<b>Total</b>			<b>1548.5</b>

Realizado por: Alvarado Natali, 2020

- Activos fijos

**Tabla 95-4:** Activos fijos del área legal-administrativo

Tipo	Denominación	Cantidad	Costo unitario	Gasto
Terrenos	Terreno	30m2	500	15000
Construcciones y edificaciones	Oficina	30m2	250	7500
	<b>Sub total</b>			<b>22500</b>

Muebles y enseres	Escritorio	2	180	360
	Silla ejecutiva	5	65	325
	Silla plástica	2	8	16
	Anaqueles	1	60	60
	Archivador	2	200	400
	Vajillas	1	30	30
	Decoraciones	3	20	60
	<b>Sub total</b>			<b>1251</b>
Maquinaria y equipo	Cafetera	1	30	30
	Dispensador de agua	1	68	68
	Reloj de pared	1	20	20
	Teléfono	1	25	25
	<b>Sub total</b>			<b>143</b>
Equipo de computo	Computadora	2	600	1200
	Computador portátil	1	700	700
	Impresora	1	300	300
	Calculadora	1	20	20
	<b>Sub total</b>			<b>2220</b>
<b>Total</b>				<b>26114</b>

Realizado por: Alvarado Natali, 2020

- Activos diferidos

**Tabla 96-4:** Activos diferidos del área legal- administrativo

Denominación	Cantidad	Costo	Gasto
Capacitación del personal	1	1500	1500
Estudio legal administrativo	1	1000	
Gastos de la constitución de la empresa	1	605.1	
<b>Sub total</b>		<b>3105.1</b>	<b>1500</b>

Realizado por: Alvarado Natali, 2020

#### 4.3.6. Evaluación económico-financiero

Considerando las 3 áreas tanto comercial, administrativa y productiva se estableció lo siguiente:

##### 4.3.6.1. Inversiones

**Tabla 97-4:** Inversiones

<b>Inversiones</b>	<b>Total</b>
<b>Activos fijos</b>	
Terreno	45000
Vehículo	45000
Construcciones y edificaciones	22500
Equipos y maquinaria	20676
Muebles y enseres	2671
Equipos de computo	4472
<b>Subtotal</b>	<b>140319</b>
<b>Activos diferidos</b>	
Constitución de la organización	605,1
Estudios del proyecto	3000
Adecuación preliminar del área	200
Capacitación del personal	4500
Gastos financieros (intereses año 0)	9699,36
<b>Subtotal</b>	<b>18004,46</b>
<b>Capital de trabajo (tres meses)</b>	
Mano de obra directa	2660
Mano de obra indirecta	1998,25
Sueldos y salarios	7699,3
Servicios básicos	250
Publicidad	151,25
Materiales e insumos	46719,9
Contingencias	500
<b>Subtotal</b>	<b>59978,7</b>
<b>Total</b>	<b>218302,16</b>
Porcentaje	100%

Realizado por: Alvarado Natali, 2020

4.3.6.2. Usos y fuentes

**Tabla 98-4:** Usos y fuentes

<b>Inversiones</b>	<b>Inversión propia</b>	<b>Préstamo</b>	<b>Total</b>
<b>Activos fijos</b>			
Terreno	45000		45000
Vehículo		45000	45000
Construcciones y edificaciones		22500	22500
Equipos y maquinaria		20676	20676
Muebles y enseres	2671		2671
Equipos de computo	4472		4472
<b>Subtotal</b>	<b>52143</b>	<b>88176</b>	<b>140319</b>
<b>Activos diferidos</b>			
Constitución de la organización	605,1		605,1
Estudios	3000		3000
Adecuación preliminar del área	200		200
Capacitación del personal	4500		4500
Gastos financieros (intereses año 0)	9699,36		9699,36
<b>Subtotal</b>	<b>18004,46</b>		<b>18004,46</b>
<b>Capital de trabajo (tres meses)</b>			
Mano de obra directa	2660		2660
Mano de obra indirecta	1998,25		1998,25
Sueldos y salarios	7699,3		7699,3
Servicios básicos	250		250
Publicidad	151,25		151,25
Materiales e insumos	46719,9		46719,9
Contingencias	500		500
<b>Subtotal</b>	<b>59978,7</b>		<b>59978,7</b>
<b>Total</b>	<b>130126,16</b>	<b>88176</b>	<b>218302,16</b>
<b>Porcentaje</b>	<b>60%</b>	<b>40%</b>	<b>100%</b>

Realizado por: Alvarado Natali, 2020

#### 4.3.6.3. Cálculo del pago de la deuda

Monto: 88176

Interés anual: 11% tasa activa

Entidad financiera: Ban Ecuador

**Tabla 99-4:** Cuadro de pago de la deuda

Año	Préstamo	Capital a pagar	Interés	Cuota anual	Saldo
2021	88176	17635,2	9699,36	27334,56	70540,8
2022	70540,8	17635,2	7759,488	25394,688	52905,6
2023	52905,6	17635,2	5819,616	23454,816	35270,4
2024	35270,4	17635,2	3879,744	21514,944	17635,2
2025	17635,2	17635,2	1939,872	19575,072	0
<b>Total</b>		<b>88176</b>	<b>29098,08</b>	<b>117274,08</b>	

Realizado por: Alvarado Natali, 2020

#### 4.3.6.4. Depreciación de activos fijos

**Tabla 100-4:** Cuadro de depreciación de activos fijos

Activo	Valor del bien	Depreciación por la ley (Años)	Depreciación anual	Depreciación por uso en el proyecto (5 años)	Valor de salvamento
Construcciones y edificaciones	22500	20	1125	5625	16875
Equipos y maquinarias	20676	10	2067,6	10338	10338
Muebles y enseres	2671	10	267,1	1335,5	1335,5
Equipos de computo	4472	3	1490,66	4472	0
Vehículo	45000	5	9000	45000	0
<b>Total</b>			<b>13950,4</b>	<b>69751,83</b>	<b>28548,5</b>

Realizado por: Alvarado Natali, 2020

4.3.6.5. Amortización de activos diferidos

**Tabla 101-4:** Amortización de activos diferidos

<b>Activos diferidos</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>
18004,46	3600,892	3600,892	3600,892	3600,892	3600,892

Realizado por: Alvarado Natali, 2020

4.3.6.6. Estructura de costos y gastos

**Tabla 102-4:** Cuadro de estructura de costos y gastos

<b>Denominación</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>
<b>Costos de producción</b>	<b>168345,0</b>	<b>170870,2</b>	<b>173433,2</b>	<b>176034,7</b>	<b>178675,2</b>
Mano de obra directa	10640,0	10799,6	10961,6	11126,0	11292,9
Materiales e insumos	149712,0	151957,7	154237,0	156550,6	158898,9
Mano de obra indirecta	7993,0	8112,9	8234,6	8358,1	8483,5
<b>Gastos</b>					
<b>Administrativos</b>	<b>41645,3</b>	<b>42060,7</b>	<b>42482,3</b>	<b>42910,3</b>	<b>43344,7</b>
Sueldos y salarios	24541,3	24909,4	25283,1	25662,3	26047,2
Servicios básicos	1000,0	1015,0	1030,2	1045,7	1061,4
Depreciaciones	13950,4	13950,4	13950,4	13950,4	13950,4
Materiales e insumos	1548,5	1571,7	1595,3	1619,2	1643,5
Permisos para el funcionamiento	605,1	614,2	623,4	632,7	642,2
<b>Gastos comerciales</b>	<b>1093,5</b>	<b>1109,9</b>	<b>1126,6</b>	<b>1143,4</b>	<b>1160,6</b>
Sueldos y salarios	6255,9	6349,7	6445,0	6541,7	6639,8
Materiales e insumos	488,5	495,8	503,3	510,8	518,5
Promoción y publicidad	605,0	614,1	623,3	632,6	642,1
<b>Gastos financieros</b>	<b>7759,5</b>	<b>5819,6</b>	<b>3879,7</b>	<b>1939,9</b>	<b>0,0</b>
Gastos financieros	7759,5	5819,6	3879,7	1939,9	0,0
<b>TOTAL</b>	<b>218843,2</b>	<b>219860,4</b>	<b>220921,9</b>	<b>222028,4</b>	<b>223180,6</b>

Realizado por: Alvarado Natali, 2020

4.3.6.7. Ingresos

**Tabla 103-4:** Ingresos

Denominación	Precio	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Las Latas	54	119402	126798	134656	143006	151875	161293
Amazónica	125	240231	255111	270921	287719	305563	324512
<b>Total</b>		<b>240231</b>	<b>255111</b>	<b>270921</b>	<b>287719</b>	<b>305563</b>	<b>324512</b>

Realizado por: Alvarado Natali, 2020

## 4.3.6.8. Estado de resultado

**Tabla 104-4:** Estado de resultados

Denominación	2021	2022	2023	2024	2025
Ventas	255110,6	270920,6	287718,8	305563,1	324511,9
Costo de producción	168345,0	170870,2	173433,2	176034,7	178675,2
<b>Utilidad bruta</b>	<b>86765,6</b>	<b>100050,5</b>	<b>114285,5</b>	<b>129528,4</b>	<b>145836,6</b>
Gastos administrativos	41645,3	42060,7	42482,3	42910,3	43344,7
Gastos comerciales	1093,5	1109,9	1126,6	1143,4	1160,6
Gastos financieros	7759,5	5819,6	3879,7	1939,9	0,0
<b>Utilidades antes de impuestos</b>	<b>36267,4</b>	<b>51060,3</b>	<b>66796,9</b>	<b>83534,8</b>	<b>101331,3</b>
Impuestos (25%)	9066,8	12765,1	16699,2	20883,7	25332,8
Utilidades antes de repartición de utilidades	27200,5	38295,2	50097,7	62651,1	75998,5
Repartición de utilidades (15%)	4080,1	5744,3	7514,7	9397,7	11399,8
<b>Utilidad neta</b>	<b>23120,5</b>	<b>32550,9</b>	<b>42583,0</b>	<b>53253,4</b>	<b>64598,7</b>

Realizado por: Alvarado Natali, 2020

## 4.3.6.9. Flujo de caja

**Tabla 105-4:** Flujo de caja

Denominaciones	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Inversiones	218302,16					
Recuperación del capital de trabajo						59978,7

Valor del salvamento						28548,5
Depreciaciones		13950,37	13950,37	13950,37	13950,37	13950,4
UTILIDAD NETA		23120,5	32550,9	42583,0	53253,4	64598,7
<b>Flujo de caja neta</b>	<b>218302,16</b>	<b>37071</b>	<b>46501</b>	<b>56533</b>	<b>67204</b>	<b>167076</b>

Realizado por: Alvarado Natali, 2020

#### 4.3.6.10. Evaluación financiera

- Valor Actual Neto

**Tabla 106-4:** Valor Actual Neto

Rubro	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Flujo de caja	-218302,2	37071	46501	56533	67204	167076
VAN	83603,6					
TIR	16%					
Período de recuperación		Entre el período 3 y 5 año				

Realizado por: Alvarado Natali, 2021

- Relación beneficio costo

**Tabla 107-4:** Relación costo beneficio

Rubro	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Flujo de caja	-218302	37071	46501	56533	67204	167076
Factor de actualización	1,00	0,9	0,8	0,7	0,6	0,6
Flujo de caja actualizado	-218302,16	33098,9	37070,5	40239,3	42709,2	94803,6
		Sumatorias	70169,5	110408,8	153118,0	247921,6
Relación beneficio costo	1,14					

Realizado por: Alvarado Natali, 2021

Siendo el VAN 83603,6 positivo, la tasa interna de retorno 16% frente al 6% de la tasa pasiva, la relación beneficio costo de 1.14 siendo mayor a 1, el período de recuperación del capital se dará entre el tercero y quinto año, el proyecto es factible financieramente.

## CONCLUSIONES

- La parroquia Puerto Napo posee atractivos naturales y culturales que se constituye en la base fundamental para el desarrollo de actividades de turismo sostenible, son 12 atractivos turísticos de los cuales 7 corresponde a culturales y 5 corresponde a naturales, todos con jerarquía
- A partir del inventario se diseñó el producto turístico estableciendo además los servicios que este debe contener como es hospedaje y alimentación cuyo provisionamiento estará a cargo de los proveedores locales, el transporte que estará a cargo de la empresa encargada en administrar el producto.
- El estudio de mercado indica que el proyecto es viable comercialmente, porque los turistas nacionales y extranjeros indicaron en su totalidad adquirir el producto turístico; la evaluación ambiental del proyecto permite señalar que es viable, se identificó que los impactos positivos tienen un valor 391 que corresponde al 60%, y los impactos negativos al 40% estos últimos no son de gran magnitud; desde la perspectiva legal administrativa para la operación del producto se ha previsto la constitución de la empresa mixta, a partir de lo cual se ha establecido su estructura organizacional; el producto es viable de ser puesto en el mercado, pues, la Tasa Interna de Retorno (TIR) alcanza el 16% siendo mayor al 6% de la tasa pasiva que es el costo de oportunidad en el sector bancario. El VAN es de 83603,6 dólares, valor positivo que señala la rentabilidad mínima, la relación beneficio costo es de 1,14 es decir que por cada dólar invertido se recupera el dólar y se obtiene una ganancia de 0,14 ctvs., el período de recuperación del capital se encuentra entre el año 3 y 5, encontrándose en el horizonte del tiempo proyectado que corresponde a 5 años, consecuentemente el proyecto es factible desde el punto de vista comercial, técnico-productivo, ambiental, legal-administrativa y económico-financiero.

## RECOMENDACIONES

- El diseño del producto turístico para la parroquia Puerto Napo permite que el mismo es factible por lo que se recomienda su producción y puesta en el mercado.
- Es necesario que el producto para su comercialización, producción, respete la organización empresarial definida atienda los requerimientos y el presupuesto para cada una de las áreas.
- Gestionar ante el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Puerto Napo la creación de la empresa mixta y los aportes económicos financieros necesarios del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Puerto Napo como de las comunidades.
- Para lograr que el producto turístico alcance la calidad diseñada es necesario que el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Puerto Napo ejecute trabajos de mejoramiento de servicios básicos y accesibilidad.
- Por otra parte, es necesario que los prestadores de servicios turísticos mejoren la calidad de atención, siendo necesario su participación en las capacitaciones previstas para cada una de las áreas que prevee la presente propuesta. (Antúnez, 2012)

## BIBLIOGRAFÍA

**ALVARADO, Manuel.** *Café*. [En línea] 2019. [Citado el: 24 de septiembre de 2020.] Disponible en: <https://www.lifeder.com/psicologia-significadocolor-cafe/#:~:text=El%20color%20caf%C3%A9%20es%20un,color%20de%20los%20pobres..>

**ANTÚNEZ, J.** *Diseño*. [En línea] 2012. [Citado el: 10 de marzo de 2019.] Disponible en: <https://jlantunez.com/2012/04/10/disenos/>.

**BACA.** *Estudio Técnico*. [En línea] 2010. [Citado el: 8 de marzo de 2019.] Disponible en: [http://www.academica.mx/sites/default/files/adjuntos/35272/e.2\\_capitulo\\_del\\_estudio\\_tecni](http://www.academica.mx/sites/default/files/adjuntos/35272/e.2_capitulo_del_estudio_tecni).

**BEMBIBRE, Cecilia.** *Determinar*. [En línea] 2010. [Citado el: 11 de marzo de 2019.] Disponible en: <https://www.definicionabc.com/general/determinar.php>.

**CAICAY, Luis.** *Turismo cultural*. [En línea] 2014. [Citado el: 21 de septiembre de 2020.] Disponible en: <http://geografiaturisticalacc.over-blog.es/pages/Turismo-cultural-7221142.html>.

**CAMARA BOLIVIANA DE HIDROCARBUROS Y ENERGÍA.** *Potencialidades*. [En línea] 2015. [Citado el: 8 de marzo de 2019.] Disponible en: [http://www.eldiario.net/noticias/2015/2015\\_09/nt150901/economia.php?n=13&-potencia lidaes-productivas-de-bolivia](http://www.eldiario.net/noticias/2015/2015_09/nt150901/economia.php?n=13&-potencia%20lidaes-productivas-de-bolivia).

**CAVINE, Teresa.** *Evaluación financiera*. [En línea] 2020. [Citado el: 23 de septiembre de 2020.] Disponible en: <https://www.sinnaps.com/blog-gestion-proyectos/estudio-financiero-proyecto-excel>.

**CEUPE.** *Turismo rural*. [En línea] 2020. [Citado el: 21 de septiembre de 2020.] Disponible en: <https://www.ceupe.com/blog/el-concepto-del-turismo-rural.html>.

**CHACÓN, Johnny.** *Matriz Lázaro Lagos Pérez*. [En línea] 2013. [Citado el: 15 de marzo de 2019.] Disponible en: <https://ambienteubv.wordpress.com/2013/05/15/matriz-de-lazaro-lago-perez/>.

**CORVO, Helmut.** *Factibilidad*. [En línea] 2019. [Citado el: 21 de septiembre de 2020.] Disponible en: <https://www.lifeder.com/factibilidad/>.

**COVARRUVIAS.** *Evaluación del potencial en municipios a través de metodologías*. [En línea] 2010. [Citado el: 7 de marzo de 2019.] Disponible en: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2015/1433/1433.zip..>

**CULTUENLACE.** *Turismo de descanso*. [En línea] 2016. [Citado el: 21 de septiembre de 2020.] Disponible en: <http://cultuenlace.com/2016/03/16/turismo-de-descanso/>.

**DARWIN.** *Los bienes*. [En línea] 2016. [Citado el: 8 de marzo de 2019.] Disponible en: <https://es.slideshare.net/darwinprm/los-bienes-65646291>.

**DIARIO INFOBAE.** *El turismo en América Latina*. [En línea] 2016. [Citado el: 27 de febrero de 2019.] Disponible en: <http://dspace.esoch.edu.ec/bitstream/123456789/6549/1/23T0591.pdf>.

**DÍAZ, Beatriz.** *Diseño de productos turísticos.* [En línea] 2011. [Citado el: 8 de marzo de 2019.] Disponible en: [www.sintesis.com](http://www.sintesis.com).

**DUQUE, Olivia y JAIR, Edison.** *Servicios.* [En línea] 2005. [Citado el: 8 de marzo de 2019.] Disponible en: <https://www.redalyc.org>.

**ECONOMÍA.WS.** *Mercado.* [En línea] 2019. [Citado el: 11 de marzo de 2019.] Disponible en: <http://www.economia.ws/mercado.php>.

**ECURED.** *Turismo de aventura.* [En línea] 2017. [Citado el: 21 de septiembre de 2020.] Disponible en: [https://www.ecured.cu/Turismo\\_de\\_Aventura](https://www.ecured.cu/Turismo_de_Aventura).

**FALEX.** *Definición.* [En línea] 2019. [Citado el: 11 de marzo de 2019.] Disponible en: <https://es.thefreedictionary.com/definiciones>.

**FERNÁNDEZ, Sandra.** *Que es el ecoturismo.* [En línea] 2016. [Citado el: 21 de septiembre de 2020.] Disponible en: <https://astelus.com/es/ecoturismo/>.

**FINANZAS.** *Oferta.* [En línea] 2019. [Citado el: 10 de marzo de 2019.] Disponible en: <http://wiki-finanzas.com/index.php>.

**GAMAYTA.** *Potencial.* [En línea] 2011. [Citado el: 8 de marzo de 2019.] Disponible en: <https://www.clubensayos.com>.

**GARCÍA, G.** *Guía para elaborar planes de negocios.* [En línea] 2006. [Citado el: 08 de Marzo de 2019.] Disponible en: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2010f/870/ANALISIS%20DEL%20PROBLEMA.htm>.

**GARDEY, A.** *Definición de turismo.* [En línea] 2012. [Citado el: 5 de marzo de 2019.] Disponible en: <https://definicion.de/turismo/>.

**GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DE TENA.** *Plan de desarrollo .* [En línea] 2016. [Citado el: 3 de marzo de 2019.] Disponible en: <https://tena.gob.ec/index.php/tena/canton-tena>.

**GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO PARROQUIAL RURAL DE PUERTO NAPO.** *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la parroquia Puerto Napo.* [En línea] 2015. [Citado el: 2 de marzo de 2019.] Disponible en: [http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL\\_SNI/data\\_sigad\\_plus/sigadplusdiagnostico/1560602910\\_001\\_PDOT%20GADPRPN%20Fase%20Diagn%C3%B3stico\\_19-10-2015\\_03-11-44.pdf](http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdiagnostico/1560602910_001_PDOT%20GADPRPN%20Fase%20Diagn%C3%B3stico_19-10-2015_03-11-44.pdf).

**GÓMEZ, Glicería.** *Procedimiento metodológico de diseño de productos turísticos.* [En línea] 2014. [Citado el: 16 de marzo de 2019.] Disponible en: <https://core.ac.uk/download/pdf/84697936.pdf>.

**GRATEROL, M.** *Proyectos de Inversión.* [En línea] 2009. [Citado el: 09 de marzo de 2019.] Disponible en: <http://www.crecenegocios.com/comohacer-crecer-un-negocio/>.

**HERNÁNDEZ, E.** *Proyectos turísticos, formulación y evaluación.* [En línea] 2008. [Citado el: 10 de marzo de 2019.] Disponible en: <https://www.redalyc.org>.

**HUNZIKER, L.** *Turismo*. [En línea] 2017. [Citado el: 5 de marzo de 2019.] Disponible en: <https://www.significados.com/turismo/>.

**INSTITUTO GEOGRÁFICO MILITAR.** *Carta Topográfica Puerto Napo*. [En línea] 2015. [Citado el: 1 de marzo de 2019.] Disponible en: [http://www.igm.gob.ec/work/files/cartabase/o/OIV\\_A1.htm](http://www.igm.gob.ec/work/files/cartabase/o/OIV_A1.htm).

**JIMENEZ, Lorena.** *Estudio económico*. [En línea] 2013. [Citado el: 23 de septiembre de 2020.] Disponible en: <https://es.slideshare.net/liclorenajimenez/estudio-econmico-26924280>.

**LASSO, Sara.** *Azul*. [En línea] 2019. [Citado el: 24 de septiembre de 2020.] Disponible en: <https://www.aboutespanol.com/color-azul-180112>.

**LOOR, y otros.** *La actividad turística en el Ecuador*. [En línea] 2018. [Citado el: 8 de marzo de 2019.] Disponible en: [https://www.researchgate.net/publication/332236877\\_La\\_actividad\\_turistica\\_en\\_el\\_Ecuador\\_Turismo\\_consciente\\_o\\_turismo\\_tradicional](https://www.researchgate.net/publication/332236877_La_actividad_turistica_en_el_Ecuador_Turismo_consciente_o_turismo_tradicional)

**LÓPEZ, Henry.** *Inventario turístico*. [En línea] 2012. [Citado el: 21 de septiembre de 2020.] Disponible en: <http://inventarioturisticolopez.blogspot.com/2012/12/inventario-turistico.html>.

**MARTÍNEZ, Rafael.** *Factibilidad de un proyecto*. [En línea] 2016. [Citado el: 8 de marzo de 2019.] Disponible en: <https://es.slideshare.net/rafaelmartinezzarate1/factibilidad-de-proyecto>.

**MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO.** *Producto Turístico*. [En línea] 2014. [Citado el: 8 de marzo de 2019.] Disponible en: [www.mincetur.gob.pe/TURISMO/Productoturístico/Fit/fit/Guias/Amazonas.pdf](http://www.mincetur.gob.pe/TURISMO/Productoturístico/Fit/fit/Guias/Amazonas.pdf).

**MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR.** *Metodología para el inventario de atractivos*. [En línea] 2017. [Citado el: 9 de marzo de 2019.] Disponible en: <https://www.uniandes.edu.ec/web/wp-content/uploads/2016/04/Inventario-de-atractivos-tur%C3%ADsticos-como-elemento-.pdf>.

**MONTOYA, Juan.** *¿Qué es mercado?*. [En línea] 2018. [Citado el: 15 de Marzo de 2019.] Disponible en: <https://www.actividadeseconomicas.org/2014/06/que-es-el-mercado-y-sus-tipos.html>.

**MORENO, Alberto.** *Verde*. [En línea] 2019. [Citado el: 23 de septiembre de 2020.] Disponible en: <https://gravstudio.com/psicologia-del-color-verde/>.

**MUÑO, Patricia.** *Estudio de mercado*. [En línea] 2017. [Citado el: 21 de septiembre de 2020.] Disponible en: <https://www.emprendepyme.net/que-es-un-estudio-de-mercado.html>.

**MUÑOZ, David.** *Agroturismo en Pichincha*. [En línea] 2019. [Citado el: 23 de septiembre de 2020.] Disponible en: <https://turistiqueros.com/2019/03/27/7-lugares-para-hacer-agroturismo-en-pichincha/>.

**MUÑOZ, Eduardo.** *Guía metodológica para la formulación y evaluación de proyectos productivos con relación a negocios turísticos*. [ed.] ESPOCH. Riobamba-Ecuador : ESPOCH, 2018.

**NOBOA, Patricio.** *Texto básico de gestión de recursos culturales I.* Riobamba - Ecuador : ESPOCH, 2006.

**ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE TURISMO.** *Turismo de cruceros - Situación actual y tendencias.* [En línea] 2008. [Citado el: 6 de marzo de 2019.] Disponible en: [http://81.47.175.201/stodomingo/attachments/article/120/turismo\\_cruceros.pdf](http://81.47.175.201/stodomingo/attachments/article/120/turismo_cruceros.pdf).

**ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO.** *Análisis sobre turismo sostenible para el desarrollo.* [En línea] 2017. [Citado el: 10 de marzo de 2019.] Disponible en: [http://www.tourism4development2017.org/wp-content/uploads/2017/05/12522\\_iy2017-discussion-paper\\_executive-summary\\_es.pdf](http://www.tourism4development2017.org/wp-content/uploads/2017/05/12522_iy2017-discussion-paper_executive-summary_es.pdf).

**OXFORD UNIVERSITY PRESS.** *Definir.* [En línea] 2019. [Citado el: 11 de marzo de 2019.] Disponible en: <https://es.oxforddictionaries.com/definicion/definir>.

**PÉREZ, Juan & GARDEY, Ana.** *Oferta.* [En línea] 2009. [Citado el: 10 de marzo de 2019.] Disponible en: <https://definicion.de/oferta/>.

**RIVERA, Nicole.** *Estudio técnico del proceso productivo.* [En línea] 2014. [Citado el: 21 de septiembre de 2020.] Disponible en: <https://nicolerivera.webnode.es/gestion-empresarial/estudio-tecnico-del-proceso-productivo/>.

**RODRIGUEZ, E.** *Clases y tipos de turismo según actividades desarrolladas.* [En línea] 2011. [Citado el: 5 de marzo de 2019.] Disponible en: [http://vinculando.org/vacaciones\\_viajes/turismo\\_sostenible/clases\\_de\\_turismo\\_sostenible\\_desarrollo\\_hotelero.html](http://vinculando.org/vacaciones_viajes/turismo_sostenible/clases_de_turismo_sostenible_desarrollo_hotelero.html).

**SECRETARÍA DE TURISMO. 2004.** *Turismo alternativo una nueva forma de hacer turismo.* [En línea] 2004. [Citado el: 6 de marzo de 2019.] <file:///C:/Users/PC/Downloads/Dialnet-MetodosParaElAnalisis DelPotencial TuristicoDelTerri-4925982.pdf>.

**SEGGIARO.** *Amarillo.* [En línea] 2017. [Citado el: 24 de septiembre de 2020.] Disponible en: <https://www.marcelaseggiaro.com/amarillo-el-significado/>.

**SERVICIO NACIONAL DE TURISMO.** *Manual paso a paso para el diseño de un producto turístico.* [En línea] 2015. [Citado el: 5 de marzo de 2019.] Disponible en: <https://asesoresenturismoperu.files.wordpress.com/2016/08/244-manual-productos-turc3adstico-s-chile.pdf>.

**THOMPSON, Ivan.** *Servicios.* [En línea] 2006. [Citado el: 8 de marzo de 2019.] Disponible en: [www.promonegocios.net](http://www.promonegocios.net).

**TIERRA, Patricia.** *Texto básico de planificación territorial.* Riobamba - Ecuador : ESPOCH, 2006.

**UNIVERSIDAD DE LOS ANDES.** *Departamento de Diseño.* [En línea] 2018. [Citado el: 11 de marzo de 2019.] Disponible en: <http://desingn.uniandes.edu.co/pregrado/que-es-disenio/>.

**UNIVERSIDAD INTERAMERICANA PARA EL DESARROLLO.** *Evaluación de proyectos de inversión.* [En línea] 2017. [Citado el: 23 de septiembre de 2020.] Disponible en: [https://moodle2.unid.edu.mx/dts\\_cursos\\_md1/pos/AN/PI/S12/PI12\\_Lectura.pdf](https://moodle2.unid.edu.mx/dts_cursos_md1/pos/AN/PI/S12/PI12_Lectura.pdf).

**UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA.** *Impacto ambiental.* [En línea] 2010. [Citado el: 09 de marzo de 2019.] Disponible en: [http://datateca.unad.edu.co/contenidos/358023/Material\\_en\\_linea/leccin\\_1\\_definicion\\_impacto\\_ambiental.html](http://datateca.unad.edu.co/contenidos/358023/Material_en_linea/leccin_1_definicion_impacto_ambiental.html).

**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO.** *El Producto.* [En línea] 2009. [Citado el: 8 de marzo de 2019.] Disponible en: <https://es.slideshare.net/bemaguali/el-producto-1720233>.

**VALDIVIA.** *Turismo científico.* [En línea] 2019. [Citado el: 21 de septiembre de 2020.] Disponible en: <https://scientific-tourism.org/about-us/>.

**VARISCO, Cristina.** *Sistema turístico.* [En línea] 2013. [Citado el: 21 de septiembre de 2020.] Disponible en: <http://nulan.mdp.edu.ar/2208/1/varisco.2013.pdf>.

**VAZQUEZ, Irvin.** *Estudio administrativo.* [En línea] 2016. [Citado el: 23 de septiembre de 2020.] Disponible en: <https://www.docsity.com/es/estudio-administrativo/628365/>.

**VIGARAY, Juan.** *Fundamentos de Marketing.* [En línea] 2012. [Citado el: 18 de marzo de 2019.] Disponible en: [https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/20592/1/Tema1\\_marketing\\_STUD.pdf](https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/20592/1/Tema1_marketing_STUD.pdf).

ANEXO

ANEXO 1 Ficha para el levantamiento de información de Atractivos (MINTUR, 2017).



FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS															
Código del atractivo:	000A	000B	000C	000D	000E	000F	000G	000H	000I	000J	000K	000L	000M		
	Provincia	Cantón	Parroquia	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía	Atractivo							
<b>1. DATOS GENERALES</b>															
1.1 Nombre del Atractivo Turístico															
1.2 Categoría				1.3 Tipo				1.4 Subtipo							
<b>2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO</b>															
2.1 Provincia				2.2 Cantón				2.3 Parroquia							
2.4 Barrio, Sector o Gemina				2.5 Calle Principal				2.6 Número		2.7 Transversal					
2.8 Latitud (grados decimales)				2.9 Longitud (grados decimales)				2.10 Altura (metros)							
2.11 Información del administrador															
a. Tipo de Administrador:						b. Nombre de la Institución:									
c. Nombre del Administrador:						d. Cargo que ocupa:									
e. Teléfono / Celular:						f. Correo Electrónico:									
Observaciones:															
<b>3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO</b>															
3.1 Características climatológicas <input type="checkbox"/>															
a. Clima:				b. Temperatura(°C):				c. Precipitación Pluviométrica (mm):							
3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo (U) <input type="checkbox"/>															
a. Cultura <input type="checkbox"/>				b. Naturalista <input type="checkbox"/>				c. Aventura <input type="checkbox"/>							
3.3 Escenario donde se localiza el atractivo turístico <input type="checkbox"/>															
a. Urbano <input type="checkbox"/>			b. Periurbano <input type="checkbox"/>			c. Rústico Natural <input type="checkbox"/>			d. Rural <input type="checkbox"/>			e. Urbano <input type="checkbox"/>			
3.4 Ingreso al atractivo (U) <input type="checkbox"/>															
a. Tipo de Ingreso:		b. Horario de Atención:		c. Atención:											
				Todos los días		Fines de semana y festivos		Solo días hábiles		Otro		Especificar			
Libre <input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>			
Restringido <input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>			
Pagado <input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>			
d. Maneja un sistema de reservas: <input type="checkbox"/>				e. Forma de Pago:		Efectivo <input type="checkbox"/>		Dinero Electrónico <input type="checkbox"/>		Depósito Bancario <input type="checkbox"/>		Tarjeta de Débito <input type="checkbox"/>			
a. Precio:		Desde		Hasta		Tarjeta de Crédito <input type="checkbox"/>		Transferencia Bancaria <input type="checkbox"/>		Cheque <input type="checkbox"/>					
g. Meses recomendables de visita:															
Observaciones:															
<b>4. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO</b> SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/>															
a. Nombre de la ciudad o poblado más cercano (Que presente condiciones mínimas de servicios):															
b. Distancia desde la ciudad o poblado más cercano:				en		c. Tiempo estimado de desplazamiento en auto:		de		h/mn		d. Coordenadas (grados Lat.: Long.:			
Observaciones:															
<b>4.3 Vías de Acceso (M) <input type="checkbox"/></b>															
		Tipo de vía:		Coordenada de inicio:		Coordenada de fin:		Distancia (km):		Tipo de material:		Estado:			
a. Terrestre (M) <input type="checkbox"/>		a. Primer orden <input type="checkbox"/>													
		b. Segundo orden <input type="checkbox"/>													

c. Tener orden <input type="checkbox"/>						
Observaciones:						
b. Atráctico (U) <input type="checkbox"/>	Marítimo <input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	Estado		Puerto / Muelle de Llegada	Estado
	Lacustre <input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida			Puerto / Muelle de Llegada	
	Fluvial <input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida			Puerto / Muelle de Llegada	
Observaciones:						
c. Aéreo (U) <input type="checkbox"/>	Nacional <input type="checkbox"/>		Internacional <input type="checkbox"/>			
Observaciones:						
<b>4.3 Servicio de transporte (M) <input type="checkbox"/></b>						
a. Bus <input type="checkbox"/>	b. Buzeta <input type="checkbox"/>	c. Transporte del <input type="checkbox"/>	d. Taxi <input type="checkbox"/>	e. Moto taxi <input type="checkbox"/>	f. Teleférico <input type="checkbox"/>	
g. Lancha <input type="checkbox"/>	h. Bote <input type="checkbox"/>	i. Bairo <input type="checkbox"/>	j. Canoa <input type="checkbox"/>	k. Avión <input type="checkbox"/>	l. Avioneta <input type="checkbox"/>	
m. Helicóptero <input type="checkbox"/>	n. Otro <input type="checkbox"/>	Especifique				
Observaciones:						
<b>4.3.1 Detalle de transporte hacia el atractivo (M) <input type="checkbox"/></b>						
a. Nombre de la cooperativa o asociación que presta el servicio	b. Estación / terminal	c. Frecuencia				d. Detalle (Traslado origen / destino)
		Diaria	General	Mensual	Eventual	
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<b>4.4 Condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad (M) <input type="checkbox"/></b>						
General <input type="checkbox"/>	Discapacidad Física <input type="checkbox"/>	Discapacidad Visual <input type="checkbox"/>	Discapacidad Auditiva <input type="checkbox"/>	Discapacidad intelectual o Psicosocial <input type="checkbox"/>	d. No es accesible <input type="checkbox"/>	
Observaciones:						
<b>4.5 Señalización <input type="checkbox"/></b>						
a. Señalización de aproximación al atractivo <input type="checkbox"/>	Estado (U)	Bueno <input type="checkbox"/>	Regular <input type="checkbox"/>	Malo <input type="checkbox"/>		
Observaciones:						
<b>E. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS <input type="checkbox"/></b>						
<b>5.1 Planta turística (M) <input type="checkbox"/></b>						
a. En el Atractivo <input type="checkbox"/>				b. En la ciudad o poblado cercano <input type="checkbox"/>		
Alojamiento <input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Pisos	Alojamiento <input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones / Número de Pisos

Hotel	<input type="checkbox"/>				Hotel	<input type="checkbox"/>	0	0	0	
Hostal	<input type="checkbox"/>				Hostal	<input type="checkbox"/>	0	0	0	
Hostería	<input type="checkbox"/>				Hostería	<input type="checkbox"/>	0	0	0	
Hacienda Turística	<input type="checkbox"/>				Hacienda Turística	<input type="checkbox"/>	0	0	0	
Lodge	<input type="checkbox"/>				Lodge	<input type="checkbox"/>	0	0	0	
Resort	<input type="checkbox"/>				Resort	<input type="checkbox"/>	0	0	0	
Refugio	<input type="checkbox"/>				Refugio	<input type="checkbox"/>	0	0	0	
Campamento Turístico	<input type="checkbox"/>				Campamento Turístico	<input type="checkbox"/>	0	0	0	
Casa de Huéspedes	<input type="checkbox"/>				Casa de Huéspedes	<input type="checkbox"/>	0	0	0	
Observaciones:					Observaciones:					
<b>Alimentos y bebidas</b>	<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Platos	<b>Alimentos y bebidas</b>	<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Platos	
Restaurantes	<input type="checkbox"/>				Restaurantes	<input type="checkbox"/>	0	0	0	
Cafeterías	<input type="checkbox"/>				Cafeterías	<input type="checkbox"/>	0	0	0	
Bares	<input type="checkbox"/>				Bares	<input type="checkbox"/>	0	0	0	
Fuentes de soda	<input type="checkbox"/>				Fuentes de soda	<input type="checkbox"/>	0	0	0	
Observaciones:					Observaciones:					
<b>Agencias de Viaje</b>	<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados			<b>Agencias de Viaje</b>	<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados			
Mayoristas	<input type="checkbox"/>	0			Mayoristas	<input type="checkbox"/>	0			
Internacionales	<input type="checkbox"/>	0			Internacionales	<input type="checkbox"/>	0			
Operadoras	<input type="checkbox"/>	0			Operadoras	<input type="checkbox"/>	0			
Observaciones:					Observaciones:					
<b>Gala</b>	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	<b>Gala</b>	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	
<input type="checkbox"/>	0	0	0	Aventura	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Aventura	
Observaciones:					Observaciones:					
<b>5.2 Facilidades en el entorno al atractivo</b>										
Categoría (M)	Tipo (M)			Cantidad	Coordenadas	Administrador	Accesibilidad universal	Estado (E)		
a. De apoyo a la gestión turística	Punto de información	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	i-Tur	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de interpretación	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de facilitación turística	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de recepción de visitantes	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. De observación y vigilancia	Grutas de guardiana	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Miradores	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Torres de avistamiento de aves	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Torres de vigilancia por satélites	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. De recreo y descanso	Senderos	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Estaciones de sombra y descanso	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Áreas de acampar	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Refugio de alta montaña	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. De servicio	Baterías sanitarias	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Estacionamientos	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e. Otros	<input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Observaciones:			
<b>6.3 Complementarias a la actividad turística (M)</b> <input type="checkbox"/>			
<b>a. En el Atractivo</b> <input type="checkbox"/>		<b>b. En la ciudad o poblado cercano</b> <input type="checkbox"/>	
Alquiler y venta de equipo especializado <input type="checkbox"/>	Venta de artesanías y merchandising <input type="checkbox"/>	Alquiler y venta de equipo especializado <input type="checkbox"/>	Venta de artesanías y merchandising <input type="checkbox"/>
Casa de cambio <input type="checkbox"/>	Cajero automático <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>	Casa de cambio <input type="checkbox"/>
Cajero automático <input type="checkbox"/>		Otro <input type="checkbox"/>	
Especifique:		Especifique:	
Observaciones:			
<b>6. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO</b> SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/>			
<b>6.1 Atractivo (M)</b> <input type="checkbox"/>			
a. Conservado <input type="checkbox"/>	b. Alterado <input type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/>	d. Deteriorado <input type="checkbox"/>
Observaciones:			
6.1.1 Factores de alteración y deterioro (M)			
6.1.1.1 Naturales (M)		6.1.1.2 Antrópicas / Antropogénicas (M)	
a. Erosión <input type="checkbox"/>	b. Humedad <input type="checkbox"/>	c. Desastres naturales <input type="checkbox"/>	d. Flora/Fauna <input type="checkbox"/>
e. Clima <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas <input type="checkbox"/>	b. Actividades forestales <input type="checkbox"/>
		c. Actividades extractivas / minería <input type="checkbox"/>	d. Negligencia / abandono <input type="checkbox"/>
		e. Condiciones de uso y exposición <input type="checkbox"/>	f. Falta de mantenimiento <input type="checkbox"/>
		g. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/>	h. Contaminación del ambiente <input type="checkbox"/>
		i. Generación de residuos <input type="checkbox"/>	j. Expansión urbana <input type="checkbox"/>
		k. Conflicto político / social <input type="checkbox"/>	l. Desarrollo industrial / comercial <input type="checkbox"/>
			m. Vandalismo <input type="checkbox"/>
Especifique:			
Observaciones:			
<b>6.2 Entorno (M)</b> <input type="checkbox"/>			
a. Conservado <input type="checkbox"/>	b. Alterado <input type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/>	d. Deteriorado <input type="checkbox"/>
Observaciones:			
6.2.1 Factores de alteración y deterioro (M)			
6.2.1.1 Naturales (M)		6.2.1.2 Antrópicas / Antropogénicas (M)	
a. Erosión <input type="checkbox"/>	b. Humedad <input type="checkbox"/>	c. Desastres naturales <input type="checkbox"/>	d. Flora/Fauna <input type="checkbox"/>
e. Clima <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas <input type="checkbox"/>	b. Actividades forestales <input type="checkbox"/>
		c. Actividades extractivas / minería <input type="checkbox"/>	d. Negligencia / abandono <input type="checkbox"/>
		e. Condiciones de uso y exposición <input type="checkbox"/>	f. Falta de mantenimiento <input type="checkbox"/>
		g. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/>	h. Contaminación del ambiente <input type="checkbox"/>
		i. Generación de residuos <input type="checkbox"/>	j. Expansión urbana <input type="checkbox"/>
		k. Conflicto político / social <input type="checkbox"/>	l. Desarrollo industrial / comercial <input type="checkbox"/>
			m. Vandalismo <input type="checkbox"/>
Especifique:			
Observaciones:			
<b>6.3 Declaratoria del espacio turístico asociado al atractivo</b> <input type="checkbox"/>			
a. Declarante: <input type="checkbox"/>	b. Denominación: <input type="checkbox"/>	c. Fecha de declaración: <input type="checkbox"/>	d. Atractivo: <input type="checkbox"/>
Observaciones:			
<b>7. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA</b> SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/>			
<b>7.1 Servicios Básicos</b> <input type="checkbox"/>			
<b>a. En el atractivo</b> <input type="checkbox"/>		<b>b. En la ciudad o poblado más cercano</b> <input type="checkbox"/>	
Agua <input type="checkbox"/>	Energía eléctrica <input type="checkbox"/>	Agua <input type="checkbox"/>	Energía eléctrica <input type="checkbox"/>
Especifique:		Especifique:	
Especifique:		Especifique:	
Saneamiento <input type="checkbox"/>		Saneamiento <input type="checkbox"/>	

Especifique		Especifique						
Deposición de desechos <input type="checkbox"/>		Deposición de desechos <input type="checkbox"/>						
Especifique		Especifique						
Observaciones:								
<b>7.3 Señalética en el atractivo</b> <input type="checkbox"/>								
7.2.1 Ambiente	7.2.2 Tipo	7.2.3 Materialidad				7.2.4 Estado		
		a. Madera	b. Aluminio	c. Otro	Especifique	B	R	M
En áreas urbanas <input type="checkbox"/>	Programa de atractivos naturales					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Programa de atractivos culturales					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Programa de actividades turísticas					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Programa de servicios de apoyo					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Programas de restricción					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótem de atractivos turísticos					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótem de sitio					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótem direccional					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
En áreas naturales <input type="checkbox"/>	Programa de atractivos naturales					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Programa de atractivos culturales					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Programa de actividades turísticas					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Programa de servicios de apoyo					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Programas de restricción					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Señales turísticas de aproximación					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pavos de direccionamiento hacia atractivos					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de atractivos					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de direccionamiento hacia atractivos, servicios y actividades					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Medios interpretativos					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tótem de sitio					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Tótem de direccionamiento					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Letras informativas <input type="checkbox"/>	De información turística					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Normativos de concientización					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Señalética temática de seguridad <input type="checkbox"/>	Protección de los elementos del atractivo					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otro <input type="checkbox"/>								
Observaciones:								
<b>7.3 Salud (más cercano) (M)</b> <input type="checkbox"/>								
a. En el atractivo <input type="checkbox"/>			b. En la ciudad o poblado más cercano <input type="checkbox"/>					
Hospital o Clínica <input type="checkbox"/>	Cercanía		Hospital o Clínica <input type="checkbox"/>	Cercanía				
Puesto / Centro de salud <input type="checkbox"/>			Puesto / Centro de salud <input type="checkbox"/>					
Dispensario médico <input type="checkbox"/>			Dispensario médico <input type="checkbox"/>					
Botiquín de primeros auxilios <input type="checkbox"/>			Botiquín de primeros auxilios <input type="checkbox"/>					
Otro <input type="checkbox"/>			Otro <input type="checkbox"/>					
Observaciones:								
<b>7.4 Seguridad (M)</b> <input type="checkbox"/>								
a. Privada <input type="checkbox"/>								
b. Policía nacional <input type="checkbox"/>								

c. Policía metropolitana / Municipal <input type="checkbox"/>			
d. Otra <input type="checkbox"/>			
Observaciones:			
<b>7.5 Servicio de comunicación de uso público (M)</b> <input type="checkbox"/>			
<b>a. En el atractivo</b> <input type="checkbox"/>		<b>b. En la ciudad o poblado más cercano</b> <input type="checkbox"/>	
Teléfono (M) <input type="checkbox"/>		Conexión a Internet (M) <input type="checkbox"/>	
Fija <input type="checkbox"/>	Línea telefónica <input type="checkbox"/>	Fibra óptica <input type="checkbox"/>	
Móvil <input type="checkbox"/>	Satélite <input type="checkbox"/>	Redes inalámbricas <input type="checkbox"/>	
Satélite <input type="checkbox"/>		Telefonía móvil <input type="checkbox"/>	
Observaciones:			
Radio portátil (U) <input type="checkbox"/>			
De uso exclusivo para el visitante <input type="checkbox"/>		De uso exclusivo para comunicación interna <input type="checkbox"/>	
		De uso exclusivo en caso de emergencia <input type="checkbox"/>	
Observaciones:			
<b>7.6 Multamenazas (M)</b> <input type="checkbox"/>			
Deslaves <input type="checkbox"/>		Sismos <input type="checkbox"/>	
		Erupciones volcánicas <input type="checkbox"/>	
		Incendios forestales <input type="checkbox"/>	
Seguía <input type="checkbox"/>		Inundaciones <input type="checkbox"/>	
		Agujas <input type="checkbox"/>	
		Tsunami <input type="checkbox"/>	
¿Existe un plan de contingencia en caso de catástrofes? <input type="checkbox"/>		Institución que elaboró el documento:	
		Nombre del documento:	
		Año de elaboración:	
Observaciones:			
<b>8. POLÍTICAS Y REGULACIONES</b> <input type="checkbox"/>			
		SI <input type="checkbox"/>	
		NO <input type="checkbox"/>	
		SI <input type="checkbox"/>	
a. ¿El GAD cuenta con el Plan de Desarrollo Turístico Territorial? <input type="checkbox"/>		SI <input type="checkbox"/>	
		NO <input type="checkbox"/>	
		Año de elaboración: 2016	
b. ¿El atractivo se encuentra dentro de la planificación turística territorial (GAD)? <input type="checkbox"/>		SI <input type="checkbox"/>	
		NO <input type="checkbox"/>	
		Especifique:	
-----			
c. ¿Existen normativas que se aplican para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo? <input type="checkbox"/>		SI <input type="checkbox"/>	
		NO <input type="checkbox"/>	
		Especifique:	
-----			
d. ¿Existen ordenanzas que se aplican para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo? <input type="checkbox"/>		SI <input type="checkbox"/>	
		NO <input type="checkbox"/>	
		Especifique:	
-----			
Observaciones: -----			
<b>8. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U)</b> <input type="checkbox"/>			
		SI <input type="checkbox"/>	
		NO <input type="checkbox"/>	
		SI <input type="checkbox"/>	
<b>8.1 ATRACTIVOS NATURALES (M)</b> <input type="checkbox"/>			
<b>8.1.1 En el Agua (M)</b> <input type="checkbox"/>			
a. Buceo <input type="checkbox"/>	b. Kayak de mar <input type="checkbox"/>	c. Kayak lacustre <input type="checkbox"/>	d. Kayak de Río <input type="checkbox"/>
e. Surf <input type="checkbox"/>	f. Kite surf <input type="checkbox"/>	g. Rafting <input type="checkbox"/>	h. Snorkel <input type="checkbox"/>
i. Tubing <input type="checkbox"/>	j. Regata <input type="checkbox"/>	k. Paseo en canoa <input type="checkbox"/>	l. Paseo en bote <input type="checkbox"/>
m. Paseo en lancha <input type="checkbox"/>	n. Paseo en moto acuática <input type="checkbox"/>	o. Parasailing <input type="checkbox"/>	p. Equi acuático <input type="checkbox"/>
q. Banera flotante <input type="checkbox"/>	r. Boga <input type="checkbox"/>	s. Pasa deportiva <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>
Observaciones:			
<b>8.1.2 En el Aire (M)</b> <input type="checkbox"/>			
a. Alas Delta <input type="checkbox"/>	b. Canopy <input type="checkbox"/>	c. Parapente <input type="checkbox"/>	d. Otro <input type="checkbox"/>
Observaciones:			
<b>8.1.3 En Superficie Terrestre (M)</b> <input type="checkbox"/>			
a. Montañismo <input type="checkbox"/>	b. Escalada <input type="checkbox"/>	c. Senderismo <input type="checkbox"/>	d. Ciclismo <input type="checkbox"/>
e. Canyoning <input type="checkbox"/>	f. Exploración de cuevas <input type="checkbox"/>	g. Actividades Recreativas <input type="checkbox"/>	h. Cataleja <input type="checkbox"/>
i. Caminata <input type="checkbox"/>	j. Camping <input type="checkbox"/>	k. Píxeo <input type="checkbox"/>	l. Observación de flora y fauna <input type="checkbox"/>
m. Observación de pájaros <input type="checkbox"/>	n. Otro <input type="checkbox"/>		
Observaciones:			
<b>8.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U)</b> <input type="checkbox"/>			

**9.2.1 Tangibles e intangibles**

a. Recorrido gastronómico  b. Recorrido subterráneo  c. Visita a talleres artísticos

f. Participación en talleres artísticos  d. Visita a talleres artesanales  i. Participación en talleres artesanales

e. Exposiciones temáticas permanentes, temporales y eventuales  f. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc., originales  l. Actividades vivenciales y/o lúdicas

g. Presentaciones o representaciones en vivo  h. Muestras audiovisuales  g. Fotografía

j. Degustación de platos tradicionales  i. Participación de la celebración  m. Cocina de artesanos

c. Convivencia  o. Medicina ancestral  Otro

Observaciones:

**10. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ATRACTIVO**  SI  NO  SI

**10.1. Medios de Promoción del Atractivo (M)**

¿Existe un plan de promoción turística cantonal?  SI  NO  Especifique:

¿El Atractivo se encuentra incluido en el plan de promoción turística cantonal?  SI  NO

Medio Promocional	Decepción y nombre de los medios promocionales	Frecuencia de la promoción
a. Página WEB <input type="checkbox"/>	URL: <input type="text" value="http://"/>	<input type="text" value="Ninguna"/>
b. Red Social <input type="checkbox"/>	Nombre: <input type="text" value="http://"/>	<input type="text" value="Ninguna"/>
c. Revistas Especializadas <input type="checkbox"/>	Nombre: <input type="text" value="http://"/>	<input type="text" value="Ninguna"/>
d. Material POP <input type="checkbox"/>	Nombre: <input type="text" value="http://"/>	<input type="text" value="Ninguna"/>
e. Oficina de Información Turística <input type="checkbox"/>	Nombre: <input type="text" value="http://"/>	<input type="text" value="Ninguna"/>
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa) <input type="checkbox"/>	Nombre: <input type="text" value="http://"/>	<input type="text" value="Ninguna"/>
g. Asistencia a ferias turísticas <input type="checkbox"/>	Nombre: <input type="text" value="http://"/>	<input type="text" value="Ninguna"/>
h. Otro <input type="checkbox"/>	Nombre: <input type="text" value="http://"/>	<input type="text" value="Ninguna"/>

Observaciones:

**10.2. El atractivo forma parte de una oferta establecida (paquete turístico)**  SI  NO  Especifique:

Observaciones:

**11. REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA (R)**  SI  NO  SI

**11.1. Frecuencia de visita según datos estadísticos**

a. ¿Posee un sistema de registro de visitantes?  SI  NO  Tipo: Digital  Papel  Año de registro:

b. ¿Se genera reporte de estadísticas de visita al atractivo?  SI  NO  Frecuencia de los reportes:

c. Temporalidad de visita al atractivo:

Alta (meses)	Especifique	Baja (meses)	Número de visitantes
<input type="checkbox"/>	<input type="text" value="http://"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text" value="0"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="text" value="http://"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text" value="0"/>

d. Llegada de turistas

Ciudades de origen	Turista nacional			Turista extranjero		
	Llegadas mensuales	Total anual		Llegadas mensuales	Total Anual	
<input type="text" value="http://"/>	<input type="text" value="0"/>	<input type="text" value="0"/>	Países de origen	<input type="text" value="http://"/>	<input type="text" value="0"/>	<input type="text" value="0"/>
<input type="text" value="http://"/>	<input type="text" value="0"/>	<input type="text" value="0"/>		<input type="text" value="http://"/>	<input type="text" value="0"/>	<input type="text" value="0"/>
<input type="text" value="http://"/>	<input type="text" value="0"/>	<input type="text" value="0"/>		<input type="text" value="http://"/>	<input type="text" value="0"/>	<input type="text" value="0"/>

Observaciones:

**11.2. Frecuencia de visita según informantes clave**

Nombre del informante clave:  Contacto:

Demanda según días de visita			Demanda según frecuencia de visita			
Lunes a viernes	Fines de semana	Días festivos	Permanente	Estacional	Espóntica	Inexistente
<input type="text" value="1"/>	<input type="text" value="1"/>	<input type="text" value="1"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Observaciones:

13. RECURSO HUMANO					
a. Número de personas a cargo de la administración y operación del atractivo <input type="checkbox"/>			d. Número de personas especializadas en turismo <input type="checkbox"/>		
e. Número de personas con nivel de educación (M) <input type="checkbox"/>		f. Número de personas capacitadas por turismo (M) <input type="checkbox"/>		g. Número de personas que manejan algún idioma (M) <input type="checkbox"/>	
Primaria	Secundaria	Primaria Asistida	Hospitalidad	Inglés	Alemán
Tercer Nivel	Cuarto Nivel	Atención al Cliente	Oyente	Francés	Italiano
Otro	de	Sensibilización discapacitados	Otro	Otro	Otro
Observaciones:					
13. DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO (500 caracteres)					
14. ANEXOS					
a. Archivo Fotográfico (8x4) (HD)					
Fuente:					
c. Ubicación gráfica del Atractivo					
Fuente:					
FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (obligatoria)					
ELABORADO POR:		VALIDADO POR:		APROBADO POR:	
Apellido y Nombre		Apellido y Nombre		Apellido y Nombre	
Institución		Institución		Institución	
Cargo		Cargo		Cargo	
Correo Electrónico:		Correo Electrónico:		Correo Electrónico	
Teléfono:		Teléfono:		Teléfono:	
Firma		Firma		Firma	
Fecha		Fecha		Fecha	



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE  
CHIMBORAZO

DIRECCIÓN DE BIBLIOTECAS Y RECURSOS DEL  
APRENDIZAJE



UNIDAD DE PROCESOS TÉCNICOS

REVISIÓN DE NORMAS TÉCNICAS, RESUMEN Y BIBLIOGRAFÍA

Fecha de entrega: 30 / 07 / 2021

<b>INFORMACIÓN DEL AUTOR/A (S)</b>
<b>Nombres – Apellidos:</b> NATALI ESTHELA ALVARADO ANDY
<b>INFORMACIÓN INSTITUCIONAL</b>
<b>Facultad:</b> RECURSOS NATURALES
<b>Carrera:</b> TURISMO
<b>Título a optar:</b> INGENIERA EN ECOTURISMO
<b>f. Analista de Biblioteca responsable:</b> Lcdo. Holger Ramos, MSc.

