



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

**DISEÑO DE UN PRODUCTO TURÍSTICO PARA LA
FINCA EL PARAÍSO, PARROQUIA 16 DE AGOSTO,
CANTÓN PALORA, PROVINCIA MORONA SANTIAGO**

**TRABAJO DE TITULACION
PROYECTO TÉCNICO PARA TITULACIÓN DE GRADO**

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

LUIS ALBERTO LLUMIQUINGA ROMERO

RIOBAMBA- ECUADOR

2019

Derechos de Autor Copyright

© 2019. **Luis Alberto Llumiquinga Romero**

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

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

El tribunal del Trabajo de Titulación certifica que: El trabajo técnico: “**DISEÑO DE UN PRODUCTO TURÍSTICO PARA LA FINCA EL PARAÍSO, PARROQUIA 16 DE AGOSTO, CANTÓN PALORA, PROVINCIA MORONA SANTIAGO**”, de responsabilidad del Sr. Egresado Luis Alberto Llumiquinga Romero ha sido minuciosamente revisado por los miembros del tribunal del Trabajo de Titulación, quedando autorizada su presentación.



Ing. Marco Anibal Vivar Arrieta

DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN



Ing. Nancy Patricia Tierra Tierra

ASESOR DEL TRIBUNAL

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, Luis Alberto Llumiquinga Romero, declaro que el presente trabajo de titulación es de mi autoría y que los resultados del mismo son auténticos y originales. Los textos constantes y el documento que provienen de otra fuente están debidamente citados y referenciados.

Como autor, asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este trabajo de titulación.

Riobamba, Julio de 2019.



Luis Alberto Llumiquinga Romero
Cédula de ciudadanía: 070440291-6

Yo Luis Alberto Llumiquinga Romero soy responsable de las ideas, doctrinas y resultados expuestos en esta tesis y el patrimonio intelectual del trabajo de titulación de grado pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo



Luis Alberto Llumiquinga Romero

DEDICATORIA

Luis y Martha esto va dedicado con mucho amor, gracias por siempre creer en mí.

AGRADECIMIENTO

Un agradecimiento especial a mis tutores por la paciencia, y a todos los que me educaron. Gracias por contribuir a mi formación.

INDICE DE CONTENIDOS

I. DISEÑO DE UN PRODUCTO TURÍSTICO PARA LA FINCA EL PARAÍSO, PARROQUIA 16 DE AGOSTO, CANTÓN PALORA, PROVINCIA MORONA SANTIAGO.	1
II. INTRODUCCIÓN.	1
A. IMPORTANCIA.	1
B. PROBLEMA.	2
C. JUSTIFICACIÓN.	2
III. OBJETIVOS.	4
A. OBJETIVO GENERAL.	4
B. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.	4
IV. HIPÓTESIS.	5
V. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA.	6
VI. MATERIALES Y MÉTODOS.	19
A. CARACTERIZACIÓN DEL LUGAR.	19
a. Localización.	19
b. Ubicación geográfica.	20
2) Límites.	20
3) Características climáticas.	20
4) Características del suelo.	20
c. Materiales y Equipos.	20
B. METODOLOGÍA.	21
a. Primer objetivo: Diagnosticar la situación actual de la finca El Paraíso.	21
b. Segundo objetivo: Diseñar técnicamente el producto turístico, para la finca El Paraíso.	22
m) Ingresos de operación.	26
Para el análisis de los ingresos que tiene la finca “El paraíso” se calcularon con los servicios de alimentación, alojamiento e ingresos por entrada a la finca, sabiendo que el nivel de aceptación es del 100%. (Anexo digital en Excel)	26
3) Tercer objetivo: Establecer el estudio legal y administrativo para la operación del producto turístico.	27
a) Base legal.	27
4) Cuarto objetivo: Determinar la viabilidad económica y financiera del producto turístico para la finca El Paraíso.	28
VII. RESULTADOS.	30
A. DIAGNOSTICO SITUACIONAL ACTUAL DE LA FINCA EL PARAÍSO.	30
a. Características generales de la finca.	30
1) Características específicas de la propiedad.	30
a) Nombre comercial.	30
b) Datos históricos relevantes.	30
c) Dimensión y distribución.	30
d) Características de la zona.	31

f)	Características específicas de producción en la finca el paraíso.....	44
g)	Infraestructura y equipamiento.....	46
h)	Inventario de atractivos turísticos.....	46
B.	DISEÑO TÉCNICO DEL PRODUCTO TURÍSTICO.....	51
a.	Enfoque.....	51
b.	Establecimiento del segmento y universo de estudio.....	51
1)	Universo de estudio.....	51
2)	Segmento.....	51
3)	Cálculo de la muestra.....	51
c.	Recopilación de información.....	52
3)	Perfil de la demanda.....	64
a)	Turistas nacionales.....	64
b)	Turistas extranjeros.....	64
d.	Análisis de la oferta complementaria.....	65
e.	Análisis de la competencia.....	66
f.	Cálculo de la demanda potencial.....	66
	Obteniendo el 100% de aceptación de los turistas nacionales y extranjeros se mantienen las cifras de la tabla #45	67
C.	ESTABLECER EL ESTUDIO LEGAL Y ADMINISTRATIVO PARA LA OPERACIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO.....	87
a.	Base legal.....	87
1)	Figura legal de operación.....	87
2)	Superintendencia de Economía Popular y Solidaria.....	87
3)	Acta Constitutiva.....	87
b.	Obtención de la Licencia Única Anual de Funcionamiento.....	88
c.	Base administrativa.....	88
d.	Organigrama estructural y funcional.....	88
e.	Manual de funciones.....	90
1)	Manual de funciones del Gerente/Administrador.....	90
2)	Manual de funciones del Agente de ventas/Promotor turístico.....	91
3)	Manual de funciones del técnico en turismo.....	92
4)	Manual de funciones del Guía turístico.....	92
5)	Manual de funciones del Contador/a / Secretario/a.....	94
f.	Remuneración económica.....	96
g.	Estrategias de mercado.....	97
1)	Plan de comunicación.....	97
a)	Logotipo.....	97

b) Slogan.....	97
c) Descripción del logotipo.	97
d) Diseño de medios.....	97
e) Radio.	98
f) Página web.	98
g) Red social.	99
h) Tarjetas de presentación.....	99
i) Trípticos.....	100
j. Comercialización directa.....	101
k. Comercialización indirecta.....	101
l. Estrategias de marketing mix.....	101
1) Estrategias de producto.....	101
2) Estrategias de precio.....	102
3) Estrategias de plaza.....	103
4) Estrategias de promoción y venta.....	103
D. DETERMINAR LA VIABILIDAD ECONÓMICA Y FINANCIERA DEL PRODUCTO TURÍSTICO.....	105
a. Económico.	105
1) Inversión requerida.....	105
2) Inversión requerida.....	106
La siguiente tabla presenta el total de las inversiones que requiere la finca “El paraíso” para su comercialización.	106
3) Estado de pérdidas y ganancias.....	106
4) Flujo de caja.	107
5) Valor actual neto.	107
6) Tasa interna de retorno.....	107
7) Costos fijos y variables de la finca “El paraíso”.	109
8) Punto de equilibrio.....	110
XII. BIBLIOGRAFÍA	115
XIII. ANEXOS	120

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Caracterización de la zona	31
Tabla 2 Características generales de las especies medicinales existentes en la finca “El Paraíso”	32
Tabla 3 Características generales de las especies frutales existentes en la finca “El Paraíso” ...	35
Tabla 4 Características generales de las especies maderables existentes en la finca “El Paraíso”	37
Tabla 5 Características generales de las especies mamíferos existentes en la finca “El Paraíso”	39
Tabla 6 Características generales de las especies de peces existentes en la finca “El Paraíso” ..	40
Tabla 7 Características generales de las especies de aves existentes en la finca “El Paraíso” ...	40
Tabla 8 Características generales de las especies de anfibios y reptiles existentes en la finca “El Paraíso”	43
Tabla 9 Características específicas de producción frutal en la finca “El paraíso”	44
Tabla 10 Características de la producción pecuaria de la finca el paraíso.	45
Tabla 11 Producción piscícola de la finca el paraíso.	45
Tabla 12 Características de construcción de la finca “El paraíso”	46
Tabla 13 Resumen del inventario turístico.....	47
Tabla 14 Género de los turistas nacionales	52
Tabla 15 Rango de edad de los turistas nacionales	52
Tabla 16 Lugar de procedencia de los turistas nacionales	53
Tabla 17 Nivel de conocimiento sobre la finca.....	53
Tabla 18 Le interesaría visitar la finca el paraíso.....	54
Tabla 19 Qué tipo de servicios le gustaría utilizar en la finca el paraíso	54
Tabla 20 Actividades de los turistas nacionales.....	54
Tabla 21 Tipo de alimentación de los turistas nacionales	55
Tabla 22 Temporada de viaje de los turistas nacionales	55
Tabla 23 Promedio de estadía	56
Tabla 24 Con quien viajan los turistas nacionales	56
Tabla 25 Disposición de gasto	57
Tabla 26 Forma de viaje viajar.....	57
Tabla 27 Medio informativo de los turistas nacionales.....	57
Tabla 28 Género de los turistas extranjeros	58
Tabla 29 Rango de edad de los turistas extranjeros	58
Tabla 30 Lugar de procedencia de los turistas extranjeros	59
Tabla 31 Nivel de conocimiento sobre la finca el paraíso	59

Tabla 32 Interés por visitar la finca “El paraíso”	60
Tabla 33 Servicios requeridos por los turistas extranjeros.....	60
Tabla 34 Actividades seleccionadas por los turistas extranjeros	60
Tabla 35 Alimentación preferida por los turistas extranjeros	61
Tabla 36 Temporada del año preferida para viajar	61
Tabla 37 Promedio de estadía de los turistas extranjeros.....	62
Tabla 38 Con quien/es viajan los turistas extranjeros	62
Tabla 39 Disposición de gasto de los turistas extranjeros.....	63
Tabla 40 Forma de viaje de los turistas extranjeros	63
Tabla 41 Medio informativo de los turistas extranjeros.....	63
Tabla 42 Comparación de turistas nacionales y extranjeros.	65
Tabla 43 Análisis de la oferta complementaria.....	65
Tabla 44 Análisis de la competencia.....	66
Tabla 45 Cálculo de la demanda turística	67
Tabla 46 Cálculo de la demanda insatisfecha	67
Tabla 47 Cálculo de la demanda objetiva	68
Tabla 48 Ingresos por servicios de alimentación	68
Tabla 49 Ingresos por servicios de alojamiento	68
Tabla 50 Ingresos por entradas a la finca “El paraíso”	69
Tabla 51 Costos área de alimentación.....	70
Tabla 52 Costos área de servicios	71
Tabla 53 Costos área de baterías sanitarias.....	71
Tabla 54 Costos de promoción.....	72
Tabla 55 Costos de capacitación al personal.....	72
Tabla 56 Costos útiles de limpieza.....	72
Tabla 57 Paquete #1 para turistas nacionales.....	73
Tabla 58 Costo y precio del paquete 1	75
Tabla 59 Paquete #2 para turistas nacionales.....	75
Tabla 60 Costos de precio y paquete 2.....	77
Tabla 61 Paquete #3 para turistas nacionales.....	78
Tabla 62 Análisis de costo y cálculo de precio del paquete #3	81
Tabla 63 Paquete #4 para turistas extranjeros.....	82
Tabla 64 Análisis de costo y cálculo de precio para el paquete #4	83
Tabla 65 Paquete #5 para turistas extranjeros.....	84
Tabla 66 Análisis de costo y cálculo de precio del paquete #5	86
Tabla 67 Manual de funciones Gerente/Administrador	90
Tabla 68 Cargo de funciones del agente de ventas/Promotor turístico	91

Tabla 69 Manual de funciones del técnico en turismo.....	92
Tabla 70 Manual de funciones del guía turístico	92
Tabla 71 Manual de funciones del contador/secretario.....	94
Tabla 72 Remuneración económica.....	96
Tabla 73 Estrategias de producto	101
Tabla 74 Estrategias de precio	102
Tabla 75 Estrategias de plaza.....	103
Tabla 76 Estrategias de promoción y venta	103
Tabla 77 Inversión requerida	105
Tabla 78 Inversiones	106
Tabla 79 Estado de pérdidas y ganancias.....	106
Tabla 80 Flujo de caja.....	107
Tabla 81 Valor actual neto (VAN).....	107
Tabla 82 Tasa interna de retorno (TIR).....	108
Tabla 83 Costos fijos y variables de la finca “El paraíso”	109
Tabla 84 Punto de equilibrio.....	110

INDICE DE FIGURAS Y MAPAS

Mapa 1 Mapa de ubicación finca El Paraíso	19
Mapa 2 Ubicación de la finca “El paraíso”	31
Figura 3 Organigrama estructural	89
Figura 4 Organigrama funcional	89
Figura 5 Logotipo	97
Figura 6 Pagina web.....	98
Figura 7 Red social	99
Figura 8 Tarjetas de presentación	99
Figura 9 Tríptico parte delantera.....	100
Figura 10 Tríptico parte trasera.....	100

LISTA DE ABREVIATURAS

INDEC: Instituto Nacional de Estadística y Censo.

MINTUR: Ministerio de Turismo

i-Tur: Información Turística

VAN: Valor Actual Neto

TIR: Taza Interna de Retorno

UTM: Universal Transverse Mercator

GPS: Global Positioning System

I. DISEÑO DE UN PRODUCTO TURÍSTICO PARA LA FINCA EL PARAÍSO, PARROQUIA 16 DE AGOSTO, CANTÓN PALORA, PROVINCIA MORONA SANTIAGO.

II. INTRODUCCIÓN.

A. IMPORTANCIA.

En la actualidad el diseño y la comercialización de productos turísticos es una labor de gran importancia y utilidad en el ámbito público y privado, su adecuado abordaje requiere el conocimiento y la aplicación de conceptos básicos que permiten desarrollar dicha labor de manera apropiada y profesional. (OEI, 2006)

La competitividad y la oferta de productos turísticos en el mercado, tienden a satisfacer las necesidades de los turistas, los productos deben responder tanto a las expectativas y deseos de los consumidores potenciales, como a las características estructurales y formales del entorno. La demanda y la oferta turísticas se presentan como las principales fuerzas consolidadas que ejercen presión e interactúan de una forma dinámica en la compra y venta. (CEUPE, 2014)

La provincia de Morona Santiago ubicada en el centro sur de la Amazonía Ecuatoriana, concentra su economía principalmente en el comercio, el turismo, ganadería y la agricultura, el 58% de la población que habita en el sector rural desarrolla actividades como la producción de cacao, té, yuca y crianza de animales bovinos. (MAGAP, 2016)

Ante el evidente crecimiento del turismo receptor en el Ecuador, se crea la necesidad de desarrollar productos turísticos con alternativas sustentables, que ayuden a determinar el potencial existente en el área de estudio. Además, el Ministerio de Turismo del Ecuador ha identificado grandes potencialidades para la creación de productos turísticos en las comunidades rurales, en base a ello, la finca El Paraíso ubicada en el cantón Palora perteneciente a la provincia de Morona Santiago, busca desarrollar el turismo como fuente alternativa de ingresos económicos y de conservación ambiental. (Freire, 2010)

Uno de los retos es adaptar productos novedosos para satisfacer al mercado nacional e internacional, por ello, esta investigación plantea la creación de un producto turístico que permita integrar la riqueza natural que posee la finca El Paraíso, dirigida hacia una tendencia de desarrollo sostenible mediante la preservación del medio ambiente, proponiendo servicios de hospedaje, alimentación, senderos interpretativos y actividades recreativas para el disfrute de la naturaleza, con el fin de aprovechar de manera responsable los recursos que este sitio presenta.

Con el diseño del producto turístico en la Finca El Paraíso, se pretende diversificar las actividades económicas, fomentando y promoviendo el desarrollo turístico de la finca y de la localidad y de esta manera ser un ejemplo vivo de sostenibilidad económica, social y ambiental. (Estudio Q3, 2014)

B. PROBLEMA.

En la parroquia 16 de agosto se encuentra ubicada la finca “El Paraíso”, propiedad de orden privado con una extensión aproximada de 54 hectáreas: dentro de los bienes inmuebles posee cabañas, cascadas, establos, senderos, lagunas, cultivos y animales menores, recursos que pueden ser aprovechados para potenciar el turismo en la propiedad.

Uno de los principales problemas es la falta de aprovechamiento de los recursos de la propiedad para el turismo, es decir, no se genera un valor agregado lo que limita la llegada de turistas al lugar; lo que actualmente significa un bajo nivel de ingresos para los propietarios de la finca, debido a que la infraestructura con la que actualmente cuenta no es aprovechada para ofertar un producto turístico.

Por lo señalado es importante diseñar un producto turístico para la finca con la finalidad de potenciar sus recursos turísticos, proporcionando nuevas oportunidades en el área económica. Se levantará información en la finca y se estudiará a la demanda para crear paquetes turísticos acordes a las necesidades de los turistas.

C. JUSTIFICACIÓN.

La finca El Paraíso posee una gran riqueza natural y cultural, se ha visto en la necesidad aprovechar el potencial turístico mediante el diseño de un producto que permita satisfacer la necesidad de quienes se dedican a la actividad turística, determinando la oferta de servicios complementarios que se adapten a los requerimientos sociales y ambientales del sitio.

Por lo cual, es necesario contar con un estudio técnico que plantee la estructura idónea de un producto turístico, como una alternativa que aporte al aprovechamiento de la infraestructura con la que actualmente cuenta la finca como son cabañas, senderos, cascadas establos entre otros, fortaleciendo las características que posee, para la integración de recursos naturales logrando de esta manera contribuir beneficiosa y económicamente a la finca El Paraíso.

La presente investigación será una herramienta que aporte el fortalecimiento del turismo local aportando rentabilidad económica y además este producto ayudará al cumplimiento de los objetivos del Plan Toda una Vida: mejorar la calidad de vida de la población, fortalecer las potencialidades, su identidad;

mediante la actividad turística bajo un turismo sostenible con normas de respeto, tolerancia, convivencia entre la gente local como los visitantes, donde se promueva la valoración del patrimonio cultural y el cuidado de los recursos naturales (SENPLADES, 2017)

III. OBJETIVOS.

A. OBJETIVO GENERAL.

Diseñar un producto turístico para el aprovechamiento de las potencialidades de la finca El Paraíso, parroquia 16 de agosto, del cantón Palora.

B. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

1. Diagnosticar la situación actual de la finca El Paraíso.
2. Diseñar técnicamente el producto turístico, para la finca El Paraíso.
3. Establecer el estudio legal y administrativo para la operación del producto turístico
4. Determinar la viabilidad económica y financiera del producto turístico para la finca El Paraíso.

IV. **HIPÓTESIS.**

El diseño de un producto turístico para la finca El Paraíso permitirá el aprovechamiento de las potencialidades turísticas, ya sean naturales o culturales, potenciando el desarrollo económico de los propietarios de la finca.

V. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA.

A. **DIAGNOSTICO SITUACIONAL.**

Es la identificación, descripción y análisis evaluativo de la situación actual de la organización o del proceso en función de los resultados que se esperan y que fueron planteados en la misión. Es a la vez una mirada sistémica y contextual, retrospectiva y prospectiva, descriptiva y evaluativa.

El diagnóstico situacional de la empresa se realizaría con el propósito de identificar las oportunidades de mejoramiento y las necesidades de fortalecimiento para facilitar el desarrollo de la estrategia general de la empresa: su organización funcional.

El diagnóstico situacional tiene como objetivos:

Evaluar en qué medida la organización de la empresa es compatible con las necesidades para un efectivo control de su gestión al nivel actual y esperado de operaciones, acorde con la estrategia de negocios y políticas vigentes o que esté previsto desarrollar, teniendo presente los cambios y ampliaciones estructurales próximos a realizar.

Identificar las áreas a desarrollar, las necesidades de información y control no plenamente satisfechas y las oportunidades de mejoras en los aspectos organizacionales y administrativos de la empresa. Formular recomendaciones que permitan introducir cambios y mejoras en la organización. (Chaparro, 2009)

a. **Diseño.**

El diseño es una actividad creativa, cuyas directrices determinan las múltiples facetas y cualidades de los procesos, objetos, servicios y sistemas a lo largo de cada uno de sus ciclos de vida. Por lo tanto, el diseño es uno de los factores principales de la innovación humana de las tecnologías y un factor importante del intercambio cultural y económico (Sánchez, 2014).

El diseño parte de un plan que orienta elementos de la mejor manera posible para alcanzar un fin específico. Es una expresión de propósitos, puede llegar a ser considerado como parte de una expresión de propósitos en caso de ser suficientemente bueno. El diseño puede ser la solución a varios procesos industriales. (Charles J, 1978)

b. PRODUCTO.

Se define como producto al conjunto de bienes y servicios que se ofrecen al mercado a manera de bienes materiales e inmateriales en forma individual o en una gama muy amplia de combinaciones o deseos de un consumidor final (Méndez, 2004). En este sentido, se determina el producto como una propuesta de valor, es decir, un conjunto de ventajas que contribuyen a satisfacer las necesidades. Esta propuesta de valor se materializa en una oferta que supone una combinación de productos físicos, servicios, información, experiencias. (Tirado C, 2013)

El producto turístico es la combinación de prestación y elementos tangibles e intangibles que ofrecen unos beneficios al cliente como respuesta a determinadas expectativas y motivaciones. (Kluwer 2018)
Un producto esencial o sustancial responde a una necesidad, a un deseo o valor determinado como parte de un beneficio. (Kotler, Keller, & Rivera, 2006)

B. PRODUCTO TURÍSTICO.

Conjunto de bienes y servicios que se ofrecen al mercado a manera de bienes materiales e inmateriales en forma individual o en una gama muy amplia de combinaciones o deseos de un consumidor final al que llamamos turista (OMT, 2017).

Conjunto de componentes tangibles e intangibles que incluye: recursos y atractivos, equipamientos e infraestructura, servicios, actividades recreativas, imágenes y valores simbólicos, que ofrecen unos beneficios capaces de atraer a grupos determinados de consumidores, porque satisfacen las motivaciones y expectativas relacionadas con su tiempo libre. (MINCETUR, 2014)

C. COMPONENTES DE UN PRODUCTO TURÍSTICO.

Un producto turístico se diseña sobre la base del sistema turístico que está constituido por un conjunto de elementos o componentes interdependientes que permiten su funcionamiento y que se encuentra en estrecha relación con la vida de todos los pueblos, sea como turistas o como anfitriones. El turismo se estructura en cuatro componentes sustanciales a saber:

Los atractivos y las consiguientes actividades que éstos posibilitan:

- La infraestructura social
- La planta turística
- La superestructura (SECO, 2014).

D. CARACTERÍSTICAS ESPECÍFICAS DE UN PRODUCTO TURÍSTICO.

Según el autor Guzmán (2014) las características básicas del producto turístico son:

a. Intangibilidad.

Dentro de las características de un producto turístico la intangibilidad es un componente que no se puede apreciar por medio de los sentidos, simplemente los turistas imaginan como es el producto, los resultados que esperar y el uso que le darían. El componente de intangibilidad hace que a quienes les interesa no estén seguros de lo que compran, ni el beneficio que realmente tendrán en cuanto consuman el producto.

b. Caducidad.

Esta característica afecta a la industria hotelera de manera que se debe optar por vender a rimo de mercado, vender directamente al público o vender con antelación; a través de intermediarios. Precisamente, el overbooking es una consecuencia de la caducidad. Por lo tanto, la caducidad de los servicios turísticos es una característica inherente a los mismos que se debe tener presente, e intentar contrarrestar.

c. Agregabilidad.

El producto turístico se puede formar de la agregación de varios productos, lo cual dificulta su comercialización como en el control de la calidad. Esto implica que los precios pueden variar eliminando o agregando servicios al paquete ya existente, creándose así nuevos productos (SECO, 2014)

d. Heterogeneidad.

Supone una dificultad de controlar que todas las fases estén a un mismo nivel de excelencia, es más, un fallo en un aspecto puede afectar a todo el producto. No obstante, esta misma cualidad permite en muchas ocasiones confeccionar productos "a medida", aunque estén más o menos estandarizados de antemano, por lo que cabría hablar de "estandarización heterogénea", y no sólo se individualiza el producto de forma consciente, sino que un viaje será distinto de otro aun teniendo las mismas características.

e. Simultaneidad de producción y consumo.

Los productos en general son fabricados, comprados y posteriormente consumidos, a lo contrario de un producto turístico que primero es comprado, en segundo lugar, producido y por último consumido paralelamente. Esto hace que los servicios no se puedan separar de aquellos que los prestan, por lo que no se trae el producto al consumidor, sino que más bien se lleva al consumidor a donde está el producto.

E. DISEÑO TURÍSTICO.

El diseño turístico debe fortalecerse bajo un aspecto básico que ayudará a no perder el rumbo de lo que se quiere lograr, un producto turístico exitoso. El crecimiento de un destino turístico depende de la calidad y diversidad de sus productos turísticos. Requiere un nivel de organización local y compromiso de los involucrados. El desarrollo de productos turísticos puede contribuir a la inclusión de micro y emprendimientos, dinamizando así economías locales y viéndose reflejado en el bienestar a de las poblaciones receptoras (SECO, 2014).

La Organización Mundial de Turismo (2017), considera ciertas variables las mismas que pueden afectar el proceso de desarrollo de los productos, estos son:

- El rol de los organismos públicos en el destino turístico
- Cambios en la demanda y percepción de los turistas con referencia al destino.
- Otros destinos considerados competencia.
- La conectividad aérea y terrestre.

F. DISEÑO DE PRODUCTO TURÍSTICO.

Diseñar un producto turístico implica desempeñar con destreza funciones de comercialización, organización y manejar con conocimiento técnicas de evaluación de recursos y planificación de actuaciones concretas (Morrejón, 2017).

En una primera fase se debe abordar el análisis del potencial turístico que poseen las diferentes zonas territoriales mediante técnicas de evaluación de recursos e identificación de características y ventajas comparativas de los mismos; asimismo, se estudia cómo determinar la oportunidad de creación, modificación o eliminación de un servicio turístico y se detallan las formas de relación de los diferentes recursos. El diseño termina con la implementación de productos o servicios turísticos y la dinamización de los recursos territoriales, para lo cual se analiza cuáles son y cómo seleccionar las variables de mayor

incidencia socioeconómica para el entorno, las estrategias necesarias para un plan de marketing o los diferentes planes y programas llevados a cabo en determinadas zonas. (Díaz 2011).

Para el diseño de un producto turístico se prevé varias etapas que establecen ciclos para cada una de las variables del marketing operativo (producto, precio, plaza, comunicación y distribución), cada una concluye con la definición de las estrategias y acciones que deben ser desarrolladas entre las que se encuentran:

a. Búsqueda y análisis de la información.

Análisis de la situación actual y la demanda del mercado como de las tendencias futuras. Permite identificar el desarrollo de los mercados disponibles; esto es hacia que mercados puede estar dirigido la oferta; cuáles son sus necesidades y preferencias, con esta información es posible segmentar el mercado y profundizar su estudio (Machado, 2007).

b. Diseño del producto.

El diseño del producto supone una búsqueda sistemática de nuevas ideas para generar productos turísticos. Las ideas deben estar estructuradas de manera que incluyan las preferencias, gustos y tendencias del mercado, además de la infraestructura. Con respecto a las facilidades técnicas se debe analizar:

- Infraestructura hotelera
- Infraestructura extra hotelera
- Casa de cambio y salones de reuniones
- Redes técnicas: electricidad, radio, televisión
- Aseguramiento: acueducto y alcantarillado
- Equipamiento para la prestación del producto (Fernández, Fuentes, & Gonzáles, 2018)

G. APROVECHAMIENTO TURÍSTICO.

El aprovechamiento turístico establece una serie de beneficios como el económico, social y cultural y según Huerta (2017), se identifica tres dimensiones propias que representan la importancia bajo una dimensión económica, referida a mejorar los productos turísticos en los mercados, y caracterizada por: una elevada división del trabajo entre las empresas del sistema productivo local, que estimula el cambio tecnológico.

Otra manera del aprovechamiento turístico es bajo una dimensión sociocultural, tiene que basarse en sus valores para el desarrollo de la comunidad, las mismas que se fortalecen en el ejercicio de la propia estrategia, y constituye un conjunto de elementos entre los que podemos resaltar: una profunda identidad local proyectada en una cultura propia; la consideración de la capacidad empresarial y de iniciativa como valor social positivo en la colectividad (Nuñez, 2011).

El turismo como obtiene su aprovechamiento en el sector del desarrollo económico significa que es parte de la industria de servicios, generador de empleo y de crecimiento económico y desde esta dimensión, es posible articular las otras dimensiones en lo ambiental, cultural y social donde confluyen la cultura del sujeto turista y del sujeto receptor (Guzmán, 2014).

H. DIAGNÓSTICO TURÍSTICO.

El diagnóstico turístico es la etapa del proceso de planificación donde se establece y se evalúa la situación de un destino en un momento determinado, dicho de otro modo, el diagnóstico consiste en una suerte de corte temporal que establece una diferencia entre la situación del turismo previamente y los resultados obtenidos después de la aplicación de acciones o estrategias de planificación turística en el destino (SECO, 2014).

El diagnóstico constituye la fuente directa de la información que nos permite tomar decisiones acerca de las fuentes estratégicas, así como de la herramienta que va a permitir evaluar el éxito el fracaso de planes, programas o proyectos.

Desde un punto de vista; se ha identificado que el diagnóstico sirve para tres propósitos:

- Definir la situación actual del turismo en un espacio territorial determinando con sus oportunidades y limitaciones.
- Fundamentar las soluciones, la toma de decisiones, propuestas y estrategias de desarrollo con datos cuantitativos.
- Establecer una línea base que sirva para comparar la diferencia entre a situación del turismo antes y los resultados obtenidos (SECO, 2014).

“Las etapas que se debe seguir para el diagnóstico son las siguientes:

- Estudio preliminar: esta primera etapa consiste en la visita del lugar, observación de los recursos, determinación de la tenencia de la tierra, identificación de potencialidades de desarrollo y productos

potenciales. Se establece el enfoque de la planificación de acuerdo a la escala (nacional, regional, de destino, de sitio) y al tipo de espacio turístico (Ricaurte, 2009).

- **Objetivos de desarrollo:** Se determinan los objetivos de desarrollo turístico de acuerdo con el enfoque y la potencialidad del espacio. Posteriormente estos objetivos se irán afinando en función de la información recogida durante el proceso de planificación. Con el fin de garantizar la acogida y continuidad del plan, es prudente formular de manera participativa, en conjunto con la comunidad receptora y sus dirigentes (Ricaurte, 2009).
- **Estudios y evaluaciones:** Se recoge información referente al sistema turístico local y sus elementos como la planta de servicios, gobernanza, atractivos, comunidad receptora, demanda e infraestructura. Este paso en conjunto con el siguiente constituye el diagnóstico, estudio de la situación actual o línea base (Ricaurte, 2009).
- **Análisis y síntesis:** Se analiza de forma integrada e interrelacionada todos los elementos del sistema con la finalidad de determinar la potencialidad turística del lugar, calcular las prohibiciones de crecimiento, segmentar el mercado objetivo, identificar los productos potenciales y obtener resultados que permitan el direccionamiento de un plan mediante la toma de decisiones. (Ricaurte, 2009).
- **Formulación del plan:** Se especifica la política y se elabora las propuestas de desarrollo turístico, cuya estructura puede variar de acuerdo con los objetivos, el enfoque y la escala de planificación, se precisa una secuencia lógica de desarrollo (fases o etapas) de ejecución con proyectos y programas (Blanco & Riveros, 2015).
- **Ejecución y gestión:** se conforma organismos o comités de seguimiento – privados con el fin de realizar una revisión periódica o programar modificaciones del plan en función de las nuevas situaciones. Las primeras 5 etapas que establece la Organización Mundial de Turismo corresponde específicamente al proceso de planificación y las últimas se orientan a las actividades de ejecución y aplicación de las nuevas estrategias de desarrollo. (Ricaurte, 2009).

I. POTENCIAL TURÍSTICO.

El potencial turístico se lo puede definir como un plan de desarrollo turístico mediante la construcción de instalaciones y servicios idóneos para satisfacer las necesidades del turista y definiendo de una manera más general, también se puede incluir los efectos asociados, tales como la creación de empleos o la generación de ingresos. (Manrique, 2016)

Por sus orígenes etimológicos del latín, el término potencial se conforma de la unión de tres partes: el vocablo *potis* que significa “poder”, el nexos *-nt-* que equivale a “agente”, y el sufijo *-al* que puede

traducirse como “relativo a”, lo cual podría entenderse como “relativo a un agente de poder” (Mikery & Pérez, 2014).

En este sentido, el potencial puede ser entendido como un adjetivo que hace referencia a lo que puede existir en el territorio. Entre los métodos existentes para evaluar el potencial turístico encontramos los siguientes:

- Inventario de recursos y análisis multi criterio de atractivos.
- Inventario de recursos y evaluación multi criterio de los recursos.
- Entrevista a informantes clave, inventario de recursos, evaluación por indicadores de potencialidad turística y evaluación de rutas turísticas
- Inventario de atractivos ecoturísticos y análisis descriptivo de información socioeconómica.
- Inventario de recursos naturales y culturales. Perspectivas de la implementación del ecoturismo (Mikery & Pérez, 2014).

J. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL.

El diagnóstico situacional se centra en identificar, describir y analizar la situación actual de un proceso de manera que se obtengan resultados con respecto a los objetivos y la misión que se desea llevar a cabo. “Es a la vez una mirada sistémica y contextual, retrospectiva y prospectiva, descriptiva y evaluativa” (García, 2015).

El diagnóstico situacional es realizado con la finalidad de identificar las oportunidades de mejora y necesidades de fortalecimiento para desarrollar las estrategias encaminadas al cumplimiento de objetivos se considera lo siguiente:

- Evaluación del nivel actual de las operaciones.
- Identificación de las necesidades
- Formulación de recomendaciones
- Formulación de estrategias

K. JERARQUIZAR.

Es la manifestación física de la ordenación por categorías de uno o varios atributos. El principio de la jerarquía implica que existan auténticas diferencias entre las formas y los espacios que en cierto sentido

reflejan su grado de importancia y el cometido funcional, formal y simbólico que juegan en su organización (Casas & Díaz Zoe, 2013).

Un sistema jerárquico es el que está formado por subsistemas interrelacionados, donde estos subsistemas son de tal forma que a su vez tienen una estructura jerárquica. A la jerarquización también se la conoce como priorización de proyectos tiene una creciente importancia en la formulación e implementación de políticas ya que es una de las mejores alternativas de solución del problema. La palabra jerarquizar es usada en el idioma español como una acción a partir de la cual se ordena, organiza cosas siguiendo cierto criterio aplicando diferentes ámbitos y que sean necesarios para llevar a cabo su clasificación. (UPM, 2014)

L. ESTUDIO ADMINISTRATIVO.

Trata de establecer la estructura organizativa que dirigirá el proyecto, diseñando aquella que más se adapte a los requerimientos de la posterior operación. (Chairéz, 2015)

En el aspecto administrativo se debe tomar las decisiones para lograr un mejor aprovechamiento de los recursos de la empresa con la finalidad de alcanzar sus objetivos.

El proceso administrativo consta de:

- Planeación
- Organización
- Dirección
- Control. (Morrejón, 2017)

El estudio muestra los elementos administrativos, tales como, la planeación estratégica que defina el rumbo y las acciones a realizar para alcanzar los objetivos de la empresa, por otra parte, se definen otras herramientas como el organigrama y la planeación de los recursos humanos con la finalidad de proponer un perfil adecuado y seguir en la alineación del logro de las metas empresariales. Finalmente se muestra el aspecto legal, fiscal, laboral y ecológico que debe tomar en cuenta toda organización para iniciar sus operaciones o bien para reorganizar las actividades ya definidas. (López, 2008)

M. ESTUDIO LEGAL.

Machado & Hernández (2007), indican que el marco legal son todas las actividades sociales-económicas del hombre, requieren normas que regulen el comportamiento de sus miembros. Todas las actividades empresariales, incluyendo los proyectos, se encuentran sometidas a ordenamientos jurídicos que regulan el marco legal en el cual los agentes económicos se deben desenvolver.

- Viabilidad legal a través del estudio de viabilidad legal, usualmente realizado por un especialista, se busca determinar la existencia de normas o regulaciones legales que impidan la ejecución u operación del proyecto.
- Constitución y formalización de una empresa analiza todos los aspectos legales que condicionan la operatividad y el manejo económico del proyecto.
- Elementos del estudio legal: (Tipo de sociedad, Constitución de la empresa, Registro demarcas, Aspecto tributario)

N. ESTUDIO ECONÓMICO.

Un estudio financiero es una síntesis cuantitativa que demuestra con un margen razonable de seguridad, o la realización del proyecto con los recursos programados y la capacidad de pago de la empresa (Flassler, 2013).

Estuardo (2016), manifiesta que: “El análisis financiero actúa dentro de un estudio de pre inversión como un sintetizador, concentrando de manera cuantitativa las principales conclusiones logradas durante el análisis de mercado y el técnico arquitectónico. Del primero recoge, principalmente, los datos relativos a la cantidad de demanda que cabría satisfacer mediante la inversión durante un cierto periodo, así como los precios y tarifas adecuados, en función de las posibilidades que demuestre la competencia y los futuros consumidores. Los apartados básicos para la elaboración de un estudio financiero son:

a. Presupuesto de inversión.

Le denominaremos inversión al monto de recursos que en forma de capital requiere la empresa en proyecto para materializarse y poder iniciar operaciones, así como aquellas erogaciones que se requerirán durante su funcionamiento para reponer activos fijos obsoletos o para permitir ampliaciones en la planta productiva original. A estas últimas se les conoce también con el término de reinversiones.

La mayoría de los proyectos turísticos permiten agrupar su presupuesto en once apartados específicos que son: terreno, adecuaciones infraestructurales, edificaciones, equipo, mobiliario y decoración, instalaciones especiales; blancos y lencería, gastos preoperatorios, capital de trabajo, gastos financieros de pre-operación; e imprevistos. (Hernández, 2008)

b. Estructura de capital.

La decisión sobre la estructura de capital se refiere a la composición de los recursos financieros que la empresa necesita para llevar a cabo su actividad. Se enmarca dentro de las decisiones financieras que constituyen, junto con las decisiones de inversión y dividendos, el centro de las decisiones en las que se basa la economía financiera. La estructura de capital viene determinada por la combinación de los diferentes recursos utilizados por la empresa para financiar sus inversiones. De forma genérica podemos referirnos a tres grandes fuentes de financiación: la emisión de acciones, los beneficios retenidos y el endeudamiento. (Manrique, 2015)

c. Pronóstico de ingresos.

Como parte del control financiero de la empresa, los pronósticos permiten prever la situación de la organización en distintas circunstancias. Los pronósticos financieros son predicciones de futuro del comportamiento de las empresas, normalmente a nivel de ingresos por ventas o ganancias (rentabilidad). Se pueden realizar pronósticos a corto medio o largo plazo en circunstancias parecidas a las actuales o simular diferentes contextos o entornos. Para realizar un pronóstico ingresos es preciso refinar las estimaciones de ventas y gastos usadas en el punto de equilibrio con el objeto de conseguir una proyección formal en fechas futuras y en base a distintos escenarios. (Calvo, 2019)

d. Análisis sobre la posición financiera esperada.

El análisis facilita la realización de un acertado diagnóstico actual, y a su vez detecta las deficiencias y patrones negativos que requieren la aplicación de acciones correctivas, así como también la toma de acciones preventivas en caso de problemas potenciales en la operatividad que puedan afectar al ámbito financiero de la empresa. El análisis de los estados financieros evalúa la posición financiera presente y pasada de una empresa, para establecer estimaciones y predicciones sobre los posibles escenarios futuros. (Calzada, 2017)

e. Sistema de punto de equilibrio.

El punto de equilibrio es una herramienta que sirve para conocer el momento exacto en que, en el negocio, los ingresos que se obtienen por las ventas son iguales a los gastos en los que se incurren, es decir, la cantidad en que tanto ingresos como egresos se encuentran en equilibrio y no generan ni pérdida ni ganancia para la empresa. A partir de ahí, si hay un aumento en las ventas se genera ganancia y si las ventas se reducen se genera pérdida. (Credilikeme, 2016)

O. EVALUACIÓN FINANCIERA.

La información generada en los estudios de mercado, técnico y financiero se analiza con el propósito de definir el monto de las inversiones de capital necesaria para implementar el proyecto; asimismo, el resultado de dicho análisis se incorpora a las proyecciones del flujo de efectivo (Dellapiani, 2014).

a. Valor presente neto.

Conocido también como VAN, es un método que permite determinar la equivalencia en el tiempo cero de los flujos en efectivo, que se generarán a partir de la ejecución del proyecto, es uno de los indicadores más utilizados al momento de evaluar la viabilidad de un negocio. El valor actual neto, viene determinado por la suma de los cash flow esperados, actualizados todos ellos con la tasa del costo de capital del inversor (Nuñez, 2011).

Además, Nuñez (2011), manifiesta que el cálculo del valor actual neto muestra los beneficios que genera el proyecto durante la vida útil del mismo, posterior a la recuperación de la inversión

Los criterios de decisión que el mismo autor propone son los siguientes:

- Si el VAN es mayor que cero, se debe ACEPTAR el proyecto
- Si el VAN es menor que cero, se debe RECHAZAR el proyecto
- Si el VAN es igual a cero, se debe ACEPTAR el proyecto
- Para calcular el valor actual neto, es necesario aplicar la fórmula:

$$VPN = I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{FC}{(1+i)^t}$$

Dónde:

I0= Inversión inicial

Fc: Flujo de caja anual

i= Tasa de interés

t= número de periodo de vida útil del proyecto (López et al. 2008)

b. Tasa Interna de Retorno.

La tasa interna de retorno, es aquella tasa de interés misma que debe descontar los flujos de efectivos generados por el proyecto, por medio de la vida útil del mismo, buscando igualdad con la inversión (Nuñez, 2011).

Los criterios de decisión, para aceptar o rechazar proyectos según los resultados obtenidos del cálculo son:

- Si la TIR es mayor que la TMAR, se debe ACEPTAR el proyecto
- Si la TIR es menor a la TMAR, se debe RECHAZAR el proyecto
- Si la TIR es igual a la TMAR, se debe ACEPTAR el proyecto

Mikery & Pérez (2014), plantea la siguiente fórmula para calcular la Tasa Interna de Retorno:

$$TIR = i1 + (i2 - i1) \frac{VAN1}{(VAN1 - VAN2)}$$

Dónde:

VAN 1= VAN con la tasa de descuento menor

VAN 2= VAN con la tasa de descuento mayor

i1= Tasa de descuento inferior

i2= Tasa de descuento superior (López et al. 2008)

c. Relación beneficio / costo.

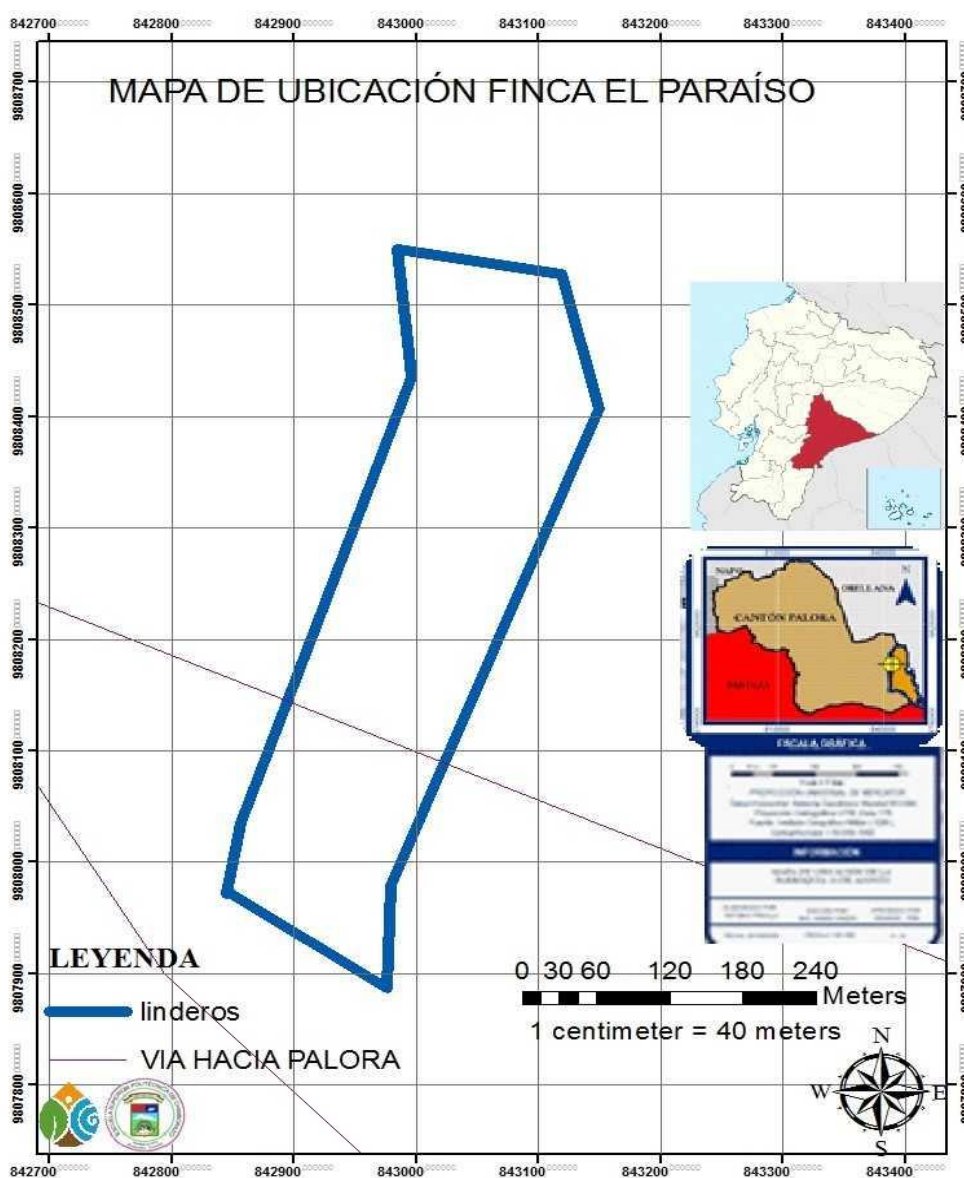
La relación beneficio costo de un proyecto a una tasa de interés (i) es el cociente que resulta de dividir la sumatoria del valor presente de los ingresos netos a una tasa de interés y entre la sumatoria del valor presente de los egresos netos a una tasa de interés (Estuardo, 2016).

VI. MATERIALES Y MÉTODOS.

A. CARACTERIZACIÓN DEL LUGAR.

a. Localización.

La finca El Paraíso se encuentra ubicada en la parroquia 16 de agosto, cantón Palora, perteneciente a la Provincia de Morona Santiago.



Mapa 1 Mapa de ubicación finca El Paraíso

b. Ubicación geográfica.

La finca está ubicada en las coordenadas proyectadas UTM Zona 18S. Datum WGS84.

1) Coordenadas UTM.

Longitud: 9807323 UTM

Latitud: 0176339 UTM (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia 16 de Agosto, 2015)

2) Límites.

Norte: Vivienda Gustavo López

Sur: Finca de Ángel Calle

Este: Familia Herederos Crespo

Oeste: Finca de Gilberto Heras (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia 16 de Agosto, 2015)

3) Características climáticas.

La temperatura promedio que existe en el cantón Palora es de 21°C. Su clima es variado, este va desde el tropical húmedo de la Amazonía, hasta el frío húmedo de las zonas Andinas (INAMHI, 2018).

4) Características del suelo.

La clase de suelo que existe en la parroquia 16 de agosto a la cual pertenece la finca El Paraíso, Los suelos de la Parroquia se caracterizan por ser alofónicos (constituido de aluminios, silicatos y saturados de agua), son limosos ricos en materia orgánica, de saturados en bases, con pH ácido, presentan una retención de humedad mayor al 100%, son de colores pardos, lixiviados y esponjosos. Se han desarrollado sobre cenizas volcánicas y soportan grandes cantidades de precipitación. (MINTUR, 2015)

c. Materiales y Equipos.**1) Materiales.**

Encuestas, fichas de levantamiento de campo, Información secundaria.

2) Equipos.

Cámara digital, GPS, computador.

B. METODOLOGÍA.

La presente investigación se realizó en base al método analítico, descriptivo y de campo; mediante la compilación de información primaria como encuestas, tabulaciones de resultados como investigación cualitativa, recolección de puntos GPS; además se utilizó información secundaria de documentos públicos tales como el Plan de Ordenamiento Territorial de la parroquia 16 de agosto, Constitución del Ecuador, Ley de Turismo, Ley orgánica de economía popular y solidaria; cuyos objetivos se cumplieron de la siguiente manera:

a. **Primer objetivo:** Diagnosticar la situación actual de la finca El Paraíso.

Para el desarrollo del primer objetivo se estableció un diagnóstico situacional, donde se realizó un diagnóstico situacional mediante la recopilación de la siguiente información.

1) **Características generales de la finca “El paraíso”.**

Características específicas de la propiedad: (Nombre comercial, datos históricos relevantes, dimensión y distribución, características de la zona, características generales de las especies existentes, características de producción).

Infraestructura y equipamiento: (características de la construcción)

2) **Inventario de los atractivos turísticos.**

Para realizar el cumplimiento del inventario de atractivos existentes en la finca El Paraíso se aplicó la metodología MINTUR, 2017. (Anexo digital) Los componentes que se siguieron fueron los siguientes:

- Datos generales
- Ubicación del atractivo
- Características del atractivo
- Accesibilidad y conectividad al atractivo
- Planta turística/Complementos

- Estado de conservación e integración atractivo / entorno
- Higiene y seguridad turística
- Políticas y regulaciones
- Actividades que practican
- Promoción y comercialización del atractivo
- Registro de visitantes y afluencia
- Recurso humano
- Descripción del atractivo
- Anexos

b. Segundo objetivo: Diseñar técnicamente el producto turístico, para la finca El Paraíso.

Para el cumplimiento del segundo objetivo se realizó el siguiente procedimiento:

1) Enfoque.

El estudio está enfocado en los turistas nacionales y extranjeros que visitan el cantón Palora; además se tomó en cuenta a los cantones Puyo y Macas por su cercanía, además estos cantones tienen mucha afluencia de turistas nacionales y extranjeros que generan ingresos económicos mediante sus actividades turísticas, además los encuestados se lograron informar acerca de la finca “El paraíso”. Toda la recopilación sirve como base para el estudio del universo.

2) Establecimiento del segmento y universo de estudio.

El estudio de la demanda se realizó en base a los siguientes puntos:

a) Universo de estudio.

Para el análisis del universo de estudio se utilizó información secundaria a través de la tesis de (Padilla, 2018) que se encuentra en la biblioteca de la Facultad de Recursos Naturales de la ESPOCH, donde consta la participación de turistas nacionales y extranjeros que registraron su presencia para actividades turísticas. La información secundaria determinó el siguiente resultado:

Turistas nacionales	6679 (44%)
Turistas extranjeros	8516 (56%)
Total	15195 (100%) (Padilla, 2018, pág. 18)

b) Segmento.

Para el análisis de la demanda turística se tomó información del flujo turístico del cantón Palora, Puyo y Macas mediante las siguientes fuentes: Observatorio Turístico de la Universidad Estatal Amazónica, Ministerio de Turismo, y de los registros de visitantes proporcionados por la oficina del i-Tur de la municipalidad del cantón Palora. (Padilla, 2018, pág. 18)

c) Cálculo de la muestra.

Mediante la aplicación de la fórmula de (Canavos, 1998) se calculó del tamaño de la muestra, lo cual facilitó el número de encuestas a ser aplicadas.

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

Dónde:

n: tamaño de la muestra

N: universo de estudio

he: margen de error o precisión admisible (5%)

z: nivel de confianza (1,96)

p: probabilidad de ocurrencia (0.5)

q: probabilidad de no ocurrencia (0.5)

$$n = \frac{15195 (0.5 * 0.5)}{[(15195 - 1) \left(\frac{0,05}{1,96}\right)^2 + (0.5 * 0.5)]}$$

$$n = 375 \text{ encuestas}$$

Número de encuestas que se realizaron

Encuestas nacionales: 165 encuestas (44%)

Encuestas extranjeras: 210 encuestas (56%)

Total: 375 encuestas (100%)

d) Recolección de información.

Para la recolección de la información se utilizó la técnica de la encuesta y como instrumento se realizó un cuestionario, el mismo que se aplicó a turistas nacionales y extranjeros, con la finalidad de obtener información que ayude a conocer las necesidades de los mismos. (Anexos 1) Estas fueron aplicadas en los cantones Palora, Puyo y Macas ya que son las 3 ciudades más grandes y cercanas que además tienen mayor afluencia de turistas. Se conformó un equipo de encuestas de cinco personas, las cuales aplicaron las encuestas a los turistas nacionales y extranjeros.

e) Exposición de resultados.

Obtenida la información de campo, se procedió posteriormente a la tabulación de las encuestas realizadas sobre los gustos y preferencias de los turistas mediante un análisis estadístico, a través del programa SPSS versión 25. Se determinó el procesamiento de la información mediante cuadros y gráficos estadísticos, donde obtuvimos resultados mediante porcentajes, interpretación y análisis en todas las preguntas.

f) Perfil de la demanda.

Para realizar las preguntas de las encuestas, se tomó en cuenta las características psicográficas, sociográficas y motivacionales, las cuales son definidas por (Fernández, Fuentes, & Gonzáles, 2018) de la siguiente manera:

i. Características psicográficas.

La demanda se estableció en base a los siguientes factores, la frecuencia de viaje, el tamaño de grupo de viaje y actividades requeridas entre los turistas encuestados.

ii. Características sociográficas.

La demanda fue definida mediante los indicadores de edad, procedencia y género de los turistas encuestados.

iii. Características motivacionales.

La demanda se definió mediante los indicadores de familia, amigos, negocio, vacaciones de los turistas encuestados. (Fernández, Fuentes, & Gonzáles, 2018)

g) Análisis comparativo entre los perfiles de demanda.

Se realizó una comparación entre los resultados de las encuestas de los turistas nacionales y los turistas extranjeros.

h) Análisis oferta complementaria.

La finca “El Paraíso” dispone de ofertas complementarias adecuadas para un mejor uso y disfrute de los espacios disponibles tales como acampar, montar a caballo, observar aves, fotografiar el paisaje, y más actividades que se realizan en la finca.

También existen servicios externos que nos permiten complementar el producto turístico de la finca “El Paraíso” como la alimentación y transporte que son cubiertos por empresas aliadas con las que se tuvo convenios como promoción, tarifas reducidas y regalías. (MINTUR, 2015)

i) Análisis de la competencia.

Se analizó la capacidad de la finca “El Paraíso” con otros establecimientos que ofrecen servicios similares, entre los cuales está la “Finca la Esperanza” y el “Centro de turismo comunitario Twasap”, con la finalidad de mejorar la calidad servicio. Además, este análisis nos permite prevenir ante nuevas estrategias de mercado, e incluso descubrir debilidades que tiene nuestra competencia.

j) Calculo de la demanda potencial.

El análisis del cálculo de la demanda potencial se estableció de la demanda total 15.195 donde los turistas nacionales representan al 44% y los turistas extranjeros el 56%.

Como no existe registro de años anteriores las proyecciones se las realizo mediante la fórmula del incremento compuesto, donde:

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

Co= Demanda total

i: Nivel de aceptación

n: año

k) Cálculo de la demanda insatisfecha.

Es toda la demanda que no puede ser captada, es decir que la demanda es mayor que la oferta. El resultado se obtiene de la resta de la demanda potencial y la competencia, en donde obtenemos la siguiente formula:

$$DI = DP - C$$

Dónde:

DI: Demanda insatisfecha

DP: Demanda potencial

C: Competencia

l) Cálculo de la demanda objetivo.

Para realizar el cálculo de la demanda objetiva se utilizará la siguiente formula:

$$DO = DI * 5\%$$

Donde:

DO: Demanda objetiva

DI: Demanda insatisfecha

Nivel de aceptación: 5%

m) Ingresos de operación.

Para el análisis de los ingresos que tiene la finca “El paraíso” se calcularon con los servicios de alimentación, alojamiento e ingresos por entrada a la finca, sabiendo que el nivel de aceptación es del 100%. (Anexo digital en Excel)

n) Costos de operación y mantenimiento.

Se analizaron todos los rubros que la finca paga por costos de alimentación, costos área de servicios, costos de baterías sanitarias, costos de promoción, costos de capacitación al personal, costos utilices de limpieza. (Anexo digital en Excel)

o) Diseño de paquetes para turistas nacionales y extranjeros.

Para la operación de la ruta se elaboraron seis paquetes turísticos técnicamente estructurados, que incorporan cada una de las actividades que el estudio de mercado indica, de conformidad con la tipología de la demanda, e integran la oferta turística actual relacionada con la producción agropecuaria de la

zona, así como las actividades turísticas, atractivos y servicios que se pueden encontrar en torno a la ruta. Se utilizó la metodología de (Buestan, 2015)

3) **Tercer objetivo:** Establecer el estudio legal y administrativo para la operación del producto turístico.

a) **Base legal.**

Para el desarrollo de la base legal se revisaron las leyes competentes con respecto al desarrollo del producto turístico según los siguientes puntos:

- Normativa a cumplir
- Figura legal de operación

b) **Base administrativa.**

Con la finalidad de administrar eficazmente el producto turístico para la finca El Paraíso, es necesario establecer una estructura organizacional que limite las funciones y responsabilidades acorde a la realidad, para lo cual se propone lo siguiente:

c) **Organigrama estructural y funcional.**

Para el proceso administrativo se determinó representantes que serán encargados del funcionamiento, trabajo y demás requerimientos necesarios para las áreas de: Gerente / administrados; Agente de ventas / promotor turístico; Técnico en turismo: Guía turístico; Contador/a / secretario/a.

d) **Manual de funciones.**

Este contiene un conjunto de normas y tareas que serán desarrolladas bajo las actividades cotidianas, el manual de funciones, procedimientos y sistemas de control interno, es tomando como referencia a lo propuesto por (Canales, 2015).

e) **Remuneración económica.**

Se identificó y evaluó al personal para las áreas de Gerente / administrados; Agente de ventas / promotor turístico; Técnico en turismo: Guía turístico; Contador/a / secretario/a. y se establecieron las remuneraciones económicas acorde a lo que indica la ley en Ecuador.

f) Estrategias de mercado.

Se realizaron acciones que mejoran e incrementen el flujo de la demanda turística en la finca “El Paraíso” ya sea esta de manera directa o indirecta. Se establecieron mediante los siguientes canales de distribución:

- Plan de comunicación: logotipo, slogan, descripción del logotipo, diseño de medios
- Comercialización directa: redes sociales, páginas web, ferias de turismo
- Comercialización indirecta: alianzas con empresas de turismo
- Estrategias de marketing mix: estrategias de producto, precio, plaza y promoción)

4) Cuarto objetivo: Determinar la viabilidad económica y financiera del producto turístico para la finca El Paraíso.

Para este objetivo realizó el estudio económico y financiero que requiere la finca “El paraíso”, se debe tomar en cuenta los costos e inversiones necesarios. Para lo cual se consideraron los siguientes estudios:

a) Económico.

Para el estudio económico se analizan las inversiones requeridas para la comercialización del producto de la finca “El paraíso”. Su estudio se basó en el análisis de los activos fijos, activos diferidos y capital de trabajo.

b) Inversiones

La siguiente tabla indica la inversión requerida para implementar servicios turísticos, adecuación, implementación de facilidades turísticas, compra de muebles y enseres, compra de equipos de cómputo, compra de un vehículo, gastos en activos diferidos y capital de trabajo.

Se analizaron rubros como la inversión requerida, estado de pérdidas y ganancias, flujo de caja, valor actual neto, tasa interna de retorno, costos fijos y variables y el punto de equilibrio (Anexo digital en Excel).

c) Valor actual neto.

El VAN fue aplicado para tener la seguridad de que el proyecto genere un flujo de caja suficiente para cubrir la inversión inicial (Canales, 2015). El valor actual neto se evaluó para los 5 primeros años del

proyecto, se calculó con un porcentaje del 10% de interés y con un coste de \$20 por persona para ingresar a la finca y un incremento anual del 2%. El valor actual neto se calculó mediante la siguiente fórmula:
VAN = Sumatoria de Ingresos descontados – Sumatoria de desembolsos descontados.

d) Tasa interna de retorno.

Se aplicó la fórmula de la tasa interna de retorno para identificar la rentabilidad del capital invertido tomando en cuenta la siguiente fórmula:

$$TIR = i1 + (i2 - i1) \frac{VAN1}{(VAN1 - VAN2)}$$

VAN 1= VAN con la tasa de descuento menor

VAN 2= VAN con la tasa de descuento mayor

i1= Tasa de descuento inferior

i2= Tasa de descuento superior **Fuente:** (Mikery & Pérez, 2014)

e) Costos fijos y variables de la finca “El paraíso”.

- i. Costo fijo:** Son aquellos en los que incurre la empresa y que en el corto plazo o para ciertos niveles de producción, no dependen del volumen de productos.
- ii. Costo variable:** Costo que incurre la empresa y guarda dependencia importante con los volúmenes de fabricación. (Ramirez, 2016)

El análisis de este ejercicio se lo realizó en Excel.

f) Punto de equilibrio.

El punto de equilibrio es aquel en el cual los ingresos totales son iguales a los costos totales (de producción y de operación); esto significa que el volumen de ventas o ingresos, igualan a los costos totales de la empresa, por lo que no se reportan utilidades, pero tampoco pérdida, como se dice coloquialmente: se quedan tablas. (Cortés, 2012) (Anexo digital en Excel)

VII. RESULTADOS.

A. DIAGNOSTICO SITUACIONAL ACTUAL DE LA FINCA EL PARAÍSO.

a. Características generales de la finca.

1) Características específicas de la propiedad.

a) Nombre comercial.

Finca “El Paraíso”

b) Datos históricos relevantes.

La finca “El Paraíso” se creó en el año 2002 después de que la familia Padilla Rodríguez comprara las tierras a la familia Heras, ubicándose en la parroquia 16 de agosto del cantón Palora. La casa de la finca se construyó en el mismo año de la compra, pero en el 2016 se agregó una cabaña. En ese mismo año la familia Padilla Rodríguez se decidió establecerla para el turismo. En el año 2017 los dueños decidieron que se necesitaba restaurar lugares como la cabaña para hospedaje, los pasajes por donde los turistas van a transitar, durante este proceso se unieron por pequeños caminos la cabaña, las piscinas de truchas, los nidos de patos y los sembríos de pitahayas, caña guadua, las granjas, el río y el dique.

En la actualidad la finca “El Paraíso” alberga a turistas extranjeros que hacen voluntariado mientras disfrutan de los atractivos turísticos de la finca. Esta actividad se ha llevado a cabo sin ningún registro de actividades que permita tener ningún tipo de información.

c) Dimensión y distribución.

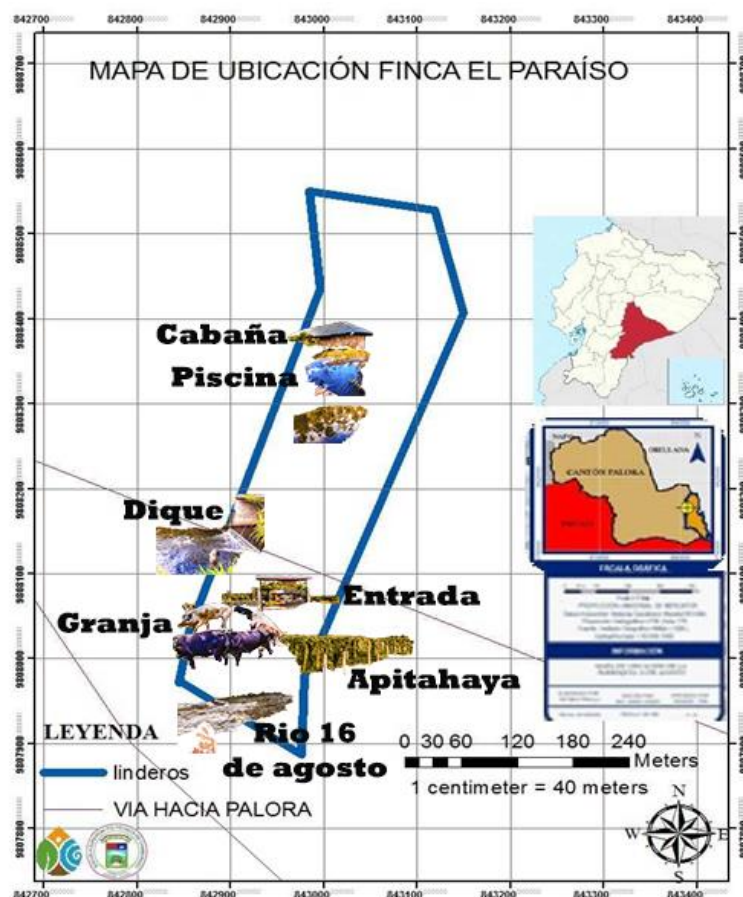
La finca “El Paraíso” tiene una dimensión de 32 hectáreas (320.000 metros cuadrados), las cuales son divididas de la siguiente manera:

- Bosque 38%
- Agricultura 25%
- Ganadería 10%
- Piscicultura 0.1%
- Áreas verdes 26,9%

d) Características de la zona.

Tabla 1 Caracterización de la zona
CARACTERIZACIÓN DE LA ZONA

Finca “El Paraíso”	Coordenadas UTM	Altura	Temperatura	Extensión aproximada en Km2
Zona ganadera	X: 9807254 Y: 0176342	885 msnm	21°C	32
Zona agrícola	X: 9806857 Y: 0176407	885 msnm	21°C	80
Piscinas	X: 9807906 Y: 0176079	892 msnm	21°C	0.23



Mapa 2 Ubicación de la finca “El paraíso”

La finca el paraíso se encuentra ubicada en la amazonia ecuatoriana, sus tierras son húmedas los bosques montañosos bajos y altos con bosque subtropical lluvioso de las tierras bajas. Este tipo de clima beneficia a la pitahaya, producto que es exportado al exterior. (PDOT Palora, 2014)

e) **Características generales de las especies existentes en la finca “El paraíso”.**

La extensión de la finca “El paraíso” consta de 32 hectáreas, donde se obtienen diversas especies medicinales, frutales, animales y de peces. Como resultado obtuvimos lo siguiente:

i. **Características generales de las especies medicinales existentes en la finca “El Paraíso”.**

Tabla 2 Características generales de las especies medicinales existentes en la finca “El Paraíso”

MEDICINAL			
Especie	Nombre científico	Beneficios	Descripción
Jengibre	<i>Zingiber officinale</i>	Dolor de estómago, Tratamiento de gripe y tos	Es una planta originaria de las zonas tropicales del sureste asiático. El nombre original sringavera es un vocablo sánscrito (que significa en forma de cuerno) que pasó al persa como dzungebir y a su vez al griego como dziggibris, en latín se convirtió en zingibe (Luis, 2019)
Ajo sacha	<i>Mansoa alliacea</i>	Uso aromático	De acuerdo a los conocimientos tradicionales de curanderos amazónicos, se usa la corteza de la raíz macerada en aguardiente. La planta se toma durante algunos días y tiene efectos psíquicos sobre la persona. La planta refuerza la voluntad, la autoestima y la capacidad de tomar decisiones. (INKANAT, 2016)
Ajo shuar	<i>Mansoa standleyi</i>	mal aire, diabetes, colesterol	Es un tipo de ajo silvestre que distribuye por la amazonia ecuatoriana de manera natural. (Charles Darwin, 2016)
Albaca shuar	<i>Ocimum micranthum</i>	Dolor de estómago	Se distribuye por Florida, las Antillas, México, a Centro y Sudamérica, Islas Galápagos donde se encuentra en lugares abiertos, rocosos, arenosos o gravosos. (Amilcar, 2019)
Ayahuasca	<i>Banisteriopsis caapi</i>	Alucinógeno	La ayahuasca es una decocción de diferentes plantas de origen amazónico. Durante siglos, las poblaciones indígenas han utilizado esta bebida en sus rituales con fines médico-espirituales. Hoy en día la ayahuasca es utilizada en muchos lugares del mundo con fines religiosos, terapéuticos y para crecimiento personal. (Juicio Crudo, 2016)
Caña agria	<i>Cheilocostus speciosus</i>	Hinchazón, baños de vapor	Sobre todo, la gente de las nacionalidades indígenas Secoya, Kichwa de Sucumbios, Waorani de Napo y Orellana y Shiwiar, aprovechan el tallo chupándolo para extraer su jugo ácido como refrescante para quitar la sed. Muy rara vez se usa como condimento y de algunas variedades se come el tallo tierno o cogollo. (CABI, 2016)
Canela	<i>Ocotea sp.</i>	Aromático	El origen de la canela se remonta al III milenio a.C. y su procedencia es incierta ya que existen diversa hipótesis que ubican este árbol en Sri Lanka, las Indias Occidentales y China. En este último país es conocida desde el año 2500 a.C. constituyendo un producto tan apreciado como el oro. (Fundación Integra, 2016)

Chuchuhuazo	<i>Maytenus laevis</i>	Diarrea, dolor de estómago	El Chuchuhuazo es una planta nativa de la selva amazónica crece en los suelos arenosos, arcilloso. pertenece a la familia Celastráceas habita en áreas no inundables (suelos de altura), inundables anualmente o sólo en creciente alta, alejada o cerca de los cuerpos de agua, purnas y bosques primarios, con intensidad lumínica de intermedia a sombreada. (Ramos, 2010)
Guanto	<i>Datura arborea</i>	Tratamiento de fracturas	El género es cosmopolita, distribuyéndose por todo el globo con la excepción de la Antártida. La mayor diversidad de especies se halla en América Central y América del Sur. Su distribución natural exacta es incierta, debido al cultivo extendido y a la adaptación a las regiones templadas y tropicales del planeta, pero probablemente, su origen se restringe a América. (Universidad de Malaga, 2019)
Guaviduca	<i>Piper sp.</i>	Tratamiento de la piel	Es herbáceas o trepadoras; pueden crecer como arbustos o casi pequeños árboles y frecuentemente dominan la flora donde se hallan. Unas cuantas llamadas "pimienta de las hormigas" como <i>Piper cenocladum</i> , son mirmecófitas, es decir, viven en mutualismo con hormigas, por lo que son sistemas ideales para estudiar la evolución de la simbiosis y el efecto del mutualismo en comunidades bióticas. (Biodiversidad virtual, 2017)
Guayusa	<i>Ilex guayusa</i>	Afrodisiaco y lavado estomacal	Las hojas de guayusa han sido históricamente utilizadas por las tribus indígenas de la zona. Los quechuas la ofrecen como bebida de hospitalidad y bienvenida. Entre el shuar la bebida es algo cotidiano. (Infusionistas, 2011)
Hierva luisa	<i>Aloysia triphylla</i>	Aromática, baño a vapor	Origen. Natural de Chile y Argentina. Introducida en Europa en el siglo XVIII. Cultivada en otras regiones tropicales y subtropicales como aromática, puede encontrarse cultivada en muchos jardines y huertos por el aroma a limón de sus hojas y flores y por sus propiedades medicinales. (Macas, 2017)
Malicagua	<i>Plantago major</i>	Fracturas, dolores musculares	Su distribución original era proveniente de Europa y Asia. Pero ha sido introducido a otras regiones del mundo: Norteamérica, Centroamérica, Colombia y Venezuela zona centro sur de Chile, Uruguay, litoral de Argentina; norte de África y Asia occidental donde crece en terrenos incultos, baldíos terraplenes y taludes. (Plantaginaceae, 2019)
Menta silvestre	<i>Mentha sylvestris</i>	Tratamiento de vías respiratorias	El género tiene distribución cosmopolita y se encuentra en Europa, Asia, África, Oceanía y América. (Kato, 2019)
Ortiga	<i>Urtica</i>	Dolores musculares	Se caracteriza por tener unos pelos urticantes que liberan una sustancia ácida que produce escozor e inflamación en la piel. Es una de las "malas hierbas" más habituales, bien conocida por sus cualidades urticantes. Antiguamente se conocía también como "la hierba de los ciegos", pues hasta éstos la reconocen con solo rozarla. Es una de las plantas que más aplicaciones medicinales posee. (PUCE, 2019)

Papa shuar	<i>Dioscorea trifida</i>	Paperas	El tubérculo tiene aproximadamente un 38% de almidón. Se trata de un almidón céreo que carece de amilosa y tiene usos potenciales como un aglutinante y espesante en la elaboración de alimentos. (Chacon, Torrez, & Saborio, 2018)
Piripri	<i>Justicia pectoralis</i>	Diarrea, tratamiento para niños	Es utilizada por la medicina tradicional, que le atribuye efectos como desinfectante, cicatrizante, sedante, relajante de los músculos lisos, expectorante y astringente, entre otros. ³ Estudios científicos ⁵ indican que preparados de esta hierba pueden tener efectos antiinflamatorios y relajantes que ayudan a aliviar la gripe. (Tramil, 2019)
Sacha naranjilla	<i>Solanum quitoense</i>	Vaporizaciones	Es apreciada por su contenido en vitamina C. Procesada con cáscara, posee mayor contenido de minerales (tales como calcio y fósforo) y fibra. (SIPSA, 2019)
Sangre de drago	<i>Crotón lechleri</i>	Desparasitante, cicatrizante, estéril	Es utilizado como un vendaje líquido, aplicado para sellar heridas, ya que seca rápidamente para formar una barrera protectora similar a la piel. Su uso por personas nativas ha llevado al estudio científico y observación de su actividad antioxidante, así como su mutagenicidad. (Risco, Igleias, & Cañigueral, 2019)
Uña de gato	<i>Uncaria tomentosa L.</i>	Antiviral, anticancerígeno, riñones	Algunos ensayos clínicos publicados en revistas científicas han encontrado evidencias que muestran efectos terapéuticos por el uso de esta planta o de alguno de sus componentes. En general, hay evidencia de la acción antiinflamatorios e inmunomoduladores de la corteza. Las evidencias de su eficacia como antitumoral, antibiótico o antivírico se refieren a extractos o a componentes aislados. (Elsevier, 2019)
Valeriana	<i>Valeriana officinalis</i>	Calmante para úlcera	En farmacología y fitoterapia se utilizan los órganos subterráneos (rizomas, raíces y estolones) o habitualmente sus fitoextractos. (Elsevier, 2019)
Verbenas	<i>Verbena officinalis</i>	Hongos, alergias, baños a vapor	Como hierba medicinal se utiliza la planta entera desecada, sobre todo la flor y en menor importancia la raíz. El principio activo de la verbenas es un heterósido llamado verbenalósido que tiene carácter estimulante del sistema nervioso parasimpático y por hidrólisis produce verbenalol, verbenalina, verbenanina y hasta tosido. (EcoAgricultor, 2017)
Zarzaparrilla	<i>Smilax aspera L.</i>	Desintoxicante	Son utilizadas como plantas medicinales, sobre todo en los casos de reumatismo y las enfermedades de la piel (eccema, psoriasis), también en los casos de gripe, la anorexia o la gota. Tiene acción diurética y diaforética, porque favorece la circulación. Sólo sus raíces se utilizan, y las bayas, si realmente no son tóxicas. (Asturnatura, 2014)

ii. Características generales de las especies frutales existentes en la finca “El Paraíso”.

Tabla 3 Características generales de las especies frutales existentes en la finca “El Paraíso”

FRUTALES			
Productos principales	Nombre científico	Beneficios	Descripción
Aguacate	<i>Persea americana mill</i>	Ayuda a regenerar la piel.	Posee un alto contenido en aceites vegetales, por lo que se le considera un excelente alimento en cuanto a nutrición en proporciones moderadas, ya que posee un gran contenido calórico y graso. Además, se ha descubierto que el aceite de aguacate posee propiedades antioxidantes. Es rico en grasa vegetal que aporta beneficios al organismo y en vitaminas E, A, B1, B2, B3, ácidos grasos, proteínas, minerales. (El horizonte, 2014)
Arazá	<i>Eugenia stipitata</i>	Se lo utiliza como alimento y tiene buen aroma.	Su fruto tiene excelente sabor y aroma; es apto para producir jugos, mermeladas y helados; para la producción industrial de pulpa congelada, fruta disecada y la posibilidad de obtener aromas para perfumes. Se adapta bien a suelos pobres y ácidos; de clima tropical y subtropical, sin riesgo de heladas. (Batidosi, 2016)
Caimito	<i>Chrysophyllum caimito</i>	La infusión de las hojas se ha utilizado en la lucha contra el diabetes y el reumatismo	Las frutas son deliciosas como un postre de fruta fresca; es dulce y mejor enfriado. Es una fruta afrodisíaca ya que al consumirse seguidamente despierta el apetito sexual. (EIA, 2018)
Chirimoya	<i>Annona Cherimola</i>	Contiene varios nutrientes que ayudan con el sistema inmunológico.	Su valor nutritivo se explica por el elevado contenido de azúcares, que llega hasta el 20 %, y el de proteínas, superior al de muchas otras frutas, que alcanza el 2 %. Tiene mucha vitamina; B1, B2, B6, calcio, hierro, fósforo y otros nutrientes. (FAO, 2016)
Chontaduro	<i>Bactris gasipaes Kunth.</i>	Por su gran valor nutritivo es importante para la alimentación.	Además del fruto son comestibles la flor, el endospermo de la semilla y el palmito (cogollo). Este tiene un contenido de 5 por ciento de proteínas, es apto para la industrialización en conservas. Puede aprovecharse que la palma tiene varios tallos y utilizarse unos mientras se dejan los otros. El fruto de segunda calidad es utilizado como alimento de engorde para ganado vacuno, porcino, aves e incluso peces. (OTCA, 2019)
Frutipan	<i>Artocarpus altilis</i>	Se lo puede utilizar de abono, alimento, ornamental.	Con la gran cantidad de frutos que produce el árbol del pan, éste se convierte en una excelente fuente de nutrición para los animales salvajes y los pájaros de los bosques. Además, las hojas también son comestibles. Por otro lado, sirve de nido para muchas especies de aves. (EIA, 2019)
Granadilla	<i>Passiflora ligularis</i>	Propiedades digestivas, diuréticas, efecto antiespasmódico, favorece el sueño.	Contiene vitaminas A, B2, B3, B6, B9, C, E y K. Y también minerales como calcio, cobre, hierro, magnesio, fósforo, potasio, selenio, sodio y zinc. (Lopez, 2019)

Guaba	<i>Inga sp.</i>	Es usado para alimentarse.	Su fruto comestible, y que es la sarcotesta dulce que rodea las semillas. En la mayoría de los casos esta es delgada y tiene poca cantidad que ofrecer. Sin embargo, algunas especies tienen más pulpa comestible. (Fundesyran, 2018)
Guayaba	<i>Psidium guajava</i>	La fruta es comercializada por sus cualidades nutritivas, se puede hacer mermeladas, combate los parásitos y la diarrea.	Su fruto es muy apreciado por su acidez leve y buen sabor, siendo su aspecto de cáscara coloreada, en tonos amarillo-verdosos, y su interior puede ser rosado, rojo, blanco, amarillo o anaranjado, o tener un tono intermedio de los anteriores. (EIA, 2019)
Limón	<i>Citrus limón</i>	Se utiliza para la gastronomía, propiedades estéticas.	Su fruto posee un alto contenido en vitamina C y ácido cítrico. (Hogarmani, 2018)
Mandarina	<i>Citrus reticulata</i>	Cura la gripe, la fiebre y su aroma ayuda a la elaboración de perfumes.	La pulpa contiene vitamina C, vitamina B, ácido cítrico, azúcar reductora y caroteno, aunque no grandes cantidades. Su piel tiene aceite volátil y glucósido y sus semillas, aceites grasos, proteínas y sustancias amargas. Tiene propiedades broncodilatadoras y antiinflamatorias adecuada en el tratamiento de úlceras, ayuda el intestino y la digestión. (Eroski Consumer, 2017)
Naranja	<i>Citrus X sinensis</i>	Por su contenido en vitamina C se lo usa para curar el resfriado.	Los naranjos tienen su origen en India, Pakistán, Vietnam y el sureste de China y fueron traídos a occidente por los árabes. El naranjo es en realidad un híbrido entre los árboles de limoncillo y mandarina. (EIA, 2019)
Naranjilla	<i>Solanum quitoense</i>	Se utiliza para postres y jugos.	Su contenido en vitamina C. Procesada con cáscara, posee mayor contenido de minerales (tales como calcio y fósforo) y fibra. (Kuvi, Guerrero, & Guijaro, 2019)
Papaya	<i>Papaya Carica</i>	Tiene propiedades nutritivas y un delicado sabor	La papaya es conocida como fruta de consumo, tanto en forma directa como en jugos y dulces (elaborados con la fruta verde cocinada con azúcar), y tiene unas magníficas propiedades para facilitar la digestión de alimentos de difícil asimilación, debido a su alto contenido de papaína. (Aguirre, 2019)
Pitajaya	<i>Hylocereus undatus</i>	Se hacen jugos y sirve para bajar de peso.	Es una planta de crecimiento rápido con hábito epífita y xerófita de cultivo fácil. Necesita mucho humus y humedad suficiente en verano. (Foresta Veracruzana, 2019)
Pomarrosa	<i>Eugenia jambos</i>	Es fuente moderada de vitamina C, betacarotenos, fósforo, calcio y hierro.	El fruto puede consumirse fresco ya que es dulce, con olor a rosas. Es muy rico en pectinas y poco ácido, con él se pueden preparar jaleas o mermeladas. Es bueno también para aromatizar salsas y cremas. Las flores también son comestibles. (GFH, 2016)
Zapote	<i>Quararibea cordata</i>	Su fruto es dulce y sirve para hacer jugos, su tallo se lo utiliza en la industria maderera.	Es una especie de árbol frutal erecto, de 40 a 45 m de altura en bosques húmedos tropicales entre 1.000 y 2.000 msnm en

Perú, Ecuador, Colombia, Venezuela y Brasil. (Morris, 2019)

iii. Características generales de las especies maderables existentes en la finca “El Paraíso”.

Tabla 4 Características generales de las especies maderables existentes en la finca “El Paraíso”

MADERABLES			
Productos principales	Nombre científico	Utilidad	Descripción
Aguano	<i>Swietenia macrophylla</i>	Se utiliza para la carpintería	Vive entre 0 y 1500 msnm, con rangos de temperatura mínima de 2500nbsp;°C a máxima de 39 °C, con precipitaciones de 2200 a 0000 mm, con suelos profundos, no drenados, franco arcillosos o franco arenosos, soportando ligeramente alcalinidad con tendencia hacia la neutralidad. (Valera, 2019)
Balsamo	<i>Myroxylon pereirae</i>	Su tronco es maderable, cosmetología y se fabrican medicamentos para los pulmones	El proceso de extracción es netamente artesanal. Se inicia con el calentamiento de la corteza para que su resina se concentre en la quemadura, luego de algunos días se retira la cáscara mojada de resina y se pega un pañal sobre la herida para extraer aún más savia. (Canabio, 2019)
Canelo	<i>Drimys winteri</i>	Su uso es médico ya que contiene más vitamina C que las naranjas y los limones, también sirve para cicatrizar.	Repelen a los insectos consumidores de madera, y también contiene grandes cantidades de vitamina C, lo que convirtió al canelo en la primera fuente comercial de este remedio contra la enfermedad del escorbuto. (Botanica y jardines, 2019)
Cedro	<i>Cedrus</i>	Su uso es maderero, ornamental, su resina era utilizaba para embalsamar momias.	Los cedros constituyen un género de coníferas pináceas. Son árboles de gran tamaño, de madera olorosa y copa cónica o vertical, muy utilizados para ornamentación de parques. (Asturnatura, 2019)
Ceibo	<i>Erythrina crista-galli</i>	Es apta para producción de pastas celulósicas, su uso también es ornamental.	Se halla en lugares bajos inundables, no habita el bosque alto ni los sitios secos sin inundaciones. Tolera muy bien suelos saturados de agua; las semillas son transportadas por el agua germinando en sitios tales como bancos de arena, en donde ayudan a estabilizar la tierra y a formar islas nuevas. (SIB, 2019)
Copal	<i>Dacryodes peruviana</i>	Sus frutos contienen antioxidantes, vitaminas y minerales que ayudan al sistema inmunológico del cuerpo	El copal es un árbol leñoso, con tronco laticífero, es decir que segrega un látex blanco algo

			lechoso y aromático. Son árboles frondosos, que pueden alcanzar de 15 a 25 metros de altura. La pulpa de sus frutos es la parte comestible, estos son carnosos y de forma ovoide. (PUCE, 2016)
Cuero de sapo	<i>Gyranthera micrantha</i>	Las frutas y semillas son consumidos por la guacamaya roja (Ara macao), monos (<i>Cebus olivaceus</i>) y otros mamíferos arbóreos, que lo toman directamente del árbol, y por la lapa o paca (<i>Agouti pacca</i>), venado caramerudo (<i>Odocoileus virginianus</i>), venado matacán (<i>Mazama americana</i> y <i>M. gouazoubira</i>) y báquiros (<i>Tayassu taiacu</i> y <i>T. pecari</i>) que los consumen al caer al suelo.	Estos árboles son grandes, alcanzando alturas de hasta 40 m, con diámetros de tronco de 150 cm. Los boles son cilíndricos y rectos, con contrafuertes empinados de hasta 5 m de altura. (Forest, 2006)
Guaba	<i>Inga spp.</i>	Tienen la capacidad de fijar nitrógeno en la tierra, enriqueciendo de esta manera, los suelos donde crecen, además su pulpa se come ya que es dulce y esponjosa.	Las guabas son árboles de zonas tropicales y subtropicales pertenecientes al género <i>Inga</i> que consta dentro de las leguminosas. Las distintas especies de <i>Inga</i> son de gran valor en la Amazonía. (Fundesyram, 2016)
Guarumo	<i>Cecropia peltata</i>	El látex de este árbol es astringente y corrosivo, se usa contra las verrugas, callos, herpes, úlceras, disentería y enfermedades venéreas.	El tronco principal del árbol es sólido y compuesto de una suave, débil, y frágil madera. Se combina con el cemento para hacer paneles de aislamiento y se convierte en Excélsior, cerillas, cajas, juguetes, las particiones de espacios en viviendas, y en la obtención de pulpa de papel. La madera se enciende fácilmente a partir de la fricción y hace buena yesca. (Cecropia, 2019)
Laurel	<i>Laurus nobilis</i>	Se usa como condimento en la cocina, se usa para la carpintería, también su uso es medicinal ya que es digestivo, antiinflamatorio, ingerirlo en grandes cantidades es toxico.	Es originario de la zona Mediterránea y sus hojas son utilizadas como condimento en la cocina. (Asturnatura, 2019)
Manzano	<i>Malus domestica</i>	Sus glucosa asimila fácilmente lo que es muy útil para personas con diabetes.	El origen de los manzanos, como el de muchas otras plantas cultivadas desde antiguo, es poco claro. (Francis, 2019)
Moral	<i>Maclura tinctoria</i>	Su madera se utiliza para la fabricación de chapa de muy buena calidad y para aserrío. Presenta algunos problemas en su manejo pues es muy dura y pesada y posee ciertas cantidades de resinas. No obstante, se sugiere para usos futuros en la fabricación de duelas y parquet.	Es una especie con diferentes usos, ya que es comestible su fruto, se extraen colorantes para la industria textil y su madera es de buena calidad, utilizada en gran medida a nivel local. (Smithsonian Tropical Research Institute, 2019)
Tamburo	<i>Vochysia lequiana</i>	Se utiliza para la carpintería.	Duramen no fluorescente. Extracto acuoso no fluorescente; color del extracto acuoso incoloro

a café. Extracto en etanol no fluorescente. Color del extracto en etanol incoloro a café. (ITTO, 2019)

iv. Características generales de las especies de mamíferos existentes en la finca “El Paraíso”.

Tabla 5 Características generales de las especies mamíferos existentes en la finca “El Paraíso”

MAMIFEROS			
Especie	Nombre científico	Utilidad	Descripción
Guatusa	<i>Dasyprocta fuliginosa</i>	Su carne es utilizada para la alimentación	Son crepusculares y nocturnos, su principal alimento son frutos, especialmente de palmas, aunque también consumen semillas, algunas hierbas y tubérculos. Se adaptan muy bien a las modificaciones introducidas por el hombre, aunque son intensamente cazados por su carne. (PUCE, 2018)
Sajino	<i>Tayassu tajacu</i>	Su carne es muy apetecida por sus proteínas.	Los pecarís de collar son animales diurnos que viven en grupos de 1 a 20 miembros, pero en promedio entre 6 a 9 miembros generalmente. Duermen por la noche en madrigueras, o con frecuencia bajo las raíces de los árboles. (PUCE, 2019)
Oso hormiguero	<i>Myrmecophaga tridactyl</i>	Se utiliza su carne como alimento, y sus huesos para curar el reumatismo.	El oso hormiguero gigante es inofensivo; si es atacado se defiende con mucha peligrosidad por sus potentes y puntiagudas garras. (Pilosos, 2019)
Conejo silvestre	<i>Sylvilagus brasiliensis</i>	Su carne es utilizada para la alimentación y su piel para adornos, vestimenta.	Es un animal nocturno y solitario. Usualmente aparece de noche o al oscurecer, comiendo pasto y ramitas; siempre en bosques, y cerca de cursos de agua, y en áreas humanizadas, como jardines y plantaciones. (SIB, 2018)
Puerco espín	<i>Echinoprocta rufescens</i>	Su carne es consumida por los locales.	No se le considera amenazado ya que se encuentra en varias áreas protegidas del país, sin embargo, a veces son sacrificados para evitar el contacto con los perros, para los cuales puede resultar muy peligroso si lo provocan. (PUCE, 2018)
Cabeza de mate	<i>Eira barbara</i>	Es utilizado como mascotas.	Los ejemplares de Eira barbara pueden ser identificados individualmente, gracias a la mancha de pelo que tienen en la garganta. (Mamíferos del Ecuador, 2019)
Nutria	<i>Lontra longicaudis</i>	Su pelaje es utilizado para la vestimenta.	Vive en diferentes hábitats ribereños, incluyendo bosques deciduos y siempre verdes, sabanas, llanos y pantanales. Es posible que esta especie prefiera los claros, ríos y arroyos de montañas hasta 3000 msnm y sea menos frecuente en terrenos llanos. (Naturalista, 2019)
Ardilla cola roja	<i>Sciurus granatensis</i>	Su carne y su piel son utilizados por habitantes de las comunidades.	Alcanza una longitud cabeza-cuerpo de 10 a 28,5 cm, y la cola de 14 a 28 cm de largo. Pesa entre 212 y 520 gramos. (Eco registros, 2017)

Caiman	<i>Caiman cocodrilus</i>	A sido casado por su cuero.	Las otras dos especies son comunes en las zonas pantanosas o lacustres y en los ríos de Bolivia, Brasil, Noreste de Argentina, Paraguay, la región amazónica del Ecuador, Perú, Colombia y Venezuela. (PUCE, 2019)
Loro amazónico	<i>Amazona ochrocephala</i> .	Suele ser utilizado como mascota	Se los halla normalmente de a pares, más que en bandadas. Comen frutos, nueces, semillas, bayas, cacahuets, etc. (PUCE, 2018)

v. Características generales de las especies de peces existentes en la finca “El Paraíso”.

Tabla 6 Características generales de las especies de peces existentes en la finca “El Paraíso”

PECES			
Especie	Nombre científico	Valor nutricional	Descripción
Kamarui Gancho rojo	<i>Myleus rubripinnis</i>	Es rico en omega3, grasas naturales y proteínas	Los machos pueden llegar alcanzar los 39 cm de longitud total y 2.500 g de peso. ¹² Se alimenta de hojas de la vegetación fluvial. Habita en zonas de clima tropical, entre los 23 y 27 °C de temperatura, (ECURED, 2014)
Boquichico del Oriente	<i>Prochilodus nigricans</i>	Es rico en omega3, grasas naturales y proteínas	Es un pez reófilo, cuya principal adaptación al ecosistema amazónico es el de ser un pez xilófago (come barro), sin embargo, se le puede considerar como un pez omnívoro por que aprovecha los compuestos vegetales que se encuentran sobre el fondo y aprovecha además los organismos acuáticos que se encuentran en el fango, como poliquetos, pequeños crustáceos y moluscos, filtrando además el plancton. (Fundo Palmeiras, 2014)
Bagre	<i>Pimelodella sp.</i>	Es rico en omega3, grasas naturales y proteínas	Mayormente son peces pequeños, son pocas las especies que superan los 20 cm; la mayor especie. (Instituto Humboldt, 2017)

vi. Características generales de las especies de aves existentes en la finca “El Paraíso”.

Tabla 7 Características generales de las especies de aves existentes en la finca “El Paraíso”

AVES			
Especie	Nombre científico	Condición actual	Descripción
Gavilán pizarroso	<i>Leucopternis schistacea</i>	Son mal utilizados como aves de jaula	Es un ave de tamaño mediano a grande, de color pizarra gris, en contraste con el color blanco brillante de las bandas horizontales en las plumas de la cola. Tiene un pecho blanco con marcas de color negro verticales. Cuenta con una larga de color naranja en la base de su pico, y grandes ojos amarillos. (Gavalon, 2017)
Batará lineado	<i>Cymbilaimus lineatus</i>	Son mal utilizados como aves de jaula	En promedio mide 18 cm de longitud y pesa 41 g. El macho presenta coronilla y nuca negras, dorso negro con múltiples barras blancas angostas y pecho y vientre con barreteado delgado blanco y negro. En la hembra la coronilla es de color castaño rufo y el dorso es negro con barras color ante; el barreteado del vientre es ante claro y negro. El pico es negro en la parte superior y gris

			azulado en la inferior. las patas sn de color gris azulado. (Aves del Ecuador, 2018)
Tinamú ondulado	<i>Crypturellus undulatus</i>	Son mal utilizados como aves de jaula	En promedio mide 18 cm de longitud y pesa 41 g. El macho presenta coronilla y nuca negras, dorso negro con múltiples barras blancas angostas y pecho y vientre con barreteado delgado blanco y negro. En la hembra la coronilla es de color castaño rufo y el dorso es negro con barras color ante; el barreteado del vientre es ante claro y negro. El pico es negro en la parte superior y gris azulado en la inferior. las patas sn de color gris azulado. (Unoversidad Icesi, 2017)
Garzón cocoi	<i>Ardea cocoi</i>	Son utilizados para medicina ancestral.	Tiene hábitos diurnos, prefiere estar sola o en pequeños grupos. Por lo general anida y duerme en sitios comunales conocidos vulgarmente como garceros. Está asociada con humedales tanto salobres como dulceacuícolas.
			Su vuelo es lento y elegante, lo realiza con su cuello recogido en forma de S, lo que las diferencias de las cigüeñas que lo hacen con el cuello extendido. Se alimenta por lo general de invertebrados, peces, reptiles, anfibios y otras aves. (Naturalista, 2018)
Chachalaca jaspeada	<i>Ortalis guttata</i>	Su carne se utiliza para la alimentación	Mide de 40 a 60 cm de largo y pesa entre 500 y 600 g. Se caracteriza por el moteado del pecho, aunque el color del plumaje varía según la subespecie. Se aparean entre octubre y noviembre, y hacen nidos sencillos a unos 2 m del suelo. (Aves del Ecuador, 2018)
Hormiguero gorjeador	<i>Hypocnemis cantator</i>	Su habitat es amenazado por los humanos	Mide entre 11 y 12 cm de longitud y pesa entre 10 y 14 g. El macho tiene una corona principalmente color negro con las puntas de las plumas blancas. El área floreal y las ceja blancos, lados de la cabeza y cuello rayados en blanco y negro. Manto gris oliváceo con algo de negro. La parte baja de la espalda marrón con la rabadilla y las coberturas superiores de las plumas de color castaño rojizo, alas de color marrón rojizo, con algunas plumas manchadas de blanco. La cola de color marrón rojizo con plumas exteriores tirando a pardo rojizo. Abdomen y pecho blanco, veteado en los laterales y lados del cuerpo de color naranja-rojizo. (Red list, 2019)
Águila crestada	<i>Morphnus guianensis</i>	Su habitat es amenazado por los humanos	Es una especie de ave accipitriforme de la familia Accipitridae propia de la región neo tropical. (PUCE, 2018)
Garrapatero piquiliso	<i>Crotophaga ani</i>	Su habitat es amenazado por los humanos	Mide unos 33 cm y pesa alrededor de 85 g. Los adultos son de color negro uniforme, a excepción de un ligero escamado claro en el cuello, la parte superior del pecho y la espalda. Su pico es ancho y curvo, y a diferencia del resto de miembros de su género no presenta surcos ni protuberancias. Su cola es larga y el iris de sus ojos marrón. (PUCE)
Tinamú goliblanco	<i>Tinamus guttatus</i>	Su habitat es amenazado por los humanos	Esta ave mide entre 32 y 36 centímetros en la longitud. Habitan los bosques, así como los arbustos. Ellas comen semillas, frutas e invertebrado. Como otras especies de tinámicos se juntan para alimentarse durante la estación lluviosa de Amazonia. (Red list, 2019)

Pavón nocturno	<i>Nothocrax urumutum</i>	Su carne es utilizada para la alimentación.	Mide en promedio 66 cm de longitud. Tiene cresta larga y corona negras. El plumaje del dorso, alas y cola es castaño con visos negruzcos. El vientre es color canela. Presenta el pico rojo, el borde supra orbital amarillo y el suborbital azul, unidos como una elipse. Las patas son rosadas. (Esacademic, 2017)
Corcovado de estrellas	<i>Odontophorus stellatu</i>	Su carne es utilizada para la alimentación.	Mide entre 24 y 27 cm de longitud. Tiene una cresta alargada rojiza en el macho y color castaño en la hembra; presenta anillo ocular de piel desnuda amarilla; la nuca, la cara, la garganta y el dorso son grises, con márgenes castaños en el dorso; la grupa es de color ante y la cola negruzca; las alas son pardas con puntos blancuzcos en las coberteras, barras negruzcas en las plumas del vuelo y puntos negros en las escapulares; las partes inferiores son rojizas rufas, con estrías en forma de estrellas blancas en el pecho y el vientre con tonos pardos y barrado negruzco. (Aves del Ecuador, 2017)
Paloma frentigrís	<i>Leptotila rufaxilla</i>	Su carne es utilizada para la alimentación.	Se alimenta de semillas y pequeños frutos, recogidos en el suelo, y de invertebrados. El nido está formado por ramas, y está construido en un arbusto o un tronco de árbol, donde la hembra pone generalmente dos huevos de color blanco. (PUCE, 2017)
Guacamayo rojo y verde	<i>Ara chloroptera</i>	Sus plumas son utilizadas para rituales y adornos.	Son grandes guacamayos que atraen la atención por su vívido y espectacular colorido, y su llamado estridente con el que se comunican durante el vuelo. Los ejemplares jóvenes se parecen a los adultos, pero tienen la cola más corta. Por lo general, se encuentran en parejas o en grupos pequeños, tal vez familiares; a veces se asocian con otros guacamayos, especialmente en tierra, donde se reúnen en grandes grupos para consumir arenas minerales expuestas. Se alimentan de semillas, frutas y nueces. (Revista digital animal)
Gallinazo rey	<i>Sarcoramphus papa</i>	Su hábitad esa amenazado por los humanos.	Es una especie que se encuentra bajo preocupación menor de acuerdo a la UICN, ¹ tiene una amplia distribución geográfica, que se extiende sobre una superficie de 14 millones de kilómetros cuadrados. Sin embargo, hay evidencia que sugiere una disminución de la población, aunque no parece ser suficientemente significativo para que sea incluida en la lista de especies vulnerables. ⁶ Esta disminución se debe principalmente a la destrucción del hábitat y a la caza furtiva. ³⁰ Aunque distintivo, su costumbre de posarse en los árboles altos y volar a una gran altitud dificultan el monitoreo de esta especie. (Naturalista, 2019)
Trompetero aligrís	<i>Psophia crepitans</i>	Esta especie es casada pro su carne.	Mide entre 48 y 56 cm de altura y pesa en promedio 1,3 kg. El cuerpo es redondeado; las patas largas y fuertes adaptadas a sus hábitos eminentemente terrestres; el cuello largo y el pico corto y amarillo. El plumaje es negro o negro-azulado con las alas grises. Rara vez vuelan y sólo por cortas distancias. Pueden nadar. (Naturalista, 2018)

Tucán goliblanco	<i>Ramphastos tucanus</i>	Son mal utilizados como aves de jaula	Mide 53 a 61 cm de longitud y pesa en promedio 600 g. El pico tiene entre 14 y 18 cm de largo. Ambos sexos con las plumas negras en la parte superior y con la parte alta de la cola de color amarillento o blanco; pico con una tira en el culmen de color verde y amarillo, base amarilla por encima, azul por debajo con una banda negra y delgada; línea roja que bordea la boca; área facial verde y azul o azul; órbita más oscura a violeta; iris café. La hembra posee un pico más corto que el del macho. (Aves del Ecuador, 2019)
------------------	---------------------------	---------------------------------------	---

vii. **Características generales de las especies de anfibios y reptiles existentes en la finca “El Paraíso”.**

Tabla 8 Características generales de las especies de anfibios y reptiles existentes en la finca “El Paraíso”

ANFIBIOS Y REPTILES			
Nombre común	Nombre científico	Condición actual	Descripción
Tortuga de agua	<i>Podocnemis expansa</i>	Son un problema de tráfico ilegal de especies.	Es la más grande de los pleurodiros. Las hembras adultas pueden llegar a pesar entre 90 y 100 kg, y medir de 70 a 90 o 100 cm de largo. Los machos son más pequeños, casi la mitad que las hembras. (PUCE, 2017)
Kintia panki Anaconda	<i>Eunectes murinus</i>	Su habitat es amenazado por los humanos y también son un problema pro el tráfico ilegal de especies.	La anaconda es de color verde oscuro, con marcas ovales de color negro y ocre en los flancos. El vientre es más claro, y en la parte final de la cola muestra diseños en amarillo y negro que son únicos para cada ejemplar. El hocico está cubierto por seis escamas engrosadas, tres a cada lado. (Reptile bae date, 2019)
Kunkuim Tortuga terrestre	<i>Chelonoidis denticulata</i>	Su habitat es amenazado por los humanos y también son un problema pro el tráfico ilegal de especies.	Las tortugas se identifican entre sí mediante el lenguaje corporal. La tortuga macho hace movimientos de la cabeza hacia otros machos, pero las hembras no hacen estos movimientos de la cabeza. Las tortugas machos también giran la cabeza hacia atrás y hacia adelante en un ritmo continuo como ritual de apareamiento. El apareamiento se produce durante todo el año en la tortuga de patas amarillas. (PUCE, 2018)
Makanch Culebra equis	<i>Bothrops atrox</i>	Su habitat es amenazado por los humanos	Aunque por lo general es una serpiente terrestre, es también una excelente nadadora y trepa a los árboles, incluso cuando sea necesario para llegar a la presa. Por lo general es nocturna, pero puede buscar alimento en cualquier momento del día si fuera necesario. La dieta principal incluye mamíferos pequeños y aves, aunque también incluyen ranas y lagartijas. Las presas de tamaño mayor, son mordidas y dejadas libres hasta que el veneno tenga su efecto, después de lo cual se detecten a través de su rastro de olor. (PUCE, 2017)
Matamat Tortuga matamata	<i>Chelus fimbriatus</i>	Su habitat es amenazado por los humanos y también	Prefiere aguas poco profundas en las cuales le sea fácil llegar a la superficie para respirar. Sin embargo, puede mantener la respiración por

		son un problema por el tráfico ilegal de especies.	mucho tiempo, quedándose inmóvil en el fondo. Frecuentemente se arrastra por el fondo en vez de nadar y probablemente no se expone a la luz del sol. Carnívora, se alimenta de invertebrados acuáticos y peces. (Reptiles Paradais Sphynx, 2019)
Sapo crestado	<i>Rhinella marina</i>	Su habitat es amenazado por los asentamientos humanos.	Los sapos de caña adultos poseen glándulas paratoides alargadas detrás de los ojos, y otras glándulas que le recorren la espalda. Cuando los sapos de caña se sienten amenazados, secretan un fluido blanco alcaloide, conocido como bufotoxina, que contiene componentes que resultan tóxicos para muchos animales. Incluso, se han reportado muertes de seres humanos, intoxicados al tratar de capturarlos y consumirlos. Un sapo de caña es también capaz de inflar sus pulmones, alzando su cuerpo para parecer más grande ante un depredador. (Anfibios Paradais Sphynx, 2018)
Iguana	<i>Iguana iguana</i>	Es cazado por su carne y su habitat es amenazado por asentamientos humanos.	Pueden medir hasta 2 metros. Son herbívoros y se reproducen por medio de huevos, que son colocados bajo tierra durante el mes de febrero. Alcanzan la madurez sexual a los 16 meses de edad, pero son consideradas adultas a los 36 meses, cuando miden 70 cm de largo. (PUCE, 2019)
Tortuga cabeza de serpiente	<i>Phrynops geoffroanus</i>	Existe un problema con el tráfico ilegal de esta especie	Se alimentan principalmente de peces, insectos acuáticos, y otros pequeños invertebrados acuáticos. (PUCE, 2016)

f) Características específicas de producción en la finca el paraíso.

A continuación, se muestran las actividades agropecuarias de la finca “El Paraíso” con respecto a: Especie, época de cosecha, unidad de medida, Destino de la producción.

i. Características específicas de producción frutal de la finca “El paraíso”.

Tabla 9 Características específicas de producción frutal en la finca “El paraíso”

Producto	Época de cosecha	Unidad de medida	Volumen de producción	Destino de la producción
Pitahaya	Febrero a marzo Junio a Septiembre	Kilo	1800 kilos por ciclo	Centro de acopio “Organic farm”
Plátano	De 9 a 12 meses después de la siembra	Racimo	25 por ciclo	Mercado del cantón Palora
Yuca	De 7 a 10 meses después de la siembra	libras	20 libras por ciclo	Mercado del cantón Palora
Papaya	De 1 a 3 años después de la siembra	Kilos	50 kilos por cosecha	Mercado del cantón Palora

Cacao	Marzo y abril	Quintal	10 quintales por cosecha	Mercado del cantón Macas
Vegetales	Todo el año	Quintal	12 quintales por año	Consumo familiar

La producción agrícola que realiza la finca “El Paraíso” es de menor escala y de ubicación local para sus ventas, el único producto que se distribuye constantemente es la pitahaya que es distribuida al centro de acopio “Organic farm”.

ii. Características específicas de producción pecuaria de la finca “El paraíso”.

A continuación, se muestra la actividad pecuaria de la finca “El Paraíso” con respecto a: Especie, Cantidad, Utilidad y Destino de producción, donde se obtuvo el siguiente resultado:

Tabla 10 Características de la producción pecuaria de la finca el paraíso.
Producción pecuaria de la finca “El Paraíso”

Especie	Cantidad	Utilidad	Destino de producción
Vacas	12	Leche	Centro de acopio “Amigos amazónicos”
Cerdos	6	Carne	Familias vecinas
Ovejas	12	Lana y carne	Familias vecinas
Gallinas de campo	20	Carne y huevos	Familias vecinas

La producción pecuaria de la finca el paraíso es de comercialización local ya que la venta se la realiza a los vecinos. El único producto que es distribuido a diario es la leche que es vendida al centro de acopio “Amigos amazónicos” del cantón Palora.

iii. Características específicas de producción piscícola de la finca “El paraíso”.

Aquí se muestran la actividad piscícola en la finca “El Paraíso” con respecto a: Especie, metros cuadrados de producción, cuenca hídrica, destino de producción.

Tabla 11 Producción piscícola de la finca el paraíso.
Producción piscícola de la finca “el Paraíso”

Especie	Metros cuadrados de producción	Cuenca hídrica	Destino de producción
Tilapias	12 x 20	Riachuelo paraíso	Familias vecinas
Cachamas	6 x 8	Riachuelo	Familias vecinas

La producción piscícola de la finca “El Paraíso” es de pequeño productor.

g) Infraestructura y equipamiento.

i. Características de la construcción en la finca “El Paraíso”.

En el siguiente cuadro se muestran las características de construcción que hay en la finca “El Paraíso” con respecto a: Tipo de construcción, fuente hídrica, sistema eléctrico, servicio higiénico/saneamiento, servicio telefónico, Accesibilidad: tipo de vía.

Tabla 12 Características de construcción de la finca “El paraíso”

Características de construcción					
Tipo de construcción	Fuente hídrica	Sistema eléctrico	Servicio higiénico/saneamiento	Servicio telefónico	Accesibilidad: tipo de vida
Casa: construcción mixta	Agua subterránea	Red pública	Pozo séptico	Fijo y móvil.	Primer orden
Cabaña: madera	Agua de lluvia	Red pública	Pozo séptico	Móvil	Segundo orden
Establo: construcción mixta	Riachuelo	Red pública	No existe	Móvil	Segundo orden

La finca “El Paraíso” es de construcción mixta, tiene pozo séptico para la casa y la cabaña, el agua que se consume proviene del subterráneo, pozo y de la recolección de agua de lluvia. El acceso vial es bueno y existe telefonía fija y móvil.


h) Inventario de atractivos turísticos.


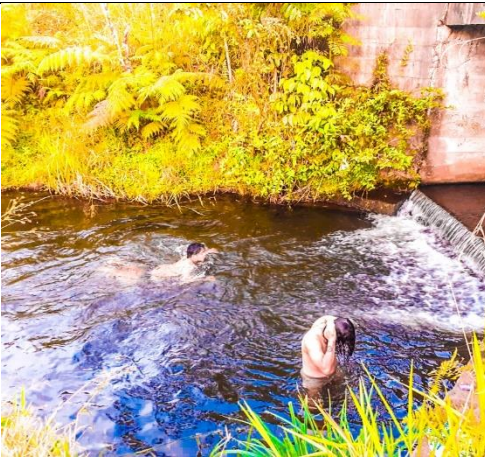
A continuación, se utilizó las fichas del MINTUR 2017 (Anexo digital en Excel) para inventariar los atractivos naturales y culturales de la finca “El paraíso”.

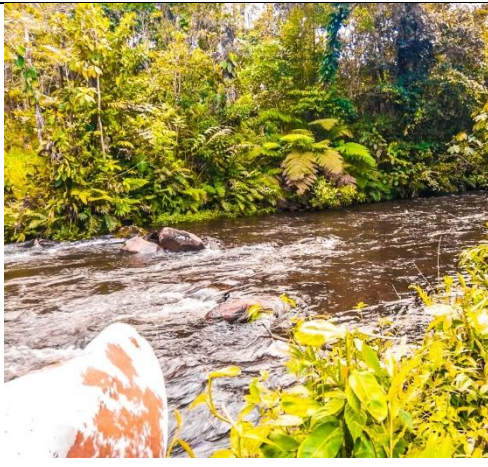

Se presenta el resumen del inventario de atractivos turísticos. La información es producto del proceso de la evaluación y jerarquización de atractivos. La metodología es del (MINTUR, 2015).


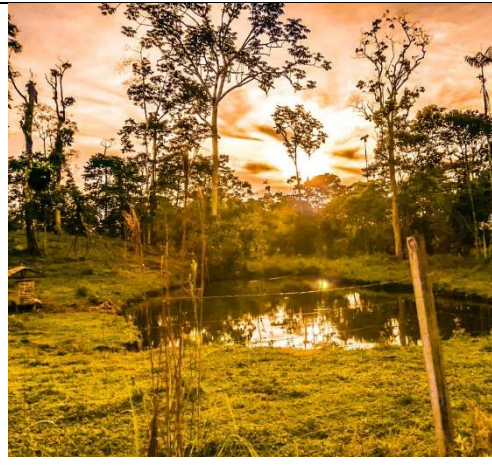
i. Resumen del inventario turístico.

Tabla 13 Resumen del inventario turístico

Nombre / Atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo	Latitud	Longitud	Altura	Jerarquía	Imagen
Bosque nativo	Atractivo natural	Bosque	Húmedo tropical	9807015	0176376	889m	I	

Plato de ayampaco	Manifestación cultural	Acervo cultural y popular	Gastronomía	9807955	0176062	890	I	
Dique	Manifestación cultural	Arquitectura	Espacio público	9807325	0176312	881	I	

Río 16 de agosto	Atractivo natural	Ríos	Río	9806795	0176337	872	I	
Sistema de producción pecuaria	Manifestaciones culturales	Realizaciones técnicas y científicas	Centros agropecuarios y pesqueros	9807254	0176342	885	I	

Sistema de producción agrícola	Manifestaciones culturales	Realizaciones técnicas y científicas	Centros agropecuarios y pesqueros	9806857	0176407	885	I	
Sistema de producción acuícola	Manifestaciones culturales	Realizaciones técnicas y científicas	Centros agropecuarios y pesqueros	9807906	0176079	892	I	

B. DISEÑO TÉCNICO DEL PRODUCTO TURÍSTICO.

a. Enfoque.

El estudio está enfocado en los turistas nacionales y extranjeros que visitan el cantón Palora; además se tomó en cuenta a los cantones Puyo y Macas por su cercanía, además estos cantones tienen mucha afluencia de turistas nacionales y extranjeros que generan ingresos económicos mediante sus actividades turísticas, además los encuestados se lograron informar acerca de la finca “El paraíso”. Toda la recopilación sirve como base para el estudio del universo.

b. Establecimiento del segmento y universo de estudio.

El estudio de la demanda turística se realizó en base a los siguientes puntos:

1) Universo de estudio.

Para el análisis del universo de estudio se utilizó la siguiente información (Padilla, 2018)

Turistas nacionales	6679 (44%)
Turistas extranjeros	8516 (56%)
Total	15195 (100%) (Padilla, 2018, pág. 18)

2) Segmento.

Para el análisis de la demanda turística se tomó información del flujo turístico del cantón Palora, Puyo y Macas mediante las siguientes fuentes: Observatorio Turístico de la Universidad Estatal Amazónica, Ministerio de Turismo, y de los registros de visitantes proporcionados por la oficina del i-Tur de la municipalidad del cantón Palora. (Padilla, 2018, pág. 18)

3) Cálculo de la muestra.

Mediante la aplicación de la fórmula de (Canavos, 1998) se calculó el tamaño de la muestra, la cual facilitó el número de encuestas a ser aplicadas. Se realizaron 375 encuestas de las cuales se dividieron en turistas nacionales y extranjeros.

Numero de encuestas que se realizaron.

Encuestas nacionales: 165 (44%)

Encuestas extranjeras: 210 (56%)

Total: 375 encuestas (100%)

c. Recopilación de información.

Para la recopilación de la información se utilizaron encuestas (Anexo 2 y 3).

1) Turistas nacionales.**a) Género de los turistas nacionales.****Tabla 14** Género de los turistas nacionales

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	66	40
Femenino	99	60
Total	165	100%

La mayoría de las personas encuestadas pertenecen al género femenino obteniendo el 60% de los turistas encuestados; en cambio el género masculino obtuvo el 40% de los turistas encuestados.

Existe un 20% más de personas encuestadas que pertenecen al género femenino.

b) Rango de edad de los turistas nacionales.**Tabla 15** Rango de edad de los turistas nacionales

Variable	Frecuencia	Porcentaje
15-25	20	12,1%
26-35	58	35,2%
36-45	33	20%
46-55	46	27,9%
+56	6	4,8%
Total	165	100%

Los turistas nacionales encuestados que se encuentran en el rango de 26-45 años obtuvieron un porcentaje del 35,2%, los turistas nacionales pertenecientes al rango de 36-45 años obtuvieron un porcentaje del 20%; y los turistas nacionales que están en el rango de 46-55 años obtuvieron el 27,9% de las encuestas.

Los tres grupos con mayor porcentaje son estratégicos para la comercialización del producto turístico.

c) Procedencia de los turistas nacionales.

Tabla 16 Lugar de procedencia de los turistas nacionales

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Macas	44	26,7%
Puyo	41	24,8%
Quito	37	22,4%
Palora	43	26,1%
Total	165	100%

Los turistas encuestados que pertenecen al cantón Macas obtuvieron un porcentaje de 26,7%; también existen 2 grupos de segmento de procedencia importantes, como lo son el cantón Palora que obtuvo el 26,1% de las encuestas; y el cantón Puyo que obtuvo el 24,8%.

Los cantones de Palora, Macas y Puyo son los que más oferta turística ofrecen. También se considera a los turistas nacionales encuestados procedentes de Quito los que obtuvieron un porcentaje de 22,4%.

d) Nivel de conocimiento sobre de la finca.

Tabla 17 Nivel de conocimiento sobre la finca

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	14	8,5%
No	151	91,5%
Total	165	100%

Los turistas nacionales encuestados no han escuchado acerca de la finca “El paraíso” obtuvieron un porcentaje de 91,5%; pero de las personas encuestadas que si han escuchado sobre la finca obtuvieron el 8,5% de las encuestas.

Existe una baja promoción de la finca “El paraíso” y por eso los encuestados en su mayoría desconocen acerca de la finca.

e) Interés por visitar la finca “El paraíso”.

Tabla 18 Le interesaría visitar la finca el paraíso

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	165	100%
No	0	0%
Total	165	100%

Los turistas nacionales encuestados que les interesaría visitar la finca “El paraíso” obtuvieron el 100% de las encuestas.

A los turistas nacionales les interesa conocer lugares puedan realizar actividades de ocio.

f) Servicios requeridos por los turistas nacionales.

Tabla 19 Qué tipo de servicios le gustaría utilizar en la finca el paraíso

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Alimentación	15	9,1%
Hospedaje	63	38,2%
Guianza	87	52,7%
Total	165	100%

Los turistas nacionales encuestados que les gustaría contar con servicios de guianza mientras visitan la finca “El Paraíso” obtuvieron un porcentaje de 52,7% lo que es más de la mitad de los encuestados; Además el servicio de hospedaje obtuvo el 38,2% de los encuestados.

La guianza y el hospedaje son servicios relevantes para la realización de paquetes turísticos.

g) Actividades seleccionadas por los turistas nacionales.

Tabla 20 Actividades de los turistas nacionales

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Recorrido en granja	21	12,7%
Turismo vivencia	32	19,4%
Caminatas por la selva	28	17%

Ciclismo	8	4,8%
Observación de aves	8	4,8%
Agroturismo	68	41,2%
Total	165	100%

Los turistas nacionales encuestados que les gustaría realizar actividades de agroturismo en la finca “El Paraíso” obtuvieron el 41,2%.

Se debe tomar en cuenta que la actividad de agroturismo es la que más se realiza en la finca, por lo que ofrecer este servicio es contribuir con el desarrollo económico de la finca.

h) Alimentación preferida por los turistas nacionales.

Tabla 21 Tipo de alimentación de los turistas nacionales

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Típica de la zona	73	44,2%
Vegetariana	56	33,9%
Nacional	8	4,8%
Internacional	28	17%
Total	165	100%

Los turistas nacionales encuestados a los que les gustaría degustar la comida típica de la zona obtuvieron un porcentaje de 44,2%; Además la comida vegetariana es una opción que se brinda a los turistas y esta obtuvo un porcentaje de 33,9%.

En estos resultados se evidencia la preferencia por la comida típica de la zona y la comida vegetariana, Estos resultados son importantes para la realización de los paquetes turísticos.

i) Temporada del año preferida para viajar.

Tabla 22 Temporada de viaje de los turistas nacionales

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Enero-marzo	38	23%
Abril-junio	6	3,6%
Julio-septiembre	121	73,3%
Total	165	100%

Los turistas nacionales encuestados que en su mayoría prefieren viajar en la temporada de julio-septiembre obtuvieron un porcentaje de 73,3% lo que lo hace ideal para promocionar con más frecuencia

durante esos meses; Otro grupo de encuestados prefieren viajar durante los meses de enero-marzo obteniendo el 23% de los turistas encuestados.

Es necesario que se trabaje en una promoción turística previa a estas temporadas de julio-septiembre para tener una mayor demanda turística.

j) Estadía de los turistas nacionales.

Tabla 23 Promedio de estadía

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Un día	113	68,5%
Dos a tres días	47	28,5%
Cuatro a cinco días	4	2,4%
+ seis días	1	0,6%
Total	165	100%

Los turistas nacionales encuestados que prefieren viajar durante un día obtuvieron el 68,5%; lo que lo convierte en el segmento con mayor número de encuestas; en cambio las personas que les gusta viajar de dos a tres días obtuvieron un porcentaje de 28,5%.

Estos resultados indican que el promedio de estadía en los turistas nacionales es mínimo, por lo que la oferta turística debe ofrecer servicios turísticos que abarquen máximo los tres días.

k) Con quien/es viajan los turistas nacionales.

Tabla 24 Con quien viajan los turistas nacionales

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Solo	4	2,4%
Familia	102	61,8%
Pareja	37	22,4%
Amigos	3	1,8%
Tour contratado	18	10,9%
Guía privado	1	0,6%
Total	165	100%

Los turistas nacionales que prefieren viajar acompañados de su familia obteniendo el 61,8% lo que lo convierte en el segmento con mayor número de los encuestados; otro resultado importante son las personas que suelen viajar en pareja donde obtuvieron un porcentaje de 22,4%.

Se debe realizar paquetes turísticos para grupos, donde se les pueda ofrecer servicios turísticos a precios cómodos.

l) Disposición de gasto de los turistas nacionales.

Tabla 25 Disposición de gasto

Variable	Frecuencia	Porcentaje
20-40 USD	136	82,4%
41-70 USD	26	15,8%
+71 USD	3	1,8%
Total	165	100%

Los turistas nacionales prefieren pagar un valor de 20-40USD obtuvieron un porcentaje de 82,4%.

Este resultado indica que el promedio de gasto diario está en el promedio estándar al que se maneja la finca “El paraíso”

m) Forma de viaje de los turistas nacionales.

Tabla 26 Forma de viaje viajar

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Sin agencia de viaje	155	93,9%
Con agencia de viaje	10	6,1%
Total	165	100%

Los turistas nacionales prefieren viajar sin agencia de viajes obtuvieron el 93,9%.

Los turistas nacionales prefieren realizar actividades turísticas por su cuenta.

n) Medio informativo de los turistas nacionales.

Tabla 27 Medio informativo de los turistas nacionales

Variable	Frecuencia	Total
Radio	20	12,1%
Tv	50	30,3%
Prensa	15	9,1%
Internet	69	41,8%

Amigos	9	5,5%
Otros	2	1,2%
Total	165	100%

Los turistas nacionales se informan a través de internet obtuvieron el 41,8% de las encuestas; otra opción que tienen los turistas nacionales encuestados para informarse es a través de la tv obteniendo el 30,3% del total de las encuestas.

Es necesario realizar campañas donde se promocioe la finca “El paraíso” a través de medios como el internet.

2) Turistas extranjeros.

a) Género de los turistas extranjeros.

Tabla 28 Género de los turistas extranjeros

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	133	63,3%
Femenino	77	36,7
Total	210	100%

Los turistas extranjeros encuestados son del género masculino obteniendo un porcentaje de 63,3%; en cambio las personas encuestadas del género femenino obtuvieron un porcentaje de 36,7%.

b) Rango de edad de los turistas extranjeros.

Tabla 29 Rango de edad de los turistas extranjeros

Variable	Frecuencia	Porcentaje
15-25	38	18,1%
26-35	87	41,4%
36-45	58	27,6%
46-55	24	11,4%
+56	3	1,4%
Total	210	100%

De los turistas extranjeros encuestados las personas que se encurtan en el rango de 26-35 años obtuvieron un porcentaje de 41,4%; en cambio las personas encuestadas que se encuentran en el rango de 36-45 obtuvieron el 27.6%.

Es importante tener en cuenta estos dos rangos de edad ya que son los que mayor porcentaje obtuvieron en las encuestas.

c) Procedencia de los turistas extranjeros.

Tabla 30 Lugar de procedencia de los turistas extranjeros

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Venezuela	92	43,8%
Colombia	37	17,6%
Estados Unidos	28	13,3%
Argentina	12	5,7%
Perú	24	11,4%
Otros	17	8,1%
Total	210	100%

Los turistas extranjeros encuestados en su mayoría provienen del país de Venezuela obteniendo el 43.8% de las encuestas; por otra parte, tenemos a los turistas colombianos que obtuvieron el 17.6%

Entre los porcentajes de los turistas venezolanos y colombianos suman un porcentaje de 61,4% lo que lo convierte en un segmento importante para tomar en cuenta para este producto turístico.

d) Nivel de conocimiento sobre la finca.

Tabla 31 Nivel de conocimiento sobre la finca el paraíso

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	14	6,7%
No	196	93,3%
Total	165	100%

Los turistas extranjeros encuestados que no conocen o han escuchado acerca de la finca "El Paraíso" obtuvieron un porcentaje de 93.3%; en cambio los turistas extranjeros que si conocen o han escuchado sobre la finca "El paraíso" obtuvieron un porcentaje de 6.7%.

Con este resultado se evidencia la falta de publicidad que tiene la finca y de esta manera poder llegar a más turistas extranjeros.

e) **Interés por visitar la finca “El paraíso”.**

Tabla 32 Interés por visitar la finca “El paraíso”

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	210	100%
No	0	0%
total	210	100%

Los turistas extranjeros encuestados mencionaron que, si les gustaría visitar la finca “El paraíso” obteniendo el 100% de las encuestas.

Esto evidencia el interés por conocer el nuevo producto turístico.

f) **Servicios requeridos por los turistas extranjeros.**

Tabla 33 Servicios requeridos por los turistas extranjeros

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Alimentación	50	23,8%
Hospedaje	32	15,2%
Guianza	99	47,1%
Otros	29	13,8%
Total	210	100%

Los turistas extranjeros encuestados a los que les gustaría el servicio de guianza obtuvieron un porcentaje de 47.1%; en cambio la alimentación obtuvo un porcentaje de 23.8% de los encuestados.

El servicio de guianza es el servicio turístico más solicitado para la finca “El paraíso” lo que es necesario tomar en cuenta para los resultados

g) **Actividades seleccionadas por los turistas extranjeros.**

Tabla 34 Actividades seleccionadas por los turistas extranjeros

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Recorrido en granja	22	10,5%
Turismo vivencia	31	14,8%
Caminatas por la selva	44	21%
Ciclismo	18	8,6%
Observación de aves	9	4,3%

Agroturismo	86	41%
Total	210	100%

Los turistas extranjeros encuestado que se inclinan hacia la actividad de agroturismo obtuvieron un porcentaje de 41%; otra parte de los turistas extranjeros encuestados prefieren las caminatas por la selva donde se obtuvo un porcentaje del 21%.

Estas actividades se las puede realizar con facilidad en la finca el paraíso, y es necesario tomar en cuenta para la realización de los paquetes turísticos.

h) Alimentación preferida por los turistas extranjeros.

Tabla 35 Alimentación preferida por los turistas extranjeros

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Típica de la zona	94	44,8%
Vegetariana	46	21,9%
Nacional	64	30,5%
Internacional	6	2,9%
Total	210	100%

Los turistas extranjeros encuestados en su mayoría les gustaría degustar comida típica de la zona obteniendo un porcentaje de 44.85%; pero también existe otro grupo importante que le gustaría degustar de platos nacionales obteniendo así el 30.5% de los encuestados.

Este resultado evidencia una preferencia por la alimentación y degustación de sabores locales y nacionales sumando un porcentaje de 75,35% de los encuestados.

i) Temporada del año preferida para viajar.

Tabla 36 Temporada del año preferida para viajar

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Enero-marzo	99	47,1%
Abril-junio	41	19,5%
Julio-septiembre	35	16,7%
Octubre-diciembre	35	16,7%
Total	210	100%

Los turistas extranjeros encuestados que prefieren viajar durante la temporada de enero-marzo obtuvieron un porcentaje de 47.1%.

Estos resultados nos indicaron que el resto del año es de temporada baja para turistas extranjeros, donde en los meses de abril-junio se obtuvo un porcentaje de 19.5%; en cambio las temporadas de Julio-septiembre y octubre-diciembre obtuvieron el 16.7%.

j) Estadía de los turistas extranjeros.

Tabla 37 Promedio de estadía de los turistas extranjeros

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Un día	151	71,9%
Dos a tres días	22	10,5%
Cuatro a cinco días	26	12,4%
+ seis días	11	5,2%
Total	210	100%

Los turistas extranjeros encuestados en su mayoría prefieren viajar con un promedio de un día donde se obtuvo un porcentaje de 71.9%; el resto de turistas extranjeros encuestados tienen porcentajes bajos, el rango de 2-3 días obtuvo el 10,5%, el rango de 4-5 días obtuvo un porcentaje de 12,4%, y los turistas extranjeros que eligieron +6 días obtuvieron el 5,2%.

Para la realización de paquetes turísticos es importante que la preferencia es de un día.

k) Con quien/es viajan los turistas extranjeros.

Tabla 38 Con quien/es viajan los turistas extranjeros

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Solo	76	36,2%
Familia	45	21,4%
Pareja	17	8,1%
Amigos	31	14,8%
Tour contratado	34	16,2%
Guía privado	7	3,3%
Total	210	100%

Los turistas extranjeros encuestados que prefieren viajar solos obtuvieron un porcentaje de 36,2%, las personas encuestadas que viajan con su familia tienen un porcentaje de 21,4%.

Es necesario realizar paquetes individuales para los turistas extranjeros ya que son los que mayor porcentaje de encuestas tuvieron.

l) Disposición de gasto de los turistas extranjeros.

Tabla 39 Disposición de gasto de los turistas extranjeros

Variable	Frecuencia	Porcentaje
20-40 USD	63	30%
41-70 USD	60	28,6%
+71 USD	87	41,4%
Total	210	100%

Los turistas extranjeros encuestados que prefieren pagar más de \$71 por persona por obtener servicios turísticos obtuvieron el 41,4%, en cambio los turistas extranjeros encuestados que les gustaría pagar entre 20-40 USD obtuvieron un porcentaje de 30% de las encuestas; y los turistas extranjeros encuestados que les pagaría entre 41-70 USD obtuvieron un porcentaje de 28,6%.

Es necesario diseñar paquetes turísticos acorde al grupo y a los días de servicios turísticos prestados.

m) Forma de viaje de los turistas extranjeros.

Tabla 40 Forma de viaje de los turistas extranjeros

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Sin agencia de viaje	149	71%
Con agencia de viaje	61	29%
Total	210	100%

Las personas extranjeras que fueron encuestadas y que prefieren viajar sin una agencia de viaje obtuvieron un porcentaje de 71%.

Este resultado indica que los turistas extranjeros prefieren planificar sus actividades individualmente sin intermediarios.

n) Medio informativo de los turistas extranjeros.

Tabla 41 Medio informativo de los turistas extranjeros

Variable	Frecuencia	Total
Radio	3	1,4%
Tv	26	12,4%
Prensa	13	6,2%
Internet	112	54,3%

Amigos	49	23,3%
Otros	5	2,4%
Total	210	100%

Los turistas extranjeros encuestados que se informan a través del internet obtuvieron un porcentaje de 54,3%; otro medio de información que utilizan los turistas extranjeros es a través de amigos donde se obtuvo un porcentaje de 23,3% de las encuestas.

Es evidente que el internet es el mejor medio para informar a los turistas extranjeros, por lo que la estrategia de difusión está basada en este resultado.

3) Perfil de la demanda.

a) Turistas nacionales.

Los turistas nacionales en su mayoría son del género femenino (60%) y el género masculino (40%), el rango de edad que predomina es el de 26-35 (35,2%), provienen en su mayoría del cantón Macas (26,7%) sin descartar otras poblaciones cercanas Palora (26,1%) y Puyo (24,8%), no han escuchado sobre la finca “El paraíso” (91,5%), pero si estarían dispuestos a visitar la finca (100%), Prefieren servicios como guianza (52,7%) y hospedaje (38,2%), las actividad preferidas para realizar son el agroturismo (42,2%), prefieren degustar platos tradicionales de la zona (44,2%), viajan con mayor frecuencia en la temporada de julio-septiembre (73,3%), disponen de un día (68,5%), suelen viajar con sus familias (61,8%), el gasto diario por persona (82,4%) haciende de entre \$20-\$40 por día; organizan su viaje de forma independiente (93,9%), y utilizan el internet como medio informativo (41,8%)

b) Turistas extranjeros.

Los turistas extranjeros en su mayoría son del género masculino (63,3%) y el género femenino (36,7%), el rango de edad que predomina es el de 26-35 (41,4%), provienen en su mayoría de Venezuela (43,8%), no han escuchado sobre la finca “El paraíso” (93,3%), pero si estarían dispuestos a visitar la finca (100%), Prefieren servicios como guianza (47,1%) y la alimentación (23,8%), las actividad preferidas para realizar son el agroturismo (41%), prefieren degustar platos tradicionales de la zona (44,9%), viajan con mayor frecuencia en la temporada de enero-marzo (47,1%), disponen de un día (71,9%), la mayoría suelen viajar solo (36,2%) pero también viajan con sus familias (21,4%), el gasto diario por persona haciende de entre +\$71 (82,4%) y \$41-\$70 (28,6%) por día; organizan su viaje de forma independiente (71%), y utilizan el internet como medio informativo (54,3%).

c) Análisis comparativo entre los perfiles de demanda.

La tabla #42 compara las tendencias de consumo, gustos y preferencia de turistas nacionales y extranjeros interesado en

Tabla 42 Comparación de turistas nacionales y extranjeros.

Variable	Turistas nacionales	%	Turistas extranjeros	%
Género	Femenino	60%	Masculino	63,3%
Rango de edad	26-35 años	35,2%	26-35 años	41,4%
Procedencia	Macas	26,7%	Venezuela	43,8%
Conocimiento	No	91,5%	No	93,3%
Interés	Si	100%	Si	100%
Servicio	Guianza	52,7%	Guianza	47,1%
Actividad	Agroturismo	42,2%	Agroturismo	41%
Alimentación	Típica de la zona	44,2%	Típica de la zona	44,8%
Temporada	Julio-septiembre	73,3%	Enero-marzo	47,1%
Estadía	Un día	68,5%	Un día	71,9%
Viaja	Familia	61,8%	Solo	36,2%
Gasto	20-40 USD	82,4%	+71 USD	41,4%
Forma	Sin agencia	93,9%	Sin agencia	71%
Medio	Internet	41,8%	Internet	54,3%

d. Análisis de la oferta complementaria.

En la siguiente tabla se muestra el análisis de la oferta complementaria con respecto a: Empresa, tipo de servicio, convenio y capacidad. Se tomó en consideración a las empresas de turismo del cantón Palora.

Tabla 43 Análisis de la oferta complementaria

Empresa	Tipo de servicio	Convenio	Capacidad
Amundalo 22 de junio	Transporte	Promoción de las empresas de transporte a cambio de regalías o una tarifa reducida.	Camioneta: 4 pasajeros más carga (10 camionetas) Taxi: 4 pasajeros (12 taxis)

Habichuelas	Alimentación	Promoción con los restaurantes	Habichuelas: 60
La familia		cambio de regalías.	La familia: 40
Sol de oriente			Sol de oriente: 40
El imperio	Hospedaje	Promoción y pax a cambio de	El imperio: 100
Sol de oriente		regalías y tarifas reducidas	Sol de oriente: 68

Los convenios que se llevarán a cabo con las empresas de transporte, alimentación y hospedaje son realizados a cambio de promoción, regalías o tarifas reducidas.

e. Análisis de la competencia.

Para el análisis de la competencia, se utilizó información de los turistas nacionales y extranjeros que visitaron la Finca “La esperanza” y el centro de turismo comunitario “Twasap”, debido a que son los únicos que llevan el registro anual de turistas.

Tabla 44 Análisis de la competencia

Nombre	Tipo	Oferta	Clientes anuales
Finca la Esperanza	Turismo	Alimentación	294
		Hospedaje	
Centro turístico comunitario “Twasap”	Comunitario	Fotografía	1466
		Recorrido en granjas	
		Caminata en la selva	
		Ciclismo	
		Agroturismo	
Total			1760

La competencia se encuentra establecida desde hace algunos años, ofreciendo servicios similares a lo de la finca “El Paraíso”.

f. Cálculo de la demanda potencial.

La demanda potencial de los turistas nacionales y extranjeros es de 15.195. Para el análisis se utilizó la fórmula del incremento compuesto para los siguientes cinco años.

Tabla 45 Cálculo de la demanda turística

Año	Año	Demanda total	Turistas nacionales (44%)	Turistas extranjeros (56%)
0	2018	15.195	6.686	8.509
1	2019	15.955	7.020	8.934
2	2020	16.752	7.370	9.381
3	2021	17.590	7.740	9.850
4	2022	18.470	8.127	10.343
5	2023	19.393	8.533	10.860

El incremento de los turistas aumenta cada año durante los cinco años.

g. Demanda potencial.

Obteniendo el 100% de aceptación de los turistas nacionales y extranjeros se mantienen las cifras de la tabla #45

h. Demanda insatisfecha.

El cálculo de la demanda insatisfecha se la realiza mediante la fórmula:

$$DI= DP - C$$

Tabla 46 Cálculo de la demanda insatisfecha

Año	Demanda potencial	Competencia	Total
0	15.195	1.760	13.435
1	15.955	1.848	14.107
2	16.752	1.940	14.812
3	17.590	2.037	15.553
4	18.470	2.139	16.331
5	19.393	2.246	17.147

Debido a la baja capacidad turística que ofrece el cantón Palora hace que la demanda insatisfecha sea alta y no logre satisfacer al mercado potencial.

i. Cálculo de la demanda objetivo.

Para obtener la demanda objetiva se la realizo mediante la fórmula:

Tabla 47 Cálculo de la demanda objetiva

Año	Demanda insatisfecha	Captación de demanda objetivo 5%
0	13.435	672 pax
1	14.107	706 pax
2	14.812	741 pax
3	15.553	778 pax
4	16.331	817 pax
5	17.147	858 pax

La demanda objetiva es de 672 pax en el primer año captando el 5% de la capacidad de demanda objetivo.

j. Ingresos de operación.

Se analizaron los ingresos por alimentación, alojamiento y entrada a la finca.

1) Ingresos por servicios de alimentación.

Tabla 48 Ingresos por servicios de alimentación

AÑOS	DEMANDA	Promedio de venta \$ 10
1	706	7.056,00
2	741	7.408,80
3	778	7.779,24
4	817	8.168,20
5	858	8.576,61

2) Ingresos por servicios de alojamiento.

Tabla 49 Ingresos por servicios de alojamiento

AÑOS	DEMANDA	Promedio de venta \$ 20
1	706	14.112,00
2	741	14.817,60
3	778	15.558,48
4	817	16.336,40
5	858	17.153,22

3) Ingresos por entradas a la finca “El paraíso”.

Tabla 50 Ingresos por entradas a la finca “El paraíso”

AÑOS	ENTRADAS		1 PAX		4 PAX		10 PAX		ESTUDIANTES	TOTAL
		DAS	100%	3,00	100%	3,00	100%	3,00	2,00	ENTRADAS
1	706	706			706		706		706	
			2.116,80		2.116,80		2.116,80		1.411,20	7.761,60
2	741	741			741		741		741	
			2.222,64		2.222,64		2.222,64		1.481,76	8.149,68
3	778	778			778		778		778	
			2.333,77		2.333,77		2.333,77		1.555,85	8.557,16
4	817	817			817		817		817	
			2.450,46		2.450,46		2.450,46		1.633,64	8.985,02
5	858	858			858		858		858	
			2.572,98		2.572,98		2.572,98		1.715,32	9.434,27

k. Costos de operación y mantenimiento.

1) Costos de alimentación.

Tabla 51 Costos área de alimentación

COSTOS ÁREA DE ALIMENTACIÓN											
INSUMOS	UNIDAD	CANTIDAD	P. UNITARIO	SEMANAL	MENSUAL	ANUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VERDURAS											
Cebolla paiteña	Libra	2	0,25	0,50	2,00	24,00	24,48	24,97	25,47	25,98	26,50
Culantro	Atado	1	0,10	0,10	0,40	4,80	4,90	4,99	5,09	5,20	5,30
Zanahoria	Porción	1	0,25	0,25	1,00	12,00	12,24	12,48	12,73	12,99	13,25
Ajo	Libra	0,50	0,50	0,25	1,00	12,00	12,24	12,48	12,73	12,99	13,25
Pimiento	Porción	1	0,50	0,50	2,00	24,00	24,48	24,97	25,47	25,98	26,50
Tomate	Caja	1	5,00	5,00	20,00	240,00	244,80	249,70	254,69	259,78	264,98
ENLATADOS											
Atún	Unidad	4	0,80	3,20	12,80	153,60	156,67	159,81	163,00	166,26	169,59
PRODUCTOS PROCESADOS											
Manteca de chanco	Libra	1	1,50	1,50	6,00	72,00	73,44	74,91	76,41	77,94	79,49
Mantequilla	Libra	1	1,35	1,35	5,40	64,80	66,10	67,42	68,77	70,14	71,54
Salsa de tomate	Galón	1	6,00	6,00	24,00	288,00	293,76	299,64	305,63	311,74	317,98

1. Diseño de paquetes turísticos.

Se diseñaron seis paquetes turísticos, de los cuales tres son para turistas nacionales y tres para turistas extranjeros. Se diseñó el itinerario, descripción del paquete y el análisis de costo y el cálculo del precio de cada paquete.

1) Paquete #1 para turistas nacionales.

Tabla 57 Paquete #1 para turistas nacionales

PAQUETE #1

Nombre del paquete: Cultivos el paraíso		
Código: PARAISO-01	Estilo: Caminata	
Idioma de guianza: Español	Duración: 1 día	
Recorrido: Recorrido y explicación sobre los cultivos de pitahaya, como se cosecha, visita por los cultivos de caña guadua, recorrido por los cultivos de cacao, esparcimiento y recreación en el dique de agua que se encuentra en dentro de la finca.		
Mercado objetivo: Turistas nacionales		Dificultad: Fácil
Segmento: Jóvenes y adultos		
Itinerario		
Días	Hora	Actividades
1 día	08:00	Concentración y bienvenida por parte del guía a los visitantes de la finca “El paraíso”.
	08:15	Desayuno a elección del turista, este puede ser un plato típico de la zona o vegetariano.
	09:00	Equipamiento (de ser necesario) e instrucciones
	09:15	Recorrido por los cultivos de pitahaya. Se explicara brevemente sobre el sistema de cultivo, cosecha y degustación de la fruta.
	09:45	Refrigerio
	10:00	Recorrido por los cultivos de cacao donde se explica cómo es la planta, cual es el fruto y degustación de la misma.
	10:30	Recorrido por los sembríos de caña guadua que es de donde se saca la materia prima para la construcción de la cabaña donde se albergan los turistas para la pernoctación.

11:00	Esparcimiento en el dique de agua donde los turistas se refrescaran luego de una jornada en la finca.
12:00	Almuerzo
13:00	Palabras de agradecimiento por parte del guía
13:15	Despedida

DESCRIPCIÓN DEL PAQUETE

El paquete incluye	<p>Guianza</p> <p>Alimentación (Desayuno, refrigerio y almuerzo)</p> <p>Equipos (de ser necesario)</p>
El paquete no incluye	<p>Comidas y bebidas extras</p> <p>Gastos personales o que no estén especificados en el programa.</p>
Observaciones	<p>El paquete está diseñado para los turistas interesados en la naturaleza, caminatas y agroturismo.</p>
Requerimientos	<p>Documentos personales</p> <p>Ropa y zapatos cómodos</p> <p>Protector solar</p> <p>Ropa de baño</p> <p>Lentes de sol</p> <p>Cámara fotográfica (opcional).</p>
Normas de comportamiento	<p>Respeto a la naturaleza y a las personas</p> <p>Prohibido botar basura</p> <p>Prohibido sustraer flora y fauna</p>
Prohibiciones para la visita	<p>Joyas</p> <p>Objetos de valor no registrados</p> <p>Armas</p> <p>Estupefacientes</p> <p>Bebidas alcohólicas</p> <p>Cigarrillos</p>
Facilidades turísticas	<p>Transporte</p> <p>Alimentación</p> <p>Guianza</p> <p>Senderos</p> <p>Señalética</p>

2) **Análisis de costo y cálculo de precio.****Tabla 58** Costo y precio del paquete 1**COSTO Y PRECIO DEL PAQUETE**

	Precio USD	1	4	10
Costos				
Transporte	\$30,00	\$30,00	\$30,00	\$30,00
Guianza	\$10,00	\$10,00	\$10,00	\$10,00
Total		\$40,00	\$40,00	\$40,00
Costos individuales				
Entrada	\$3	\$3	\$3	\$3
Desayuno tradicional o vegetariana	\$10	\$10	\$10	\$10
Equipos		\$1	\$1	\$1
Almuerzo tradicional o vegetariano	\$10	\$10	\$10	\$10
Refrigerio	\$3	\$3	\$3	\$3
Total		\$27	\$27	\$27
Total de costos		\$67	\$37	\$31
Gastos administrativos (10%)		\$6,70	\$3,70	\$3,10
Total costos y gastos		\$73,70	\$40,70	\$34,10
Utilidad 20%		\$92,13	\$50,88	\$42,63

3) **Paquete #2 para turistas nacionales.****Tabla 59** Paquete #2 para turistas nacionales**PAQUETE #2**

Nombre del paquete: Granja el paraíso	
Código: PARAISO-02	Estilo: Caminata
Idioma de guianza: Español	Duración: 1 día
Recorrido: Entrada de la finca, visita a la granja	
Carácter: Agroturismo.	
de cerdos y vacas donde se ordeñaran las vacas y se alimentara a los cerdos, traslado de la leche ordeñada al centro de acopio “Amigos amazónicos”, recorrido por los nidos de patos, gansos, gallinas , traslado del ganado al rio 16 de agosto.	
Mercado objetivo: Turistas nacionales	Dificultad: Fácil

Segmento: Jóvenes, adultos y adultos mayores.

Itinerario

Días	Hora	Actividades
1 día	08:00	Concentración y bienvenida por parte del guía a los visitantes de la finca “El paraíso”.
	08:15	Desayuno a elección del turista, este puede ser un plato típico de la zona o vegetariano.
	09:00	Visita a la granja donde se ordeñarán a las vacas lecheras y se alimentará a los cerdos. Ambas especies tienen alimentación orgánica.
	09:30	Visita al centro de acopio “Amigos amazónicos” donde se llevará la leche para su exportación y venta al público.
	10:00	Retorno a la finca y refrigerio
	10:15	Recorrido por los nidos de patos, gansos y gallinas donde se observará si hay huevos de las especies antes mencionadas. Estos huevos son consumidos y vendidos.
	10:30	Visita y recreación en el río 16 de agosto donde los turistas se refrescarán luego de una jornada en la finca.
	11:30	Retorno del ganado a la granja
	12:00	Almuerzo a elección del turista, este puede ser típico de la zona o vegetariano.
	13:00	Palabras de agradecimiento y despedida por parte del guía hacia los turistas.

DESCRIPCIÓN DEL PAQUETE

El paquete incluye	Guianza Alimentación (Refrigerio y almuerzo) Equipos (de ser necesario)
El paquete no incluye	Comidas y bebidas extras Gastos personales o que no estén especificados en el programa.
Observaciones	El paquete está diseñado para los turistas interesados en los animales de granja, caminatas y agroturismo.
Requerimientos	Documentos personales Ropa y zapatos cómodos Protector solar

	Ropa de baño
	Lentes de sol
	Cámara fotográfica (opcional).
Normas de comportamiento	Respeto a la naturaleza y a las personas
	Prohibido botar basura
	Prohibido sustraer flora y fauna
Prohibiciones para la visita	Joyas
	Objetos de valor no registrados
	Armas
	Estupefacientes
	Bebidas alcohólicas
	Cigarrillos
Facilidades turísticas	Transporte
	Alimentación
	Guianza
	Senderos
	Señalética

4) Análisis de costo y cálculo de precio.

Tabla 60 Costos de precio y paquete 2

COSTO Y PRECIO DEL PAQUETE 2

	Precio USD	1	4	10
Costos				
Transporte	\$30,00	\$30,00	\$30,00	\$30,00
Guianza	\$10,00	\$10,00	\$10,00	\$10,00
Total		\$40,00	\$40,00	\$40,00
Costos individuales				
Entrada	\$3	\$3	\$3	\$3
Desayuno tradicional o vegetariana	\$10	\$10	\$10	\$10
Equipos		\$1	\$1	\$1
Almuerzo tradicional o vegetariano	\$10	\$10	\$10	\$10
Refrigerio	\$3	\$3	\$3	\$3
Total		\$27	\$27	\$27
Total de costos		\$67	\$37	\$31

Gastos administrativos (10%)	\$6,70	\$3,70	\$3,10
Total costos y gastos	\$73,70	\$40,70	\$34,10
Utilidad 20%	\$92,13	\$50,88	\$42,63

5) **Paquete #3 para turistas nacionales.**

Tabla 61 Paquete #3 para turistas nacionales

PAQUETE #3

Nombre del paquete: Descansa en el paraíso		
Código: PARAISO-03	Estilo: Caminata - pernoctación	
Idioma de guianza: Español	Duración: 2 días	
Recorrido: Visita a los cultivos de pitahaya, Carácter: Agroturismo. visita al centro de acopio “Organic farm, visita a los cultivos de caña guadua, caminata hacia el árbol ancestral, recreación en el dique de agua, alimentación de los cerdos y ordenamiento de las vacas lecheras, visita y traslado de la leche al centro de acopio “Amigos amazónicos”, recorrido y actividades de pesca en las piscinas de tilapias, recorrido por los nidos de patos, gansos y gallinas.		
Mercado objetivo: Turistas nacionales	Dificultad: Fácil	
Segmento: Jóvenes, adultos y adultos mayores		
Itinerario		
Días	Hora	Actividades
Día 1	08:00	Bienvenida por parte de los guías hacia los turistas.
	08:15	Desayuno a elección del turista, este puede ser típico de la zona o vegetariano.
	09:00	Charla técnica por parte del guía hacia los turistas.
	09:15	Recorrido por los cultivos de pitahaya, en esta estación se podrá degustar de la fruta. También se explicara brevemente sobre su cultivo y cosecha.
	09:45	Refrigerio
	10:00	Visita al centro de acopio “Organic farm” donde se vende la fruta para su previo empaquetamiento y exportación hacia Estados Unidos y Europa.

	10:30	Retorno al a finca
	10:45	Caminata por el bosque donde se observa la flora y fauna local. El guía es la persona encargada de los turistas durante el recorrido.
	12:00	Almuerzo a elección del turista, este puede ser típico de la zona o vegetariano.
	14:00	Recreación en el dique de agua donde los turistas pueden pasar un momento de relajación.
	16:00	Refrigerio
	16:30	Fin de las actividades
	19:00	Merienda a elección del turista, este puede ser típico de la zona o vegetariano.
	20:00	Noche cultural donde a la luz de la fogata se pasara un momento a meno.
	22:00	Descanso
Día 2	05:00	Desayuno a elección del turista, este puede ser típico de la zona o vegetariano
	06:00	Concentración y charla técnica
	06:15	Recorrido a la granja donde se ordeñaran a las vacas lecheras y se alimentaran a los cerdos, la alimentación se basa en caña guadua y papa china.
	07:00	Traslado de la leche al centro de acopio “Amigos amazónicos” donde es previamente transportada para la venta al público.
	07:30	Retorno a la finca
	08:00	Recorrido por los nidos de patos, gansos y gallinas donde se recolectaran huevos, los cuales son vendido o consumidos en la finca.
	09:30	Visita a las piscinas de tilapias y actividades de pesca, donde los turistas serán guiados e instruidos para esta actividad. Se pueden utilizar cañas de pescar o red de pesca.
	10:00	Refrigerio
	10:30	Retorno del ganado a la granja
	11:00	Recreación en el dique donde los turistas podrán relajarse luego de una jornada en la finca.
	12:00	Almuerzo a elección del turista, este puede ser típico de la zona o vegetariano.

13:00	Agradecimiento y despedida por parte del guía.
DESCRIPCIÓN DEL PAQUETE	
El paquete incluye	<p>Guianza</p> <p>Alimentación (Dos desayunos, tres refrigerios, dos almuerzos y una merienda)</p> <p>Equipos (de ser necesario)</p>
El paquete no incluye	<p>Comidas y bebidas extras</p> <p>Gastos personales o que no estén especificados en el programa.</p>
Observaciones	<p>El paquete está diseñado para los turistas interesados en la naturaleza, caminatas y agroturismo.</p>
Requerimientos	<p>Documentos personales</p> <p>Ropa y zapatos cómodos</p> <p>Protector solar</p> <p>Ropa de baño</p> <p>Lentes de sol</p> <p>Cámara fotográfica (opcional).</p>
Normas de comportamiento	<p>Respeto a la naturaleza y a las personas</p> <p>Prohibido botar basura</p> <p>Prohibido sustraer flora y fauna</p>
Prohibiciones para la visita	<p>Joyas</p> <p>Objetos de valor no registrados</p> <p>Armas</p> <p>Estupefacientes</p> <p>Bebidas alcohólicas</p> <p>Cigarrillos</p>
Facilidades turísticas	<p>Transporte</p> <p>Alimentación</p> <p>Guianza</p> <p>Senderos</p> <p>Señalética</p>

6) **Análisis de costo y cálculo de precio del paquete.****Tabla 62** Análisis de costo y cálculo de precio del paquete #3

COSTO Y PRECIO DEL PAQUETE				
Precio USD	1	4	10	
Costos				
Transporte	\$50,00	\$50,00	\$50,00	\$50,00
Guianza	\$20,00	\$20,00	\$20,00	\$20,00
Total		\$70,00	\$70,00	\$70,00
Costos individuales				
Entrada	\$3	\$3	\$3	\$3
Desayuno tradicional o vegetariana	\$20	\$20	\$20	\$20
Equipos	\$1	\$1	\$1	\$1
Almuerzo tradicional o vegetariano	\$20	\$20	\$20	\$20
Refrigerio	\$9	\$9	\$9	\$9
Total		\$53	\$53	\$53
Total de costos		\$123	\$71	\$60
Gastos administrativos (10%)		\$12,30	\$7,05	\$6,00
Total costos y gastos		\$135,30	\$77,55	\$66,00
Utilidad 20%		\$169,13	\$96,94	\$82,50

7) **Paquete #4 para turistas extranjeros.****Tabla 63 Paquete #4 para turistas extranjeros****PAQUETE #4**

Nombre del paquete: Agroturismo en el paraíso		
Código: PARAISO-04	Estilo: Caminata	
Idioma de guianza: Español - ingles	Duración: 1 día	
Recorrido: Cultivos de pitahaya, visita a los cultivos de caña guadua, recorrido por los cultivos de cacao, recreación y esparcimiento en el dique de agua.		
Mercado objetivo: Turistas extranjeros		Dificultad: Fácil
Segmento: Jóvenes y adultos		
Itinerario		
Días	Hora	Actividades
1 día	08:00	Concentración y bienvenida.
	08:15	Desayuno a elección del turista, este puede ser típico de la zona o plato nacional.
	09:00	Equipamiento (de ser necesario) e instrucciones
	09:15	Recorrido por los cultivos de pitahaya donde se explicara brevemente sobre su cultivo, cosecha y degustación.
	10:00	Refrigerio
	10:30	Recorrido por los cultivos de cacao, donde se explica sobre la planta, su sembrío, cosecha y degustación de la pepa de cacao.
	11:00	Esparcimiento en el dique donde los turistas se refrescaran luego de las actividades en la finca.
	12:00	Almuerzo a elección del turista, este puede ser típico de la zona o plato nacional.
	13:00	Palabras de agradecimiento y despedida.
DESCRIPCIÓN DEL PAQUETE		
El paquete incluye	Guianza Alimentación (Desayuno, refrigerio y almuerzo) Equipos (de ser necesario)	
El paquete no incluye	Comidas y bebidas extras Gastos personales o que no estén especificados en el programa.	

Observaciones	El paquete está diseñado para los turistas interesados en la naturaleza, caminatas y agroturismo.
Requerimientos	Documentos personales Ropa y zapatos cómodos Protector solar Ropa de baño Lentes de sol Cámara fotográfica (opcional).
Normas de comportamiento	Respeto a la naturaleza y a las personas Prohibido botar basura Prohibido sustraer flora y fauna
Prohibiciones para la visita	Joyas Objetos de valor no registrados Armas Estupefacientes Bebidas alcohólicas Cigarrillos
Facilidades turísticas	Transporte Alimentación Guianza Senderos Señalética

8) **Análisis de costo y cálculo de precio para el paquete.**

Tabla 64 Análisis de costo y cálculo de precio para el paquete #4

COSTO Y PRECIO DEL PAQUETE				
	Precio USD	1	4	10
Costos				
Transporte	\$30,00	\$30,00	\$30,00	\$30,00
Guianza	\$10,00	\$10,00	\$10,00	\$10,00
Total		\$40,00	\$40,00	\$40,00
Costos individuales				

Entrada	\$3	\$3	\$3	\$3
Desayuno tradicional o vegetariana	\$10	\$10	\$10	\$10
Equipos		\$1	\$1	\$1
Almuerzo tradicional o vegetariano	\$10	\$10	\$10	\$10
Refrigerio	\$3	\$3	\$3	\$3
Total		\$27	\$27	\$27
Total de costos		\$67	\$37	\$31
Gastos administrativos (10%)		\$6,70	\$3,70	\$3,10
Total costos y gastos		\$73,70	\$40,70	\$34,10
Utilidad 20%		\$92,13	\$50,88	\$42,63

9) **Paquete #5 para turistas extranjeros.**

Tabla 65 Paquete #5 para turistas extranjeros

PAQUETE #5

Nombre del paquete: Agroturismo en el paraíso II		
Código: PARAISO-05	Estilo: Caminata	
Idioma de guianza: Español – Ingles	Duración: 1 día	
Recorrido: Entrada de la finca, ordenamiento de		
Carácter: Agroturismo.		
vacas lecheras y alimentación de cerdos, traslado de la leche al centro de acopio “Amigos invisibles”, recorrido por los nidos de patos, gansos, gallinas , visita al rio 16 de agosto		
Mercado objetivo: Turistas extranjeros	Dificultad: Fácil	
Segmento: Jóvenes, adultos y adultos mayores.		
Itinerario		
Días	Hora	Actividades
1 día	08:00	Bienvenida por parte del guía
	08:15	Desayuno
	09:00	Recorrido a la granja donde se realizaran actividades de ordenamiento de la vacas lecheras y se alimentaran a los cerdos con caña guadua y papa china.
	07:00	Traslado de la leche al centro de acopio “Amigos amazónicos” donde es procesada para la venta al público.
	08:00	Retorno a la finca

08:15	Recorrido por los nidos de patos, gansos y gallinas donde se recolectaran los huevos de estas aves para su consumo local y venta.
09:00	Visita y esparcimiento en el rio 16 de agosto.
10:00	Refrigerio
11:00	Retorno del ganado a la granja
12:00	Almuerzo
13:00	Despedida

DESCRIPCIÓN DEL PAQUETE

El paquete incluye	<p>Guianza</p> <p>Alimentación (Refrigerio y almuerzo)</p> <p>Equipos (de ser necesario)</p>
El paquete no incluye	<p>Comidas y bebidas extras</p> <p>Gastos personales o que no estén especificados en el programa.</p>
Observaciones	<p>El paquete está diseñado para los turistas interesados en los animales de granja, caminatas y agroturismo.</p>
Requerimientos	<p>Documentos personales</p> <p>Ropa y zapatos cómodos</p> <p>Protector solar</p> <p>Ropa de baño</p> <p>Lentes de sol</p> <p>Cámara fotográfica (opcional).</p>
Normas de comportamiento	<p>Respeto a la naturaleza y a las personas</p> <p>Prohibido botar basura</p> <p>Prohibido sustraer flora y fauna</p>
Prohibiciones para la visita	<p>Joyas</p> <p>Objetos de valor no registrados</p> <p>Armas</p> <p>Estupefacientes</p> <p>Bebidas alcohólicas</p> <p>Cigarrillos</p>
Facilidades turísticas	<p>Transporte</p> <p>Alimentación</p> <p>Guianza</p>

Senderos
Señalética

10) **Análisis de costo y cálculo de precio.**

Tabla 66 Análisis de costo y cálculo de precio del paquete #5

COSTO Y PRECIO DEL PAQUETE 5

	Precio USD	1	4	10
Costos				
Transporte	\$30,00	\$30,00	\$30,00	\$30,00
Guianza	\$10,00	\$10,00	\$10,00	\$10,00
Total		\$40,00	\$40,00	\$40,00
Costos individuales				
Entrada	\$3	\$3	\$3	\$3
Desayuno tradicional o vegetariana	\$10	\$10	\$10	\$10
Equipos		\$1	\$1	\$1
Almuerzo tradicional o vegetariano	\$10	\$10	\$10	\$10
Refrigerio	\$3	\$3	\$3	\$3
Total		\$27	\$27	\$27
Total de costos		\$67	\$37	\$31
Gastos administrativos (10%)		\$6,70	\$3,70	\$3,10
Total costos y gastos		\$73,70	\$40,70	\$34,10
Utilidad 20%		\$92,13	\$50,88	\$42,63

C. ESTABLECER EL ESTUDIO LEGAL Y ADMINISTRATIVO PARA LA OPERACIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO.

a. Base legal.

La base legal que nos permite legalizar a la finca “El Paraíso” y nos permite operar de manera formal está compuesta por: Constitución del Ecuador 2008, Ley orgánica de economía popular y solidaria, Ley de Turismo, Reglamento general a la Ley de Turismo, Reglamento General de Actividades turísticas, Reglamento para el registro de centros de Turismo Comunitario.

1) Figura legal de operación.

La finca “El Paraíso” es un producto agro turístico donde se trabaja como empresa de economía popular, la cual deberán registrarse en la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria y en el Ministerio de Turismo cumpliendo los siguientes requisitos:

2) Superintendencia de Economía Popular y Solidaria.

Para constituir las organizaciones sujetas a la ley, se realizará una asamblea constitutiva con las personas interesadas, quienes, en forma expresa, manifestarán su deseo de conformar la organización y elegirán un Directorio provisional integrado por un presidente, un secretario y un tesorero, que se encargarán de gestionar la aprobación del estatuto social y la obtención de personalidad jurídica ante la Superintendencia.

3) Acta Constitutiva.

El acta de la asamblea constitutiva contendrá lo siguiente: lugar y fecha de constitución; expresión libre y voluntaria de constituir la organización; denominación, domicilio y duración; objeto social; monto del fondo o capital social inicial; nombres, apellidos, nacionalidad, número de cédula de identidad de los fundadores; nómina de la Directiva provisional; y, firma de los integrantes fundadores o sus apoderados.
Organizaciones comunitarias

Para la personalidad jurídica se debe presentar ante la Superintendencia una solicitud, junto con el acta constitutiva, suscrita al menos por diez miembros fundadores y copia de la cédula de identidad del representante provisional y el certificado de depósito del aporte del fondo social inicial por el monto fijado por el Ministerio de Coordinación de Desarrollo Social.

b. Obtención de la Licencia Única Anual de Funcionamiento.

Los establecimientos que soliciten por primera vez la Licencia Anual de Funcionamiento (LUAF), deberán presentar el CERTIFICADO DE REGISTRO que será otorgado por el Ministerio de Turismo a través de la Dirección de Turismo del GAD pertinente, adjuntando los siguientes documentos:

- Solicitud de la licencia.
- Copia certificada de la Escritura de Constitución, aumento de Capital o reforma de Estatutos, tratándose de personería jurídica.
- Nombramiento del Representante Legal, debidamente inscrito en la Oficina del Registro Mercantil.
- Copia del Registro Único de Contribuyentes (R.U.C.).
- Copia de la cédula de identidad y de la última papeleta de votación, a color del representante legal.
- Copia del Contrato de compra venta del establecimiento, en caso de cambio de propietario con la autorización de utilizar nombre comercial (Si lo tuviere).
- Certificado del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI), de no encontrarse registrada la razón social o denominación social o nombre comercial del establecimiento en las ciudades de: Quito: Av. La República 396 y Edificio de Almagro Edif. Forum, Guayaquil: Av. Francisco de Orellana y Justino Cornejo Edif. Gobierno del Litoral y Cuenca: Av. José Peralta y Av. 12 de abril Edif. Acrópolis.
- Fotocopia de escrituras de propiedad, pago predial o contrato de arrendamiento de local, debidamente legalizado.
- Lista de Precios de los servicios ofertados, (original y copia)

c. Base administrativa.

Para el cumplimiento de los objetivos para el diseño del producto turístico en la finca “El Paraíso” son necesarias establecer reglamentos y procedimientos coordinados, con una estructura orgánica consistente, sencilla y dinámica capaz de articularse a los requerimientos que se exigen.

d. Organigrama estructural y funcional.

El organigrama funcional y el organigrama estructural se formaron de acuerdo a áreas específicas que la finca el paraíso necesita para desarrollar las actividades turísticas.

1) Organigrama estructural.

El siguiente diagrama indica el organigrama estructural de la finca “El paraíso” donde están los diferentes cargos que tendrá el personal.

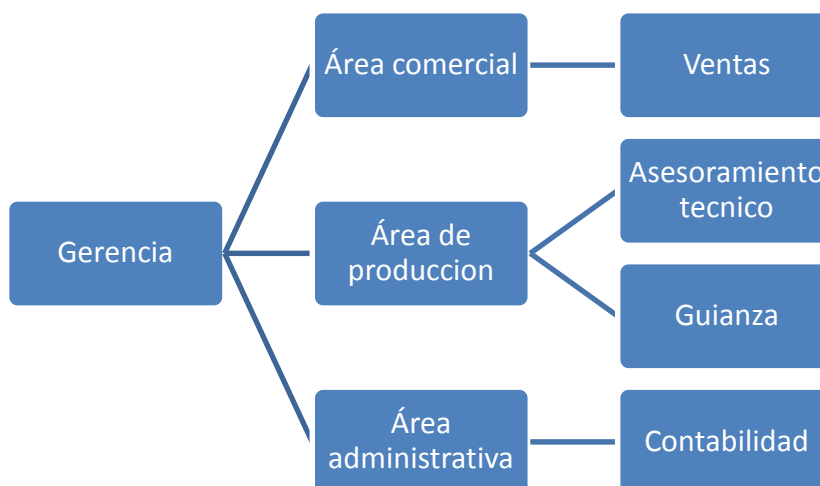


Figura 3 Organigrama estructural

2) Organigrama funcional de la finca “El paraíso”.

El siguiente diagrama indica el organigrama funcional de la finca “El paraíso”

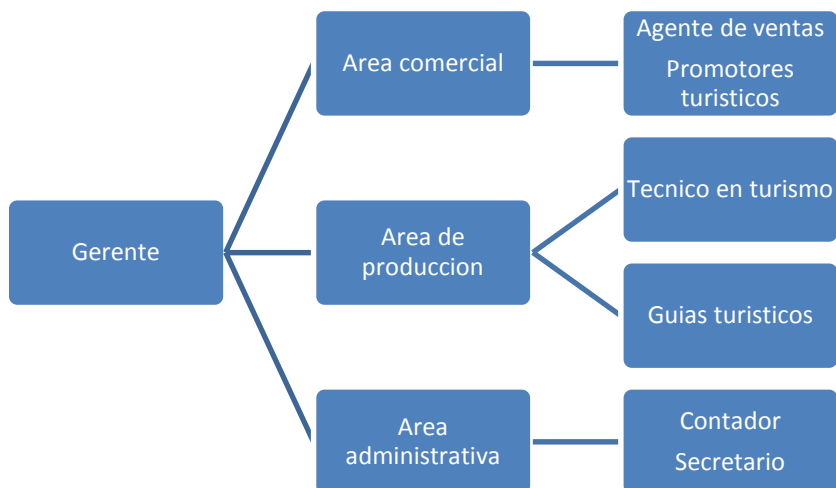


Figura 4 Organigrama funcional

e. **Manual de funciones.**

1) **Manual de funciones del Gerente/Administrador.**

El personal debe cumplir con los requisitos necesarios para ocupar los cargos y ser parte del personal.

Tabla 67 Manual de funciones Gerente/Administrador

Cargo	Gerente / Administrador		
Requisitos	Experiencia laboral	Formación	Otras habilidades
	Dos años de experiencia en un cargo similar.	académica	
	Habilidad para interactuar con otras personas.	Ing. en empresas turísticas	Saber ingles
	Facilidad de expresión	Ing. en ecoturismo	Experiencia en guianza
			Manejo de sistemas tecnológicos
			Licencia tipo B o C
			Buena presencia
Conocimiento	Procesos y procedimientos básicos administrativos, contables, comerciales, financieros y pólizas de seguros utilizadas en el turismo		
	Administración especializada en productos de turismo ecológico y vivencial		
	Técnicas básicas de negociación y administración de contratos		
	Características y conocimiento de productos, de servicios comerciales y de los destinos vendidos		
	Vocabulario técnico especializado en turismo		
	Informática y conocimiento de sistemas informáticos específicos para agencias operadoras		
	Técnicas básicas de definición de calidad, costos, precios de productos, servicios y políticas comerciales		
	Herramientas básicas de control y método de optimización de resultados		
Responsabilidades	Representar a la empresa en eventos de la comunidad		
	Establecer y mantener red de contactos con asociaciones de prestadores de servicios turísticos, instituciones públicas y privadas		
	Trabajar en conjunto con empresas del sector turístico		
	Conducir reuniones y conferencias de la empresa		

2) **Manual de funciones del Agente de ventas/Promotor turístico.****Tabla 68** Cargo de funciones del agente de ventas/Promotor turístico

Cargo	Agente de ventas / Promotor turístico		
Requisitos	Experiencia laboral Un año de experiencia en cargo similar Gran capacidad comunicativa, incluyendo lenguaje claro y actitud profesional al teléfono y en persona. Conocimiento para el uso de medios electrónicos de cobro y facturación	Formación académica Ingeniería Comercial, Ing. Administración de empresas, Gestión empresarial, Marketing o carreras afines.	Otras habilidades Saber inglés Desarrollar capacidades de negociación y venta para reservas Multifuncional, capacidad para trabajar en constante comunicación con el equipo de trabajo Manejo adecuado de sistemas tecnológicos De buena presencia
Conocimiento	<p>Comprensión del proceso de ventas y su dinámica desde el inicio hasta el cierre. Es recomendable que tenga experiencia en ventas.</p> <p>Experiencia en el uso de computadores y de Internet para una variedad de tareas, como la investigación y exploración.</p> <p>Conocimientos informáticos sólidos, incluyendo las aplicaciones de Microsoft Office (Word, PowerPoint, Outlook y Excel).</p> <p>Gestión del territorio de ventas asignado.</p>		
Responsabilidades	<p>Elabora y envía los pedidos, haciendo referencia a las listas de precios y al catálogo de productos.</p> <p>Mantiene un registro de llamadas realizadas a través del sistema computarizado.</p> <p>Entrega estrategias de venta específicas y personalizadas. Cumple con todas las cuotas establecidas de ventas internas y externas.</p> <p>Proporciona registros históricos, al mantener registros sobre su área y las ventas a los clientes.</p> <p>Mantiene informada a la gerencia mediante la presentación de informes de actividad y de resultados, tales como informes de llamadas diarias, planes de trabajo.</p>		

3) **Manual de funciones del técnico en turismo.****Tabla 69** Manual de funciones del técnico en turismo

Cargo	Técnico en turismo		
Requisitos	Experiencia laboral Tres años de experiencia laboral Tener gran tecnicismo en sus palabras	Formación académica Ing. ecoturismo, Ing. turismo sostenible, Hotelería y turismo.	Otras habilidades Saber ingles Desarrollar programas y productos turísticos De buena presencia
Conocimiento	En empresas asociadas a las operaciones de turismo Tener contacto con agencias de viajes, de transporte, hoteles, resorts, casinos y, en general, en cualquier empresa o institución de promoción o comercialización nacional o internacional de servicios de turismo. Conocimientos informáticos sólidos, incluyendo las aplicaciones de Microsoft Office (Word, PowerPoint, Outlook y Excel). Conocer el campo		
Responsabilidades	Organizar y ejecutar la programación y ventas de destinos Desarrollar productos y servicios turísticos nacionales e internacionales Realizar gestión operativa en eventos, diseñar y ejecutar programas de animación turística		

4) **Manual de funciones del Guía turístico.****Tabla 70** Manual de funciones del guía turístico

Cargo	Guía turístico		
Requisitos	Experiencia laboral Cinco años de experiencia en guianza en selva. Conocimiento técnico sobre flora y fauna Gran capacidad comunicativa, incluyendo lenguaje	Formación académica Ing. Ecoturismo o Guía de turismo nacional o alguna de sus clasificaciones	Otras habilidades Saber ingles Asesorar sobre productos y servicios que mejoren la experiencia de viaje Manejo adecuado de grupos

claro y actitud profesional
 Desarrollar capacidades de interpretación de recursos
 De buena presencia

Conocimiento	<p>Conocimientos generales sobre la actividad turística.</p> <p>Conocimientos generales sobre la función del guía de turismo</p> <p>Conocimientos de legislación Turística.</p> <p>Conocimientos del Mercado Turístico.</p> <p>Interés por la historia, la cultura y el conocimiento en general.</p>
---------------------	--

Responsabilidades	<p>El Guía de Turismo está capacitado para informar, motivar, orientar y acercar al pasajero con el recurso natural y cultural, favoreciendo vivencias que promuevan un uso creativo del ocio y del tiempo libre, la conservación y el cuidado ambiental.</p> <p>Utilizar en caso necesario una lengua extranjera, de modo tal que se sientan atendidos en todo momento y se satisfagan sus expectativas de información y de disfrute lúdico.</p> <p>Capacitado para aportar insumos para la organización de un circuito, itinerario y/o visita a lugares del patrimonio turístico, así como reprogramar un servicio ante situaciones emergentes, reconociendo los intereses de los pasajeros</p> <p>Promocionar productos, servicios, recursos naturales, culturales y eventos, que mejoren la experiencia de viaje, reconociendo sus intereses y motivando la permanencia en el destino.</p> <p>Encargado de la guianza turística, operación y seguridad del grupo que realiza la visita.</p>
--------------------------	---

5) **Manual de funciones del Contador/a / Secretario/a.****Tabla 71** Manual de funciones del contador/secretario

Cargo	Contador/a / Secretario/a
Requisitos	<p>Experiencia laboral Formación académica Otras habilidades</p> <p>Dos años de Secretaria, Ing. Saber ingles</p> <p>experiencia en cargo ecoturismo, Manejo adecuado</p> <p>similar contabilidad, de sistemas</p> <p>Conocimiento para el administración de tecnológicos</p> <p>uso de medios físicos empresas. Desarrollar</p> <p>y electrónicos capacidades de</p> <p>Habilidades de negociación</p> <p>organización y Multifuncional</p> <p>cualidades de De buena presencia</p> <p>comunicación</p>
Conocimiento	<p>Conocimientos de legislación Turística.</p> <p>Conocimientos de legislación tributaria</p> <p>Conocimientos informáticos sólidos, incluyendo las aplicaciones de Microsoft Office (Word, PowerPoint, Outlook y Excel).</p> <p>Técnicas básicas de definición de calidad, costos, precios de productos, servicios y políticas comerciales.</p>
Responsabilidades	<p>Documentar: actualización constante de la documentación de la empresa</p> <p>Manejar: La agenda del gerente, documentación y la contabilidad</p> <p>Procesar, codificar y contabilizar los diferentes comprobantes por concepto de activos, pasivos, ingresos y egresos, mediante el registro numérico de la contabilización.</p> <p>Revisar el cálculo de las planillas de retención de impuesto sobre la renta del personal emitidas por los empleados, y realizar los ajustes en caso de no cumplir con las disposiciones</p> <p>Controlar: los registros contables mediante un software que facilitara la revisión y control de datos.</p> <p>Llevar libros contables (diario, mayor e inventarios).</p> <p>Analizar los resultados económicos, detectando áreas críticas y señalando cursos de acción que permitan lograr mejoras. comerciales y de los destinos vendidos</p>

Establecer y mantener red de contactos con asociaciones de prestadores de servicios turísticos, instituciones públicas y privadas.

f. Remuneración económica.

Se identificó y evaluó al personal para las áreas de Gerente / administrados; Agente de ventas / promotor turístico; Técnico en turismo: Guía turístico; Contador/a / secretario/a. y se establecieron las remuneraciones económicas acorde a lo que indica la ley en Ecuador.

Tabla 72 Remuneración económica
REMUNERACIÓN AL PERSONAL

ÁREA	CARGO	CANTIDAD	SUELDO MENSUAL	ANUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Administrativa	Administrador	1	394,00	394,00	4.728,00	4.728,00	4.964,40	4.964,40	5.212,62
Alimentación	Gerente	1	394,00	394,00	4.728,00	4.728,00	4.964,40	4.964,40	5.212,62
Alimentación	Técnico en turismo	1	394,00	394,00	4.728,00	4.728,00	4.964,40	4.964,40	5.212,62
Alojamiento	Contador	1	394,00	394,00	4.728,00	4.728,00	4.964,40	4.964,40	5.212,62
Operacional	Guía	1	394,00	394,00	4.728,00	4.728,00	4.964,40	4.964,40	5.212,62
TOTAL				1970,00	23.640,00	24.822,00	24.822,00	24.822,00	26.063,10

g. Estrategias de mercado.

La estrategia para la finca el paraíso se estableció mediante un plan de comunicación estratégico, donde se informa de manera audiovisual la comercialización directa, comercialización indirecta y el marketing mix establecido mediante estrategias de producto, precio, plaza y promoción.

1) Plan de comunicación.

a) Logotipo.

Diseño del logotipo para la finca “El paraíso”



Figura 5 Logotipo

b) Slogan.

Finca turística El Paraíso “El Paraíso a tu alcance”

c) Descripción del logotipo.

El diseño del logotipo está conformado por el color verde principalmente, lo que indica la gran diversidad que existe en la finca, al fondo está un amanecer que ilumina los cultivos. El nombre de la finca y el logo son parte fundamental que indican el nombre de la institución.

d) Diseño de medios.

Para este paso se tiene previsto realizar publicidad y promoción de la finca “El Paraíso” a través de los siguientes medios:

e) **Radio.**

El anuncio en la radio no deberá de durar más de 40 segundos, ya que es el tiempo requerido para las estaciones de radio, la cual dirá lo siguiente: Ya conoces el paraíso, verde amazonio. Finca “El Paraíso” te invita a disfrutar de sus encantos. Estamos ubicados en la parroquia 16 de agosto, cantón Palora, provincia de Morona Santiago. El Paraíso a tu alcance. (Anexo digital)

f) **Página web.**

Página web para la finca “El paraíso” se realizó con la finalidad de atraer al mercado internacional que se informa a través de plataforma que existen en internet.

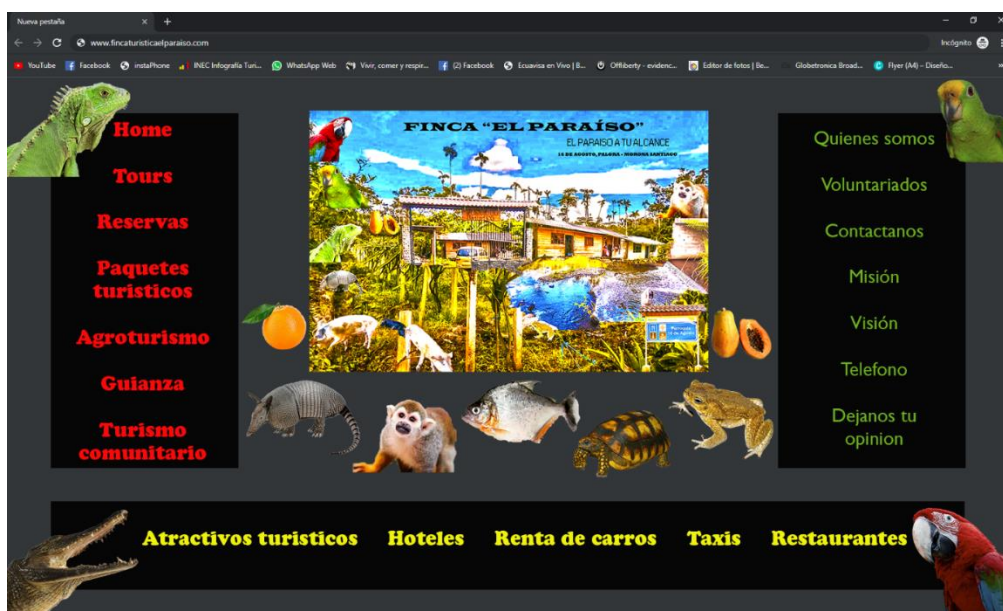


Figura 6 Pagina web

g) Red social.

Diseño de la página y el perfil en Facebook de la finca “El paraíso” permite que se logre promocionar a través de campañas monetizas.

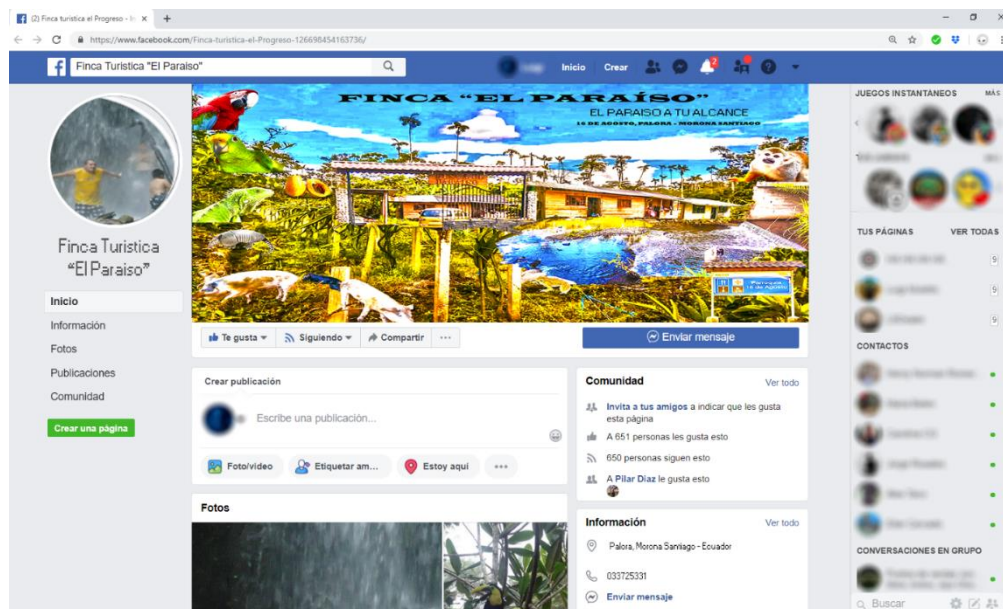


Figura 7 Red social

h) Tarjetas de presentación.

Los diseños de las tarjetas de presentación indica la diversidad de atractivos que existen en la finca “El paraíso”



Figura 8 Tarjetas de presentación

i) Trípticos.

El diseño de los trípticos permite que los turistas nacionales y extranjeros se informen de manera detallada y rápido. Se utilizaron imágenes reales de la finca para su diseño.



Figura 9 Tríptico parte delantera



Figura 10 Tríptico parte trasera

j. Comercialización directa.

Esta estrategia para la comercialización es clave para la venta del producto turístico de la finca “El Paraíso”, esto implica que tiene que existir una planificación previa. La manera más fácil y que es de un costo muy bajo es hacer publicidad en redes sociales, tener una página web actualizada. Otra manera es promocionar el producto en ferias de turismo y tener más alcance a nivel nacional.

k. Comercialización indirecta.

Para esta etapa es necesario hacer alianzas con empresas de turismo que nos ayuden a promocionar el producto de la finca “El Paraíso”. Se pueden hacer varios acuerdos como: pago por promoción, descuentos en paquetes turísticos y regalías. Es necesario encontrar empresas que sean solventes y estén activas en el mercado empresarial y laboral, así de esta manera los turistas se sentirán seguros al momento de realizar su compra.

l. Estrategias de marketing mix.

Con el resultado del estudio del perfil del turista se definieron las estrategias basadas en los componentes del marketing mix con respecto al producto, precio, plaza y promoción.

1) Estrategias de producto.

Tabla 73 Estrategias de producto

Estrategia	Caracterización de la estrategia
Incluir el producto de la finca “El Paraíso” en los planes estratégicos del GAD PARROQUIAL.	Esto permitirá ser reconocido como producto turístico local, lo cual hará que más personas se interesen en visitar la finca “El Paraíso”. El aval de la institución es la mejor carta de presentación que puede tener un producto turístico.
Producto turístico.	Se crearán paquetes turísticos donde se tomen en cuenta las actividades agrícolas, ganaderas y piscícola que tiene la finca “El Paraíso”
Mejoramiento de la planta y facilidades turísticas.	Remodelación y adecuamiento de las cabañas donde se prestan servicios turísticos. Implementación de señalética que permita una mejor comprensión de los turistas hacia la finca “El Paraíso”.

Mantenimiento de los atractivos turísticos con los que cuenta la finca.

Generación de productos con valor agregado.	La finca “El Paraíso” cuenta con sembríos orgánicos los cuales dos se venden a centros de acopio, la leche al centro de acopio “Amigos amazónicos” y las pitahayas que se las vende al centro de acopio “Organic farm”. Con la leche se puede elaborar queso y mantequilla y con la pitahaya se pueden crear mermeladas o disecar y vender como fruto seco.
Implementación de sistemas de calidad.	Para la prestación de servicios turísticos es necesario certificar a la finca “El Paraíso” la cual dará la confianza que busca el turista nacional o extranjero. Aquí se verán las fallas y se mejorara la calidad de los servicios.

2) Estrategias de precio.

Tabla 74 Estrategias de precio

Estrategia	Características de la estrategia
Crear alianzas con otros prestadores de servicios turísticos.	Crear alianzas con hoteles, hosterías, restaurantes, fuentes de sodas y compañías de transporte, así se podrá ofrecer una gran variedad de servicios para todo tipo de clientes. Estas alianzas van de la mano con acuerdos en las que se permitan son descuentos, intercambios y gratuidades.
Alianzas con operadoras y agencias de viaje.	Tener acuerdos con operadoras y agencias de viaje ya sean locales, nacionales y extranjeras. Esta estrategia nos permitirá ser promocionado en muchos lugares donde las ventas de productos turísticos están a disposición de los viajeros. Los acuerdos serian: Descuentos, intercambio y gratuidades.
Venta al por mayor y menor	El precio de los paquetes turísticos dependerá de la cantidad de los grupos. Se establecerá un rango de precios, las cuales compitan en el mercado con otros prestadores de servicios similares a la finca “El Paraíso”
Precios de acuerdo a la temporada	Establecer precios más cómodos en las temporadas bajas.

3) Estrategias de plaza.

Tabla 75 Estrategias de plaza

Estrategias	Características de la estrategia
Establecer convenios con empresas de turismo que ofrezcan productos turísticos similares a los que ofrece la “Finca El Paraíso”	Establecer alianzas con la finca “La esperanza” y el centro comunitario “Twasap” las cuales ofrecen agroturismo, caminatas en la selva, hospedaje y comida. Las estrategia van de la mano con descuentos intercambios y gratuidades.
Establecer convenios con establecimientos turísticos que ofrezcan hospedaje, alimentación y transporte.	Esta alianza se la realizara con las empresas que cuenten con amplitud en su planta turística, entre las cuales tenemos al hotel “el imperio”, “sol de oriente”; a los restaurantes “habichuelas”, “la familia” y “sol de oriente”; y para el transporte a las cooperativas “Amundalo” y “22 de junio”

4) Estrategias de promoción y venta.

Tabla 76 Estrategias de promoción y venta

Estrategias	Características de la estrategia
Manejo de la marca	El logo tipo, los trípticos, tarjetas de presentación y el slogan demuestran las riquezas que tiene la finca “El Paraíso”. Este contiene imágenes reales en todas sus presentaciones para brindar confianza a la demanda.
Promoción en ferias de turismo	Se promocionara a la finca “El Paraíso” en ferias de turismo donde se establecerán dos cosas, primero que la finca se haga conocida ante la futura demanda; y segundo establecer alianzas con otros prestadores de servicio, que nos ayuden a difundir más en el mercado local e internacional.
Difusión y promoción del producto en medios de información.	Con el plan de comunicación ya establecido, se difundirá y promocionará el producto de la finca “El Paraíso” ante páginas web y redes sociales, manteniéndolas actualizadas, con medios audiovisuales que sean llamativos para los turistas y siempre en comunicación con los mismos. También se difundirá ante un spot publicitario de 20 segundos para las radios de estación local.

Establecer puntos en establecimientos que presten servicios turísticos (de preferencia con los establecimientos con los que se establecerán alianzas estratégicas) donde se coloquen trípticos y tarjetas de presentación que estén disponibles para los turistas.

D. DETERMINAR LA VIABILIDAD ECONÓMICA Y FINANCIERA DEL PRODUCTO TURÍSTICO.

Para el estudio económico y financiero se consideró lo siguiente:

a. Económico.

1) Inversión.

Tabla 77 Inversión

INVERSIÓN				
ACTIVOS FIJOS	UNIDAD	CANTIDAD	V. UNITARIO	INVERSIÓN TOTAL
INFRAESTRUCTURA FÍSICA	m2		12.846,63	12.846,63
Cabaña principal	m2	1	11.826,38	11.826,38
Granja	m2	1	5.717,43	-
Cabañas	m2	1	12.846,63	12.846,63
ÁREA DE ALIMENTACIÓN				5.728,64
Mesones de hierro inoxidable	U	1	596,68	596,68
Cocina industrial	U	1	892,45	892,45
Lavabo	U	1	703,30	703,30
Estantería	U	1	452,22	452,22
Asadero	U	1	1.131,99	1.131,99
Tanque de gas	U	2	70,00	140,00
Sartenes	Juego	1	245,00	245,00
Ollas	Juego	1	129,00	129,00
Cristalería	U	20	0,50	10,00
Cubertería	Juego	1	30,00	30,00
Cuchillo, cucharones	Juego	1	55,00	55,00
Platos	Juego	20	45,00	900,00
Mesón de madera	U	1	120,00	120,00
Mesas	U	4	25,00	100,00
Sillas	U	20	10,00	200,00
Mantelería	U	4	2,00	8,00
Porta servilletas	U	5	3,00	15,00
Caja registradora	U	1	158,00	158,00
ÁREA DE ALOJAMIENTO				3.990,00
Cama	U	20	75,00	1.500,00
Velador	U	2	30,00	60,00
Closet	U	2	120,00	240,00
Colchón	U	20	80,00	1.600,00
Sábanas	Juego	20	15,00	300,00
Cobijas	U	20	10,00	200,00
Espejos	U	2	20,00	40,00
Cortinas de baño	U	5	10,00	50,00

ÁREA ADMINISTRATIVA				1.195,74
Impresora	U	1	120,00	120,00
Computadora portátil	U	1	640,74	640,74
Fuente para pc		1	75,00	75,00
Estantes		1	150,00	150,00
Pizarrón	U	1	80,00	80,00
Escritorio		1	150,00	150,00
Sillas	U	4	25,00	100,00
BATERÍA SANITARIAS				660,00
Dispensador de papel higiénico	U	9	25,00	225,00
Dispensador de jabón	U	9	20,00	180,00
Secador de manos	U	4	30,00	120,00
Espejos	U	9	15,00	135,00
TOTAL				24.421,01

2) Inversión requerida.

La siguiente tabla presenta el total de las inversiones que requiere la finca “El paraíso” para su comercialización.

Tabla 78 Inversión requerida.

INVERSIÓN REQUERIDA				
ACTIVOS FIJOS	VALOR HISTÓRICO V. SALVAMENTO	VIDA UTIL(Años)	DEPRECIACIÓN	
Infraestructura física	12.846,63	5.138,65	20	385,40
Área de Alimentación	5.728,64	2.291,46	10	343,72
Área de Alojamiento	3.990,00	1.596,00	10	239,40
Área administrativa	1.195,74	478,30	10	71,74
Área de Capacitación	3500,00	1.400,00	10	210,00
Baterías Sanitarias	660,00	264,00	10	39,60
TOTAL		11.168,40		1.289,86

3) Estado de pérdidas y ganancias.

Tabla 79 Estado de pérdidas y ganancias

Estado de pérdidas y ganancias						
	Años					
	0	1	2	3	4	5
INGRESOS						
Alimentación	7.056,00	7.408,80	7.779,24	8.168,20	8.576,61	
Alojamiento	14.112,00	14.817,60	15.558,48	16.336,40	17.153,22	
Entradas	7.761,60	8.149,68	8.557,16	8.985,02	9.434,27	
TOTAL INGRESOS	28.929,60	30.376,08	31.894,88	33.489,63	35.164,11	
EGRESOS						
GASTOS POR VENTAS	1.630,37	1.662,98	1.696,23	1.730,16	1.764,76	

Área de alimentación	1.630,37	1.662,98	1.696,23	1.730,16	1.764,76
	-	-	-	-	-
GASTOS OPERATIVOS	27.837,45	29.002,24	29.003,24	29.004,25	30.384,76
Remuneración al personal	23.640,00	24.822,00	24.822,00	24.822,00	26.063,10
Aporte al IESS	2.635,86	2.767,65	2.767,65	2.767,65	2.906,04
Servicios básicos	6,12	6,24	6,37	6,49	6,62
Útiles de limpieza	28,75	28,75	28,75	28,75	28,75
Promoción	86,86	87,73	88,61	89,49	90,39
Capacitación al personal	150,00				
Depreciaciones	1.289,86	1.289,86	1.289,86	1.289,86	1.289,86
TOTAL EGRESOS	29.467,82	30.665,21	30.699,47	30.734,41	32.149,52
DEFICIT O SUPERAVIT	(538,22)	(289,13)	1.195,41	2.755,22	3.014,59

4) Flujo de caja.

Tabla 80 Flujo de caja

FLUJO DE CAJA						
RUBRO /AÑO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS NETAS	0,00	28929,60	30376,08	31894,88	33489,63	35164,11
DEPRECIACIONES	0,00	1289,86	1289,86	1289,86	1289,86	1289,86
VALOR DE SALVAMENTO	0,00	11168,40	11168,40	11168,40	11168,40	0,00
COSTO DE VENTAS	0,00	1630,37	1662,98	1696,23	1730,16	11168,40
GASTOS OPERATIVOS	0,00	27837,45	29002,24	29003,24	29004,25	30384,76
UTILIDAD NETA	0,00	11920,04	12169,13	13653,67	15213,48	-5099,19
INVERSIONES DE ACT. FIJO	24421,01					
FLUJO DE CAJA NETO		- 11920,04	12169,13	13653,67	15213,48	-5099,19
		24421,01				

5) Valor actual neto.

Tabla 81 Valor actual neto (VAN)

VALOR ACTUAL NETO						
	Inversión	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujo de caja neto	-24421,01	11920,04	12169,13	13653,67	15213,48	-5099,19
	VAN					
	\$12.686,86					

6) Tasa interna de retorno.

El cálculo del TIR (Anexo digital en Excel) nos muestra el porcentaje de beneficio que tiene la inversión.

Tabla 82 Tasa interna de retorno (TIR)

TASA INTERNA DE RETORNO						
	Inversión	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujo de caja neto	-24421,01	11920,04	12169,13	13653,67	15213,48	-5099,19
TIR						
35%						

Los beneficios del TIR son del 35%

7) **Costos fijos y variables de la finca “El paraíso”.****Tabla 83** Costos fijos y variables de la finca “El paraíso”

	1		2		3		4		5	
	FIJOS	VARIABLES	FIJOS	VARIABLES	FIJOS	VARIABLES	FIJOS	VARIABLES	FIJOS	VARIABLES
Área de alimentación		1.630,37		1.662,98		1.696,23		1.730,16		1.764,76
Remuneración al personal	23.640,00		24.822,00		24.822,00		24.822,00		26.063,10	
Aporte al IESS	2.635,86		2.767,65		2.767,65		2.767,65		2.906,04	
Servicios básicos	6,12		6,24		6,37		6,49		6,62	
Útiles de limpieza	28,75		28,75		28,75		28,75		28,75	
Promoción	86,86		87,73		88,61		89,49		90,39	
Capacitación al personal	150,00		150,00		150,00		150,00		150,00	
TOTAL	26.547,59	1.630,37	27.862,37	1.662,98	27.863,38	1.696,23	27.864,39	1.730,16	29.244,90	1.764,76

8) Punto de equilibrio.

Tabla 84 Punto de equilibrio

AÑOS	FIJOS	VARIABLES	INGRESOS
1	26.547,59	1.630,37	28.929,60
2	27.862,37	1.662,98	30.376,08
3	27.863,38	1.696,23	31.894,88
4	27.864,39	1.730,16	33.489,63
5	29.244,90	1.764,76	35.164,11
TOTAL	139.382,63	8.484,50	159.854,30

$$PE = \frac{139.382,63}{0,95} = 147.195,23$$

0,95

VIII. CONCLUSIONES.

- 1.** El sistema de producción pecuaria, agrícola y acuícola cumple un papel muy importante en las actividades diarias de la finca, los paquetes turísticos están diseñados para actividades de agroturismo.
- 2.** El sistema de producción agrícola ocupa el 25% (una cuarta parte de la finca) para sembrar. La plantación de la pitahaya es muy importante para la zona ya que genera buena actividad económica para la parroquia y el cantón. Esta fruta es muy cotizada en Estados Unidos y Europa por su característico sabor y dulzura.
- 3.** Los turistas nacionales prefieren viajar y realizar actividades turísticas de un solo día; por lo general suelen viajar sin necesidad de agencias u operadoras, los encuestados se informan de sus lugares de destino a través de internet.
- 4.** La oferta turística al no satisfacer al número de plazas que tiene el cantón Palora y la parroquia 16 de agosto, se ven la necesidad de mejorar en conjunto con todas las empresas de turismo que operan en la zona.
- 5.** El análisis del VAN nos indica el valor actual determinado por el flujo de caja, la inversión inicial y los ingresos durante los cinco próximos años, utilizando la fórmula del incremento compuesto.
- 6.** El TIR al ser del 35% nos indica que el proyecto es viable y es recomendable invertir para poder vender servicios a los turistas nacionales y extranjeros.

IX. RECOMENDACIONES

- 1.** Coordinar con el MAGAP y el MINTUR estrategias que refuercen tanto a dueños y empleados tales como talleres y asistencia técnica, lo que generara un mejor desempeño en las labores y actividades.
- 2.** Invertir en facilidades turísticas como señalética dentro de la finca para que facilite la interpretación de los turistas nacionales y extranjeros, con el fin de brindar un mejor servicio a todos los visitantes.
- 3.** Seguir aprovechando de manera sustentable las tierras de la finca “El paraíso” para que todo siga siendo orgánico, y sin el uso de agroquímicos que afecten la salud humana.
- 4.** Invertir en estrategias de mercado como promocionar los atractivos turísticos a través de ferias de turismo e internet. De esta manera acercamos a las personas y se les muestra de manera audiovisual lo que ofrece la finca, generando un impacto positivo en los turistas nacionales y extranjeros.
- 5.** Crear estrategias y alianzas con otras empresas de turismo, y de esta manera expandir los servicios a otras personas que no conocían acerca de la finca “El paraíso”.
- 6.** Expandir la planta turística, mejorando sus instalaciones para recibir a un número más alto de turistas y cubrir con un porcentaje mayor a la demanda insatisfecha.

X. RESUMEN

La presente investigación propone: diseñar un producto turístico para la finca “El Paraíso”, parroquia 16 de agosto, cantón Palora, Provincia de Morona Santiago; cuenta con cuatro etapas, el diagnóstico situacional, diseño técnico del producto, estudio legal y administrativo y determinar la viabilidad económica y financiera. Se determinó que en la finca “El paraíso” existen siete atractivos turísticos, de los cuales dos atractivos (28,57%) atractivos naturales y cinco (71,43%) son atractivos culturales. Para las encuestas se utilizó la demanda total (15.195) y con la fórmula de Canavos 1988 se obtuvo el total de encuestas (375) 165 (44%) fueron para turistas nacionales y 210 para turistas extranjeros (56%). Los turistas nacionales que fueron encuestados en su mayoría son del cantón Macas y Palora, en cambio la mayoría de los turistas extranjeros encuestados son venezolanos y colombianos que están de visita por nuestro país. El 100% de los encuestados desean visitar la finca “El paraíso”, en donde va a poder realizar caminatas, acampar, nadar en el dique, degustar platos típicos o realizar actividades agrícolas y ganaderas. La pitahaya es el producto estrella no solo de la finca, sino de la zona, ya que este producto es comercializado en Estados Unidos y Europa. El producto turístico se comercializará mediante ferias de turismo e internet, utilizando plataformas de redes sociales para su distribución audiovisual. La inversión es de \$24.421,0, con un VAN de \$12.686,86 y un TIR del 35% lo cual hace que el proyecto sea viable y apto para vender servicios turísticos.

Palabras clave: PRODUCTO TURÍSTICO – AGROTURISMO - ATRACTIVOS NATURALES - ATRACTIVOS CULTURALES.

Por. Luis Alberto Llumiquinga Romero



Revisado
27 Sep 2019
[Handwritten Signature]

XI. SUMARRY

This research proposes to design a tourist product for the farm "El Paraiso," 16 de Agosto parish in Palora Canton, Province of Morona Santiago. It has four stages, the situational diagnosis, technical design of the product, legal and administrative study, and determine the economic and financial viability. It was determined that in the "El Paraiso" farm, there are seven tourist attractions, two of which (28.57%) are natural, and five (71.43%) are cultural. The total demand was used for the surveys (15,195), and with the 1988 Canavos formula, the full surveys were obtained (375), 165 (44%) were for national tourists, and 210 for foreign tourists (56%). The domestic tourists who were mostly surveyed are from Canton Macas and Palora, but the majority of foreign tourists surveyed are Venezuelans and Colombians who are visiting our country. Hundred per cent of the respondents wish to visit the farm, where they will be able to take walks, camping, swimming in the dike, taste typical dishes, or carry out agricultural and livestock activities. The pitahaya is the main product not only of the farm but of the area since this product is marketed in the United States and Europe. The tourist product will be commercialized through tourism and internet fairs, using social media platforms for audiovisual distribution. The investment is \$ 24,421.0, with an NPV of \$ 12,686.86 and an IRR of 35%, which makes the project viable and suitable for selling tourist services.

Keywords: TOURIST PRODUCT- AGROTURISM- NATURAL ATTRACTIONS- CULTURAL ATTRACTIONS.

By Luis Alberto Llumiquinga Romero.



XII. BIBLIOGRAFÍA

- Aguirre, R. (28 de Abril de 2019). Papaya. Recuperado el 12 de marzo de 2019, de: http://www.conabio.gob.mx/conocimiento/info_especies/arboles/doctos/23-caric1m.pdf
- Amilcar, C. (01 de Abril de 2019). Uso medicinal tradicional del *Ocimum campechianum*. Recuperado el 01 de Julio de 2019, de: https://www.cicy.mx/Documentos/CICY/Desde_Herbario/2015/2015-02-26-Can.pdf
- Andes (12 de abril 2016). Beneficios del arazá en nuestra salud. Recuperado el 16 de mayo del 2019 de: <http://savia-natura.blogspot.com/2014/06/beneficios-de-la-araza-en-el-cuidado-de.html>
- Blanco , M., & Riveros , H. (15 de Junio de 2015). El turismo como diversificación de la actividad agropecuaria y agroindustrial. Recuperado el 15 de julio de 2019 de http://www.pa.gob.mx/publica/rev_49/An%C3%A1lisis/el_agroturismo_como_-_Marvin_Blanco_M..pdf
- Bainet comunicación. (2018). Propiedades del limón. Recuperado el 20 de mayo 2019 de: <https://www.hogarmania.com/salud/bienestar/dieta-sana/201308/limon-rico-vitamina-efecto-antioxidante-21107.html>
- Bonner S. (23 de Junio de 2016). Características de la chirimoya. Recuperado el 20 de febrero de 2019 de: http://www.ipcinfo.org/fileadmin/user_upload/inpho/InfoSheet_pdfs/CHIRIMOYA.pdf
- Buestan, C. (2015). Diseño de una ruta de agroturismo en las zonas de intervención del MAGAP, cantones de Alausí y Cumandá de la provincia de Chimborazo. (Tesis de grado. Ingeniero en Ecoturismo). Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. Riobamba. Recuperado el 20 de mayo de 2019, de Biblioteca virtual: <http://dspace.esPOCH.edu.ec/handle/123456789/4701>
- Canales, R. (2015). Criterios para la toma de decisión de inversiones . Revista electrónica de Investigación en Ciencias Económicas , 43(32);102-117.
- Canavos, G. C. (1998). Fórmula del incremento compuesto. Recuperado el 05 de mayo de 2019, de Probabilidad y estadística: <https://es.slideshare.net/Agenteeee/probabilidad-y-estadística-george-canavos>
- Casas, M. (2013). El proceso de jerarquización de proyectos de investigación centrados en el turismo. Scielo, 12(21), 15-26.
- Centro Europeo de Post Grado. (2014). Que es un producto turístico. Recuperado el 22 de marzo de 2019 de: <https://www.ceupe.com/blog/que-es-un-producto-turistico.html>
- Chacon, A. G., Torrez, S., & Saborio, F. (22 de Agosto de 2018). Agronomía. Recuperado el 29 de abril de 2019 de: http://www.mag.go.cr/rev_agr/v29n03_047.pdf
- Chaparro, E. (21 de enero de 2009). El agroturismo. Recuperado el 15 de junio de 2019 de: <http://seduca.uaemex.mx/material/LIA/AEPyMES/Cnt21.php>
- Charles Darwin Foundation. (25 de Julio de 2016). Características de la *Mansoa standleyi*. Recuperado el 22 de febrero de 2019 de: <https://www.darwinfoundation.org/es/datazone/checklist?species=1706>

- Cortés, A. (Septiembre de 2012). Punto de equilibrio. Recuperado el 15 de abril 2019 de <http://roa.uveg.edu.mx/repositorio/licenciatura/90/Lectura2Puntodeequilibrio.pdf>
- Dellapiani, J. (12 de Mayo de 2014). Manual para la planificación de productos turísticos . Recuperado el 26 de febrero 2019 de: <https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/consultorias/directoriosManuales/Manual-Planificacion-ProductosTuristicos-2014.pdf>
- Cortez S. (21 de Julio de 2014). El aguacate como alimento. Recuperado el 14 de mayo 2019 de: <https://www.elhorizonte.mx/seccion/aguacate-el-alimento-ideal/811653>
- Elsevier E. (28 de Junio de 2019). Características de la uña de gato. Recuperado el 30 de junio de 2019 de: <https://www.elsevier.es/es-revista-offarm-4-articulo-una-gato-13095508>
- Eira, B. (04 de Abril de 2019). Mamíferos del Ecuador. Recuperado el 20 de junio de 2019 de: <https://www.mamiferosdeecuador.com/diversidad-menu/diversidad/item/11-mustelidae/23-eira-barbara-linnaeus,-1758.html>
- Fernández, E., Fuentes, R., & Gonzáles, Y. (12 de enero de 2018). Procedimiento para el diseño de productos turísticos basado en el patrimonio de un municipio . Recuperado el 15 de julio de 2019 de: <http://scielo.sld.cu/pdf/rdir/v12n1/rdir01118.pdf>
- Flassler, D. (2013). Diseño de productos turísticos para obtener el título de ingeniera en ecoturismo. Recuperado el 05 de Diciembre de 2018, de <http://dspace.espoch.edu.ec/bitstream/123456789/2970/1/23T0375.pdf>
- Freire, T. (2010). Actividad turística en Ecuador. Universidad de Cuenca. Recuperado el 28 de junio de 2019 de: <http://dspace.ucuenca.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/1667/1/tur28.pdf>
- Erazo, W. (2011). Características de la hoja de la guayusa. Recuperado el 25 de marzo de 2019 de: <http://infusionistas.com/guayusa-hojas-de-la-amazonia-ancestral/>
- Fundo Palmeiras. (05 de Enero de 2014). Cultivo de truchas. Recuperado el 25 de junio 2019 de: <http://www.fundopalmeiras.com/boquichico.php>
- García, N. (14 de Junio de 2015). Producto turístico. Recuperado el 20 de julio de 2019 de: <http://m.edurepositorio.espa.ec>
- Gavalon, P. (17 de Septiembre de 2017). Características del gavalon plumizo. Recuperado el 15 de mayo de 2019 de: <http://www.damisela.com/zoo/ave/otros/falcon/accipitridae/accipitrinae/leucopternis/sc-histacea/taxa.htm>
- Gobierno Autonomo Descentralizado del Cantón Palora. (26 de Diciembre de 2014). Evaluación, actualización y conocimiento. Recuperado el 01 de Julio de 2019 de: http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdiagnostico/1460000530001_Volumen%20I%20Diagnostico%20Palora_15-01-2015_22-32-12.pdf
- Gobierno Autonomo Descentralizado de la Parroquia 16 de agosto (2015). Tipos de suelo. Recuperado el 01 de julio de 2019 de: [file:///C:/Users/USUARIO/Documents/ANTEPROYECTOS/LUIS%20LLUMIQUINGA/1.-PDyOT-GADPR-16-DE-AGOSTO-DCTO.-UNICO%20\(1\)%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/USUARIO/Documents/ANTEPROYECTOS/LUIS%20LLUMIQUINGA/1.-PDyOT-GADPR-16-DE-AGOSTO-DCTO.-UNICO%20(1)%20(1).pdf)
- Gobierno Autonomo Descentralizado de la Parroquia 16 de Agosto (15 de Octubre de 2015).. Clima de la parroquia 16 de Agosto. Recuperado el 01 de julio de 2019 de:

file:///C:/Users/USUARIO/Documents/ANTEPROYECTOS/LUIS%20LLUMIQUING A/1.-PDyOT-GADPR-16-DE-AGOSTO-DCTO.-UNICO%20(1)%20(1).pdf

- Groterria J. (11 de Noviembre de 2017). Características de la ardilla cola roja. Recuperado el 15 de junio de 2019 de: <http://www.ecoregistros.org/ficha/Sciurus-granatensis>
- Guzmán, A. (12 de Junio de 2014). Aprovechamiento turístico de la recreación y el deporte . Recuperado el 16 de julio de 2019 de: <http://siscred.scrd.gov.co/biblioteca/bitstream/123456789/257/1/APROVECHAMIENTO%20TURISTICO%20DE%20LA%20RECREACION%20Y%20EL%20DEPORTE%20UNA%20REALIDAD%20PARA%20BOGOTA.pdf>
- Huerta, M. (12 de Mayo de 2017). Diseño de un producto turístico para aprovechar las potencialidades turísticas. Recuperado el 20 de mayo de 2019 de: <http://repositorio.espam.edu.ec>
- Instituto Nacional de Meteorología e Hidrología. (21 de Junio de 2018). Boletines climáticos y agrícolas. Recuperado el 30 de junio de 2019 de: www.serviciometeorologico.gob.ec
- Instituto Humboldt. (25 de agosto de 2017). Características del Pez Pimelodella sp. Recuperado el 22 de mayo de 2019 de: Instituto Humboldt: <http://repository.humboldt.org.co/handle/20.500.11761/2966>
- Kato, H. (25 de Junio de 2019). Características de la menta. Recuperado el 22 de mayo de 2019 de: https://www.researchgate.net/publication/257416088_Mentha_sylvestris_A_Potential_Allelopathic_Medicinal_Plant
- Kuvi, A., Guerrero, M., & Guijaro, C. (28 de Abril de 2019). Mamíferos de la amazonía ecuatoriana. Recuperado el 13 de febrero de 2019 de: <http://www.redalyc.org/pdf/813/81343176010.pdf>
- Lopez, J. (08 de Abril de 2019). Características de la granadilla Recuperado el 21 de marzo de 2019 de: <https://agronomoglobal.blogspot.com/2012/01/granadilla-passifloraligularis.html>
- Luis, D. D. (30 de Marzo de 2019). Características del jengibre. Recuperado el 15 de febrero de 2019 de: <http://www.ienva.org/jengibre-un-tuberculo-muy-especial.pdf>
- Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca. (2016). Ganadería en la provincia de Morona Santiago. Recuperado el 22 de marzo de 2019 de: <http://www.competencias.gob.ec/wp-content/uploads/2017/06/01PPP2016-POLITICA02.pdf>
- Naturvegan. (27 de Octubre de 2017). Propiedades medicinales de la verbena. Recuperado el 24 de mayo de 2019 de: <https://www.ecoagricultor.com/propiedades-medicinales-de-la-verbena/>
- Mikery , J., & Pérez , A. (28 de Noviembre de 2014). Métodos para el análisis del potencial turístico del territorio rural. Recuperado el 14 de marzo de 2019 de: <http://www.redalyc.org/html/2631/263137781016/>
- Ministerio de Turismo . (2018). Ecuador experimenta, en el primer trimestre de 2018. Recuperado el 15 de mayo de 2019 de: <https://www.turismo.gob.ec/ecuador-experimenta-en-el-primer-trimestre-de-2018-un-crecimiento-del-casi-47-en-arribos-de-extranjeros/>

- Ministerio de Turismo. (27 de diciembre de 2002). Ley de Turismo. Recuperado el 24 de marzo de 2019 de: <https://www.hotelesecuador.com.ec/downloads/Ley%20de%20Turismo.pdf>
- Ministerio de Turismo. (2015). Catastro turístico. Recuperado el 15 de mayo de 2019 de: <http://catalogo.datosabiertos.gob.ec/dataset/catastro-turistico#>
- Ministerio de Turismo (21 de marzo de 2019). Servicios turísticos. Recuperado el 16 de mayo de 2019 de: <https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/turismo-cifras>
- Morrejón, L. (22 de Agosto de 2017). Diseño de un producto turístico de la Parroquia Lago San Pedro . Recuperado el 15 de marzo de 2019 de: <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/7678/1/63T0020.pdf>
- Morris, R. (09 de Junio de 2019). Características de la *Quararibea cordata*. Recuperado el 13 de mayo de 2019 de: <http://tropical.theferns.info/viewtropical.php?id=Quararibea+cordata>
- Núñez, F. (16 de Febrero de 2011). Estudio de factibilidad para la creación de un producto de turismo en la finca los Faiques. Recuperado el 25 de febrero de 2019 de: <https://es.scribd.com>
- Organización de Estados Iberoamericanos. (2006). Qué es el turismo. Recuperado el 20 de mayo de 2019 de: <https://www.oei.es/historico/cultura/turismodmoragues.htm>
- Organización Mundial de Turismo . (17 de Junio de 2017). Panorama del turismo internacional. Recuperado el 20 de mayo de 2019 de: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419043>
- Padilla, L. (2018). Diseño de un circuito de agroturismo para la parroquia 16 de Agosto cantón Palora provincia Morona Santiago. (Tesis de grado. Ingeniero en Ecoturismo). Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. Riobamba. Recuperado el 13 de febrero de 2019 de: <http://dspace.esPOCH.edu.ec/handle/123456789/10321>
- Perea, J. (17 de Mayo de 2017). Beneficios del *Piper sp.* Recuperado el 05 de junio de 2019 de: <https://www.biodiversidadvirtual.org/herbarium/Piper-sp.-img69419.html>
- Perez, M. (17 de Junio de 2019). Botánica y jardines. Recuperado el 13 de febrero de 2019 de: <http://www.botanicayjardines.com/drimys-winteri/>
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (22 de Septiembre de 2017). Qué es el buen vivir. Recuperado el 13 de febrero de 2019 de: https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL_0K.compressed1.pdf
- Pontificia Universidad Católica del Ecuador. (26 de Julio de 2016). Características de la *Dacryodes peruviana*. Recuperado el 15 de mayo de 2019 de: <https://bioweb.bio/floraweb/arbolesyasuni/FichaEspecie/Dacryodes%20peruviana>
- Ramírez, C. (2016). Qué son los costos fijos y los costos variables. Recuperado 13 de mayo de 2019 de: http://cmap.upb.edu.co/rid=1236386222735_2108514068_2146/Tema1.CostosFijosyVariablesTeor%C3%ADayProblemas.pdf
- Ramos, R. (2010). Qué es la demanda insatisfecha. Recuperado el 15 de mayo de 2019 de: <https://www.monografias.com/trabajos52/demanda-chuchuhuasi/demanda-chuchuhuasi.shtml>
- Ricaurte, C. (12 de Marzo de 2009). Manual para el desarrollo turístico local . Recuperado el 13 de febrero de 2019 de:

<https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/8300/4/Manual%20de%20diagn%C3%B3stico%20tur%C3%ADstico%20local.pdf>

Risco, E., Igleias, J., & Cañigüeral, S. (19 de Mayo de 2019). Características de la sangre de drago. Recuperado el 19 de mayo de 2019 de: <https://www.fitoterapia.net/archivos/200812/roda-sangre-de-drago.pdf?1>

Superintendencia de Economía Popular y Solidaria. (10 de mayo de 2011). Características socio económicas del canton Palora. Recuperado el 15 de mayo de 2019 de: <https://www.seps.gob.ec/interna-npe?760>

Universidad de Malaga. (01 de Julio de 2019). Características botánicas de la amazonía. Recuperado el 13 de mayo de 2019 de: <http://www.jardinbotanico.uma.es/bbdd/index.php/bu-17-07/>

XIII. ANEXOS

Anexo 1: Fichas para el levantamiento y jerarquización de atractivos turísticos.

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



Estimado/a

La presente encuesta contribuirá con el desarrollo del turismo en la finca “El Paraíso” y en la parroquia 16 de agosto en el cantón Palora, Provincia de Morona Santiago.

Por favor conteste con absoluta sinceridad.

- 1. Género de los turistas nacionales encuestados**
 - a. Masculino () b. Femenino ()

- 2. ¿Rango de edad de los turistas nacionales encuestados?**
 - a. 15 – 25 años () b. 26 – 35 años () c. 36 – 45 años ()
 - d. 46 – 55 años () e. Mayor a 56 años ()

- 3. Lugar de procedencia de los turistas nacionales encuestados: _____.**

- 4. ¿Conocen o han escuchado sobre la finca “El paraíso”?**
 - Si () No ()

- 5. ¿Turistas nacionales que les interesaría visitar la finca el Paraíso?**
 - Si () No ()

- 6. ¿Qué servicios le gustaría utilizara a los turistas nacionales en la finca el Paraíso?**
 - a. Alimentación () b. Hospedaje () c. Guianza () d. Otros ()

- 7. ¿Qué actividades les gustaría realizar a los turistas nacionales en la finca el Paraíso?**
 - a. Recorridos en granja () b. Turismo vivencial ()
 - c. Caminatas por selva () d. Ciclismo ()
 - e. Observación de aves () f. agroturismo ()

- 8. ¿Qué tipo de alimentación le gustaría degustar a los turistas nacionales en la finca el Paraíso?**
 - a. Típica de la zona () b. Vegetariana ()
 - c. Nacional () d. Internacional ()

- 9. ¿En qué temporada del año suele viajar los turistas nacionales encuestados?**
 - a. Enero - Marzo () b. Abril - Junio ()
 - c. Julio - Septiembre () d. Octubre - Diciembre ()

- 10. ¿Cuál es el promedio de estadía de los turistas nacionales encuestados?**
 - a. 1 día () b. 2 – 3 días () c. 4 – 5 días () d. más de 6 días ()

- 11. ¿Con quién suelen viajar los turistas nacionales encuestados?**
 a. Solo () b. Familia () c. En pareja () d. Amigos ()
 e. Tour contratado () f. Guía privado ()
- 12. ¿Cuál es el gasto por persona de los turistas nacionales encuestados?**
 a. 20 – 40 USD () b. 41 – 70 USD c. Más de 71 USD ()
- 13. ¿Cuál es la forma que utilizan para viajar los turistas nacionales?**
 a. Por agencia () b Sin agencia ()
- 14. ¿Cuál es el medio informativo de los turistas nacionales encuestados?**
 a. Radio () b. Tv () c. Prensa () d. Internet ()
 e. Amigos () f. Otros ()

GRACIAS POR SU COLOABORACION
ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO



Estimado/a

La presente encuesta contribuirá con el desarrollo del turismo en la finca “El Paraíso” y en la parroquia 16 de agosto en el cantón Palora, Provincia de Morona Santiago.

- 1. Género de los turistas extranjeros encuestados**
 a. Masculino () b. Femenino ()
- 2. ¿Rango de edad de los turistas extranjeros encuestados?**
 a. 15 – 25 años () b. 26 – 35 años () c. 36 – 45 años ()
 d. 46 – 55 años () e. Mayor a 56 años ()
- 3. Lugar de procedencia de los turistas extranjeros encuestados: _____.**
- 4. ¿Conoce o ha escuchado acerca de la finca “El Paraíso”?**
 Si () No ()
- 5. ¿Turistas extranjeros que les gustaría visitar la finca el Paraíso?**
 Si () No ()
- 6. ¿Qué servicios le gustaría utilizara los turistas extranjeros en la finca el Paraíso?**
 a. Alimentación () b. Hospedaje () c. Guianza () d. Otros ()
- 7. ¿Qué actividades les gustaría realizar a los turistas extranjeros en la finca el Paraíso?**
 a. Recorridos en granja () b. Turismo vivencial ()
 d. Caminatas por selva () d. Ciclismo ()

- 6) Observación de aves () f agroturismo ()
8. ¿Qué tipo de alimentación le gustaría degustar a los turistas extranjeros en la finca el Paraíso?
 a. Típica de la zona () b. Vegetariana ()
 c. Nacional () d. Internacional ()
9. ¿En qué temporada del año suele viajar los turistas extranjeros encuestados?
 a. Enero - Marzo () b. Abril - Junio ()
 c. Julio - Septiembre () d. Octubre - Diciembre ()
10. ¿Cuál es el promedio de estadía de los turistas extranjeros encuestados?
 a. 1 día () b. 2 – 3 días () c. 4 – 5 días () d. más de 6 días ()
11. ¿Con quién suelen viajar los turistas extranjeros encuestados?
 a. Solo () b. Familia () c. En pareja () d. Amigos ()
 e. Tour contratado () f. Guía privado ()
12. ¿Cuál es el gasto por persona de los turistas extranjeros encuestados?
 a. 20 – 40 USD () b. 41 – 70 USD c. Más de 71 USD ()
13. ¿Cuál es la que utiliza para viajar los turistas extranjeros?
 a. Por agencia () b Sin agencia ()
14. ¿Cuál es el medio informativo de los turistas extranjeros encuestados?
 a. Radio () b. Tv () c. Prensa () d. Internet ()
 e. Amigos () f. Otros ()

THANK YOU SO MUCH

Anexo 2: Parámetros para la clasificación de los establecimientos turísticos.

Según el reglamento general de aplicación de la ley de turismo, modificado en el año 2008, se clasifica a la tipología turística de la siguiente forma:

ALOJAMIENTO	ESTABLECIMIENTOS DE COMIDAS Y BEBIDAS
-------------	---------------------------------------

<ul style="list-style-type: none"> ✓ Hoteles (H) ✓ Hoteles residencia (HR) ✓ Hoteles apartamento (HA) ✓ Hostal (HS) ✓ Hostales residencia (HSR) ✓ Hosterías (HT) ✓ Pensiones (P) 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Restaurantes ➤ Cafeterías ➤ Bares ➤ Fuentes de Soda ➤ Drive in
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Hostería (HT) ✓ Motel (M) ✓ Refugio (RF) 	ESPACIOS DE DIVERSIÓN, RECREACIÓN, ESPARCIMIENTO O DE REUNIONES
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Cabaña (C) ✓ Complejo Vacacional (CV) ✓ Apartamento (AP) 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Termas y balnearios ✓ Discotecas y salas de baile ✓ Peñas ✓ Centros de recreación turística

- a) Hotel.- es todo establecimiento que mediante un precio presta al público en general servicios de alojamiento, comidas y bebidas y cumple con los siguientes requisitos:
- Ocupa la totalidad de un edificio o parte del mismo siempre que se encuentre completamente independiente.
 - Dispone de un mínimo de 30 habitaciones
- b) Hostal. - Es todo establecimiento hotelero que, mediante un precio, presta al público en general servicios de alojamiento y alimentación y cuya capacidad no sea mayor a veintinueve ni inferior a doce habitaciones.
- c) Hostería. - Es todo aquel establecimiento turístico que se encuentra situado fuera de los núcleos urbanos, preferentemente en las proximidades de las carreteras, dotado de jardines, zonas de recreación y deportes, ofreciendo también alimentación y hospedaje, con una capacidad no menor a seis habitaciones.

Categorización de los establecimientos de comidas y bebidas.

RESTAURANTES
PRIMERA CATEGORÍA
<p>Entradas independientes para los clientes y empleados. Guardarropa, teléfono, comedor con adecuada amplitud que permita un servicio adecuado. Calefacción, refrigeración, muebles, cuadros, alfombras, lámparas, servicios sanitarios independientes para damas y caballeros y personal de servicio. Deben tener aguas fría y caliente, además de estar dotados de todos los utensilios de aseo necesarios.</p> <p>La cocina debe tener cámara frigorífica, extractor de aceites y olores, horno, despensa, bodega,</p>
<p>fregaderos de buena calidad. Todos los platos deben tener su cubre fuentes.</p> <p>La carta debe contener platos internacionales y típicos. El personal uniformado en congruencia con la temática del lugar. El jefe de comedor debe conocer dos idiomas.</p>
SEGUNDA CATEGORÍA
<p>Entradas independientes para el personal de cocina y los clientes, o en su defecto, el personal de servicio no usa la entrada al momento de abrir el negocio. Debe tener guardarropa, teléfono, comer con superficie adecuada para su capacidad, calefacción, muebles, cubertería, vajillas, cristalería y mantelería de calidad. Servicios sanitarios independientes para caballeros y damas con agua caliente y fría en los lavabos, y otro independiente para el personal de servicio.</p> <p>Cocina con cámara frigorífica, almacén, bodega, fregaderos y betería de buena calidad, extractor de olores y carta de acuerdo a su categoría. Personal de servicio uniformado y cuando menos el jefe de comedor debe conocer otro idioma.</p>
TERCERA CATEGORÍA

Comedor con superficie adecuada para su capacidad. Teléfono, muebles apropiados, cubertería inoxidable, vajilla de loza o vidrio irrompible, cristalería sencilla y en buen estado, servilletas de tela o papel, servicios sanitarios para damas y caballeros, lavabos.

Cocina con agua corriente, frigorífico o refrigeradora, despensa, extractor si la ventilación no es hacia el exterior.

El personal debe usar por lo menos una chaqueta blanca. Carta sencilla, aunque con varios platos.

CUARTA CATEGORÍA

Comedor independiente de la cocina, cubertería de acero inoxidable, vajilla de loza o vidrio en buen estado, servilletas de tela o papel, servicios sanitarios limpios al igual que el personal. Carta sencilla con varios platos.

FUENTES DE SODA

PRIMERA CATEGORÍA

Entrada independiente a la del personal de servicio, refrigeración para refrescos, gaseosas, helados, golosinas, etc. Baño con agua caliente y fría en los lavabos. Personal debidamente uniformado.

SEGUNDA CATEGORÍA

Una sola entrada para los clientes, personal de servicio y mercancías, servicios higiénicos para damas y caballeros. Mobiliario adecuado según la capacidad, servicio y categoría del establecimiento. Debe constar además vajilla, cristalería, cubertería, mantelería y servilletas acorde a la categoría del establecimiento.

TERCERA CATEGORÍA

Una sola entrada para los clientes, personal de servicio y mercancías, servicios higiénicos comunes para la clientela y el personal de servicio, los mismo que tienen contacto directo con el cliente. El lugar debe ser limpio y aseado.
BARES
PRIMERA CATEGORÍA
Entrada independiente a la del personal de servicio, calefacción y refrigeración, servicios sanitarios independientes para damas y caballeros, aguas fría y caliente en los lavabos, decoración y mobiliario, cubertería, vajilla y cristalería de gran calidad. Cinco variedades de cada grupo de vinos, licores, wiskis y coñacs, barra y mostrador adecuado a su categoría y capacidad del establecimiento.
SEGUNDA CATEGORÍA
Entrada independiente a la del personal de servicio, calefacción, refrigeración, servicios sanitarios para damas y caballeros, agua caliente y fría en los lavabos, decoración y mobiliario adecuados. Contar con cuatro variedades de vinos, wiskis y coñacs, barra o mostrador.
TERCERA CATEGORÍA
Servicios sanitarios independientes, limpios y en buen estado, cristalería en buen estado, congeladores, barra o mostrador adecuado a la capacidad de establecimiento. Tres variedades de cada grupo de vinos, wiskis y coñacs.

1. Clasificación de las hosterías.

PRIMERA CATEGORÍA (tres estrellas)

<ul style="list-style-type: none"> - Recepción las 24 horas del día, atendido por personal bilingüe. - Mozo de equipaje o mensajero que dependerá de recepción. - Central telefónica para llamadas locales e interprovinciales y para comunicación entre habitaciones, que será atendido por el personal de recepción. - Botiquín de primeros auxilios.
SEGUNDA CATEGORÍA (dos estrellas)
<p>Recepción las 24 horas del día atendido por personal calificado. Mozo de equipaje o mensajero que dependerá de recepción. Central de teléfonos para llamadas nacionales e interprovinciales. Botiquín de primeros auxilios.</p>
TERCERA CATEGORÍA (una estrellas)
<p>Recepción las 24 horas del día atendido por personal calificado. Mozo de equipaje o mensajero que dependerá de recepción.</p>
<p>Teléfono público en la recepción. Botiquín de primeros auxilios.</p>

4. Clasificación de los centros vacacionales

<p>Deberá presentar como mínimo los siguientes servicios:</p> <p>Recepción</p> <p>Mantenimiento y limpieza diaria</p> <p>Servicio de comedor y servicio telefónico</p> <p>Lavandería y planchado</p> <p>Asistencia médica</p> <p>Venta de suvenires y artículos de uso frecuente como periódicos, revistas, etc.</p> <p>Vigilancia durante el día y la noche en todo el recinto del establecimiento</p>
DE CARÁCTER DEPORTIVO

- Se facilitará a los clientes los artículos necesarios para la práctica de deportes, previos al abono del precio que corresponda.
- En las playas o piscinas existirá el servicio de salvamento.
- Las comidas se servirán en un rango de dos horas para que los comensales puedan servírselas. Se establecerán dos turnos en los complejos vacaciones de dos y una estrella.
- Cualquiera sea su categoría se podrá utilizar el sistema de autoservicio en el comedor.
- Vista médica diaria y cuando los clientes los soliciten.
- Servicio de vigilancia especialmente durante las noches.