

REPUBLICA DEL ECUADOR



UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA

ESCUELA DE INGENIERÍA EN TURISMO

TESIS DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERA EN TURISMO

TEMA:

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL TURISMO
VIVENCIAL EN LA COMUNIDAD “LA MARISCAL” Y LA COLONIA “PALMA
ROJA” DEL CANTÓN SANTA CLARA DE LA PROVINCIA DE PASTAZA”

AUTORA:

YADIRA ALEXANDRA SUAREZ BARBERAN

DIRECTORA DE TESIS:

Lcda. LORENA PAREDES ANDRADE

PUYO- PASTAZA- ECUADOR

2013

MIEMBROS DEL TRIBUNAL

Dr. Ramiro Torres
PRESIDENTE

Dra. Iris Martín PhD
MIEMBRO

M.Sc. Eduardo Ruiz
MIEMBRO

APROBACIÓN DE LA DIRECTORA

En mi calidad de directora del informe de investigación sobre el tema: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL TURISMO VIVENCIAL EN LA COMUNIDAD “LA MARISCAL” Y LA COLONIA “PALMA ROJA” DEL CANTÓN SANTA CLARA DE LA PROVINCIA DE PASTAZA” del Autor: Yadira Alexandra Suárez Barberan, egresada de la Escuela de Turismo realizada la previa revisión considero que cumple con los requisitos y méritos suficientes para ser sometida a la evaluación del jurado examinador designado por la Junta Universitaria.

Puyo, abril del 2013

DIRECTORA

Lic. Yolanda Lorena Paredes Andrade

AUTORIA DEL TRABAJO DE GRADO

Yo, Yadira Alexandra Suárez Barberán, declaro que la presente tesis: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL TURISMO VIVENCIAL EN LA COMUNIDAD “LA MARISCAL” Y LA COLONIA “PALMA ROJA” DEL CANTÓN SANTA CLARA DE LA PROVINCIA DE PASTAZA”, los criterios, contenidos, cuadros, anexos, diseño y la propuesta son de exclusiva responsabilidad y resultado del trabajo de mi autoría, y no contiene material previamente publicado o escrito por otra persona, excepto donde se ha hecho reconocimiento debido en el texto y en la bibliografía.

EL TRIBUNAL DE DEFENSA DE TESIS CERTIFICA QUE:

El presente trabajo de título ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL TURISMO VIVENCIAL EN LA COMUNIDAD “LA MARISCAL” Y LA COLONIA “PALMA ROJA” DEL CANTÓN SANTA CLARA DE LA PROVINCIA DE PASTAZA” Bajo la responsabilidad de la señorita egresada de nombres y apellidos, Yadira Alexandra Suárez Barberan ha sido cuidadosamente, revisada autorizando su presentación.

MIEMBROS DEL TRIBUNAL DE TESIS

Dr. Ramiro Torres
PRESIDENTE

Dra. Iris Martín PhD
MIEMBRO

M.Sc. Eduardo Ruiz
MIEMBRO

AGRADECIMIENTO

A mis padres y familia por el amor y la confianza que me han brindado, por el apoyo que he encontrado en ellos siempre que lo he necesitado.

A mis profesores y amigos de la Universidad Estatal Amazónica.

A las familias de la comunidad “La Mariscal”.

A las familias de la comunidad “Palma Roja”.

A las funcionarias del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial “San José”.

A la Dirección Técnica del Ministerio de Turismo de la Provincia de Pastaza.

A la Lic. Lorena Paredes por apoyarme en la dirección de mi tesis de grado.

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mis padres por su apoyo incondicional en mi carrera universitaria, por su amor y su entrega en todos los momentos de mi vida.

A la Universidad Estatal Amazónica por la oportunidad de recibirme en su seno del saber para aprender y formarme como una gran profesional y ser un elemento contribuyente para el país.

A mis profesores porque me condujeron por el camino de la excelencia, que compartieron enseñanzas, valores y experiencias para mi desenvolvimiento en mi vida profesional.

En fin, a todos y todas que estuvieron a mi lado compartiendo mi vida profesional y me apoyaron en el logro de mi tesis de grado.

ÍNDICE GENERAL

ÍNDICE DE TABLAS	ix
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xii
ÍNDICE DE IMÁGENES	xiv
ÍNDICE DE ANEXOS	xv
MARCO REFERENCIAL	1
Introducción	1
CAPÍTULO I	3
1.2 Objetivos:	3
1.2.1 Objetivo General:	3
1.2.2 Objetivos Específicos:	3
1.3 HIPÓTESIS	4
1.3.1 Hipótesis General	4
1.3.2 Hipótesis Específicas	4
CAPÍTULO II	5
2. REVISIÓN DE LITERARIA	5
2.1 Turismo:	5
2.2 Estudio de factibilidad	5
2.2.1 Definición de Estudio de Factibilidad	6
2.2.2 Objetivos de un Estudio de Factibilidad:	7
2.2.3 Definición de objetivos	8
2.2.4 Recursos de los Estudios de Factibilidad	8
2.3 Estudio de mercado	9
2.3.1 Segmentación del mercado	11
2.3.2 Tendencias de mercado	11
2.4 Oferta	12
2.5 Demanda	13
2.5.1 Comportamiento histórico	14
2.5.2 Demanda actual	15

2.5.3	Proyección de la demanda	16
2.6	Producto	17
2.7	Producto turístico	20
2.8	Diagnóstico.....	21
2.9	Viabilidad.....	22
2.10	Turismo vivencial.....	23
2.10.1	Otro punto de vista en turismo vivencial	23
2.10.2	Potencial cultural del turismo vivencial:	24
2.11	Turismo comunitario	25
2.11.1	Análisis sobre la diferenciación entre turismo comunitario y turismo vivencial	26
2.12	Turista	26
2.13	Recursos Turísticos:.....	26
2.14	Atractivos Turísticos	28
2.15	Diagnóstico de potencial turístico	29
2.16	Análisis FODA	29
2.17	Trabajo de campo	29
CAPÍTULO III	30
3. MATERIALES Y MÉTODOS.....		30
3.1	Localización y duración de la Investigación:.....	30
3.1.1	Duración de la investigación:.....	31
3.2	Condiciones Meteorológicas:	31
3.2.1	Clima:.....	31
3.2.2.	Precipitación:	31
3.2.3	Nubosidad:.....	32
3.2.4	Hidrografía:	32
3.3	Materiales y Equipos:	32
3.3.1	Materiales:	32
3.3.1.1	Recursos turísticos:.....	32
3.3.1.2	Materiales de oficina:	32

3.3.1.3 Equipos:	33
3.4 Factores de Estudio:	33
3.5 Manejo de la investigación.....	34
3.5.1 Recopilación de datos:.....	35
3.5.2 Selección de la muestra.....	35
3.5.3 Tabulación de datos:.....	38
3.5.4 Análisis e interpretación de los resultados:.....	38
3.6 Verificación de las hipótesis:	38
3.6.1 Planteamiento de la Hipótesis:	38
3.6.2 Comprobación de la Hipótesis:	39
CAPÍTULO IV.....	42
4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN:	42
4.1 Objetivo N° 1 Identificar la factibilidad operativa para la implementación del turismo vivencial en la comunidad “La Mariscal” y la colonia “Palma Roja” del cantón Santa Clara.	42
4.1.1. Entorno territorial y turístico de la comunidad “La Mariscal” y la colonia “Palma Roja”	42
Atractivos turísticos de la parroquia San José	43
4.1.2 Recursos existentes en la comunidad “La Mariscal” y la colonia “Palma Roja”.....	66
4.1.1.3 Análisis general de los resultados de las encuestas realizadas a los/las representantes de las familias de la colonia “Palma Roja”... ..	92
4.1.1.4 Análisis general de los resultados de las encuestas realizadas en la colonia “Palma Roja”.	112
4.1.2 Conclusiones de la Factibilidad Operativa, en cumplimiento del Objetivo 1.....	113
4.2 Objetivo N°2: Estudiar factibilidad técnica para la implementación del turismo vivencial.....	114
4.2.1 Investigación de Mercado (Sondeo Rápido de Mercado)	114
4.2.1.1 Resultados de las encuestas a turistas nacionales y extranjeros:	115

4.2.1.2 Análisis general de los resultados de las encuestas realizadas:	127
4.2.2 Identificación del grado de articulación del producto turístico existente con el Centro Ecológico Zanja Arajuno “CEZA”	128
4.2.3 Propuesta de implementación del turismo vivencial en la comunidad “La Mariscal” y la colonia “Palma Roja”	131
4.2.3.1 Instalaciones para la acogida de los visitantes en la comunidad “La Mariscal” y la colonia “Palma Roja”	133
4.2.3.2 Requerimientos de estándares de calidad en la adaptación de las habitaciones para los visitantes:	135
4.2.2.3 Propuesta de paquetes turísticos:	140
4.2.4 Conclusiones de la factibilidad técnica en cumplimiento del objetivos 2:.....	144
4.3 Objetivo N° 3: Identificar la factibilidad económica y evaluación financiera para la implementación del turismo vivencial.....	145
4.3.1 Presupuesto de Ingresos	145
4.3.2 Presupuesto de Egresos.....	149
4.3.3 Determinación del Capital de trabajo e investigación diferida.....	152
4.3.4 Inversiones	153
4.3.4.1 Depreciaciones.....	153
4.3.4.2 Amortizaciones.....	154
4.3.4.3 Financiamiento	154
4.3.4.4 Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento.....	155
4.3.5 Balance de Situación Inicial	155
4.3.6 Estado de Pérdidas y Ganancias	157
4.3.7 Flujo de Caja Proyectada	157
4.3.8 Evaluación Financiera.....	158
4.3.8.1 El Valor Actual Neto	159
4.3.8.2 Tasa Interna de Retorno	159
4.3.8.3 Período de recuperación	160
4.3.8.4 Beneficio - Costo	161

4.3.9 Conclusiones de la factibilidad económica y evaluación financiera	162
CAPÍTULO V.....	163
5. CONCLUSIONES	163
6. RECOMENDACIONES.....	164
7. RESUMEN.....	165
8. SUMMARY	166
9. BIBLIOGRAFÍA.....	167
10. ANEXOS.....	169

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA N° 1 VISITANTES NACIONALES Y EXTRANJEROS A LA PROVINCIA DE PASTAZA	14
TABLA N° 2 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA	16
TABLA N° 3 LOCALIZACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	30
TABLA N° 4 FACTORES DE ESTUDIO DE LA INVESTIGACIÓN	33
TABLA N° 5 PROCESO DE VERIFICACIÓN DE LA HIPÓTESIS.....	39
TABLA N° 6 CÁLCULO DE LA FRECUENCIA ESPERADA	39
TABLA N° 7 RESUMEN DEL PROCESO DE VERIFICACIÓN DE	40
TABLA N° 8 NIVEL DE SIGNIFICANCIA	40
TABLA N° 9 ANÁLISIS FODA	67
TABLA N° 10 GÉNERO DE LA POBLACIÓN ENCUESTADA.....	70
TABLA N° 11 EDAD DE LA POBLACIÓN ENCUESTADA	71
TABLA N° 12 ESTADO CIVIL DE LA POBLACIÓN ENCUESTADA	72
TABLA N° 13 NIVEL DE EDUCACIÓN DE LA POBLACIÓN ENCUESTADA	73
TABLA N° 14 CUARTOS EXISTENTES EN LA VIVIENDA DE LA POBLACIÓN ENCUESTADA.....	74
TABLA N° 15 TIPO DE MATERIAL DE LA VIVIENDA DE LA POBLACIÓN ENCUESTADA	75
TABLA N° 16 TIPO DE PISO DE LA VIVIENDA DE LA POBLACIÓN ENCUESTADA	76
TABLA N° 17 TIPO TECHO DE LA VIVIENDA DE LA POBLACIÓN ENCUESTADA.....	77
TABLA N° 18 TIPO SERVICIO SANITARIO DE LA VIVIENDA DE LA POBLACIÓN ENCUESTADA.....	78
TABLA N° 19 ACTIVIDADES PRODUCTIVAS DE LA POBLACIÓN ENCUESTADA	79
TABLA N° 20 OTRAS ACTIVIDADES PRODUCTIVAS DE LA POBLACIÓN ENCUESTADA.....	80
TABLA N° 21 CAPACITACIÓN EL AÑO ANTERIOR EN LA POBLACIÓN ENCUESTADA.....	81
TABLA N° 22 QUIENES RESPONDIERON “SÍ” EN LA POBLACIÓN ENCUESTADA	82
TABLA N° 23 CALIFICACIÓN DE LA PARTICIPACIÓN DENTRO DE LA COMUNIDAD DE LA POBLACIÓN ENCUESTADA	83
TABLA N° 24 LA POBLACIÓN ENCUESTADA CREE QUE EL TURISMO VA A MEJORAR SUS INGRESOS ECONÓMICOS.....	84
TABLA N° 25 LA POBLACIÓN ENCUESTADA CREE QUE SU COMUNIDAD TIENE POTENCIAL TURÍSTICO	85
TABLA N° 26 LA POBLACIÓN ENCUESTADA LE GUSTARÍA RECIBIR CAPACITACIÓN EN TEMAS TURÍSTICOS	86
TABLA N° 27¿CUÁLES SON LOS TEMAS DE CAPACITACIÓN DE MAYOR INTERÉS?	87
TABLA N° 28 LE GUSTARÍA TRABAJAR ORGANIZADAMENTE CON SU COMUNIDAD EN RECIBIR TURISTAS	88
TABLA N° 29 PAPEL QUE LE GUSTARÍA TRABAJAR DENTRO DE LA COMUNIDAD A LA POBLACIÓN ENCUESTADA	89
TABLA N° 30 QUIENES DEBERÍAN PARTICIPAR EN EL DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA.....	90
TABLA N° 31 GÉNERO DE LA POBLACIÓN ENCUESTADA.....	92
TABLA N° 32 EDAD DE LA POBLACIÓN ENCUESTADA	93
TABLA N° 33 ESTADO CIVIL DE LA POBLACIÓN ENCUESTADA	94
TABLA N° 34 NIVEL DE EDUCACIÓN DE LA POBLACIÓN ENCUESTADA.....	95
TABLA N° 35 CUARTOS EXISTENTES EN LA VIVIENDA DE LA POBLACIÓN ENCUESTADA	96
TABLA N° 36 TIPO DE MATERIAL DE LA VIVIENDA DE LA POBLACIÓN ENCUESTADA	97
TABLA N° 37 TIPO PISO DE LA VIVIENDA DE LA POBLACIÓN ENCUESTADA	98
TABLA N° 38 TIPO TECHO DE LA VIVIENDA DE LA POBLACIÓN ENCUESTADA.....	99
TABLA N° 39 TIPO SERVICIO SANITARIO DE LA VIVIENDA DE LA POBLACIÓN ENCUESTADA.....	100
TABLA N° 40 ACTIVIDADES PRODUCTIVAS DE LA POBLACIÓN ENCUESTADA	101
TABLA N° 41 OTRAS ACTIVIDADES PRODUCTIVAS DE LA POBLACIÓN ENCUESTADA.....	102

TABLA N° 42 CAPACITACIÓN EL AÑO ANTERIOR EN LA POBLACIÓN ENCUESTADA.....	103
TABLA N° 43 CALIFICACIÓN DE LA PARTICIPACIÓN DENTRO DE LA COMUNIDAD LA POBLACIÓN ENCUESTADA	104
TABLA N° 44 LA POBLACIÓN ENCUESTADA CREE QUE EL TURISMO VA A MEJORAR SUS INGRESOS ECONÓMICOS.....	105
TABLA N° 45 LA POBLACIÓN ENCUESTADA CREE QUE SU COMUNIDAD TIENE POTENCIAL TURÍSTICO	106
TABLA N° 46 LA POBLACIÓN ENCUESTADA LE GUSTARÍA RECIBIR CAPACITACIÓN EN TEMAS TURÍSTICOS.....	107
TABLA N° 47¿CUÁLES SON LOS TEMAS DE CAPACITACIÓN DE MAYOR INTERÉS?	108
TABLA N° 48 LE GUSTARÍA TRABAJAR ORGANIZADAMENTE CON SU COMUNIDAD EN RECIBIR TURISTAS.	109
TABLA N° 49 PAPEL QUE LE GUSTARÍA TRABAJAR DENTRO DE LA COMUNIDAD A LA POBLACIÓN ENCUESTADA	110
TABLA N° 50 QUIENES DEBERÍAN PARTICIPAR EN EL DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA.....	111
TABLA N° 51 LUGARES PROCEDENCIA.	115
TABLA N° 52 GÉNERO DE LA POBLACIÓN ENCUESTADA.....	116
TABLA N° 53 EDAD DE LA POBLACIÓN ENCUESTADA.....	117
TABLA N° 54 CON QUIEN VIAJA LA POBLACIÓN ENCUESTADA.....	118
TABLA N° 55 MODALIDAD DE VIAJE DE LA POBLACIÓN ENCUESTADA.	119
TABLA N° 56 MOTIVACIÓN DEL VIAJE DE LA POBLACIÓN ENCUESTADA.....	120
TABLA N° 57 TIEMPO DE PERMANENCIA EN LA PROVINCIA DE PASTAZA DE LA POBLACIÓN ENCUESTADA.....	121
TABLA N° 58 LA POBLACIÓN ENCUESTADA CONOCE LO QUE ES TRISMO VIVENCIAL.	122
TABLA N° 59 A LA POBLACIÓN ENCUESTADA, LE GUSTARÍA VISITAR ALGUNA COMUNIDAD	123
TABLA N° 60 ACTIVIDADES QUE LE GUSTARÍA REALIZAR A LA POBLACIÓN ENCUESTADA	124
TABLA N° 61 EXIGENCIAS EN EL SERVICIO TURÍSTICO SEGÚN LA POBLACIÓN ENCUESTADA	125
TABLA N° 62 ELEMENTOS IMPORTANTES EN TURISMO VIVENCIAL SEGÚN LA POBLACIÓN ENCUESTADA	126
TABLA N° 63 PAQUETE TURÍSTICO “VIVE ZANCARAJUNO”	140
TABLA N° 64 PAQUETE TURÍSTICO “AVENTURA EN PALMA ROJA”	141
TABLA N° 65 PAQUETE TURÍSTICO “LA MARISCAL-ENCUENTRO CULTURAL”	142
TABLA N° 66 CAPACIDAD INSTALADA.....	145
TABLA N° 67 INGRESOS POR HOSPEDAJE	146
TABLA N° 68 INGRESO POR ALIMENTACIÓN.....	147
TABLA N° 69 INGRESOS POR RECREACIÓN	147
TABLA N° 70 TOTAL INGRESOS.....	147
TABLA N° 71 PROYECCIÓN INGRESOS TOTALES.....	148
TABLA N° 72 GASTOS POR ALOJAMIENTO	149
TABLA N° 73 MENAJE DE RESTAURANTE	149
TABLA N° 74 IMPLEMENTOS DEPORTIVOS.....	150
TABLA N° 75 DECORACIÓN Y OTROS	150
TABLA N° 76 GASTOS DE PUBLICIDAD	150
TABLA N° 77 GASTOS GENERALES	151
TABLA N° 78 GASTOS SUMINISTROS DE OFICINA.....	151
TABLA N° 79GASTOS SUMINISTROS DE LIMPIEZA.....	151
TABLA N° 80 RESUMEN DE COSTOS Y GASTOS DE OPERACIÓN	152
TABLA N° 81 CAPITAL DE TRABAJO.....	152
TABLA N° 82 INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS.....	153
TABLA N° 83 INVERSIÓN INICIAL	153
TABLA N° 84 DEPRECIACIONES.....	153
TABLA N° 85 AMORTIZACIONES.....	154

TABLA N° 86 TASA MÍNIMA DE ACEPTACIÓN DE RENDIMIENTO	155
TABLA N° 87 BALANCE GENERAL PROYECTADO	156
TABLA N° 88 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO.....	157
TABLA N° 89 FLUJO DE CAJA PROYECTADO.....	158
TABLA N° 90 VALOR ACTUAL NETO Y TASA INTERNA DE RETORNO DEL PROYECTO	160
TABLA N° 91 PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN	160

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO N° 1 PROYECCIÓN DE DEMANDA DE TURISTAS	17
GRÁFICO N° 2 REGLA DE DECISIÓN	40
GRÁFICO N° 3 GÉNERO DE LA POBLACIÓN ENCUESTADA.	70
GRÁFICO N° 4 EDAD DE LA POBLACIÓN ENCUESTADA.	71
GRÁFICO N° 5 ESTADO CIVIL DE LA POBLACIÓN ENCUESTADA.	72
GRÁFICO N° 6 NIVEL DE EDUCACIÓN DE LA POBLACIÓN ENCUESTADA	73
GRÁFICO N° 7 CUARTOS EXISTENTES EN LA VIVIENDA DE LA POBLACIÓN ENCUESTADA.....	74
GRÁFICO N° 8 TIPO DE MATERIAL DE LA VIVIENDA DE LA POBLACIÓN ENCUESTADA.....	75
GRÁFICO N° 9 TIPO DE PISO DE LA VIVIENDA DE LA POBLACIÓN ENCUESTADA	76
GRÁFICO N° 10 TIPO TECHO DE LA VIVIENDA DE LA POBLACIÓN ENCUESTADA	77
GRÁFICO N° 11 TIPO SERVICIO SANITARIO DE LA VIVIENDA DE LA POBLACIÓN ENCUESTADA	78
GRÁFICO N° 12 ACTIVIDADES PRODUCTIVAS DE LA POBLACIÓN ENCUESTADA.....	79
GRÁFICO N° 13 OTRAS ACTIVIDADES PRODUCTIVAS DE LA POBLACIÓN ENCUESTADA	80
GRÁFICO N° 14 CAPACITACIÓN EL AÑO ANTERIOR EN LA POBLACIÓN ENCUESTADA	81
GRÁFICO N° 15 QUIENES RESPONDIERON “SÍ” EN LA POBLACIÓN ENCUESTADA.....	82
GRÁFICO N° 16 CALIFICACIÓN DE LA PARTICIPACIÓN DENTRO DE LA COMUNIDAD DE LA POBLACIÓN ENCUESTADA	83
GRÁFICO N° 17 LA POBLACIÓN ENCUESTADA CREE QUE EL TURISMO VA A MEJORAR SUS INGRESOS ECONÓMICOS.....	84
GRÁFICO N° 18 LA POBLACIÓN ENCUESTADA CREE QUE SU COMUNIDAD TIENE POTENCIAL TURÍSTICO.	85
GRÁFICO N° 19 LA POBLACIÓN ENCUESTADA LE GUSTARÍA RECIBIR CAPACITACIÓN EN TEMAS TURÍSTICOS	86
GRÁFICO N° 20 TEMAS DE CAPACITACIÓN QUE LE GUSTARÍA A LA POBLACIÓN ENCUESTADA	87
GRÁFICO N° 21 LE GUSTARÍA TRABAJAR ORGANIZADAMENTE CON SU COMUNIDAD EN RECIBIR TURISTAS.	88
GRÁFICO N° 22 PAPEL QUE LE GUSTARÍA TRABAJAR DENTRO DE LA COMUNIDAD A LA POBLACIÓN ENCUESTADA	89
GRÁFICO N° 23 QUIENES DEBERÍAN PARTICIPAR EN EL DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA.....	90
GRÁFICO N° 24 GÉNERO DE LA POBLACIÓN ENCUESTADA.	92
GRÁFICO N° 25 EDAD DE LA POBLACIÓN ENCUESTADA.	93
GRÁFICO N° 26 ESTADO CIVIL DE LA POBLACIÓN ENCUESTADA.....	94
GRÁFICO N° 27 NIVEL DE EDUCACIÓN DE LA POBLACIÓN ENCUESTADA	95
GRÁFICO N° 28 EXISTENTES EN LA VIVIENDA DE LA POBLACIÓN ENCUESTADA	96
GRÁFICO N° 29 TIPO DE MATERIAL DE LA VIVIENDA DE LA POBLACIÓN ENCUESTADA.....	97
GRÁFICO N° 30 TIPO PISO DE LA VIVIENDA DE LA POBLACIÓN ENCUESTADA	98
GRÁFICO N° 31 TIPO TECHO DE LA VIVIENDA DE LA POBLACIÓN ENCUESTADA	99
GRÁFICO N° 32 TIPO SERVICIO SANITARIO DE LA VIVIENDA DE LA POBLACIÓN ENCUESTADA	100
GRÁFICO N° 33 ACTIVIDADES PRODUCTIVAS DE LA POBLACIÓN ENCUESTADA.....	101
GRÁFICO N° 34 OTRAS ACTIVIDADES PRODUCTIVAS DE LA POBLACIÓN ENCUESTADA	102
GRÁFICO N° 35 CAPACITACIÓN EN EL AÑO ANTERIOR EN LA POBLACIÓN ENCUESTADA	103
GRÁFICO N° 36 CALIFICACIÓN DE LA PARTICIPACIÓN DENTRO DE LA COMUNIDAD	104
GRÁFICO N° 37 LA POBLACIÓN ENCUESTADA CREE QUE EL TURISMO VA A MEJORAR SUS INGRESOS ECONÓMICOS	105
GRÁFICO N° 38 LA POBLACIÓN ENCUESTADA CREE QUE SU COMUNIDAD TIENE POTENCIAL TURÍSTICO.	106
GRÁFICO N° 39 LA POBLACIÓN ENCUESTADA LE GUSTARÍA RECIBIR CAPACITACIÓN EN TEMAS TURÍSTICOS	107
GRÁFICO N° 40 TEMAS DE CAPACITACIÓN QUE LE GUSTARÍA A LA POBLACIÓN	108

GRÁFICO N° 41 LE GUSTARÍA TRABAJAR ORGANIZADAMENTE CON SU COMUNIDAD EN RECIBIR TURISTAS.	109
GRÁFICO N° 42 PAPEL QUE LE GUSTARÍA TRABAJAR DENTRO DE LA COMUNIDAD A LA POBLACIÓN ENCUESTADA	110
GRÁFICO N° 43 QUIENES DEBERÍAN PARTICIPAR EN EL DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA.....	111
GRÁFICO N° 44 PROCEDENCIA DE LA POBLACIÓN ENCUESTADA	115
GRÁFICO N° 45 GÉNERO DE LA POBLACIÓN ENCUESTADA	116
GRÁFICO N° 46 EDAD DE LA POBLACIÓN ENCUESTADA	117
GRÁFICO N° 47 CON QUIEN VIAJA LA POBLACIÓN ENCUESTADA.....	118
GRÁFICO N° 48 MODALIDAD DE VIAJE DE LA POBLACIÓN ENCUESTADA.....	119
GRÁFICO N° 49 MOTIVACIÓN DEL VIAJE DE LA POBLACIÓN ENCUESTADA.	120
GRÁFICO N° 50 MOTIVACIÓN DEL VIAJE DE LA POBLACIÓN ENCUESTADA.	121
GRÁFICO N° 51 LA POBLACIÓN ENCUESTADA CONOCE LO QUE ES TRISMO VIVENCIAL.	122
GRÁFICO N° 52 A LA POBLACIÓN ENCUESTADA, LE GUSTARÍA VISITAR ALGUNA COMUNIDAD:	123
GRÁFICO N° 53 ACTIVIDADES QUE LE GUSTARÍA REALIZAR A LA POBLACIÓN ENCUESTADA	124
GRÁFICO N° 54 EXIGENCIAS EN EL SERVICIO TURÍSTICO SEGÚN LA POBLACIÓN ENCUESTADA	125
GRÁFICO N° 55 ELEMENTOS IMPORTANTES EN TURISMO VIVENCIAL SEGÚN LA POBLACIÓN ENCUESTADA	127

ÍNDICE DE IMÁGENES

IMAGEN N° 1 CASCADA LLANDIA	43
IMAGEN N° 2 BOSQUE PRIMARIO DE LLANDIA.....	45
IMAGEN N° 3 RÍO LLANDIA.....	46
IMAGEN N° 4 CASCADA CÓNDROR PACHA	47
IMAGEN N° 5 CASCADA UNDIOS.....	48
IMAGEN N° 6 CASCADA JATUNPACCHA.....	49
IMAGEN N° 7 RÍO ARAJUNO	51
IMAGEN N° 8 BOSQUE PRIMARIO	52
IMAGEN N° 9 CASCADA HUAYRA YACU	53
IMAGEN N° 10 CASCADA CALUM CALUM	54
IMAGEN N° 11 BOSQUE PRIMARIO CAJABAMBA	56
IMAGEN N° 12 LEPIDÓPTERO.....	56
IMAGEN N° 13 CASCADA LLANDIA CHICO.....	57
IMAGEN N° 14 CASCADA SACHA YACU	59
IMAGEN N° 15 CASCADA RUNA YACU	60
IMAGEN N° 16 CASCADA SANCARAJUNO.....	61
IMAGEN N° 17 BOSQUE PRIMARIO CAJABAMBA.....	63
IMAGEN N° 18 RÍO SANCARAJUNO	64
IMAGEN N° 19 MONO MACHÍN	65
IMAGEN N° 20 OPCIÓN 1: HABITACIÓN SIMPLE (1 PAX).....	133
IMAGEN N° 21 OPCIÓN 2: HABITACIÓN MATRIMONIA (2 PAX)	134
IMAGEN N° 22 OPCIÓN 3: HABITACIÓN DOBLE (2 PAX).....	134
IMAGEN N° 23 VISTA AÉREA DE LA CABAÑA PARA LA COLONIA “PALMA ROJA”	136
IMAGEN N° 24 VISTA FRONTAL DE LA CABAÑA PARA LA COLONIA “PALMA ROJA”	136
IMAGEN N° 25 VISTA FRONTAL DE LA CABAÑA PARA LA COLONIA “PALMA ROJA”	137
IMAGEN N° 26 PLANTA BAJA DE LA CABAÑA PARA LA COLONIA “PALMA ROJA”	138
IMAGEN N° 27 PLANTA ALTA DE LA CABAÑA PARA LA COLONIA “PALMA ROJA”	139

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO Nº 1 REGISTRO DE TURISTAS QUE HAN INGRESADO DURANTE LOS FERIADOS DEL AÑO 2012.....	169
ANEXO Nº 2 ENCUESTA JEFE DE FAMILIA DE LA COMUNIDAD “LA MARISCAL” Y LA COLONIA “PALMA ROJA’	170
ANEXO Nº 3 ENCUESTA (MERCADO POTENCIAL-TURISTAS)	174
ANEXO Nº 4 ENCUESTA REALIZADA AL “CENTRO ECOLÓGICO ZANJA ARAJUNO” (CEZA)	177
ANEXO Nº 5 MATRIZ FODA (FORTALEZAS, OPORTUNIDADES, DEBILIDADES Y AMENAZAS):	179
ANEXO Nº 6 REGLAMENTO PARA CENTROS DE TURISMO COMUNITARIO	181

MARCO REFERENCIAL

Introducción

El desarrollo turístico del Ecuador se encuentra en su mejor momento de la historia. Es importante resaltar que cada vez el ingreso de turistas al Ecuador se incrementa. En el año 2011 han ingresado al Ecuador 1'140.798, mientras que en el período 2012 (enero-octubre) han ingresado 1'049.493 turistas, (Ministerio de Turismo, 2012), y se debe esperar la información de los meses noviembre y diciembre que siguen siendo los meses de temporada alta.

El incremento no es solo por visitar los destinos tradicionales, sino que llegan motivados por otras iniciativas turísticas, tales como turismo comunitario, ecoturismo, turismo de aventura, agroturismo y entre otras modalidades y actividades que día a día los empresarios y organizaciones ofrecen al turista nacional y extranjero.

La provincia de Pastaza por encontrarse en uno de los mundos que promociona el Ecuador, el mundo de la Amazonía- y por poseer gran territorio de la Reserva de la Biosfera "Yasuní" se convierte en una de las provincias con gran potencial e interés para el turista extranjero.

El cantón Santa Clara posee un alto valor ecológico y turístico; con sus parroquias, comunidades y colonias. Presenta un ente importante para el desarrollo del turismo en sus diferentes modalidades, así pues el trabajo con las comunidades, organizaciones sociales, el sector público y privado debe apuntar al desarrollo de iniciativas turísticas para el desarrollo del cantón. De

esta manera el MINTUR en su Plan 2020 ha insertado estrategias de desarrollo del turismo comunitario como una de las actividades turísticas de importancia para el Ecuador.

La cultura de los pueblos amazónicos demuestra la riqueza que tiene este mundo y es reconfortante conocer sus costumbres, sus tradiciones, su entrega hacia la naturaleza, sus saberes ancestrales y en especial la forma de vida que tienen en armonía con su entorno.

El compartir la cotidianidad de sus vidas con personas que visitan las comunidades es ***Turismo Vivencial***. Es una nueva forma de relación entre la comunidad y sus visitantes desde una perspectiva intercultural, con la participación activa de sus miembros, garantizando el manejo adecuado de los recursos naturales, la valoración de los patrimonios, los derechos culturales y territoriales de las nacionalidades y pueblos.

La interrelación y el intercambio cultural se da cuando la familia de una comunidad o colonia que posee su atractivo cultural reciben al/la visitante en su casa, le brindan alojamiento, alimentación, además se complementa con diferentes actividades turísticas para el disfrute del/la visitante.

La comunidad “La Mariscal” y la colonia “Palma Roja” del cantón Santa Clara poseen un alto potencial cultural y es importante fortalecerlo con el atractivo natural de la zona. Para sustentar la propuesta de realizar un estudio de factibilidad para la implementación del turismo vivencial en las mencionadas comunidades, planteamos los objetivos, las hipótesis y sus variables.

CAPÍTULO I

1. TEMA:

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL TURISMO VIVENCIAL EN LA COMUNIDAD “LA MARISCAL” Y LA COLONIA “PALMA ROJA” DEL CANTÓN SANTA CLARA DE LA PROVINCIA DE PASTAZA”.

1.2 Objetivos:

1.2.1 Objetivo General:

Realizar el estudio de factibilidad para la implementación del turismo vivencial en la comunidad “La Mariscal” y la colonia “Palma Roja” del cantón Santa Clara.

1.2.2 Objetivos Específicos:

- Identificar la factibilidad operativa para la implementación del turismo vivencial en la comunidad “La Mariscal” y la colonia “Palma Roja” del cantón Santa Clara.
- Estudiarla factibilidad técnica para la implementación del turismo vivencial.
- Identificar la factibilidad económica para la implementación del turismo vivencial.

1.3 HIPÓTESIS

1.3.1 Hipótesis General

La implementación del turismo vivencial ayudará al desarrollo económico e integral de la comunidad “La Mariscal” y la colonia “Palma Roja”.

También se plantea a la hipótesis a manera de pregunta:

¿La implementación del turismo vivencial ayudará al desarrollo económico e integral de la comunidad “La Mariscal” y la colonia “Palma Roja”?

1.3.2 Hipótesis Específicas

- La comunidad “La Mariscal” y la colonia “Palma Roja” poseen gran potencial turístico para la captación del mercado interno y extranjero.
- El proyecto de turismo vivencial tiene viabilidad técnica, económica y operativa.

CAPÍTULO II

2. REVISIÓN DE LITERARIA

2.1 Turismo:

“El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período consecutivo inferior a un año y mayor a un día, con fines de ocio, por negocios o por otros motivos” OMT Organización Mundial de Turismo. (2004).

“Las sumas de los fenómenos y de relaciones que surgen de los viajes y de las estancias de los no residentes, en tanto, en cuanto no están ligados a una residencia permanente ni a una actividad remunerada”.(Hunziker y Krapf, 1942).

Es el conjunto de integraciones humanas como: transportes, hospedaje, diversión, enseñanza derivadas de los desplazamientos humanos transitorios, temporales o de transeúntes de fuertes núcleos de población, con propósitos tan diversos como son múltiples los deseos humanos y que abarcan gamas variadas de motivaciones. (Hunziker y Krapf, 1942).

2.2 Estudio de factibilidad

Un estudio de factibilidad permite determinar si se cuenta con el mercado suficiente para cumplir las proyecciones financieras de un negocio. La complejidad de las decisiones de los negocios modernos exige un conocimiento confiable de los diversos mercados. La experiencia administrativa y los juicios son, por supuesto, ingredientes importantes para la toma de decisiones, pero deben reforzarse y expandirse con datos

objetivos de investigaciones de campo sistemáticas. La investigación de mercados tiene una función específica: auxiliar en la planeación efectiva y la toma de decisiones en los mercados. Éstos pueden ser de muchos tipos e implican actividades de consumo, industriales, comerciales e institucionales.

Los estudios de factibilidad tienen como objetivo determinar el potencial de mercado de productos o servicios, tomando como criterio base que las proyecciones financieras desarrolladas por la Dirección de la Empresa Franquiciante para el negocio, sean factibles de cumplirse. Para su ejecución se desarrollan proyecciones financieras que toman en cuenta el área de alcance de comercialización, y se consideran los siguientes parámetros:

- a) Tamaño de la población que corresponde al mercado meta de la empresa
 - b) Análisis socioeconómico del público objetivo
 - c) Medición de hogares vs. Centros de trabajo (zona)
 - d) Aforos vehiculares y peatonales
 - e) Análisis de distancias y vías de acceso
 - f) Competencia presente en el área
 - g) Centros de atracción
- Tamaño estimado de mercado definido como (población del público objetivo), por (gasto promedio de los consumidores), por (frecuencia de consumo), todo esto proyectado sobre una base anual para eliminar el factor de posible estacionalidad. Estos estudios incorporan mapas, cuadros y gráficas que facilitan la adecuada toma de decisiones. Asimismo, plantean las áreas y puntos más recomendables para llevar a cabo acciones publicitarias, ACEBEDO KAREN, 2012.

2.2.1 Definición de Estudio de Factibilidad

ARIZA EDNA, 2011, define el estudio de factibilidad es el análisis de una empresa para determinar:

- ✓ Si el proyecto o negocio que se propone será bueno o malo, y en cuales condiciones se debe desarrollar para que sea exitoso.
- ✓ Si el proyecto o negocio propuesto contribuye con la conservación, protección o restauración de los recursos naturales y el ambiente.

Factibilidad es el grado en que lograr algo es posible o las posibilidades que tiene de lograrse.

Iniciar un proyecto de producción o fortalecerlo significa invertir recursos como tiempo, dinero, materia prima y equipos.

Como los recursos siempre son limitados, es necesario tomar una decisión; las buenas decisiones sólo pueden ser tomadas sobre la base de evidencias y cálculos correctos, de manera que se tenga mucha seguridad de que el negocio se desempeñará correctamente y que producirá ganancias.

Antes de iniciar el estudio de factibilidad es importante tener en cuenta que cualquier proyecto, individual o grupal, es una empresa.

Comprender e incluir esto en el concepto de proyecto es muy importante para el desarrollo de criterios y comportamientos, principalmente si se trata de propiciar cambios culturales y de mentalidad.

Esto incluye los conceptos de ahorro, generación de excedentes e inversiones, imprescindibles para desarrollar proyectos sostenibles.

2.2.2 Objetivos de un Estudio de Factibilidad:

Según Farrán Yusef, 2008, describe los objetivos del estudio de factibilidad como:

1.- Auxiliar a una organización a lograr sus objetivos.

2.- Cubrir las metas con los recursos actuales en las siguientes áreas

2.2.3 Definición de objetivos

Según Farrán Yusef, 2008, la investigación de factibilidad en un proyecto que consiste en descubrir cuáles son los objetivos de la organización, luego determinar si el proyecto es útil para que la empresa logre sus objetivos. La búsqueda de estos objetivos debe contemplar los recursos disponibles o aquellos que la empresa puede proporcionar, nunca deben definirse con recursos que la empresa no es capaz de dar. En las empresas se cuenta con una serie de objetivos que determinan la posibilidad de factibilidad de un proyecto sin ser limitativos.

Estos objetivos son los siguientes:

- Reducción de errores y mayor precisión en los procesos.
- Reducción de costos mediante la optimización o eliminación de recursos no necesarios.
- Integración de todas las áreas y subsistemas de la empresa.
- Actualización y mejoramiento de los servicios a clientes o usuarios.
- Aceleración en la recopilación de datos.
- Reducción en el tiempo de procesamiento y ejecución de tareas.
- Automatización óptima de procedimientos manuales.

2.2.4 Recursos de los Estudios de Factibilidad

La determinación de los recursos para un estudio de factibilidad sigue el mismo patrón considerado por los objetivos vistos anteriormente, el cual

deberá revisarse y evaluarse si se llega a realizar un proyecto. Estos recursos se analizan en función de tres aspectos:

a) Factibilidad Operativa. Se refiere a todos aquellos recursos donde interviene algún tipo de actividad (Procesos), depende de los recursos humanos que participen durante la operación del proyecto. Durante esta etapa se identifican todas aquellas actividades que son necesarias para lograr el objetivo y se evalúa y determina todo lo necesario para llevarla a cabo.

b) Factibilidad Técnica. Se refiere a los recursos necesarios como herramientas, conocimientos, habilidades, experiencia, etc., que son necesarios para efectuar las actividades o procesos que requiere el proyecto. Generalmente nos referimos a elementos tangibles (medibles). El proyecto debe considerar si los recursos técnicos actuales son suficientes o deben complementarse.

c) Factibilidad Económica. Se refiere a los recursos económicos y financieros necesarios para desarrollar o llevar a cabo las actividades o procesos y/o para obtener los recursos básicos que deben considerarse son el costo del tiempo, el costo de la realización y el costo de adquirir nuevos recursos. Generalmente la factibilidad económica es el elemento más importante ya que a través de él se solventan las demás carencias de otros recursos, es lo más difícil de conseguir y requiere de actividades adicionales cuando no se posee.

2.3 Estudio de mercado

El estudio de mercado es un proceso sistemático de recolección y análisis de datos e información acerca de los clientes, competidores y el mercado. Sus usos incluyen ayudar a crear un plan de negocios, lanzar un nuevo producto

o servicio, mejorar productos o servicios existentes y expandirse a nuevos mercados. <http://www.empirebb.com/lat/ser-estdefactibilidad.html>

El estudio de mercado puede ser utilizado para determinar que porción de la población comprará un producto o servicio, basado en variables como el género, la edad, ubicación y nivel de ingresos.

El estudio de mercado es generalmente primario o secundario. En el **estudio secundario**, la compañía utiliza información obtenida de otras fuentes que aparecen aplicables a un producto nuevo o existente. Las ventajas del estudio secundario incluyen el hecho de ser relativamente barato y fácilmente accesible. Las desventajas del estudio secundario son: que a menudo no es específico al área de investigación y los datos utilizados pueden ser tendenciosos y complicados de validar.

El estudio de mercado primario implica pruebas como focus groups, encuestas, investigaciones en terreno, encuestas u observaciones llevadas a cabo o adaptadas específicamente al producto.

Muchas preguntas pueden ser respondidas gracias a un estudio de mercado:

- ¿Qué está pasando en el mercado?
- ¿Cuáles son las tendencias?
- ¿Quiénes son los competidores?
- ¿Qué opinión tienen los consumidores acerca de los productos presentes en el mercado?
- ¿Qué necesidades son importantes?
- ¿Están siendo satisfechas esas necesidades por los productos existentes?

El estudio de mercado sirve para descubrir lo que la gente quiere, necesita o cree. También puede implicar el descubrir cómo actúan las personas. Una

vez que la investigación está completa, se puede utilizar para determinar cómo comercializar su producto.

Ejemplos de técnicas de investigación mercado son los cuestionarios y las encuestas.

Para comenzar un negocio existen algunas cosas que se deben tener en cuenta:

1. ¿Quiénes son los clientes?
2. ¿Cuál es su ubicación y como pueden ser contactados?
3. ¿Qué cantidad o calidad quieren?
4. ¿Cuál es el mejor momento para vender?

2.3.1 Segmentación del mercado

La segmentación del mercado es la división de la población en sub-grupos con motivaciones similares. Los criterios más utilizados para segmentar incluyen las diferencias geográficas, diferencias de personalidades, diferencias demográficas, diferencias en el uso de productos y diferencias pictográficas.

2.3.2 Tendencias de mercado

Se definen como los movimientos al alza o a la baja del mercado durante un periodo de tiempo.

Es más complicado determinar el tamaño del mercado si estas comenzando con algo completamente nuevo. En este caso se deberá obtener el número de clientes potenciales o segmentos de clientes.

Además de la información acerca del mercado objetivo se debe tener información acerca de la competencia, clientes, productos, etc.

Por último se necesita medir la eficacia del marketing para el producto. Algunas técnicas para esto son:

- Análisis de los clientes
- Modelado de opciones
- Análisis de la competencia
- Análisis de riesgo
- Investigación de productos
- Investigación de publicidad
- Modelado del mix comercial (Precio, Producto, Plaza, Publicidad)

2.4 Oferta

Una oferta (término que deriva del latín offerre) es una propuesta que se realiza con la promesa de ejecutar o dar algo. La persona que anuncia una oferta está informando sus intenciones de entregar un objeto o de concretar una acción, en general a cambio de algo o, al menos, con el propósito de que el otro lo acepte. Por ejemplo: “Mi jefe me hizo una oferta que no pude rechazar: el doble de sueldo a cambio de aceptar la gerencia regional”, “La oferta del grupo inversor fue de 25 millones de dólares por el 50% del pase del jugador”.

Una oferta es, por otra parte, un producto que se ofrece a la venta a un precio rebajado. Si un producto tiene un precio habitual de 50 pesos, al estar en oferta puede venderse a 40 pesos o un precio inferior: “Mi hermano compró un televisor nuevo que estaba en oferta”, “El supermercado tiene en oferta todo los productos de limpieza”, “Estoy gastando cada vez más ya que los negocios de mi barrio no realizan buenas oferta. FUENTE

2.5 Demanda

La demanda turística es el resultado de todas las decisiones de las demandas individuales de los usuarios turísticos.

También se puede definir como la cantidad demandada por el mundo a cada uno de los precios de los productos y servicios que componen los viajes. Se supone que la variable más importante que afecta a la demanda es el PRECIO, diciéndose habitualmente que la demanda se comporta de manera decreciente respecto al incremento de este básicamente porque:

- Disminuye la capacidad adquisitiva del turista
- Los turistas buscan productos sustitutivos a un determinado precio

Consecuentemente con este planteamiento, el primer elemento de decisión del turista deberá ser el precio y la cantidad de servicios y de productos que se ofrece.

Los productos y servicios no son básicamente iguales y no se pueden sustituir fácilmente unos por otros. Esto es debido a que tienen una serie de características que les hacen diferentes, porque el turista lo que busca, es obtener el máximo bienestar posible del producto o servicio que compra.

Cuando los productos son heterogéneos, el criterio básico de elección es la COMPARABILIDAD que consiste en comparar las características de un producto turístico con otro.

El segundo criterio de elección de los turistas es LA FIDELIDAD, uno compra los productos o servicios turísticos por costumbre o tradición en una determinada empresa por que satisface las necesidades planteadas por el turista. Solamente se cambiara de empresa, producto, o servicio cuando se

modifique algo esencial de las características del producto o que otra empresa oferte un producto similar más ventajosamente.

El tercer criterio de elección es la ESPECTATIVA, es el deseo, el sentido que tiene cada persona de cómo va a desarrollarse su viaje por que las actividades turísticas se tienen que adquirir o comprar con anterioridad a la realización del viaje.

2.5.1 Comportamiento histórico

El comportamiento histórico de la visita de turistas nacionales y extranjeros a la provincia de Pastaza de acuerdo a los datos suministrados en el ministerio de turismo de llegadas de extranjeros al Ecuador, se utilizó el 25% de estos valores que corresponde al número de turistas que se estima visitan la Región Amazónica, mientras que el dato de Visitantes A santa Clara se lo obtuvo del registro Oficial del ministerio de Turismo de Pastaza.

Tabla N° 1 Visitantes nacionales y extranjeros a la provincia de Pastaza

Años	Visitantes región Amazónica	Visitantes a la provincia de Pastaza
2009	242.125	14.613
2010	261.775	18.889
2011	285.245	18.651
2012	281.440	16.300

Fuente: Investigación y análisis de la Tesista

Elaborado por: Yadira Suárez

2.5.2. Demanda actual

- La provincia de Pastaza y la ciudad de Santa Clara son puntos estratégicos para la demanda turística nacional. La ciudad de Santa Clara recibe un promedio de 16.300 visitantes (turistas y no turistas) al año. El 25% de visitantes que llegan al Ecuador visitan la región Amazónica, de éste grupo la mayoría son extranjeros (67%), y un importante grupo son turistas nacionales (33%).
- El promedio de estadía de los turistas en la ciudad de Santa Clara es de 2 noches. El turista que visita Pastaza llega atraído por los principales puntos promocionados internacionalmente: su flora y fauna como su cultura. La mayoría de turistas que llegan a la zona están interesados en visitar las comunidades amazónicas.
- Los turistas en la ciudad de Santa Clara gastan en promedio alrededor de \$85, los principales gastos son: compra de artesanías, alojamiento y alimentación.
- La mayoría de turistas (nacionales y extranjeros) que llegan a Santa Clara, usan transporte público, luego viajan en vehículo propio y en menor proporción en transporte del tour operador.

- La mayoría de turistas que decidieron visitar Santa Clara conocieron de éste lugar, a través de un libro o guía turística, luego a través de referencias de amigos, el Internet, reportajes de televisión, agencias de viajes, revistas, diarios, suplementos, etc.

2.5.3 Proyección de la demanda

Para proyectar la demanda de turistas que visitarán Santa Clara en los próximos 5 años se utilizó el método de regresión lineal en Excel, en base a los datos proporcionados en la tabla No 1.

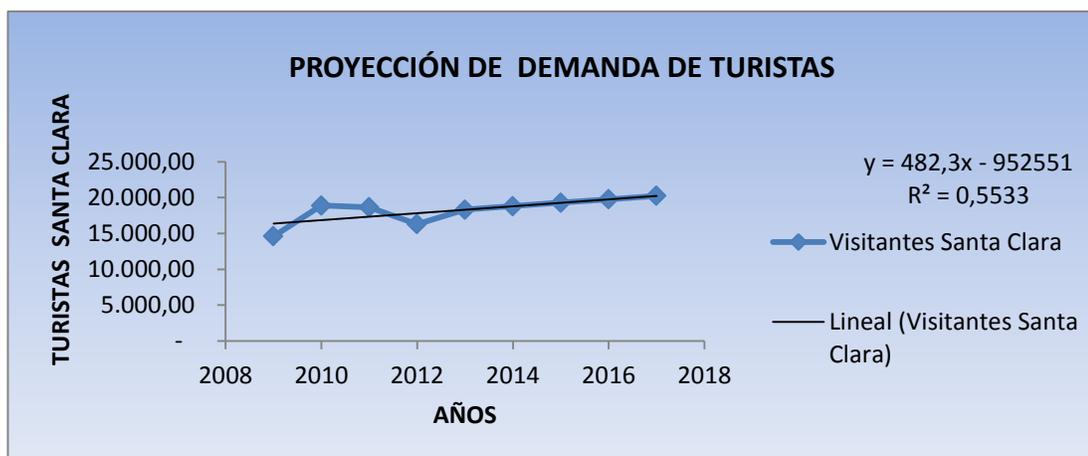
Tabla N° 2 Proyección de la Demanda

Datos		Proyecciones	
y=	17.113,25	y2013=	18.319,00
x=	2,50	y2014=	18.801,30
b=	482,30	y2015=	19.283,60
a=	15.907,50	y2016=	19.765,90
		y2017=	20.248,20
Syx=	2373,55454		

Fuente: Investigación y análisis de la Tesista

Elaborado por: Yadira Suárez

Gráfico N° 1 Proyección de demanda de turistas



Fuente: Investigación y análisis de la Tesista

Elaborado por: Yadirá Suárez

La proyección de la demanda de turistas en Santa Clara se incrementará año a año.

2.6 Producto

Aunque pueda parecer sorprendente no siempre que nos referimos a un concepto que debería ser evidente como es el de producto turístico nos referimos a lo mismo. Es más en un elevado número de ocasiones el concepto queda diluido en una confusa mezcla de conceptos indefinidos y/o erróneamente utilizados que enmarañan, no sólo el planteamiento turístico, sino en muchas ocasiones el propio planteamiento operativo del mismo.

Así confundimos con frecuencia recurso, producto, patrimonio, marca, sin embargo es fundamental partir de una serie de principios comunes claros que nos permitan desarrollar todo el proyecto desde una misma base. Precisar pues el concepto de producto turístico es un paso previo que, lejos de ser un simple ejercicio teórico, se plantea como la precisión del punto de partida.

No se trata de realizar una revisión completa y exhaustiva del concepto de producto turístico, tarea que excede el objeto de este trabajo, pero sí de destacar algunos elementos del mismo que pueden ser de utilidad a la hora de enmarcar de una forma precisa, rigurosa y sobre todo útil el producto. Algunas definiciones de producto turístico son: "Conjunto de componentes TANGIBLES + INTANGIBLES que ofrecen beneficios capaces de atraer a grupos determinados de turistas, porque satisfacen sus expectativas relacionadas con su tiempo libre". (Soto, J.)

"Desde el punto de vista conceptual, el producto turístico no es más que un conjunto de prestaciones, materiales e inmateriales, que se ofrecen con el propósito de satisfacer los deseos o las expectativas del turista... Es en realidad, un producto compuesto que puede ser analizado en función de los componentes básicos que lo integran: atractivos, facilidades y acceso." (Acerenza M, 1993).

"Los individuos satisfacen sus necesidades y deseos con productos. Un producto es cualquier cosa que se puede ofrecer para satisfacer una necesidad o un deseo... el concepto de producto no se limita a objetos físicos... en sentido más amplio, los productos incluyen también las experiencias, personas, lugares, organización, información e ideas" (Kotler P, 2004).

"Un sistema capaz de hacer viajar a la gente para actividades de ocio que le satisfagan determinadas necesidades". (Bordas, E., 1993)

"Un conjunto de factores materiales e inmateriales que pueden comercializarse aislados o agregados, según que el cliente turista solicite una parte o un todo homogéneo de los bienes y servicios oferta 10 dos, que se consume con la presencia del cliente en el marco de una zona turística

receptiva, y que se espera cubra suficientemente las necesidades vacacionales y de ocio del comprador” (De Borja).

“Un producto turístico puede definirse como un paquete de componentes tangibles e intangibles, basado en una actividad en un destino, percibido por los visitantes como una experiencia disponible a cambio de un precio” (Middleton, 1994).

Todas estas definiciones, expuestas simplemente como recordatorio y como elemento de reflexión, nos permiten poder determinar algunos elementos que precisen el concepto de producto turístico en especial para poder desarrollarlos posteriormente en la concreción del producto que nos afecta. Entre estos podemos destacar que:

- Está integrado por factores tangibles e intangibles.
- Es una agregación de servicios.
- Está ligado a un territorio que tiene un atractivo.
- Está en un destino es accesible.
- Tiene que cubrir las expectativas y necesidades de los turistas.
- Tiene que proporcionarle una experiencia.
- Tiene un precio.
- Empieza y termina antes de la realización del propio viaje.

A esto tendríamos que añadir algunas otras características entre la que queremos destacar el hecho de que el producto se produce en el mismo momento de su consumo. Trabajamos en directo por lo que el margen de error se reduce: no hay una segunda oportunidad.

Por otro lado el producto varía según se observe desde el punto de vista de la oferta o de la demanda. Desde el punto de vista de la oferta el producto necesita estructurar adecuadamente:

- Los recursos.
- Las infraestructuras.

2.7 Producto turístico

Tradicionalmente se ha trabajado siempre el turismo desde el punto de vista de la demanda. Desde este punto de vista el turismo y sus productos se convierten en una compleja amalgama de elementos que le convierten en una actividad económica distinta al resto o, al menos, con unas peculiaridades muy singulares. Pero no podemos olvidar que también existe una perspectiva desde la oferta que es necesario considerar para poder enmarcar el sistema productivo en sus justas coordenadas como:

- Los equipamientos.
- Los servicios ofertados.
- La gestión de los servicios.

Desde el punto de vista de la demanda es necesario valorar también:

- Las actividades.
- Los servicios recibidos.
- Las vivencias

Y todo esto necesita además para su correcto ensamblaje de un sistema de gestión, un proceso de decisiones, una organización y, además tiene que generar los adecuados efectos económicos, fin último de todo el proceso.

En definitiva un producto turístico es un complejo proceso que trata de ofrecer a los potenciales clientes la posibilidad de cambiar sus expectativas de tiempo libre y ocio a partir del disfrute de los recursos de un territorio, tanto tangibles como intangibles, mediante la prestación organizada de una serie de servicios a cambio de un precio.

Esto es como entendemos el complejo proceso del producto y la producción turística. Abordar la correcta organización de todo ello es el objetivo de este proyecto. Un fin concreto que permite presentar al mercado una nueva oferta capaz de satisfacer las necesidades de una parte de él, a la vez que ofrecer una nueva oportunidad de desarrollo a algunas zonas.

2.8 Diagnóstico

Etimológicamente el concepto diagnóstico proviene del griego, tiene dos raíces, día- que es a través de, por. Y gignoskein que es conocer, así etimológicamente diagnóstico significa conocer a través de. El concepto de este significado (imagen que representamos en la mente) es la identificación de la naturaleza o esencia de una situación o problema y de la causa posible o probable del mismo, es el análisis de la naturaleza de algo.

¿Quién puede enunciar un diagnóstico? Cualquier persona que haga una afirmación o conclusión acerca de la causa o esencia de un estado, situación o problema está haciendo un diagnóstico.

Conceptos característicos del lenguaje castellano:

Riqueza: Multitud de vocablos para establecer matices.

Versatilidad: Una palabra puede tener variedad de acepciones.

Rigidez: Significado unívoco **Diagnóstico**: Pertenciente o relativo a la diagnosis, conjunto de signos que sirven para fijar la naturaleza de una

enfermedad. **Diagnosis:** conocimiento de las enfermedades por el examen de sus síntomas.

2.9 Viabilidad

Se conoce como análisis de viabilidad al estudio que intenta predecir el eventual éxito o fracaso de un proyecto. Para lograr esto parte de datos empíricos (que pueden ser contrastados) a los que accede a través de diversos tipos de investigaciones (encuestas, estadísticas, etc.).

Los análisis de viabilidad se desarrollan en el ámbito gubernamental o corporativo. Se trata de un recurso útil antes de la iniciación de una obra o del lanzamiento de un nuevo producto. De este modo, se minimiza el margen de error ya que todas las circunstancias vinculadas a los proyectos son estudiadas.

Puede hablarse de viabilidad técnica para hacer referencia a aquello que atiende a las características tecnológicas y naturales involucradas en un proyecto. El estudio de la viabilidad técnica suele estar vinculado a la seguridad al control (por ejemplo, si la idea es construir un puente, la viabilidad técnica estará referida al estudio del terreno en cuestión y a las condiciones ambientales para evitar que se caiga).

La viabilidad económica, en cambio, se relaciona con los recursos financieros existentes para poner en marcha un proyecto y con las ganancias que, eventualmente, se esperan obtener. Si la puesta en marcha de un emprendimiento productivo requiere de una inversión de 100.000 dólares y dicho emprendimiento podría generar una ganancia máxima de unos 1.000

dólares al año, el proyecto no es viable desde el punto de vista económico, según AMOUR Roland, 2011, pág. 13

2.10 Turismo vivencial

Turismo Vivencial es una nueva forma de relación entre la comunidad y sus visitantes desde una perspectiva intercultural, con la participación activa de sus miembros, garantizando el manejo adecuado de los recursos naturales, la valoración de los patrimonios, los derechos culturales y territoriales de las nacionalidades y pueblos. www.feptce.org.ec

La idea principal es brindar una plataforma donde personas interesadas en conocer a nuestra gente viviendo en sus comunidades y en su ambiente social y cultural "normal".

Es participar, como invitado especial, en la vida cotidiana de la gente de las comunidades. El hospedaje, la alimentación, y los atractivos son individuales y dependen también de los invitados.

2.10.1 Otro punto de vista en turismo vivencial

Es la búsqueda por acercarse a la naturaleza de una forma más directa y activa, pero a la vez responsable, valorando y respetando las particularidades naturales y socioculturales autóctonas de los lugares visitados, dio pauta en Europa y Estados Unidos al surgimiento del Turismo Alternativo. Sobre el Turismo Alternativo existen diversas definiciones y conceptualización, sin embargo, existe un aspecto que se presenta constante en todas ellas, que es considerada una modalidad turística que plantea una interrelación más estrecha con la naturaleza, preocupada en la conservación

de los recursos naturales y sociales del área en que se efectúa la actividad turística.

2.10.2 Potencial cultural del turismo vivencial:

El potencial cultural se enmarca en la importancia de realizar acciones para proteger y mantener 'in situ' la biodiversidad, compartir y descubrir a profundidad las tradiciones, costumbres y hábitos de una etnia o pueblo determinado.”

“Al permitir a las poblaciones locales aprovechar estas nuevas fuentes de empleo complementarias a las actividades tradicionales, ya sean éstas mercantiles o de autoconsumo, se ha podido evitar que las comunidades se vean forzadas a talar sus bosques, permitir la entrada de compañías petroleras, mineras y forestales en sus territorios o a emigrar a las ciudades en busca de empleo.”

El turismo vivencial expresa fuerza en el ámbito cultural, ay que una comunidad al practicar turismo vivencial, promueve los siguientes elementos de valor en favor de la comunidad:

Contribuye a defender, revalorizar y mantener el control del territorio

Promueve la solidaridad, la cooperación, el respeto a la vida, la conservación y el manejo sostenible Promover el aprender conjuntamente

Permite defender la autonomía de las organizaciones

Permite la reafirmación de la identidad cultural

Fortalece el autoestima

Ayudar a conservar y recuperar la diversidad cultural

Permite revalorizar la vivencia del mundo indígena

Promueve las relaciones respetuosas basadas en la interculturalidad

Promueve la revalorización de prácticas, costumbres, saberes tradicionales

2.11 Turismo comunitario

Turismo Comunitario es un tipo de turismo de pequeño formato, establecido en zonas rurales y en el que la población local a través de sus estructuras organizativas ejerce un papel significativo en su control y gestión.

A través de algunas declaraciones las organizaciones de pueblos indígenas y comunidades rurales establecen que el principal objetivo es aportar mejoras a sus condiciones de vida y trabajo en la medida en que se trate de una actividad “socialmente solidaria, ambientalmente responsable, culturalmente enriquecedora y económicamente viable”.

En definitiva, el Turismo Comunitario sostiene la propuesta de que el turismo pueda ayudar a complementar la economía comunitaria y familiar, “potenciando el desarrollo de la agricultura, la pesca, la artesanía, la pequeña agroindustria, el transporte y otros servicios”. OMT 2012.

Esta modalidad se dirige a los sectores más desfavorecidos de la sociedad, tiene voluntad de distribución equitativa de los beneficios y establece sinergias con otras políticas de desarrollo (económicas en el ámbito agropecuario, de patrimonio cultural, medioambientales, etc.).

Es la relación entre la comunidad y sus visitantes desde una perspectiva intercultural, en el contexto de viajes organizados, con la participación consensuada de sus miembros, garantizando el manejo adecuado de los recursos naturales, la valoración de los patrimonios, los derechos culturales y

territoriales de las nacionalidades y pueblos, para la distribución equitativa de los beneficios generados.

2.11.1 Análisis sobre la diferenciación entre turismo comunitario y turismo vivencial

Las nuevas tendencias en la actividad turística, determina que el turista desea tener experiencias donde el grado de participación con los actores del turismo sea cada vez mayor, esto se efectúa a través de las experiencias más cercanas que se tengan con familias pertenecientes a una cultura determina, puede ser de cultura ancestral o familias del campo que su atractivo. El turismo comunitario le ofrece actividades de conocimiento de su cultura, mientras que el turismo vivencial se basa principalmente en compartir una cotidianidad de un huésped con una familia anfitriona.

2.12 Turista

Es la persona que viaja de un lugar a otro motivado por diferentes atractivos, por pasar momentos de ocio, placer o negocios. Es el ente dinámico que activa el sistema a través del consumo de bienes y servicios turísticos y se le denomina demanda.

2.13 Recursos Turísticos:

Leno Cerro, (1993) siguiendo a Zimmerman (1933), considera que un recurso solo es tal cuando contribuye a satisfacer una necesidad humana; en el contexto turístico el recurso puede considerarse como tal si está vinculado a la motivación de un potencial consumidor, actuando como tal incentivo al desplazamiento turístico. Por ello, este autor considera a los recursos y las motivaciones como los dos pilares esenciales del fenómeno turístico, que en última instancia determinan la decisión de realizar un desplazamiento turístico (Leno Cerro, 1993, página 45).

Al constituir el recurso turístico la materia prima del turismo, elemento fundamental de la Oferta, su importancia es estratégica tanto en la configuración de la actividad turística, como en la determinación de la aptitud turística de un territorio. De ahí que la identificación y evaluación de los atractivos turísticos sea una tarea cardinal en la fase de diagnóstico de cualquier planificación turística. Burkart y Medlik, 1986.

La identificación de los recursos turísticos se lleva a cabo normalmente mediante la confección de un listado de recursos y emplazamientos con potencialidad y posibilidad de explotación turística, por ello se procede a la elaboración de un Inventario o Catálogo de recursos turísticos, es decir, una relación de los recursos turísticos de un área territorial determinada, donde los mismos se enumeran, clasifican y describen mediante una metodología. El problema radica en la inexistencia de una base metodológica comúnmente aceptada de cara a la configuración de dicho inventario. (Leno Cerro, 93) Este autor (1993) proporciona una visión panorámica de los distintos métodos de clasificación existentes, partiendo de una distinción básica entre métodos basados en la naturaleza del recurso y métodos sustentados en la funcionalidad del mismo o en una combinación de ambos criterios, siendo las más abundantes las primeras, si bien su utilidad es discutible por cuanto que no ofrecen valoración alguna del recurso o de su potencialidad en cuestión.

Las clasificaciones de recursos con criterios funcionales (Clawson y Knetsch, 1966; Corna Pellegrini, 1973; responde a perfiles muy pragmáticos o de evidente simplicidad. Nuevos y más sofisticados criterios clasificatorios serán introducidos por autores como Pierre Defert (1972) que diseña una matriz clasificadora cimentada en la obra de Aristóteles la Cosmología, estructurada en torno a cuatro grandes tipologías clasificatorias Hidromo, Phitomo, Litomo, y Antropomo organizadas a su vez en subtipos y vinculados a series de

actividades concretas; configurando en su conjunto lo que Defert denomina tipología integrada de recursos y actividades turísticas, empleada difusamente por toda la Europa Continental. Esta primera matriz será ampliada por Defert (1982) a 5 tipologías, incluyendo una tipología clasificatoria la denominada Mnemome que podría ser traducida por mnemotécnica o evocadora. A su vez, Claire Gunn (1988) propone una tipología clasificatoria vinculada con la valoración de la importancia del recurso.

Los citados métodos clasificatorios presentan como denominador común la elaboración de una relación más o menos estructurada y detallada de los recursos turísticos existentes. Por tanto su funcionalidad radica en el conocimiento de los mismos y en su identificación, lo cual es sin lugar a dudas importante, pero asimismo es fundamental tener noticia cierta de su relevancia de cara al establecimiento de una jerarquía de prioridades en los instrumentos de la planificación es decir en los programas y planes.

2.14 Atractivos Turísticos

Es todo lugar, objeto o acontecimiento capaz de generar un desplazamiento turístico. Es decir, es tanta la belleza o importancia de ese atractivo, que personas que viven en otros lugares (turistas) viajan para disfrutarlo.

El concepto de atractivo turístico se define como el conjunto de elementos materiales y/o inmateriales que son susceptibles de ser transformados en un producto turístico que tenga capacidad para incidir sobre el proceso de decisión del turista provocando su visita a través de flujos de desplazamientos desde su lugar de residencia habitual hacia un determinado territorio, según Modelo de Gestión del turismo comunitario, CODESPA, página 36.

2.15 Diagnóstico de potencial turístico

El diagnóstico del potencial turístico se refiere al análisis intrínseco y extrínseco de los diferentes atractivos turísticos (naturales y culturales) que posee una localidad.

El diagnóstico debe enfocarse al aprovechamiento de las cualidades y de los atractivos de la localidad de estudio, para poder enfocarse a la oferta de los mismos con un proceso de transformación, complementación y mejoramiento y así alcanzar la venta de productos y la potencialización de los atractivos existentes en determinado territorio. El objetivo es convertirlos en productos y recursos turísticos.

2.16 Análisis FODA

El Análisis DAFO, también conocido como Matriz o Análisis 'FODA, es una metodología de estudio de la situación de una empresa o un proyecto, analizando sus características internas (Debilidades y Fortalezas) y su situación externa (Amenazas y Oportunidades) en una matriz cuadrada. Proviene de las siglas en inglés SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities y Threats*) Es una herramienta para conocer la situación real en que se encuentra una organización, empresa o proyecto, y planificar una estrategia de futuro.

2.17 Trabajo de campo

Consiste en la visita a efectuarse en los sitios para verificar la información sobre cada atractivo. Es el procedimiento mediante el cual se asignará las características del atractivo. www.wikipedia.org/wiki7 analisis_dafo.

CAPÍTULO III

3. MATERIALES Y MÉTODOS

3.1 Localización y duración de la Investigación:

Tabla N° 3 Localización de la investigación

País:	Ecuador
Provincia:	Pastaza
Cantón:	Santa Clara
Parroquia:	San José
Nacionalidad:	Kichwa
Comunidad/Colonia:	“La Mariscal” y “Palma Roja”

Ubicación: la investigación se realizó en la comunidad “La Mariscal” y la colonia “Palma Roja”, que se encuentran en la parroquiarural del cantón Santa Clara, ubicada al Noroccidente de la provincia de Pastaza. Siguiendo la Troncal Amazónica está ubicada a 21 Km. de la ciudad de El Puyo y a unos 12 Km. de Santa Clara.

Límites: Al Norte con la parroquia Santa Clara, al Sur con la parroquia Tnte. Hugo Ortiz, al Este con el cantón Arajuno y la parroquia El Triunfo y al oeste con el cantón Mera.

Población:

Comunidad “La Mariscal”: 22 familias

Colonia “Palma Roja”: 8 familias

Altura: Desde los 980 a 1070 m.s.n.m.

3.1.1 Duración de la investigación:

Para lograr los objetivos planteados en la presente investigación, se necesitará el tiempo de 6 meses.

3.2 Condiciones Meteorológicas:

3.2.1 Clima:

La comunidad “La Mariscal” y la colonia “Palma Roja” pertenecientes a la parroquia San José cuenta con un clima cálido húmedo y una temperatura promedio de 21 a 24°C.

3.2.2. Precipitación:

La estación del Instituto Nacional de Meteorología e Hidrología (INAMHI) ubicada en el sector brisas del Sandalias en el kilómetro 11/2 de la vía Puyo - Veracruz registra una media anual de 4.516,6 m. m. Los meses en que más se presenta las lluvias son Abril, Mayo y Junio; sus promedios mensuales oscilan entre los 463,3 mm y 507,4 mm, los menos lluviosos son Enero y Febrero que presentan un promedio de 318,0 mm y 350,1mm respectivamente. La intensidad de lluvia que se presenta es un promedio anual de 26 a 28 milímetros por hora durante un lapso de duración de 10 minutos.

3.2.3 Nubosidad:

Por lo general se tienen valores elevados de nubosidad, la cual es expresada en porcentaje, esta varía en relación directa con la precipitación, humedad relativa, temperatura y se tiene una media de 21.5 %.

3.2.4 Hidrografía:

El principal sistema hidrográfico es el río Llandia y el río Rivadeneira; entre los de menor importancia por su tamaño están: Undios, Caluncalun, Shancarajuno, Chambira, Guagrayacu, Punín, Sudio (Pucayacu).

3.3 Materiales y Equipos:

3.3.1 Materiales:

3.3.1.1 Recursos turísticos:

- ✓ Atractivos naturales.
- ✓ Atractivos culturales.

3.3.1.2 Materiales de oficina:

- ✓ Libreta de campo
- ✓ Papelógrafos
- ✓ Papel bond
- ✓ Marcadores
- ✓ Esferos
- ✓ Lápices
- ✓ CDs

- ✓ Cinta adhesiva
- ✓ Copias
- ✓ Cartuchos para impresora
- ✓ Empastados
- ✓ Anillados

3.3.1.3 Equipos:

- ✓ Computador
- ✓ GPS
- ✓ Cámara fotográfica
- ✓ Escáner
- ✓ Impresora
- ✓ USB
- ✓ Baterías AAA

TALENTO HUMANO

Yadira Suarez: Egresada de la carrera de ingeniería en Turismo.

Personas naturales, jurídicas, autoridades, turistas.

Lic. Lorena Paredes.

3.4 Factores de Estudio:

Tabla N° 4 Factores de Estudio de la investigación.

FACTOR DE ESTUDIO	FACTOR DE MEDICIÓN
Potencial turístico	Inventario de atractivos turísticos: 1. Número de atractivos naturales con una breve descripción de su importancia. 2. Número de atractivos culturales con

	una breve descripción de su importancia.
Mercado turístico	<ol style="list-style-type: none"> 1. Nichos de mercado 2. Demanda del producto 3. Oferta del producto
Administración de la actividad turística	<ol style="list-style-type: none"> 1. Capacidad administrativa 2. Capacidad gestora
Vialidad financiera	<ol style="list-style-type: none"> 1. Costos de producción 2. Flujo de caja 3. Proyecciones

Fuente: Investigación y análisis de la Tesista

Elaborado por: Yadira Suárez

METODOLOGÍA

Para el desarrollo del presente estudio se aplicó una investigación no experimental a través de un análisis estadístico descriptivo, empleando métodos empíricos, técnicas documentales, enmarcadas en las siguientes actividades:

3.5 Manejo de la investigación

Para la consecución de los objetivos planteados en el estudio de factibilidad, se utilizó el enfoque cualitativo y cuantitativo, con la premisa de conocer la realidad que permita la optimización de resultados con veracidad y que éstos sean medibles para su análisis oportuno.

Cualitativo porque se realiza en el lugar de los hechos, es decir será interpretativa y se elaboran herramientas basadas en la problemática local, tales como la encuesta y observación de campo, que permite obtener los resultados necesarios de la presente investigación. Al ser un trabajo participativo es naturalista, pues busca el significado de las cosas

Cuantitativo ya que está orientado a la comprobación de hipótesis, con énfasis en el resultado final, predominante en una medición controlada y en un enfoque universalista.

3.5.1 Recopilación de datos:

Para la recopilación de datos se aplicaron encuestas al 100% de las familias de la comunidad “La Mariscal” (22 familias) y de la colonia “Palma Roja” (8 familias). (Ver Anexo N.2).

Se entrevistó al responsable del “Centro Ecológico Zanja Arajuno” (CEZA) y se identificó la relación del mencionado Centro con la propuesta de implementación del turismo comunitario en la comunidad y colonia que son objeto de estudio. (Ver Anexo N.4)

3.5.2 Selección de la muestra

Para la determinación de la muestra se aplicó la fórmula del matemático, Williams Marc. La población es finita, es decir se conoce el número de turistas que ingresaron en el año 2012 a la provincia de Pastaza.

En el Anexo 1 se muestran el número de turistas que ingresaron en los feriados del año. Luego de un análisis crítico se consideró tomar en cuenta un escenario pesimista para la propuesta de turismo vivencial, por ende el dato de ingreso de turistas fue el más bajo, en este caso del feriado de Año nuevo que fueron 640 turistas.

Fórmula:

$$n = \frac{Z^2 * N * p * q}{d^2(N - 1) + Z^2 * p * q}$$

Dónde:

n = el tamaño de la muestra.

N = tamaño de la población.

p = proporción de éxito.

q = probabilidad de fracaso.

Z = nivel de confianza.

d = límite aceptable de error.

Z = Valor obtenido mediante niveles de confianza. Es un valor constante que, si no se tiene su valor, se lo toma en relación al 95% de confianza equivale a 1,96 o en relación al 99% de confianza equivale 2,58, valor que queda a criterio del investigador.

d = Límite aceptable de error muestra que generalmente es un valor que varía entre el 1% (0,01) y 9% (0,09), valor que queda a criterio del encuestador.

Para el cálculo de la muestra de turistas a encuestar se tomó en cuenta los siguientes datos:

(Nivel de confianza)	Z = 1.96
(Error)	d= 5% (0,05)
(Población)	N = 640
Proporción de éxito	p = 50% (0,5)
Probabilidad de Fracaso	q = 50% (0,5)

DESARROLLO DE LA FÓRMULA:

$$n = \frac{Z^2 * N * p * q}{d^2(N - 1) + Z^2 * p * q}$$

$$n = \frac{1,96^2 * 640 * 0,5 * 0,5}{0,05^2(640 - 1) + 1,96^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{3,84 * 640 * 0,5 * 0,5}{0,0025 * 639 + 3,84 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{614,40}{0,0025 * 639 + 3,84 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{614,40}{1,60 + 0,96}$$

$$n = \frac{614,40}{2,56}$$

$$n = 240$$

Aplicación de la encuesta

El registro de ingreso de turistas fue emitido por la Dirección Técnica del Ministerio de Turismo de la provincia de Pastaza. (Ver Anexo N.1).

Las encuestas fueron realizadas en los meses de febrero y marzo del 2013, a los turistas que visitaron la ciudad del Puyo, a los cantones de santa Clara y mera pertenecientes a la provincia del Pastaza con el objetivo de realizar 240 encuestas (según la aplicación de la fórmula en el ítem anterior) a los turistas nacionales y extranjeros para identificar el porcentaje de turistas que conocen del turismo vivencial, el grado de aceptación que tienen las nuevas

iniciativas turísticas en cuanto a turismo vivencial que tiene la provincia y el grado de interés que tiene el turista en torno al desarrollo de esta actividad con el involucramiento de las poblaciones locales.

El cuestionario de la encuesta está planteado en forma de cuestionario directo y estructurado por 15 preguntas que identifican a los clientes potenciales y el nicho de mercado en la implementación del turismo vivencial (*Ver anexo N. 3*).

3.5.3 Tabulación de datos:

Para la tabulación de los datos se utilizó la estadística descriptiva para cuantificar los datos y obtener los porcentajes correspondiente a los resultados obtenidos tanto en las encuestas realizadas a las familias de la comunidad “La Mariscal” y la colonia “Palma Roja”, así como en las encuestas aplicadas a los turistas.

3.5.4 Análisis e interpretación de los resultados:

Los resultados después de la tabulación fueron analizados de acuerdo al grado de complejidad de los mismos.

3.6 Verificación de las hipótesis:

3.6.1 Planteamiento de la Hipótesis:

H0: La implementación del turismo vivencial no ayudará al desarrollo económico e integral de la comunidad “La Mariscal” y la colonia “Palma Roja”.

$$H_0: O = E$$

H1: La implementación del turismo vivencial si ayudará al desarrollo económico e integral de la comunidad “La Mariscal” y la colonia “Palma Roja”.

$$H_1: O \neq E$$

3.6.2 Comprobación de la Hipótesis:

Para verificar la hipótesis se utilizó el estadígrafo Chi cuadrado o X^2 , que nos permitió contrastar información de los grupos, ante una misma interrogante:

¿La implementación del turismo vivencial ayudará al desarrollo económico e integral de la comunidad “La Mariscal” y la colonia “Palma Roja”?

Tabla N° 5 Proceso de verificación de la hipótesis

Preguntas encuesta	SI	NO	ni
13	30	0	30
14	28	2	30
15	30	0	30
17	28	2	30
nj	116	4	120

Fuente: Encuestas realizadas
Elaborado por: Yadira Suárez

Tabla N° 6 Cálculo de la Frecuencia Esperada

$e_{ij} = \frac{n_i * n_j}{n}$	SI	NO	ni
13	31.00	1.00	32
14	31.00	1.00	32
15	31.00	1.00	32

	17	31.00	1.00	32
Nj		116	4	120

Fuente: Tabla 3

Elaborado por: Yadira Suárez

Tabla N° 7 Resumen del proceso de verificación de

la hipótesis y determinación del estadígrafo chi cuadrado

$\frac{(nij - eij)^2}{eij}$	SI	NO	ni
13	0.03225	1	1.03225
14	0.02932	1	1.02932
15	0.03225	1	1.03225
17	0.02932	1	1.02932
Nj		4	4.65

Fuente: Tabla 4.16

Elaborado por: Yadira Suarez

Tenemos entonces que:

$$X^2 = \frac{(nij - eij)^2}{eij} = 4.65$$

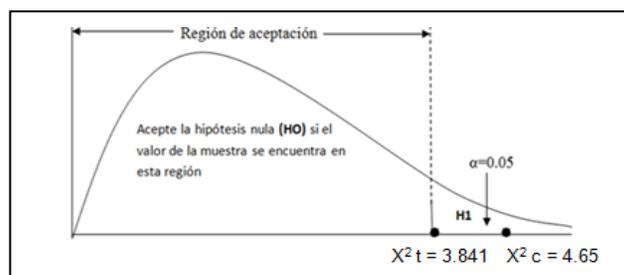
Nivel de significancia y Regla de decisión

Tabla N° 8 Nivel de significancia

<p>Nivel de significancia y Regla de decisión</p> <p>$\alpha = 0.05$</p> <p>gl: (c-1) (h-1) (2 -1) (2-1) = 1</p> <p>$X^2 t = 3.841$</p>

Se acepta la hipótesis nula si el valor a calcularse de X^2 es menor al valor de X^2 tabular = 3.841

Gráfico N° 2 Regla de Decisión



Elaborado por: Yadira Suárez

Comparación:

$$X^2_{cal} = 4.65 > X^2_{tab} = 3.841$$

Decisión

El valor $X^2_{cal} = 4.65 > 3.841 X^2_{tab}$ y de conformidad a lo establecido en la regla de decisión, se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alterna (H_1), es decir se confirma que la implementación del turismo vivencial si ayudará al desarrollo económico e integral de la comunidad “La Mariscal” y la colonia “Palma Roja”.

CAPÍTULO IV

4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN:

4.1 Objetivo N° 1 Identificar la factibilidad operativa para la implementación del turismo vivencial en la comunidad “La Mariscal” y la colonia “Palma Roja” del cantón Santa Clara.

4.1.1. Entorno territorial y turístico de la comunidad “La Mariscal” y la colonia “Palma Roja”

En cumplimiento del objetivo 1, se identifica que la comunidad “La Mariscal” y la colonia “Palma Roja” al encontrarse cercanas entre sí y ubicadas en la ruralidad del cantón Santa Clara, en el noroccidente de la provincia de Pastaza, a sólo 21 Km. de la ciudad de El Puyo y a 12Km. de Santa Clara son privilegiadas por la belleza de su entorno.

El poseer los recursos naturales más importantes del mundo como es el agua (yaku) y la biodiversidad hace que estas comunidades sean de gran atractivo para que los turistas nacionales y especialmente los turistas extranjeros tengan el gran interés en visitar las mencionadas comunidades.

Las características culturales que tienen estas comunidades son muy importantes, las dos culturas, en integración e individualidad, los kichwas (100% en la Colonia Palma Roja”) y los mestizos (100% en la Comunidad “La Mariscal”) provenientes de diferentes provincias de la Sierra han trasladados sus costumbres alimentarias y festivas.

Los Kichwas conservan su lenguaje materno y conocimiento ancestral, combinado con las costumbres influidas por los mestizos, que al mismo

tiempo dichas costumbres se intercambian entre kichwas y mestizos para mostrar al mundo lo rico del Ecuador que es su multiculturalidad.

Estos elementos como atractivos culturales son de vital importancia para la implementación del turismo vivencial, así como la articulación de los atractivos naturales que se encuentran cercanos a la Comunidad “La Mariscal” y a la Colonia “Palma Roja”. Por ello, se detallan los atractivos turísticos de la parroquia “San José” en base al Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial:

Atractivos turísticos de la parroquia San José

Atractivo 1: Cascada de Llandia

CATEGORÍA: Natural. TIPO: Río. SUPTIPO: Cascada

Imagen N° 1 Cascada Llandia

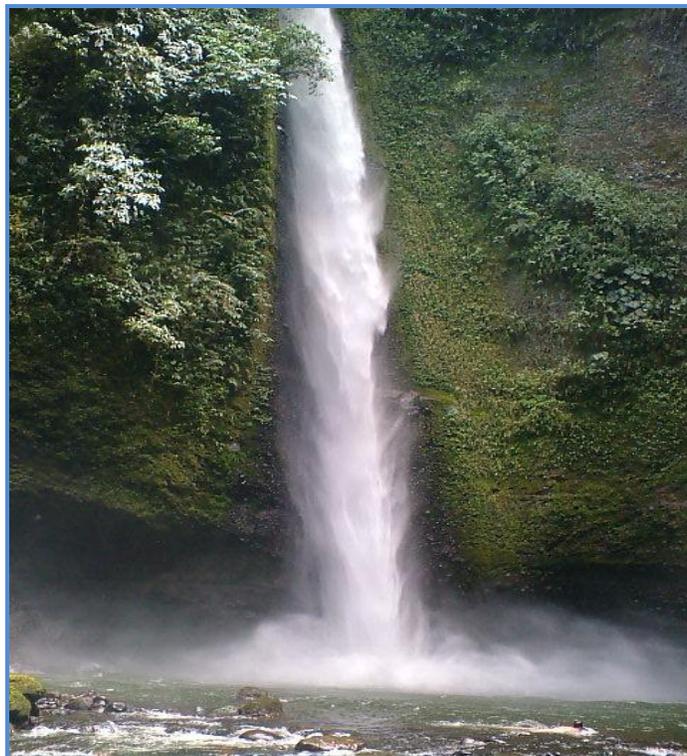


Foto: Cascada Llandia

Fuente: PDyOT San José

1). UBICACIÓN GEOGRÁFICA.

La cascada de Llandia está ubicada en la parroquia San José Km. 25 de la carretera Puyo – Tena, y se encuentra localizada en las siguientes coordenadas 1° 20' 23" S y 77° 56' 34" W y a una altitud de 894 m.s.n.m.

2). COMPONENTE DEL ATRACTIVO.

El ingreso a la cascada es por un carretero de tercer orden que tiene una distancia de 2.5 Km. para luego continuar por un sendero empalizado de 2.9 Km. que conduce por un bosque primario que posee características singulares. Por este recorrido se puede apreciar la presencia de varios esteros que discurren entre la densa vegetación, aquí se pueden observar una gran cantidad de aves, mamíferos, y árboles gigantes en un recorrido que dura una hora con veinte minutos.

Durante el recorrido se puede valorar partes conservadas e intactas de la vegetación plasmada en una belleza única. Otras por el aumento de la frontera agrícola se hallan en un proceso acelerado de destrucción.

La cascada de Llandia tiene una altura de 86 m aproximadamente, el color del peñasco es gris y está formada por rocas intrusivas con formación sedimentaria alrededor del lecho, el ancho de la caída es 3 m y a sus lados podemos observar una gran cantidad de helechos, orquídeas, líquenes y musgos. El lecho tiene 15 m de ancho y 8 metros de largo es muy profundo, sus aguas son claras y se puede divisar la formación de pequeñas olas que se proyectan hasta la orilla. La diseminación de gotas de agua en el ambiente lo mantiene constantemente con un alto grado de humedad a este bello paraje, además se caracteriza por presentar varios componentes aptos para el desarrollo del ecoturismo a lo largo de su trayecto, estos son:

a). Bosque primario, b) Río Llandia, c) Cascada Cóndor Pacha y d) Cascada Undios

a) Bosque Primario Llandia:

Este bosque se encuentra localizada en 1° 20' 27" S y 77° 56' 27" W, a una altitud de 1019m.s.n.m; a una distancia de 2,5 Km. desde la parroquia San José. Aquí podemos encontrar diferentes especies de flora y fauna, El estrato inferior se caracteriza por la presencia de helechos, y una gran diversidad de plantas de la familia Aráceas. El estrato medio se encuentra conformado por palmas heliconias y lianas, el dosel está conformado por árboles gigantes como chunchos, pigues, canelo, donsel, copal, abio, etc. que superan los 40 m, dando un ambiente de constante penumbra en su interior. La extensión de este bosque es 40 ha aproximadamente.

Imagen N° 2Bosque Primario de Llandia.



Foto Bosque primario Llandia

Fuente: PDyOT San José

b). Río Llandia.

Se encuentra localizado en 1° 20' 28" S y 77° 56' 32" W, a una altitud de 997 m.s.n.m.

Las aguas de este río son claras, de escaso caudal y poco profundas a los lados de su curso se puede apreciar gran cantidad de epifitas, musgos, helechos y heliconias. En este río podemos encontrar especies de sardina (*Hemigramus* sp.), carachama (*Chaetostoma* sp.) Churupíndos.

Imagen N° 3 Río Llandia

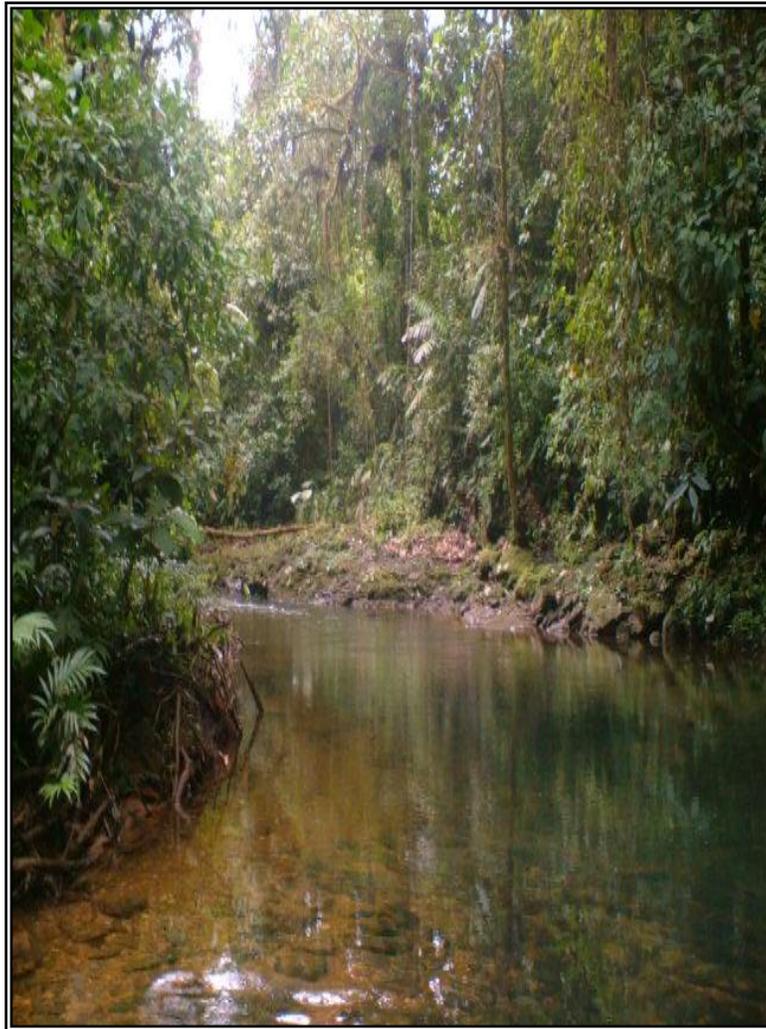


Foto: Río Llandia

Fuente: PDyOT San José

c). Cascada Cóndor Pacha.

Siguiendo aguas abajo en el curso alto del río Llandia podemos encontrar la cascada Cóndor Pacha, que se encuentra localizada en las siguientes coordenadas; $1^{\circ} 20' 26''$ S y $77^{\circ} 56' 30''$ W, a una altitud de 991 m.s.n.m., ésta posee una caída de aproximadamente 3 m, tiene 2 m de ancho, las rocas son intrusivas de color gris su lecho es amplio de 12 m de ancho y 8 m de largo, profundo y de color verdoso, alrededor de la cascada se puede divisar la presencia de un Bosque Primario no Inundable, con gran cantidad de helechos, musgos y hongos, etc.

Imagen N° 4Cascada Cóndor Pacha



Foto: Cascada Cóndor Pacha

Fuente: PDyOT San José

d). Cascada Undios.

Siguiendo aguas abajo en el curso del río Undios podemos encontrar la cascada Undios, que se encuentra localizada en las siguientes coordenadas; $1^{\circ} 20' 21''$ S y $77^{\circ} 54' 20''$ W, a una altitud de 901 m.s.n.m. ésta posee una doble caída de aproximadamente 25 m, tiene 2 m de ancho, las rocas son intrusivas de color gris su lecho es amplio de 8 m de ancho y 5 m de largo, poco profundo y cristalino, alrededor de la cascada se puede divisar la presencia de un Bosque Primario no Inundable, con gran cantidad de helechos.

Imagen N° 5 Cascada Undios

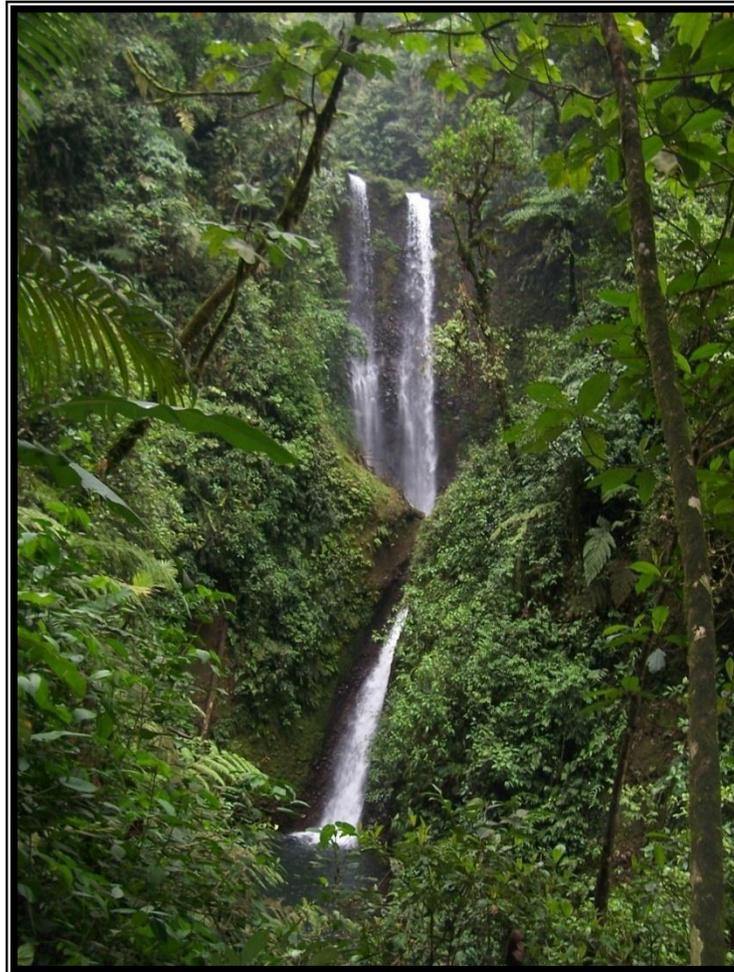


Foto: Cascada Undios Fuente: PDyOT San José

3). POSIBLES ACTIVIDADES TURÍSTICAS.

- Caminatas - Tracking por el Bosque
- Fotografía de todos sus recursos ecoturísticos.
- Fotografía y observación de especies de flora y fauna.
- Pesca deportiva
- Baño
- Picnic y Camping.
- Tours científicos, naturales, culturales y de aventura.

Atractivo 2 Cascada Jatun Paccha.

CATEGORÍA: Natural. TIPO: Ríos. SUPTIPO: Cascada.

Imagen N° 6Cascada JatunPaccha



Foto: Cascada Jatun Paccha

Fuente: PDyOT San José

1). UBICACIÓN GEOGRÁFICA.

La cascada Jatun Paccha se encuentra en las siguientes coordenadas 1° 20' 38" S y 77° 50' 16" W a una altitud de 788 m.s.n.m. El acceso a este atractivo es por vía terrestre siguiendo la ruta que conduce a la comunidad del mismo nombre por una carretera de tercer orden a 22,6 Km. de la cabecera cantonal con un tiempo de recorrido de 50 minutos.

2). COMPONENTES DEL ATRACTIVO.

La ruta que conduce a la cascada es un sendero que tiene una distancia de 0.63 Km, en el trayecto del cual se puede apreciar y disfrutar de las maravillosas especies arbóreas que se abren paso a cada lado del sendero, conjuntamente con una diversidad de epífitas, hongos, líquenes, heliconias y además avifauna que es muy probable divisar en el dosel del bosque.

La cascada Jatun Paccha, tiene una altura de 45 m, la peña es de color gris, formada por rocas intrusivas y sedimentarias el ancho de la caída es 2 m, y a sus lados se puede observar la presencia de epífitas, hongos y líquenes, el lecho tiene 5 m de ancho y 6 metros de largo, con una profundidad de 2 m sus aguas son claras y muy frías.

Los componentes del atractivo son los siguientes:

- a) Río Arajuno
- b) Remanente de Bosque Primario.
- c) Cascada Huayra Yacu

a). Río Arajuno

El río Arajuno se encuentra localizado es las siguientes coordenadas 1° 19' 46" S y 77° 48' 28" W, a una altitud de 743m.s.n.m. Las aguas de este río son claras el lecho está formado por piedras vistosas de canto rodado, es

caudaloso, poco profundo a los lados de su curso se puede apreciar como abre paso en el trayecto aguas abajo un bosque ribereño de yucos (Fabaceae) además se puede observar epifitas, musgos, helechos y heliconias En este río podemos encontrar especies de sardina (Hemigramus sp.), carachama (Chaetostoma sp.), bocachicos, dorado, etc.

Imagen N° 7 Río Arajuno



Foto: Río Arajuno Fuente: PDyOT San José

b). Remanente de Bosque Primario

A la orilla izquierda del río Arajuno en las coordenadas 1° 20' 31" S y 77° 49' 21" W a una altitud de 760 m.s.n.m, se conserva aún, una muestra del bosque Montano Bajo Oriental del cantón. Treinta hectáreas de densa vegetación arbórea, que albergan en su interior a una gran variedad de lianas, epifitas, hongos y heliconias, además variedades de especies de avifauna como los cutupacchus, pavas, perdices y lora cabeza azul, etc, venados, armadillos, guantas, guatusos, chichicos, etc. y lepidopteros de la

familia Papilionidae, Ithomiidae, dando un toque especial no solo a este relicto sino también a las playas del Arajuno.

Imagen N° 8 Bosque Primario

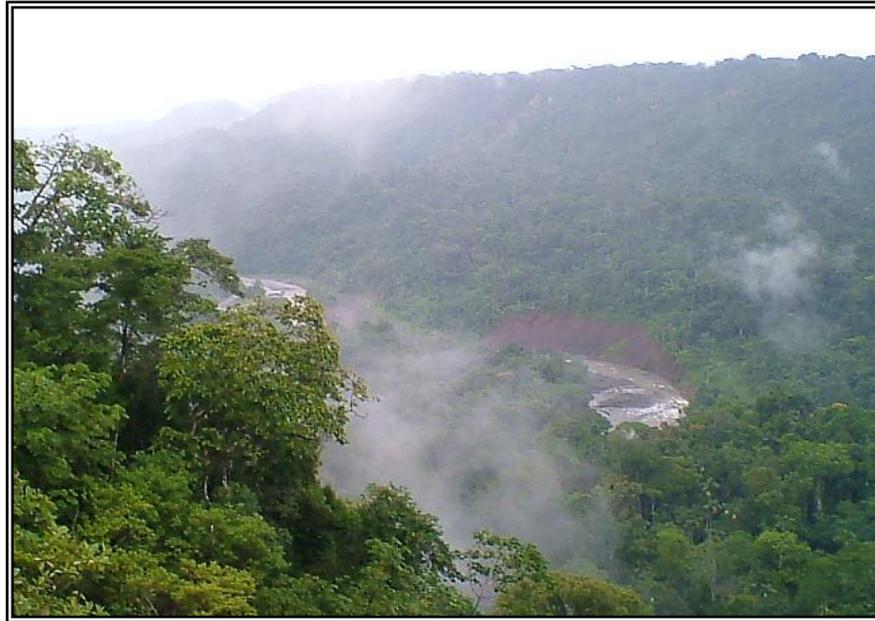


Foto: Bosque primario Fuente: PDyOT San José

c). Cascada Huayra Yacu

Huayra Yacu, que se encuentra localizada en la comunidad de Jatun Paccha en las siguientes coordenadas $1^{\circ} 19' 28''$ S y $77^{\circ} 47' 56''$ W, a una altitud de 789 m.s.n.m., ésta posee una caída de aproximadamente 50 m, tiene 2 m de ancho, las rocas son intrusivas de color gris su lecho es pequeño de 5 m de ancho y 4 m de largo, poco profundo, sus aguas de color claro y muy refrescantes, alrededor de la cascada se puede divisar la presencia de un Bosque Primario no Inundable, con gran cantidad de helechos, musgos, hongos, y lianas etc. en el cual se puede observar especies de flora y fauna nativa del sector.

Imagen N° 9 Cascada Huayra Yacu



Foto: Cascada Huayra Yacu Fuente: PDyOT San José

3). POSIBLES ACTIVIDADES TURÍSTICAS.

- Fotografía del lugar.
- Caminatas
- Observación de especies de flora y fauna.
- Pesca deportiva.
- Rafting, Kayake y Tubing

- Áreas de picnic y camping.
- Baño

Atractivo 3 Cascada Calum - Calum

CATEGORÍA: Natural. TIPO: Río SUBTIPO: Cascada

Imagen N° 10 Cascada Calum calum



Foto: Cascada Calum calum Fuente: PDyOT San José

1). UBICACIÓN GEOGRÁFICA

La cascada de Calum - Calum está ubicada en la comunidad de Cajabamba
2. Se encuentra en las siguientes coordenadas $1^{\circ} 19'34''$ S, $77^{\circ} 49'46''$ W a una altitud 856 m.s.n.m.

2). COMPONENTES DEL ATRACTIVO.

Este atractivo se encuentra a una distancia de 17 Km desde la cabecera cantonal, y se accede por un carretera de tercer orden, la duración del recorrido es de 50 minutos en carro, para luego continuar por un sendero empalizado que se adentra por una densa vegetación, en el trayecto se puede apreciar como árboles gigantes se abren paso a los lados del camino, y en sus robustas ramas albergan a gran variedad de epífitas, lianas, helechos, hongos, etc.

La cascada tiene una altura de 40 m aproximadamente, la peña es de color gris, formada por rocas intrusivas y sedimentarias el ancho de la caída es 3 m, y a sus lados se puede observar la presencia de epífitas, hongos y líquenes, el lecho tiene 5 m de ancho y 4 metros de largo, con una profundidad de 2 m sus aguas son claras y muy refrescantes.

Los componentes del atractivo son los siguientes:

- Bosque Primario
- Fauna

a). Bosque Primario

Este bosque posee características singulares; como árboles de gran altura y diámetro, que parecen datar de más de cien años de edad. Los sandys , guabos, matapalos (*Ficus spp.*), copal, donsel son frecuentemente encontrados, de la misma forma podemos observar maderas duras como son, chuncho, cedro, cabo de hacha, abio, huambula, laurel de montaña, ahuano, tamburo, además una gran variedad de especies de las familias Arecacea (palmas), Melastomatacea, Orquideacea, Bromeliacea, etc.

Imagen N° 11 Bosque Primario Cajabamba



Foto: Bosque Primario Cajabamba Fuente: PDyOT San José

b). Fauna Silvestre

Aquí se puede avistar; pavas de monte, perdices, loras de cabeza azul (*Pionusmenstruus*) mariposas del género *Morpho*, mamíferos como; tigrillo (*Felispardalis*), sahino (*Tayassupehari*), venado (*Mazamarufina*), armadillo (*Dasypusnovemcinctus*), guanta (*Agouti paca*), guatusa (*Dasyprocta fuliginosa*), raposa (*Didelphiomorphia*), reptiles; boa, pitalala, motolo, además se puede observar con facilidad la avifauna del dosel.

Imagen N° 12Lepidóptero



Foto: Lepidóptero Fuente: PDyOT San José

3). POSIBLES ACTIVIDADES TURÍSTICAS.

- Caminatas - Tracking por el Bosque
- Fotografía de todos sus recursos ecoturísticos.
- Fotografía y observación de especies de flora y fauna.
- Pesca deportiva
- Pic-nic y Camping.
- Tours científicos, naturales, culturales y de aventura.
- Baño

Atractivo 4 Cascada Llandia Chico

CATEGORÍA: Natural. TIPO: Río. SUBTIPO: Cascada

Imagen N° 13Cascada Llandia Chico



Foto: Cascada Llandia Chico Fuente: PDyOT San José

1). UBICACIÓN GEOGRÁFICA

La cascada de Llandia Chico se encuentra ubicada en la parroquia San José en la vía Puyo – Tena Km 25 localizada en las siguientes coordenadas: 1° 20' 34" S y 77° 57' 00" W, a una altitud de 917 m.s.n.m.

2). COMPONENTES DEL ATRACTIVO.

El ingreso a la cascada es por un carretero de tercer orden que tiene una distancia de 2.5 Km. para luego continuar por un sendero empalizado de 1 Km a una altitud de 991 m.s.n.m, para luego descender por un bosque primario que se prolonga al río Llandia el cual recoge las aguas del Llandia Chico. En este recorrido se puede apreciar la presencia de varias cascadas que se proyectan desde las partes altas del bosque que se abre paso a cada lado del río conjugando sus gigantes árboles con grandes encañonados de roca intrusiva, que están forradas por una variedad de epífitas, y lianas para ir a depositar sus cristalinas y frescas aguas en el Llandia Chico, fomentando su caudal a lo largo de su trayecto.

La cascada tiene una altura de 30 m aproximadamente, la peña es de color gris, formada por rocas intrusivas y sedimentarias el ancho de la caída es 3 m, y a sus lados se puede observar la presencia de epífitas, el lecho tiene 5 m de ancho y 4 m de largo, con una profundidad de 2 m sus aguas son claras y muy refrescantes.

En su entorno se puede apreciar un encañonado que se encuentra cubierto por abundante vegetación típica del lugar, en el cual se albergan diferentes tipos de especies de flora y fauna.

Los componentes del atractivo son los siguientes:

- Cascada Sacha Yacu
- Cascada Runa Yacu
- Bosque Primario

a). Cascada Sacha Yacu

Esta cascada se ubica en la ribera derecha del río Llandia Chico , a 500 m de la desembocadura del mismo en el Llandia, localizada en las coordenadas 1° 20' 14" S y 77° 56' 35" W, a una altitud de 872 m.s.n.m . Este atractivo tiene una altura de 100 m , el ancho de su caída es 2 m, la peña es de color gris, y a sus lados se observan epífitas, el lecho tiene un ancho de 3 m y de largo 2 m, con una profundidad de 1 m, y sus aguas son cristalinas.

Imagen N° 14 Cascada Sacha Yacu

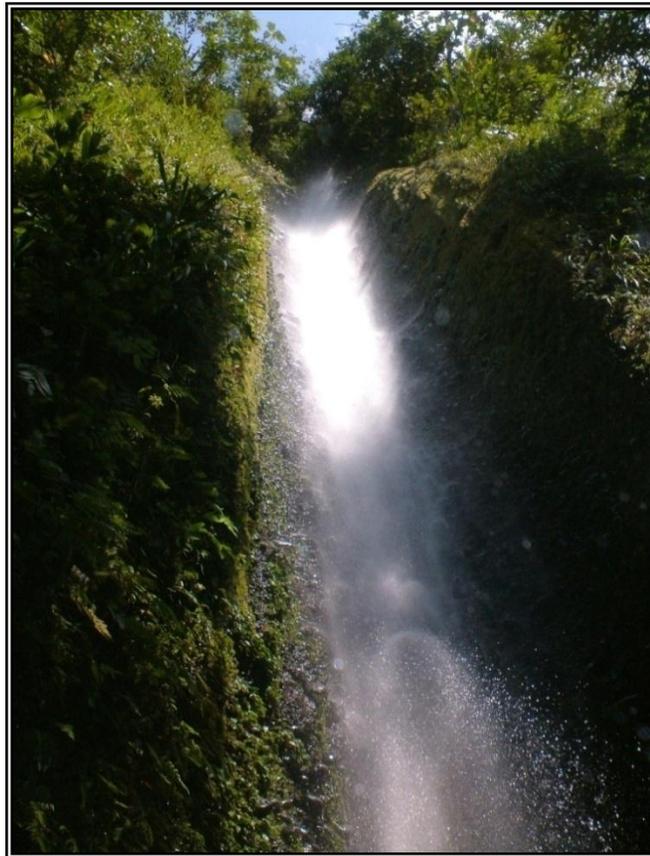


Foto: Cascada Sacha Yacu Fuente: PDyOT San José

b). Cascada Runa Yacu

Localizada en las coordenadas 1° 20' 26" S y 77° 56' 53" W, a una altitud de 905 m.s.n.m, en la ribera derecha del río Llandia Chico. Tiene una altura de 60 m, su lecho es poco profundo, sus aguas son cristalinas y se puede admirar el fondo del mismo, se encuentra dominada por una exuberante vegetación que le da un tinte mágico y encantador.

Imagen N° 15Cascada Runa Yacu

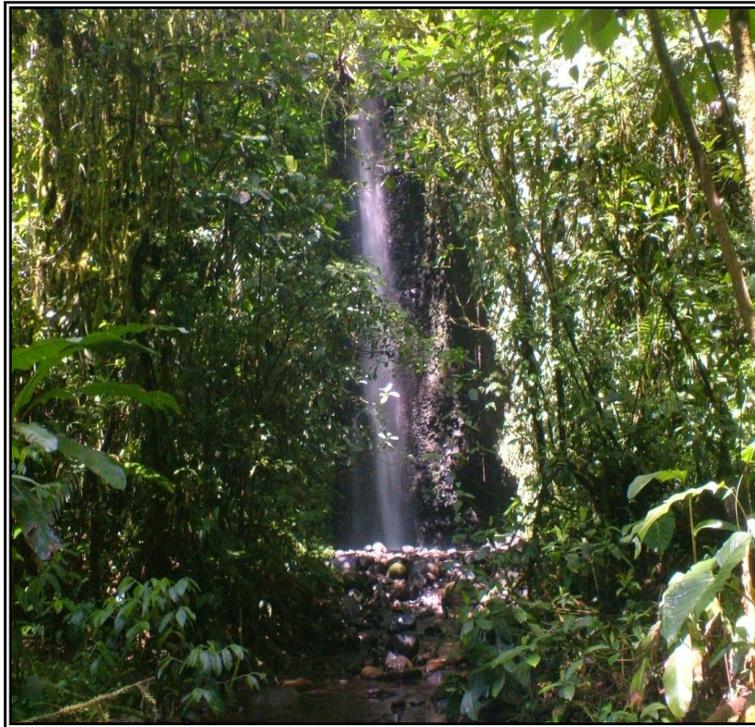


Foto: Cascada Runa Yacu Fuente: PDyOT San José

c). Bosque Primario

Este bosque se sitúa a cada lado del río posee; árboles de gran altura y diámetro, los mismos que se encuentran adornados con abundante cantidad de epífitas y lianas, además se puede avistar aves en el dosel de los árboles, como también diversidad de insectos y fauna silvestre.

3). POSIBLES ACTIVIDADES TURÍSTICAS.

- Caminatas - Tracking por el Bosque y riberas del Río
- Fotografía de todos sus recursos ecoturísticos.
- Fotografía y observación de especies de flora y fauna.
- Pesca deportiva
- Picnic
- Tours de aventura.
- Baño

Atractivo 5 Cascada Sancarajuno

CATEGORÍA: Natural. TIPO: Río. SUBTIPO: Cascada

Imagen N° 16Cascada Sancarajuno



Foto: Cascada Sancarajuno Fuente: PDyOT San José

1). UBICACIÓN GEOGRÁFICA

La cascada Sancarajuno se encuentra ubicada en la comunidad Cajabamba 2 a 15.3 km desde la cabecera cantonal por un carretero de tercer orden, en las siguientes coordenadas: 1° 19' 15" S y 77° 49' 57" W, a una altitud de 831 m.s.n.m.

2). COMPONENTES DEL ATRACTIVO.

El ingreso a la cascada es por una senda que conduce a las cabañas ecológicas Sacha Runa Kausay, desde las cuales se continúa por un sendero que se abre paso por un bosque secundario, para luego arribar a un bosque primario, desde donde se puede divisar este encantador y maravilloso atractivo, que se encuentra envuelta entre niebla y una densa alfombra verde. La distancia recorrida a pie tiene una duración de 60 minutos en los cuales se puede observar variedad de aves, epífitas, y monos como los chichicos.

La cascada tiene una altura de 40 m aproximadamente, la peña es de color gris, formada por rocas intrusivas y sedimentarias el ancho de la caída es 3 m, y a sus lados se puede observar la presencia de epífitas, el lecho tiene 15 m de ancho y 10 m de largo, sus aguas son profundas, claras y muy frías.

En su entorno se puede apreciar un bosque primario que se encuentra cubierto por abundante vegetación típica del lugar, en el cual se albergan diferentes tipos de especies de flora y fauna.

Los componentes del atractivo son los siguientes:

- Bosque Primario
- Río Sancarajuno
- Fauna Silvestre

a). Bosque Primario

Este bosque se sitúa a en las siguientes coordenadas: 1° 19' 18" S y 77° 49' 58" W y a una altitud de 838 m.s.n.m, está compuesto por centenarios árboles de gran altura y diámetro, aquí se puede observar especies maderables importantes y de invaluable valor ecológico, los mismos que se encuentran adornados con abundante cantidad de epífitas y lianas, además se puede avistar aves en el dosel de los árboles, como también diversidad de insectos, mariposas y fauna silvestre.

Imagen N° 17Bosque Primario Cajabamba

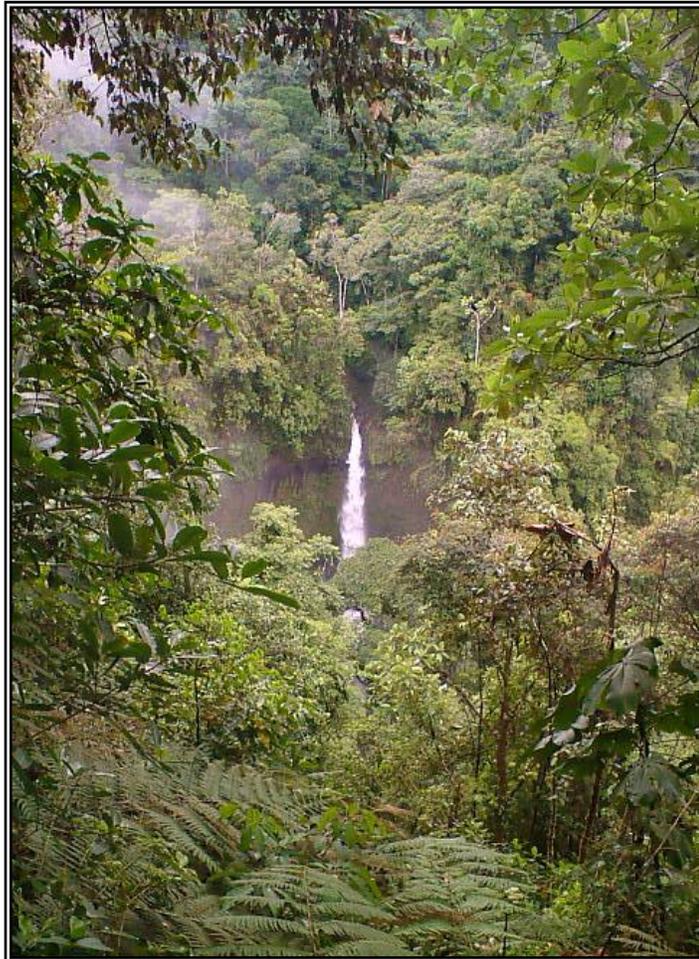


Foto: Bosque primario Sancarajuno Fuente: PDyOT San José

b). Río Sancarajuno

El río Sancarajuno se encuentra localizado en las siguientes coordenadas: 1° 19' 19" S y 77°49' 50" W, a una altitud de 830 m.s.n.m., las aguas de este río son cristalinas, el lecho está formado por piedras vistosa de canto rodado, poco caudaloso, a los lados de su curso se puede apreciar cómo se abre paso en el trayecto aguas abajo un bosque ribereño compuesto por especies arbustivas de la familia Fabaceae, además se puede observar epífitas y heliconias En este río podemos encontrar especies como la carachama (*Chaetostoma*Sp.), churupindos, pangoras (cangrejo de río) y camarones, etc.

Imagen N° 18Río Sancarajuno

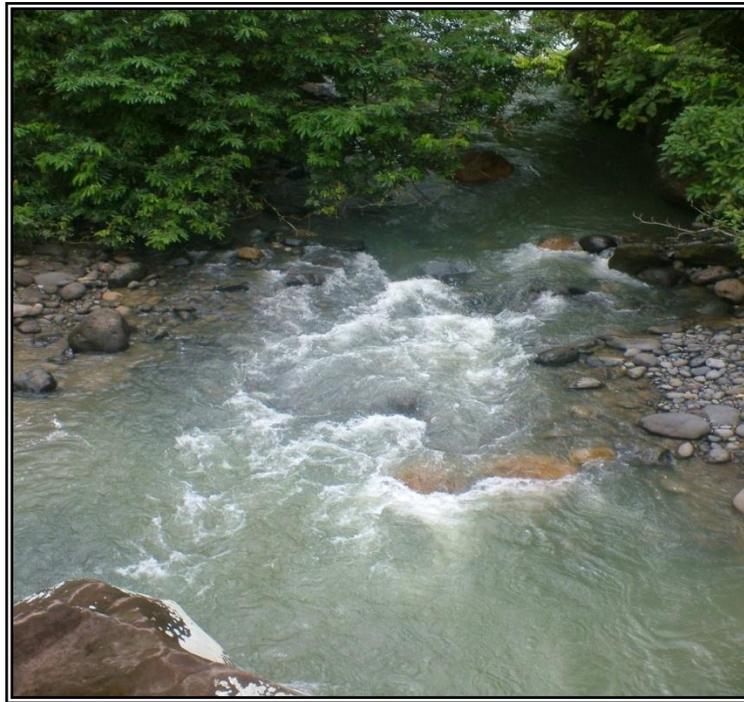


Foto: Río Sabcarajuno Fuente: PDyOT San José

c). Fauna Silvestre

Aquí se puede avistar; pavas de monte, perdices, loras de cabeza azul (*Pionusmenstruus*), cutupacchus, tórtolas (*Columbidae*), tangaras

(Traupidae), colibríes (Trochilidae), águilas, mariposas del género Morpho, mamíferos como; tigrillo (Felispardalis), sahino (Tayassupehari), venado (Mazamarufina), armadillo (Dasypusnovemcinctus), guanta (Agouti paca), guatusa (Dasiprocta fuliginosa), raposa (Marmosa robinsonii), reptiles; boa, pitalala, chonta y motolo, etc.

Imagen N° 19 Mono Machín



Foto: Mono Machin Fuente: PDyOT San José

3). POSIBLES ACTIVIDADES TURÍSTICAS.

- Caminatas - Tracking por el Bosque y riberas del Río.
- Fotografía de todos sus recursos ecoturísticos.
- Fotografía y observación de especies de flora y fauna.
- Pesca deportiva.
- Picnic y Camping
- Tours de aventura.
- Baño.
- Investigación biológica.

Para efectos de estudio y aprovechamiento de los atractivos turísticos en la propuesta de paquetes turísticos para la implementación del turismo vivencial en la comunidad “La Mariscal” y “Palma Roja” se ha considerado los siguientes atractivos turísticos como los más importantes:

- Cascada de Llandia.
- Cascada de Jatun Pacha.
- Cascada Calum-Calum.
- Cascada Llandia Chico.
- Cascada Sancarajuno.
- Bosques primarios alrededor de los atractivos naturales.
- Ríos y riachuelos.
- Flora y fauna típica de la amazonia ecuatoriana.

Por la existencia del potencial turístico mencionado, en especial por la cultura de la población de la comunidad “La Mariscal” y la colonia “Palma Roja” se identifica claramente la viabilidad en la implementación del turismo comunitario como una actividad socio-económica para las mencionadas comunidades.

4.1.2 Recursos existentes en la comunidad “La Mariscal” y la colonia “Palma Roja”.

Para analizar los recursos existentes en la comunidad “La Mariscal” y la colonia “Palma Roja”, utilizamos diferentes herramientas para lograr los resultados obtenidos:

- a) Análisis “FODA”, la misma que sirve para identificar las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas.
- b) Encuestas a los pobladores de la comunidad “La Mariscal” y la colonia “Palma Roja”

4.1.1.2.1 Análisis “FODA”, identificación de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas.

Con las comunidades se trabajó en la identificación de las Fortalezas, Debilidades (que son factores internos), de las Oportunidades y Amenazas (que son factores externos) con relación a los elementos y ámbitos que establecen la realidad actual en el planteamiento para la implementación del turismo comunitario en las comunidades mencionadas.

Tabla N° 9 Análisis FODA

FACTORES INTERNOS		
ESCENARIOS	FORTALEZAS	DEBILIDADES
Gerencial	<ul style="list-style-type: none"> *Buena relación con el Ministerio de turismo *Tener convenios con agencias de viajes *Tener personal que desea administrar la actividad turística 	Bajo conocimiento en temas de turismo para la buena administración del turismo vivencial
Producto o Servicio	<ul style="list-style-type: none"> *Comunidades organizadas para trabajar en turismo comunitario *Alto interés en proyectos socio productivos *Interés en la recuperación de la cultura en las comunidades *Las comunidades poseen su cultura *La comunidad "La Mariscal" posee su cultura como mestizos *La colonia "Palma Roja" posee su cultura como quichuas *Las mujeres de la comunidades poseen capacidades en elaboración de artesanías *Existe potencial turístico en las comunidades *Conocimiento en prácticas de agricultura 	Pérdida de valores culturales No se cuenta con un plan anual de fortalecimiento de capacidades
Mercado	<ul style="list-style-type: none"> *Incremento de turistas nacionales y extranjeros atraídos por la cultura de los pueblos amazónicos *Nuevas tendencias en productos 	

	<p>turísticos</p> <p>*Apertura de nuevos mercados</p> <p>*Segmentación de mercado definida</p>	
Investigación y Desarrollo	<p>*Programas de voluntariado que apoyan desde CEZA Centro</p> <p>*Ecológico Zanja Arajuno</p> <p>*Buenas relaciones para programas y actividades de investigación con CEZA</p>	<p>Inexistencia de fuentes de empleo</p> <p>La comunidad no cuenta con un manejo y tratamiento adecuado de desechos sólidos inorgánicos</p>
Finanzas	<p>*Alternativas de desarrollo socio económico para las comunidades</p>	<p>la comunidad con financiamiento propio para la implementación de la actividad turística</p>

FACTORES EXTERNOS		
ESCENARIOS	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Social	<p>*Buenas relaciones con los gobiernos locales</p> <p>*Transporte diario</p>	<p>Influencia de malas prácticas humanas</p> <p>Caminos de acceso inadecuados hacia los atractivos turísticos</p> <p>En la comunidad no disponen de servicios básicos como: teléfonos convencionales, alcantarillado, alumbrado público</p>
Político	<p>*Impulso a la actividad turística por parte del gobierno nacional</p> <p>*El MINTUR apoya a iniciativa de turismo comunitario y turismo vivencial (organización)</p> <p>*PLANDETUR 2020 (soporte técnico, capacitación y promoción).</p>	<p>Cambios en las políticas públicas en el ámbito turístico</p>
Económico	<p>*ONGs poseen interés para financiamiento de proyectos innovadores</p> <p>*Financiamiento de empresas petroleras para proyectos productivos</p> <p>*Promoción turística de alto nivel en el Ecuador y en el mundo</p>	<p>Bajos recursos económicos de los gobiernos locales</p> <p>Mala planificación en el desarrollo turístico</p>
Cultural	<p>*La provincia de Pastaza tiene gran riqueza cultural y natural</p> <p>*La concienciación de la riqueza y conservación de la cultura va en crecimiento</p>	<p>Pérdida de la cultura</p> <p>Influencia por parte de foráneos</p>

	*El Ecuador es un país pluricultural	
Ambiental	*Las leyes ambientales protegen a la naturaleza *El Estado trabaja por la conservación de los recursos naturales	Encontrarse en áreas cercanas de donde se explota petróleo Caza masiva de animales Desastres naturales y contaminación petrolera Desastres naturales

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Yadira Suárez

Análisis de los recursos y factibilidad operativa

Para identificar los recursos que se cuentan para la parte operativa en la implementación del turismo vivencial, se partió de una encuesta aplicada a al 100% de las familias de la comunidad “La Mariscal” y de igual manera a las familias de la colonia “Palma Roja”, los resultados obtenidos, se presentan a continuación.

4.1.1.2.2 Resultados de las encuestas realizadas a los/las representantes de las familias de la comunidad “La Mariscal”.

Pregunta N°1 Datos Generales

1.- Género de el/la representante de la familia encuestadas en la comunidad “La Mariscal”

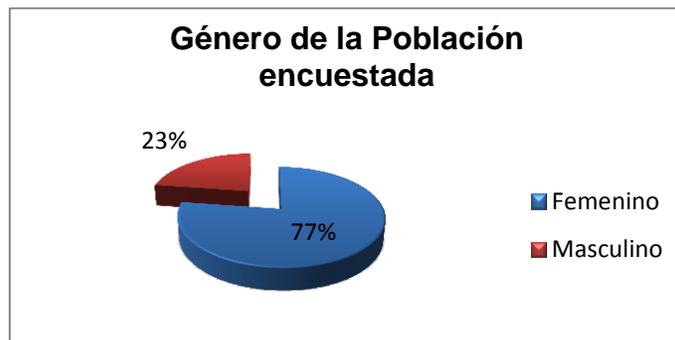
Tabla N° 10 Género de la Población encuestada.

GÉNERO	CASOS	PORCENTAJE
FEMENINO	17	77
MASCULINO	5	23
Total	22	100

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Yadira Suárez

Gráfico N° 3 Género de la Población encuestada.



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Yadira Suárez

Análisis e Interpretación:

De las encuestas realizadas en la Comunidad “La Mariscal”, se nota claramente que predomina el género femenino con un 77% y el género masculino con un porcentaje menor del 23%, la ausencia del representante familiar de género masculino se debe a que muchos de ellos deben salir a trabajar en el campo y/o en la ciudad.

Pregunta N°2 Datos Generales

2.- Edad de el/la representante de la familia encuestada en la Comunidad “La Mariscal”.

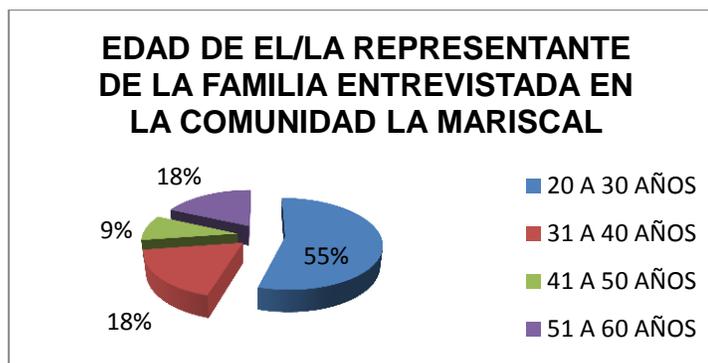
Tabla N° 11 Edad de la Población encuestada.

RANGOS DE EDAD	CASOS	PORCENTAJE
20 A 30 AÑOS	12	55
31 A 40 AÑOS	4	18
41 A 50 AÑOS	2	9
51 A 60 AÑOS	4	18
Total	22	100

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Yadira Suárez

Gráfico N° 4 Edad de la Población encuestada.



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Yadira Suárez

Análisis e Interpretación:

En los rangos de edad de los/las encuestados/as se identifica que el rango de edad entre 20 a 30 años representa un 55%, el rango de edad entre 31 y 40 años es del 18%, el rango de edad entre 41 y 50 años es el 9% y el último rango de edad entre 51 y 60 años representa el 18% por lo que predomina los jóvenes frente a las edades más avanzadas.

Pregunta N°3 Datos Generales

3.- Estado civil de el/la representante de la familia encuestada en la Comunidad “La Mariscal”

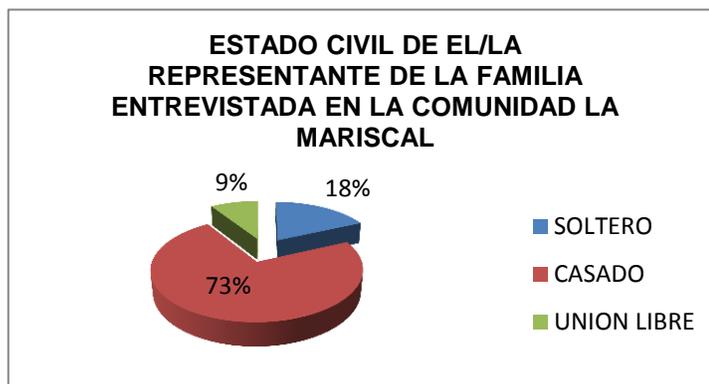
Tabla N° 12 Estado civil de la Población encuestada.

ESTADO CIVIL	CASOS	PORCENTAJE
SOLTERO	4	18
CASADO	16	73
UNIÓN LIBRE	2	9
Total	22	100

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Yadira Suárez

Gráfico N° 5 Estado civil de la Población encuestada.



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Yadira Suárez

Análisis e Interpretación:

El estado civil de la población encuestada se divide en los siguientes porcentajes: 18% solteros, 73% casados y el 9% restante corresponde al estado “unión libre”. Se identifica el mayor porcentaje que son casados, frente a un mínimo de jefes de solteros y en unión libre.

Pregunta N°4 Datos Generales

4.- Nivel de educación de el/la representante de la familia encuestada en la comunidad "La Mariscal"

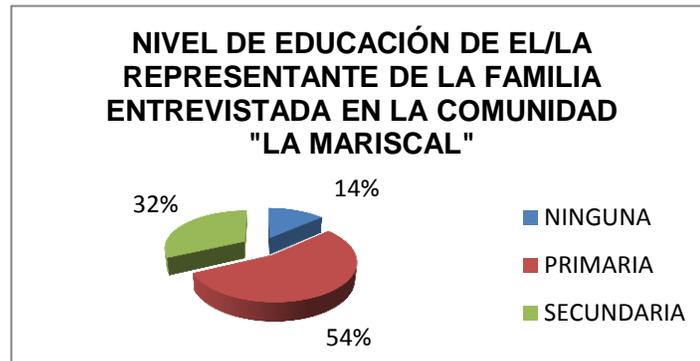
Tabla N° 13 Nivel de educación de la Población encuestada.

NIVEL DE EDUCACIÓN	CASOS	PORCENTAJE
NINGUNA	3	14
PRIMARIA	12	54
SECUNDARIA	7	32
Total	22	100

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Yadira Suárez

Gráfico N° 6 Nivel de educación de la Población encuestada



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Yadira Suárez

Análisis e Interpretación:

El nivel de educación de la población encuestada corresponde al 54% en el nivel primario, el 32% en el nivel secundario y la población que no ha accedido a la educación a un 14%. Estos datos muestran el nivel de educación es muy bajo, el nivel secundario es mínimo y la mayor parte tienen estudiado sólo hasta la primaria.

Pregunta N°5 Condiciones de la Vivienda

5.- Número de cuartos en la vivienda de la familia en la comunidad “La Mariscal”

Tabla N° 14 Cuartos existentes en la vivienda de la Población encuestada

NÚMERO DE CUARTOS DE LA VIVIENDA	CASOS	PORCENTAJE
1 A DOS HABITACIONES	8	37
3 A 4 HABITACIONES	8	36
5 A 6 HABITACIONES	2	9
7 A 8 HABITACIONES	4	18
Total	22	100

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Yadira Suárez

Gráfico N° 7 Cuartos existentes en la vivienda de la Población encuestada



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Yadira Suárez

Análisis e Interpretación:

De acuerdo a las encuestas realizadas, el 37% de la población encuestada poseen de 1 a 2 cuartos, el 36% poseen de 3 a 4 cuartos; mientras que el 18% tiene de 7 a 8 cuartos y en un menor porcentaje del 9% poseen de 5 a 6 cuartos. Este número de cuartos incluyendo a las familias que actualmente ya se dedican al turismo comunitario por convenio con “CEZA”.

Pregunta N°6 Condiciones de la Vivienda

6.- Tipo de material de la vivienda de la familia en la comunidad “La Mariscal”

Tabla N° 15 Tipo de material de la vivienda de la Población encuestada

TIPO DE MATERIAL DE LA VIVIENDA	CASOS	PORCENTAJE
BLOQUE	16	73
LADRILLO	5	23
MADERA	1	4
Total	22	100

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Yadira Suárez

Gráfico N° 8 Tipo de material de la vivienda de la Población encuestada



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Yadira Suárez

Análisis e Interpretación:

El tipo de material de la vivienda se divide en tres: bloque con un 73%, siendo el más representativo; en segundo lugar el ladrillo con un 23% y en tercer lugar en madera el 4%. Es importante resaltar que, al ser una población netamente de colonos, el material de vivienda es predominante el bloque.

Pregunta N°7 Condiciones de la Vivienda

7.- Tipo de piso de la vivienda de la familia en la comunidad “La Mariscal”

Tabla N° 16 Tipo de piso de la vivienda de la Población encuestada

TIPO DE PISO DE LA VIVIENDA	CASOS	PORCENTAJE
MADERA	7	31.8
CEMENTO	7	31.8
CERÁMICA	8	36.4
Total	22	100

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Yadira Suárez

Gráfico N° 9 Tipo de piso de la vivienda de la Población encuestada



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Yadira Suárez

Análisis e Interpretación:

El tipo de material de la vivienda se divide en tres: bloque con un 73%, siendo el más representativo; en segundo lugar el ladrillo con un 23% y en tercer lugar en madera el 4%. De igual manera, la población de la comunidad “La Mariscal” tiene las características de colonización y por ende se identifica que el bloque es el material utilizado en el piso en primer lugar.

Pregunta N°8 Condiciones de la Vivienda

8.- Tipo de techo de la vivienda de la familia en la comunidad “La Mariscal”

Tabla N° 17 Tipo techo de la vivienda de la Población encuestada

TIPO DE TECHO DE LA VIVIENDA	CASOS	PORCENTAJE
LOSA	10	45
OTROS (DURA TECHO)	12	54
Total	22	100

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Yadirá Suárez

Gráfico N° 10 Tipo techo de la vivienda de la Población encuestada



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Yadirá Suárez

Análisis e Interpretación:

El tipo de material del techo de la vivienda se divide en dos: siendo el más representativo la losa 45% y en segundo lugar el techo con material denominado “dura techo” con un 55%.

Pregunta N°9 Condiciones de la Vivienda

9.- Tipo de servicio sanitario de la vivienda de la familia en la comunidad "La Mariscal"

Tabla N° 18 Tipo servicio sanitario de la vivienda de la Población encuestada

TIPO DE SERVICIO SANITARIO QUE POSEE LA VIVIENDA	CASOS	PORCENTAJE
SERVICIO HIGIÉNICO	22	100
OTROS	0	0

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Yadira Suárez

Gráfico N° 11 Tipo servicio sanitario de la vivienda de la Población encuestada



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Yadira Suárez

Análisis e Interpretación:

El servicio sanitario de la población encuestada corresponde a que el 100% posee servicio higiénico, mientras que otros tipos de servicio sanitario no lo tienen. Esto determina un elemento importante dentro de los servicios básicos que muchos turistas demandan, aunque no es predominante, ya que dentro de las características propias de la población es la utilización de otros servicios sanitarios que sean amigables al ambiente y a su propia idiosincrasia.

Pregunta N°10 Actividades productivas

10.- Principales actividades productivas en la comunidad “La Mariscal”

Tabla N° 19 Actividades productivas de la Población encuestada

PRINCIPALES ACTIVIDADES PRODUCTIVAS	CASOS	PORCENTAJE
AGRICULTURA	17	77
TURISMO	5	23
Total	22	100

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Yadira Suárez

Gráfico N° 12 Actividades productivas de la Población encuestada



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Yadira Suárez

Análisis e Interpretación:

En las principales actividades productivas el 77% se dedica a la agricultura, mientras que el 23% se dedica al turismo. En la comunidad “La Mariscal”, ya se trabaja con actividades de turismo vivencial, ya que CEZA trabaja en coordinación con el mencionado 23% de la población de la comunidad “La Mariscal” para que dichas familias reciban a turistas especialmente extranjeros en sus hogares para tener una experiencia vivencial con las familias de la amazonia.

Pregunta N°11 Otros ingresos

11.- Otras actividades que generan ingresos económicos en las familias en la comunidad “La Mariscal”

Tabla N° 20 Otras actividades productivas de la Población encuestada

OTRAS ACTIVIDADES QUE LE GENERAN INGRESOS	CASOS	PORCENTAJE
EMPLEADO	1	4,5
BONO SOLIDARIO	14	63,6
NO TIENE	7	32
Total	22	100

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Yadira Suárez

Gráfico N° 13 Otras actividades productivas de la Población encuestada



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Yadira Suárez

Análisis e Interpretación:

En la población encuestada las otras actividades que generan ingresos económicos son: como empleados el 4%, bono solidario 64% y por último el 32% no tiene otros ingresos.

Pregunta N°12 Capacitación

12.- Ha sido beneficiario/a de alguna capacitación el año anterior

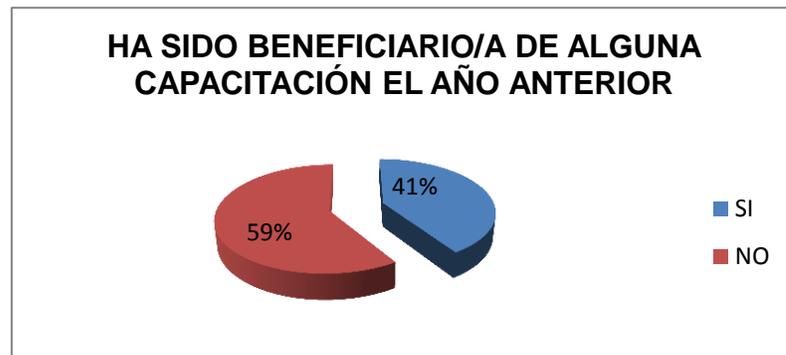
Tabla N° 21 Capacitación el año anterior en la Población encuestada

SE HA BENEFICIADO DE CAPACITACIONES EL AÑO ANTERIOR	CASOS	PORCENTAJE
SI	9	40,9
NO	13	59,1
Total	22	100

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Yadira Suárez

Gráfico N° 14 Capacitación el año anterior en la Población encuestada



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Yadira Suárez

Análisis e Interpretación:

La población encuestada responde el 41% si ha sido beneficiario/a de alguna capacitación el año anterior, el 59% no ha sido beneficiario/a. El porcentaje casi alcanza a la mitad, pero en realidad es mínimo, porque la capacitación debe llegar a todos/as, ya que es uno de los pilares de la gestión y del desarrollo de una localidad.

Pregunta N°13 Capacitación

13.- Quienes respondieron “Sí” se capacitaron en los siguientes temas:

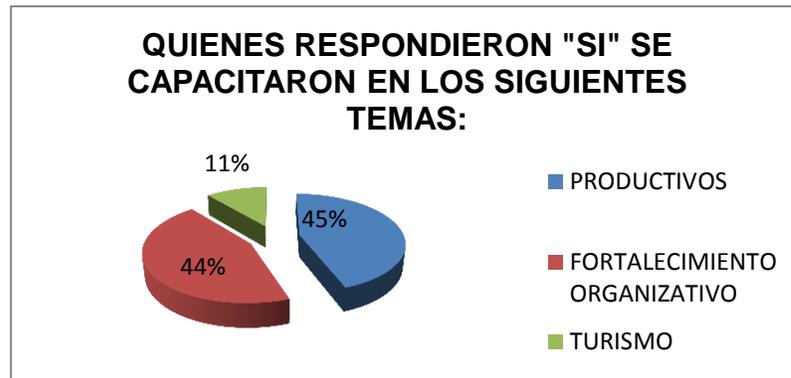
Tabla N° 22 Quienes respondieron “Sí” en la Población encuestada

TEMAS DE CAPACITACIÓN	CASOS	PORCENTAJE
PRODUCTIVOS	10	45
FORTALECIMIENTO ORGANIZATIVO	9	44
TURISMO	3	11
Total	22	100

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Yadira Suárez

Gráfico N° 15 Quienes respondieron “Sí” en la Población encuestada



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Yadira Suárez

Análisis e Interpretación:

De la población encuestada que respondió “Sí” ha recibido capacitación el año anterior, los temas recibidos se dividen de la siguiente manera: el 45% respondió en temas productivos, el 44% en fortalecimiento organizativo y por último el 11% en temas de turismo., del 41% que se habían capacitado el año anterior, solamente 1 persona se ha capacitado en temas de turismo, es importante que la capacitación llegue a todos/as, ya que es un pilar importante del desarrollo social y económico de una población.

Pregunta N°14 Participación en la comunidad

14.- Como califica su participación en la comunidad “La Mariscal”

Tabla N° 23 Calificación de la participación dentro de la comunidad de la Población encuestada

SU PARTICIPACIÓN ES:	CASOS	PORCENTAJE
BUENA	10	45,5
ACEPTABLE	6	27,3
REGULAR	6	27,3
Total	22	100

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Yadira Suárez

Gráfico N° 16 Calificación de la participación dentro de la comunidad de la Población encuestada



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Yadira Suárez

Análisis e Interpretación:

De la población encuestada, autocalifica que su participación en la comunidad es buena en un 46%, el 27% dice que es aceptable y el 27% regular. Es importante resaltar que casi la mitad de la población de la Comunidad “La Mariscal” participa en actividades de la misma, aunque el porcentaje debería ser mayor para lograr mejores resultados en los emprendimientos socio organizativos y especialmente en la implementación de turismo vivencial.

Pregunta N°15 Interés acerca de trabajar en turismo vivencial en la comunidad.

15.- Cree usted que realizar actividades de turismo le ayudará a mejorar sus ingresos económicos en la comunidad “La Mariscal”.

Tabla N° 24 La Población encuestada cree que el turismo va a mejorar sus ingresos económicos

EL TURISMO MEJORARÍA SUS INGRESOS ECONÓMICOS	CASOS	PORCENTAJE
SI	22	100
NO	0	0
Total	22	100

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Yadira Suárez

Gráfico N° 17 La Población encuestada cree que el turismo va a mejorar sus ingresos económicos



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Yadira Suárez

Análisis e Interpretación:

De la población encuestada el 100% cree que realizar actividades de turismo sí le ayudará a mejorar sus ingresos económicos. A pesar que no toda la población está trabajando en turismo vivencial, el 100% está totalmente seguro que dedicarse a esta actividad sí ayudará al mejoramiento de los ingresos económicos.

Pregunta N°16 Interés acerca de trabajar en turismo vivencial en la comunidad.

16.- Cree usted que su comunidad tiene potencial turístico.

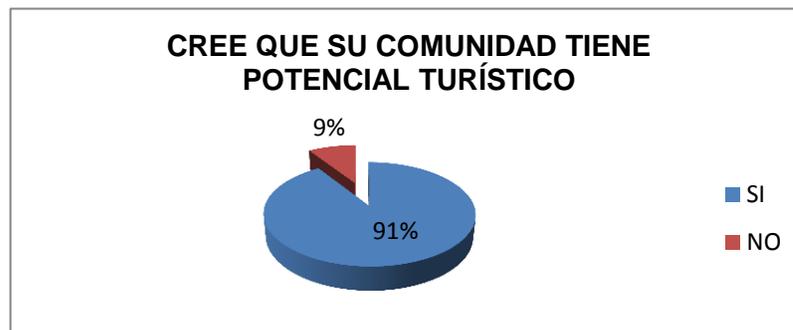
Tabla N° 25 La población encuestada cree que su comunidad tiene potencial turístico

SU COMUNIDAD TIENE POTENCIAL TURÍSTICO	CASOS	PORCENTAJE
SI	20	91
NO	2	9
Total	22	100

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Yadirá Suárez

Gráfico N° 18 La población encuestada cree que su comunidad tiene potencial turístico.



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Yadirá Suárez

Análisis e Interpretación:

El 91% de la población encuestada cree que su comunidad tiene potencial turístico, mientras que solamente el 9% cree que no lo tiene. Esto representa un alto índice en creer que su comunidad al poseer potencial turístico, la implementación del turismo vivencial tiene bases, como son los atractivos turísticos.

Pregunta N°17 Interés acerca de trabajar en turismo vivencial en la comunidad.

17.- Le gustaría recibir capacitación en temas turísticos en la comunidad “La Mariscal”.

Tabla N° 26 La Población encuestada le gustaría recibir capacitación en temas turísticos.

LE GUSTARÍA RECIBIR CAPACITACIÓN	CASOS	PORCENTAJE
SI	22	100
NO	0	0
Total	22	100

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Yadira Suárez

Gráfico N° 19 La Población encuestada le gustaría recibir capacitación en temas turísticos



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Yadira Suárez

Análisis e Interpretación:

En la comunidad “La Mariscal” el 100% de la población encuestada responde que sí le gustaría recibir capacitaciones en temas turísticos, es importante realizar una comparación con los resultados anteriores, solamente 1 persona se había capacitado en temas de turismo, es prioritaria la capacitación en este ámbito para afianzar las actividades que se desarrollan actualmente en turismo vivencial y lograr que toda la comunidad trabaje organizadamente.

Pregunta N°18 Interés acerca de trabajar en turismo vivencial en la comunidad.

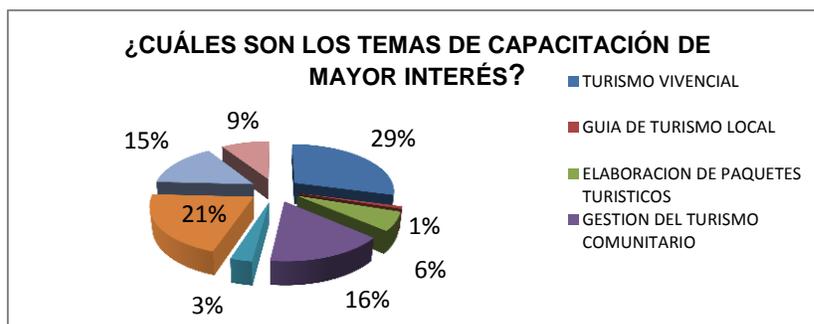
18.- En cuáles temas le gustaría capacitarse.

Tabla N° 27 ¿Cuáles son los temas de capacitación de mayor interés?

TEMAS DE CAPACITACIÓN	CASOS	PORCENTAJE
TURISMO VIVENCIAL	6	29
GUÍA DE TURISMO LOCAL	1	1
ELABORACIÓN DE PAQUETES TURÍSTICOS	1	6
GESTIÓN DEL TURISMO COMUNITARIO	3	16
ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA	1	3
GASTRONOMÍA	5	21
ELABORACIÓN DE ARTESANÍAS	3	15
DISEÑO Y CONSTRUCCIÓN DE SENDEROS	2	9
Total	22	100

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Yadira Suárez

Gráfico N° 20 Temas de capacitación que le gustaría a la población encuestada



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Yadira Suárez

Análisis e Interpretación:

De la población encuestada los temas de mayor interés para capacitarse, representa en un gran porcentaje que desean capacitarse en Turismo vivencial un 29%, el 1% como Guías de turismo local, el 6% en Elaboración de paquetes turísticos, el 16% en Gestión del turismo comunitario, el 3% en Administración turística, el 21% en Gastronomía, el 15% en Elaboración de artesanías y finalmente el 9% en Diseño y construcción de senderos.

Pregunta N°19 Interés acerca de trabajar en turismo vivencial en la comunidad.

19.- Le gustaría trabajar organizadamente con su comunidad en recibir turistas

Tabla N° 28 Le gustaría trabajar organizadamente con su comunidad en recibir turistas.

LE GUSTARÍA TRABAJAR ORGANIZADAMENTE CON SU COMUNIDAD EN RECIBIR TURISTAS	CASOS	PORCENTAJE
SI	22	100
NO	0	0
Total	22	100

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Yadira Suárez

Gráfico N° 21 Le gustaría trabajar organizadamente con su comunidad en recibir turistas.



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Yadira Suárez

Análisis e Interpretación:

El 100% de la población encuestada, le gustaría trabajar organizadamente en su comunidad en recibir turistas. La predisposición y el interés que tiene la población de la comunidad “La Mariscal” son muy importantes y es la base para que la actividad turística pueda desarrollarse, especialmente en el turismo vivencial, ya que requiere que la población esté organizada para que se obtengan excelentes resultados.

Pregunta N°20 Interés acerca de trabajar en turismo vivencial en la comunidad.

20.- En cuál papel le gustaría participar en la actividad turística dentro de su comunidad

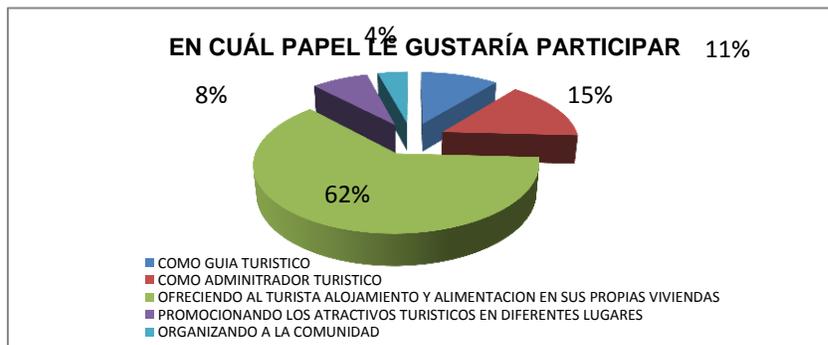
Tabla N° 29 Papel que le gustaría trabajar dentro de la comunidad a la población encuestada

PAPEL QUE LE GUSTARÍA PARTICIPAR	CASOS	PORCENTAJE
COMO GUÍA TURÍSTICO	2	11
COMO ADMINISTRADOR TURÍSTICO	3	15
OFRECIENDO AL TURISTA ALOJAMIENTO Y ALIMENTACIÓN EN SUS PROPIAS VIVIENDAS	13	62
PROMOCIONANDO LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS EN DIFERENTES LUGARES	2	8
ORGANIZANDO A LA COMUNIDAD	2	4
Total	22	100

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Yadira Suárez

Gráfico N° 22 Papel que le gustaría trabajar dentro de la comunidad a la población encuestada



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Yadira Suárez

Análisis e Interpretación:

De la población encuestada, al 11% le gustaría trabajar como guía turístico, al 15% le interesa trabajar como administrador turístico, al 62% le gustaría trabajar ofreciendo al turista los servicios de alojamiento y alimentación en sus propias viviendas (que es el predominante), al 8% le gustaría participar promocionando los atractivos turísticos de su comunidad en diferentes lugares y en último lugar con un 4% se encuentra la opción que les gustaría trabajar organizando a la comunidad en la actividad turística.

Pregunta N°21 Interés acerca de trabajar en turismo vivencial en la comunidad.

21.- Quienes deberían participar en el desarrollo de la actividad turística

Tabla N° 30 Quienes deberían participar en el desarrollo de la actividad turística

QUIENES DEBERÍAN PARTICIPAR EN LA ACTIVIDAD TURÍSTICA	CASOS	PORCENTAJE
TODOS LOS MIEMBROS DE L FAMILIA	22	100
OTROS	0	0
Total	22	100

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Yadira Suárez

Gráfico N° 23 Quienes deberían participar en el desarrollo de la actividad turística



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Yadira Suárez

Análisis e Interpretación:

El 100% de la población encuestada expresa que todos los miembros de la familia deberían participar en el desarrollo de la actividad turística en la comunidad "La Mariscal", esto se destaca dentro del proceso de trabajar en turismo vivencial, ya que la población comprende que la familia y su convivencia es el principal atractivo para la venida de turistas y por ende para la generación de ingresos económicos que benefician a todos los miembros de las familias.

Análisis:

Al identificar en primer lugar que el 100% de la población de la comunidad “La Mariscal” está dispuesto e interesado en participar en turismo vivencial de una manera organizada dentro de su comunidad, es declarado que es el pilar fundamental para el buen desarrollo de esta actividad turística, asimismo que el 100% de la población está de acuerdo en que todos los miembros de la familia deben participar en dicha actividad, muestra que la población ya tiene idea del papel que le gustaría protagonizar. Así es el caso de que una gran mayoría (62%) solamente participaría acogiendo a los visitantes en sus viviendas y compartiendo su cotidianidad y luego la población restante se divide en las que quieren trabajar como guías turísticos, como administradores de la gestión turística, como líderes comunitarios y otros promocionando la iniciativa de turismo vivencial en diferentes lugares.

Los recursos humanos existentes también se determinan relevantes siendo jefes de familia jóvenes en su mayoría, (55% se encuentra en el rango de edad entre los 20 y 30 años, el 18% entre los 31 a 40 años), estos serán sin duda alguna quienes encaminarán a la comunidad al éxito de la actividad turística por el alto porcentaje de participación de jóvenes. De igual manera la participación de la mujer se denota claramente, ya que representa el 77% de los/as jefes/as de familias y que son a quienes se han encuestado para conocer su grado de participación, interés y predisposición para la aplicación del turismo vivencial.

Para la buena gestión de la actividad turística es vital la formación de los actores, por lo tanto, se debe considerar un proceso de formación en turismo comunitario que abarque los temas de capacitación requeridos por los propios actores, que podemos mencionar (de mayor a menor interés): Turismo vivencial, gastronomía, gestión del turismo comunitario y elaboración de artesanías.

4.1.1.3 Análisis general de los resultados de las encuestas realizadas a los/las representantes de las familias de la colonia “Palma Roja”.

Pregunta N°1 Datos Generales

1.- Género de el/la representante de la familia encuestada en la comunidad “Palma Roja”

Tabla N° 31 Género de la Población encuestada.

GÉNERO	CASOS	PORCENTAJE
FEMENINO	3	37,5
MASCULINO	5	62,5
Total	8	100,0

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Yadira Suárez

Gráfico N° 24 Género de la Población encuestada.



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Yadira Suárez

Análisis e Interpretación:

De las encuestas realizadas en la Colonia “Palma Roja”, se nota claramente que predomina el género masculino en un 63% y el género femenino con un porcentaje menor del 37%. Siendo los jefes de familia de sexo masculino el que predomina en la colonia “Palma Roja”.

Pregunta N°2 Datos Generales

2.- Edad de el/la representante de la familia encuestada en la Colonia “Palma Roja”.

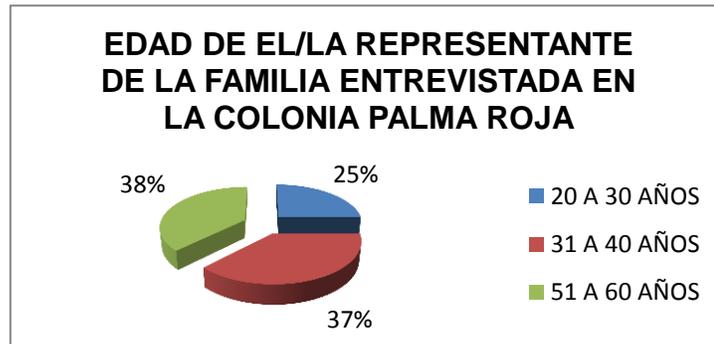
Tabla N° 32 Edad de la Población encuestada.

RANGOS DE EDAD	CASOS	PORCENTAJE
20 A 30 AÑOS	2	25,0
31 A 40 AÑOS	3	37,0
51 A 60 AÑOS	3	38,0
Total	8	100,0

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Yadira Suárez

Gráfico N° 25 Edad de la Población encuestada.



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Yadira Suárez

Análisis e Interpretación:

En los rangos de edad de los/las encuestados/as se identifica que el rango entre 20 a 30 años que representa un 25%, el rango de edad entre 31 y 40 años es del 37%, el rango de edad entre 51 y 60 años es el 38%. Notándose claramente que son jóvenes en su mayoría los/as jefes/as de hogar de la colonia “Palma Roja”.

Pregunta N°3 Datos Generales

3.- Estado civil de el/la representante de la familia encuestada en la Colonia “Palma Roja”

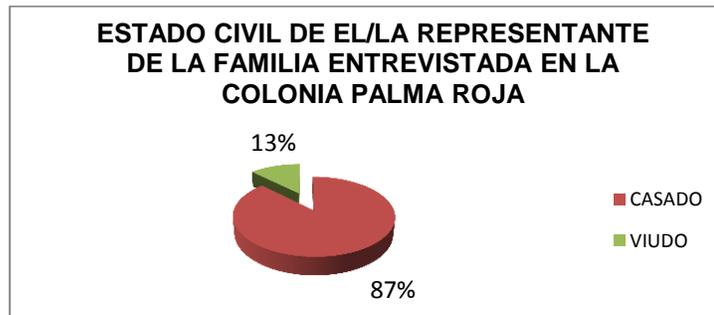
Tabla N° 33 Estado civil de la Población encuestada.

ESTADO CIVIL	CASOS	PORCENTAJE
CASADO	7	87,5
VIUDO	1	12,5
Total	8	100

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Yadira Suárez

Gráfico N° 26 Estado civil de la Población encuestada.



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Yadira Suárez

Análisis e Interpretación:

De la población encuestada el 87% corresponde a casados y el 13% que representa solamente 1 caso es viudo. Se identifica que la gran mayoría de las familias los/las jefes/as de hogar son casados.

Pregunta N°4 Datos Generales

4.- Nivel de educación de el/la representante de la familia encuestada en la Colonia “Palma Roja”

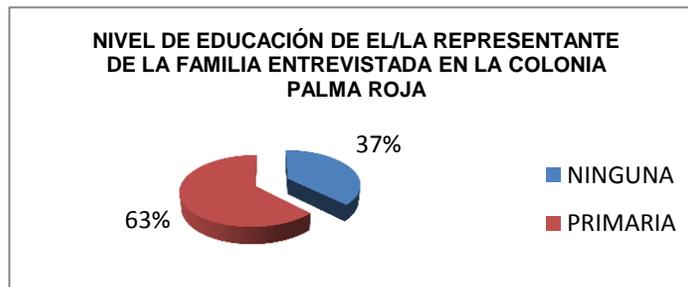
Tabla N° 34 Nivel de educación de la Población encuestada.

NIVEL DE EDUCACIÓN	CASOS	PORCENTAJE
NINGUNA	3	37,5
PRIMARIA	5	62,5
Total	8	100,0

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Yadira Suárez

Gráfico N° 27 Nivel de educación de la Población encuestada



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Yadira Suárez

Análisis e Interpretación:

El nivel de educación de la población encuestada corresponde al 63% en el nivel primario y el 37% ninguno. Es bajo el índice de las oportunidades de estudio para que la población se mantenga solamente con un nivel de educación primaria y el caso extremo que el 37% no ha accedido a estudios por lo menos del nivel primario.

Pregunta N°5 Condiciones de la Vivienda

5.- Número de cuartos en la vivienda de la familia en la Colonia “Palma Roja”

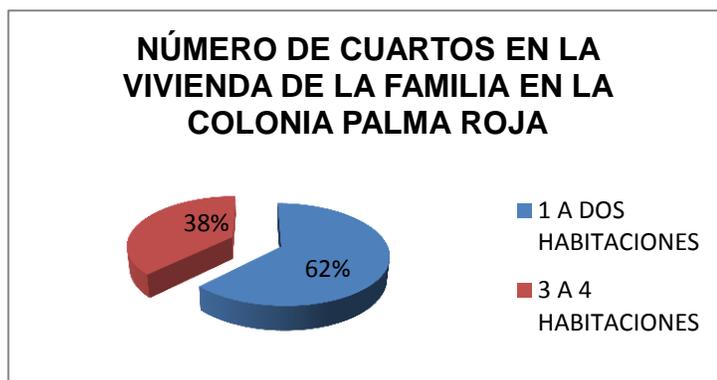
Tabla N° 35 Cuartos existentes en la vivienda de la Población encuestada

NÚMERO DE CUARTOS DE LA VIVIENDA	CASOS	PORCENTAJE
1 A DOS HABITACIONES	5	62,5
3 A 4 HABITACIONES	3	37,5
Total	8	100,0

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Yadira Suárez

Gráfico N° 28 existentes en la vivienda de la Población encuestada



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Yadira Suárez

Análisis e Interpretación:

De acuerdo a las encuestas realizadas, el 62% de la población encuestada poseen de 1 a 2 habitaciones, el 38% poseen de 3 a 4 habitaciones. Se nota claramente que no se cuenta con habitaciones adicionales para la acogida de visitantes en sus propias viviendas.

Pregunta N°6 Condiciones de la Vivienda

6.- Tipo de material de la vivienda de la familia en la Colonia “Palma Roja”

Tabla N° 36 Tipo de material de la vivienda de la Población encuestada

TIPO DE MATERIAL DE LA VIVIENDA	CASOS	PORCENTAJE
MADERA	8	100
OTROS MATERIALES	0	0
Total	8	100

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Yadira Suárez

Gráfico N° 29 Tipo de material de la vivienda de la Población encuestada



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Yadira Suárez

Análisis e Interpretación:

El 100% de la población encuestada responde que el tipo de material de su vivienda es madera. El material determinante es la madera, material representativo de la amazonia conseguida en su propio entorno.

Pregunta N°7 Condiciones de la Vivienda

7.- Tipo de piso de la vivienda de la familia en la Colonia “Palma Roja”

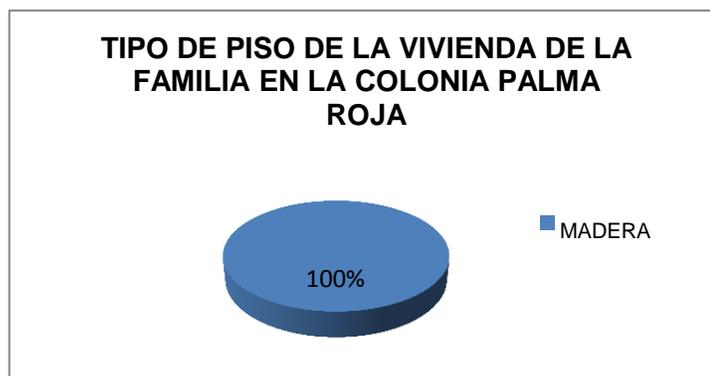
Tabla N° 37 Tipo piso de la vivienda de la Población encuestada

TIPO DE PISO DE LA VIVIENDA	CASOS	PORCENTAJE
MADERA	8	100
OTROS MATERIALES	0	0
Total	8	100

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Yadira Suárez

Gráfico N° 30 Tipo piso de la vivienda de la Población encuestada



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Yadira Suárez

Análisis e Interpretación:

El 100% de la población encuesta responde que el tipo de material del piso de su vivienda es madera. Igual que en los resultados anteriores, piso y estructura de la vivienda es de madera.

Pregunta N°8 Condiciones de la Vivienda

8.- Tipo de techo de la vivienda de la familia en la Colonia “Palma Roja”

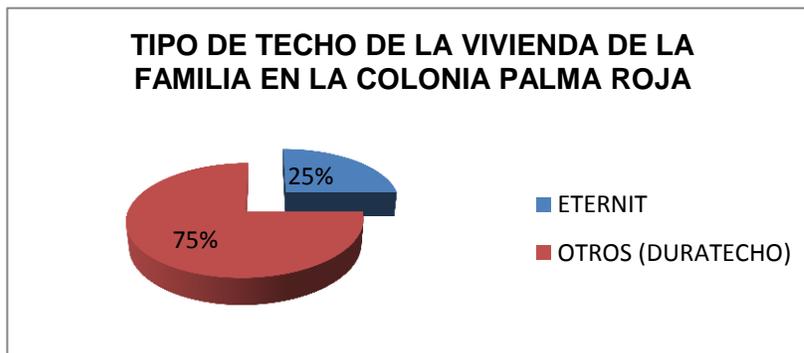
Tabla N° 38 Tipo techo de la vivienda de la Población encuestada

TIPO DE TECHO DE LA VIVIENDA	CASOS	PORCENTAJE
ETERNIT	2	25
OTROS (DURA TECHO)	6	75
Total	8	100

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Yadira Suárez

Gráfico N° 31 Tipo techo de la vivienda de la Población encuestada



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Yadira Suárez

Análisis e Interpretación:

De la población encuestada el tipo de material para el techo de su vivienda es el 25% de eternit y el 75% es “otros materiales”, especificando (DURATECHO). Se resalta que la mayor parte de las familias de la colonia “Palma Roja” posee este tipo de material en el techo de sus viviendas.

Pregunta N°9 Condiciones de la Vivienda

9.- Tipo de servicio sanitario de la vivienda de la familia en la Colonia “Palma Roja”

Tabla N° 39 Tipo servicio sanitario de la vivienda de la Población encuestada

TIPO DE SERVICIO SANITARIO QUE POSEE LA VIVIENDA	CASOS	PORCENTAJE
TIENE SERVICIO SANITARIO	0	0
NO TIENE SERVICIO SANITARIO	8	100
Total	8	100

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Yadirá Suárez

Gráfico N° 32 Tipo servicio sanitario de la vivienda de la Población encuestada



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Yadirá Suárez

Análisis e Interpretación:

De la población encuesta el 100% de la comunidad no tiene ningún tipo de servicio sanitario en la vivienda, las condiciones de ubicación de la colonia “Palma Roja” hacen que no sea posible el servicio de alcantarillado, pero las costumbres de uso de un servicio higiénico son ancestrales y también pueden adoptarse otras amigables con el ambiente.

Pregunta N°10 Actividades productivas

10.- Principales actividades productivas en la Colonia “Palma Roja”

Tabla N° 40 Actividades productivas de la Población encuestada

PRINCIPALES ACTIVIDADES PRODUCTIVAS	CASOS	PORCENTAJE
AGRICULTURA	8	100
Otras actividades	0	0
Total	8	100

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Yadira Suárez

Gráfico N° 33 Actividades productivas de la Población encuestada



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Yadira Suárez

Análisis e Interpretación:

La principal actividad productiva en la comunidad encuestada es la agricultura con el 100%, determinando que el total de las familias de la colonia “Palma Roja” se dedican a esta actividad económica, de los cuales reciben ingresos muy importantes para la manutención de sus respectivas familias.

Pregunta N°11 Otros ingresos

11.- Otras actividades que generan ingresos económicos en las familias en la Colonia “Palma Roja”

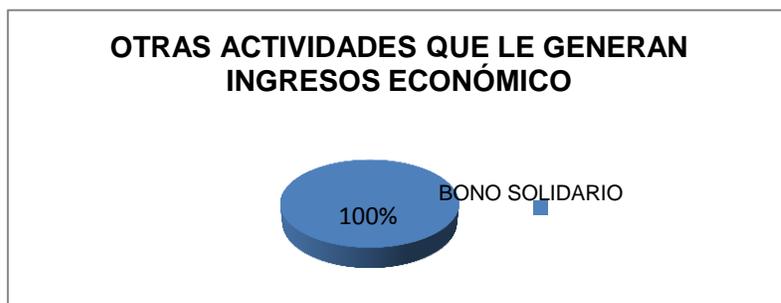
Tabla N° 41 Otras actividades productivas de la Población encuestada

OTRAS ACTIVIDADES QUE LE GENERAN INGRESOS	CASOS	PORCENTAJE
BONO SOLIDARIO	8	100
OTROS ACTIVIDADES /INGRESOS	0	0
Total	8	100

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Yadira Suárez

Gráfico N° 34 Otras actividades productivas de la Población encuestada



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Yadira Suárez

Análisis e Interpretación:

El 100% de la población encuestada manifiesta que recibe el Bono de Desarrollo Humano. El mismo que ésta considerado como un ingreso económico adicional a los generados por sus actividades agropecuarias.

Pregunta N°12 Capacitación

12.- Ha sido beneficiario/a de alguna capacitación el año anterior

Tabla N° 42 Capacitación el año anterior en la Población encuestada

SE HA BENEFICIADO DE CAPACITACIONES EL AÑO ANTERIOR	CASOS	PORCENTAJE
SI	0	0
NO	8	100
Total	8	100

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Yadira Suárez

Gráfico N° 35 Capacitación en el año anterior en la Población encuestada



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Yadira Suárez

Análisis e Interpretación:

La población encuestada de la colonia “Palma Roja” responde que NO ha sido beneficiario/a de alguna capacitación el año anterior. En algunas de las encuestas manifiestan como notas adyacentes que no tienen apoyo de instituciones públicas y privadas en cuanto al ámbito de capacitación y formación profesional.

Pregunta N°13 Participación en la comunidad

13.- Como califica su participación en la Colonia “Palma Roja”

Tabla N° 43 Calificación de la participación dentro de la comunidad la Población encuestada

SU PARTICIPACIÓN ES:	CASOS	PORCENTAJE
BUENA	8	100
ACEPTABLE	0	0
REGULAR	0	0
MALA	0	0
Total	8	100

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Yadira Suárez

Gráfico N° 36 Calificación de la participación dentro de la comunidad



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Yadira Suárez

Análisis e Interpretación:

De la población encuestada, autocalifica que su participación en la comunidad es buena en un 100%, que ninguno de los/las jefes/as de hogar no tienen una participación de calificación aceptable o regular y mucho menos que su participación dentro de la colonia sea mala.

Pregunta N°14 Interés acerca de trabajar en turismo vivencial en la comunidad.

14.- Cree usted que realizar actividades de turismo le ayudará a mejorar sus ingresos económicos en la Colonia “Palma Roja”.

Tabla N° 44 La Población encuestada cree que el turismo va a mejorar sus ingresos económicos

EL TURISMO MEJORARÍA SUS INGRESOS ECONÓMICOS	CASOS	PORCENTAJE
SI	8	100
NO	0	0
Total	8	100

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Yadira Suárez

Gráfico N° 37 La Población encuestada cree que el turismo va a mejorar sus ingresos económicos



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Yadira Suárez

Análisis e Interpretación:

En la población encuestada el 100% cree que realizar actividades de turismo sí le ayudará a mejorar sus ingresos económicos.

Pregunta N°15 Interés acerca de trabajar en turismo vivencial en la comunidad.

15.- Cree usted que su comunidad tiene potencial turístico.

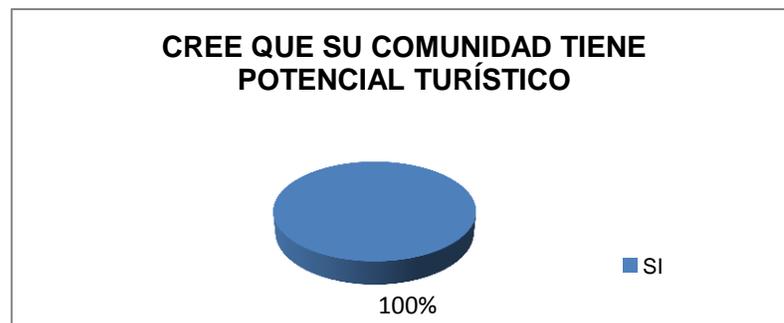
Tabla N° 45 La población encuestada cree que su comunidad tiene potencial turístico

SU COMUNIDAD TIENE POTENCIAL TURÍSTICO	CASOS	PORCENTAJE
SI	8	100
NO	0	0
Total	8	100

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Yadira Suárez

Gráfico N° 38 La población encuestada cree que su comunidad tiene potencial turístico.



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Yadira Suárez

Análisis e Interpretación:

El 100% de la población encuestada cree que su comunidad tiene potencial turístico. Este cuestionamiento es importante ya que la misma población debe estar convencida del potencial turístico que posee la colonia "Palma Roja".

Pregunta N°16 Interés acerca de trabajar en turismo vivencial en la comunidad.

16.- Le gustaría recibir capacitación en temas turísticos en la Colonia “Palma Roja”.

Tabla N° 46 La Población encuestada le gustaría recibir capacitación en temas turísticos

LE GUSTARÍA RECIBIR CAPACITACIÓN	CASOS	PORCENTAJE
SI	8	100
NO	0	0
Total	8	100

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Yadira Suárez

Gráfico N° 39 La Población encuestada le gustaría recibir capacitación en temas turísticos



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Yadira Suárez

Análisis e Interpretación:

En la comunidad “Palma Roja” el 100% de la población encuestada responde que sí le gustaría recibir capacitaciones en temas turísticos.

Aquí es importante resaltar que en la pregunta anterior, el 100% de la población encuestada no había recibido capacitación el año anterior.

Pregunta N°17 Interés acerca de trabajar en turismo vivencial en la comunidad.

17.- En cuáles temas le gustaría capacitarse.

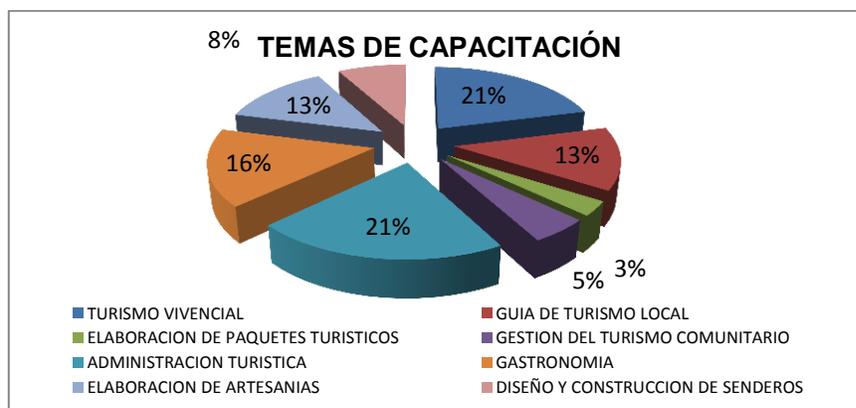
Tabla N° 47 ¿Cuáles son los temas de capacitación de mayor interés?

TEMAS DE CAPACITACIÓN	CASOS	PORCENTAJE
TURISMO VIVENCIAL	2	21
GUÍA DE TURISMO LOCAL	1	13
ELABORACIÓN DE PAQUETES TURÍSTICOS	1	3
GESTIÓN DEL TURISMO COMUNITARIO	0.5	5
ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA	2	21
GASTRONOMÍA	1	16
ELABORACIÓN DE ARTESANÍAS	1	13
DISEÑO Y CONSTRUCCIÓN DE SENDEROS	0.5	8
Total	8	100

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Yadira Suárez

Gráfico N° 40 Temas de capacitación que le gustaría a la población



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Yadira Suárez

Análisis e Interpretación:

De la población encuestada los temas de mayor interés para capacitarse, representa en un gran porcentaje en Turismo vivencial un 21%, el 13% como Guías de turismo local, el 3% en Elaboración de paquetes turísticos, el 5% en Gestión del turismo comunitario, el 21% en Administración turística, el 16% en Gastronomía, el 13% en Elaboración de artesanías y finalmente el 8% en Diseño y construcción de senderos.

Pregunta N°18 Interés acerca de trabajar en turismo vivencial en la comunidad.

18.- Le gustaría trabajar organizadamente con su comunidad en recibir turistas

Tabla N° 48 Le gustaría trabajar organizadamente con su comunidad en recibir turistas.

LE GUSTARÍA TRABAJAR ORGANIZADAMENTE CON SU COMUNIDAD EN RECIBIR TURISTAS	CASOS	PORCENTAJE
SI	8	100
NO	0	0
Total	8	100

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Yadira Suárez

Gráfico N° 41 Le gustaría trabajar organizadamente con su comunidad en recibir turistas.



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Yadira Suárez

Análisis e Interpretación:

El 100% de la población encuestada, le gustaría trabajar organizadamente en su comunidad en la recepción de turistas y ofrecerles los servicios turísticos para que generen ingresos económicos a la colonia “Palma Roja”.

Pregunta N°19 Interés acerca de trabajar en turismo vivencial en la comunidad.

19.- En cuál actividad le gustaría participar en el sector turístico dentro de su comunidad

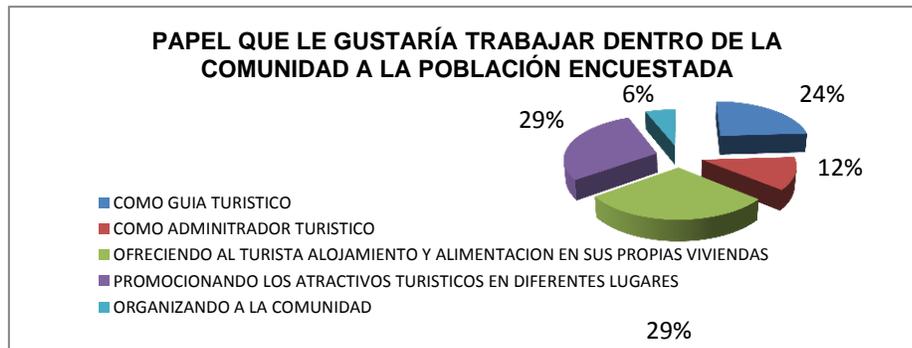
Tabla N° 49 Papel que le gustaría trabajar dentro de la comunidad a la población encuestada

ACTIVIDAD QUE LE GUSTARÍA PARTICIPAR	CASOS	PORCENTAJE
COMO GUÍATURÍSTICO	1,92	24
COMO ADMINISTRADORTURÍSTICO	0,96	12
OFRECIENDO AL TURISTA ALOJAMIENTO Y ALIMENTACIÓN EN SUS PROPIAS VIVIENDAS	2,32	29
PROMOCIONANDO LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS EN DIFERENTES LUGARES	2,32	29
ORGANIZANDO A LA COMUNIDAD	0,48	6
Total	8	100

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Yadira Suárez

Gráfico N° 42 Papel que le gustaría trabajar dentro de la comunidad a la población encuestada



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Yadira Suárez

Análisis e Interpretación:

Al 24% le gustaría trabajar como guía turístico, al 12% le interesa trabajar como administrador turístico, al 29% le gustaría trabajar ofreciendo al turista los servicios de alojamiento y alimentación en sus propias viviendas, al 29% le gustaría participar promocionando los atractivos turísticos de su comunidad en diferentes lugares y en último lugar con un 6% se encuentra la opción que les gustaría trabajar organizando a la comunidad en la actividad turística.

Pregunta N°20 Interés acerca de trabajar en turismo vivencial en la comunidad.

20.- Quienes deberían participar en el desarrollo de la actividad turística

Tabla N° 50 Quienes deberían participar en el desarrollo de la actividad turística

QUIENES DEBERÍAN PARTICIPAR EN LA ACTIVIDAD TURÍSTICA	CASOS	PORCENTAJE
TODOS LOS MIEMBROS DE LA FAMILIA	8	100
OTROS	0	0
TODOS LOS MIEMBROS DE LA FAMILIA	8	100

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Yadira Suárez

Gráfico N° 43 Quienes deberían participar en el desarrollo de la actividad turística



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Yadira Suárez

Análisis e Interpretación:

El 100% de la población encuestada expresa que todos los miembros de la familia deberían participar en el desarrollo de la actividad turística en la comunidad “Palma Roja” como una forma integradora de la familia y como una forma de fortalecer las capacidades y la integración de los miembros de las familias.

4.1.1.4 Análisis general de los resultados de las encuestas realizadas en la colonia “Palma Roja”.

De los resultados arrojados en la sistematización de las encuestas, es claro identificar en primer lugar que la colonia “Palma Roja” está totalmente interesada en la participación y gestión de la actividad turística en la modalidad de turismo vivencial. La calidad de la participación y organización de la población también determina la viabilidad para la implementación de la mencionada actividad. La limitación que se presentan en la comunidad es la infraestructura, ya que en sus casas no se podrían recibir visitantes y darles alojamiento, por lo tanto se debe determinar la construcción de una cabaña con condiciones amigables al ambiente, para que se puedan hospedar los visitantes, pero si estarían en actividades de encuentro y compartir para tener la experiencia vivencial entre los visitantes y los pobladores de la colonia “Palma Roja”. El mencionado grado de interés contrarresta a las necesidades de educación de los jefes de familia de la colonia Palma Roja, por ello es de gran importancia impartir un proceso de formación en turismo comunitario, en donde se traten los temas que han tenido mayor acogida y definitivamente son importantes para el mejor manejo de esta actividad socio económica. Los temas de mayor relevancia para los pobladores de la colonia Palma Roja turismo vivencial y administración turística en primer lugar (21%), gastronomía en segundo lugar (16%) y en tercer lugar la importancia en ordenación y elaboración de artesanías (13%). La edad de los jefes de familia representan a la población joven que desea participar y tiene interés, asimismo se identifica el 37% de los/as jefes/as de familia son mujeres, como un ejemplo de participación y de equidad de condiciones para hombres y mujeres. Además la población encuestada ya puede identificar su papel de participación en la gestión del turismo vivencial y es importante de que una mayoría (29%) quiere trabajar ofreciendo los servicios en su comunidad, así como ofertando su producto (turismo vivencial) en los diferentes mercados.

4.1.2 Conclusiones de la Factibilidad Operativa, en cumplimiento del Objetivo 1.

- En el entorno territorial y turístico de la comunidad “La Mariscal” y de la colonia “Palma Roja” determina el potencial existente en las mencionadas localidades para que se pueda implementar el turismo vivencial como una actividad integradora de las familias y de la organización de las comunidades para el desarrollo social y económico de cada uno de los pobladores.
- La comunidad “La Mariscal” tiene un avance en la experiencia de turismo vivencial ya que trabaja con el “Centro Ecológico Zanja Arajuno” (CEZA) en la recepción de visitantes donde les hospeda en sus propias viviendas. Esto no sucede en la colonia “Palma Roja”, ya que tiene limitaciones en vivienda, pero de manera organizada pueden construir unas cabañas para el alojamiento de los visitantes y los demás servicios ofrecerían los pobladores. Asimismo el desarrollo de actividades que propicien la interculturalidad de los visitantes y los pobladores la colonia “Palma Roja”.
- Los recursos humanos existentes son de gran valor, a pesar que el nivel de educación de los/as jefes/as de hogar sea bajo como es el caso de la colonia “Palma Roja”. La predisposición de trabajar organizadamente y la experiencia que tienen como colonia en su proceso de organización. En el caso de la comunidad “La Mariscal”, el porcentaje existente de personas que tienen estudios secundarios respaldan un mejor desarrollo en la implementación del turismo vivencial.

Finalmente, se concluye declarando que el ámbito operativo que responde al objetivo 1 del presente trabajo, determina la factibilidad en la implementación del turismo vivencial en la comunidad “La Mariscal” y de la colonia “Palma Roja”.

4.2 Objetivo N°2: Estudiar factibilidad técnica para la implementación del turismo vivencial.

En cumplimiento del objetivo 2 del presente trabajo se identifica la factibilidad técnica en la implementación del turismo comunitario de la comunidad “La Mariscal” y la colonia “Palma Roja” se identificaron y se analizaron los siguientes elementos:

- Investigación de mercado (Sondeo Rápido de Mercado).
- Propuesta de implementación del turismo vivencial en la comunidad “La Mariscal” y la colonia “Palma Roja”.

4.2.1 Investigación de Mercado (Sondeo Rápido de Mercado)

Como se había explicado en el capítulo III, en el ítem 3.6.1 (Recopilación de datos) se determina el tamaño de la muestra para la aplicación de encuestas a los turistas nacionales y extranjeros (con un número determinado de 240 encuestas). El cuestionario de las mismas se encuentra en el anexo N.3.

Se logró determinar la demanda que existe en torno a turismo comunitario en la zona. Para ello, se demuestran los resultados del sondeo rápido de mercado.

Se aplicaron las encuestas a los turistas nacionales y extranjeros como se explica en el capítulo III y aplicando el cuestionario que se encuentra en el anexo N. 3 del presente trabajo de investigación y de los cuales arrojó los siguientes resultados:

4.2.1.1 Resultados de las encuestas a turistas nacionales y extranjeros:

Pregunta N°1 Datos Generales

1. Procedencia de/la turista

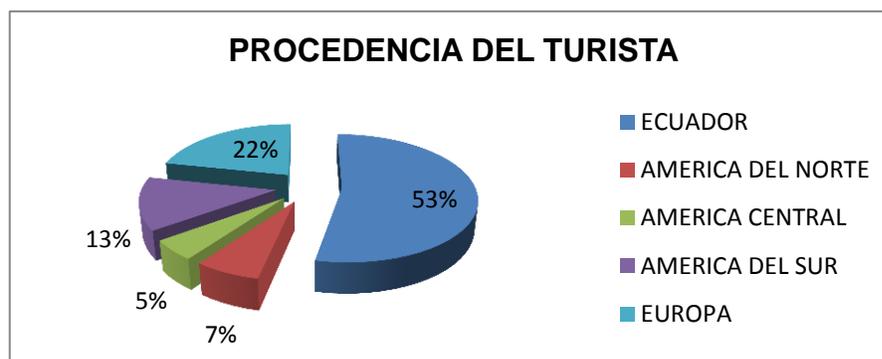
Tabla N° 51 Lugares Procedencia.

LA PROCEDENCIA DEL TURISTA	CASOS	PORCENTAJE
ECUADOR	128	53.3
AMÉRICA DEL NORTE	16	6.7
AMÉRICA CENTRAL	12	5
AMÉRICA DEL SUR	32	13.3
EUROPA	52	21.7
Total	240	100

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Yadira Suárez

Gráfico N° 44 Procedencia de la Población encuestada



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Yadira Suárez

Análisis e Interpretación:

De las encuestas realizadas como se observa evidentemente en la gráfica, nuestro mercado potencial se identifica con el 53% corresponde a turistas nacionales (Ecuador), seguido del 22% de turistas provenientes de Europa y el porcentaje restante son turistas extranjeros, divididos entre: América de Norte el 7%, América Central el 5%, América del Sur el 13%.

Pregunta N°2 Datos Generales

2. Género del/la turista

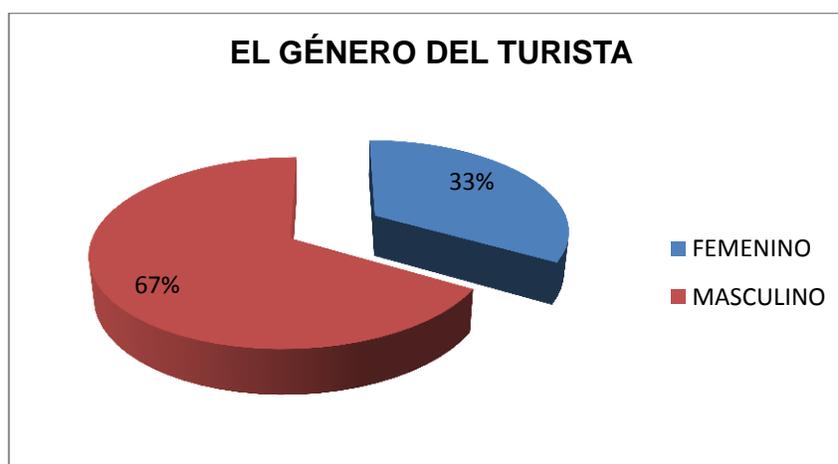
Tabla N° 52 Género de la Población encuestada.

EL GÉNERO DEL TURISTA	CASOS	PORCENTAJE
FEMENINO	80	33.3
MASCULINO	160	66.7
Total	240	100

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Yadira Suárez

Gráfico N° 45 Género de la Población encuestada



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Yadira Suárez

Análisis e Interpretación:

De las encuestas realizadas a la población encuestada se identifica que el 33% corresponde al género femenino y el 67% corresponde al género masculino.

Pregunta N°3 Datos Generales

3. Edad del/la turista

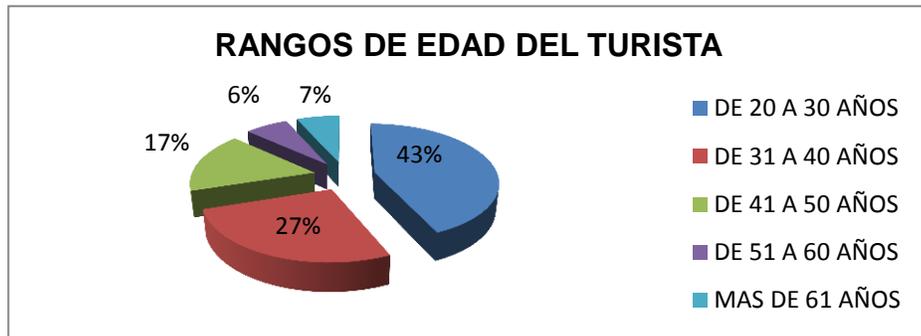
Tabla N° 53 Edad de la Población encuestada.

RANGOS DE EDAD DEL TURISTA	CASOS	PORCENTAJE
DE 20 A 30 AÑOS	104	43.3
DE 31 A 40 AÑOS	64	26.7
DE 41 A 50 AÑOS	40	16.7
DE 51 A 60 AÑOS	16	6.7
MAS DE 61 AÑOS	16	6.7
Total	240	100

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Yadira Suárez

Gráfico N° 46 Edad de la Población encuestada



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Yadira Suárez

Análisis e Interpretación:

Los rangos de edad de la población encuestada son los siguientes: las personas entre 20 a 30 años corresponde al 43%, mientras que de 31 a 40 años de edad es el 27%, entre los 41 y 50 años es el 17%, la edad entre 51 y 60 años es el 6% y finalmente el 7% corresponde al 6%.

Pregunta N°4 Características del viaje

4. Usted viaja:

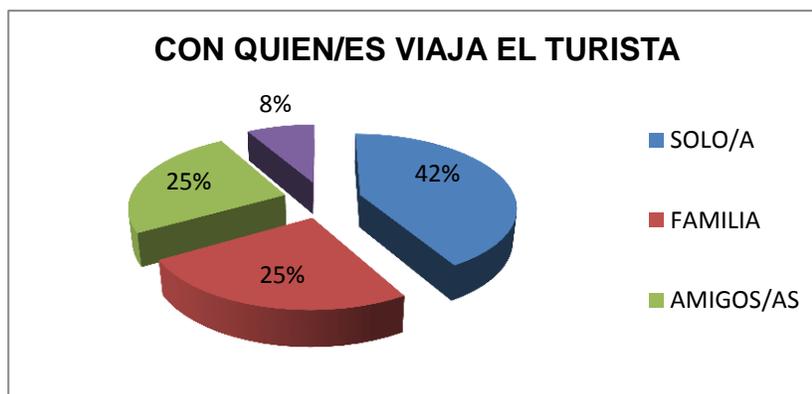
Tabla N° 54 Con quien viaja la Población encuestada.

CON QUIEN/ES VIAJA EL TURISTA	CASOS	PORCENTAJE
SOLO/A	100	41.7
FAMILIA	60	25
AMIGOS/AS	60	25
FAMILIA Y AMIGOS/AS	20	8.3
Total	240	100

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Yadira Suárez

Gráfico N° 47 Con quien viaja la Población encuestada.



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Yadira Suárez

Análisis e Interpretación:

Se identifica que la población encuestada viaja sola en un gran porcentaje 42%, se observa una igualdad técnica respecto a que el turista viaja con familia y amigos en un 25% respectivamente y un 8% que viaja con amigos y familia.

Pregunta N°5 Características del viaje

5. La modalidad del viaje del/la turista

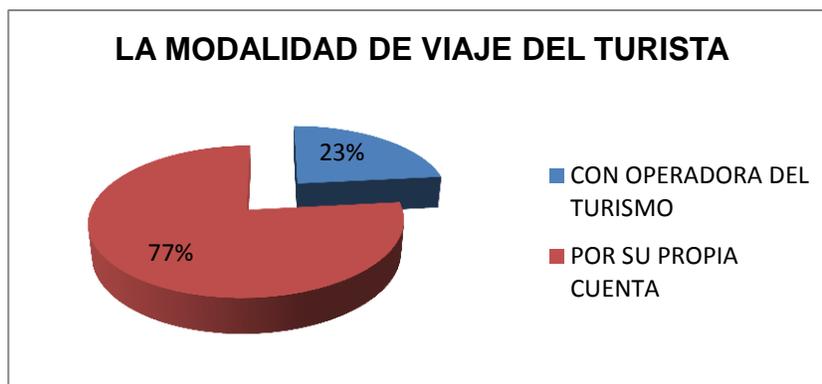
Tabla N° 55 Modalidad de viaje de la Población encuestada.

LA MODALIDAD DE VIAJE DEL TURISTA	CASOS	PORCENTAJE
CON OPERADORA DEL TURISMO	56	23.3
POR SU PROPIA CUENTA	184	76.7
Total	240	100

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Yadira Suárez

Gráfico N° 48 Modalidad de viaje de la Población encuestada.



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Yadira Suárez

Análisis e Interpretación:

En primer lugar predomina con un 77% que los turistas que viajan por su propia cuenta, mientras que solamente el 23% viaja contratando los servicios de una operadora de turismo.

Pregunta N°6 Características del viaje

6.- La motivación del/la turista para visitar la provincia de Pastaza ha sido:

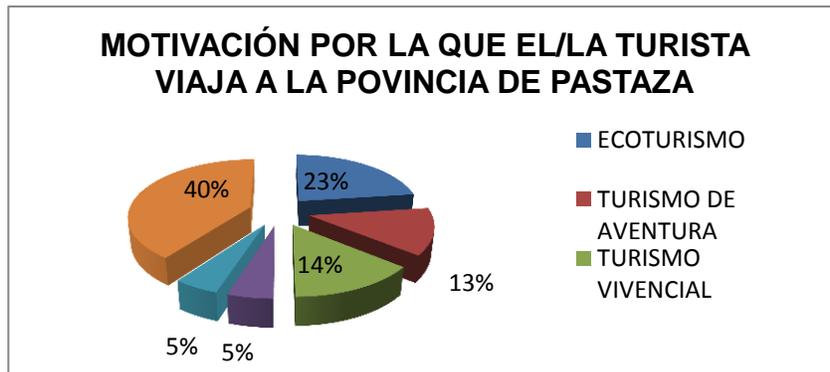
Tabla N° 56 Motivación del viaje de la Población encuestada.

ACTIVIDADES	CASOS	PORCENTAJE
ECOTURISMO	55.0	23
TURISMO DE AVENTURA	31.0	13
TURISMO VIVENCIAL	34.0	14
TURISMO COMUNITARIO	12.0	5
TURISMO CIENTÍFICO	12.0	5
RECREACIÓN	96.0	40
TOTAL	240	100

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Yadira Suárez

Gráfico N° 49 Motivación del viaje de la Población encuestada.



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Yadira Suárez

Análisis e Interpretación:

De la población encuestada, la principal motivación para viajar a la provincia de Pastaza es por Recreación en un representativo 40%, mientras que le sigue en segundo lugar el Ecoturismo con un 23%, por Turismo Vivencial es un 14%, por Turismo de Aventura el 13% y en igualdad técnica comparte el Turismo Comunitario y Turismo Científico.

Pregunta N°7 Características del viaje

7.- Tiempo de permanencia del/la turista para visitar la provincia de Pastaza ha sido:

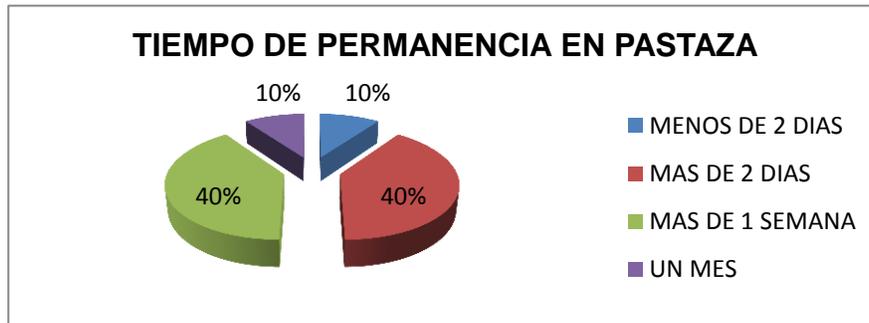
Tabla N° 57 Tiempo de permanencia en la provincia de Pastaza de la Población encuestada.

TIEMPO DE PERMANENCIA EN LA PROVINCIA DE PASTAZA	CASOS	PORCENTAJE
MENOS DE 2 DIAS	24	10
MAS DE 2 DIAS	96	40
MAS DE 1 SEMANA	96	40
UN MES	24	10
Total	240	100

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Y. Suárez

Gráfico N° 50 Motivación del viaje de la Población encuestada.



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Yadira Suárez

Análisis e Interpretación:

Las respuestas brindadas por la población encuestada indica que el tiempo de permanencia en la provincia de Pastaza varía de acuerdo al siguiente porcentaje: en igualdad técnica el 40% corresponde a más de 2 días y a más de 1 semana de permanencia y en igualdad técnica de permanencia con el 10% corresponde a menos de 2 días y 1 mes.

Pregunta N°8 Acerca del Turismo Vivencial

8-. Conoce lo que es turismo vivencial

Tabla N° 58 La población encuestada conoce lo que es turismo vivencial.

CONOCE LO QUE ES TURISMO VIVENCIAL	CASOS	PORCENTAJE
SI	120	50
NO	120	50
Total	240	100

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Y. Suárez

Gráfico N° 51 La población encuestada conoce lo que es turismo vivencial.



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Yadira Suárez

Análisis e Interpretación:

En las respuestas de la población encuestada, existe una igualdad técnica: el 50% dice que SÍ conoce lo que es turismo vivencial y el otro 50% dice que desconoce acerca del mismo.

Pregunta N°9 Acerca del Turismo Vivencial

9.- En su estadía en la provincia de Pastaza, le gustaría visitar alguna comunidad:

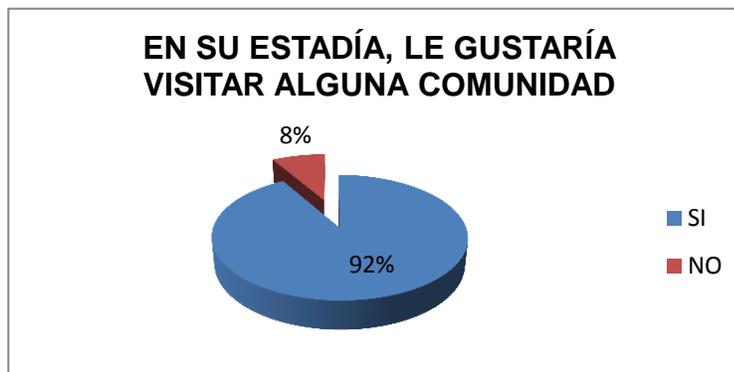
Tabla N° 59 A la Población encuestada, le gustaría visitar alguna comunidad

EN SU ESTADÍA EN LA PROVINCIA DE PASTAZA, LE GUSTARÍA VISITAR ALGUNA COMUNIDAD	CASOS	PORCENTAJE
SI	220	91.7
NO	20	8.3
Total	240	100

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Y. Suárez

Gráfico N° 52 A la Población encuestada, le gustaría visitar alguna comunidad:



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Yadira Suárez

Análisis e Interpretación:

De las personas encuestadas el “Sí” predomina con un 92%, mientras que el “No” solamente representa un 8%, siendo el predominante que a los turistas sí les gustaría visitar una comunidad en su tiempo de permanencia en la provincia de Pastaza.

Pregunta N°10 Acerca del Turismo Vivencial

10.- Quienes respondieron que sí (220) les gustaría visitar una comunidad, cuáles actividades les gustaría realizar:

Tabla N° 60 Actividades que le gustaría realizar a la población encuestada

ACTIVIDADES QUE LE GUSTARÍA REALIZAR	CASOS	PORCENTAJE
CONVIVIR CON UNA FAMILIA DE LA AMAZONIA	53	24
CONOCER LAS COSTUMBRES DE UNA COMUNIDAD	66	30
CONOCER LA FLORA Y FAUNA QUE EXISTE EN EL LUGAR	40	18
INVESTIGAR SOBRE LAS ESPECIES DE FLORA Y FAUNA	31	14
PRACTICAR DEPORTES DE AVENTURA	26	12
OTROS (NO ESPECIFICA CUALES)	4	2
Total	220	100

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Y. Suárez

Gráfico N° 53 Actividades que le gustaría realizar a la población encuestada



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Yadira Suárez

Análisis e Interpretación:

Los porcentajes más altos corresponden a “Conocer la cultura de una comunidad” con un 30% y “convivir con una familia de la Amazonía” con un 24%, el 18% corresponde a “conocer la flora y fauna que exista en el lugar”, el 14% le gustaría investigar las especies de flora y fauna del lugar, en menor porcentaje le gustaría hacer deportes de aventura y un reducido 2% responde que le gustaría hacer otras actividades, pero no especifica cuáles.

Pregunta N°11 Acerca del Turismo Vivencial

11.- Si se implementara turismo vivencial en algunas comunidades de la provincia de Pastaza, qué exigiría como cliente de este servicio:

Enumere del 1 a10, siendo 1 el más importante y 10 el menos importante.

Tabla N° 61 Exigencias en el servicio turístico según la población encuestada

PRIORIDAD	ELEMENTOS DE IMPORTANCIA
1	SEGURIDAD
2	BUEN TRATO AL TURISTA
3	INFORMACIÓN TURÍSTICA
4	CALIDAD EN EL SERVICIO
5	PERSONAL CAPACIDAD
6	TRANSPORTE
7	SERVICIOS BÁSICOS
8	PRECIOS ACCESIBLES
9	VÍAS DE ACCESO
10	SERVICIOS TURÍSTICOS

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Y. Suárez

Gráfico N° 54 Exigencias en el servicio turístico según la población encuestada



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Yadira Suárez

Análisis e Interpretación:

El gráfico explica claramente que la población encuestada toma en cuenta primer lugar la seguridad, siendo para el turista un elemento prioritario para el buen desarrollo del turismo vivencial. El buen trato y la información se encuentran secundarios, pero no dejan de ser importantes, la calidad en el servicio, el personal capacitado y el transporte comparten el tercer lugar, que sin duda son elementos muy necesarios, y quedando como no tan prioritarios los precios accesibles, las vías de acceso y los servicios turísticos.

Pregunta N°12 Acerca del Turismo Vivencial

12.- Como valores adicionales en la implementación del turismo vivencial, Cuáles de estos elementos considera importantes:

Enumere del 1 a 10, siendo 1 el más importante y 10 el menos importante.

Tabla N° 62 Elementos importantes en turismo vivencial según la población encuestada

PRIORIDAD	ELEMENTOS DE IMPORTANCIA
1	CONSERVACIÓN DE LOS RECURSOS NATURALES
2	PARTICIPACIÓN DE LA COMUNIDAD EN ACTIVIDADES DE TURISMO
3	INTERCAMBIO DE LA CULTURA CON LOS VISITANTES
4	CONSERVACIÓN DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS
5	CONSERVACIÓN DE LA CULTURA

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Y. Suárez

Gráfico N° 55 Elementos importantes en turismo vivencial según la población encuestada



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Yadira Suárez

Análisis e Interpretación:

La población encuestada determina que la conservación de los recursos naturales va de la mano con la participación de la comunidad en actividades de turismo, así como da importancia al intercambio de la cultura con los visitantes, dejando como secundario, pero no menos importante a la conservación de los atractivos turísticos y la conservación de la cultura.

4.2.1.2 Análisis general de los resultados de las encuestas realizadas:

A partir de los resultados en este sondeo rápido de mercado se puede determinar claramente la demanda existente para el turismo comunitario de una manera vivencial, ya que en una gran mayoría (92%) de la población encuestada responde que Sí le gustaría visitar alguna comunidad durante su estadía en la provincia de Pastaza y que de este grupo, existen mayorías en que desean conocer las costumbres de una comunidad (30%) y que desean convivir con una familia de la amazonia (24%), mientras que el 56% restante se divide en las otras opciones como indica el gráfico N.49 de los resultados.

La población encuestada es un referente para determinar la aceptación de un posible producto turístico, por ello notamos claramente el interés de los turistas nacionales y extranjeros en tener una experiencia vivencial en la comunidad “La Mariscal” y en la colonia “Palma Roja”.

Algo que es importante destacar, es que los turistas demandan en 1er lugar la seguridad, con el índice más alto de necesidad, esto se convierte en un requerimiento primordial para el buen desarrollo de la actividad turística; así como el personal formado, la información la calidad los servicios turísticos y todos los demás ítems de acuerdo al gráfico N. 50.

Los resultados indican que es viable la implementación del turismo vivencial, ya que los turistas demandan este servicio con los valores adicionales: la conservación de los recursos naturales, la participación de la comunidad en la actividad turística, el intercambio cultural, la conservación de los atractivos turísticos y la conservación de la cultura.

Elementos decisivos para que la comunidad “La Mariscal” y la colonia “Palma Roja” puedan desarrollar la mencionada actividad turística con la modalidad de turismo vivencial basada en una administración comunitaria.

4.2.2 Identificación del grado de articulación del producto turístico existente con el Centro Ecológico Zanja Arajuno “CEZA”

A través de la encuesta (*Ver Anexo N.4*) realiza al dueño del “Centro Ecológico Zanja Arajuno” (CEZA) con quien se consiguió la siguiente información:

- CEZA tiene ingreso de turistas nacionales y extranjeros a su centro, pero el principal ingreso y factor importante es la colaboración de voluntarios y pasantes que llegan a CEZA con el fin de entregar su

colaboración en el manejo y conservación de la vida silvestre. El Centro acoge a 2 o 3 pasantes y/o voluntarios mensuales, con un promedio de 15 personas al año. De éstos casi el 100% se hospeda y/o tiene una convivencia con las familias de la comunidad “La Mariscal” durante el tiempo de su estadía (algunos sobrepasan los 3 meses de estadía). Por lo tanto las familias de la mencionada comunidad ya se encuentran trabajando en turismo vivencial.

- De los visitantes que ingresan a CEZA, existe un promedio de 60 personas al día, los fines de semana a partir del jueves hasta el domingo, por lo tanto a la semana tiene un ingreso de 240 turistas y al mes es un número de 960, los mismos que corresponden el 50% a turistas extranjeros y el 50% son turistas nacionales.
- Entre los turistas nacionales, se destacan principalmente de las ciudades de Quito, El Puyo y El Tena. Entre los turistas extranjeros su procedencia son de Estados Unidos, Suiza, Alemania, Inglaterra, y Australia.
- Se solicitó al representante de CEZA que en base a su experiencia nos exprese su criterio sobre las demandas que tienen los turistas con relación al turismo vivencial, el mismo respondió que los siguientes elementos son demandados por los turistas:
 - Convivir con una familia de la Amazonía
 - Conocer la cultura de la comunidad
 - Aprender las costumbres de una cultura de la Amazonía
 - Realizar paseos por la naturaleza
 - Conocer la flora y fauna que existe alrededor de la comunidad

- Investigar sobre la flora y fauna que existe
- Practicar deportes de aventura

- En relación a los medios de comunicación que sugeriría para promocionar el turismo vivencial de la comunidad “La Mariscal” y la colonia “Palma Roja”, la sugerencia fue enfática en que debe ser el internet.

- Finalmente, por parte del responsable de CEZA, sugiere que para la implementación del turismo comunitario en las comunidades de estudio, deben considerar la formación en turismo vivencial de las familias y la organización de la comunidad y/o colonia.

Por lo tanto, en este estudio se comprueba que el grado de relación con CEZA es alto, que la posibilidad de mercado es alta, ya que por parte de la comunidad “La Mariscal” ya se aprovecha la cercanía a CEZA, pero todavía sigue siendo por medio de un proceso empírico y sin administración. Por parte de la colonia “Palma Roja” se debe aprovechar la llegada de los turistas nacionales y extranjeros para el ofrecimiento del producto turístico vivencial; y en definitiva que las dos poblaciones locales se beneficien de la existencia de CEZA como una oportunidad de su actividad económica.

Además se incluye la visita a CEZA en los diferentes paquetes turísticos para ofertar a los turistas.

En concordancia con lo estudiado, se cumplen los 3 objetivos planteados y se propone el aprovechamiento de las posibilidades de potencializar el turismo vivencial en la comunidad “La Mariscal” y emprender en la colonia “Palma Roja”. Para ello se presenta la siguiente propuesta:

4.2.3 Propuesta de implementación del turismo vivencial en la comunidad “La Mariscal” y la colonia “Palma Roja”.

Se debe considerar que el turismo comunitario-vivencial se manifiesta en el desarrollo de los siguientes ámbitos:

- Cultural
- Socio-organizativo
- Ambiental
- Económico

Ámbito Cultural:

- Contribuir a defender, revalorizar y mantener en armonía el territorio.
- Promover la solidaridad, la cooperación, el respeto a la vida, la conservación y el manejo sostenible. Promover el aprender conjuntamente.
- Permitir la reafirmación de la identidad cultural.
- Fortalecer el autoestima de las familias de la comunidad “La Mariscal” y la colonia “Palma Roja”.
- Mantener la diversidad cultural.
- Permitir revalorizar la vivencia del mundo mestizo y quichuas de la amazonia.
- Promover las relaciones respetuosas basadas en la interculturalidad entre visitantes y los anfitriones de las comunidades que participan en la actividad turística.
- Promover la revalorización, recuperación de prácticas, costumbres, tradiciones, saberes tradicionales de la comunidad y de la colonia, que están relacionados con el buen vivir en armonía con su entorno natural y social.

Ámbito Socio- Organizativo:

- Promover la participación de las familias de la comunidad “La Mariscal” y la colonia “Palma Roja” en el proceso del desarrollo del turismo.
- Contribuir a que se reduzca la migración.
- Contribuir al fortalecimiento organizativo.
- Contribuir al trabajo para todos mediante la generación de plazas de empleo en sus propias comunidades.
- Contribuir a mejorar las condiciones de calidad de vida (unión familiar, salud educación y otros).
- Promover la integración de los miembros de la comunidad.
- Promover la práctica de los hechos colectivos.

Ámbito Ambiental:

- Contribuir a conservar los recursos naturales.
- Permitir conocer y cuidar el medí ambiente, la flora y la fauna.
- Apoyar al desarrollo sostenible de los recursos.
- Contribuir en mantener la biodiversidad.

Ámbito Económico:

- Generar ingresos por la venta de servicio turísticos que beneficien a las familias de la comunidad “La Mariscal” y la colonia “Palma Roja”.
- Contribuir a diversificar las actividades económicas y productivas.
- Generar alternativas frente a actividades extractivas.
- Contribuir a la seguridad alimenticia de las comunidades.

Para lograr la implementación del turismo vivencial en la comunidad “La Mariscal” y la colonia “Palma Roja”, de acuerdo a los resultados arrojados de las encuestas a las familias se identificó mencionadas comunidades pueden trabajar en esta actividad turística ya que se puede constituir un Centro de Turismo Comunitario. Esta propuesta se basa en que si se cumplen con los requisitos que exige el “Reglamento para Centros de Turismo Comunitario” expedido en el Registro Oficial N. 154 del 19 de marzo de 2010. (Ver Anexo N. 6).

4.2.3.1 Instalaciones para la acogida de los visitantes en la comunidad “La Mariscal” y la colonia “Palma Roja”.

Como se identificó claramente que la comunidad “La Mariscal” tiene actualmente adaptada una o más habitaciones para el alojamiento del visitante, pero se deben estandarizar las condiciones de las habitaciones, para ello se propone basarse en las siguientes opciones:

Imagen N° 20 Opción 1: Habitación simple (1 PAX)



Foto: Propuesta de Habitación

Por: Yadira Suárez

Imagen N° 21 Opción 2: Habitación matrimonia (2 PAX)



Foto: Propuesta de Habitación

Por: Yadira Suárez

Imagen N° 222 Opción 3: Habitación doble (2 PAX)



Foto: Propuesta de Habitación

Por: Yadira Suárez

4.2.3.2 Requerimientos de estándares de calidad en la adaptación de las habitaciones para los visitantes:

- Comodidad y que sea un lugar acogedor
- Limpieza
- Seguridad
- Lencería limpia y en buen estado
- Los muebles, enseres e insumos mínimos que debe tener su habitación: cama, colchón confortable, velador, toldo, cortinas, 1 mesa y silla y un closet donde guardar su ropa.
- En lo posible baño privado (si el baño es compartido con la familia, siempre debe estar completamente limpio y con los insumos de buena calidad).
- Producto de aseo personal de buena calidad.
- Luz y ventilación.

En el caso específico de la colonia “Palma Roja”, en donde las familias no cuentan con una habitación en sus propias casas, la propuesta es la construcción de una cabaña donde brindar alojamiento, que reúna las siguientes características:

- Cabaña acogedora con diseño típico de la zona.
- Construcción con materiales propios de la zona: madera y techo de chova.
- Diseño y tecnologías amigables al ambiente.
- Características físicas, capaces de soportar las condiciones climáticas.
- Ventilación e ingreso de luz.
- Debe ser de 2 plantas (planta baja y planta alta).
- Capacidad para 12 PAX

Imagen N° 233 Vista aérea de la cabaña para la colonia “Palma Roja”



Elaborado por: Yadira Suárez

Imagen N° 244 Vista frontal de la cabaña para la colonia “Palma Roja”



Elaborado por: Yadira Suárez

Imagen N° 255 Vista frontal de la cabaña para la colonia “Palma Roja”

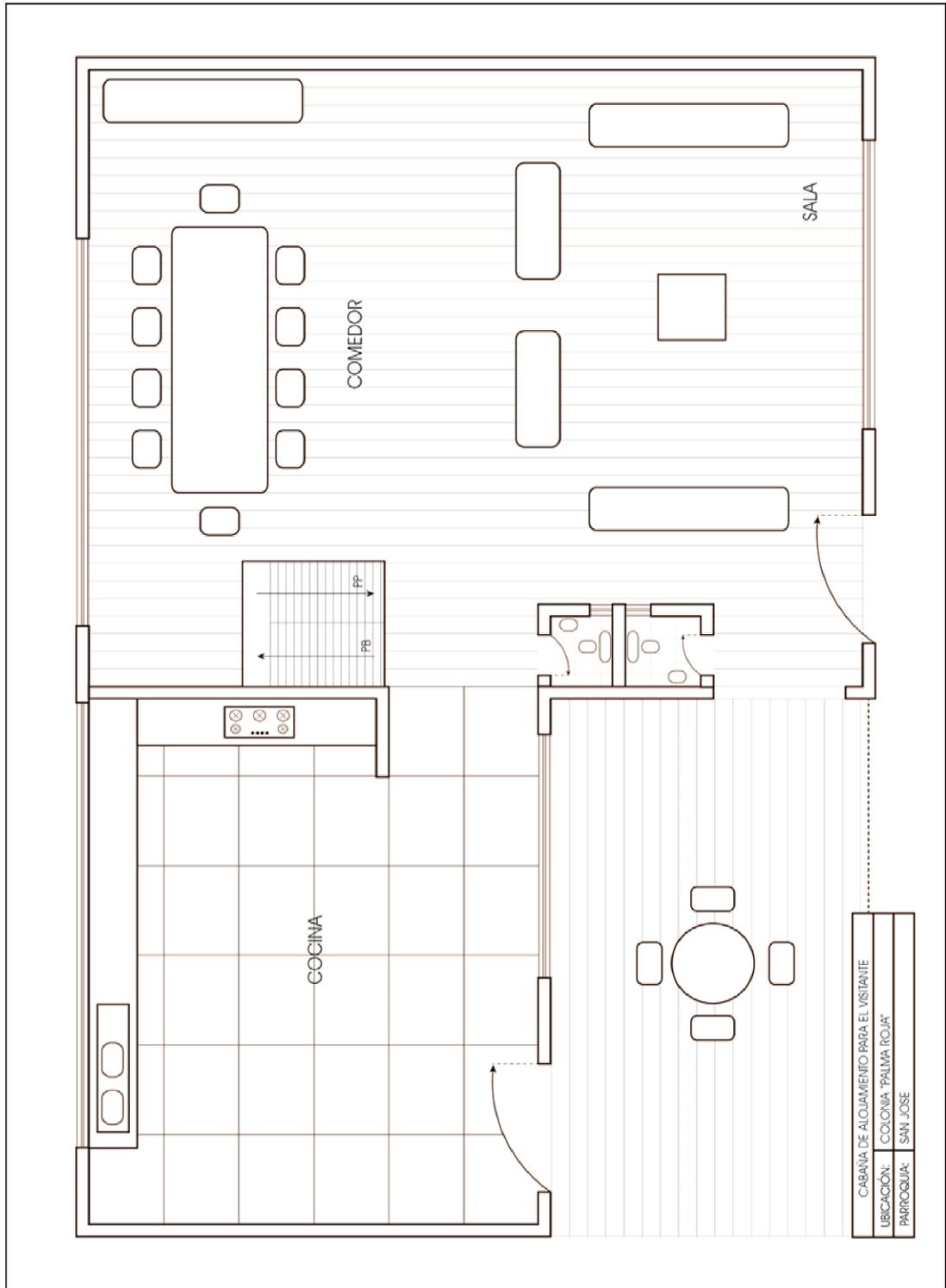


Elaborado por: Yadira Suárez

- En la planta baja debe existir una sala, el comedor, la cocina y un hold (sala de estar al aire libre).
- En la planta alta se construirán los dormitorios (1 para mujeres y otro para varones) con 3 literas cada uno, capacidad para 6 mujeres y 6 varones (total 12 PAX)
- Cada dormitorio estará dotado de su respectivo cuarto de baño.
- El cuarto de baño de mujeres contará con 2 inodoros, 2 duchas y 2 lavamanos.
- El cuarto de baño de hombres contará con 2 urinarios, 2 inodoros, 2 duchas y 2 lavamanos.
- Además una sala área de descanso al aire libre (uso de hamacas).

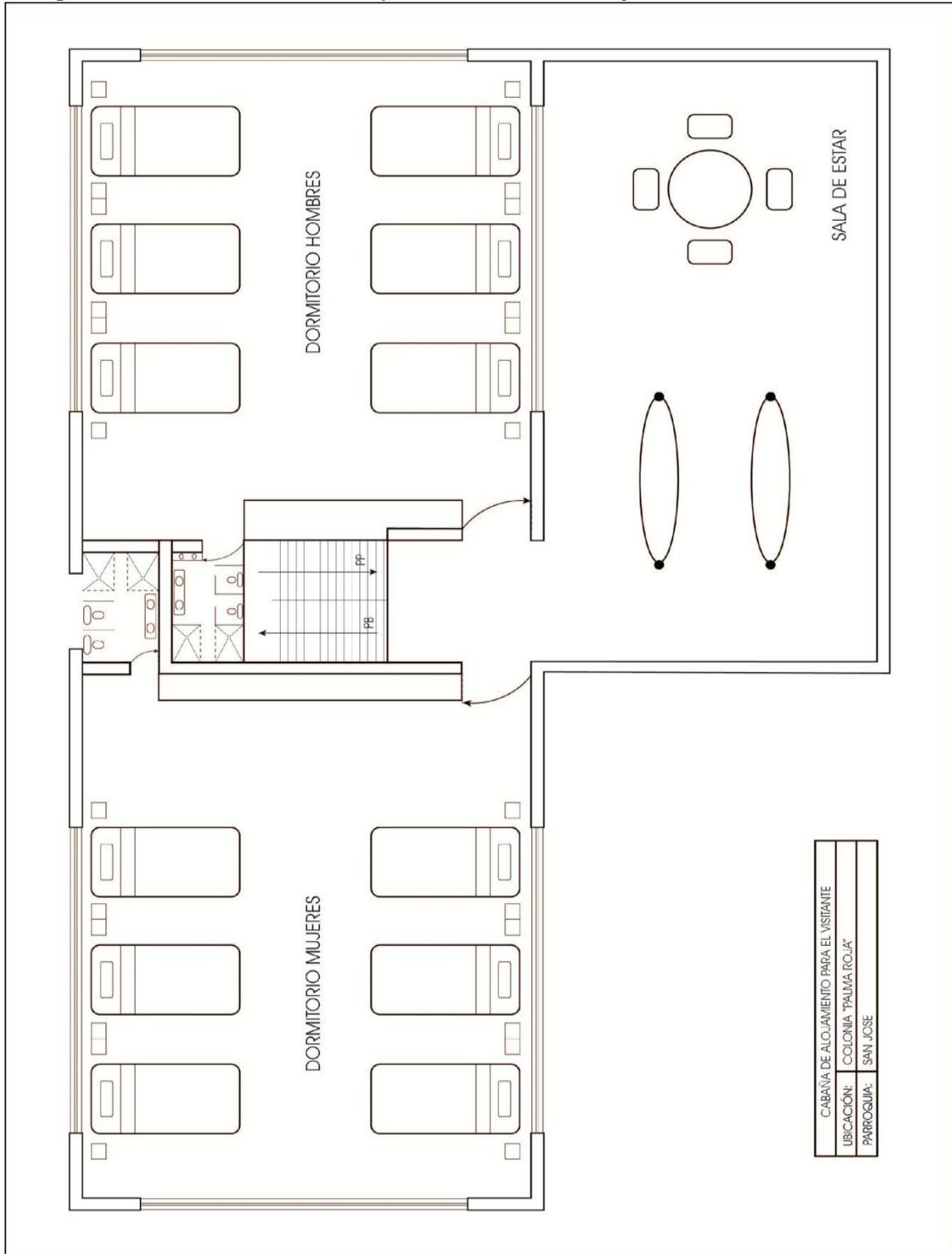
En las imágenes # 26 y 27 se muestra la estructura de las 2 plantas de la cabaña:

Imagen N° 266 Planta Baja de la cabaña para la colonia "Palma Roja"



Elaborado por: Yadira Suárez

Imagen N° 27 Planta Alta de la cabaña para la colonia “Palma Roja”



Elaborado por: Yadira Suárez

4.2.2.3 Propuesta de paquetes turísticos:

Tabla N° 63 Paquete Turístico “Vive Zancarajuno”

HORA	LUGAR	ACTIVIDAD
DÍA 1		
06h00	Ciudad "El Puyo" Terminal terrestre	Recibimiento de los visitantes para conducirlos a la comunidad "La Mariscal"
07h00	Comunidad "La Mariscal"	Bienvenida e instalación en las respectivas viviendas de las familias.
07h30	Comunidad "La Mariscal"	Desayuno
08h30	Comunidad "La Mariscal"	Visita a la cascada "Sancarajuno"
10h30	Cascada "Sancarajuno"	Refrigerio
13h00	Comunidad "La Mariscal"	Almuerzo
14h00	Comunidad "La Mariscal"	Descanso
14h30	“Centro Ecológico Zanja Arajuno” (CEZA)	Visita al “Centro Ecológico Zanja Arajuno” (CEZA) y visita a al shamán de la comunidad
17h30	Comunidad "La Mariscal"	Retorno a la comunidad
19h00	Comunidad "La Mariscal"	Merienda
20h00	Comunidad "La Mariscal"	Noche intercultural
23h00	Comunidad "La Mariscal"	Pernoctación
DIA 2		
06h00	Comunidad "La Mariscal"	Avistamiento de aves
08h00	Comunidad "La Mariscal"	Desayuno
09h00	Comunidad "La Mariscal"	Práctica de rafting en el río
12h00	Comunidad "La Mariscal"	Almuerzo
13h00	Comunidad "La Mariscal"	Despedida de los visitantes

Tabla N° 64 Paquete Turístico “Aventura en Palma Roja”

HORA	LUGAR	ACTIVIDAD
DIA 1		
06h00	Ciudad "El Puyo"	Recibimiento de los visitantes para conducirlos a la colonia "Palma Roja"
07h00	Colonia "Palma Roja"	Bienvenida e instalación en las respectivas viviendas de las familias.
07h30	Colonia "Palma Roja"	Desayuno
08h30	Colonia "Palma Roja"	Visita a la cascada "Sancarajuno"
10h30	Cascada "Sancarajuno"	Refrigerio
13h00	Colonia "Palma Roja"	Almuerzo
14h00	Colonia "Palma Roja"	Descanso
14h30	“Centro Ecológico Zanja Arajuno” (CEZA)	Visita al “Centro Ecológico Zanja Arajuno” (CEZA)
17h30	Colonia "Palma Roja"	Retorno a la comunidad
19h00	Colonia "Palma Roja"	Merienda
20h00	Colonia "Palma Roja"	Noche intercultural
23h00	Colonia "Palma Roja"	Pernoctación
DIA 2		
06h00	Colonia "Palma Roja"	Avistamiento de aves
07h00	Colonia "Palma Roja"	Desayuno
08h00	Colonia "Palma Roja"	Caminata por los senderos de la comunidad
10h00	Colonia "Palma Roja"	Práctica de regata por los ríos de la zona
13h00	Colonia "Palma Roja"	Almuerzo
14h00	Colonia "Palma Roja"	Despedida de los visitantes de retorno a sus hogares

Tabla N° 65 Paquete Turístico “La Mariscal-encuentro cultural”

HORA	LUGAR	ACTIVIDAD
DIA 1		
06h00	Ciudad "El Puyo"	Recibimiento de los visitantes para conducirlos a la comunidad "La Mariscal"
07h00	Comunidad "La Mariscal"	Bienvenida e instalación en las respectivas viviendas de las familias.
07h30	Comunidad "La Mariscal"	Desayuno
8h30	Comunidad "La Mariscal"	Visita a la cascada "Sancarajuno"
10h30	Cascada "Sancarajuno"	Refrigerio
13h00	Comunidad "La Mariscal"	Almuerzo
14h00	Comunidad "La Mariscal"	Descanso
14h30	“Centro Ecológico Zanja Arajuno” (CEZA)	Visita al “Centro Ecológico Zanja Arajuno” (CEZA)
17h30	Comunidad "La Mariscal"	Retorno a la comunidad
19h00	Comunidad "La Mariscal"	Merienda
20h00	Comunidad "La Mariscal"	Noche intercultural
23h00	Comunidad "La Mariscal"	Pernoctación
DIA 2		
6h00	Comunidad "La Mariscal"	Avistamiento de aves
07h00	Comunidad "La Mariscal"	Desayuno
08h00	Comunidad "La Mariscal"	Traslado a la colonia "Palma Roja"
8h30	Colonia "Palma Roja"	Recibimiento de los visitantes y hospedaje en la cabaña de la colonia "Palma Roja"

8h45	Colonia "Palma Roja"	Visita a la cascada "Llandia"
10h30	Cascada "Llandia"	Refrigerio
13h00	Colonia "Palma Roja"	Retorno a la comunidad, vista al shamán de la comunidad y almuerzo
14h00	Colonia "Palma Roja"	Descanso
14h30	Colonia "Palma Roja"	Prácticas de labores diarias de las familias de la comunidad, práctica del idioma Kichwa.
18h00	Colonia "Palma Roja"	Prácticas en la elaboración de las artesanías con las mujeres de la comunidad.
19h00	Colonia "Palma Roja"	Merienda
20h00	Colonia "Palma Roja"	Fogata y noche de integración
22h00	Colonia "Palma Roja"	Pernoctación
DIA 3		
07h00	Colonia "Palma Roja"	Desayuno
8h00	Colonia "Palma Roja"	Despedida de los visitantes

Elaborado por: Yadira Suárez

Como una cuarta opción, es la que presten el servicio de alimentación (desayuno, almuerzo y merienda) con el alojamiento, para solamente convivir con las familias de la comunidad “La Mariscal” y la colonia “Palma Roja”; cada visitante tendrá libre decisión de sus actividades durante su estadía.

4.2.4 Conclusiones de la factibilidad técnica en cumplimiento del objetivos 2:

- El porcentaje de aceptación, interés y compromiso de trabajar en turismo vivencial en la comunidad “La Mariscal” y de la colonia “Palma Roja” es el 100%, por lo tanto se convierte en el pilar fundamental para la implementación de esta actividad socioeconómica.
- La tendencia del mercado actual es que el turista participe más con la comunidad o en general con la población local en donde va a pasar sus vacaciones, por lo tanto existe demanda en la utilización del producto que ofrece las comunidades en estudio.
- La posibilidad de que las 8 familias de la colonia “Palma Roja” brinde alojamiento en sus propias viviendas es casi nula, por ello se propone la construcción de una cabaña para hospedar a los turistas cercana a la colonia para que todas las actividades cotidianas de las familias, la pueda compartir con los visitantes.
- La articulación con CEZA determina un elemento importante para la comercialización del turismo vivencial, “La Mariscal” ya lo realiza, solo falta emprender en la colonia “Palma Roja”, que por parte del representante de CEZA existe total apertura.

4.3 Objetivo N° 3: Identificar la factibilidad económica y evaluación financiera para la implementación del turismo vivencial.

Luego de identificar la factibilidad operativa y técnica se procedió a estudiar la factibilidad económica, la misma que se presenta en cuadros para el análisis de viabilidad.

El estudio económico es la penúltima etapa del estudio, la cual ordena y sistematiza la información de carácter monetario que proporcionan las etapas anteriores y

4.3.1 Presupuesto de Ingresos

Es calcular en forma anticipada a cuánto ascenderán los ingresos y se prepara con la información proveniente del presupuesto de ventas.

Este proyecto abarca dos propuestas turísticas como son: el de la comunidad “La Mariscal” como el de la colonia “Palma Roja”, de acuerdo a la capacidad instalada que posee cada una de ellas se estiman los ingresos a percibir, por la venta de los paquetes turísticos los mismos que son considerados bajo tres rubros; por hospedaje, por alimentación y por recreación de los turistas.

Tabla N° 66 Capacidad Instalada

Comunidad	Familia	Capacidad Instalada x Familia	Capacidad Instalada x Día x Turista
La Mariscal	22	3	66
Palma Roja	8	CABAÑA	12
			78

Elaborado por: Yadira Suárez

Como se había manifestado anteriormente la colonia “Palma Roja”, va a construir una cabaña con capacidad de alojamiento de 12 personas, la comunidad “La Mariscal” tiene una capacidad de alojamiento en sus propias viviendas un promedio de 3 visitantes por día por 22 familias tenemos un promedio 66 PAX al día, por tanto la capacidad instalada por día será de 78 turistas en las dos localidades al 100% de su capacidad.

Para el cálculo de los ingresos se lo hizo bajo tres escenarios de acuerdo con la capacidad instalada, e escenario pesimista, esperado y optimista, se lo muestra a continuación:

Tabla N° 67 Ingresos por hospedaje

Hospedaje diario por persona	Escenario pesimista	Escenario esperado	Escenario optimista
Pago promedio por persona	8	10	15
Capacidad instalada entre todas sus áreas (personas)	78	78	78
% ocupación diario	5%	25%	40%
Número de personas al día	4	20	31
Días a la semana	3	5	7
Costo de ventas anuales(mantenimiento de instalaciones) 45%	2.073,60	21.600,00	70.308,00
Unidades vendidas	576,00	4.800,00	10.416,00
Ventas mes USD	384,00	4.000,00	13.020,00
Ventas Anual	4.608,00	48.000,00	156.240,00

Elaborado por: Yadira Suárez

Tabla N° 68 Ingreso por alimentación

Ingresos por Alimentación	Escenario pesimista	Escenario esperado	Escenario optimista
Pago promedio por día: desayuno, almuerzo, merienda y refrigerio	10	12	15
Capacidad instalada (personas)	78	78	78
% ocupación	5%	25%	40%
Número de personas al día	4	20	31
Días a la semana	3	5	7
Costo anual de ingredientes, y preparación 45%	2.592,00	25.920,00	70.308,00
Unidades vendidas	576,00	4.800,00	10.416,00
Ventas mes USD	480,00	4.800,00	13.020,00
Ventas Anual	5.760,00	57.600,00	156.240,00

Elaborado por: Yadira Suárez

Tabla N° 69 Ingresos por Recreación

Ingresos por recreación	Escenario pesimista	Escenario esperado	Escenario optimista
Pago mínimo de consumo por persona	5	8	10
Capacidad instalada (personas)	78	78	78
% ocupación	5%	25%	40%
Número de personas al día	4	20	31
Días a la semana	3	5	7
Costo anual de ventas 45%	1.296,00	17.280,00	46.872,00
Unidades vendidas	576,00	4.800,00	10.416,00
Ventas mes USD	240,00	3.200,00	8.680,00
Ventas Anual	2.880,00	38.400,00	104.160,00

Elaborado por: Yadira Suárez

Tabla N° 70 Total Ingresos

INGRESOS	Escenario pesimista	Escenario esperado	Escenario optimista
Hospedaje diario por persona	4.608,00	48.000,00	156.240
Ingresos por alimentación	5.760,00	57.600,00	156.240
Ingresos por recreación	2.880,00	38.400,00	104.160
TOTAL	13.248,00	144.000,00	416.640

Elaborado por: Yadira Suárez

Tabla N° 71 Proyección Ingresos Totales

PROYECCIÓN DE INGRESOS TOTALES					
ESCENARIO PESIMISTA					
RUBROS DE INGRESOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingreso por Hospedaje	4.608,00	4.608,00	4.608,00	4.608,00	4.608,00
Ingreso por Alimentación	5.760,00	5.760,00	5.760,00	5.760,00	5.760,00
Ingreso por Recreación	2.880,00	2.880,00	2.880,00	2.880,00	2.880,00
TOTAL UNIDADES (# de Turistas)	1.728	1.728	1.728	1.728	1.728
TOTAL INGRESOS	13.248,00	13.248,00	13.248,00	13.248,00	13.248,00
ESCENARIO ESPERADO					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingreso por Hospedaje	48.000,00	52.116,48	56.585,99	61.438,80	66.707,80
Ingreso por Alimentación	48.000,00	52.116,48	56.585,99	61.438,80	66.707,80
Ingreso por Recreación	24.000,00	26.058,24	28.292,99	30.719,40	33.353,90
TOTAL UNIDADES	14.400	15.034	15.695	16.386	17.107
TOTAL INGRESOS	120.000,00	130.291,20	141.464,97	153.597,01	166.769,49
ESCENARIO OPTIMISTA					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingreso por Hospedaje	156.240,00	186.150,59	221.787,25	264.246,21	314.833,50
Ingreso por Alimentación	104.160,00	124.100,39	147.858,17	176.164,14	209.889,00
Ingreso por Recreación	52.080,00	62.050,20	73.929,08	88.082,07	104.944,50
TOTAL UNIDADES	31.248	35.123	39.478	44.373	49.876
TOTAL INGRESOS PROYECTADOS	343.728,00	407.423,92	483.052,48	572.865,65	679.542,52

Elaborado por: Yadira Suárez

4.3.2 Presupuesto de Egresos

Los gastos en los que se incurrirá en la ejecución del proyecto se detallan a continuación:

Tabla N° 72 Gastos por alojamiento

GASTOS POR ALOJAMIENTO			
ÍTEM	CANTIDAD	VALOR USD	
		UNITARIO	TOTAL
Sábanas	70	8,00	560,00
Edredones	70	18,00	1.260,00
Toallas	70	8,00	560,00
Otros (jabón, shampoo, papel higiénico)	100	1,00	100,00
			2.480,00

Elaborado por: Yadira Suárez

Tabla N° 73 Menaje de Restaurante

MENAJE DE RESTAURANTE			
ÍTEM	CANTIDAD	VALOR USD	
		UNITARIO	TOTAL
Cristalería			
Vasos	70	0,60	42,00
Jarras	70	0,70	49,00
Cuartería			
Cucharillas	70	0,45	31,50
Cucharas soperas	70	0,65	45,50
Tenedores	70	0,65	45,50
Cuchillos	70	0,75	52,50
Mantelería			
Manteles	10	3,00	30,00
Cubremanteles	10	1,25	12,50
Servilletas de tela	70	0,40	28,00
Vajilla			
Platos soperos	70	1,80	126,00
Platos tendidos	70	1,80	126,00
Platos base	70	2,25	157,50
Tazas	70	3,15	220,50
Platos pequeños	70	1,35	94,50
			1.061,00

Elaborado por: Yadira Suárez

Tabla N° 74 Implementos deportivos

IMPLEMENTOS DEPORTIVOS			
ÍTEM	CANTIDAD	VALOR USD	
		UNITARIO	TOTAL
Botes de regata	3	50,00	150,00
Cascos	10	7,20	72,00
Chalecos salvavidas	3	12,00	36,00
Botas	5	3,00	15,00
Total			273,00

Elaborado por: Yadira Suárez

Tabla N° 75 Decoración y otros

DECORACIÓN Y OTROS			
ÍTEM	CANTIDAD	VALOR USD	
		UNITARIO	TOTAL
Cuadros – Pinturas	5	25,00	125,00
Floreros de mesa	4	3,00	12,00
Basureros	5	5,00	25,00
Alfombras	6	25,00	150,00
Cortinas	10	50,00	500,00
Extintores	2	50,00	100,00
Espejos (baños)	10	8,00	80,00
Focos	20	3,80	76,00
Equipo de primeros auxilios- botiquín	1	50,00	50,00
Otros			50,00
TOTAL			1.168,00

Elaborado por: Yadira Suárez

Tabla N° 76 Gastos de publicidad

GASTOS DE PUBLICIDAD	
DETALLE	VALOR ANUAL
Publicidad en internet	300,00
Publicidad en agencias de turismo	300,00
TOTAL	600,00

Elaborado por: Yadira Suárez

Tabla N° 77 Gastos generales

GASTOS GENERALES		
ÍTEM	VALOR	
	MENSUAL	ANUAL
Servicio de luz eléctrica	50,00	600,00
Servicio de agua potable	30,00	360,00
Servicio telefónico	25,00	300,00
Servicio de internet	25,00	300,00
TOTAL		1.560,00

Elaborado por: Yadira Suárez

Tabla N° 78 Gastos Suministros de oficina

GASTOS SUMINISTROS DE OFICINA						
ÍTEM	U. MEDIDA	CONSUMO		VALOR	VALOR	VALOR
		MENSUAL	ANUAL	UNITARIO	MENSUAL	ANUAL
Cartucho de tinta Epson	unidad	0,17	2,00	25,00	4,17	50,00
Papel para fax	unidad	0,08	1,00	3,90	0,33	3,90
Resma de papel bond	unidad	0,17	2,00	3,80	0,63	7,60
Folders archivador	unidad	0,08	1,00	3,00	0,25	3,00
Flash memory 2GB	unidad	0,08	1,00	5,00	0,42	5,00
Tarjetas de presentación / Trípticos	unidad	20,00	100,00	0,30	2,50	30,00
Block de facturas	unidad	0,08	1,00	10,00	0,83	10,00
Block de recibos	unidad	0,08	1,00	8,00	0,67	8,00
Esferos	unidad	1,00	12,00	0,30	0,30	3,60
Cuadernos	unidad	0,33	4,00	1,20	0,40	4,80
TOTAL					10,49	125,90

Elaborado por: Yadira Suárez

Tabla N° 79 Gastos Suministros de Limpieza

GASTOS SUMINISTROS DE LIMPIEZA						
ÍTEM	U. MEDIDA	CONSUMO		VALOR	VALOR	VALOR
		MENSUAL	ANUAL	UNITARIO	MENSUAL	ANUAL
Detergente 500 g.	Unidad	2,00	24,00	1,05	2,10	25,20
Escobas plásticas	Unidad	0,50	6,00	2,50	1,25	15,00
Trapeadores	Unidad	0,50	6,00	3,50	1,75	21,00
Desinfectante 800 ml.	Unidad	1,00	12,00	1,10	1,10	13,20
Fundas para basura	Unidad	10,00	120,00	0,06	0,60	7,20
Ambientadores	Unidad	2,50	30,00	1,30	3,25	39,00
Otros (guantes, mascarillas, limpiones, etc.)						30,00
TOTAL						150,60

Elaborado por: Yadira Suárez

Tabla N° 80 Resumen de costos y gastos de operación

RESUMEN DE COSTOS Y GASTOS DE OPERACIÓN	
ÍTEM	VALOR ANUAL
Salarios	4.713,00
Gasto Alojamiento	2.480,00
Gasto Menaje de Restaurante	1.061,00
Implementos deportivos	273,00
Decoración y otros	1.168,00
Gastos Generales	1.560,00
Gasto publicidad	600,00
Gasto suministros de oficina	125,90
Gastos suministros de limpieza	150,60
TOTAL	12.131,50

Elaborado por: Yadira Suárez

4.3.3 Determinación del Capital de trabajo e investigación diferida

Se detalla del Capital de trabajo, que permitirá cubrir los costos operacionales de los tres primeros meses a partir de la ejecución del proyecto.

Tabla N° 81 Capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO	
COSTOS Y GASTOS DE OPERACIÓN	VALOR ANUAL
Salarios	4.713,00
Gasto Alojamiento	2.480,00
Gasto Menaje de Restaurante	1.061,00
Implementos deportivos	273,00
Decoración y otros	1.168,00
Gastos Generales	1.560,00
Gasto publicidad	600,00
Gasto suministros de oficina	125,90
Gastos suministros de limpieza	150,60
Total costos y gastos	12.131,50
Días año	365
Días desfase	90
CAPITAL DE TRABAJO REQUERIDO	2.991,33

Elaborado por: Yadira Suárez

4.3.4 Inversiones

Tabla N° 82 Inversión en Activos Fijos

INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS	VALOR
Equipo de computación	1.834,00
Equipo de oficina	509,51
Equipo de cocina y electrodomésticos	2.790,00
Instrumentos de cocina	720,00
Infraestructura y obra civil	40.000,00
TOTAL INVERSIONES	45.853,51

Elaborado por: Yadira Suárez

Tabla N° 83 Inversión Inicial

INVERSIÓN INICIAL	VALOR
DESCRIPCIÓN	TOTAL
Activo Fijo	45.853,51
Organización	1.500,00
Capital de trabajo	2.991,33
TOTAL	50.344,84

Elaborado por: Yadira Suárez

4.3.4.1 Depreciaciones

Tabla N° 84 Depreciaciones

DEPRECIACIONES			
ACTIVO	VALOR	% ANUAL	VALOR ANUAL
Equipo de computación	1.834,00	33%	605,22
Equipo de oficina	509,51	33%	168,14
Equipo de cocina y electrodomésticos	2.790,00	10%	279,00
Instrumentos de cocina	720,00	33%	239,98
Infraestructura y obra civil	40.000,00	5%	2.000,00
TOTAL INVERSIONES	45.853,51		0,00

Elaborado por: Yadira Suárez

4.3.4.2 Amortizaciones

Tabla N° 85 Amortizaciones

AMORTIZACIONES			
ACTIVO	VALOR	% ANUAL	VALOR ANUAL
Gastos preoperacionales	1.500,00	20%	300,00

Elaborado por: Yadira Suárez

4.3.4.3 Financiamiento

Debido a que este proyecto aún no desarrolla sus actividades (el caso de la colonia “Palma Roja”), por estar en etapa inicial de creación, no cuenta con recursos internos, producto de la actividad económica de la misma.

El financiamiento del proyecto se lo puede obtener de 2 maneras: La primera, gestionando en una institución gubernamental o no gubernamental en donde lo financien el 100%. La segunda donde se pueda llegar a acuerdos para que el financiamiento sea un mínimo del 76, 5%, en donde los beneficiarios entregan una contraparte del 23,5% y esta contraparte lo puedan financiar con rubros valorados y/o mediante un préstamo bancario, la tasa activa promedio en el mercado financiero es de un 11,83% anual.

FINANCIAMIENTO (CAPITAL SOCIOS)		
PROPIO (FINANCIAMIENTO O.G. y/o ONG	\$ 38.518,00	76,5%
FINANCIAMIENTO	\$ 11.826,84	23,5%
Total	\$ 50.344,84	100%

4.3.4.4 Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento

La tasa mínima aceptable de rendimiento se relaciona con el costo de oportunidad del dinero que es la cantidad de dinero que se dejaría de ganar si se invirtieran los recursos en un proyecto dado, en lugar de tomar la alternativa de depositarlos en el banco.

La tasa pasiva máxima que paga una institución financiera es de 4.53% anual, considerando el monto que se desea colocar.

El monto que se colocaría en una institución financiera, en caso de no invertir en ningún proyecto sería de \$ 50.344,84

Tabla N° 86 Tasa Mínima de Aceptación de Rendimiento

TMAR			
DETALLE	VALOR	% ANUAL	VALOR ANUAL
Capital para el proyecto	50.344,84	5%	2.280,62

Elaborado por: Yadira Suárez

Si se deposita los \$50.344.84 en un banco en un año tendrá una rentabilidad del 4.53% es decir de \$2.280.62

4.3.5 Balance de Situación Inicial

Los cálculos para las proyecciones se hicieron en base a los ingresos esperados por la ejecución del proyecto.

Tabla N° 87 Balance General Proyectado

BALANCE GENERAL PROYECTADO						
ACTIVOS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Activo Corriente	2.991,33	44.634,03	63.297,05	84.301,87	107.884,10	134.121,74
Bancos	-	28.984,29	23.426,04	20.485,18	20.409,45	23.289,51
Inventario		15.649,74	39.871,01	63.816,69	87.474,65	110.832,23
Activo Fijo	45.853,51	43.166,40	40.479,28	37.792,17	35.345,03	32.897,89
Equipo de computación	1.834,00	1.834,00	1.834,00	1.834,00	1.834,00	1.834,00
Equipo de oficina	509,51	509,51	509,51	509,51	509,51	509,51
Equipo de cocina y electrodomésticos	2.790,00	2.790,00	2.790,00	2.790,00	2.790,00	2.790,00
Instrumentos de cocina	720,00	720,00	720,00	720,00	720,00	720,00
Infraestructura y obra civil	40.000,00	40.000,00	40.000,00	40.000,00	40.000,00	40.000,00
(-) Dep. acumulada activos	-	2.687,11	5.374,23	8.061,34	10.508,48	12.955,62
Activos diferidos	1.500,00	900,00	300,00	(300,00)	(900,00)	(1.500,00)
Gastos de constitución	1.500,00	1.200,00	900,00	600,00	300,00	-
(-) Amortización acumulada		300,00	600,00	900,00	1.200,00	1.500,00
TOTAL ACTIVOS	50.344,84	88.700,43	104.076,33	121.794,04	142.329,13	165.519,63
Pasivo Circulantes	-	14.572,18	17.181,80	20.068,79	23.346,55	26.869,92
Participación Laboral (15%)	-	6.029,87	7.109,71	8.304,33	9.660,64	11.118,59
Impuesto a la renta (25%)	-	8.542,31	10.072,09	11.764,46	13.685,91	15.751,33
Dividendo por Pagar		-	-	-	-	-
Intereses Deuda L/P		-	-	-		
Pasivo Largo Plazo	11.826,84	9.983,32	7.909,49	5.576,58	2.952,22	-
Préstamo bancario	11.826,84	9.983,32	7.909,49	5.576,58	2.952,22	-
TOTAL PASIVOS	11.826,84	24.555,50	25.091,29	25.645,37	26.298,77	26.869,92
PATRIMONIO	38.518,00	64.144,93	78.985,04	96.148,67	116.030,36	138.649,71
Capital social	38.518,00	38.518,00	38.518,00	38.518,00	38.518,00	38.518,00
Resultado del Ejercicio Periodos Anteriores	-	-	25.626,93	40.467,04	57.630,67	77.512,36
Dividendos Pagados Periodos Anteriores	-	-	(15.376,16)	(18.129,76)	(21.176,03)	(24.634,63)
Resultado del Ejercicio		25.626,93	30.216,27	35.293,39	41.057,72	47.253,99
TOTAL PAS.+ PAT.	50.344,84	88.700,43	104.076,33	121.794,04	142.329,13	165.519,63

Elaborado por: Yadira Suárez

4.3.6 Estado de Pérdidas y Ganancias

La cuenta de pérdidas y ganancias estará medida para un tiempo determinado y prudente de 5 años:

Tabla N° 88 Estado de Resultados Projectado

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO					
ESCENARIO ESPERADO CON FINANCIAMIENTO					
RUBRO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS POR VENTAS	120.000,00	130.291,20	141.464,97	153.597,01	166.769,49
Costo de venta	64.800,00	67.651,20	70.627,85	73.735,48	76.979,84
UTILIDAD BRUTA	55.200,00	62.640,00	70.837,12	79.861,53	89.789,65
Salarios	4.713,00	4.920,37	5.136,87	5.362,89	5.598,86
Gasto Alojamiento	2.480,00	2.589,12	2.703,04	2.821,98	2.946,14
Gasto Menaje de Restaurante	1.061,00	1.107,68	1.156,42	1.207,30	1.260,43
Implementos deportivos	273,00	285,01	297,55	310,64	324,31
Decoración y otros	1.168,00	1.219,39	1.273,05	1.329,06	1.387,54
Gastos Generales	1.560,00	1.628,64	1.700,30	1.775,11	1.853,22
Gasto publicidad	600,00	626,40	653,96	682,74	712,78
Gasto suministros de oficina	125,90	131,44	137,22	143,26	149,56
Gastos suministros de limpieza	150,60	157,23	164,14	171,37	178,91
Gasto Intereses	1.301,28	1.070,97	811,89	520,44	192,58
Depreciaciones	2.687,11	2.687,11	2.687,11	2.447,14	2.447,14
Amortizaciones	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00
UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIÓN DE IMPUESTOS	40.199,10	47.398,06	55.362,18	64.404,27	74.123,91
Participación Laboral (15%)	6.029,87	7.109,71	8.304,33	9.660,64	11.118,59
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	34.169,24	40.288,35	47.057,85	54.743,63	63.005,32
Impuesto a la renta (25%)	8.542,31	10.072,09	11.764,46	13.685,91	15.751,33
UTILIDAD NETA	25.626,93	30.216,27	35.293,39	41.057,72	47.253,99

Elaborado por: Yadira Suárez

4.3.7 Flujo de Caja Projectada

Para la factibilidad de la propuesta de estudio se identifica el siguiente flujo de caja:

Tabla N° 89 Flujo de caja proyectado

FLUJO DE CAJA PROYECTADO						
ESCENARIO ESPERADO CON APALANCAMIENTO						
RUBRO	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos por Prestamos	11.826,84					
INGRESOS POR VENTAS		120.000,00	130.291,20	141.464,97	153.597,01	166.769,49
Costo de venta		64.800,00	67.651,20	70.627,85	73.735,48	76.979,84
Utilidad Bruta		55.200,00	62.640,00	70.837,12	79.861,53	89.789,65
Gasto de ventas		30.184,75	30.184,75	30.184,75	30.184,75	30.184,75
Utilidad en Ventas		25.015,25	32.455,25	40.652,37	49.676,78	59.604,90
Gastos Administrativos		4.713,00	4.920,37	5.136,87	5.362,89	5.598,86
Utilidad Operativa		20.302,25	27.534,88	35.515,50	44.313,89	54.006,04
(-) Depreciaciones y Amortizaciones		2.987,11	2.987,11	2.987,11	2.747,14	2.747,14
UTILIDAD OPERATIVA (BAII)		17.315,14	24.547,76	32.528,39	41.566,75	51.258,90
Intereses		1.301,28	1.070,97	811,89	520,44	192,58
Pago Porción de préstamo L/P		1.843,52	2.073,83	2.332,91	2.624,36	2.952,22
UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIÓN DE IMPUESTOS		14.170,34	21.402,96	29.383,59	38.421,95	48.114,10
Participación Laboral (15%)		-	6.029,87	7.109,71	8.304,33	9.660,64
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		14.170,34	15.373,10	22.273,88	30.117,63	38.453,46
Impuesto a la renta (23%-22%)		-	8.542,31	10.072,09	11.764,46	13.685,91
UTILIDAD NETA		14.170,34	6.830,79	12.201,79	18.353,16	24.767,55
(+) Depreciaciones y amortizaciones		2.987,11	2.987,11	2.987,11	2.747,14	2.747,14
Saldo Flujo de Caja	11.826,84	17.157,45	9.817,90	15.188,90	21.100,30	27.514,69
Pago de Dividendos		-	15.376,16	18.129,76	21.176,03	24.634,63
Saldo de Caja Periodo Anterior		11.826,84	28.984,29	23.426,04	20.485,18	20.409,45
Inversión	(50.344,84)					
Valor Residual						
Flujo de caja	(50.344,84)	28.984,29	23.426,04	20.485,18	20.409,45	23.289,51

Elaborado por: Yadira Suárez

4.3.8 Evaluación Financiera

Esta es la última parte del proyecto de factibilidad, en donde se usan técnicas de evaluación económica y financiera considerando el valor del

dinero a través del tiempo, con el objetivo de medir la rentabilidad del proyecto.

Los métodos más comunes son el Valor Actual Neto (VAN), la Tasa Interna de Retorno (TIR), El Periodo de Recuperación y La Relación Costo - Beneficio

4.3.8.1 El Valor Actual Neto

Es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial; se lo define así ya que corresponde a la estimación a valor presente de los ingresos y gastos que se utilizarán en cada uno de los años de operación económica del proyecto.

4.3.8.2 Tasa Interna de Retorno

Es la tasa de descuento que hace que el VAN sea igual a cero, en otras palabras, aquella tasa de oportunidad para la cual el proyecto en estudio es apenas aceptable

El TIR mide la rentabilidad de los recursos que se mantienen dentro del proyecto.

Si la TIR es mayor que la TD el proyecto se acepta.

Si la TIR e menor que la TD el proyecto se rechaza.

Este método presenta más dificultades y es menos confiable que el VAN, por eso suele usarse como complementario al VAN.

De acuerdo a los flujos de fondos proyectados, el VAN para los próximos cinco años es mayor que cero, lo que significa que ganará \$66.249,62 después de recuperar la inversión. Por lo tanto el proyecto es factible.

La tasa interna de retorno para este proyecto es de 19%, siendo esta superior a la tasa de descuento TD = 12,00% utilizada para calcular el VAN, por lo tanto se demuestra la factibilidad del proyecto.

Tabla N° 90 Valor Actual Neto y Tasa Interna de Retorno del Proyecto

VAN Y TIR	16,43%	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujo de caja	(50.344,84)	28.984,29	23.426,04	20.485,18	20.409,45	23.289,51
Valor Actual Neto	66.249,62					
TIR	0,19					

Elaborado por: Yadira Suárez

4.3.8.3 Período de recuperación

La recuperación de capital de esta inversión con respecto a los flujos de efectivo en la que se puede observar que la recuperación total de la inversión será de 1 año y 11 meses aproximadamente, de acuerdo a todo el estudio financiero del proyecto.

Tabla N° 91 Período de recuperación de la inversión

PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN		
AÑOS	FLUJO NETO	FLUJO NETO ACTUALIZADO
0	(50.344,84)	(50.344,84)
1	28.984,29	(21.360,55)
2	23.426,04	2.065,49

Elaborado por: Yadira Suárez

4.3.8.4 Beneficio - Costo

El análisis de la relación B/C toma valores mayores, menores o iguales a 1, lo que implica que:

$B/C > 1$ implica que los ingresos son mayores que los egresos, entonces el proyecto es aconsejable.

$B / C = 1$ Implica que los ingresos son iguales a los egresos, entonces el proyecto es indiferente.

$B/C < 1$ Implica que los ingresos son menores a los egresos entonces el proyecto no es aconsejable.

$$B / C = \frac{\Sigma.Flujo.de.Fondos}{Inversión}$$

$$B/C = \frac{116.594,46}{50.344,84}$$

$$B/C = 2,31$$

La relación B/C indica que por cada dólar invertido en el proyecto se obtendrá \$2,31

El proyecto económicamente y financieramente es factible.

4.3.9 Conclusiones de la factibilidad económica y evaluación financiera

- La capacidad instalada de la propuesta para la implementación de turismo vivencial describe los 3 escenarios: pesimista, esperado y optimista; la posibilidad más acertada es el escenario optimista o por lo menos el escenario esperado.
- El análisis de beneficio-costos determina que los ingresos son mayores que los egresos, es decir que por cada dólar invertido se obtendrá \$2,31. Por lo tanto la conclusión es que el proyecto económicamente y financieramente es factible.

CAPÍTULO V

5. CONCLUSIONES

- *Conclusión 1 relacionada al Objetivo 1:* Se cumplió el primer objetivo del presente trabajo, ya que en la factibilidad operativa se identificó el potencial turístico (atractivos naturales y culturales) identificado en la comunidad “La Mariscal” y la colonia “Palma Roja” y sus alrededores (parroquia “San José”) determina que sí es viable la implementación del turismo vivencial en las comunidades de estudio. Tomando en cuenta que los pilares fundamentales del turismo vivencial son la organización, la conservación y recuperación de la cultura, la conservación de los recursos naturales y la participación de todos los miembros de la familia dentro de la comunidad. La comunidad “La Mariscal” ya tiene experiencia en trabajar en turismo vivencial, pero le hace falta la organización para el mejoramiento del servicio, de la administración y enfocar sus metas. La colonia “Palma Roja” tiene el potencial turístico y en recursos humanos para la implementación del turismo comunitario, sólo hace falta concretar el financiamiento a través de los organismos gubernamentales y no gubernamentales.
- *Conclusión 2 relacionada al Objetivo 2:* Para la factibilidad técnica se realizó el estudio de mercado donde indica que existe demanda por esta clase de productos y se determinó que ejecutar esta actividad turística administrada por las comunidades de estudio es factible. El turismo vivencial se convierte en una alternativa de generación de empleo para las comunidades y el mejoramiento de la calidad de vida de la población cuando los integrantes de las comunidades trabajan organizadamente en el desarrollo del turismo vivencial. Además es importante mencionar que

el grado de articulación con el Centro Ecológico Zanja Arajuno “CEZA”, se encuentra a gran escala, el 100% de los turistas que ingresan a este centro y necesitan hospedaje o desean tener una experiencia vivencial con familias de la amazonia, los contactan con los pobladores de la comunidad “La Mariscal”.

- *Conclusión 3 relacionada al Objetivo 3:* La factibilidad económica determinó la viabilidad del proyecto con el total del financiamiento para la construcción de la cabaña en la colonia “Palma Roja” es de \$50.344,84 los mismos que se dividen en un 76,5% pueda ser financiado por una Organización Gubernamental o por un Organización No Gubernamental y que el 23,5% pueda ser financiado por las propias familias de la colonia, a través de rubros valorados o si es en efectivo a través de un crédito bancario, este rubro puede tomar la forma de su contraparte. Puede ser complicada la gestión, pero la colonia “Palma Roja” debe empezar a fortalecerse y la mejor manera para hacerlo es a través de la gestión para la consecución de su proyecto.

6. RECOMENDACIONES

- En la constitución del Centro de Turismo Comunitario de la comunidad “La Mariscal” y la colonia “Palma Roja” se debe considerar el Anexo N. 5 “Reglamento para los Centros Turísticos Comunitarios” para que se pueda constituir el CTC de acuerdo a los requerimientos del Ministerio de Turismo del Ecuador.
- Considerar la inserción del CTC de La Mariscal-Palma Roja en la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador “FEPTCE”.

- Construir participativamente los documentos y herramientas hábiles para el mejor desarrollo del proceso organizativo en el manejo de la actividad turística.
- Tomar en cuenta la demanda existente en cuanto a turismo vivencial para alcanzar rentabilidad en el desarrollo de esta actividad económica.
- A las familias se deberían incluir en procesos de formación profesional en temas de: turismo comunitario, administración y fortalecimiento organizativo y la capacitación en temas puntuales.
- Se debería construir un Plan de manejo ambiental de forma participativa para la conservación de los recursos naturales, ya que son los atractivos para que pueda haber turismo y ecoturismo.
- Aplicar un proceso de recuperación, conservación de la cultura de la comunidad “La Mariscal” como mestizos de la amazonia y especialmente de la colonia “Palma Roja” como quichuas hablantes.

7. RESUMEN

Este trabajo de investigación tiene como objetivo realizar estudio de factibilidad para la implementación del turismo comunitario vivencial en la comunidad “La Mariscal” y la colonia “Palma Roja” del cantón Santa Clara de la provincia de Pastaza”.

La metodología que se utilizó en esta investigación es de tipo estadística descriptiva ya que se aplicaron herramientas de investigación de mercado como las encuestas a turistas nacionales y extranjeros con su debida tabulación, análisis e interpretación de datos, se utilizó un cuestionario de encuesta para las 22 familias de la comunidad “La Mariscal” y para las 8

familias de la colonia "Palma Roja" para la identificación del grado de compromiso y factibilidad operativa para la implementación del turismo vivencial; la metodología también fue exploratoria propositiva ya que se identificó el potencial turístico existente en las comunidades mencionadas y se tuvo una amplia relación con el Centro Ecológico Zanja Arajuno "CEZA" para definir el grado de relación comercial y social que tiene CEZA con las comunidades de estudio.

Además en este trabajo de investigación se realizó una propuesta para la implementación del turismo vivencial en las dos comunidades, con un modelo de gestión de turismo vivencial aplicable para cada comunidad.

Finalmente se realizó el estudio económico y financiero, el mismo que arrojó resultados de gran importancia, especialmente de la viabilidad financiera para la implementación del turismo vivencial en la comunidad "La Mariscal" y la colonia "Palma Roja".

8. SUMMARY

This research document aims to conduct a feasibility study for the implementation of community-based tourism in the community experiential "La Mariscal" and the colony "Palma Roja" Santa Clara town of Pastaza province ".

The methodology used in this research is descriptive statistics such as applied market research tools such as surveys domestic and foreign tourists with its proper tabulation, analysis and interpretation of data, a questionnaire was used to interview 22 families in the community " La Mariscal " and the 8 families of the colony "Palma Roja" to identify the degree of commitment and operational feasibility for the implementation of experiential tourism, the

purposeful exploratory methodology was also identified as the tourism potential mentioned existing communities and had an extensive relationship with the Ecology Center Zanja Arajuno "CEZA" to define the degree of commercial and social relationship has CEZA with the study communities.

Also in this research was a proposal for the implementation of experiential tourism in the two communities, with a model of experiential tourism management applicable to each community.

Finally, the study work was conducted economic and financial, which yielded the same results of great importance, especially financial viability for implementation of experiential tourism in the community " La Mariscal " and the colony "Palma Roja".

9. BIBLIOGRAFÍA

- Domínguez L, (2011) *“Manejo de los recursos Socioculturales”*. Universidad de Cienfuegos. Cuba.
- Esteban Ruiz Ballesteros y Doris Solís Carrión. 2008, Turismo comunitario de Ecuador.
- Francisco Ulloa, 2000 Guía para la investigación.
- OMT (2004), Desarrollo Sostenible del Turismo.
- Godoy y Ríos, (2008).Definición y Clasificación de Recursos Naturales.
- Gudefin, L. 2006. *“Diagnóstico de la Potencialidad Turística del Patrimonio Arquitectónico Religioso en el Mar de Plata”*. Universidad Nacional de Mar del Plata. La Plata.

- MINTUR 2007, “PLANDETUR 2020 informe final”, Banco Interamericano de desarrollo. Quito.
- Modelo de gestión del turismo rural comunitario de CODESPA, 2011”Fundación CODESPA.
- Módulo “Logística del turismo comunitario” 2007. Escuela de Formación Empresarial del GSFEP.
- Módulo “Mantener espacios turísticos rurales 2012 “Fundación Educativa Monseñor Rada” del GSFEP.
- Oyagata, M. 2009. “*Estudio de Factibilidad para la Creación de un Centro Interpretativo de Danzas Tradicionales del Pueblo Kichwa del Cantón Otavalo en el Barrio Punyaro Alto*” Universidad de Otavalo. Otavalo.
- Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la parroquia San José 2012.
- Pérez J. (1994) “*Estudio Socioeconómico 2011*”. Sistema Único de Beneficiarios. República Dominicana.
- Reyes, M. 2010. “*Texto Básico Turismo Comunitario*”. Universidad estatal Amazónica. Puyo.

Linografía

- http://www.myecuatours.com/turismo_vivencial.html
- <http://www.feptce.org/>
- <http://www.wikipedia.com>
- <http://www.mintur.gob.ec>

10. ANEXOS

Anexo N° 1 Registro de turistas que han ingresado durante los feriados del año 2012

N.	FERIADO	N. TURISTAS
1	Año nuevo	640
2	Carnaval	3933
3	Semana Santa	1889
4	Batalla de Pichincha (24 de mayo)	1874
5	Primer Grito de la Independencia	3551
6	Independencia de Guayaquil (12 de Octubre)	1575
7	Finados	1702
8	Navidad	1136
TOTAL		16300

Los datos presentados de los feriados del año 2012 son de acuerdo a los reportes de cada uno de ellos por la Dirección Provincial de Pastaza, datos que se realiza con una muestra de 35 establecimientos de alojamiento legalmente registrados de la provincia de Pastaza, cabe recalcar que los datos son específicamente solo los días que dura el feriado.

Atentamente.

Lcda. Jessica Gamboa
SERVIDOR PÚBLICO 1

Anexo Nº 2 Encuesta jefe de familia de la comunidad “La mariscal” y la colonia “Palma Roja”.

FECHA DE LA ENCUESTA _____ N° DE ENCUESTA _____
ENCUESTADORA: _____

INSTRUMENTO DEL ENCUESTADOR (JEFE/A DE FAMILIA)

Estudio de factibilidad para la implementación del turismo vivencial en la comunidad “La Mariscal” y a colonia “Palma Roja” del cantón Santa Clara de la provincia de Pastaza”

1. UBICACIÓN DEL ENCUESTADO

<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
PROVINCIA: CANTÓN	PARROQUIA	COMUNIDAD

2. IDENTIFICACIÓN DEL/LA ENCUESTADO/A

Apellidos y Nombres:

Género: a). Femenino b). Masculino

Edad:

Estado Civil:

a). Soltero b). Casado c). Divorciado 6. Unión Libre

Nivel de Educación:

a). Ninguna b). Primaria c). Secundaria d). Superior

3. Número de cuartos o habitaciones (no incluir cocina y baño)

4. El material de su vivienda es: (si se trata de más de uno, se debe considerar el que se encuentra en mayor porcentaje)

1) Bloque

2) Adobe o tapia

3) Ladrillo

4) Madera

5. El tipo de Pisos que tiene su vivienda es de: (si se trata de más de uno, se debe considerar el más reciente)

1) Madera

2) Cemento

3) Cerámica

4) Tierra

5) Otros

6. Qué tipo de techo posee: (si se trata de más de uno, se debe considerar el más reciente)

1) Teja

2) Eternit

3) Loza

4) Otro

7. ¿Qué tipo de servicio sanitario tiene?:

a) No tiene b) Letrina c) Servicio Higiénico

8). Desarrollo de principales actividades productivas

Nº	Actividades	Ingreso mensual
1		
2		
3		
4		
5		
6		

- | |
|--|
| <ul style="list-style-type: none"> 1. Agricultura 2. Pecuaria 3. Comercio 4. Turismo |
|--|

9). Si tiene otros ingresos que otras actividades le genera ingresos económicos:

Nº	Actividades	Ingreso mensual
1		
2		
3		
4		
5		

- | | |
|----|------------------------------|
| 1) | Jornal |
| 2) | Empleo |
| 3) | Apoyos externos de proyectos |
| 4) | Bono Solidario |
| 5) | Remesas del exterior |
| 6) | Otros |

10). Ha participado o ha sido beneficiario de alguna capacitación durante el año anterior?

1) SI 2) NO

11). Si ha participado, ¿cuál o cuáles han sido las capacitaciones?

a) Productivas (agrícolas o pecuarias) b) Fortalecimiento organizativo
 c) Manejo de recursos naturales d) Turismo

12) ¿Cómo califica su participación en su comunidad?

Buena Aceptable Regular Mala

13) ¿Cree usted que realizar actividades de turismo le ayudará a mejorar sus ingresos económicos?

SI NO

14) ¿Cree usted que su comunidad tiene potencial turístico? SI NO

15) ¿Le gustaría recibir capacitación en temas turísticos? SI NO

16) Si su respuesta es sí, señale con una X cuales temas serian de su interés:

- a) Turismo vivencial
- b) Guías de turismo local
- c) Elaboración de paquetes turísticos
- d) Gestión del turismo comunitario
- e) Administración turística
- f) Gastronomía
- g) Elaboración de Artesanías
- h) Diseño y construcción de senderos

17) ¿Le gustaría trabajar organizadamente con su comunidad en recibir turistas?

SI NO

18) Si su respuesta es Sí, ¿En cuál papel le gustaría participar?

(Por favor enumerar del 1 al 5, siendo 1 el papel principal que más le gustaría y si es 5 el papel que menos le gustaría).

- a) Como Guía turístico
- b) Como Administrador turístico
- c) Ofreciendo al turista alojamiento y alimentación en sus propias viviendas
- d) Promocionando los atractivos turísticos en diferentes lugares
- e) Organizando a la comunidad

19) ¿Quiénes deberían participar en el desarrollo de la actividad turística?

El hombre (jefe de familia)

La mujer (jefe de familia)

Los niños/as

Todos los miembros de la familia

Gracias por su colaboración

Anexo N° 3 Encuesta (mercado potencial-turistas)

FECHA DE LA ENCUESTA				N° DE ENCUESTA _____	
DÍA	<input type="text"/>	MES	<input type="text"/>	AÑO	<input type="text"/>
					ENCUESTADOR/A _____

Los datos proporcionados por esta encuesta, servirán para realizar un estudio de factibilidad para la implementación de turismo vivencial en comunidades de la provincia de Pastaza.

Instrucciones: Lea todas las preguntas detenidamente y responda a su criterio marcando con una X frente a cada una.

DATOS GENERALES DEL/A ENCUESTADO/A

1. Procedencia (país)

2. Sexo: a). Femenino b). Masculino

3. Edad

4. Usted viaja:

a). Solo/a b). Familia c). Amigos/as d). Familia y amigos

5. Su modalidad de viaje ha sido:

a) Con operadora de turismo b) Por su propia cuenta

6. ¿Conoce usted lo que es el turismo vivencial?: SI NO

7. Su motivación para visitar a la provincia de Pastaza ha sido por:

(Puede escoger más de una opción)

- a). Ecoturismo
- b). Turismo de aventura
- c). Turismo Vivencial

d). Turismo comunitario

e). Turismo científico

f). Recreación

8. ¿Cuánto tiempo permanece en la provincia de Pastaza?

a) Menos de 2 días b) Más de 2 días c) Más de 1 semana d) Un mes

9. En su estadía en la provincia de Pastaza, ¿Le gustaría visitar alguna comunidad?

SI NO

10. Si su respuesta es sí, ¿Qué actividades le gustaría realizar?

Marque con una X

- a) Convivir con una familia de la amazonia
- b) Conocer la cultura de la comunidad
- c) Aprender las costumbres de una
- d) Realizar paseos por la naturaleza
- e) Conocer la flora y fauna que existen alrededor de la comunidad
- f) Investigar sobre las especies de flora y fauna
- g) Practicar deportes de aventura
- h) Otros
- i) ¿Cuáles?

11. Si se implementara turismo vivencial en algunas comunidades de la provincia de Pastaza, que exigiría como cliente de este servicio:

Enumere del 1 al 10, siendo 1 el más importante y 10 el menos importante:

- a) Seguridad
- b) Vías de acceso
- c) Servicios básicos
- d) Transporte
- e) Información turística
- f) Servicios turísticos
- g) Calidad en el servicio

- h) Buen trato al turista
- i) Precios accesibles
- j) Personal capacitado

12. Como valores adicionales en la implementación del turismo vivencial, ¿cuáles de estos elementos considera importantes?:

Enumere del 1 al 5, siendo 1 el más importante y 5 el menos importante:

- 1. Conservación de la cultura
- 2. Conservación de los recursos naturales
- 3. Conservación de los atractivos turísticos
- 4. Intercambio de la cultura con los visitantes
- 5. Participación de la comunidad en actividades de turismo

Gracias por su valiosa colaboración.

Anexo N° 4 Encuesta realizada al “Centro Ecológico Zanja Arajuno” (CEZA)

1. ¿Cuántos turistas ingresan al mes a su centro turístico?

Turistas nacionales:

Turistas extranjeros:

TOTAL TURISTAS:

2. La procedencia de los turistas es:

ECUADOR:		OTROS PAÍSES:	
Ciudad	porcentaje	País	porcentaje
.....
.....

3. Según su criterio: Para realizar actividades complementarias a la visita a su centro turístico, ¿Los turistas qué preferirían realizar?

1. Convivir con una familia de la amazonia
2. Conocer la cultura de la comunidad
3. Aprender las costumbres de una cultura
4. Realizar paseos por la naturaleza
5. Conocer la flora y fauna que existen alrededor de la comunidad
6. Investigar sobre las especies de flora y fauna
7. Practicar deportes de aventura
8. Otros

Cuáles:.....

4. ¿Cuáles de estos medios de comunicación sugeriría para promocionar turismo vivencial?

1. Internet (página web)
2. Revistas turísticas

- 3. Televisión
- 4. Radio
- 5. Prensa
- 6. Amigos
- 7. Otros
- Cuáles:

5. En caso de implementarse turismo vivencial en las comunidades La Mariscal y Palma Roja, ¿Le interesaría tener alianzas comerciales con estas comunidades?

.....
.....
.....

6. ¿Cuáles serían sus sugerencias para el mejor desarrollo del turismo vivencial en las comunidades La Mariscal y Palma Roja?

.....
.....
.....

Anexo N° 5 Matriz FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas):

Fortalezas:	Debilidades:
<ol style="list-style-type: none"> 1. Comunidades organizadas. 2. Alto interés en proyectos socio productivos. 3. Interés en la recuperación de la cultura de las comunidades. 4. Buena relación con el Ministerio de turismo. 5. Buenas relaciones con los gobiernos locales. 6. Las comunidades poseen su cultura. 7. La comunidad “La Mariscal” tiene su riqueza cultural como mestizos. 8. La colonia “Palma Roja” de igual manera mantiene su cultura Kichwa con sus características ancestrales. 9. Las mujeres de las comunidades tienen capacidades en la elaboración de artesanías. 10. Potencial turístico existente en las comunidades (especialmente su cultura). 11. Conocimiento en prácticas de agricultura. 12. Poseer extensiones significativas de áreas de protección de especies de flora y fauna. 13. Interés de ONGs para el financiamiento de proyectos innovadores. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bajos recursos económicos por parte de algunos gobiernos locales. 2. Estar cercanos a áreas donde se explota petróleo. 3. Pérdida de valores culturales. 4. Bajo conocimiento en temas de turismo para la buena administración y gestión del turismo vivencial en las comunidades.

Oportunidades:	Amenazas:
<ol style="list-style-type: none"> 1. Impulso a la actividad turística por parte del gobierno nacional. 2. El MINTUR apoya a iniciativa de turismo comunitario y turismo vivencial (organización). 3. El sector público trabaja para el mejoramiento de la calidad de vida de los ecuatorianos. 4. Promoción turística de alto nivel en el Ecuador y en el mundo. 5. La provincia de Pastaza tiene gran riqueza cultural y natural. 6. Financiamiento de empresas petroleras para proyectos productivos. 7. Alternativas de desarrollo socio económico para las comunidades. 8. Incremento de turistas nacionales y extranjeros, específicamente en la provincia de Pastaza, atraídos por la cultura de los pueblos amazónicos. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Influencia de malas prácticas humanas. 2. La competencia de otras comunidades que quieran impulsar el turismo vivencial cercanas a la comunidad “La Mariscal” y la colonia “Palma Roja”. 3. Cambios en las políticas públicas en el ámbito turístico. 4. Caza masiva de animales. 5. Desastres naturales. 6. Mala planificación en el desarrollo turístico. 7. Contaminación petrolera. 8. Aculturización de los pueblos originarios.

**EXPEDIDO EN EL REGISTRO OFICIAL Nº 154 DEL VIERNES 19 DE
MARZO DEL 2010.**

No. 20100016

Considerando:

Que los artículos 56, 57, 58 y 59, del Capítulo IV de la Constitución de la República del Ecuador, publicada el 20 de octubre del 2008 en el Registro Oficial No. 449, que reconocen y garantizan derechos colectivos a los pueblos, comunidades, montubios, indígenas y afro-ecuatorianos, los cuales forman parte del Estado Ecuatoriano;

Que en el Art. 3, numeral e) de la Ley de Turismo define entre otros, como principios de la actividad turística la iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia y afro-ecuatoriano, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en la ley y sus reglamentos;

Que en el Art. 4, literal a), de la Ley de Turismo, reconoce que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de autogestión, y al Estado en cuanto debe potenciar las actividades mediante el fomento y promoción de un producto turístico competitivo;

Que el Art. 12 de la Ley de Turismo dispone que cuando las comunidades locales organizadas y capacitadas deseen prestar servicios turísticos, recibirán del Ministerio de Turismo, en igualdad de condiciones todas las facilidades necesarias para el desarrollo de estas actividades, las que no tendrán exclusividad de operación en el lugar en el que presten sus servicios y se sujetarán a lo dispuesto en esta ley y a los reglamentos respectivos;

Que es necesario elevar los estándares en la prestación de los servicios turísticos en los centros de turismo comunitario, cuya intención es ofrecer un turismo sustentable, solidario y de calidad a los visitantes y una alternativa de trabajo interesante, justo y significativo para sus miembros;

Que el Art. 54, dispone que en lo que no estuviere previsto en la ley, y en lo que fuere aplicable se observará el Código Ético Mundial para el Turismo, aprobado por la Organización Mundial del Turismo, en Santiago de Chile;

Que el Turismo Comunitario es un modelo de gestión en el que la comunidad local aprovecha el patrimonio natural y/o cultural de la región en la que se asienta para desarrollar y ofrecer un servicio turístico caracterizado por la activa participación comunitaria en la planificación y ejecución de acciones conducentes a potenciar el desarrollo sostenible de la población mediante la reinversión de los beneficios derivados de la actividad turística;

Que es función del Ministerio de Turismo, según el Decreto Ejecutivo Nro. 1186, que contiene el Reglamento General de Aplicación de la Ley de Turismo, publicado en el Registro Oficial Nro. 244 de 5 de enero del 2004, promover y fomentar todo tipo de turismo receptivo interno, siendo de su exclusiva competencia expedir la normativa que ha de regir en el sector;

Que, mediante Acuerdo Ministerial No. 20090024 de 18 de marzo del 2009, publicado en el Suplemento del Registro Oficial No. 565 de 7 de abril del 2009, se expide el Instructivo para Registro de Centros de Turismo Comunitario;

Que es urgente apoyar a las comunidades que buscan el desarrollo del turismo, como una herramienta de lucha contra la pobreza; y,

En uso de sus atribuciones que le confiere el Art. 17 del Estatuto del Régimen Jurídico y Administrativo de la Función Ejecutiva y más normas jurídicas aplicables,

Acuerda:

Expedir el Reglamento para los Centros Turísticos Comunitarios.

CAPÍTULO I

Normas Generales

Art. 1.- Este reglamento tiene como objeto normar el ejercicio de los centros turísticos comunitarios.

Art. 2.- Los centros de turismo comunitario podrán realizar una o más de las siguientes actividades:

- Alojamiento.
- Alimentos y bebidas.
- Transportación turística.
- Operación.
- Organización de eventos.
- Congresos.
- Convenciones.

Las actividades señaladas en el presente artículo se desarrollarán exclusivamente dentro de los límites de la jurisdicción territorial de la comunidad. La Gestión de la comunidad calificada como CTC se normará dentro de la organización comunitaria y promoverá un desarrollo local justo, equitativo, responsable y sostenible; basado en la revalorización de su identidad, costumbres, tradiciones; a través de un intercambio de

experiencias con visitantes, con la finalidad de ofertar servicios de calidad y mejorar las condiciones de vida de las comunidades.

Art. 3.- **Ámbito de aplicación.-** El presente reglamento rige para todas las comunidades que ejerzan o estén interesadas en ejercer actividades turísticas, previstas en el presente reglamento.

Art. 4.- **Personalidad jurídica.-** Los Centros de Turismo Comunitarios, CTC deberán estar constituidos como personas jurídicas, debidamente reconocidas por la autoridad pública competente.

CAPÍTULO II

De los Derechos y Obligaciones

Art. 5.- **De la Gestión.-** La gestión de la actividad turística corresponde a la comunidad, y como tal se procederá a su Registro en el Ministerio de Turismo, previo al inicio de su funcionamiento.

Sin embargo, de existir en el territorio comunitario establecimientos turísticos de propiedad privada o familiar que no se involucren en la actividad turística comunitaria, estos deberán respetar y someterse a las normas comunitarias en cuanto al uso y gestión de los atractivos turísticos, y se registrarán en el Ministerio de Turismo en forma privada.

Art. 6.- **Del Ministerio de Turismo.-** Es función del Ministerio de Turismo promover y fomentar el desarrollo de los centros de turismo comunitario para el mejoramiento de la calidad de vida de sus pobladores.

Art. 7.- **Prestación directa.-** Las actividades turísticas se realizarán de manera directa por la comunidad; por lo tanto, las comunidades legalmente registradas podrán comercializar los servicios turísticos autorizados en este reglamento, en la zona de su jurisdicción.

CAPÍTULO III

Del Registro

Art. 8.- Requisitos para el Registro de Turismo.- El registro de turismo como Centro de Turismo Comunitario se lo hará en la matriz o en las unidades desconcentradas en el ámbito nacional del Ministerio de Turismo, debiendo para dicho registro turístico, adjuntar los siguientes documentos:

- a) Solicitud de registro dirigida al Ministerio de Turismo en el que se indicará el o los servicios turísticos a prestar;
- b) Documento que demuestre la personalidad jurídica de la comunidad;
- c) Nombramiento que acredite la representación del peticionante;
- d) Acta de asamblea general de la comunidad en la que conste que ha decidido registrarse en el Ministerio de Turismo, con la firma de los miembros presentes;
- e) Documentos que demuestren que los responsables de los servicios a prestarse por la comunidad hayan recibido capacitación y/o formación profesional sobre turismo por un mínimo de 40 horas. Adicionalmente es necesario que el CTC entregue al Ministerio de Turismo un documento de estructura orgánica del Centro de Turismo Comunitario;
- f) Pago del valor de registro estipulado por el Ministerio de Turismo;
- g) Copia certificada del registro único de contribuyentes, de la persona jurídica solicitante, en la que conste, como uno de sus objetivos la prestación de servicios turísticos; y,
- h) Informe técnico que justifique la calidad comunitaria de la iniciativa que solicita el registro, expedido por la Secretaría de Pueblos, Movimientos Sociales y Participación Ciudadana.

Art. 9.- Procedimiento del Registro.-

Recibida la solicitud, la oficina correspondiente del Ministerio de Turismo, dispondrá fecha y hora para una inspección a la comunidad a efectos de verificar los datos consignados en la petición. En la referida inspección se procederá a llenar la Hoja de Planta Turística. Con tal información y verificando que se haya cumplido con los requisitos necesarios, se procederá a ingresar los datos de la comunidad al sistema de información del Ministerio de Turismo, creando para el efecto un número de registro y número de folio en el que se ingresa y se apertura el expediente; el mismo que se acompañará de un informe técnico del Ministerio de Turismo, en el que se indicará que el Centro de Turismo Comunitario cumple con los estándares mínimos de calidad que estarán dispuestos en el instructivo.

Una vez concluido este trámite, se procederá a emitir el certificado de registro.

El certificado de registro se otorgará previo al pago del uno por mil de los activos fijos de uso turístico y la cancelación del valor por concepto de registro.

En el caso de las agencias de viajes operadoras, deberán cumplir con los requisitos previstos en el reglamento vigente para las operadoras.

Art. 10.- Licencia anual de funcionamiento.- La licencia anual de funcionamiento será conferida por la Municipalidad de la jurisdicción donde se encuentre el Centro Turístico Comunitario, de haberse descentralizado las competencias del Ministerio de Turismo al Municipio de la jurisdicción; caso contrario, se la expedirá en la dependencia del Ministerio de Turismo competente, adjuntado la constancia de pago de la licencia y el certificado de registro.

Art. 11.- El Ministerio de Turismo al amparo del Convenio 169 de la OIT ratificado por el Ecuador, cuidará en lo que es de su competencia, del normal funcionamiento de los centros turísticos comunitarios, y precautelará cualquier abuso que pueda generarse por parte de los representantes de los centros turísticos comunitarios, para lo cual se aceptará la denuncia pública o veeduría ciudadana por las cuales el Ministerio de Turismo actuará de oficio.

CAPÍTULO IV

De la Capacitación y Formación Profesional

Art. 12.- Certificación.- Según la actividad o actividades que vayan a realizar una comunidad, de conformidad con el artículo 2 de este reglamento, la persona jurídica que representa a la comunidad, justificará con certificados válidos la capacitación técnica y/o profesional en las actividades turísticas que intervengan sus miembros.

Art. 13.- El Ministerio de Turismo promoverá la capacitación técnica y profesional, de quienes ejercen legalmente la actividad turística, de acuerdo al Art. 4 literal e) de la Ley de Turismo.

Art. 14.- Guías nativos: Los guías nativos (comunitarios), con licencia otorgada por el Ministerio de Turismo, podrán conducir turistas en áreas geográficas que corresponden al territorio de la comunidad, al pueblo o nacionalidad al que pertenecen y en interacción con otros centros turísticos comunitarios. En lo demás, se regirán por las disposiciones generales o especiales constantes en los reglamentos respectivos para guías, por cada actividad que desempeñe.

CAPÍTULO V

Del Patrimonio

Art. 15.- Oferta Turística.- Las actividades turísticas comunitarias realizadas por las comunidades registradas, deberán promover y contener particularmente en su oferta turística, los recursos naturales, la preservación de la identidad cultural y la seguridad de las comunidades.

Art. 16.- Prohibición.- Prohíbese el uso de la expresión “turismo comunitario” o cualquier otra similar que induzca a la idea de la participación de la comunidad en una operación turística, a cualquier establecimiento privado. Su uso indebido será sancionado de acuerdo a la ley aplicable.

Art. 17.- Sostenibilidad ambiental.- La actividad turística comunitaria tendrá como base el respeto y preservación de los recursos naturales y culturales existentes en su territorio. En consecuencia, las comunidades crearán su propio reglamento de uso y manejo del territorio.

Art. 18.- Exclusividad.- Los recursos naturales que han sido transformados en atractivos turísticos y que se encuentran asentados en determinado territorio comunitario que cuenta con títulos de propiedad o que se encuentra en posesión ancestral, son de uso exclusivo de ella para la operación turística. (Derecho de dominio, derecho de posesión). Si la empresa privada utiliza los recursos que se encuentran dentro del territorio comunitario deberá hacerlo previa coordinación con la comunidad.

Art. 19.- Turismo en áreas naturales del Estado.- Es de competencia de los ministerios de Turismo y del Ambiente coordinar el ejercicio de las actividades turísticas comunitarias en el Patrimonio de Áreas Naturales del Estado (PANE), las regulaciones o limitaciones de uso por parte de los

turistas, la fijación y cobro de tarifas por el ingreso y demás aspectos relacionados con el PANE.

Los centros de turismo comunitario deberán sujetarse a los planes de manejo ambientales del PANE, determinadas por el Ministerio del Ambiente y recibirán del Ministerio de Turismo, en igualdad de condiciones, todas las facilidades necesarias para el desarrollo de las actividades turísticas.

Art. 20.- Turismo en zona de amortiguamiento.- En aquellas áreas naturales denominadas zonas de amortiguamiento y similares, que sean de uso turístico y constituyan territorios de comunidades, el Ministerio de Turismo definirá conjuntamente con el Ministerio de Ambiente las regulaciones, los servicios, los convenios y concesiones de estas áreas para fomentar el turismo comunitario.

CAPÍTULO VI

Sanciones

Art. 21.- Para el efectivo control de esta actividad, se sancionará de acuerdo a lo que establece el Art. 52 de la Ley de Turismo, en concordancia con el capítulo 11 del reglamento general de aplicación a la ley, sin perjuicio de la aplicación por las autoridades competentes, de las normas atinentes a cada hecho sancionable.

DISPOSICION TRANSITORIA

En el plazo de 180 días se emitirá la normativa técnica, para la correcta aplicación del presente reglamento.

DISPOSICION FINAL

Derogase el Acuerdo Ministerial No. 2007-0130 del Ministerio de Turismo, publicado en el Registro Oficial No. 266 de 6 de febrero del 2008.

El presente acuerdo entrará en vigencia a partir de su publicación en el Registro Oficial.

Comuníquese y publíquese.- Dado en la ciudad de San Francisco de Quito, Distrito Metropolitano, a 25 de febrero del 2010.

f.) Eco. Verónica Sión de Josse, Ministra de Turismo.