

**UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA**



**ESCUELA DE INGENIERIA EN TURISMO**

TESIS PREVIA A LA OBTENCION DEL TITULO DE INGENIERIA EN  
TURISMO

**TEMA**

**PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO EN LA PARROQUIA SHELL,  
CANTÓN MERA, PROVINCIA DE PASTAZA.**

**AUTOR:** Visuma Mayancha Yolanda Ximena

**DIRECTOR:** Ing. Carlos A. Manosalvas Vaca MsC

**PUYO – PASTAZA – ECUADOR**

**2015**

## **CERTIFICADO DEL DIRECTOR DE TESIS**

Certifico que la señorita estudiante Visuma Mayancha Yolanda Ximena ha concluido el trabajo investigativo relacionado con el tema:

**“PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO EN LA PARROQUIA SHELL,  
CANTÓN MERA, PROVINCIA DE PASTAZA”**

Mediante el presente dejo constancia que la elaboración y redacción del informe final de la investigación, fue desarrollada por el estudiante antes mencionado y supervisado bajo mi dirección.

Cumplidos con los requerimientos, autorizo que el trabajo de tesis sea presentado a la Máxima Autoridad y por su intermedio a la Comisión Académica para que autorice el tribunal y la fecha de sustentación para la defensa legal.

Ing. Carlos A. Manosalvas Vaca MsC

**DIRECTOR DE TESIS**

## **EL TRIBUNAL DE DEFENSA DE TESIS CERTIFICA QUE:**

El presente trabajo titulado: “**PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO EN LA PARROQUIA SHELL, CANTÓN MERA, PROVINCIA DE PASTAZA**”, bajo la responsabilidad de la egresada estudiante Visuma Mayancha Yolanda Ximena, ha sido meticulosamente revisada, autorizando su presentación:

### **MIEMBROS DEL TRIBUNAL**

---

Dr. Luis Auquilla.  
**PRESIDENTE**

---

MSc. Luis Álvarez.  
**MIEMBRO**

---

MSc. Christian Salazar.  
**MIEMBRO**

## **AGRADECIMIENTO**

Primero quiero agradecer a Dios por darme la vida y permitir culminar mis estudios y así cumplir una meta en mi vida.

Mis padres quienes han sido una luz en mi vida y el soporte fundamental para alcanzar mis propósitos durante toda la carrera.

A mi esposo: Por el ejemplo de perseverancia y constancia que lo caracteriza y que me ha infundado siempre, por el valor mostrado para salir adelante y por su amor, cariño y paciencia.

Al Ing. Carlos A. Manosalvas quien con responsabilidad ha sabido asesorarme en cada proceso y desarrollo de proyecto de tesis.

A mi familia y amigos quienes de una u otra manera han estado apoyándome de manera incondicional para alcanzar este objetivo.

A todas las personas que han contribuido al proceso de investigación mis más sinceros agradecimientos.

¡Gracias a ustedes!

**Visuma Mayancha Yolanda Ximena**

## **DEDICATORIA**

El presente proyecto de tesis en el que he entregado, dedicación y esfuerzo está dedicado principalmente a Dios el que me ha enseñado a nunca rendirme a mis padres y mi esposo quienes han sido el pilar fundamental de mi vida y de mi trayectoria académica ya que de una u otra manera me han brindado su apoyo moral incondicional y a la vez económico que me han servido para cumplir los objetivos y metas trazadas.

**Visuma Mayancha Yolanda Ximena**

## **RESPONSABILIDAD**

Yo Visuma Mayancho Yolanda Ximena, con cedula de ciudadanía 160046771-4, declaro ante las autoridades educativas de la Universidad Estatal Amazónica, que el contenido de la tesis: “**PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO EN LA PARROQUIA SHELL, CANTÓN MERA, PROVINCIA DE PASTAZA**”, es absolutamente original, autentico y personal.

En tal virtud el contenido, las conclusiones y los efectos legales y académicos que se desprenden de la presente investigación son de exclusiva responsabilidad legal y académica de la autora.

-----  
Visuma Mayancho Yolanda Ximena  
C.I. 160046771-4  
**AUTORA**

## CONTENIDO

PORTADA.....	I
<b>CERTIFICADO DEL DIRECTOR DE TESIS.....</b>	<b>II</b>
<b>EL TRIBUNAL DE DEFENSA DE TESIS CERTIFICA QUE:.....</b>	<b>III</b>
AGRADECIMIENTO .....	IV
DEDICATORIA .....	V
RESPONSABILIDAD.....	VI
CONTENIDO .....	VII
I. INTRODUCCIÓN .....	1
1.1 Objetivos.....	3
<b>1.1.1 Objetivo General .....</b>	<b>3</b>
1.1.2. Objetivos Específicos.....	3
<b>1.2 Hipótesis General .....</b>	<b>3</b>
<b>1.3 Antecedentes de la Parroquia Shell.....</b>	<b>3</b>
<b>1.4 Estructura Funcional.....</b>	<b>4</b>
II. REVISIÓN DE LITERATURA.....	6
2.1. Turismo .....	6
2.2. Turismo de Naturaleza.....	6
2.3. Turismo Cultural.....	7
2.4. Diagnóstico .....	7
2.5. Análisis Situacional.....	7
<b>2.5.1. Características del Diagnóstico Situacional .....</b>	<b>8</b>
2.6. Evaluación del Potencial Turístico .....	8
2.7. El análisis de la Situación Turística .....	9
2.8. Inventario de Atractivos.....	9
<b>2.9. Planificación Estratégica .....</b>	<b>9</b>
<b>2.10. Balanced Scorecard.....</b>	<b>11</b>
<b>2.10.1. Beneficios del Balanced Scorecard .....</b>	<b>12</b>

<b>2.10.2. Metodología del Balanced Scorecard .....</b>	<b>13</b>
<b>III. MATERIALES Y METODOS .....</b>	<b>15</b>
3.1. Ubicación Geográfica .....	15
<b>3.1.1 Límites .....</b>	<b>15</b>
<b>3.2 Clima .....</b>	<b>16</b>
3.3. Hidrografía.....	16
3.4. Biodiversidad .....	16
<b>3.5. Materiales y Equipos.....</b>	<b>17</b>
<b>3.5.1. Materiales.....</b>	<b>17</b>
<b>3.5.2. Equipos.....</b>	<b>17</b>
3.6. Metodología de la Investigación.....	17
<b>3.6.1. Instrumentos Metodológicos .....</b>	<b>18</b>
3.7. Población y Muestra. ....	18
<b>IV. RESULTADOS.....</b>	<b>20</b>
RESULTADO 1 .....	20
4.1. REALIZAR EL DIAGNOSTICO DE LA POTENCIALIDAD TURÍSTICA DE LA PARROQUIA SHELL, CANTÓN MERA, PROVINCIA DE PASTAZA.....	20
4.1.1 Evaluación del Potencial Turístico .....	20
<b>4.1.2. Resultados de las Encuestas Aplicadas. ....</b>	<b>36</b>
<b>RESULTADO 2.....</b>	<b>45</b>
<b>4.2. ESTABLECER LÌNEAS DE ESTRATEGIAS DE OPERACIÒN PARA DISEÑAR EL PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO DE LA PARROQUIA SHELL.....</b>	<b>45</b>
4.2.1 Análisis Externo.....	45
4.2.1.1. Fuerzas Políticas, Gubernamentales y Legales .....	45
4.2.1.2. Fuerzas Económicas y Financieras .....	46
4.2.1.3. Fuerzas Sociales, Culturales y Demográficas .....	48
4.2.1.4. Fuerzas Tecnológicas y Científicas.....	50
4.2.1.5. Fuerzas Ecológicas y Ambientales .....	53
4.2.1.6. Matriz de Factores Externos .....	55

4.2.2. Análisis Interno .....	56
4.2.3. Objetivos a Largo Plazo .....	58
RESULTADO 3.....	60
4.3. DISEÑAR EL PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO DE LA PARROQUIA.....	60
Estrategias e Implementación .....	60
4.3.1. Diseño y Definición de Estrategias .....	60
4.3.2 Diseño del Balanced Scorecard (Implementación Y Control Estratégico).....	62
4.3.2.1 Objetivos a Corto Plazo .....	62
4.3.2.2 Balanced Scorecard: Evaluación Estratégica.....	64
4.3.3. Perspectiva de Procesos .....	65
4.3.3.1 Perspectiva del Ciudadano .....	67
4.3.3.2. Perspectiva Financiera .....	68
V. CONCLUSIONES .....	69
VI. RECOMENDACIONES.....	70
VII. RESUMEN.....	71
VIII. SUMMARY .....	72
IX. BIBLIOGRAFIA .....	73
ANEXOS .....	75

## INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Atractivo N°1 Dique de la Shell .....	20
Tabla 2: Atractivo N°2 Hacienda Té Zulay .....	23
Tabla 3: Atractivo N°3 Complejo Arqueológico Té Zulay.....	26
Tabla 4: Atractivo N°4 Casa del Árbol .....	29
Tabla 5: Atractivo N°5 Río Pindo.....	32
Tabla 6: Resumen de los atractivos turísticos de la parroquia Shell, 2012.....	35
Tabla 7: Género del Turista.....	36
Tabla 8: Edad de los turistas .....	37
Tabla 9: Procedencia del Turista.....	38
Tabla 10: Procedencia de los Turistas.....	39
Tabla 11: Días de Permanencia de los turistas.....	40
Tabla 12: Preferencia de Hospedaje.....	41
Tabla 13: Actividades que prefieren desarrollar los turistas.....	42
Tabla 14 : Monto a gastar.....	43
Tabla 15: Medios Publicitarios de Preferencia .....	44
Tabla 16: Pobreza por necesidades básicas insatisfechas por Provincia.....	49
Tabla 17: Uso de Internet por Provincias.....	51
Tabla 18: Porcentaje de personas que tienen Teléfono Celular activado por provincia. .....	52
Tabla 19: Matriz de Factores Externos .....	55
Tabla 20: Matriz de Factores Internos .....	57
Tabla 21: Matriz MFODA .....	60
Tabla 22: Perspectiva de Aprendizaje Interno .....	65
Tabla 23: Perspectiva de Procesos .....	65
Tabla 24: Perspectiva del Ciudadano.....	67
Tabla 25: Perspectiva Financiera .....	68

## INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Estructura Funcional de la Junta Parroquial de Shell .....	5
Gráfico 2: Mapa de Limites Parroquia Shell.....	15
Gráfico 3: Género del Turista .....	36
Gráfico 4: Edad de los Turista .....	37
Gráfico 5: Procedencia del Turista.....	38
Gráfico 6: Procedencia.....	39
Gráfico 7: Días de Permanencia.....	40
Gráfico 8: Preferencia de Hospedaje.....	41
Gráfico 9: Actividades que prefieren desarrollar los turistas.....	42
Gráfico 10: Monto a Gastar.....	43
Gráfico 11: Medios Publicitarios de Preferencia .....	44
Gráfico 12: Evolución del PIB mundial y ecuatoriano. ....	46
Gráfico 13: Inflación, precios al consumidor (% anual). ....	46
Gráfico 16: Tasa de desempleo nacional urbano. ....	50
Gráfico 20: Municipios que realizan recolección diferenciada de residuos sólidos (INEC, 2012).....	54

## INDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Diseño de la Encuesta.....	76
Anexo 2: Tabla Inventario De Servicios Turísticos De La Parroquia Shell, 2013 ....	77
Anexo 3: Entrevista con la Dirección del Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia Shell.....	78
Anexo 4: Acta de reunión con el Presidente del GAD Parroquial de Shell.....	79
Anexo 5: Registro de Asistencia “Reunión de Validación de Objetivos” .....	80
Anexo 6: Fotos Reunión de Validación de Objetivos.....	81
Anexo 7: Certificación del GAD Parroquial de Shell.....	82
Anexo 8: Fotos de los Atractivos Turísticos.....	83
Anexo 9: Proyecto de Tesis .....	84

## I. INTRODUCCIÓN

Ecuador muestra un desempeño variable en las llegadas de turistas internacionales. Sin embargo, se puede observar una mejora positiva en los niveles de ingresos por turismo internacional, durante los últimos años. Debe entenderse que se apunta a un turista de alto consumo, abriéndose un nicho para el Ecuador bajo un modelo de turismo sostenible que plantea el PLANDETUR 2020. Conociendo que el Cantón Mera es la puerta de ingreso a la Provincia de Pastaza, fue el segundo Cantón creado dentro de la provincia, cuenta con tres parroquias la primera Mera como la cabecera cantonal después Shell y Madre Tierra. En donde Shell cuenta con el crecimiento poblacional más alto en comparación con las demás parroquias del cantón, convirtiéndose una de las principales a nivel provincial. (Plan de desarrollo estratégico cantonal)

La Parroquia Shell fue fundada el 29 de diciembre de 1966, en la actualidad es una de las más grandes dentro del cantón, cuenta con una población aproximada de 8752 habitantes, la entidad encargada de los aspectos culturales, públicos, turísticos se encarga el Gobierno Seccional Autónomo “Junta Parroquial de Shell”. (Plan de desarrollo estratégico cantonal). Siendo una de las parroquias más grandes, se encuentra desarrollando turismo en los cuatro atractivos principales que tiene dentro y fuera de la misma, los cuales recogen a muchos turistas nacionales y en especial el turismo familiar; también tiene turistas de paso, por la falta de información dentro de la misma.

Muchos de los turistas que llegan solo vienen por visitar el dique de Shell, ya que, se encuentra más información sobre este atractivo. Cabe mencionar que el dique es el más reconocido y visitado, este atractivo cuenta con varias alternativas para los visitantes como: juegos infantiles, áreas recreativas, áreas de comida y como principal cuenta con un pequeño sendero diseñado

empíricamente, que invita a los visitantes a conocer más sobre este lugar, el sendero por así llamarlo nos dirige a la comunidad Sacha Runa y a la Asociación Praga Sacha que cuenta con 10 comunidades más; todo este recorrido se encuentra a las orillas del Río Pindo Grande.

Con el propósito de dar una mejor información y con mayor facilidad de desplazamiento turístico se desea diseñar el Plan de Desarrollo Turístico con el cual se permitirá potencializar estratégicamente los demás atractivos turísticos que posee la parroquia Shell y brindar a los turistas y visitantes experiencias únicas e inolvidables donde coexista una interrelación con el entorno natural.

## **1.1 Objetivos**

### **1.1.1 Objetivo General**

Diseñar el Plan de Desarrollo Turístico de la Parroquia Shell, Cantón Mera provincia de Pastaza

### **1.1.2. Objetivos Específicos**

- Realizar el diagnóstico de la potencialidad turística de la Parroquia Shell, Cantón Mera.
- Establecer líneas de estrategias de operación para diseñar el Plan de Desarrollo Turístico de la Parroquia Shell.
- Determinar los componentes del Plan de Desarrollo Turístico de la parroquia.

## **1.2 Hipótesis General**

El Plan de Desarrollo Turístico de la Parroquia Shell, Cantón Mera contribuye a dicha Parroquia, se convierta en uno de los destinos Turísticos más importantes de la Provincia de Pastaza.

## **1.3 Antecedentes de la Parroquia Shell**

De acuerdo a las investigaciones realizadas y a lo expuesto en el plan de desarrollo territorial de La parroquia Shell, este lugar era llamado Cuchimondongo por los indígenas del sector, ya que era el lugar donde llegaban a la cacería de puercos sagínos, puesto que estos acostumbraban a concentrarse y a veranear o descansar en

grandes manadas, a tal punto que había un amplio sector escampado en la parte alta de la Zulay que lo llamaban “Loma Pelada”. Sin embargo, la parroquia toma su nombre gracias al asentamiento que hace la compañía Shell quien instala su campamento principal, y promueve la construcción del campo de aviación que fue inaugurado en 1939. Se agilitan además, los trabajos de la carretera desde Baños que llega a Shell en 1945. Además, el campo de aviación, que luego se convertiría en el Aeropuerto Río Amazonas, permite generar un sitio estratégico para la actividad militar, petrolera, transporte aéreo, misionero y comercial, de espera y descanso para los viajeros que ingresan por vía aérea.

La Parroquia Shell fue fundada el 29 de diciembre de 1966 pero sus fiestas populares se celebran un mes antes; en la actualidad es una de las más grandes dentro del cantón cuenta con una población aproximada de 10000 habitantes según el último censo de población. La entidad encargada de los aspectos culturales, públicos, turísticos es el Gobierno Seccional Autónomo “Junta Parroquial de Shell”. En relación a su distribución urbana y rural, Shell tiene 13 barrios y 13 caseríos y estima que se han formado algunos más que no se encuentran legalmente registrados según los datos de la Junta parroquial.

#### **1.4 Estructura Funcional**

El GAD-parroquial de Shell está compuesto de personas electas por el pueblo, representado por el presidente y cuatro Vocales, con tendencias políticas distintas, pero con fines comunes que persiguen el desarrollo de su parroquia, el Presidente es el representante legal y el administrador del Organismo parroquial. Los Vocales se encuentran en el Nivel Directivo, a parte de fiscalizar y legislar, tienen a su cargo la responsabilidad de dirigir cada uno de ellos, una Comisión, realizando reuniones de trabajo cuando el caso lo amerite.

El nivel administrativo se encuentra representado por la Secretaria-Contadora, quien apoya a la gestión que realiza el Presidente y apoya a las Comisiones, elaborando informes, actas y la contabilidad de la institución.

**Gráfico 1:** Estructura Funcional de la Junta Parroquial de Shell



**Fuente:** Gobierno Autónomo Parroquial de la Shell

## II. REVISIÓN DE LITERATURA

### 2.1. Turismo

El turismo ha sido estudiado desde diferentes enfoques, produciendo una serie de definiciones. Por ejemplo, para Coronado (1993), el turismo se define como un fenómeno social que influye de manera favorable en la economía de las comunidades receptoras, y que consiste en el desplazamiento de personas de un lugar a otro por varios motivos. De esta manera conforman una población flotante en el lugar que visitan.

Para la Organización Mundial de Turismo (OMT), el turismo incluye todo tipo de actividad que se realizan en estancias y viajes a lugares distintos al entorno habitual, durante un período sin interrupción inferior a un año, con el objetivo de descansar, hacer negocios, y otros motivos.

Para Gómez (2007), el turismo depende de la interpretación que den las personas, lo cual depende de su cultura, vivencias, deseos, motivos y gustos. Para que la actividad del turismo se ejecute adecuadamente, cada nación cuenta con un conjunto de bienes, servicios y organización que determina el destino que desea una persona visitar, un lugar donde satisfacer su deseos de descanso, esparcimiento, recreación y cultura.

### 2.2. Turismo de Naturaleza

**OMT.-** Modelo de desarrollo económico concebido para mejorar la calidad de vida de la comunidad receptora, facilitar al visitante una experiencia de alta calidad y mantener la calidad del medio ambiente del que tanto la comunidad anfitriona como los visitantes dependen.

El turismo de naturaleza es una alternativa para el desarrollo de los lugares que se encuentran aledaños a esta, en donde el turista podrá disfrutar directamente del ambiente natural adquiriendo nuevas experiencias y conocimientos del entorno.

### **2.3. Turismo Cultural**

Según Sancho (2008), el turismo cultural está basado en las atracciones culturales que posee el destino, ya sea permanentes o temporales tales como museos, acciones teatrales o musicales, orquesta, etc., o basados en características culturales y/o sociales de una población que dispone una tradición de vida, una características propias.

El Turismo Cultural hace referencia a los viajes que se realizan con el deseo de ponerse en contacto con otras culturas y conocer más de su identidad. Esta modalidad de turismo es una de las más apreciadas por los turistas ya que ellos comparten tradiciones, baile, gastronomía, etc., con personas de un determinado poblado, región o país.

### **2.4. Diagnóstico**

Un diagnóstico consiste en una investigación de campo realizada con el propósito de conocer los problemas, necesidades y potencialidades de un sitio o empresa determinada. Generalmente se efectúa en función de la información que aportan los actores directamente involucrados.

### **2.5. Análisis Situacional**

Se refiere al análisis de datos pasados, presentes y futuros ya que éstos proporcionan una base para seguir el proceso de la planeación estratégica. Para que una empresa pueda funcionar adecuadamente es necesario que tenga muy en cuenta lo que ocurrió,

lo que ocurre y lo que aún puede ocurrir dentro de la organización y estar al tanto para evitar hechos que nos lleven al fracaso”. (NÁJERA, E. 2003).

### **2.5.1. Características del Diagnóstico Situacional**

“El diagnóstico situacional permite producir conocimientos para la acción y toma de decisiones en forma participativa e inclusiva adecuada a la realidad y el contexto de los actores en torno a un tema significativo para estos”. (NÁJERA, E. 2003).

## **2.6. Evaluación del Potencial Turístico**

El turismo puede ser el incentivo para el desarrollo local de un gran número de zonas rurales. Este sector en auge permite dinamizar las actividades económicas tradicionales y valorizar las particularidades culturales locales, ofreciendo al mismo tiempo posibilidades de empleo o jóvenes de zonas rurales y frenando a su vez el éxodo rural.

No obstante, turismo no es la panacea para solucionar los problemas que plantea el desarrollo, ni todas las zonas rurales están predispuestas a esta actividad. Sería un error considerar este sector como la única alternativa posible a la agricultura o a otra actividad económica local con dificultades.

La única manera de confirmar que un territorio posee verdaderamente un potencial de desarrollo turístico justifique unas determinadas inversiones es a través de una evaluación rigurosa que tenga en cuenta la oferta, la demanda, la competencia y las tendencias del mercado”. (JHONSON, Peter 2002. en línea)

## **2.7. El análisis de la Situación Turística**

“Existe una fase en la que examina la oferta, la demanda, la competencia y las tendencias de mercado. Esta se conoce como análisis de la oferta y debe incluir los siguientes puntos:

- 1) Organización turística
- 2) Como se comercializa el turismo
- 3) Formación inicial y permanente
- 4) Cooperaciones existentes y posibles socios
- 5) Dispositivos de apoyo disponibles” (Ibid. 2002).

## **2.8. Inventario de Atractivos**

Según el MINTUR (2004), manifiesta que: “Un Inventario de atractivos turísticos, es que registra de forma ordenada los factores físicos, biológicos y culturales que, contribuyen a determinar la oferta turística de un país, o una región. Generan y brindan información importante para el desarrollo del turismo, su tecnificación, evaluación y zonificaciones.

## **2.9. Planificación Estratégica**

La planificación estratégica y específicamente, la planificación participativa es un proceso establecido mediante el cual se puede elaborar un diagnóstico situacional actual, precisar objetivos, estrategias y acciones que permitan construir los mecanismos de seguimiento; articulando con los diversos actores, con el objetivo de conseguir el Buen Vivir en la ciudadanía por medio de la generación de la economía del territorio.

Para que todos los actores se empoderen del proceso y asuman su rol protagónico, es indispensable identificarlos y motivarlos. Son actores de la planificación estratégica participativa los siguientes:

- El Gobierno Municipal: Concejo Municipal, funcionarios y empleados municipales.
- La población: Líderes locales, organizaciones comunales, sectores organizados.
- Las instituciones: Instituciones públicas y privadas presentes en el municipio.
- La Entidad Asesora.

El proceso de planificación estratégica está inmerso en un macroproceso de Gestión Estratégica, el cual involucra las actividades de Formulación del plan, Ejecución e Implementación.

La mejor manera de estudiar y aplicar el proceso de gestión estratégica es utilizando un modelo. Cada modelo representa algún tipo de proceso; y aunque no garantiza el éxito, sí representa un planteamiento claro y práctico de las estrategias de formulación, implementación y evaluación (Fred, 2008, p. 15).

En el libro *Dirección Estratégica* de Samuel Certo & Paul Peter (1998), se señala que, la Gestión Estratégica consiste en los procesos siguientes:

- 1) Elaborar un diagnóstico estratégico,
- 2) Fijar un direccionamiento estratégico,
- 3) Formular estrategias,
- 4) Ejecutar las estrategias,
- 5) Controlar la ejecución.

El proceso de planificación, incluye una serie de actividades como:

- *Direccionamiento Estratégico*: En esta etapa se define la misión y visión que guiarán el que hacer de la organización o comunidad; es la brújula que guía las actividades que se desarrollarán a futuro.

- *Análisis Externo:* Detección de las Amenazas y Oportunidades que pueden afectar a la organización. En esta etapa se pueden utilizar modelos como el Análisis PESTE y la Matriz de Evaluación de Factores Externos.
- *Análisis Interno:* Etapa en la que se analizan recursos y capacidades de la organización para detectar fortalezas y debilidades. Se utilizan herramientas como la Matrix de Evaluación de Factores Internos
- *Diseño y Elección de Estrategias:* Proceso estratégico a través del cual se diseñan y seleccionan las estrategias que se ejecutarán para cumplir con los objetivos, visión y misión. Se utilizan herramientas como la matriz MFODA, matriz de planeamiento estratégico cuantitativo, entre otros.
- *Implementación Estratégica:* Etapa en la que se definen los objetivos a corto plazo, y el proceso de medición y evaluación de la ejecución del plan. Se utilizan herramientas como el Balanced ScoreCard.

## **2.10. Balanced Scorecard.**

Dentro del proceso de administración estratégica, la evaluación del desempeño se convierte en un proceso de revisión sistemático, llevado a cabo para ayudar a las organizaciones logren sus metas y objetivos (Fu-Hsiang, Tsung-Shin, Gwo-Hshiang, 2011), ya que, permite administrar de manera efectiva sus recursos y medir su desempeño en función de los objetivos planteados (Wu & Hung, 2008); sin embargo, las métricas de evaluación tradicionales se enfocan solo en el desempeño financiero, convirtiéndose en métricas limitadas para evaluar el desempeño global de una organización (Both, 1996, tomado de Fu-Hsiang, Tsung-Shin, Gwo-Hshiang, 2011).

Para superar esta limitación, Los Doctores David Norton y Robert Kaplan, propusieron un enfoque de medición del desempeño y control de ejecución de las estrategias, denominándolo Balanced Scorecard (Cuadro de Mando Integral) convirtiéndose en un instrumento de Gestión Estratégica que se fundamenta en

la organización, difusión y control de la ejecución de la estrategia de una organización.

El enfoque del Balanced Scorecard toma en cuenta la visión y las estrategias de la organización, enfocándose en el desempeño financiero y no financiero; es decir, monitorea el rendimiento financiero a corto plazo y al mismo tiempo resalta el valor de los indicadores financieros y de competitividad de largo plazo (Kaplan & Norton, 2001).

### **2.10.1. Beneficios del Balanced Scorecard**

- Maximiza la rentabilidad y creación de valor.
- Crea un modelo de negocio que se fundamenta en estrategias bien detalladas y comunicadas a todos los miembros de una empresa.
- La adecuada ejecución de la estrategia diseñada permite mejorar los resultados financieros.
- Permite generar un sistema de control preventivo cuyo propósito es evitar inconvenientes futuros.
- Permite obtener información oportuna sobre el avance de cumplimiento de los objetivos dentro de una organización.
- Genera una clara visión de hacia dónde quiere ir la organización, lo que repercute en las funciones y tareas que tienen que desarrollar cada uno de ellos.
- Posibilita la generación de una actitud proactiva.
- Permite la transformación de la estrategia diseñada en acciones concretas que permitan su ejecución eficiente.
- Permite la construcción de un pensamiento enfocado en la estrategia empresarial, cuyo objetivo es crear una cultura organizacional de acción.
- Comunicación y alineación de las estrategias,

- Permite realizar una evaluación de la efectividad de las acciones realizadas así como controlar la productividad de todas las áreas. (CAS Chile, 2014)

### **2.10.2. Metodología del Balanced Scorecard**

Como lo manifiesta Arambula (2013), el Balanced Scorecard (BSC) es una filosofía para el management de una organización creada por los doctores Robert Kaplan y David Norton (Harvard, 1992). Su principal característica es que permite medir y evaluar aspectos financieros y no financieros (capital intelectual) de una empresa.

En los últimos años se ha convertido en una herramienta que posibilita mejorar el desempeño corporativo ya que conecta la visión y la estrategia a cinco medidas de desempeño: (Arambula, 2013):

1. Logros financieros.
2. Satisfacción de clientes
3. Procesos Internos
4. Satisfacción de empleados.
5. Aprendizaje y Capacitación para los empleados

De acuerdo a Kaplan y Norton (1996), con el objetivo de integrar todos los puntos de vista que involucra la gestión de una empresa, el BSC adopta, cuatro perspectivas:

- Perspectiva financiera
- Perspectiva del cliente
- Perspectiva del proceso interno
- Perspectiva de aprendizaje y crecimiento

La perspectiva relacionada a las finanzas ha sido la que tradicionalmente desarrollaban los cuadros de mando utilizados hasta ahora para la supervisión de la empresa. Acertadamente se dice que la dirección maneja el lenguaje de los números y más concretamente, el lenguaje del dinero, mientras que los empleados están más acostumbrados al lenguaje de las cosas. Este principio relegaba el manejo de los indicadores no financieros a organismos de menor nivel, concretamente al nivel correspondiente a la gestión de la producción.

Las otras tres perspectivas han sido desarrolladas desde hace poco tiempo y no suelen considerarse integradas en las estrategias de la más alta dirección, salvo al nivel de principios generales no supervisables. Es frecuente escuchar de labios de un gerente que “el cliente es el rey”, pero pocas veces se le ve dedicar recursos importantes a la consolidación de ese reinado. Igualmente los más altos gestores presumen de estar al día al alabar la denominada gestión del conocimiento, pero pocos de ellos desarrollan herramientas y tácticas para favorecer dicha gestión.

Todas estas perspectivas, junto con sus objetivos se integran en un Mapa estratégico que, de acuerdo a Borbor y Alvarado (2004), constituye un aspecto fundamental del BSC.

De igual manera manifiestan que, el BSC es una metodología que mide el nivel de ejecución de la estrategia, misión y visión de una Organización a través de indicadores de gestión que monitorean continuamente el avance de las tareas y actividades.

La ventaja del BSC es que genera índices que miden la ejecución de plan estratégico global, y se concentran básicamente en el que hacer interno generando información que está más adecuada para el consumo de los usuarios internos, del municipio y de la comunidad.

### III. MATERIALES Y METODOS

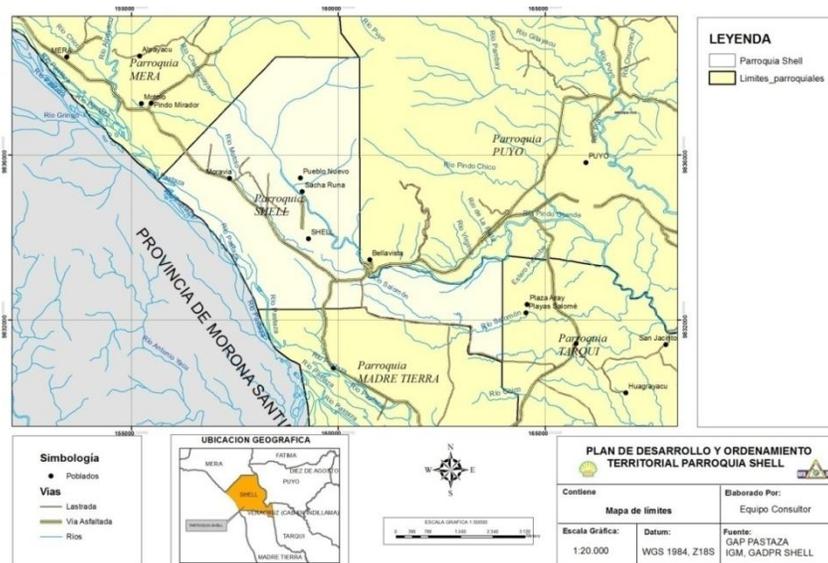
#### 3.1. Ubicación Geográfica

La parroquia Shell se encuentra en la Región Amazónica, provincia de Pastaza, cantón Mera, a 8Km de distancia de Puyo. Esta parroquia, por su ubicación forma un cañón por donde pasa el río Motolo, que desemboca en el río Pindo, el cual se une con el río Puyo para, finalmente a 20 Km de distancia desembocar en el río Pastaza.

##### 3.1.1 Límites

- **Norte:** parroquia Mera.
- **Sur:** parroquia Madre Tierra.
- **Este:** Parroquia Puyo y Parroquia Tarqui
- **Oeste:** Río Pastaza y Provincia de Morona Santiago.

Gráfico 2: Mapa de Límites Parroquia Shell



Fuente: GAD Parroquial Shell, 2011.

### **3.2 Clima**

La Parroquia Shell se localiza en el sector sureste del país con un clima cálido - húmedo. Su temperatura está en un promedio de 19°C, aunque con un rango de variación que oscila entre 17°C y 23°C. La mayor parte del año se tiene lluvias.

### **3.3. Hidrografía**

La hidrología de la parroquia Shell, está constituido por el Río Pastaza, Pindo y el Motolo. El Río Pastaza nace en la confluencia del río Patate y el río Chambo, y constituye el límite entre la provincia de Pastaza y la provincia de Morona Santiago.

El Río Pindo, se origina en el parque Nacional los Llanganates, el Rio Motolo, es el que atraviesa por el centro del casco urbano, estos dos últimos atraviesan la parroquia Shell en toda su extensión.

### **3.4. Biodiversidad**

De acuerdo a estudios realizados en el Parque Nacional Llanganates, al cual pertenece parte del territorio de la Shell, se ha determinado la presencia de más de 800 especies de plantas vasculares. Este parque tiene algunas áreas con vegetación natural y otras con vegetación disturbada.

El parque se divide en dos zonas ecológicas, la zona occidental y la zona oriental. La zona oriental es un ubicado en los flancos orientales de los Andes. Aquí el visitante encuentra una rica biodiversidad de plantas y animales entre los bosques retorcidos de la parte superior de la Amazonia. Esta zona es muy inaccesible, y se suele recorrer sólo a pie. El gran número de ríos, que desembocan fuera los Andes, también hace que esta área sea difícil de cruzar.

### **3.5. Materiales y Equipos.**

#### **3.5.1. Materiales**

- Resmas de papel bond.
- Libreta de campo.
- Esfero o lápiz.
- Apoya manos (tablero).

#### **3.5.2. Equipos**

- Computadora.
- Impresora.
- Scanner.
- Memoria USB.
- Cámara.

### **3.6. Metodología de la Investigación.**

La presente investigación se desarrolló siguiendo un enfoque mixto (cualitativo y cuantitativo). A través del enfoque cuantitativo se recolectaron (a través de encuestas), y analizaron varios datos con el propósito de contestar las preguntas de investigación y probar la hipótesis planteada. Este análisis se efectuó utilizando técnicas y herramientas de Estadística Descriptiva.

El nivel de profundidad de la investigación fue exploratorio, y que, se buscó una aproximación a fenómenos desconocidos, con el fin de aumentar el grado de familiaridad y contribuir con ideas respecto a la forma correcta de abordar esta investigación. También fue una investigación descriptiva, toda vez que, visitando los atractivos turísticos y describiendo cada uno de ellos, se pudo obtener una descripción

detallada que permitió desarrollar una imagen o fiel representación (descripción) de estos atractivos.

También se aplicó una investigación bibliográfica. Consultando y recopilando libros, revistas, folletos, artículos de prensa que contengan la información del tema propuesto

Se aplicó además una investigación de campo, ya que la información analizada se obtuvo directamente de fuentes primarias a través de encuestas y observación.

### **3.6.1. Instrumentos Metodológicos**

- **Entrevista.-** Factor que permitió obtener información directa de los visitantes y personas claves con el apoyo de un cuestionario elaborado previamente.
- **Ficha de Jerarquización de Atractivos Turísticos del MINTUR.-** Permite registrar de manera ordenada los servicios y facilidades que presta un atractivo turístico.
- **Observación Directa.-** Técnica que ayudará a palpar la realidad de la situación actual.
- **Encuesta.-** Instrumento que permite obtener estadísticas descriptivas sobre el perfil del turista que visita el cantón

### **3.7. Población y Muestra.**

La población de estudio la conformó el número total de turistas que ingresaron a la Parroquia Shell, que de acuerdo a estadísticas de los establecimientos hoteleros de esta parroquia, un total de 4,473 turistas ingresaron a hacer uso de este tipo de servicios turísticos durante el año 2014.

Para calcular la muestra se utilizó la fórmula planteada por Torres y Karim (2002):

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

Dónde: 816,21

**n**= Tamaño de la muestra

**N** = Universo - población total

**P** = Probabilidad de éxito o proporción esperada (0.5 para maximizar el tamaño de muestra)

**Q** =Probabilidad de fracaso

**d** =Precisión (3%, para estudios en ciencias sociales)

**Z** = Nivel de Confianza (1.96)

La muestra a analizar fue de:

**n** =816.21

4.21

**n** = **194**(Tamaño de la muestra)

## IV. RESULTADOS

### RESULTADO 1

#### 4.1. REALIZAR EL DIAGNOSTICO DE LA POTENCIALIDAD TURÍSTICA DE LA PARROQUIA SHELL, CANTÓN MERA, PROVINCIA DE PASTAZA

##### 4.1.1 Evaluación del Potencial Turístico

Tabla 1: Atractivo N°1 Dique de la Shell

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: Yolanda Visuma	1.2 Ficha N° 001
1.3 Supervisor Evaluador: Yolanda Visuma	1.4 Fecha: 26 de Noviembre 2014.
1.5 Nombre del Atractivo : “DIQUE DE SHELL”	
1.6 Categoría: Manifestación cultural	
1.7 Tipo: Realización técnica	
1.8 Subtipo: Centros de recreación turística	
Foto No. 17 Dique de Shell	
	
2. UBICACIÓN	
2.1 Provincia: Pastaza	2.2: Ciudad y/o Cantón: Mera
2.3 Parroquia: Shell	
2.4 Latitud: 01° 29' 26" latitud Sur	2.5: Longitud: 78° 03' 31" Oeste
3. CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO	
3.1 Nombre del poblado: Comunidad Sacha Runa 3.2 Distancia: 600 metros por el sendero.	
4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO	
4.1 Altitud: 1067 m.s.n.m.	

<b>4.2 Temperatura: 20o C</b>	
<b>4.3 Precipitación :</b> 2200 mm	
<b>4.4 Ubicación del Atractivo:</b>	
Se localiza en la provincia de Pastaza, cantón Mera, parroquia Shell, al final de la Av. 10 de Noviembre.	
<b>4.5 Descripción del Atractivo</b>	
El dique de la Shell es un balneario natural cuya belleza escénica es espectacular y de cual proviene místicas historias, tiene una profundidad de 6 metros aproximadamente además se puede apreciar la gran diversidad de flora que rodea a este balneario. Se ha implementado senderos ecológicos, ofrece servicios de alimentación, camping, toboganes, tarabita, canchas deportivas, vestidores, servicios higiénicos y un amplio espacio para parqueaderos. El sitio mantiene una gran afluencia turística especialmente los fines de semana que es donde se reúnen tanto turistas nacionales como extranjeros. (GAD, parroquia Shell, 2012).	
<b>4.6 Atractivos Individuales que lo conforman</b>	
Complejo Turístico del río Pindo (Dique de Shell). Complejo Arqueológico de Té Zulay	
<b>4.7 Permisos y Restricciones:</b>	
Ninguna	
<b>4.8 Usos</b>	
<b>4.8.1 Usos actuales</b>	
Recreación	
<b>4.8.2 Usos potenciales</b>	
Interpretación de la flora Fotografía	
Servicio de alimentación Camping Deportes (toboganes)	
<b>4.8.3 Necesidades Turísticas</b>	
Mejoramiento de la señalética Promoción y difusión Turística Capacitación turística	
<b>4.9 Impactos</b>	
<b>4.9.1 Impactos Positivos</b>	
Generación de fuentes de empleo, consolidación como un atractivo turístico para la parroquia.	
<b>4.9.2 Impactos Negativos</b>	
Acumulación de desechos sólidos.	
<b>5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</b>	
<b>5.1 Estado:</b> Conservado	
<b>5.2 Causas:</b> Debido al constante mantenimiento y protección que le proporcionan al atractivo.	
<b>6. ENTORNO</b>	
<b>6.1 Estado:</b> Conservado	
<b>6.2 Causas:</b> Se puede observar la diversidad de flora representativa del lugar.	
<b>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</b>	
<b>7.1 Tipo:</b> Terrestre y a pie	<b>7.2 Subtipo:</b> Pavimento

<b>7.3 Estado de Vías:</b> Buena		<b>7.4 Transporte:</b> Se puede llegar en vehículo también en bicicleta se ingresa al centro de la parroquia Shell y de ahí se sigue por la Av. Amazonas hasta llegar a un puente que sirve de nexo para llegar al dique.
<b>7.5 Frecuencias:</b> Todos los días		<b>7.6 Temporalidad de acceso:</b> Todo el año
<b>7.7 Observaciones:</b> Ninguna.		
<b>8. FACILIDADES TURÍSTICAS.</b>		
Falta de señalética turística y medios interpretativos.		
<b>9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>		
<b>9.1 Agua:</b> Si		
<b>9.2 Energía Eléctrica:</b> No		
<b>9.3 Alcantarillado:</b> No		
<b>10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS:</b>		
<b>10.1 Nombre del Atractivo:</b> Complejo del Río Pindo.		<b>10.2 Distancia:</b> 1m
<b>11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:</b>		
<b>11.1 Difusión:</b> Nacional		
<b>12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO</b>		
CALIDAD	a) Valor intrínseco	4
	b) Valor extrínseco	5
c) Entorno		5
d) Estado de conservación y/ o Organización		5
APOYO	a) Accesos	10
	b) Servicios	8
	c) Asociación con otros atractivos	3
a) Local	2	
b) Provincial		
c) Nacional		
d) Internacional		
<b>TOTAL</b>		<b>42</b>
<b>13. JERARQUIZACIÓN</b>		
Jerarquía II		
Atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de larga distancia, ya sea del mercado interno, y receptivo, que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas actuales o potenciales y atraer al turismo fronterizo de esparcimiento.		

**Fuente:** Trabajo de Campo

**Elaborado por:** La Autora

**Tabla 2:** Atractivo N°2 Hacienda Té Zulay

<b>1. DATOS GENERALES</b>	
<b>1.1 Encuestador:</b> Yolanda Visuma	<b>1.2 Ficha N° 002</b>
<b>1.3 Supervisor Evaluador:</b> Yolanda Visuma	<b>1.4 Fecha:</b> 26 de Noviembre 2014.
<b>1.5 Nombre del Atractivo :</b> “HACIENDA TÉ ZULAY”	
<b>1.6 Categoría:</b> Manifestación cultural	
<b>1.7 Tipo:</b> Históricas	
<b>1.8 Subtipo:</b> Arquitectura	
<b>Foto</b> Hacienda Té Zulay	
	
<b>2. UBICACIÓN</b>	
<b>2.1 Provincia:</b> Pastaza	<b>2.2: Ciudad y/o Cantón:</b> Mera
<b>2.3 Parroquia:</b> Shell	
<b>2.4 Latitud:</b> 01° 29' 26" latitud.	<b>2.5: Longitud:</b> 78° 03' 31" Oeste
<b>3. CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO</b>	
<b>3.1 Nombre del poblado:</b> Madre Tierra <b>3.2 Distancia:</b> 20 metros.	
<b>4. CARACTERISTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b>	
<b>4.1 Altitud:</b> 1067 m.s.n.m.	
<b>4.2 Temperatura:</b> 20o C	
<b>4.3 Precipitación :</b> 2200 msnm	
<b>4.4 Ubicación del Atractivo:</b>	
Se localiza en la provincia de Pastaza, cantón Mera, parroquia Shell, en el barrio Té Zulay	
<b>4.5 Descripción del Atractivo</b>	

<p>La hacienda Té Zulay hace mucho tiempo fue una fábrica de te motivo por el cual lleva su nombre, tiene una gran vista alrededor se puede observar la gran diversidad de flora y fauna. La finalidad de esta hacienda fue la agroindustria y muchas personas de los distintos lugares del país llegaron a trabajar en la hacienda y son de Riobamba, Alausí y del Puyo entre las ciudades más representativas. Además se dedicaban a la fabricación de agua ardiente.</p> <p>Cuenta la historia que donde hoy se asienta la hacienda los indígenas lo llamaban “Cuchimondongo”, ya que era el lugar donde llegaban a la cacería de puercos sahínos, puesto que estos acostumbraban a concentrarse y a veranear o descansar en grandes manadas, a tal punto que había un amplio sector escampado en la parte alta de la hacienda Té Zulay que lo llamaban “Loma Pelada”. (GAD parroquial de Shell, 2011).</p>	
<b>4.6 Atractivos Individuales que lo conforman</b>	
Complejo Arqueológico de Té Zulay	
<b>4.7 Permisos y Restricciones:</b>	
Invasión y terratenientes	
<b>4.8 Usos</b>	
<b>4.8.1 Usos actuales</b>	
Ninguno	
<b>4.8.2 Usos potenciales</b>	
Interpretación de la flora	
Fotografía	
Camping	
Cabalgatas	
Caminatas	
Servicio de Hospedaje y alimentación	
<b>4.8.3 Necesidades Turísticas</b>	
Mejoramiento de la planta turística.	
Plan de negocios para la reapertura de la Hacienda Té Zulay	
<b>4.9 Impactos</b>	
<b>4.9.1 Impactos Positivos</b>	
Generación de fuentes de empleo, consolidación como un atractivo turístico para la parroquia.	
<b>4.9.2 Impactos Negativos</b>	
Deterioro de la hacienda	
<b>5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</b>	
<b>5.1 Estado:</b> En deterioro	
<b>5.2 Causas:</b> Debido al cierre de la Hacienda Té Zulay	
<b>6. ENTORNO</b>	
<b>6.1 Estado:</b> En deterioro	
<b>6.2 Causas:</b> Debido a la invasión por parte de los pobladores del sector y ex trabajadores de la Hacienda Té Zulay.	
<b>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</b>	
<b>7.1 Tipo:</b>	<b>7.2 Subtipo:</b> Pavimento

<b>7.3 Estado de Vías:</b> Buena		<b>7.4 Transporte:</b> Se puede llegar en vehículo, bicicleta o a pie queda en la carretera que une el cantón Mera con el Puyo se ingresa por la parte lateral del barrio Té Zulay a una distancia aproximada de 2 Km de ahí se ingresa por un camino de tercer orden y llegamos a la hacienda.
<b>7.5 Frecuencias:</b> todos los días		<b>7.6 Temporalidad de acceso:</b> Todo el año
<b>7.7 Observaciones:</b> Invasiones y deterioro de las instalaciones de la hacienda.		
<b>8. FACILIDADES TURÍSTICAS.</b>		
Falta de señalética turística y medios interpretativos		
<b>9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>		
<b>9.1 Agua:</b> Si		
<b>9.2 Energía Eléctrica:</b> Si		
<b>9.3 Alcantarillado:</b> No		
<b>10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS:</b>		
<b>10.1 Nombre del Atractivo:</b> Complejo Arqueológico Té Zulay.		<b>10.2 Distancia:</b> 20 metros.
<b>11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:</b>		
<b>11.1 Difusión:</b> Local		
<b>12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO</b>		
CALIDAD	a) Valor intrínseco	5
	b) Valor extrínseco	6
c) Entorno		4
d) Estado de conservación y/ o Organización		1
APOYO	a) Accesos	5
	b) Servicios	1
	c) Asociación con otros atractivos	3
a) Local		4
b) Provincial		
c) Nacional		
d) Internacional		
<b>TOTAL</b>		<b>29</b>
<b>13. JERARQUIZACIÓN</b>		
Jerarquía II		
Atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de larga distancia, ya sea del mercado interno, y receptivo, que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas actuales o potenciales y atraer al turismo fronterizo de esparcimiento.		

**Fuente:** Trabajo de Campo

**Elaborado por:** La Autora

**Tabla 3:** AtractivoN°3 Complejo Arqueológico Té Zulay

<b>1. DATOS GENERALES</b>	
<b>1.1 Encuestador:</b> Yolanda Visuma	<b>1.2 Ficha N° 003</b>
<b>1.3 Supervisor Evaluador:</b> Yolanda Visuma	<b>1.4 Fecha:</b> 26 de Noviembre 2014.
<b>1.5 Nombre del Atractivo :</b> “COMPLEJO ARQUEOLÓGICO TÉ ZULAY”	
<b>1.6 Categoría:</b> Manifestación Cultural	
<b>1.7 Tipo:</b> Históricas	
<b>1.8 Subtipo:</b> Sitio arqueológico	
<b>Foto</b> Complejo Arqueológico Té Zulay	
	
<b>2. UBICACIÓN</b>	
<b>2.1 Provincia:</b> Pastaza	<b>2.2: Ciudad y/o Cantón:</b> Mera
<b>2.3 Parroquia:</b> Shell	
<b>2.4 Latitud:</b> 01° 29’ 26’’ latitud.	<b>2.5: Longitud:</b> 78° 03’ 31’’ Oeste
<b>3. CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO</b>	
<b>3.1 Nombre del poblado:</b> Madre Tierra <b>3.2 Distancia:</b> 20 metros.	
<b>4. CARACTERISTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b>	
<b>4.1 Altitud:</b> 950 - 1020 m.s.n.m.	
<b>4.2 Temperatura:</b> 20o C	
<b>4.3 Precipitación :</b> 2200 msnm	
<b>4.4 Ubicación del Atractivo:</b>	
Se localiza en la provincia de Pastaza, cantón Mera, parroquia Shell, en el barrio Té Zulay	
<b>4.5 Descripción del Atractivo</b>	
<p>El Complejo Arqueológico Té Zulay ha sido declarado como patrimonio cultural, se han registrado 140 montículos tolas que pertenecen a la cultura Cosanga, además se han encontrado cerámica que hacen de este lugar un sitio arqueológico con leyenda, misticismo.</p> <p>Lo novedoso es que este complejo arqueológico ha estado cubierto por vegetación de té.</p> <p>Se presume que este era un sitio ceremonial donde se realizaba ritos ceremoniales y está considerado como el centro de reuniones de asentamientos humanos con fines políticos.</p>	

<b>4.6 Atractivos Individuales que lo conforman</b>	
Complejo Arqueológico de Té Zulay.	
<b>4.7 Permisos y Restricciones:</b>	
Invasión y conflictos entre los invasores y autoridades	
<b>4.8 Usos</b>	
<b>4.8.1 Usos actuales</b>	
Ninguno	
<b>4.8.2 Usos potenciales</b>	
Arqueo- trekking	
Cabalgatas	
Caminatas	
Interpretación de la flora	
Interpretación arqueológica	
<b>4.8.3 Necesidades Turísticas</b>	
Plan de negocios para la reapertura de la Hacienda Té Zulay.	
Implementación de facilidades, bienes y servicios turísticos	
<b>4.9 Impactos</b>	
<b>4.9.1 Impactos Positivos</b>	
Generación de fuentes de empleo, consolidación como un atractivo turístico para la parroquia.	
<b>4.9.2 Impactos Negativos</b>	
Destrucción del Complejo Arqueológico.	
Pérdida del patrimonio arqueológico.	
<b>5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</b>	
<b>5.1 Estado:</b> En deterioro	
<b>5.2 Causas:</b> Conflictos por invasores.	
<b>6. ENTORNO</b>	
<b>6.1 Estado:</b> En deterioro	
<b>6.2 Causas:</b> Debido a la invasión por parte de los pobladores del sector y ex trabajadores de la Hacienda Té Zulay.	
<b>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</b>	
<b>7.1 Tipo:</b>	<b>7.2 Subtipo:</b> Lastrada
<b>7.3 Estado de Vías:</b> Buena	<b>7.4 Transporte:</b> Se puede llegar en vehículo también en bicicleta o a pie que justo en la carretera que une el cantón mera con el Puyo se ingresa por la parte lateral del barrio Té Zulay a una distancia aproximada de 2 Km de ahí se ingresa y por un camino de tercer orden y llegamos a la hacienda, continuamos un camino lastrado el recorrido es de 6 km hasta llegar a una carita y se ingresa al complejo.
<b>7.5 Frecuencias:</b> todos los días	<b>7.6 Temporalidad de acceso:</b> Todo el año

<b>7.7 Observaciones:</b> Conflicto de tierras y destrucción de las tolas.		
<b>8. FACILIDADES TURÍSTICAS.</b>		
Delimitación territorial		
Plan de manejo arqueológico		
Implementación de la señalética y medios interpretativos.		
<b>9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>		
9.1 Agua: No		
9.2 Energía Eléctrica: No		
9.3 Alcantarillado: No		
<b>10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS:</b>		
<b>10.1 Nombre del Atractivo:</b> Hacienda Té Zulay	<b>10.2 Distancia:</b> 20 metros	
<b>11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:</b>		
<b>11.1 Difusión:</b> Nacional		
<b>12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO</b>		
CALIDAD	a) Valor intrínseco	10
	b) Valor extrínseco	6
c) Entorno		3
d) Estado de conservación y/ o Organización		2
APOYO	a) Accesos	6
	b) Servicios	2
	c) Asociación con otros atractivos	3
a) Local		7
b) Provincial		
c) Nacional		
d) Internacional		
<b>TOTAL</b>		<b>39</b>
<b>13. JERARQUIZACIÓN</b>		
Jerarquía II		
Atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de larga distancia, ya sea del mercado interno, y receptivo, que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas actuales o potenciales y atraer al turismo fronterizo de esparcimiento.		

**Fuente:** Trabajo de Campo

**Elaborado por:** La Autora

**Tabla 4:** Atractivo N°4 Casa del Árbol

<b>1. DATOS GENERALES</b>	
<b>1.1 Encuestador:</b> Yolanda Visuma	<b>1.2 Ficha N° 004</b>
<b>1.3 Supervisor Evaluador:</b> Yolanda Visuma	<b>1.4 Fecha:</b> 26 de Noviembre 2014.
<b>1.5 Nombre del Atractivo :</b> “CASA DEL ÁRBOL”	
<b>1.6 Categoría:</b> Manifestación cultural	
<b>1.7 Tipo:</b> Realizaciones técnicas	
<b>1.8 Subtipo:</b> Centros de recreación turística	
<b>Foto</b> Casa del árbol	
	
<b>2. UBICACIÓN</b>	
<b>2.1 Provincia:</b> Pastaza	<b>2.2: Ciudad y/o Cantón:</b> Mera
<b>2.3 Parroquia:</b> Shell	
<b>2.4 Latitud:</b> 01° 26' 25" de latitud.	<b>2.5: Longitud:</b> 78° 06' 11" de longitud
<b>3.CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO</b>	
<b>3.1 Nombre del poblado:</b> Hacienda Té Zulay <b>3.2 Distancia:</b> 20 metros.	
<b>4. CARACTERISTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b>	
<b>4.1 Altitud:</b> 1250 m.s.n.m.	
<b>4.2 Temperatura:</b> 20o C	
<b>4.3 Precipitación :</b> 2200 mm	
<b>4.4 Ubicación del Atractivo:</b>	
Se localiza en la provincia de Pastaza, cantón Mera, parroquia Shell, en el barrio Té Zulay	
<b>4.5 Descripción del Atractivo</b>	
Complejo recreacional principal atractivo es un tipo de construcción alternativa. El lugar ofrece variedad de servicios. Posee una construcción alternativa conocida como la cueva de los Chorongos que es una serie de túneles en los que se podrá disfrutar de servicio de Spa, sauna, turco e hidromasaje.	
<b>4.6 Atractivos Individuales que lo conforman</b>	
Hacienda Té Zulay.	

<b>4.7 Permisos y Restricciones:</b>	
Invasión y conflictos entre los invasores y autoridades	
<b>4.8 Usos</b>	
<b>4.8.1 Usos actuales</b>	
Ninguno	
<b>4.8.2 Usos potenciales</b>	
Arqueo- trekking	
Cabalgatas	
Caminatas	
Interpretación de la flora	
Interpretación arqueológica	
<b>4.8.3 Necesidades Turísticas</b>	
Plan de negocios para la reapertura de la Hacienda Té Zulay.	
<b>4.9 Impactos</b>	
<b>4.9.1 Impactos Positivos</b>	
Generación de fuentes de empleo, consolidación como un atractivo turístico para la parroquia.	
<b>4.9.2 Impactos Negativos</b>	
Destrucción del Complejo Arqueológico.	
Pérdida del patrimonio arqueológico.	
<b>5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</b>	
<b>5.1 Estado:</b> En deterioro	
<b>5.2 Causas:</b> Conflictos por invasores.	
<b>6. ENTORNO</b>	
<b>6.1 Estado:</b> En deterioro	
<b>6.2 Causas:</b> Debido a la invasión por parte de los pobladores del sector y ex trabajadores de la Hacienda Té Zulay.	
<b>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</b>	
<b>7.1 Tipo:</b>	<b>7.2 Subtipo:</b> Lastrada
<b>7.3 Estado de Vías:</b> Buena	<b>7.4 Transporte:</b>
<b>7.5 Frecuencias:</b> todos los días	<b>7.6 Temporalidad de acceso:</b> Todo el año
<b>7.7 Observaciones:</b> Conflicto de tierras y destrucción de las tolas.	
<b>8. FACILIDADES TURÍSTICAS.</b>	
Delimitación territorial	
Plan de manejo Arqueológico	
Implementación de la señalética y medios interpretativos.	
<b>9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>	
<b>9.1 Agua:</b> No	
<b>9.2 Energía Eléctrica:</b> No	

<b>9.3 Alcantarillado: No</b>		
<b>10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS:</b>		
<b>10.1 Nombre del Atractivo:</b> Hacienda Té Zulay	<b>10.2 Distancia:</b> 20 metros.	
<b>11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:</b>		
<b>11.1 Difusión:</b> Nacional		
<b>12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO</b>		
CALIDAD	a) Valor intrínseco	5
	b) Valor extrínseco	5
c) Entorno		1
d) Estado de conservación y/o Organización		2
APOYO	a) Accesos	3
	b) Servicios	3
	c) Asociación con otros atractivos	3
a) Local		4
b) Provincial		
c) Nacional		
d) Internacional		
<b>TOTAL</b>		<b>24</b>
<b>13. JERARQUIZACIÓN</b>		
Jerarquía I		
Atractivos sin merito suficiente para considerarlos a nivel de las jerarquías anteriores, pero que igualmente forman parte del patrimonio turístico como elementos que pueden complementar a otros de mayor jerarquía en el desarrollo y funcionamiento de cualquiera de las unidades que integran el espacio turístico.		

**Fuente:** Trabajo de Campo

**Elaborado por:** La Autora

**Tabla 5:** Atractivo N°5 Río Pindo

<b>1. DATOS GENERALES</b>	
<b>1.1 Encuestador:</b> Yolanda Visuma	<b>1.2 Ficha N° 005</b>
<b>1.3 Supervisor Evaluador:</b> Yolanda Visuma	<b>1.4 Fecha:</b> 26 de Noviembre 2014.
<b>1.5 Nombre del Atractivo :</b> “RÍO PINDO”	
<b>1.6 Categoría:</b> Sitio natural	
<b>1.7 Tipo:</b> Sistema lacustre	
<b>1.8 Subtipo:</b> Río	
<b>Foto</b> Río Pindo	
	
<b>2. UBICACIÓN</b>	
<b>2.1 Provincia:</b> Pastaza	<b>2.2: Ciudad y/o Cantón:</b> Mera
<b>2.3 Parroquia:</b> Shell	
<b>2.4 Latitud:</b> 01° 29’ 26’’ latitud.	<b>2.5: Longitud:</b> 78° 03’ 31’’ Oeste
<b>3. CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO</b>	
<b>3.1 Nombre del poblado:</b> parroquia Shell <b>3.2 Distancia:</b> 2 km	
<b>4. CARACTERISTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b>	
<b>4.1 Altitud:</b> 950 - 1020 m.s.n.m.	
<b>4.2 Temperatura:</b> 20o C	
<b>4.3 Precipitación :</b> 2300 msnm	
<b>4.4 Ubicación del Atractivo:</b>	
Se localiza en la provincia de Pastaza, cantón Mera, parroquia Shell.	
<b>4.5 Descripción del Atractivo</b>	
El río Pindo es muy caudaloso y desemboca en río Pastaza, que recorre el sitio arqueológico. Además es un escenario maravilloso para la fotografía y para refrescarse. Se puede apreciar pequeñas pozas donde se puede bañar y relajarse.	

<b>4.6 Atractivos Individuales que lo conforman</b>	
Hacienda Té Zulay. Dique de Shell.	
<b>4.7 Permisos y Restricciones:</b>	
Tener cuidado al ingresar debido que es muy profundo.	
<b>4.8 Usos</b>	
<b>4.8.1 Usos actuales</b>	
Deportes extremos tales como: Cayoning, rafting. Se utiliza con balneario.	
<b>4.8.2 Usos potenciales</b>	
Se encuentra en las orillas del Dique de Shell y junto al complejo que lleva su mismo nombre. Interpretación de la flora Fotografía	
<b>4.8.3 Necesidades Turísticas</b>	
Implementación de señalética turística. Implementación de facilidades turísticas.	
<b>4.9 Impactos</b>	
<b>4.9.1 Impactos Positivos</b>	
Generación de oportunidades de trabajo para la comunidad mediante la prestación de servicios turísticos.	
<b>4.9.2 Impactos Negativos</b>	
Contaminación del río. Degradación del suelo.	
<b>5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</b>	
<b>5.1 Estado:</b> Poco conservado	
<b>5.2 Causas:</b> presencia de basura	
<b>6. ENTORNO</b>	
<b>6.1 Estado:</b> alterado	
<b>6.2 Causas:</b> tala de bosques	
<b>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</b>	
<b>7.1 Tipo:</b> Terrestre	<b>7.2 Subtipo:</b> Lastrado
<b>7.3 Estado de Vías:</b> Buena	<b>7.4 Transporte:</b> Vehículo y a pie
<b>7.5 Frecuencias:</b> todos los días	<b>7.6 Temporalidad de acceso:</b> Todo el año
<b>7.7 Observaciones:</b> Se recomienda tener las debidas precauciones al momento de ingresar al río y estar en compañía de alguien que conozca el lugar y sus riesgos.	
<b>8. FACILIDADES TURÍSTICAS.</b>	
Infraestructura turística existente junto al Dique de Shell.	
<b>9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>	
<b>9.1 Agua:</b> Si	

<b>9.2 Energía Eléctrica: No</b>		
<b>9.3 Alcantarillado: No</b>		
<b>10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS:</b>		
<b>10.1 Nombre del Atractivo:</b> Hacienda Té Zulay	<b>10.2 Distancia:</b> 2 metros.	
<b>11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:</b>		
<b>11.1 Difusión:</b> Local		
<b>12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO</b>		
CALIDAD	a) Valor intrínseco	9
	b) Valor extrínseco	8
c) Entorno		6
d) Estado de conservación y/o Organización		
APOYO	a) Accesos	7
	b) Servicios	8
	c) Asociación con otros atractivos	6
a) Local		2
b) Provincial		
c) Nacional		
d) Internacional		
<b>TOTAL</b>		<b>46</b>
<b>13. JERARQUIZACIÓN</b>		
Jerarquía II		
Atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de larga distancia, ya sea del mercado interno, y receptivo, que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas actuales o potenciales y atraer al turismo fronterizo de esparcimiento.		

**Fuente:** Trabajo de Campo

**Elaborado por:** La Autora

**Tabla 6:** Resumen de los atractivos turísticos de la parroquia Shell, 2012.

No	Nombre del Atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía	Observación
1	Dique de la Shell	Manifestación Cultural	Realizaciones técnicas	Centros de recreación turística	II	Este es un balneario donde se puede apreciar la gran diversidad de flora y aves que rodean este balneario, además de ser límite con la hacienda Té Zulay
2	Hacienda Té Zulay	Manifestación Cultural	Históricas	Arquitectura	II	Esta hacienda se encuentra en deterioro su infraestructura está en mal estado, se puede apreciar desde la hacienda los talleres y la plantaciones de te además en la parte alta de la se puede apreciar que esta contaba con servicios turísticos.
3	Complejo Arqueológico Té Zulay	Manifestación Cultural	Históricas	Sitio arqueológico	II	Estudios realizados por el INPC han determinado que dentro de este complejo existen 120 montículos o tolas, y ha sido declarado como Patrimonio Cultural.
4	Casa del Árbol	Manifestación Cultural	Históricas	Arquitectura	I	Como su nombre lo indica ha sido construido en un árbol, esta construcción es apreciada actualmente se encuentra cerrado y en deterioro debido a la falta de mantenimiento se puede apreciar los monos que habitan esta casa, además se vista es espectacular y se puede apreciar tanto la flora como la fauna.
5	Río Pindo	Sitio natural	Sistema lacustre	Río	II	El río Pindo es muy caudaloso y desemboca en río Pastaza, que recorre el sitio arqueológico. Además es un escenario maravilloso para la fotografía y para refrescarse. Se puede apreciar pequeñas pozas donde se puede bañar y relajarse.

**Fuente:** Ficha resumen del inventario de atractivos turísticos naturales y arqueológico, 2011.

**Elaborado por:** Yolanda Visuma 2013

## 4.1.2. Resultados de las Encuestas Aplicadas.

### Pregunta 1: Género

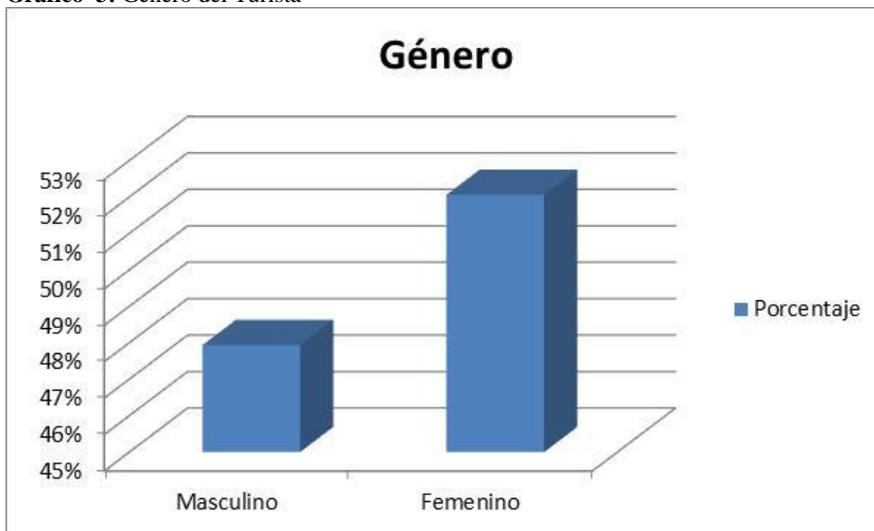
**Tabla 7: Género del Turista**

Género del Turista		
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	93	48%
Femenino	101	52%
Total	194	100%

Fuente: Trabajo de Campo

Elaborado por: La Autora

**Gráfico 3: Género del Turista**



Fuente: Trabajo de Campo

Elaborado por: La Autora

### Análisis:

Se encuestó a 101 del género femenino con el (52%) y 93 masculinos con el (48%), por lo que se puede manifestar que, no existe una diferencia muy marcada entre ambos grupos.

## Pregunta 2: Edad de los Turistas

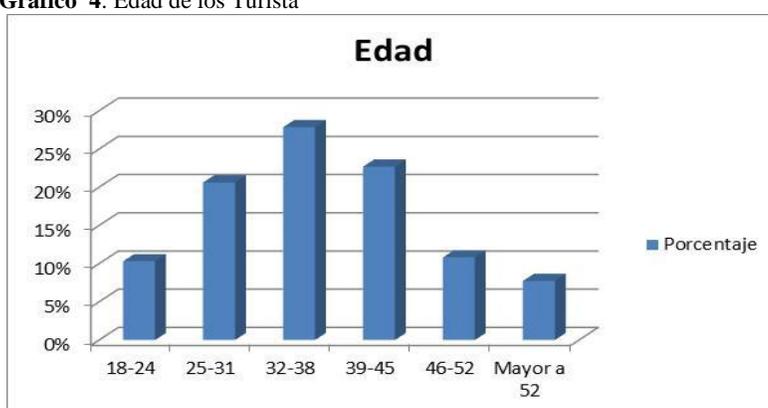
**Tabla 8:** Edad de los turistas

Edad del Turista		
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
18-24	20	10%
25-31	40	21%
32-38	54	28%
39-45	44	23%
46-52	21	11%
Mayor a 52	15	8%
Total	194	100%

Fuente: Trabajo de Campo

Elaborado por: La Autora

**Gráfico 4:** Edad de los Turista



Fuente: Trabajo de Campo

Elaborado por: La Autora

## Análisis:

Se determinó que la mayor parte de turistas encuestados que visitó la parroquia el (28%) se encuentra entre las edades de 32 a 38, seguido del (23%) que está entre las edades de 39 a 45 años y un (21%) que está entre los rangos de edad de 25 a 31 años, identificando grupos de turistas con el (11%) entre las edades de 46 a 52 años, (10%) entre 18 a 34 años y de mayor edad están representados con un (8%). Estos datos permiten obtener una mejor apreciación del tipo de turista que visita la parroquia, y que tipos de estrategias se podría diseñar en función de esto.

### Pregunta 3: Procedencia

**Tabla 9:** Procedencia del Turista

Procedencia del Turista		
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Nacional	144	74%
Extranjero	50	26%
Total	194	100%

**Fuente:** Trabajo de Campo

**Elaborado por:** La Autora

**Gráfico 5:** Procedencia del Turista



**Fuente:** Trabajo de Campo

**Elaborado por:** La Autora

### Análisis:

En base a los resultados obtenidos se determinó que la gran mayoría de encuestados (74%), son turistas nacionales que provienen de diversas ciudades del País. El (26%) de encuestados por otro lado, son turistas extranjeros que provienen de países como Francia, Estados Unidos, Inglaterra, entre otros.

#### Pregunta 4: Procedencia / Ocupación

**Tabla 10: Procedencia de los Turistas**

Profesión / Ocupación	Frecuencia	Porcentaje
Estudiante	5	3%
Comerciante	18	9%
Negocio propio	22	11%
Profesional Independiente	21	11%
Empleado Sector Privado	44	23%
Empleado Sector Publico	67	35%
Jubilado	16	8%
Ama de Casa	1	1%
Desempleado	0	0%
Total	194	100%

Fuente: Trabajo de Campo

Elaborado por: La Autora

**Gráfico 6: Procedencia**



Fuente: Trabajo de Campo

Elaborado por: La Autora

#### **Análisis:**

En su gran mayoría, los turistas que visitan la parroquia son empleados del sector público (35%), seguido de un grupo importante de trabajadores del sector privado (23%). Los profesionales independientes, junto con los dueños de negocio propios representan el (11%), seguido con los comerciantes con un (9%), mientras que los jubilados representan tan solo el (8 %), el (3%) de los encuestados son estudiantes, el (1%) ama de casa y el (0%) desempleados.

### Pregunta 5: Permanencia en su viaje

**Tabla 11:** Días de Permanencia de los turistas

Permanencia		
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
1-2 días	134	69%
3-4 días	35	18%
Más de 4 días	25	13%
Total	194	100%

Fuente: Trabajo de Campo

Elaborado por: La Autora

**Gráfico 7:** Días de Permanencia



Fuente: Trabajo de Campo

Elaborado por: La Autora

### Análisis

Se puede apreciar en el gráfico que, la mayoría de los encuestados (69%) manifiesta que su permanencia en la parroquia dura como máximo dos días, apenas el (18%) pernocta más de tres días y un (13%) lo hace más de cuatro días. Estos resultados obligan a analizar más a fondo cuáles son las causas que impiden un mayor número de días de permanencia por parte de los turistas.

### Pregunta 6: Preferencia de Hospedaje

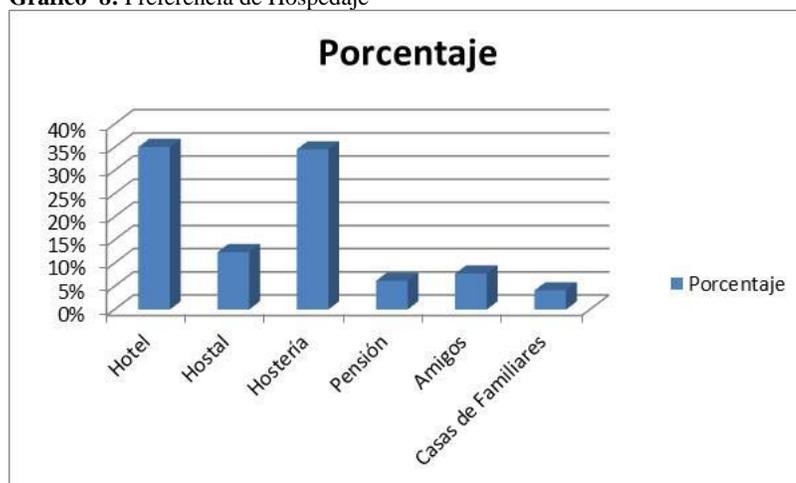
Tabla 12: Preferencia de Hospedaje

Preferencia de Hospedaje		
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Hotel	68	35%
Hostal	24	12%
Hostería	67	35%
Pensión	12	6%
Amigos	15	8%
Casas de Familiares	8	4%
Total	194	100%

Fuente: Trabajo de Campo

Elaborado por: La Autora

Gráfico 8: Preferencia de Hospedaje



Fuente: Trabajo de Campo

Elaborado por: La Autora

### Análisis:

Los encuestados manifiestan su preferencia por hospedarse en Hoteles y Hosterías teniendo un (35%), seguido del (12%) que prefiere Hostales, un (8%) de turistas se hospeda con amigos, el (6%) prefiere en pensiones, con rango mínimo del (4%) en casa de familiares, poniendo de manifiesto la gran oportunidad que se puede generar para este tipo de establecimientos.

### Pregunta 7: Actividades que prefieren desarrollar los turistas

Tabla 13: Actividades que prefieren desarrollar los turistas

Actividades que desean desarrollar		
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Caminatas	36	19%
Camping	21	11%
Cabalgatas	9	5%
Ritos Ceremoniales	40	21%
Observación de Aves	35	18%
Observación de Flora	35	18%
Excavaciones Arqueológicas	0	0%
Visita a Museos	1	1%
Otros	17	9%
Total	194	100%

Fuente: Trabajo de Campo

Elaborado por: La Autora

Gráfico 9: Actividades que prefieren desarrollar los turistas



Fuente: Trabajo de Campo

Elaborado por: La Autora

### Análisis:

En cuanto a las motivaciones del viaje el (21%) lo hace por saberes ancestrales, el (18%) muestra la gran preferencia hacia el desarrollo de actividades relacionadas al turismo de naturaleza, Observación de Aves y Flora: caminatas (19%), camping un (11%), el (5%) lo hace por cabalgar, el (9%) prefiere otro tipo de actividades, el (0%) por excavaciones arqueológicas y el (1%) lo hace por visitar museos, por lo tanto existen muchos motivos de viaje resaltando la riqueza natural y el gusto de conocer la Parroquia y buscando alternativas para fortalecer las otras opciones que pueden ser fortalecidos para el futuro turístico de la Parroquia.

### Pregunta 8: Monto que están dispuestos a gastar los turistas

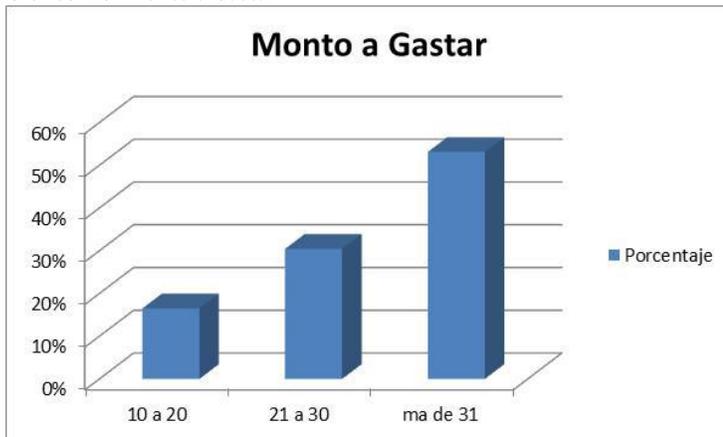
**Tabla 14 :** Monto a gastar

Monto a Gastar en Dólares		
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
10 a 20	32	16%
21 a 30	59	30%
más de 31	103	53%
Total	194	100%

Fuente: Trabajo de Campo

Elaborado por: La Autora

**Gráfico 10:** Monto a Gastar



Fuente: Trabajo de Campo

Elaborado por: La Autora

### Análisis:

El (53%) de los encuestados manifiestan su predisposición a gastar más de 31 dólares en su estadía en la parroquia, el (30%) gasta entre \$21 a \$30 dólares y el (16%) gasta entre \$10 a \$20 dólares lo que evidencia la oportunidad de crear servicios de mejor calidad y mayor precio, con el objetivo de generar mayores ingresos para la parroquia.

### Pregunta 9: Medios Publicitarios de preferencia para obtener información de la Parroquia

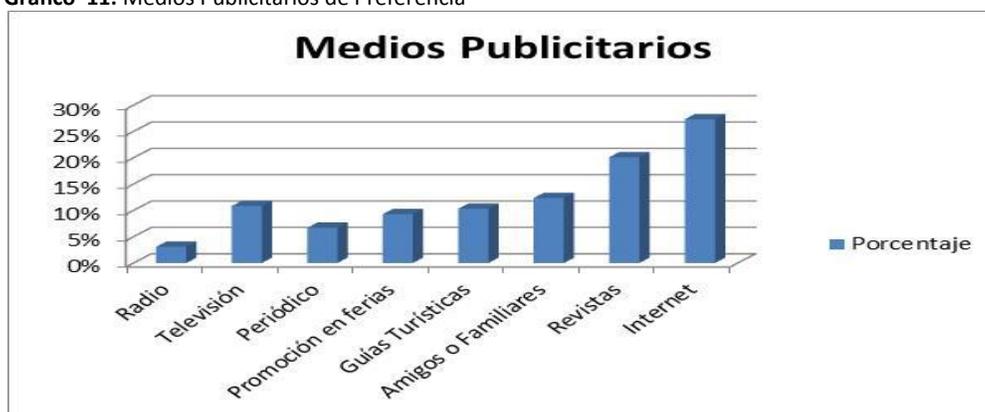
Tabla 15: Medios Publicitarios de Preferencia

Medios para obtener información de la Parroquia		
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Radio	6	3%
Televisión	21	11%
Periódico	13	7%
Promoción en ferias	18	9%
Guías Turísticas	20	10%
Amigos o Familiares	24	12%
Revistas	39	20%
Internet	53	27%
Total	194	100%

Fuente: Trabajo de Campo

Elaborado por: La Autora

Gráfico 11: Medios Publicitarios de Preferencia



Fuente: Trabajo de Campo

Elaborado por: La Autora

### Análisis:

Un gran porcentaje de los encuestados (27%), manifiestan su preferencia por Internet como medios para obtener información sobre la parroquia. Además un porcentaje importante del (20%) prefiere las Revistas como medio publicitario, el (12%) se informa a través de familiares y amigos, el (11%) lo prefiere por Televisión, el (10%) por medio de guías Turísticas, el (9%) a través de ferias, el (7%) utiliza los periódicos y un (3%) utiliza la prensa. Estos resultados nos proveen información valiosa sobre las posibles estrategias que se podrían implementar desde el punto de vista de promoción de la Parroquia Shell.

## **RESULTADO 2**

### **4.2. ESTABLECER LÍNEAS DE ESTRATEGIAS DE OPERACIÓN PARA DISEÑAR EL PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO DE LA PARROQUIA SHELL.**

#### **4.2.1 Análisis Externo**

En este apartado se analizan los principales factores externos que influyen de manera directa e indirecta en la gestión de la parroquia Shell. Específicamente se analizan las fuerzas externas políticas, económicas, tecnológicas, sociales y ecológicas.

##### **4.2.1.1.Fuerzas Políticas, Gubernamentales y Legales**

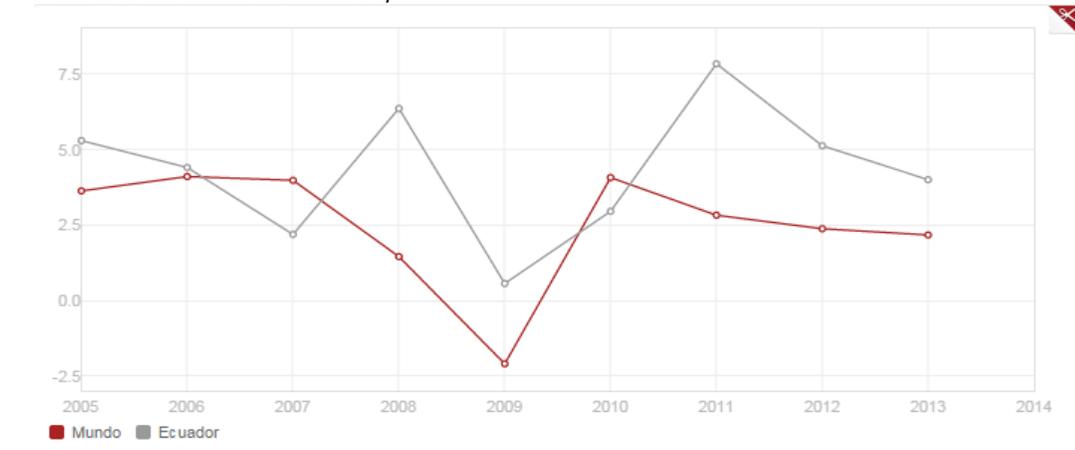
En el Ecuador, luego de varias crisis y cambios de gobiernos constantes, existe estabilidad política desde hace 7 años, lo que ha permitido de alguna manera fortalecer las instituciones del estado, y crear cuerpos legales que afectan a varios organismos públicos. La Constitución ecuatoriana vigente hace hincapié en un nuevo modelo de Estado basado en un sistema democrático que promueve a la justicia regional con el objetivo central alcanzar el buen vivir. Para esto, se han generado instrumentos legales con el propósito de compensar los desequilibrios territoriales.

En este sentido, se creó un cuerpo legal denominado Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización, cuyo objetivo principal es el de brindar a cada circunscripción territorial la posibilidad de tener un gobierno autónomo descentralizado para la promoción del desarrollo y la garantía del buen vivir, a través del ejercicio de sus competencias.

### 4.2.1.2. Fuerzas Económicas y Financieras

En los últimos años, el PIB ecuatoriano ha ido decreciendo (Banco Mundial, 2014), aunque se mantiene en niveles superiores en comparación al PIB mundial. Sin embargo, de acuerdo al Ministerio de la Política Económica, se proyecta un ligero decremento para el año 2015 principalmente por la previsión de una posible baja del precio del petróleo.

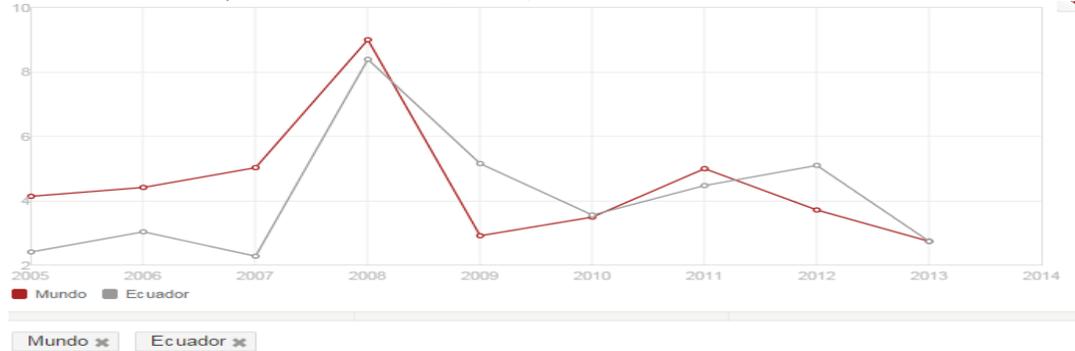
**Gráfico 12:** Evolución del PIB mundial y ecuatoriano.



**Fuente:** [datos.bancomundial.org/indicador/NY.GDP.MKTP.KD.ZG/countries/1W-EC?display=graph](http://datos.bancomundial.org/indicador/NY.GDP.MKTP.KD.ZG/countries/1W-EC?display=graph)

La evolución del poder adquisitivo del consumidor, se puede medir a través de los precios. Según datos del Banco Mundial, los precios de los productos al consumidor en el Ecuador, han ido decreciendo en forma constante en los últimos años.

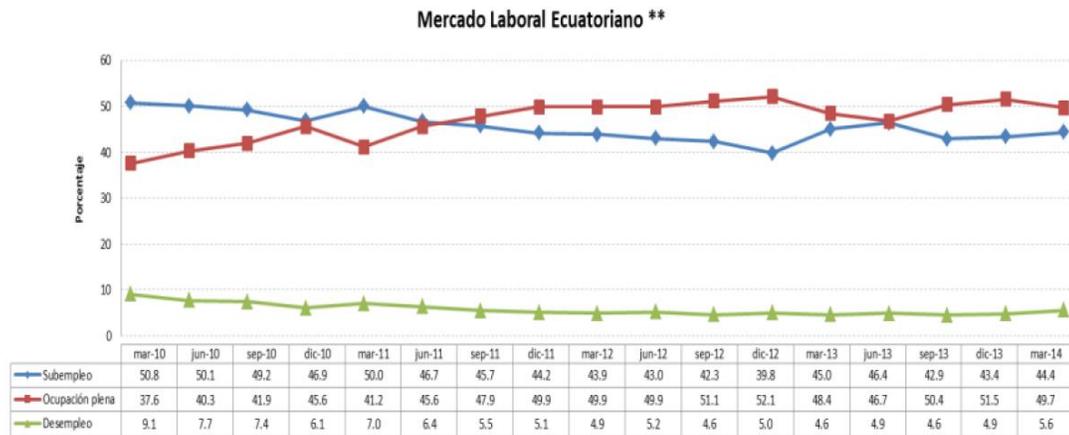
**Gráfico 13:** Inflación, precios al consumidor (% anual).



**Fuente:** [datos.bancomundial.org/indicador/FP.CPI.TOTL.ZG/countries/1W-EC?display=graph](http://datos.bancomundial.org/indicador/FP.CPI.TOTL.ZG/countries/1W-EC?display=graph)

Durante el primer trimestre del 2014, se puede observar que, el desempleo (sector urbano), se ubicó en 5.6%, el cual, ha experimentado una reducción del 1 punto porcentual anual en comparación con el año 2013. Por otro lado, la ocupación plena llega a ubicarse en 49.7%.

**Gráfico 14:** Mercado Laboral Ecuatoriano.



**Fuente:** [www.uasb.edu.ec/UserFiles/385/File/INFORME%20MACRO%20SOCIAL%20Y%20ECONOMICO\\_MARZO\\_2014.pdf](http://www.uasb.edu.ec/UserFiles/385/File/INFORME%20MACRO%20SOCIAL%20Y%20ECONOMICO_MARZO_2014.pdf)

En relación a la inversión extranjera, la inversión extranjera se ubicó en un valor de 198.8 millones de dólares en trimestre último del 2013. Este valor registra 9 millones de dólares menos, en comparación al mismo período del año 2012.

Además, las remesas de los migrantes, en el año 2013, muestran un valor acumulado de 2449.5 millones de dólares, equivalente a un 0.7% menos que el valor de las remesas recibidas en el año 2012.

**Gráfico 15: Flujo de recursos hacia el País**



**Fuente:** [www.uasb.edu.ec/UserFiles/385/File/INFORME%20MACRO%20SOCIAL%20Y%20ECONOMICO\\_MARZO\\_2014.pdf](http://www.uasb.edu.ec/UserFiles/385/File/INFORME%20MACRO%20SOCIAL%20Y%20ECONOMICO_MARZO_2014.pdf)

Uno de los aspectos que se debe resaltar es que, la parroquia Shell, tiene una ubicación estratégica siendo este el principal factor por el cual el desarrollo turístico, se ha incrementado considerablemente, fundamentalmente en la línea del ecoturístico.

#### **4.2.1.3.Fuerzas Sociales, Culturales y Demográficas**

Desde 1950 la población en el Ecuador, ha incrementado su tamaño en más de 4 veces. Para el 2010 en el país se registraron 14.483.499 habitantes, sin embargo se evidencia una reducción del ritmo de crecimiento: entre los censos de 1950 a 1962 el crecimiento fue de 2,96%, mientras que entre el censo del 2001 y 2010 el crecimiento fue de 1,95% (Villacís & Carrillo, 2012).

Realizando una comparación entre la tasa de crecimiento intercensal cantonal de los periodos 1990-2001 y 2001-2010 (INEC, 2012), se evidencia un crecimiento de negativo a positivo, ésta tasa que en la actualidad es del 0.2% sigue siendo baja respecto a la provincial y nacional. La población rural experimenta una notable disminución con una tasa de crecimiento de 1.84% a -0.23, mientras que la urbana ha crecido de 1.32% a 1.62%, evidenciando procesos de urbanización en el cantón o de notable migración en el área rural. El crecimiento de la población de un País, contribuye en cierta medida al aumento del Producto Interno Bruto, por lo que puede convertirse en una oportunidad importante.

Con relación a los niveles de pobreza, de acuerdo al censo, el índice de pobreza NBI (necesidades básicas insatisfechas) es del 60,1% al 2010, mientras que en el 2001 era del 69,3% y en el de 1990 84,3%. Existen diferencias importantes en términos territoriales lo que evidencia que el país tiene mejores condiciones que antes pero éstas aún no son homogéneas. Específicamente, se puede apreciar en la provincia de Pastaza un nivel alto de Necesidades básicas insatisfechas en comparación con provincias más grandes como Pichincha y Azuay.

**Tabla 16:** Pobreza por necesidades básicas insatisfechas por Provincia.

PROVINCIA	POBREZA POR NBI
Zonas no delimitadas	93,4%
Sucumbíos	87,0%
Orellana	85,0%
Los Ríos	79,5%
Napo	78,6%
Esmeraldas	78,3%
Manabí	76,8%
Bolívar	76,3%
Morona Santiago	75,6%
Cotopaxi	75,1%
Santo domingo	74,4%
Zamora Chinchipe	73,8%
Santa Elena	72,2%
Pastaza	69,7%
Cañar	67,4%
Chimborazo	66,5%
Loja	61,8%
El Oro	61,2%
Guayas	58,4%
Carchi	57,2%
Tungurahua	57,0%
Imbabura	54,2%
Galápagos	52,0%
Azuay	48,3%
Pichincha	33,5%
Nacional	60,1%

**Fuente:** Ecuador en Cifras

Las necesidades básicas insatisfechas son notables en el área rural, apenas alcanzan un porcentaje de cobertura del 10%, los efectos de la contaminación son evidentes, en los cuerpos de agua, receptoras de los vertidos de los alcantarillados, sin previo tratamiento.

El desempleo es otra variable que muestra importantes avances, de acuerdo a la Encuesta de Empleo y Desempleo, entre septiembre de 2007 y septiembre de 2012 la tasa de desempleados se reduce en 2,5 puntos porcentuales.

**Gráfico 14:** Tasa de desempleo nacional urbano.

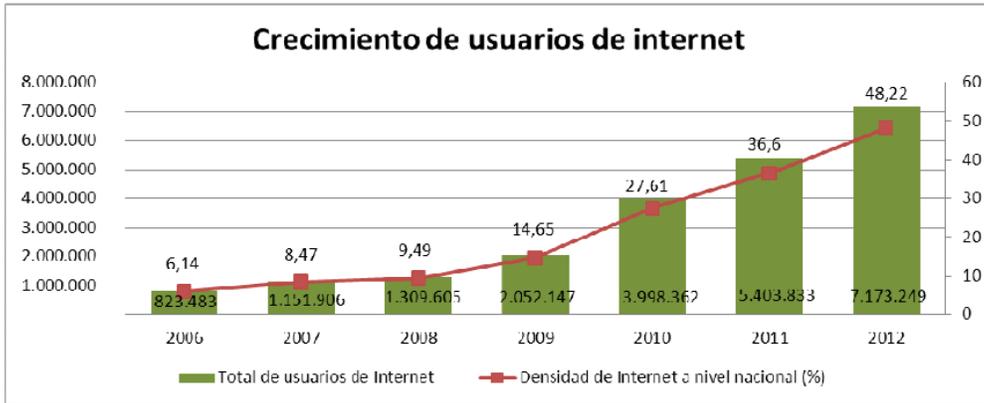


**Fuente:** Encuesta Nacional de Empleo y Subempleo (ENEMDU).

#### 4.2.1.4. Fuerzas Tecnológicas y Científicas

En la actualidad, el uso y aplicación de las tecnologías de la información y comunicación (TICs), juega un papel fundamental en el desempeño productivo y aporta al crecimiento económico del País, ya que forma parte de las estrategias integrales de negocio. A nivel nacional, el uso de Internet ha ido incrementándose, y se proyecta un mayor crecimiento para los próximos años. En 2012, la densidad de Internet era del 48,22%, lo que supone un incremento en más de 42 puntos porcentuales en tan sólo 6 años. Por su parte, el número de usuarios de Internet prácticamente se ha multiplicado por ocho en este mismo periodo de tiempo. Estos datos permiten suponer que la penetración de internet en el País seguirá en mayor crecimiento y puede convertirse en una ventaja competitiva para todo tipo de organizaciones. Sin embargo, hay que tomar en cuenta que, la provincia de Bolívar es la que muestra el más bajo nivel de uso de Internet.

**Gráfico 17:** Crecimiento de Usuarios de Internet.



**Fuente:** [www.observatoriotic.mintel.gob.ec/images/info\\_cualitativa/06\\_Documentacion\\_I\\_D\\_I/E.1.1\\_Informe\\_Diagnostico\\_20\\_09\\_2013\\_vdf.pdf](http://www.observatoriotic.mintel.gob.ec/images/info_cualitativa/06_Documentacion_I_D_I/E.1.1_Informe_Diagnostico_20_09_2013_vdf.pdf)

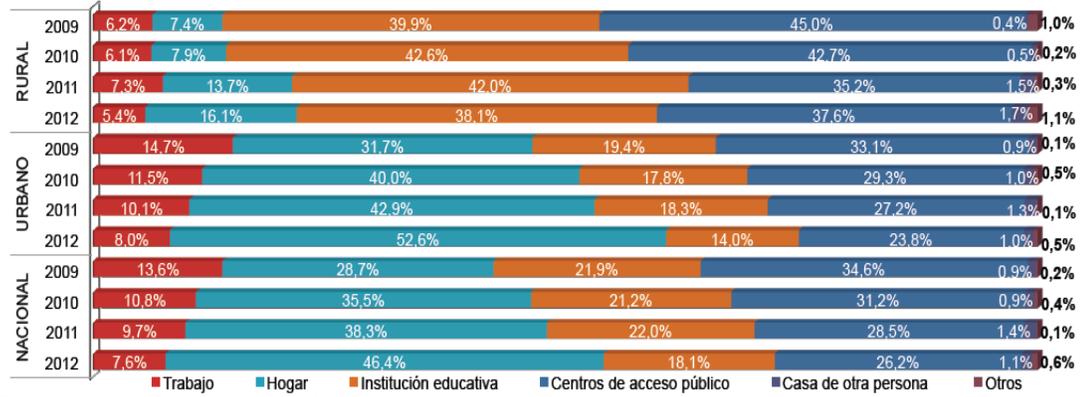
**Tabla 17:** Uso de Internet por Provincias.

	2009	2010	2011	2012
Pichincha	42,80%	46,90%	44,50%	46,90%
Azuay	31,60%	37,50%	36,90%	44,40%
Guayas	28,90%	29,70%	34,80%	38,90%
Tungurahua	27,10%	29,20%	34,10%	37,70%
El Oro	22,70%	30,30%	31,20%	35,20%
<b>NACIONAL</b>	<b>24,60%</b>	<b>29,00%</b>	<b>31,40%</b>	<b>35,10%</b>
Santo Domingo	-	25,50%	28,70%	32,90%
Imbabura	24,00%	29,10%	29,90%	31,60%
Chimborazo	21,50%	23,50%	26,70%	30,80%
Loja	23,10%	25,30%	31,60%	29,50%
Cañar	17,40%	21,20%	25,90%	29,40%
Los Ríos	11,50%	17,20%	20,10%	28,80%
Cotopaxi	16,70%	19,60%	22,80%	28,10%
Amazonia	15,60%	20,30%	21,30%	28,00%
Carchi	19,70%	22,90%	24,90%	26,50%
Santa Elena	-	15,60%	18,80%	25,50%
Manabí	13,10%	18,10%	20,30%	23,70%
Esmeraldas	16,60%	18,50%	23,90%	22,30%
Bolívar	19,00%	19,00%	20,20%	22,20%

**Fuente:** [www.inec.gob.ec/sitio\\_tics2012/presentacion.pdf](http://www.inec.gob.ec/sitio_tics2012/presentacion.pdf)

El 46,4% de las personas que usan Internet lo hacen desde su hogar. En el área urbana, el mayor porcentaje de la población utiliza Internet en el hogar (52,6%), mientras el mayor porcentaje de población del área rural lo usa en Instituciones educativas con el 38,1%.

Gráfico 18: Lugar de Uso de Internet.



Fuente: www.inec.gob.ec/sitio\_tics2012/presentacion.pdf

El uso de telefonía celular es otra variable que ha ido incrementándose de manera gradual, aunque de forma similar al uso de Internet. La región amazónica muestra valores bajos en comparación con los datos nacionales.

Tabla 18: Porcentaje de personas que tienen Teléfono Celular activado por provincia.

	2009	2010	2011	2012
Pichincha	55,70%	57,40%	55,00%	62,70%
El Oro	40,40%	44,60%	50,30%	54,50%
Guayas	46,90%	46,10%	50,60%	54,00%
<b>NACIONAL</b>	<b>38,80%</b>	<b>43,90%</b>	<b>46,60%</b>	<b>50,40%</b>
Santo Domingo	-	-	47,80%	50,20%
Tungurahua	38,40%	41,30%	45,30%	49,90%
Los Ríos	34,50%	39,20%	46,20%	48,80%
Santa Elena	-	43,40%	42,40%	48,60%
Azuay	42,70%	47,40%	47,80%	48,30%
Manabí	32,70%	35,10%	44,10%	47,90%
Imbabura	37,00%	40,80%	45,40%	47,10%
Loja	36,10%	40,70%	46,40%	43,90%
Cañar	31,20%	33,90%	38,50%	43,40%
Carchi	36,00%	34,90%	40,20%	42,80%
Esmeraldas	31,00%	32,20%	40,00%	39,70%
Cotopaxi	29,20%	30,00%	33,90%	38,60%
Bolívar	24,90%	25,10%	29,70%	36,80%
Chimborazo	27,40%	28,60%	30,50%	35,40%
Amazonia	24,90%	33,60%	31,70%	33,70%

Fuente: www.inec.gob.ec/sitio\_tics2012/presentacion.pdf

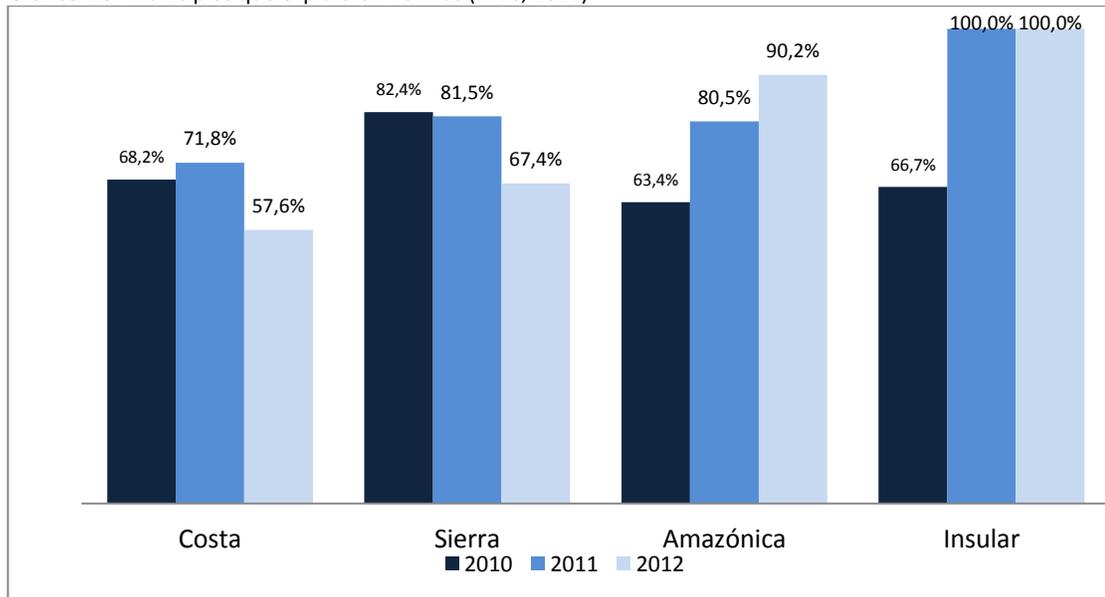
#### **4.2.1.5.Fuerzas Ecológicas y Ambientales**

En los últimos años, es innegable la importancia que ha adquirido la conciencia ecológica y la conservación del medio ambiente, como preocupación de primer orden para la humanidad (D'Alessio, 2008). Bajo este contexto, el artículo 264 de la Constitución actual de la República, especifica las competencias que tendrán los gobiernos municipales en estos aspectos:

- Prestar los servicios públicos de agua potable, alcantarillado, depuración de aguas residuales, manejo de desechos sólidos, actividades de saneamiento ambiental y aquellos que establezca la ley.
- Delimitar, regular, autorizar y controlar el uso de las playas de mar, riberas y lechos de ríos, lagos y lagunas, sin perjuicio de las limitaciones que establezca la ley.
- Preservar y garantizar el acceso efectivo de las personas al uso de las playas de mar, riberas de ríos, lagos y lagunas.
- Regular, autorizar y controlar la explotación de materiales áridos y pétreos, que se encuentren en los lechos de los ríos, lagos, playas de mar y canteras.
- Gestionar los servicios de prevención, protección, socorro y extinción de Incendios
- En el ámbito de sus competencias y territorio, y en uso de sus facultades, expedirán ordenanzas cantonales.”

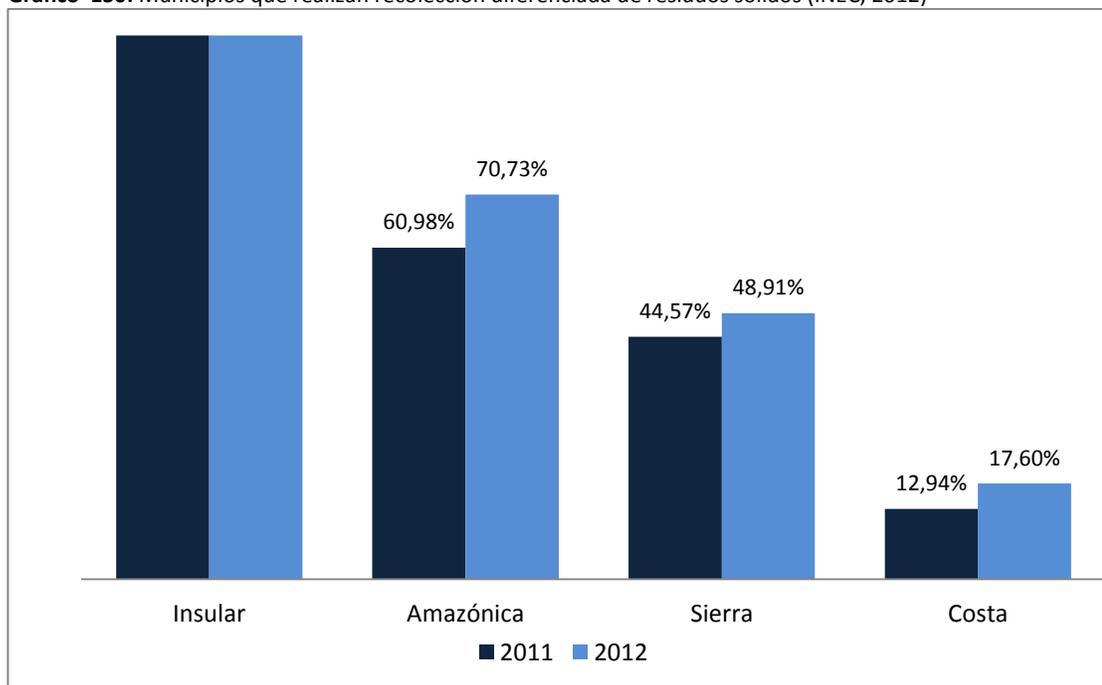
De acuerdo a datos del INEC, en 2012, Los GADS de la costa y la sierra son los gobiernos que en menos proporción han expedido normativas para regular actividades humanas. Los municipios de la región amazónica e insular, por otro lado, son los que más lo han hecho a partir de 2010.

**Gráfico 19:** Municipios que expidieron normas (INEC, 2012).



En relación a la recolección diferenciada de residuos, son los GADs de la región insular y amazónica quienes más realizan este tipo de actividades.

**Gráfico 150:** Municipios que realizan recolección diferenciada de residuos sólidos (INEC, 2012)



En 2012, los GADs recibieron \$2.840.678.556,72 como ingresos totales, y \$324.812.108,21 como ingresos para actividades de protección ambiental; lo que representó 11,4% de sus ingresos totales. Sin embargo en estos municipios se gasta de forma excesiva en gasto corriente relacionado a *Otras actividades de protección ambiental*, que incluyen actividades administrativas, educativas y otras no clasificadas. A esta le sigue la *Protección y descontaminación de suelos, aguas superficiales y subterránea* (INEC, 2012).

#### 4.2.1.6. Matriz de Factores Externos

La tabla 19 muestra el listado de las Oportunidades y Amenazas detectadas, luego de hacer el análisis externo:

**Tabla 19:** Matriz de Factores Externos

Oportunidades	Peso	Valor	Ponderación
1) Marco legal que promueve la descentralización de funciones y procesos	0,1	4	0,4
2) Presencia de importantes recursos naturales y turísticos en la parroquia	0,2	3	0,6
3) Crecimiento económico y disminución de la pobreza	0,1	2	0,2
4) Crecimiento de la demanda en Tecnología	0,1	2	0,2
5) Mayores Incentivos para implementar estrategias de protección del medio ambiente	0,1	2	0,2
6) Estabilidad Política	0,05	3	0,15
<b>Amenazas</b>			
1) Recortes presupuestarios por parte del Gobierno Nacional	0,1	3	0,3
2) Bajo nivel de aprovechamiento de oportunidades de emprendimiento turístico	0,05	2	0,1
3) Falta de posicionamiento a nivel nacional e internacional	0,1	2	0,2
4) Migración a ciudades más desarrolladas	0,05	2	0,1

5) Altos Niveles de Necesidades Básicas Insatisfechas	0,05	3	0,15
<b>Total</b>	<b>1.0</b>		<b>2,6</b>

Elaborado por: La Autora

En la matriz se muestran las oportunidades y amenazas obtenidas del análisis y de las encuestas y el análisis externo. El valor de 2.6 (mayor al promedio de 2.5), significa que la parroquia no está aprovechando adecuadamente las oportunidades ni actuando oportunamente a las amenazas que se le presentan.

#### 4.2.2. Análisis Interno

El modelo de gestión de la parroquia es centralizado, así los elementos esenciales de funcionamiento del cantón se concentran en el cantón Pastaza, por lo que se requiere generar procesos descentralizados, mejorar la planificación, el ordenamiento territorial y los servicios

Para identificar las características internas de la parroquia, así como definir las condiciones externas donde se desenvuelve, se recomienda utilizar el análisis FODA. En muchos casos la información del FODA se levanta en grupos focales o vía entrevistas. El éxito de la herramienta en su proceso participativo, cuyo objetivo es que los miembros de la organización se sientan parte del proceso de elaboración del FODA.

Por esta razón, se planteó el desarrollo de un diagnóstico actualizado que incluya una revisión y análisis de los documentos de gestión existentes la validez de la misión y visión vigentes, así como la realización de cuestionarios que tuvieron como fin recabar información para desarrollar un análisis de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas.

En un primer ítem, se propone a los funcionarios desarrollar según su opinión las fortalezas y debilidades de la organización, tomando en cuenta las 4 dimensiones de

la organización: Recursos Humanos, Tecnología/Infraestructura, Procesos, Organización. La tabulación de esta información, agrupando ideas comunes, permitió determinar las fortalezas y debilidades de la organización.

Un segundo ítem, proponía a los funcionarios de la Junta Parroquial y a los actores principales involucrados en actividades turísticas, desarrollar las oportunidades y amenazas que creen pueden influir sobre la organización. La tabulación de estos datos junto con el análisis externo realizado en el apartado anterior, permitió obtener el listado de factores externos resumido en la Matriz de Factores Externos. En un tercer ítem del cuestionario, se pidió a los funcionarios que esbozaran algunos objetivos que debería perseguir a largo y corto plazo, con el propósito de agrupar ideas comunes y desarrollar los objetivos que debe perseguir la organización si quiere alcanzar su visión.

La aplicación de estas encuestas permitió obtener una lista de fortalezas y debilidades que se resumen en la siguiente Matriz de Factores Internos

**Tabla 20:** Matriz de Factores Internos

Fortalezas	Peso	Valor	Ponderación
1) Los actores involucrados en actividades turísticas están altamente capacitados	0,05	4	0,2
2) Compromiso de la Junta parroquial para fomentar una política de calidad de servicio y mejora continua	0,05	4	0,2
3) Compromiso de la Junta parroquial para asegurar el funcionamiento eficiente de la estructura organizativa y el sistema de gestión por procesos	0,05	4	0,2
4) Ubicación estratégica de la Parroquia	0,1	3	0,3
5) Infraestructura física adecuada para actividades turísticas	0,05	3	0,15
6) Atractivos turísticos	0,1	4	0,4
7) Normativa legal para implementar una adecuada gestión por procesos	0,05	3	0,15

Debilidades			
1) No se logra consolidar el plan de desarrollo parroquial	0,1	1	0,1
2) Falta de proactividad y compromiso por parte de los habitantes de la parroquia	0,1	2	0,2
3) No existe un sistema de incentivos para el emprendimiento turístico	0,05	1	0,05
4) No existe un plan estratégico ni un sistema de control estratégico que guíe la gestión	0,2	1	0,2
5) No existe un sistema de gestión por procesos	0,1	1	0,1
<b>Total</b>	<b>1.0</b>		<b>2,25</b>

Elaborado por: La Autora

La matriz muestra un resultado por debajo del promedio (2.25), mostrando que, si bien la parroquia cuenta con fortalezas importantes, existen debilidades muy grandes relacionadas a su gestión. Se necesitan desarrollar estrategias que permitan generar herramientas que faciliten y mejores la gestión estratégica de la parroquia potencializando sus fortalezas con el objetivo de mejorar su atractivo turístico.

#### 4.2.3. Objetivos a Largo Plazo

Además de la información brindada a través de las encuestas en profundidad, la metodología para desarrollar los objetivos a largo plazo, estuvo basada en forma parcial en las estrategias analizadas por la Initiative for a Competitive Inner City (IIC, 2011), quienes manifiestan que, las mejores estrategias para el desarrollo de una ciudad son las siguientes:

- a) El análisis enfocado en los clústeres para identificar oportunidades de mercado y centrar los esfuerzos para atraer nuevos negocios,
- b) Promover y aprovechar las instituciones presentes para empujar la economía

- c) Acelerar la innovación local a través de la puesta a disposición de educación y capital para emprendedores y conectar y crear enlaces entre los diferentes negocios,

Es importante acotar además que, si se desea expresar en forma matemática, la sumatoria de los Objetivos a largo plazo debe ser igual a la visión de la organización. De acuerdo a estos criterios, y en función de la información obtenida a través de las encuestas, se plantean los siguientes Objetivos:

- Lograr la participación ciudadana en el proceso de Planificación Parroquial fortaleciendo la participación ciudadana
- Aprovechar el Talento Humano para la prestación oportuna de servicios turísticos de calidad.
- Proporcionar la infraestructura y el equipamiento necesarios para satisfacer las demandas de los turistas que visitan la parroquia.
- Convertir a la capacitación e investigación técnica en una herramienta de apoyo permanente a las actividades turísticas de la parroquia
- Elevar la cobertura de los servicios básicos y su calidad: y el equipamiento de las áreas urbanas y comunitarias.

## RESULTADO 3

### 4.3. DISEÑAR EL PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO DE LA PARROQUIA.

#### Estrategias e Implementación

##### 4.3.1. Diseño y Definición de Estrategias

En la siguiente tabla se muestra la Matriz FODA cruzada y las diferentes estrategias que se plantean ejecutar para cumplir los objetivos propuestos.

Tabla 21: Matriz MFODA

		Oportunidades	Amenazas
		<b>Situación Interna</b>	Marco legal que promueve la descentralización de funciones y procesos
<b>Situación Externa</b>	Presencia de importantes recursos naturales y turísticos en la parroquia		Bajo nivel de aprovechamiento de oportunidades de emprendimiento turístico
	Crecimiento económico y disminución de la pobreza	Falta de posicionamiento a nivel nacional e internacional	
	Crecimiento de la demanda en Tecnología	Migración a ciudades más desarrolladas	
	Mayores Incentivos para implementar estrategias de protección del medio ambiente	Altos Niveles de Necesidades Básicas Insatisfechas	
		Estabilidad Política	
		<b>Estrategia FO</b>	<b>Estrategias FA</b>

<b>Fortalezas</b>	Los actores involucrados en actividades turísticas están altamente capacitados	<p>FO1: Promover la creación de empleos locales propiciando proyectos turísticos</p> <p>FO2: Desarrollar una campaña agresiva para impulsar las ramas de ecología y cuidado del medio ambiente</p> <p>FO3: Programar reuniones de trabajo mensuales con las principales empresas privadas del cantón y la Provincia para buscar el financiamiento de los proyectos de inversión de infraestructura pública y social enfocadas hacia el desarrollo del turismo.</p> <p>FO4: Establecer políticas y programas de defensa del medio ambiente y protección de la biodiversidad</p>	<p>FA1: Generar ordenanzas y adecuar las ya emitidas, enfocándolas hacia el mejoramiento de la calidad del servicio turístico</p> <p>FA2: Programas de Capacitación y formación para impulsar el emprendimiento local en el ámbito turístico</p> <p>FA3: Diseñar e implementar una campaña agresiva de promoción turística</p>
	Compromiso de la Junta parroquial para fomentar una política de calidad de servicio y mejora continua		
	Compromiso de la Junta parroquial para asegurar el funcionamiento eficiente de la estructura organizativa y el sistema de gestión por procesos		
	Ubicación estratégica de la Parroquia		
	Infraestructura física adecuada para actividades turísticas		
	Atractivos turísticos		
<b>Debilidades</b>	No se logra consolidar el plan de desarrollo parroquial	<b>Estrategias DO</b>	<b>Estrategias DA</b>
	Falta de proactividad y compromiso por parte de los habitantes de la parroquia	<p>DO1: Formular e implementar un sistema de gestión estratégica parroquial.</p>	<p>DA1: Promover la integración y alianzas estratégicas con otros</p>
	No existe un sistema de incentivos para el emprendimiento turístico		
	No existe un plan estratégico ni un sistema de control estratégico que		

	guíe la gestión	DO2: Implementar programas de Motivación, trabajo en equipo y Atención al cliente	GADs y empresas privadas para fomentar el emprendimiento local en el ámbito turístico
	No existe un sistema de gestión por procesos		
	No existe un sistema de gestión por procesos		
		DO3: Implementar un Sistema de Gestión por Procesos	
		DO4: Implementar un programa de incentivos para fomentar el emprendimiento turístico	

Elaborado por: La Autora

### 4.3.2 Diseño del Balanced Scorecard (Implementación Y Control Estratégico)

#### 4.3.2.1 Objetivos a Corto Plazo

Una vez que se han definido el direccionamiento estratégico y las estrategias a utilizar, es necesario desarrollar los objetivos a corto plazo que posibilitarán el logro de los objetivos a largo plazo, para posteriormente definir el modelo de implementación y control estratégico a través del Balanced Scorecard.

Los objetivos a corto plazo definidos y consensuados son:

**OLP1: Lograr la participación ciudadana en el proceso de Planificación Parroquial fortaleciendo la participación ciudadana.**

- OCP1.1: Promover una mayor participación de la ciudadanía, a través de reuniones parroquiales con dirigentes barriales y de organismos de acción social

- OCP1.2: Desarrollar una campaña de comunicación dirigida a los ciudadanos para lograr su colaboración en la consolidación de una marca ciudad
- OCP1.3: Crear mecanismo y espacios de coordinación para el desarrollo de iniciativas de emprendimiento con actores locales públicos y privados

**OLP2: Aprovechar el Talento Humano para la prestación oportuna de servicios Turísticos de calidad**

- OCP2.1: Incrementar la calidad de los servicios brindados a los ciudadanos, mediante la aplicación de las buenas prácticas y mediciones de la calidad del servicio
- OCP2.2: Mejorar las competencias individuales, técnicas y gerenciales a través de procesos de capacitación dirigidos los emprendedores y propietarios de negocios turísticos

**OLP3: Proporcionar la infraestructura y el equipamiento necesarios para satisfacer las demandas de los Turistas que visitan la Parroquia.**

- OCP3.1: Posicionar una marca ciudad para la Parroquia, reconocida a nivel nacional e internacional, promoviendo su legado cultural e histórico
- OCP3.3: Desarrollar eventos locales para posicionar a la parroquia como un referente provincial y nacional
- OCP3.4: Implementar un sistema de Gestión por procesos para la Junta Parroquial con el propósito de incrementar la eficiencia de las actividades turísticas que se desarrollan en la parroquia
- OCP3.5: Institucionalizar la Planificación Estratégica como herramienta principal de Gestión parroquial, para lograr los objetivos planteados y la Visión propuesta.

**OLP4: Convertir a la capacitación e investigación técnica en una herramienta de apoyo permanente a las actividades Turísticas de la Parroquia**

- OCP4.1: Desarrollar programas de capacitación para fortalecer el emprendimiento local en el ámbito turístico
- OCP4.2: Implementar convenios de cooperación Interinstitucional con el fin de atraer inversiones en los sectores priorizados en el Plan de Desarrollo
- OCP4.3: Implementar convenios de cooperación para la implementación de Proyectos de Investigación Científica Aplicada con el propósito de desarrollar innovaciones que promuevan el desarrollo turístico

**OLP5: Elevar la cobertura de los servicios básicos y su calidad: y el equipamiento de las áreas urbanas y comunitarias**

- OCP5.1: Implementar un sistema de integrado de vigilancia inteligente en coordinación con el Plan de Seguridad Nacional, con el objetivo de reducir los niveles de inseguridad
- OCP5.2: Optimizar los gastos e inversiones en mantenimiento de áreas verdes
- OCP5.3: Implementar una campaña de comunicación del potencial turístico del cantón para fomentar el turismo interno y externo.

**4.3.2.2 Balanced Scorecard: Evaluación Estratégica**

El Balanced Scorecard o Tablero de Control Balanceado, se construye siguiendo los lineamientos propuestos por Kaplan y Norton. En los siguientes cuadros se especifican cada una de las cuatro perspectivas (Aprendizaje Interno, Procesos, Clientes y Finanzas), los objetivos a corto plazo correspondientes, los indicadores

para medir el logro de los mismos y las metas que se pretenden alcanzar. Se especifica también las iniciativas estratégicas que permitirán alcanzar estas metas.

### ➤ Perspectiva de Aprendizaje Interno

**Tabla 22:** Perspectiva de Aprendizaje Interno

Nº	Objetivo	Indicador	Meta	Iniciativa Estratégica
OCP2.4	Mejorar las competencias individuales, técnicas y gerenciales a través de procesos de capacitación dirigidos los emprendedores y propietarios de negocios turísticos	Número de Horas de capacitación	200 horas de capacitación por año para todos los involucrados	Plan de Capacitación
OCP4.1	Desarrollar programas de capacitación para fortalecer el emprendimiento local.	Número de talleres de capacitación implementados	Dos talleres por año	Plan de capacitación y promoción del emprendimiento local
OCP3.5	Institucionalizar la Planificación Estratégica como herramienta principal de Gestión parroquial, para lograr los objetivos planteados y la Visión propuesta.	Nivel de Cumplimiento del plan estratégico	100 % del plan estratégico implementado	Plan Estratégico

**Elaborado por:** La Autora

### 4.3.3. Perspectiva de Procesos

**Tabla 23:** Perspectiva de Procesos

Nº	Objetivo	Indicador	Meta	Iniciativa Estratégica
OCP3.3	Desarrollar eventos locales para posicionar a la parroquia como un referente provincial y	Número de eventos realizados	2 eventos por año	Plan de capacitación y promoción del emprendimiento local

	nacional				
OCP3.4	Implementar un sistema de Gestión por procesos para la Junta Parroquial con el propósito de incrementar la eficiencia de las actividades turísticas que se desarrollan en la parroquia	Porcentaje de implementación del sistema de gestión por procesos	de 80% del sistema implementado	Sistema de Gestión por procesos	
OCP3.2	Posicionar una marca de ciudad para la Parroquia, reconocida a nivel nacional e internacional, promoviendo su legado cultural e histórico	Nivel de Incremento de llegada de turistas	40% de incremento de turistas en comparación al promedio de la administración anterior	Plan de Comunicación y promoción Turística	
OCP4.2	Implementar convenios de cooperación Interinstitucional con el fin de atraer inversiones en los sectores priorizados en el Plan de Desarrollo Cantonal	Número de Convenios	de 3 Convenios por año	Plan de capacitación y promoción del emprendimiento local	
OCP4.3	Implementar convenios de cooperación para la implementación de Proyectos de Investigación Científica Aplicada con el propósito de desarrollar innovaciones que promuevan el desarrollo turístico	Número de Convenios	de 1 Convenio por año	Plan de capacitación y promoción del emprendimiento local	
OCP5.1	Implementar un sistema de integrado de vigilancia inteligente en coordinación con el Plan de Seguridad Nacional, con el objetivo de reducir los niveles de inseguridad	Número de cámaras y dispositivos instalados / Número de Intervenciones realizados gracias a los dispositivos instalados	25 cámaras de vigilancia hasta el final de la administración	Plan de Seguridad ciudadana	
OCP5.4	• Implementar una	Nivel de Incremento	40% de incremento	Plan	de

<p>campaña de comunicación del potencial turístico del cantón para fomentar el turismo interno y externo.</p>	<p>de llegada de turistas</p>	<p>de turistas en comparación promedio de la administración anterior</p>	<p>en Comunicación y promoción Turística</p>
---	-------------------------------	--	--

**Elaborado por:** La Autora

### 4.3.3.1 Perspectiva del Ciudadano

**Tabla 24:** Perspectiva del Ciudadano

N°	Objetivo	Indicador	Meta	Iniciativa Estratégica
OCP1.1	Promover una mayor participación de la ciudadanía, a través de reuniones parroquiales con dirigentes barriales y de organismos de acción social	Número de Reuniones realizadas en el año	2 reuniones por año	Plan de Desarrollo Cantonal
OCP1.2	Desarrollar una campaña de comunicación dirigida a los ciudadanos para lograr su colaboración en la consolidación de una marca ciudad	Nivel de participación en el desarrollo de la marca ciudad	40% de participación de la ciudadana con propuestas y resolución de encuestas	Plan de Comunicación y promoción Turística
OCP1.3	Crear mecanismo y espacios de coordinación para el desarrollo de iniciativas de emprendimiento con actores locales públicos y privados	Número de emprendimientos implementados	10 por año	Plan de capacitación y promoción del emprendimiento local

**Elaborado por:** La Autora

### 4.3.3.2. Perspectiva Financiera

**Tabla 25:** Perspectiva Financiera

N°	Objetivo	Indicador	Meta	Iniciativa Estratégica
OCP5.2	Optimizar los gastos e inversiones en mantenimiento de áreas verdes	Gastos en mantenimiento de áreas verdes	Reducir un 10% por año los costos	Plan de Manejo Ambiental

**Elaborado por:** La Autora

## V. CONCLUSIONES

1. La formulación e Implementación de un Plan de desarrollo implica varias fases de desarrollo; un proceso estratégico que tiene como base fundamental, el análisis externo e interno de la organización. En este sentido, se realizó un diagnóstico situacional completo y detallado, utilizando herramientas como el Análisis PEST, Análisis de los recursos, capacidades y competencias internas y Análisis FODA. Los resultados de estos análisis permitieron sentar las bases sobre las cuales se construyó un Plan de desarrollo Turístico para la Parroquia Shell.
2. Los análisis realizados permitieron diseñar objetivos a largo plazo, sustentados en cuatro ejes traducidos posteriormente a perspectivas del cuadro de Mando Integral: Aprendizaje Interno, Procesos Clave, Usuarios y Finanzas. Con base en estos objetivos a largo plazo (OLP), se diseñaron varias estrategias que sirvieron de insumo para diseñar objetivos a corto plazo que posibiliten la consecución de los OLP y la visión propuesta. La herramienta utilizada para el diseño de estrategias fue la Matriz FODA.
3. Finalmente, la implementación y evaluación estratégica, se realizó a través del Balanced Scorecard (Tablero de Control), una metodología propuesta por los Profesores Kaplan y Norton. Para la elaboración de este tablero de control, se utilizaron cuatro perspectivas: Aprendizaje Interno, Procesos, Clientes y Finanzas. Posteriormente, se ubicaron los objetivos a corto plazo correspondientes a cada perspectiva, así como el indicador, la meta y la iniciativa estratégica que permitirá su logro. Esto permitirá controlar y evaluar la ejecución de cada uno de los objetivos a corto plazo y de los OLP del plan de desarrollo de la Parroquia Shell.

## **VI. RECOMENDACIONES**

1.- La metodología y herramientas utilizadas en esta tesis, permitieron generar un plan adecuado a las necesidades de la Parroquia Shell; sin embargo, se recomienda direccionar adecuadamente su implementación y control, a través de la asignación de responsabilidades y si es posible, estableciendo un sistema de recompensas que incentive a todos los involucrados a alinear sus actividades diarias al logro de los objetivos estratégicos planteados.

2.- Se recomienda además, comunicar en formatos adecuados (Sitio web, Folletos, etc), los puntos más importantes del plan formulado, con el objetivo de crear sinergias en los procesos diarios

3.- Se deben mejorar los canales de comunicación en la parroquia, sobre todo cuando se tratan aspectos relacionados a la consecución de los objetivos a largo y corto plazo; así se garantizará la adecuada ejecución y control del plan diseñado.

## VII. RESUMEN

En la presente investigación, se diseñó un Plan de desarrollo Turístico para la parroquia Shell. Haciendo uso de algunas herramientas de la Gestión Estratégica, así como metodologías de otras áreas, se pudieron cumplir cada uno de los objetivos planteados. En primer lugar, se realizó un diagnóstico situacional de la parroquia Shell, enfocando el análisis al ámbito turístico; esto permitió tener una idea del potencial turístico de la parroquia, con el objetivo de tener elementos que permitan desarrollar las estrategias más adecuadas. En segundo lugar, se hizo un análisis de las variables internas y externas que pueden afectar el desarrollo turístico de la parroquia; los resultados de estos análisis están resumidos en las Matrices de Factores Externos e Internos. El análisis interno se complementó con una serie de encuestas aplicadas a los turistas que visitaron el lugar.

Finalmente, utilizando la matriz FODA y la metodología conocida como Balanced Scorecard, se diseñaron estrategias y objetivos que se deberán cumplir si se quiere desarrollar el potencial turístico de esta parroquia. La matriz del Balanced Scorecard diseñada, incluye una serie de indicadores e iniciativas estratégicas que se deben implementar. Estas iniciativas son los insumos que se deben utilizar para diseñar cada uno de los planes operativos que posibilitarán la ejecución del Plan de desarrollo diseñado.

## VIII. SUMMARY

In this research , a tourism development plan for the parish Shell was designed. Using some strategic management tools and methodologies of other areas, they were able to meet each of the objectives. First, a situational analysis of Shell parish was conducted , focusing on the analysis to the tourism sector ; this allowed to have an idea of the tourist potential of the parish , in order to have elements to develop the most appropriate strategies. Secondly, an analysis was made of the internal and external variables that may affect tourism development in the parish; the results of these analyzes are summarized in the matrices External and Internal Factors . The internal analysis was complemented by a series of surveys of tourists visiting the place.

Finally, using the SWOT matrix and the methodology known as Balanced Scorecard , strategies and objectives that must be met if you want to develop the tourism potential of this parish they were designed. Balanced Scorecard designed matrix includes a series of indicators and strategic initiatives to be implemented. These initiatives are the inputs to be used to design each of the operational plans that will enable the implementation of the development plan designed.

## IX. BIBLIOGRAFIA

1. Arambula, M. 2013. Balanced Scorecard. Tomado de <http://207.249.140.110/cgi-bin/contenido.pl?Art=95>
2. Borbor, X., & Alvarado, J., 2004. Análisis de Modelos de Indicadores de Gestión para el Control de Servicios que prestan los Municipios a su Comunidad. Tomado de <https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/1923/1/3800.pdf>
3. CAS Chile, 2014. Qué es el Baanced Scorecard. Tomado de [http://www.caschile.cl/index.php?option=com\\_docman&task=doc\\_download&gid=173&Itemid=205](http://www.caschile.cl/index.php?option=com_docman&task=doc_download&gid=173&Itemid=205)
4. D'Alessio, F., 2013. Planeamiento Estratégico Razonado, Aspectos Coneptuales y Aplicaciones. Pearson education, Perú
5. Fu-Hsiang, C., Tsung-Shin, H. & Gwo-Hshiung, T. 2011. A balanced scorecard approach to establish a performance evaluation and relationship model for hot spring hotels based on a hybrid MCDM model combining DEMATEL and ANP. *International Journal of Hospitality Management*, 30, 908-932.
6. Gimenez, C., 2001. Planeamiento Estrategico En La Gestion Municipal: Seminario de Integración y Aplicación Contador Público. Tomado de [www.econ.uba.ar/www/seminario/g247/MUNICIPIO.doc](http://www.econ.uba.ar/www/seminario/g247/MUNICIPIO.doc)
7. INAFED, 2012. Guía Técnica 22: El Control de Gestión Municipal. Tomado de

[http://www.inafed.gob.mx/work/models/inafed/Resource/335/1/images/guia2\\_2 el control de la gestion municipal.pdf](http://www.inafed.gob.mx/work/models/inafed/Resource/335/1/images/guia2_2_el_control_de_la_gestion_municipal.pdf)

8. Initiative for a Competitive Inner City (ICIC), 2011. *The Inner city's fastest-growing companies*. Recuperado de <http://www.icic.org/markets-and-oporutnities/fast-growing-companies>
9. Kaplan, R., Norton, D., 1996. *El Cuadro de Mando Integral. Traduciendo la Estrategia en Acción*. Harvard Business Review Press
10. Kaplan, R., Norton, D., 2001. *The Strategy-focused Organization*. Harvard BusinessSchool Press, Boston, MA
11. Rowe, A., Mason, R., Dicker, K., &Synder, N., 1998. "A Methodological Approach" *Strategic Management*. Addison-Walley Publishing Co.
12. Fred, D., 2008. *Conceptos de Administración Estratégica*. Pearson Educación, Mexico.
13. Soldevilla, P., 2000. *El Control de Gestión en las Organizaciones No Lucrativas: el caso de los olegios de economistas de España*. Tomado de <http://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/7328/tpsg1de1.pdf;jsessionid=16A68B5BF56AC16CBE888759FBCA5BA8.tdx2?sequence=1>
14. Thompson, A., &Strickland, A. 2003. *Strategic Management*. McGraw Hill.
15. Villacís, B., Carrillo, D. 2012. *País atrevido: La nueva cara Demográfica del Ecuador*. Tomado de: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Libros/Economia/Nuevacarademograficadeecuador.pdf>
16. Wu, S.I., & Hung, J.M., 2008. A performance evaluation model of CRM on nonprofit organizations. *Total Quality Management & Business Excellence* 19 (4), 321–342.

# **ANEXOS**



**Anexo 2:** Tabla Inventario De Servicios Turísticos De La Parroquia Shell, 2013

N°	Apellidos	Nombres	Nombre Establecimiento	Tipo	Parroquia	Sector	Dirección	Teléfono
1	Canto Cedeño	Mónica Monserrate	El Encanto	Motel	Shell	Moravia	Vía Puyo Baños	2795874
2	Naveda Castro	Fausto Raúl	Montana	Motel	Mera	Moravia	Vía Puyo Baños	2790207
3	Flores Borja	Edith Abelinda	Loro Verde	Hostal	Shell	Central	Av. P. Luis Jácome	2995192
4	Asqui	Eva Elizabeth	Intercontinental	Hotel	Shell	Lindo	Av. P. Luis Jácome	2888738
5	López Abril	Dolores Maricela	Manantial	Motel	Shell	Moravia	Vía Puyo-Shell	2796597
6	Pérez	Hilda	Germany	Cabañas	Shell	Centro	Avenida La Unidad	2795 134
7	Quiñonez	Olga	Shell	Hostería	Shell	Centro	Calle Luis Carrión	2795 365
8	Quiñonez	Teresa	Esmeraldita	Hotel	Shell	Centro	Av. P. Luis Jácome	2795 133
9	Morocho	Manuel	Ñuca Huasi	Hotel	Shell	Centro	Av. P. Luis Jácome	2795 115
10	Orellana	Inés	Azuay	Hostal	Shell	Centro	Av. P. Luis Jácome	2795 574
11	Flores	Edita	Loro Verde	Hostal	Shell	Centro	Av. P. Luis Jácome	2795 182
12	López	Mathita	Montana	Auto Hotel	Shell	Moravia	Vía Shell-Mera	95735457
13	Cedeño	Marcia	Cabañas	Hostal	Shell	Moravia	Vía Shell-Mera	-----
14	Varela	Diana	Giobabambua	Hostería	Shell	Moravia	Vía Shell-Mera	-----
15	Parra	Juan	Los Copales	Cabañas	Shell	Moravia	Vía Shell-Mera	-----
16	Álvarez	Lorena	Manantial	Auto	Shell	Moravia	Vía Shell-Mera	-----

**Anexo 3:** Entrevista con la Dirección del Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia Shell.

INSTITUCION	NOMBRE	CARGO
<b>Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia Shell.</b>	Sra. Silvia Correa	Servidor Publico
FOTOGRAFIA		
		
FECHA DE ENTREVISTA: 10- 02- 2015		

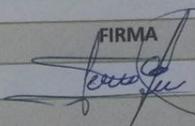
INSTITUCION	NOMBRE	CARGO
<b>Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia Shell.</b>	Sra. Bonilla Rina	Servidor Publico
FOTOGRAFIA		
		
FECHA DE ENTREVISTA: 10- 02- 2015		

**Anexo 4:** Acta de reunión con el Presidente del GAD Parroquial de Shell.



**UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA**

**ACTA DE REUNION**  
**TESIS DE GRADO A LA OBTENCION DEL TITULO EN INGENIERIA EN TURISMO**  
**TEMA:** Plan de desarrollo Turístico de la Parroquia Shell, Cantón Mera Provincia de Pastaza

Fecha: 26-05-2014	Hora de Inicio: 14:30 pm	Hora de Cierre: 15:48
Lugar: Junta Parroquial de Shell		
ASISTENTES		
NOMBRES Y APELLIDOS	FIRMA	
Domingo Arturo Sarabia Mejia		
Ing. Carlos Manosalvas		
Yolanda Visuma		
RESOLUCIONES		
1. Socialización con el Sr. Arturo S. presidente del GAD parroquial		
2. Convenio de cooperación		
OBSERVACIONES		
Las encuestas se realizaron cada fin de semana en los atractivos de la parroquia		

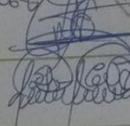
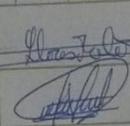
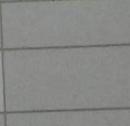
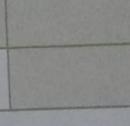


**Anexo 5: Registro de Asistencia “Reunión de Validación de Objetivos”**



**UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA**

PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO DE LA PARROQUIA SHELL, CANTÓN MERA  
PROVINCIA DE PASTAZA.

REGISTRO DE ASISTENCIA				
LUGAR	Junta Parroquial de Shell			
FECHA	15 - 10 - 2014			
RESPONSABLE	Yolanda Nisuma			
ASUNTO	Validación de objetivos			
Nº	Apellidos y Nombres	Teléfono	E-mail	FIRMA
1	Artero Sarabia	0999106350	artero-sabia @hotmail.com	
2	Bonilla Riera	0979314825	gabrielbonilla @hotmail.com	
3	Correa Traya Silvia R.	0987517378	Silvia Correa 81@hotmail.com	
4	ALEXANDER ALEXANDER	0984500672	malexshell @yahoo.es	
5	GALARRA PATRICIO	0998034941	gispato1981@ hotmail.com	





**Anexo 6:** Fotos Reunión de Validación de Objetivos.



## Anexo 7: Certificación del GAD Parroquial de Shell



**GAD PARROQUIAL RURAL DE SHELL**  
Shell - Pastaza

GAD PARROQUIAL RURAL  
— ADMINISTRACIÓN 2014 - 2019 —

Oficio N 425 GADR-SH 2015  
Shell, 20 de agosto del 2015

Doctor  
Julio Cesar Vargas Burgos  
**Rector de la Universidad Estatal Amazónica**  
Presente.-

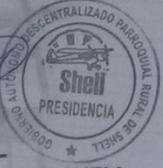
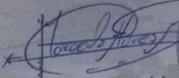
De mi consideración:

Reciba un cordial y atento saludo en nombre y representación del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Shell, por petición verbal de la parte interesada, el abajo suscrito Sr. Arturo Sarabia Presidente del GADP Rural de Shell.

**CERTIFICA:**  
Que la tesis de título **"PLAN DE DESARROLLO TURISTICO DE LA PARROQUIA SHELL, CANTÓN MERA PROVINCIA DE PASTAZA**, la misma estudiante **YOLANDA XIMENA VISUMA MAYANCHA**, portadora de la cédula de identidad **160046771-4** ha sido revisada, validada y apoyada desde la gestión del **GADP RURAL DE SHELL**, por tratarse de un tema de interés turístico del sector, como aporte de investigación de la Universidad Estatal Amazónica. Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad.

Con sentimientos de distinguida consideración.

Atentamente,



Sr. Arturo Sarabia  
**PRESIDENTE DEL  
GAD PARROQUIAL DE SHELL**

Av. 10 de Noviembre y Agustín Ruales  
032 795 825 / 032 796 326  
info@gadprshell.gob.ec

*Escribiendo una nueva historia*

www.gadprshell.gob.ec  
/gadprshell

**Anexo 8:** Fotos de los Atractivos Turísticos.



**Anexo 9:** Proyecto de Tesis

**UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA**



**ESCUELA DE INGENIERIA EN TURISMO**

**PROYECTO DE TESIS PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
INGENIERIA EN TURISMO**

**TEMA**

**PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO DELA PARROQUIA SHELL, CANTÓN MERA  
PROVINCIA DE PASTAZA.**

**AUTOR**

**VISUMA MAYANCHA YOLANDA XIMENA**

**PUYO – PASTAZA**

**2013**

## I. INTRODUCCIÓN

Ecuador muestra un desempeño variable en las llegadas de turistas internacionales. Sin embargo, se puede observar una mejora positiva en los niveles de ingresos por turismo internacional, durante los últimos años. Debe entenderse que se apunta a un turista de alto consumo, abriéndose un nicho para el Ecuador bajo un modelo de turismo sostenible que plantea el PLANDETUR 2020. Conociendo que el Cantón Mera es la puerta de ingreso a la Provincia de Pastaza, fue el segundo Cantón creado dentro de la provincia, cuenta con tres parroquias la primera Mera como la cabecera cantonal después Shell y Madre Tierra. En donde Shell cuenta con el crecimiento poblacional más alto en comparación con las demás parroquias del cantón, convirtiéndose una de las principales a nivel provincial. (Plan de desarrollo estratégico cantonal)

La Parroquia Shell fue fundada el 29 de diciembre de 1966, en la actualidad es una de las más grandes dentro del cantón cuenta con un población aproximada de 8752 habitantes, la entidad encargada de los aspectos culturales, públicos, turísticos se encarga el Gobierno Seccional Autónomo “Junta Parroquial de Shell”. (Plan de desarrollo estratégico cantonal). Siendo una de las parroquias más grandes se encuentra desarrollando turismo en los cuatro atractivos principales que tiene dentro y fuera de la misma, los cuales recogen a muchos turistas nacionales y en especial el turismo familiar; también tiene turistas de paso, por la falta de información dentro de la misma.

Los turistas que llegan solo vienen por visitar el dique de Shell, ya que, se encuentra más información sobre este atractivo. Cabe mencionar que el dique es el más reconocido y visitado, este atractivo cuenta con varias alternativas para los visitantes como: juegos infantiles, áreas recreativas, áreas de comida y como principal cuenta con un pequeño sendero diseñado empíricamente, que invita a los visitantes a conocer más sobre este lugar, el sendero por así llamarlo nos dirige a la comunidad Sacha Runa y a la Asociación Praga Sacha que cuenta con 10 comunidades más; todo este recorrido se encuentra a las orillas del Río Pindo Grande.

Con el propósito de dar una mejor información y con mayor facilidad de desplazamiento turístico se desea diseñar el Plan de Desarrollo Turístico con el cual se permitirá potencializar estratégicamente los demás atractivos turísticos que posee la parroquia Shell y brindar a los turistas y visitantes experiencias únicas e inolvidables donde coexista una interrelación con el entorno natural

## **1.1 OBJETIVOS**

### **1.2 OBJETIVO GENERAL**

Diseñar el Plan de Desarrollo Turístico de la Parroquia Shell, Cantón Mera provincia de Pastaza

### **1.3 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Realizar el diagnóstico de la potencialidad turística de la Parroquia Shell, Cantón Mera.
- Establecer líneas de estrategias de operación para diseñar el Plan de Desarrollo Turístico de la Parroquia Shell.
- Diseñar el Plan de Desarrollo Turístico de la parroquia.

### **1.4 HIPÓTESIS GENERAL**

- El Plan de Desarrollo Turístico en la Parroquia Shell, Cantón Mera contribuirá a convertir a esta, en uno de los destinos más importantes de la provincia.

## **II. REVISIÓN DE LITERATURA**

### **2.1 Turismo**

El turismo es el conjunto de fenómenos y relaciones económicas, psico-sociológicas y medioambientales que se generan entre las entidades vinculadas a los viajes desde el lugar emisor, entidades proveedoras de servicios y productos en el lugar destino, los gobiernos de los lugares emisores-receptores y las comunidades locales de acogida, con motivo del viaje y estancia de visitantes temporales en un destino diferente a su lugar de residencia habitual (Fernández R, 2003)

Gómez T. Jaime, 2007, define que el turismo es interpretado por cada persona dependiendo de su cultura, vivencias, deseos, motivos y gustos. Para ser posible el turismo y las relaciones que surgen de éste, cada nación cuenta con un conjunto de bienes, servicios y organización que determina el destino que desea una persona visitar, un lugar donde satisfacer su deseos de descanso, esparcimiento, recreación y cultura.

Según La Organización Mundial de Turismo (OMT), el turismo abarca las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocio, y otros motivos.

## **2.2 TURISMO CULTURAL**

“El Patrimonio Cultural es el conjunto de creaciones realizadas por un pueblo a lo largo de la historia. Estas creaciones lo distinguen de los demás y le dan su sentido e identidad. Así, el pueblo ecuatoriano posee un riquísimo patrimonio cultural que se remota a las épocas prehispánicas, pasa por el legado de los años de la colonia y continua con el período independiente hasta nuestros días.

El patrimonio cultural de un país o región constituido por todos aquellos elementos y manifestaciones tangibles e intangibles producidas por las sociedades, resultado de un proceso histórico en donde las sociedades, mediante un proceso histórico y la reproducción de las ideas y del material se constituyen en factores que identifican y diferencian a un país”.(UNESCO, 2008. en línea).

### **2.2.1 Tipos de patrimonio cultural**

Existen dos tipos de patrimonio: patrimonio natural y cultural.

#### **2.2.1.1 Patrimonio natural**

“El patrimonio natural está constituido por la variedad de paisajes que conforman la flora y fauna de un territorio. La UNESCO lo define como aquellos monumentos naturales, formaciones geológicas, lugares y paisajes naturales, que tienen un valor relevante desde el punto de vista estético, científico y/o medioambiental. El patrimonio natural lo constituyen las reservas de la biosfera, los monumentos naturales, las reservas y parques nacionales, y los santuarios de la naturaleza”. (UNESCO, 2002. en línea).

#### **2.2.1.2 Patrimonio cultural**

“El patrimonio cultural está formado por los bienes culturales que la historia le ha llegado a una nación y por aquellos que en el presente se crean y a los que la sociedad les otorga una especial importancia histórica, científica, simbólica o estética. Es la herencia recibida de los antepasados, y que viene a ser el testimonio de su existencia, de su visión de mundo, de sus formas de vida y de manera de ser, y es también el legado que se deja a las generaciones futuras. El patrimonio cultural se divide en dos tipos: tangible e intangible”. (Ibid, 2002. en línea).

El patrimonio tangible es la expresión de las culturas a través de grandes realizaciones materiales. A su vez, el patrimonio tangible se puede clasificar en mueble e inmueble”. (Ibid, 2002. en línea).

### **2.2.1.3 Patrimonio tangible mueble**

“El patrimonio tangible mueble comprende los objetos arqueológicos, históricos, artísticos, etnográficos, tecnológicos, religiosos y aquellos de origen artesanal o folklórico que constituyen colecciones importantes para las ciencias, la historia del arte y la conservación de la diversidad cultural del país. Entre ellos cabe mencionar las obras de arte, libros manuscritos, documentos, artefactos históricos, grabaciones, fotografías, películas, documentos, audiovisuales, artesanías y otros objetos de carácter arqueológico, histórico, científico y artístico”. (Ibid, 2002. en línea).

### **2.2.1.4 Patrimonio tangible inmueble**

“El patrimonio tangible inmueble está constituido por los lugares, sitios, edificaciones, obras de ingeniería, centros industriales, conjuntos arquitectónicos, zonas típicas y monumentos de interés o valor relevante desde el punto de vista arquitectónico, arqueológico, histórico, artístico o científico, reconocidos y registrados como tales. Estos bienes culturales inmuebles son obras o producciones humanas que no pueden ser trasladadas de un lugar a otro, ya sea porque son estructuras (por ejemplo un edificio), o porque están en inseparable relación con el terreno (por ejemplo un sitio arqueológico)”. (Ibid. 2008. en línea).

### **2.2.1.5 Patrimonio intangible**

“El patrimonio intangible está constituido por aquella parte invisible que reside en espíritu mismo de las culturas. El patrimonio cultural no se limita a las creaciones materiales. Existen sociedades que han concentrado su saber y sus técnicas, así como la memoria de sus antepasados, en la tradición oral. La noción de patrimonio intangible o inmaterial prácticamente coincide con la cultura, entendida en sentido amplio como “el conjunto de rasgos espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan una sociedad o un grupo social” y que, “más allá de las artes y de las letras, engloba los “modos de vida, los derechos fundamentales del ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias”. A esta definición hay que añadir lo que explica su naturaleza dinámica, la capacidad de transformación que la anima y los intercambios interculturales en que participa”. (Ibid. 2008. en línea).

“El patrimonio intangible está constituido, entre otros elementos, por la poesía, los ritos, los modos de vida, la medicina tradicional, la religiosidad popular y las tecnologías tradicionales de nuestra tierra. Integran la cultura popular las diferentes lenguas, los

modismos regionales y locales, los trajes que identifican a cada región, la cocina, los mitos y leyendas; las adivinanzas, los dichos, juegos infantiles y creencias mágicas”. (Ibid. 2008. en línea).

#### **2.2.1.6 Patrimonio arqueológico**

“El patrimonio arqueológico es un recurso social, cultural y también económico, para su utilización tanto educativa como comercial esta última de la mano del turismo, es imprescindible la puesta en valor, es decir su identificación y estimación social. Esto implica que, en el proceso de construcción socio-cultural del pasado deben participar diferentes actores sociales, con mayor o menor grado de responsabilidad, pero todos los compromisos de velar por los bienes culturales, tanto en el aspecto material como simbólico y significativo.

Al hablar de bienes culturales no nos referimos a un inventario de objetos atractivos, factibles de exhibir o yacimientos arqueológicos con arquitectura monumental, sino, al conocimiento e interpretación integral, contextualizado del patrimonio cultural y su entorno natural, donde los objetos y sitios arqueológicos son solo una parte de un todo, integrados a un sistema cultural que manifiestan procesos históricos únicos e irrepetibles en el tiempo y el espacio”. (Ibid. 2008. en línea).

### **2.3 DIAGNÓSTICO**

#### **Concepto de diagnóstico**

“Es una investigación de campo que se realiza con la finalidad de conocer con precisión problemas, necesidades pero también potencialidades de una comunidad, parroquia, cantón, una empresa, institución o cualquier otro segmento de la sociedad.

El diagnóstico se hace en función de la información que brindan los actores directos de un fenómeno o hecho.

Así pues, el punto de partida es casi siempre una situación irregular. Desde el punto de vista social, en las organizaciones, el diagnóstico es un proceso de investigación, registro y ordenamiento de la información que nos permite conocer la realidad, o un aspecto de ella y también nos permite valorar críticamente las prácticas de las organizaciones insertas en esta realidad”. (NÁJERA, E. 2003).

#### **2.4 Análisis situacional**

Se refiere al análisis de datos pasados, presentes y futuros ya que éstos proporcionan una base para seguir el proceso de la planeación estratégica. Para que una empresa pueda

funcionar adecuadamente es necesario que tenga muy en cuenta lo que ocurrió, lo que ocurre y lo que aún puede ocurrir dentro de la organización y estar al tanto para evitar hechos que nos lleven al fracaso”. (NÁJERA, E. 2003).

#### **2.4.1 Características del diagnóstico situacional**

“El diagnóstico situacional permite producir conocimientos para la acción y toma de decisiones en forma participativa e inclusiva adecuada a la realidad y el contexto de los actores en torno a un tema significativo para estos”. (NÁJERA, E. 2003).

#### **2.5 Evaluación del potencial turístico**

“El turismo puede ser el incentivo para el desarrollo local de un gran número de zonas rurales. Este sector en auge permite dinamizar las actividades económicas tradicionales y valorizar las particularidades culturales locales, ofreciendo al mismo tiempo posibilidades de empleo o jóvenes de zonas rurales y frenando a su vez el éxodo rural.

No obstante, turismo no es la panacea para solucionar los problemas que plantea el desarrollo, ni todas las zonas rurales están predisuestas a esta actividad. Sería un error considerar este sector como la única alternativa posible a la agricultura o a otra actividad económica local con dificultades.

La única manera de confirmar que un territorio posee verdaderamente un potencial de desarrollo turístico justifique unas determinadas inversiones es a través de una evaluación rigurosa que tenga en cuenta la oferta, la demanda, la competencia y las tendencias del mercado”. (JHONSON, Peter 2002. en línea).

##### **2.5.1 El análisis de la situación turística**

“Existe una fase en la que examina la oferta, la demanda, la competencia y las tendencias de mercado. El análisis de la oferta tiene que referirse sobre todo a los siguientes aspectos:

- 1) Organización turística
- 2) Comercialización del turismo
- 3) Formación inicial y permanente en el ámbito del turismo
- 4) Cooperaciones existentes y los posibles socios
- 5) Dispositivos de apoyo disponibles” (Ibid. 2002. en línea).

##### **2.5.2 Elaboración del diagnóstico de la situación turística**

## **Concepto de diagnóstico**

“Es aquel que ha comparando los resultados del análisis de la situación, permitirá identificar los puntos fuertes y débiles del territorio, las oportunidades y los riesgos y por ultimo decidir la conveniencia de desarrollar o no el turismo en la zona.

Esta primera etapa del diagnóstico permite, a su vez, determinar las oportunidades y riesgos ligados a un posible desarrollo del turismo. La última fase del diagnóstico verifica los puntos fuertes y débiles del territorio comparados con las oportunidades y riesgos de su sector turístico en el mercado, lo cual permitirá definir una “posición estratégica fructífera”. Este concepto abarca los logros más importantes que puede proporcionar a largo plazo la superioridad frente a la competencia”. (ERASO, Amando, 2009. en línea).

“El diagnóstico de la situación turística es un documento debe incluir los siguientes elementos:

### **2.5.2.1 Entorno territorial**

A partir de un análisis multidimensional del territorio se analiza el marco legal general sobre el que se pretende intervenir este conocimiento permite una visión global que ofrecerá las claves y perspectivas necesarias que han de dirigir el plan. En este primer bloque de información se describe y analiza la situación geográfica y ambiental, la población, los sectores productivos, el empleo y la institucionalidad entre otros factores, dando a este análisis un enfoque sistemático del papel que el turismo juega en el territorio”. (BLANCO, Marvin. 2008:16-17).

### **2.5.2.2 Análisis de la situación turística**

Según BLANCO, Marvin. 2008:16-17, manifiesta que: “Este apartado permite el conocimiento de la situación actual y potencial y los puntos de todos los aspectos que explican el desarrollo turístico de la zona, lo que permitirá detectar las áreas fundamentales en las que actúan”.

“Ello incluye tanto atractivos como todos los aspectos de la demanda y la oferta básica, la competencia, su promoción y comercialización.

- Inventario de atractivos
- Análisis de la oferta local
- Análisis de la demanda turística
- Infraestructura y servicios
- Análisis de la competencia
- Análisis de las tendencias del mercado”. (Ibid.2008. en línea).

### **2.5.2.3 Inventario de atractivos**

#### **Definición**

Según el MINTUR 2004:36 manifiesta que: “El proceso mediante el cual se registra ordenadamente los factores físicos, biológicos y culturales que como conjunto de atractivos, efectiva o potencialmente puestas en el mercado, contribuyen a confrontar la oferta turística del país. Proporcionan información importante para el desarrollo del turismo, su tecnificación, evaluación y zonificaciones el sentido de diversificar las áreas del desarrollo turístico.

### **2.5.2.4 Atractivos turísticos**

Son el conjunto de lugares, bienes, costumbres y acontecimientos que por sus características propias o de ubicación en un contexto, atraen el interés del visitante.

## **2.6 Estudio de Mercado**

#### **Definición**

“La investigación de mercados es la reunión, el registro y el análisis de todos los hechos acerca de los problemas relacionados con las actividades de las personas, empresas y las instituciones en general. En el caso concreto de las empresas privadas, la investigación de mercado ayuda a la dirección a comprender su ambiente, identificar problemas y oportunidades a evaluar y desarrollar alternativas de acceso de marketing. En caso de las organizaciones públicas la investigación de mercado constituye a una mejor comprensión del entorno, a fin de tomar mejores decisiones de tipo político, económico y social.

Por lo tanto, puede afirmarse que la investigación de mercado es una herramienta muy poderosa para la toma de decisiones, que ayuda a disminuir el riesgo que corren las instituciones en general”. (BENASSINI, PETER 2001. en línea).

“La investigación de mercados sirve de enlace entre la organización y su entorno de mercado e implica la especificación para ayudar a la administración de entender ese ambiente de mercado, identificar sus problemas y oportunidades, así como a desarrollar y evaluar cursos de acción”. (Ibid. 2001. en línea).

### **2.6.1 Caracterización de la demanda**

#### **Definición de la demanda turística**

“Definimos como demanda turística al conjunto de atributos, valores, servicios y productos que el mercado requiere, a los operadores turísticos, para satisfacer determinadas necesidades de esparcimiento, ocio, tiempo libre o vacaciones.

La demanda turística opera en el contexto de un mercado en el que intervienen diversos operadores de turismo ofreciendo determinados productos y servicios y que supone además la existencia de un conjunto de espacios geográficos y lugares donde se realizan estos servicios, todo lo cual sucede en el marco de un libre juego de oferta y demanda”.(BLANCO, MARVIN. 2008:37-38).

### **2.6.2 Factores que Determinan la Demanda Turística**

La demanda en el mercado turístico funciona sometida al influjo de un conjunto de factores.

### **2.6.3 Factores Económicos**

Que son principalmente la liquidez del mercado emisor (el poder adquisitivo y la disponibilidad de dinero por parte de los cliente - usuarios), los niveles de precios que compiten entre sí alrededor de distintos puntos geográficos próximos, la estacionalidad en los países o lugares receptores de turistas”. (BLANCO, MARVIN. 2008:37-38).

### **2.6.4 Factores Relativos a las Unidades Demandantes**

“Los cambios de estación y su relación con los sistemas de vacaciones en los países – mercado demandantes, los intereses cambiantes de los públicos y las personas; la percepción que los públicos tienen respecto del valor de determinadas zonas o puntos geográficos”. (Ibid.2008:39).

### **2.6.5 Factores Aleatorios**

“Tales como los conflictos, inestabilidades sociales y guerras, los accidentes y catástrofes naturales y el impacto que estos eventos tienen en los medios de comunicación y en la percepción de seguridad de los potenciales públicos demandantes”. (Ibid. 2008:39).

### **2.6.6 Factores Relativos a los Sistemas de Comercialización**

“Calidad y extensión de los esfuerzos y productos de comercialización; amplitud y focalización de las estrategias de marketing; diversidad de los actores que realizan marketing turístico alrededor de determinados productos y lugares geográficos”. (Ibid. 2008:39).

## **2.7 Características de la Demanda Turística**

a. Culturalmente determinada.

b. Cambiante en el tiempo y en el espacio en función de factores culturales, económicos y políticos.

c. Estar asociada a lugares o puntos de interés individuales. (Ibid. 2008:40).

### **2.7.1 Análisis de la Demanda**

“Los turistas que utilizan los alojamientos rurales, en general, son de origen nacional, pero también es cada vez mayor el interés de extranjeros por esta modalidad, ya que les permite convivir y conocer un medio donde se exhiben las tradiciones y costumbres del lugar.

En cuanto al nivel socioeconómico, la demanda está representada por los sectores de clase media, media - alta y alta. La demanda es heterogénea en cuanto a grupos familiares y rango de edades”. (Ibid. 2008:40).

## **2.8 Características de la Oferta Turística**

La oferta turística está integrada principalmente por los elementos siguientes: alojamiento, gastronomía, recreación, esparcimiento y actividades de carácter tradicional.

El análisis de la oferta tiene que referirse sobre todo a:

- De la organización de la actividad turística.
- De la comercialización del turismo.
- De la formación inicial y permanente en el ámbito del turismo.
- De las cooperaciones existentes y los posibles socios
- De los dispositivos de apoyo disponibles. (Ibid. 2008:40).

## **2.9 PLANIFICACIÓN TURÍSTICA**

### **Definición de Plan**

Según HORACIO, Landa, 2008:45 manifiesta que: “Es un conjunto coordinado de metas, directivas, criterios y disposiciones con que se instrumentiza un proceso, pudiendo ser integral o sectorial y en distintos niveles: comunal, urbano, local, regional, nacional etc.

Por Alfonso Ayala Sánchez un plan se define como el conjunto de metas e instrumentos que tiene como fin orientar una actividad humana en cierta dirección anticipada”

“Así los definen como el conjunto de decisiones explícitas y coherentes para asignar recursos a propósitos determinados. También se describe como el resultado de un proceso

de planificación. Estas posiciones conceptuales, además de concederle al plan de la denominación de documento rector de la intervención estatal social y privada en la economía, le adjudican al documento facultades que corresponden a los procesos de planificación, más que de planeación”. (ORDAZ, V y SALDAÑA, G 2010 en línea).

### **2.9.1 Planificación Participativa**

“La planificación participativa supone que un plan como cualquier otra actividad pública, solo es legítimo cuando es el producto de la negociación entre todos los interesados así se cree y confía en la fuerza del grupo como el principal motor de la sociedad porque compromete y motiva a todos.

La planificación participativa asegura a quien intervienen, la posibilidad de que sus puntos de vista sean efectivamente considerados en las decisiones referentes a las acciones y sus objetivos. (Noboa, 2008:23).

### **2.9.2 Planificación Estratégica Participativa**

Según HERNÁNDEZ, E.2007, manifiesta que: “La planificación estratégica participativa, se refiere a la gestión compartida de todos los actores públicos y privados, interesados en el negocio del turismo, formando círculos de competitividad turística a nivel local, regional y nacional.

La PEP puede ser definida como los procesos mediante el cual una organización, con la participación de sus diferentes niveles así como sus clientes, determina su misión y objetivos a la par con la estrategia de acción que se seguirá para el logro de los mismos”.

“La planificación estratégica no es una enumeración de acciones y programas, detallados en costos y tiempos sino que involucran la capacidad de determinar un objetivo, asociar recursos y acciones destinadas a acercarse a él y examinar los resultados a las consecuencias de estas decisiones, teniendo como referencia el logro de metas predefinidas”. (UTEPLAN, 2000. en línea).

“La PEP es una poderosa herramienta de diagnóstico, análisis, reflexión y toma de decisiones colectivas acerca de que hacer actual y el camino que deben recorrer en el futuro las comunidades, organizaciones e instituciones; por lo tanto, es un instrumento que ayuda a reaccionar frente a los cambios y sobre todo a proponer y delinear propuestas de cambio”. (CUELLAR Y. BURGWAR L, 1999. en línea).

“Aplicando estas definiciones para el fin del presente estudio, se puede decir que: la Planificación Estratégica Participativa es el proceso mediante el cual el gobierno municipal, conjuntamente con los actores locales y de manera especial al sector privado, establecen

prioridades y estrategias para la acción local, formula programas y proyectos y asignan los recursos para el cumplimiento de los objetivos acordados”. (Ibid. 1999. en línea).

### **2.9.2.1 El proceso de planeación estratégica participativa**

Según el MINTUR 2004: 45 el proceso de PEP consta de los siguientes pasos:

#### **2.9.2.1.1 Actividades**

- 1) Verificación de la voluntad política.
- 2) Convocatoria a los actores vinculados o interesados en el sector turístico.
- 3) Elaboración de un cronograma de trabajo para la ejecución.
- 4) Revisión de información básica del cantón.

#### **2.9.2.1 .2 Formulación del Plan**

- 1) “Realizar un diagnostico para la identificación de problemas y alternativas de solución.
- 2) Acuerdo de la visión y misión que orientan el plan estratégico.
- 3) Acuerdo de objetivos y estrategias de acción”. (MUÑOZ, Eduardo, 2008. Apuntes de clases).

#### **2.9.2.1.3 Operativización del Plan**

- 1) Formulación de perfiles y proyectos
- 2) Elaboración de programas e inversiones.
- 3) Elaboración del plan de trabajo con compromisos de los actores.
- 4) Diseño de un sistema de seguimiento del plan. (Ibid. 2008, apuntes de clase).

### **2.9.2.4 Formulación de la visión, misión, objetivos y estrategias de acción**

#### **a. Diseño de la misión de futuro**

Para el MINTUR, 2004:47 manifiesta que: “Es la declaración amplia y suficiente de donde quiere estar la organización en un periodo de tiempo, que aplicado para el sector turístico, sería de donde quiere estar este sector en 5 o 10 años.

Esta definición permite la acción entre el presente y el futuro de sector o de la organización.

Odeplan, 2001, nos indica que: sobre el conocimiento de la realidad presente y reconocimiento de las capacidades, los actores se plantean la visión futura que esperan y que aspiran del sector; se conoce también como la imagen del objetivo”.

**b. Para el diseño de la visión se puede considerar aspectos como:**

- 1) Debe ser formulada por los líderes o representantes del sector turístico.
- 2) Debe ser establecido en un tiempo.
- 3) Debe ser concertada entre todos los actores.
- 4) Debe ser realista.
- 5) Debe incorporar intereses comunes del sector.
- 6) Debe ser difundida a todos los actores. (p: 47-48).

**b. Formulación de la misión**

“La misión es una declaración duradera de propósitos que distingue a una organización de otras similares, en otras palabras es la razón de ser de la organización.

Este concepto aplicado al sector turístico de manera específica sería una declaración de propósitos que distingan a un destino turístico de otro. Una misión bien definida refleja las expectativas de los clientes del sector turístico”. (CUELLAR, BURGWAL, 1999 en línea)

**c. Acuerdo de objetivos**

“Los objetivos muestran los aspectos fundamentales que se pretenden alcanzar mediante el proceso de planificación. Son el propósito, beneficio o impacto esperado por el sector una vez que se adopten decisiones o se ejecuten las acciones correspondientes.

Se define transformando en positivos los problemas identificados y priorizados con los actores de la sociedad civil. Esta forma de definir problemas se dificulta por la relatividad subyacente en la definición de problemas, es decir, estos pueden ser lo que cada actor privado perciba o asimile como problema”. (HERNÁNDEZ, E. 2007 en línea).

**d. Formulación de estrategias de acción**

El Ministerio de Turismo del Ecuador, 2001, define que las estrategias de acción como las grandes decisiones, a fin de enlazar satisfactoriamente los objetivos que se han fijado y se aproxime por lo tanto la “imagen objeto”. (Ibid. 2007. en línea).

**2.10 Operativización del plan**

La operativización del plan e está dada por el conjunto de pasos y etapas durante las cuales se definen los perfiles de proyectos, se programan las inversiones y se elaboran los programas operativos anuales que facilitarán la ejecución de cada una de las actividades previstas para el logro de los objetivos del plan. (Ibid. 2007. en línea).

### **2.10.1 Seguimiento del plan**

“El Ministerio de Turismo 2001, señala que el seguimiento es aquella fase del proceso gerencial y administrativo de toda organización, concebido para apoyar y controlar el cumplimiento de los objetivos convenidos. En concordancia con esta simple definición, el seguimiento va más allá de la simple medición de éxitos y fracasos y por el contrario, se puede construir una herramienta fundamental de apoyo a la gerencia para la toma de oportuna de decisiones que permitan enderezar tanto las programaciones elaboradas como organización en conjunto.

Odeplan 2001, recomienda la integración de un comité o comisión de seguimiento y evaluación mediante designación de representantes por parte de los actores que intervinieran en los talleres de formulación del plan estratégico”. (Ibid. 2007. en línea).

### **2.11 Técnicas instrumentales de planificación y gestión del sector turístico**

Hernández, E 2007. En línea manifiesta que: “Las realidades turísticas y la consiguiente necesidad de abordar problemas relacionados con los procesos de desarrollo de la actividad, como son el impacto medioambiental, el ciclo de vida del destino turístico, la reorganización de áreas saturadas, los nuevos espacios turísticos y de ocio, entre otros temas obligan a profundizar en el conocimiento de técnicas y herramientas operativas desde una perspectiva aplicada e interdisciplinaria”.

La participación de la función turística y de ocio en la transformación y articulación del espacio requiere un enfoque de estas características, mediante el dominio de técnicas y procedimientos de análisis que facilitan la integración de las investigaciones sobre turismo con las necesidades relativas al análisis de los factores locales y nacionales, diagnóstico sobre el potencial relativo, evaluación de los recursos, planificación sostenible de los procesos de desarrollo, evaluación de impacto ambiental, gestión de la calidad ambiental en destinos turísticos, conservación de espacios naturales, modelos de desarrollo del espacio turístico, instrumentos normativos para la planificación, entre otros temas fundamentales. (Ibid. 2007. en línea).

“Entre el conjunto de técnicas que mayor difusión tiene para la planificación y gestión del territorio turístico se encuentran:

- a. Técnicas de gestión
- b. Ordenación del territorio
- c. Matriz FODA
- d. Los sistemas de información geográfica”. (Ibid. 2007. en línea).

## **2.12 Componentes de la planificación turística**

De acuerdo a la Organización Mundial del Turismo 1999. en línea dice que: ”La planificación turística debe constar de los siguientes componentes si quiere ser global e integrada:

### **2.12.1 Mercados turísticos**

“Debe contarse con turistas actuales o potenciales que visiten la zona. Estos mercados pueden ser nacionales (internos), de la región o internacionales; con frecuencia son una combinación de estos tipos”.

#### **2.12.1Atracciones y actividades turísticas**

“Debe constatar con atracciones y actividades de turismo para inducir a los turistas a que visiten la zona. Pueden ser atracciones culturales o naturales o elementos creados por el hombre o acontecimientos especiales como ferias, festivales, o competencias deportivas”. (Ibid. 1999. en línea).

#### **2.12.2 Alojamiento.**

“Debe contarse con hoteles y otro tipo de instalaciones donde los turistas pueden pasar la noche. El concepto de alojamiento incluye muchas veces restaurantes y otras instalaciones turísticas, sin alojamiento los turistas solo pueden visitar la zona en excursiones de un día”. (Ibid. 1999. en línea).

#### **2.12.3 Otras instalaciones y servicios de turismo**

“Se necesitan servicios de viajes y giras organizadas que incluyan guianza. Las instalaciones y servicios de información turística en una zona muy importantes. Entre estas también se incluyen los restaurantes y demás establecimientos de comida y bebida, servicios de correo, centros médicos, tiendas minoristas, servicios de banca y cambio de moneda y mechas veces tiendas especializadas”. (Ibid. 1999. en línea).

#### **2.12.4 Transporte**

“Revisten importancia crítica los transportes de acceso a la zona y una red funcional que sirva a las atracciones e instalaciones turísticas. El transporte puede ser por aire, mar o tierra.” (Ibid. 1999. en línea).

#### **2.12.5 Otra infraestructura**

“Tales como abastecimiento higiénico de agua, suministros de electricidad, gestión eficiente de residuos y telecomunicaciones satisfactorias”. (Ibid. 1999. en línea).

#### **2.12.6 Elementos institucionales**

“Se requieren varios elementos institucionales como por ejemplo: formación y capacitación del personal que trabaja en turismo, promoción y comercialización del destino turístico, reglamentos y estándares de calidad para los servicios e instalaciones turísticas y la ordenación del territorio”. (Ibid. 1999. en línea).

#### **2.12.7 Monitoreo, seguimiento y evaluación del proyecto**

Para establecer con claridad los logros y/o las desviaciones del proyecto, por sus ejecutores o por las unidades de evaluación correspondientes, se trabarán en los talleres, los planes de monitoreo, seguimiento y evaluación de los proyectos. Los planes se realizarán considerando la planificación operativa y el marco lógico del proyecto y se elaborarán las matrices de monitoreo, seguimiento y evaluación. Los casos demostrativos, los pasos a seguirse para su evaluación, matrices guías, se los presentará a los participantes en los talleres. (MUÑOZ, E. 2008).

### **III. MATERIALES Y MÉTODOS**

#### **3.1 LOCALIZACIÓN Y DURACIÓN DEL PROYECTO.**

##### **LÍMITES:**

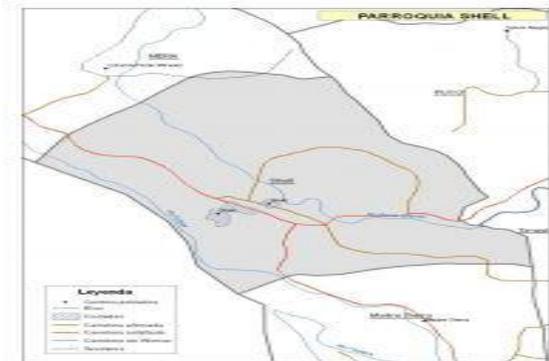
**Al Norte:** Con el Cantón Mera

**Al Sur:** Con la Parroquia Madre Tierra

**Al Este:** Con la Parroquia Puyo, Cantón Pastaza

**Al Oeste:** Con la Provincia de Morona Santiago

## Mapa N°1 Mapa de la Parroquia Shell



**Fuente:** Gobierno Autónomo Descentralizado provincia de Pastaza-2013

### **Extensión y Parroquialización:**

Posee una extensión de 38 Km<sup>2</sup>. Su parroquialización es el 29 de diciembre de 1966.

Se presenta un mapa espacial de vías de ingreso y salidas de la parroquia Shell.

### **3.1.1 DURACIÓN**

El proyecto tendrá una duración de 5 meses

### **3.2 CONDICIONES METEORÓLOGICAS**

#### **Características Climáticas**

Para la caracterización de la climatología se utilizaron datos de la estación climatológica del aeropuerto Shell – Mera.

**Temperatura promedio:** 20.2 °C.

**Precipitación anual:** 4222.7 °C.

Según la clasificación ecológica del cantón se ubica en un bosque pluvial premontadobpPm.

### **3.3 MATERIALES Y EQUIPOS**

#### **a) MATERIALES**

- Resmas de papel bond.
- Libreta de campo.
- Esfero o lápiz.

- Apoya manos (tablero).

**b) EQUIPOS**

- Computadora.
- Impresora.
- Scanner.
- Memoria USB.
- Cámara.

**3.4 FACTORES DE ESTUDIO**

En la presente investigación se consideran los siguientes factores de estudio con su medición:

**Cuadro N°2. Factores de Estudio**

FACTORES DE ESTUDIO	MEDICIÓN
Ámbito físico espacial	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Límites.</li> <li>• Vías de acceso</li> <li>• Geomorfología</li> <li>• Edafología.</li> </ul>
Ámbito ecológico territorial	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Condiciones ambientales.</li> <li>• Clasificación ecológica.</li> <li>• Usos del suelo.</li> <li>• Descripción de flora, fauna, aves, anfibios y reptiles.</li> <li>• Hidrología.</li> </ul>
Ámbito socioeconómico productivo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Actividades económicas</li> <li>• Desarrollo actual del turismo.</li> <li>• Población</li> <li>• Nivel de instrucción</li> <li>• Salud</li> <li>• Vivienda.</li> <li>• Servicios básicos.</li> <li>• Comunicación</li> <li>• Transporte</li> <li>• Historia</li> </ul>
Ámbito turístico	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Atractivos naturales</li> <li>• Atractivos Culturales</li> <li>• Infraestructura Turística</li> </ul>

**3.5 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

El presente proyecto tendrá un enfoque cualitativo y cuantitativo, el cualitativo “por lo común, se utiliza primero para descubrir y refinar preguntas de investigación. A

veces, pero no necesariamente, se prueban hipótesis. Con frecuencia se basa en métodos de recolección de datos sin medición numérica, como las descripciones y las observaciones”. Mientras que el enfoque cuantitativo “utiliza la recolección y análisis de datos para contestar preguntas de investigación y probar hipótesis establecidas previamente y confía en la medición numérica, el conteo y frecuencia en el uso de la estadística para establecer con exactitud patrones de comportamiento de una población”. Para cumplir con este enfoque se elaboraron encuestas que fueron validadas y finalmente aplicadas.

El nivel de profundidad será exploratorio. “Los estudios exploratorios nos permiten aproximarnos a fenómenos desconocidos, con el fin de aumentar el grado de familiaridad y contribuyen con ideas respecto a la forma correcta de abordar una investigación en particular.” También se contará con el nivel descriptivo, visitando los atractivos turísticos y describiendo cada uno de ellos. “Los estudios descriptivos buscan desarrollar una imagen o fiel representación (descripción) del fenómeno estudiado a partir de sus características. Miden variables o conceptos con el fin de especificar las propiedades importantes de comunidades, personas, grupos o fenómeno bajo análisis”

Por la forma en el proyecto se utilizará la investigación bibliográfica. “Es consultar, recopilar e investigar en toda clase de libros, revistas, folletos, artículos de prensa que contengan la información del tema propuesto

Además, de forma complementaria se utilizará la investigación de campo. “Investigación de campo se presenta mediante la manipulación de una variable externa no comprobada, en condiciones rigurosamente controladas, con el fin de describir de qué modo o porque causas se produce una situación o acontecimiento particular”.

## **INSTRUMENTO METODOLÓGICO**

**Entrevista.-** Factor que permitirá obtener información directa de los visitantes y personas claves con el apoyo de un cuestionario elaborado previamente.

**Análisis FODA.-** Metodología que sirve para determinar factores internos y externos.

**Ficha de Jerarquización de Atractivos Turísticos del MINTUR.-** Permite registrar de manera ordenada los servicios y facilidades que presta un atractivo turístico.

**Observación Directa.-** Técnica que ayudará a palpar la realidad de la situación actual.

**Encuesta.-** Instrumento que permite obtener estadísticas descriptivas sobre el perfil del turista que visita el cantón

### 3.6 ANÁLISIS ESTADÍSTICO

Para la recopilación de información referente a la demanda se obtuvo de las estadísticas de los establecimientos hoteleros de la parroquia Shell que tiene un aproximado de 4,473 turistas que ingresan hacer usos de la misma.

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

**n=** Tamaño de la muestra

**N =** Universo - población total

**PQ =** tamaño de la muestra constante

**e =** Error máximo de la cual se habla

**K =** Coeficiente de conexión de error o constante de variabilidad toma el valor de 2.

**Siendo Aplicado de la siguiente forma:**

Donde: 816,21

**n=** Tamaño de la muestra

**N =** Universo - población total

**P =** Probabilidad de éxito o proporción esperada (0.5 para maximizar el tamaño de muestra)

**Q =** Probabilidad de fracaso

**d =** Precisión (3%, para estudios en ciencias sociales)

**Z =** Nivel de Confianza (1.96)

La muestra a analizar fue de:

**n=816.21**

4.21

**n = 194**(Tamaño de la muestra)

### **3.7 MANEJO DE LA INVESTIGACIÓN.**

#### **Objetivo1: Realizar el diagnóstico de la potencialidad Turística de la Parroquia Shell, Cantón Mera.**

- Se realizará una investigación exhaustiva en fuentes secundarias, entidades como: Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Mera y Ministerio de Turismo, para determinar el potencial turístico analizado anteriormente por otros organismos.
- Investigación de campo para identificar los atractivos turísticos potenciales que no han sido tomados en cuenta en estudios anteriores.
- Realizar una investigación de campo primaria, a través de una encuesta estructurada, para determinar la demanda potencial de la Parroquia Shell.

#### **Objetivo2: Establecer líneas de estrategias de operación para diseñar el Plan de Desarrollo Turístico de la Parroquia Shell.**

- Realizar una investigación bibliográfica y documental relacionada al diseño e implementación de estrategias de operación para destinos turísticos.
- Entrevistas dirigidas a los dirigentes parroquiales y a dirigentes de asociaciones privadas relacionadas a la actividad turística.
- Diseño de estrategias de operación previo al diseño del Plan de Desarrollo Turístico para la Parroquia Shell.
- Diseñar un Balanced Scorecard que permita gestionar y controlar la ejecución de cada una de las estrategias planteadas.

#### **Objetivo3: Diseñar el Plan de Desarrollo Turístico de la Parroquia.**

- Integrar los resultados y estrategias planteadas en los objetivos anteriores para diseñar el Plan de Desarrollo Turístico de la Parroquia Shell

