



**UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA**

**ESCUELA DE INGENIERÍA EN TURISMO**

**TESIS PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL GRADO DE  
INGENIERA EN TURISMO**

TEMA

**ESTUDIO DE POTENCIALIDAD DE LA OFERTA AGROTURISTICA  
DE LA PROVINCIA DE PASTAZA**

**Autor:**

Catherin Cecilia Carrera Gómez

**Directora:**

Ing. Msc. Tania Cevallos

**Pastaza – Ecuador  
2013**

# TRIBUNAL DE GRADUACIÓN

---

**Presidente**

---

**Miembro**

---

**Miembro**

## **AGRADECIMIENTO**

En primer lugar quiero agradecer a Dios por haberme brindado la vida, por haberme guiado por el camino del bien y para que yo pudiese culminar este primer paso de mi vida profesional.

A mis padres, Didímo Carrera Ocaña y Cecilia Gómez Saula, que siempre me han dado su apoyo incondicional y a quienes debo este triunfo profesional, por todo su trabajo y dedicación para darme una formación académica y sobre todo humanista y espiritual. De ellos es este triunfo y para ellos es todo mi agradecimiento.

Para mis hermanas, Jessica y Sarita, para que también continúen superándose. A toda mi familia, muy en especial a mi Abuelita Sarita por todo su apoyo.

A todos mis amigos, amigas y todas aquellas personas que han sido importantes para mí durante todo este tiempo. A todos mis maestros que aportaron a mi formación. Para quienes me enseñaron más que el saber científico, a quienes me enseñaron a ser lo que no se aprende en salón de clase y a compartir el conocimiento con los demás.

¡Gracias a todos!

## **DEDICATORIA**

A Dios: Por haberme permitido llegar hasta este punto y haberme dado salud para lograr mis objetivos, además de su infinita bondad y amor.

A mi madre Cecilia: Por haberme apoyado en todo momento, por sus consejos, sus valores, por la motivación constante que me ha permitido ser una persona de bien. A mi padre Didimo por el ejemplo de perseverancia y constancia que lo caracterizan, por el valor mostrado para salir adelante y por su amor.

A mis familiares: A mi hermanas Jessica y Sarita por ser ejemplos de hermanas y de la cual aprendí aciertos y de momentos difíciles; a mi tío Llimmy, a mi abuelita Sarita, con mucho cariño para mi abuelito Luis que ya no se encuentra con nosotros y a todos aquellos que participaron directa o indirectamente en la elaboración de esta tesis.

¡A todos!

## **DERECHO DE AUTOR**

Yo Catherin Cecilia Carrera Gómez, con cedula de ciudadanía 1600529620 me hago responsable ante las autoridades de la Universidad Estatal Amazónica que este trabajo de investigación que es único y de propia autoría de quien lo presenta.

---

Catherin Cecilia Carrera Gómez  
Autor de Tesis  
C.I. 1600529620

## **CERTIFICACIÓN**

Yo, Ingeniera. Tania Cevallos, certifico que la señora egresada Catherin Cecilia Carrera Gómez con el número de cedula I.D. 1600529620, ha venido trabajando en su tesis de grado con normalidad cumpliendo a cabalidad con las transitorias de investigación a ella encomendadas.

-----  
Ing. Tania Cevallos.  
**Tutora de tesis**

## CONTENIDO

|                                    |            |
|------------------------------------|------------|
| <b>PORTADA.....</b>                | <b>I</b>   |
| <b>TRIBUNAL DE GRADUACIÓN.....</b> | <b>II</b>  |
| <b>AGRADECIMIENTO .....</b>        | <b>III</b> |
| <b>DEDICATORIA .....</b>           | <b>IV</b>  |
| <b>DERECHO DE AUTOR .....</b>      | <b>I</b>   |
| <b>CERTIFICACIÓN .....</b>         | <b>II</b>  |
| <b>ÍNDICE DE FOTOGRAFÍAS .....</b> | <b>XII</b> |

### 1. INTRODUCCIÓN

|                            |   |
|----------------------------|---|
| a. Objetivos.....          | 3 |
| Objetivo General .....     | 3 |
| Objetivos Específicos..... | 3 |
| b. Hipótesis .....         | 3 |
| General .....              | 3 |
| Específicas .....          | 3 |

### 2. REVISIÓN DE LITERATURA

|  |    |
|--|----|
| a. Planteamiento del problema .....      | 5  |
| Contextualización.....                   | 6  |
| Formulación del problema .....           | 9  |
| Preguntas Directrices .....              | 9  |
| Delimitación del Problema.....           | 9  |
| b. Antecedentes de la investigación..... | 10 |
| 1. Fundamentación teórica.....           | 11 |

|        |  |    |
|--------|--|----|
| 2.     | Constelación de Ideas .....                            | 12 |
| c.     | Fundamentación Variable Independiente .....            | 14 |
| 1.     | Potencialidad de la oferta agroturística .....         | 14 |
| 2.     | Potencialidad de atractivos turísticos naturales ..... | 14 |
| 3.     | Turismo Rural.....                                     | 15 |
| 4.     | Turismo.....   | 16 |
| 4.1    | Clasificación del Turismo.....                         | 17 |
| 6.     | Turismo sostenible.....                                | 20 |
| 7.     | Ruta Turística .....                                   | 20 |
| 7.1    | Elementos de una ruta turística .....                  | 20 |
| 7.2    | Participantes de las rutas turísticas .....            | 22 |
| 8.     | Diagnostico situacional .....                          | 23 |
| 9.     | Atractivos turísticos .....                            | 24 |
| 10.    | Fundamentación Variable Dependiente .....              | 25 |
| 10.1   | Que es el Agroturismo .....                            | 25 |
| 10.2   | Oferta Agro turística .....                            | 27 |
| 10.3   | Comercialización del agroturismo.....                  | 27 |
| 10.4   | Estudio de mercado .....                               | 27 |
| 10.5   | Oferta .....   | 29 |
| 10.6   | Demanda.....   | 29 |
| 10.6.1 | Demanda Turística.....                                 | 30 |
| 10.7   | Plan de Marketing.....                                 | 30 |

### **3. MATERIALES Y MÉTODOS**

|    |   |    |
|----|---|----|
|    | Materiales .....                                  | 34 |
|    | Equipos .....                                     | 34 |
| a. | Variables, Dimensiones y Áreas, Indicadores ..... | 34 |
| b. | Descripción de las Categorías Fundamentales ..... | 35 |

|       |   |    |
|-------|---|----|
| d.    | Señalamiento de variables de la hipótesis .....       | 35 |
| e.    | Operacionalización de variables .....                 | 36 |
| a.    | Métodos de investigación .....                        | 38 |
| b.    | Población y muestra .....                             | 40 |
| 3.1.5 | Determinación del tamaño de la muestra .....          | 41 |
| 3.    | Técnicas e instrumentos de recolección de datos ..... | 42 |
| 4.    | Plan de Recolección.....                              | 43 |
| 5.    | Procesamiento y análisis.....                         | 45 |
| 6.    | Desarrollo de los objetivos específicos .....         | 45 |

#### **4. RESULTADOS**

|         |  |    |
|---------|--|----|
| 4.1     | Diagnóstico situacional del agroturismo en la provincia de Pastaza.....    | 46 |
| 4.1.1   | Identificación de escenarios externos.....                                 | 46 |
| a.      | Escenario Social .....   | 46 |
| c.      | Escenario Político.....  | 51 |
| d.      | Escenario Ambiental / Ecológico .....                                      | 51 |
| f.      | Escenario Económico .....  | 56 |
| g.      | Escenario Cultural – Espiritual.....                                       | 59 |
| 4.1.2   | Identificación de escenarios internos.....                                 | 60 |
| 3.3.1   | Matriz de proyectos agrícolas identificados en la provincia de Pastaza.... | 61 |
| 3.3.3   | Jerarquización.....  | 64 |
| 3.3.3.1 | Evaluación y Jerarquización.....   | 64 |
| 3.3.3.2 | La ficha de Evaluación de atractivos.....                                  | 64 |
| 3.3.4   | Estudio de mercado .....   | 65 |
| 3.3.5   | Formato de la encuesta .....   | 66 |
| 3.3.6   | Formato de la entrevista .....   | 66 |
| 3.3.7   | Demanda de servicios.....  | 66 |
| 4.1.3   | Interpretación general de la matriz de valoración .....                    | 78 |

|         |   |     |
|---------|---|-----|
| 4.1.4.  | Matriz FODA.....  | 79  |
| 4.1.5   | Análisis de las entrevistas.....                            | 81  |
| 4.1.6   | Análisis de las entrevistas de forma general.....           | 81  |
| 4.1.7   | Análisis y tabulación de encuestas .....                    | 82  |
| 4.1.7.1 | Análisis general de las encuestas.....                      | 90  |
| 4.2     | Verificación de la Hipótesis .....                          | 91  |
| 4.2.1   | Planteamiento de la hipótesis .....                         | 91  |
| 4.2.2   | Selección del nivel de significación .....                  | 92  |
| 4.2.3   | Descripción de la población .....                           | 92  |
| 4.2.4   | Especificación de lo estadístico.....                       | 92  |
| 4.2.5   | Especificación de las regiones de aceptación y rechazo..... | 93  |
| 4.2.6   | Recolección de datos y cálculo de lo estadístico.....       | 94  |
| 4.3     | Identificación de los productos.....                        | 101 |
| 4.3.3   | Antecedentes de la propuesta .....                          | 118 |
| 4.3.4   | Justificación de la propuesta.....                          | 118 |
| 4.3.5   | Objetivos de la Propuesta .....                             | 119 |
| 4.8     | Conclusiones de la Propuesta .....                          | 131 |

## 5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

|     |                      |     |
|-----|----------------------|-----|
| 5.1 | Conclusiones .....   | 133 |
| 5.2 | Recomendaciones..... | 134 |

|                      |            |
|----------------------|------------|
| <b>RESUMEN .....</b> | <b>142</b> |
|----------------------|------------|

|                      |            |
|----------------------|------------|
| <b>SUMMARY .....</b> | <b>143</b> |
|----------------------|------------|

|                          |            |
|--------------------------|------------|
| <b>BIBLIOGRAFÍA.....</b> | <b>144</b> |
|--------------------------|------------|

|                  |     |
|------------------|-----|
| Lincografía..... | 147 |
|------------------|-----|

|                    |            |
|--------------------|------------|
| <b>ANEXOS.....</b> | <b>148</b> |
|--------------------|------------|

## INDICE DE CUADROS

|   |    |
|---|----|
| Cuadro N° 1 Modalidades de Turismo.....   | 17 |
| Cuadro N° 2 Estudio de Potencialidades turísticas .....                               | 36 |
| Cuadro N° 3 Oferta Agro turística .....   | 37 |
| Cuadro N° 4 Número de turistas que visitan la ciudad de Puyo .....                    | 40 |
| Cuadro N° 5 Fórmula para cálculo de la muestra .....                                  | 41 |
| Cuadro N° 6 Plan de recolección de la información .....                               | 43 |
| Cuadro N° 7 Plan para la recolección de información .....                             | 44 |
| Cuadro N° 9 Producción agrícola por hectárea en la provincia de Pastaza.....          | 62 |
| Cuadro N° 10 Priorización de productos agro turísticos .....                          | 62 |
| Cuadro N° 11 Nomenclatura de los atractivos agro turísticos .....                     | 63 |
| Cuadro N° 12 Ficha de Jerarquización de Atractivos Turísticos. ....                   | 64 |
| Cuadro N° 13 Número de turistas que desean practicar actividades de agroturismo. .... | 66 |
| Cuadro N° 16 Matriz de valoración de competitividad turística.....                    | 76 |
| Cuadro N° 17 Valoración general de atractivos turísticos potenciales .....            | 77 |
| Cuadro N° 21 Elementos de agroturismo para el desarrollo de ésta actividad .....      | 82 |
| Cuadro N° 22 Consideraciones de la supraestructura turística .....                    | 83 |
| Cuadro N° 23 Rutas adecuadas para el turismo Rural .....                              | 84 |
| Cuadro N° 24 Impactos de un circuito para el desarrollo del agroturismo .....         | 85 |
| Cuadro N° 25 Consideraciones de comercialización de una ruta agroturística.....       | 86 |
| Cuadro N° 26 Circuito turístico que coadyuve al crecimiento provincial.....           | 87 |
| Cuadro N° 27 Enfoque del desarrollo turístico en Pastaza.....                         | 88 |
| Cuadro N° 28 Consideraciones para el desarrollo de un Plan de Marketing .....         | 89 |
| Cuadro N° 29 Frecuencias Observadas .....   | 92 |
| Cuadro N° 30 Cálculo Frecuencias Observadas.....                                      | 93 |
| Cuadro N° 31 Cálculo Frecuencias Esperadas .....                                      | 93 |
| Cuadro N° 32 Grados de libertad .....   | 93 |
| Cuadro N° 33 Cálculo Chi cuadrado .....   | 95 |

|   |     |
|---|-----|
| Cuadro N° 35 Conservación Ambiental.....          | 151 |
| Cuadro N° 36 Singularidad del Destino .....       | 152 |
| Cuadro N° 37 Diversidad del Entorno.....          | 152 |
| Cuadro N° 38 Atractivos Naturales .....           | 152 |
| Cuadro N° 39 Accesibilidad.....                   | 153 |
| Cuadro N° 40 Proximidad .....                     | 154 |
| Cuadro N° 41 Atractividad.....                    | 154 |
| Cuadro N° 42 Estacionalidad .....                 | 155 |
| Cuadro N° 43 Número de actividades .....          | 156 |
| Cuadro N° 44 Calidad de guías y técnicas .....    | 157 |
| Cuadro N° 45 Capacidades locales .....            | 157 |
| Cuadro N° 46 Atención en otro idioma.....         | 158 |
| Cuadro N° 47 Experiencia agentes receptores ..... | 158 |
| Cuadro N° 48 Compromiso de autoridades.....       | 159 |
| Cuadro N° 49 Conflictos en la zona.....           | 160 |

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

|   |    |
|---|----|
| Gráfico N° 1 Árbol de problemas.....              | 8  |
| Gráfico N° 2 Categorías fundamentales.....        | 11 |
| Gráfico N° 3 Variable Independiente.....          | 12 |
| Gráfico N° 4 Variable Dependiente.....            | 13 |
| Gráfico N° 5 Elementos de una ruta turística..... | 21 |
| Gráfico N° 6 Mapa de Pastaza.....                 | 32 |
| Gráfico N° 7 Actividades del agroturismo.....     | 26 |
| Gráfico N° 8 Pregunta N° 1.....                   | 82 |
| Gráfico N° 9 Pregunta N° 2.....                   | 83 |
| Gráfico N° 10 Pregunta N° 3.....                  | 84 |
| Gráfico N° 11 Pregunta N° 4.....                  | 85 |
| Gráfico N° 12 Pregunta N° 5.....                  | 86 |
| Gráfico N° 13 Pregunta N° 6.....                  | 87 |
| Gráfico N° 14 Pregunta N° 7.....                  | 88 |
| Gráfico N° 15 Pregunta N° 8.....                  | 89 |
| Gráfico N° 16 Zonas de Rechazo y aceptación.....  | 94 |

## ÍNDICE DE FOTOGRAFÍAS

|  |     |
|--|-----|
| Fotografía N° 1 Paiches de la Asociación Tarqui .....    | 101 |
| Fotografía N° 2 Asociación Madre Tierra.....             | 102 |
| Fotografía N° 3 Asociación Caña de Azúcar .....          | 103 |
| Fotografía N° 4 Granja el Paraíso em el cantón Mera..... | 103 |
| Fotografía N° 5 Asociación San José .....                | 104 |

## ÍNDICE DE ANEXOS

|  |     |
|--|-----|
| Anexo N° 1 Modelo de encuesta .....                                | 148 |
| Anexo N° 2 Formato de la entrevista .....                          | 150 |
| Anexo N° 3 Interpretación de los Indicadores de Calificación ..... | 151 |

## 1. INTRODUCCIÓN

En los análisis recientes del mundo rural y en la elaboración de propuestas orientadas a promover su desarrollo, se destacan elementos como la multifuncionalidad de la agricultura, los empleos y los ingresos no agrícolas y el territorio como eje de aproximación al análisis y a la acción, para mejorar la economía rural de un territorio

El agroturismo, se perfila como un tipo de actividad turística (según la OMT, se desprende de la modalidad de turismo rural), que ofrece al visitante la posibilidad de conocer aspectos de la cultura local y de aprender sobre prácticas tradicionales de cultivos, cosechas y procesamiento de productos agropecuarios, agroindustriales, forestales, además de la artesanía local.

En el Ecuador existen sitios en donde se han desarrollado emprendimientos exitosos en ecoturismo, turismo de aventura y deporte, turismo extremo, entre otros. Pero también es importante considerar que nuestro territorio debido a su contexto es apto para recibir nuevas propuestas de turismo comunitario, turismo gastronómico y cultural, agroturismo, entre otros que ofrecen al visitante la posibilidad de permanecer, por uno o varios días, en fincas donde no solo se descansa y disfruta del paisaje rural, mediante paquetes turísticos, sino que además le permite involucrarse en la forma de vida del productor, agricultor y de su familia, así como las diversas prácticas de su labor diaria.

Adicional a esto es importante mencionar que el agroturismo se constituye en una opción de diversificación de las actividades agrícolas y agroindustriales, con lo cual se benefician no solo los propietarios de esos emprendimientos, sino también otros pobladores rurales que, por este medio tienen nuevas fuentes de empleo e ingresos y argumentos adicionales para permanecer en los espacios rurales en los que han nacido.

El agroturismo manifiesta una participación todavía débil en el país, a pesar de predominar la actividad agrícola sobre cualquier otra actividad productiva (el 10% de PIB proviene de la agricultura primaria). Además es un país donde prevalecen las manifestaciones y tradiciones culturales, así como la diversidad en hábitos y costumbres sociales. Existen grandes retos para aprovechar su potencial: mejora en la descripción y presentación de la oferta, diferenciación frente a otras posibilidades de turismo similar, formación de personal en atención al turista y desarrollo de operadores turísticos locales, capaces de identificar prácticas agrícolas y de procesamiento interesantes para los visitantes y de presentarlas en forma atractiva. GONZALEZ Esther, Turismo Rural de Ecuador. Eiiica. (2008)

En la provincia de Pastaza, la integración de visitas a actividades agroindustriales todavía son pocas, se conoce de circuitos que incluyen trapiches paneleros, bosque primario, cría de especies menores, piscicultura, agricultura, entre otros que se han identificado, pero la oferta podría ser más amplia, variada e interesante si se consideraran otras empresas localizadas en áreas rurales y manejadas por pequeños y medianos productores, como plantas agroindustriales (quesería), pasteurizadora, etc., que puedan articularse a paquetes en los que se incluyan servicios complementarios de alimentación y hospedaje, otros atractivos turísticos, tales como museos, ruinas arqueológicas, monumentos históricos, sitios para realizar deportes, centros de esparcimiento en general.

Estos planteamientos, permiten enmarcar el presente trabajo de investigación hacia uno de los ejes estratégicos que el Ministerio de Turismo ha considerado como parte de su programa de turismo rural, que partiendo de la importante especialización de nuestro país en la producción agropecuaria, complementada con un entorno paisajístico y la diversidad cultural en el agro, promueva el turismo interno y el internacional receptivo hacia productos turísticos en el sector rural, la cual es necesario mejorarla mediante el análisis de la información contenida en el Estudio

sobre la implementación de la ruta de agroturismo en la Región Amazónica. (2007), lo que servirá como punto de partida para el desarrollo de la propuesta de tesis.

#### **a. Objetivos**

##### **Objetivo General**

- Determinar la potencialidad de la oferta agro turística en cada uno de los emprendimientos de la provincia de Pastaza, basada en principios de sustentabilidad.

##### **Objetivos Específicos**

- Realizar el diagnóstico situacional del agroturismo en la provincia de Pastaza
- Elaborar el estudio técnico-legal
- Proponer un programa de marketing para la comercialización de la nueva ruta agro turística de Pastaza.

#### **b. Hipótesis**

##### **General**

- La determinación de la potencialidad de la oferta agro turística fortalecerá la oferta turística de la provincia de Pastaza.

##### **Específicas**

- El análisis situacional del agroturismo de la provincia de Pastaza permite determinar en cuál de ellos se puede realizar actividades agro turísticas.

- La metodología aplicada en el estudio técnico - Legal permite actualizar la información requerida.
- Es posible proponer un programa de marketing para la comercialización de la nueva ruta

## **2. REVISIÓN DE LITERATURA**

### **a. Planteamiento del problema**

Para Mario Tamayo y Tamayo (1987), el método científico es un procedimiento para descubrir las condiciones en las que se presentan sucesos específicos, caracterizado generalmente por ser tentativo, verificable, de razonamiento riguroso y observación empírica.

Pardinas, citado por Tamayo y Tamayo (1987), dice que método de trabajo científico es la sucesión de pasos que debemos dar para descubrir nuevos conocimientos o, en otras palabras, para comprobar hipótesis que impliquen o predican conductas o fenómenos desconocidos hasta el momento.

El árbol del problema es una herramienta visual de análisis que debe ser utilizada para identificar con precisión al problema objeto de estudio, a través de él se especifican e investigan las causas y los efectos del problema a plantear en la tesis, además de destacarse las relaciones entre ellas.

Es una herramienta para la identificación y el análisis de las causas relevantes de los problemas principales, que formaran más adelante las bases para formular soluciones y los objetivos para hallar las alternativas de solución mediante la ejecución de la investigación. Una discusión de las causas puede ayudar a identificar los segmentos de la población objeto de estudio que son los más afectados y que deben estar específicamente interesados en participar en las actividades dirigidas quitando las causas del problema.

Con el uso de esta herramienta se determinó que el problema central es el déficit de oferta agroturística en la provincia de Pastaza, lo cual se debe a la falta del diagnóstico situacional del agroturismo.

A pesar de existir un estudio del MINTUR el cual se usa para:

- Visualizar, en equipo, las causas principales y secundarias de un problema.
- Ampliar la visión de las posibles causas de un problema, enriqueciendo su análisis y la identificación de soluciones.
- Analizar procesos en búsqueda de mejoras.

Además el productor desconoce que a través del agroturismo se puede generar un ingreso adicional que mejoraría su calidad de vida.

### **Contextualización**

En la actualidad, en el Ecuador no se conoce profundamente acerca de programas agro turísticos, donde la naturaleza pueda ser aprovechada en su totalidad por el ser humano, para motivar en ellos la idea de protegerla y aprender a convivir con ella, para que en el futuro se sepa aprovechar los recursos naturales de una manera adecuada.

Debido a la carencia de servicios agro turísticos en el país, no se encuentran definidas las diferentes normas que determinen la calidad de infraestructura hotelera que se debe tener y cuáles son los servicios con los que se deba contar para el desarrollo óptimo del mismo.

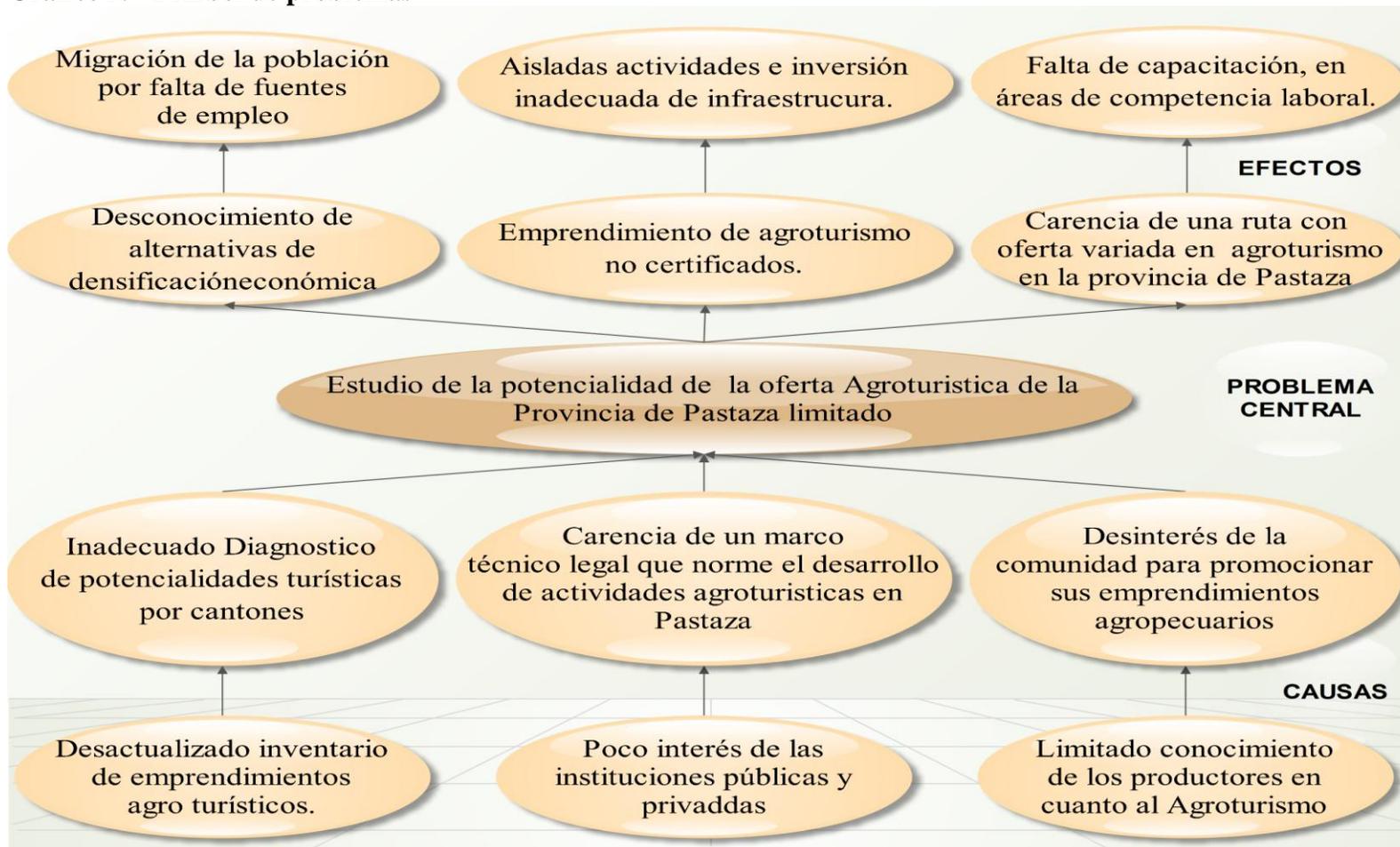
El agroturismo constituye una nueva forma de turismo que en los últimos tiempos ha creado un gran interés, debido a la práctica relacionada con diferentes actividades que

el turista podría realizar en contacto directo con la naturaleza, el medio físico que lo rodea y el medio rural es decir, con la comunidad.

El agroturismo se perfila como un tipo de actividad turística que ofrece al visitante la posibilidad de conocer aspectos de la cultura local y de aprender sobre prácticas tradicionales de cultivos, cosechas y procesamiento de productos agropecuarios, forestales y pesqueros, además de la artesanía. Ya existen en Ecuador “paquetes turísticos” que ofrecen al visitante la posibilidad de permanecer, por uno o varios días, en fincas donde no solo descansa y disfruta del paisaje rural, sino que se involucra con la forma de vida del productor y de su familia. Por otra parte, el agroturismo se constituye en una opción de diversificación de las actividades agrícolas y agroindustriales, con lo cual se benefician no solo los propietarios de esos emprendimientos, sino también otros pobladores rurales que, por este medio tienen nuevas fuentes de empleo e ingresos y argumentos adicionales para permanecer en los espacios rurales en los que han nacido y se han criado.

Para que el agroturismo se convierta realmente en una alternativa para los pequeños y medianos productores agrícolas y agroindustriales y en general, los empresarios rurales, y que éstos puedan dar mayor valor agregado a sus tierras, productos y servicios, debe ser muy bien planificado, ejecutado y controlado, a fin que produzca los resultados esperados, de manera sostenible, respetando no solo la naturaleza, sino la historia y la cultura del medio en el que se desarrolla. Este reto va mas allá de los alcances de los empresarios y enfrentarlo requiere de acciones concertadas entre los gobiernos locales y los operadores privados, dentro de una visión de territorio, entendido como un espacio que se construye histórica y culturalmente, se norma por comportamientos e institucionalidades reconocidas por sus pobladores y donde se dan relaciones entre los habitantes y sus terruños.

**Gráfico N° 1** Árbol de problemas



**Fuente:** Trabajo de campo  
**Elaborado por:** Catherin Cecilia Carrera Gómez

## **Formulación del problema**

HI: El estudio de la potencialidad de la oferta agroturística fortalecerá la comercialización de una nueva ruta agro turística en la provincia de Pastaza.

H0: El estudio de la potencialidad de la oferta agroturística no fortalecerá la comercialización de una nueva ruta agro turística en la provincia de Pastaza.

**Variable Independiente:** Estudio de potencialidad turística

**Variable Dependiente:** Oferta Agro turística

## **Preguntas Directrices**

- a) ¿Qué es el agroturismo?
- b) ¿Cuáles son las potencialidades del agroturismo?
- c) ¿Qué actividades agro turísticas existen?
- d) ¿Cuál es la solución a la problemática identificada?

## **Delimitación del Problema**

### **Contenido**

- **Campo:** Agroturismo
- **Área:** Recursos naturales, turismo sostenible.
- **Aspecto:** Acciones agro turísticas y su beneficio para la oferta turística.

### **Espacial**

- **Provincia:** Pastaza
- **Temporal:** 2012 - 2013

## **b. Antecedentes de la investigación**

Para la una mejor fundamentación de la presente investigación se tomó como antecedente importante al trabajo realizado por la Ingeniera Cárdenas Katherine (2009) quien manifiesta que “El Agroturismo, es definido como las actividades realizadas en un establecimiento rural en producción, y que ofrece al visitante participación u observación de las actividades culturales de los predios productivos y alternativas de alimentación, participación en la elaboración de productos caseros, alojamiento y actividades complementarias como cabalgatas, trekking, safaris fotográficos, entre otras”

Además es importante mencionar que la ruta agro turística de la Región amazónica está acorde con las tendencias del mercado del agroturismo lo que beneficia a la promoción de la provincia de Pastaza.

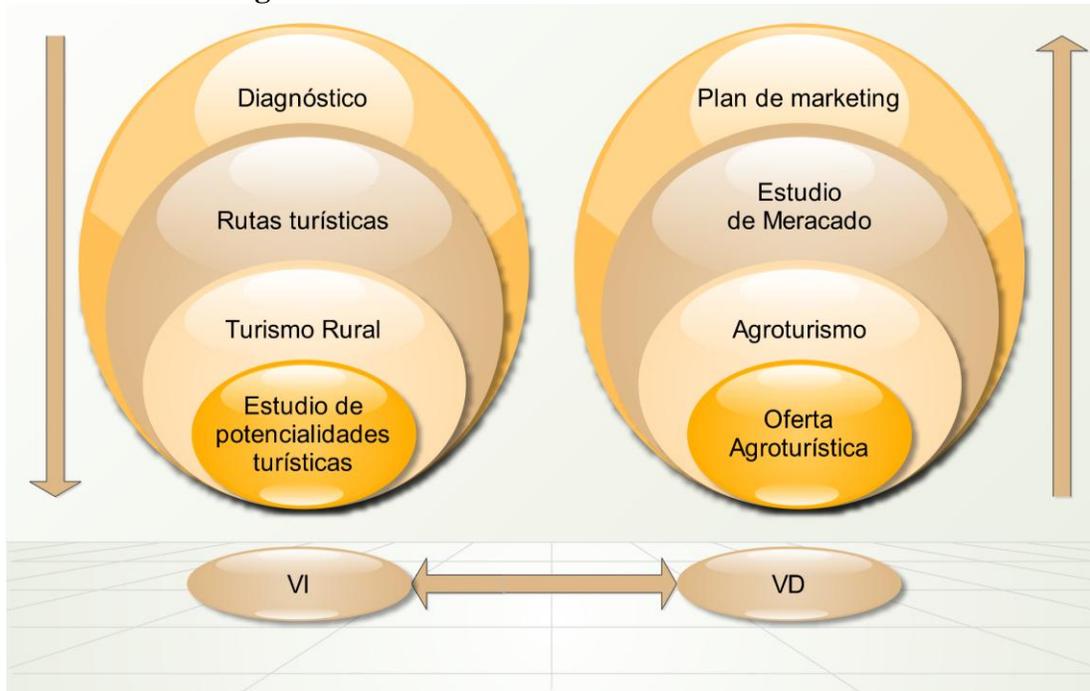
Es por esto que Pastaza al ser una de las provincias de la Región Amazónica más grande del Ecuador y la más rica en biodiversidad, constituye uno de los escenarios con mejor oportunidad para que el turista se deleite al recorrer la selva, al visitar las comunidades indígenas rodeadas de exuberante vegetación y especies animales; al navegar y bañarse en los ríos Pastaza, Puyo, Anzú, Curaray y otros de la Región Amazónica; Todo esto sumado con los servicios de infraestructura hotelera, la convierten también en un lugar cómodo para su estadía y relax.

En la provincia de Pastaza es necesario que se lleve a cabo una meticulosa promoción y un manejo adecuado de su potencial turístico, incluyendo al agroturismo como una alternativa destacable dentro de la oferta turística provincial, ya que por mucho tiempo se ha venido trabajando de una forma insipiente y dentro de este marco se incluye específicamente la propuesta; del estudio de la potencialidad de la oferta agro turística de la provincia de Pastaza. Para de esta manera mejorar la oferta de

productos turísticos de otra tendencia, como es el caso del agroturismo que por su particularidad geográfica, entorno, natural y cultural es posible desarrollar.

## 1. Fundamentación teórica

Gráfico N° 2 Categorías fundamentales



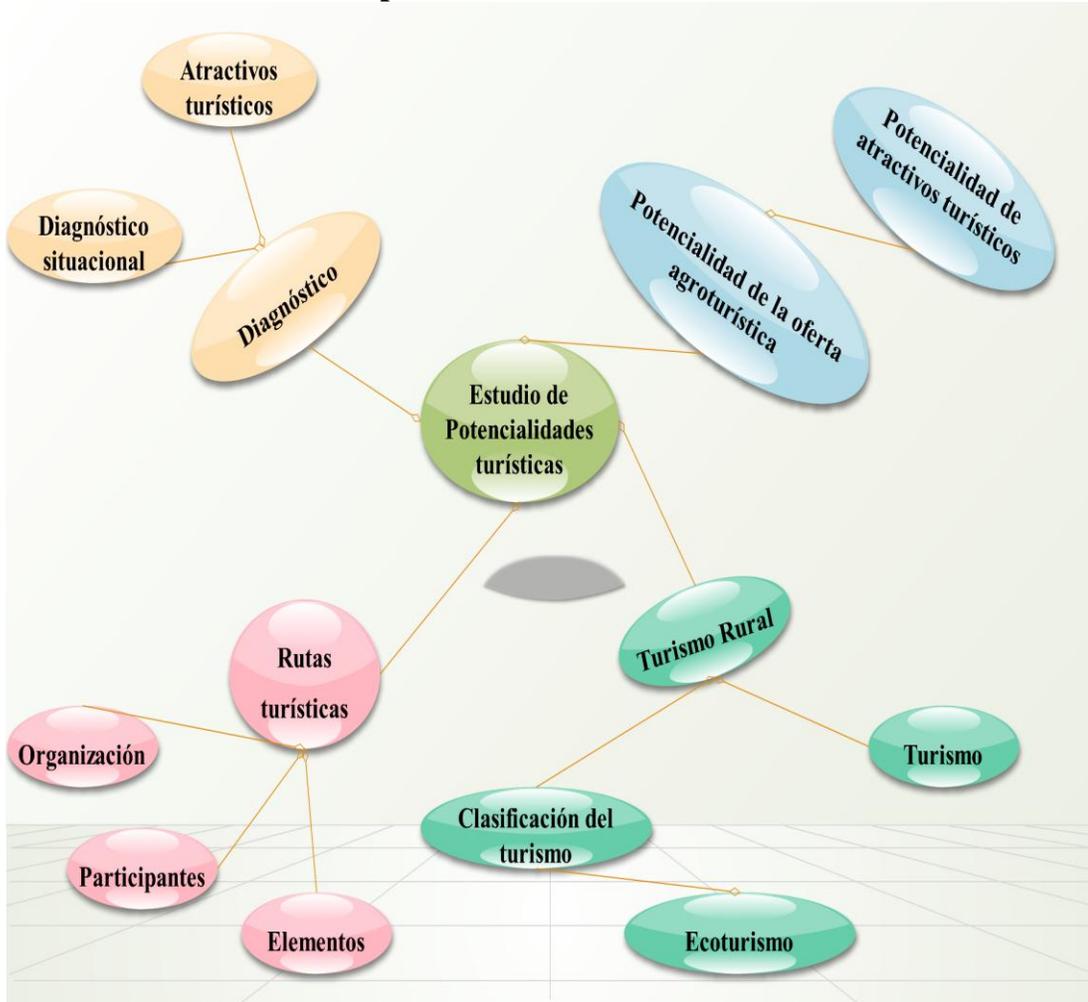
**Fuente:** Trabajo de campo

**Elaborado por:** Catherin Cecilia Carrera Gómez

En el gráfico N°2 se puede observar que dentro de la Variable Independiente se detalla en base a un diagnóstico de las rutas turísticas, investigando sobre el turismo rural para finalmente realizar el estudio de potencialidades turísticas y con respecto al análisis de la Variable Dependiente se analiza la oferta Agroturística con investigación sobre el agroturismo para posteriormente investigar sobre el estudio de mercado para la implementación de un plan de marketing.

## 2. Constelación de Ideas

Gráfico N° 3 Variable Independiente

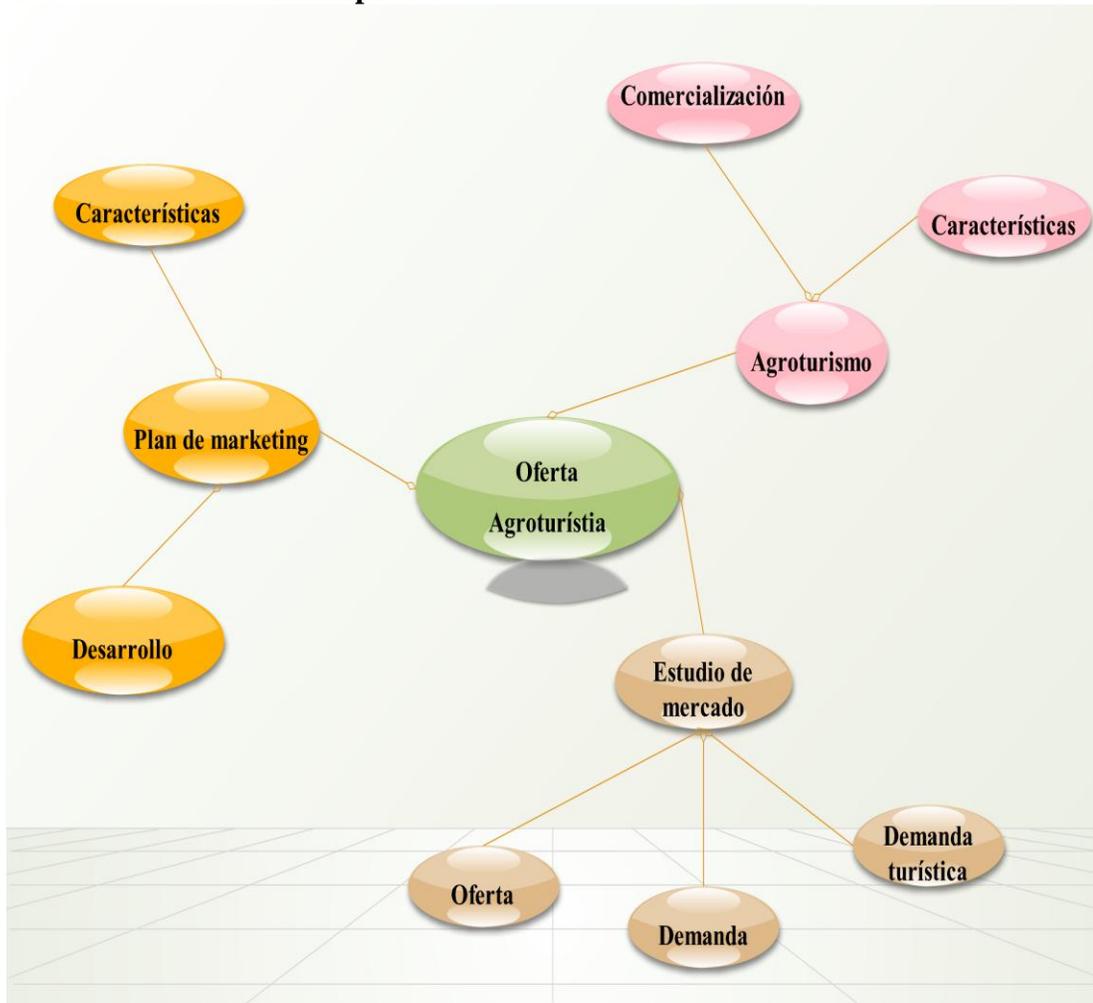


**Fuente:** Trabajo de campo

**Elaborado por:** Catherin Cecilia Carrera Gómez

La constelación de ideas de la variable Independiente nos brinda una herramienta que organiza los diferentes temas a analizarse dentro de la investigación con respecto a la variable independiente, con la finalidad de identificar cada uno de los parámetros necesarios para conseguir la información secundaria para la investigación de la variable en estudio.

**Gráfico N° 4 Variable Dependiente**



**Fuente:** Trabajo de campo

**Elaborado por:** Catherin Cecilia Carrera Gómez

La constelación de ideas de la variable dependiente ayuda a desglosar de una manera ordenada, organizada y planificada los temas para la determinación de la información secundaria de la variable dependiente, ya que de esta forma se puede consultar ordenadamente cada tema que fortalece el marco teórico de esta variable.

## **c. Fundamentación Variable Independiente**

### **1. Potencialidad de la oferta agroturística**

Una de las principales potencialidades con que cuenta el medio rural de Extremadura pasa por el desarrollo turístico, siempre desde el punto de vista sostenible. La instalación de esta nueva actividad turística en un espacio que no dispone de tradición en estos temas precisa de un riguroso análisis que plantee cuando menos la viabilidad de los proyectos. Para ello, una de las herramientas más útiles puede ser el Sistema de Información Geográfica, que permite una integración de todos los aspectos vinculados, de forma directa o indirecta, a esta actividad, posibilitando el análisis integrado de los recursos turísticos disponibles, de la oferta existente, así como de otras características importantes, desde la propia red de comunicaciones, hasta la adecuación a la nueva legislación referente a los alojamientos rurales (Decreto 120/98 de 6 de octubre de 1998, promulgado por la Junta de Extremadura).

Tal proceso exige un fortalecimiento de los aspectos que hacen al valor del patrimonio para la vida presente y la construcción del futuro. En suma, se trata de destacar el beneficio potencial que representa la diversidad, natural y cultural, para el sostenimiento de la vida. En tal sentido, resultan cruciales los planteos referidos a las formas y contenidos para interpretar o comprender el patrimonio desde aspectos que son exportablemente beneficiosos para la sociedad y hacen a la dimensión tangible, intangible y universal de la información de los recursos. Boyle (2000); Taubenschlag (2002); Veverka (2002).

### **2. Potencialidad de atractivos turísticos naturales**

Según Veverka (2002), define la potencialidad como; un “Proceso que exige un fortalecimiento de los aspectos que hacen al valor del patrimonio para la vida presente y la construcción del futuro”.

La Secretaria de Turismo de Mexico (2008), puntualiza la potencialidad como; “La capacidad de ciertos ecosistema o paisajes de ser explotados turísticamente bajo condiciones apropiadas de protección o de minimización de los efectos negativos de la utilización turística del ecosistema o paisaje”. De acuerdo a lo citado por el organismo se determina que en el Cantón Pastaza, existen atractivos turísticos naturales con potencialidad escénica para desarrollar turismo de aventura, por su ubicación geográfica, acompañado de un clima tropical húmedo, y su vegetación hace propicio para la práctica de deportes de aventura.

Según el inventario de atractivos turísticos recopilados por la Dirección Provincial del Ministerio de Turismo de Pastaza año 2009, algunos de ellos son propicios para desarrollar actividades o deportes de turismo de aventura en diferentes escenarios, lo que se establece por el valor intrínseco y extrínseco.

### **3. Turismo Rural**

Todos hemos realizado turismo en algún momento de nuestra vida. Sabemos que la actividad está asociada al ocio, el descanso y el descubrimiento de nuevos lugares, entre otras cuestiones. Pero, ¿qué es exactamente el turismo?

Puede definirse al turismo como el conjunto de las acciones que una persona lleva a cabo mientras viaja y pernocta en un sitio diferente al de su residencia habitual, por un periodo consecutivo que resulta inferior a un año.

El turismo rural es el encuentro de dos necesidades: De un lado la del visitante que busca alojamiento y oferta complementaria en un entorno rural: de otra parte la del habitante rural que pretende satisfacer las necesidades antes descritas, ofreciendo su casa rehabilitada, su gastronomía, así como el compendio patrimonial y etnológico de la zona.

Se trata de un deporte nacional que antes se llamaba "ir al pueblo". La diferencia es que si vas a tu pueblo es gratis, y si haces turismo rural vas a un pueblo que no es tuyo y pagando una pasta.

Para hacer turismo rural no vale cualquier pueblo, tiene que ser un pueblo "con encanto". ¿Y qué es un pueblo "con encanto"?: Pues un pueblo que sale en una Guía de pueblos "con encanto". Si es que se cae por su propio peso.

A estos pueblos se suele llegar a través de una carretera comarcal "con encanto", que es una carretera con tantos baches y tantas curvas que cuando llegas al pueblo estás "en contacto" de bajarte.

#### **4. Turismo**

Para Gurría (2010), Conceptualiza que; “El turismo es un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupos de personas que, fundamentalmente con motivo de recreación, descanso, cultura o salud, se trasladan de su lugar de residencia habitual a otro, en el que no ejercen ninguna actividad lucrativa ni remunerada, generando múltiples interrelaciones de importancia social, económica y cultural”. Lo que conlleva a tener una manera diferente de hacer turismo en el cantón Pastaza, un turismo consiente con todos y para todos los involucrados en el sector turístico ya sean estos actores privados o gubernamentales que dan servicios en beneficio del Cantón y la provincia de Pastaza.

El concepto de turismo puede ser estudiado desde diversas perspectivas y disciplinas, dada la complejidad de las relaciones entre los elementos que lo conforman.

Según la Organización Mundial de Turismo (2004), define que “El Turismo comprende 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 negocios y otros”.

El Ministerio de Turismo, ha clasificado al turismo en las siguientes modalidades, Clases o Tipos de Turismo, en función de las actividades a realizar y del lugar donde se lleven a cabo; Algunos de ellos son:

**Cuadro N° 1 Modalidades de Turismo**

|                            |   |   |  |
|----------------------------|---|---|--|
| <b>Circuitos generales</b> | Circuitos generales                                 | <b>Ecoturismo y turismo de naturaleza</b> | Parques nacionales   |
| <b>Sol y playa</b>         | Sol y playa   |   | Reservas y bosques privados                                |
| <b>Turismo comunitario</b> | Turismo comunitario                                 |   | Ríos, lagos, lagunas y cascadas                            |
| <b>Turismo cultural</b>    | Patrimonios naturales y culturales                  |   | Observación de flora y fauna                               |
|                            | Mercados y artesanías                               | <b>Turismo de deportes y aventura</b>     | Deportes terrestres  |
|                            | Gastronomía   |   | Deportes fluviales   |
|                            | Shamanismo  |   | Deportes aéreos  |
|                            | Fiestas populares                                   |   | Deportes acuáticos   |
|                            | Turismo religioso                                   | <b>Turismo de salud</b>                   | Termalismo   |
|                            | Turismo urbano                                      |   | Medicina ancestral   |
|                            | Turismo arqueológico                                |   | SPA's  |
|                            | CAVE, científico, académico, voluntario y educativo | <b>Agroturismo</b>                        | Haciendas, fincas y plantaciones                           |
| Haciendas históricas       | <b>Turismo de convenciones y congresos</b>          |   | Reuniones, incentivos, conferencias, exposiciones y ferias |
| <b>Parques temáticos</b>   |   | Parques temáticos                         | <b>Turismo de cruceros</b>                                 |

**Fuente:** MINTUR- Plandetur 2020

**Elaborado por:** Catherin Cecilia Carrera Gómez

#### 4.1 Clasificación del Turismo

Según los organismos Internacionales de turismo se puede clasificar al turismo en Nacional e Internacional de la siguiente forma:

#### **4.1.1 Turismo Nacional o Interno**

Son los desplazamientos realizados dentro del país, es el uso y consumos de los servicios turísticos, realizados por residentes nacionales o extranjeros, en un lugar fuera del domicilio habitual, pero dentro del territorio nacional, por un tiempo mayor a 24 horas y menor a 90 días.

##### **4.1.1.1 Turismo Social**

Este turismo implica un subsidio por parte de organizaciones y otras instituciones para grupos que tienen ingresos económicos bajos.

##### **4.1.1.2 Turismo Popular**

En este tipo de turismo los servicios que se presentan son a bajos costos e involucra grandes masas por lo que resulta rentable.

##### **4.1.1.3 Turismo recreativo**

Es el uso del tiempo libre en un tiempo menor a 24 horas por lo general son destinos cercanos a su lugar de residencia.

##### **4.1.1.4 Turismo Internacional**

Se divide en turismo emisor y receptor.

- a. Turismo Emisor:** Es un movimiento de nacionales o residentes de un país que salen al extranjero por un período de por lo menos 24 horas.
- b. Turismo Receptor:** Este turismo está relacionado con el anterior cuando

llegan a unos países visitantes provenientes de otros países por un tiempo determinado mayor a 24 horas.

## **5. Ecoturismo**

La Unión Mundial para la Naturaleza (UICN), 2000 define al ecoturismo como “aquella modalidad turística ambientalmente responsable, consistente en viajar o visitar áreas naturales relativamente sin disturbar, con el fin de disfrutar, apreciar y estudiar los atractivos naturales (paisaje, flora y fauna silvestre) de dichas áreas, así como cualquier manifestación cultural (del presente y pasado) que puedan encontrarse en el lugar, a través de un proceso que promueva la conservación: tiene bajo impacto ambiental y cultural y propicia un involucramiento activo y socio-económicamente benéfico de las poblaciones locales”.

Según Ceballos, Lascurain (1990), define al ecoturismo como: “aquella modalidad turística que presenta como principal motivación viajar hacia áreas naturales, poco modificadas y libres de contaminación-con el objeto específico de estudiar y disfrutar activamente de sus paisajes, plantas y animales silvestres, así

Esta definición incorpora aspectos importantes como:

- El objetivo de la motivación del viaje a áreas naturales y culturales
- Las posibles actividades a realizarse.

El ecoturismo contribuye a la conservación y manejo sostenible de los recursos naturales y particularmente de las áreas protegidas aprovechándolas como un recurso ecoturístico estratégico.

El ecoturismo reconoce y potencia la cosmovisión de las comunidades locales y

contribuir al desarrollo de la economía local. En este sentido, se debe propiciar la reinversión de los ingresos turísticos en las distintas localidades.

## **6. Turismo sostenible**

El termino sostenible es bastante complejo determinar ya que hay una infinidad de conceptos pero lo que más se asemeja a la realidad es que, según la Organización Mundial del Turismo, determina como el “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”. OMT (2004)

La sostenibilidad tiene que ver con los costes ambientales y sociales del metabolismo de la sociedad y los límites admisibles por el planeta y por la propia sociedad. Ministerio de Vivienda y Gobierno de España (2010)

## **7. Ruta Turística**

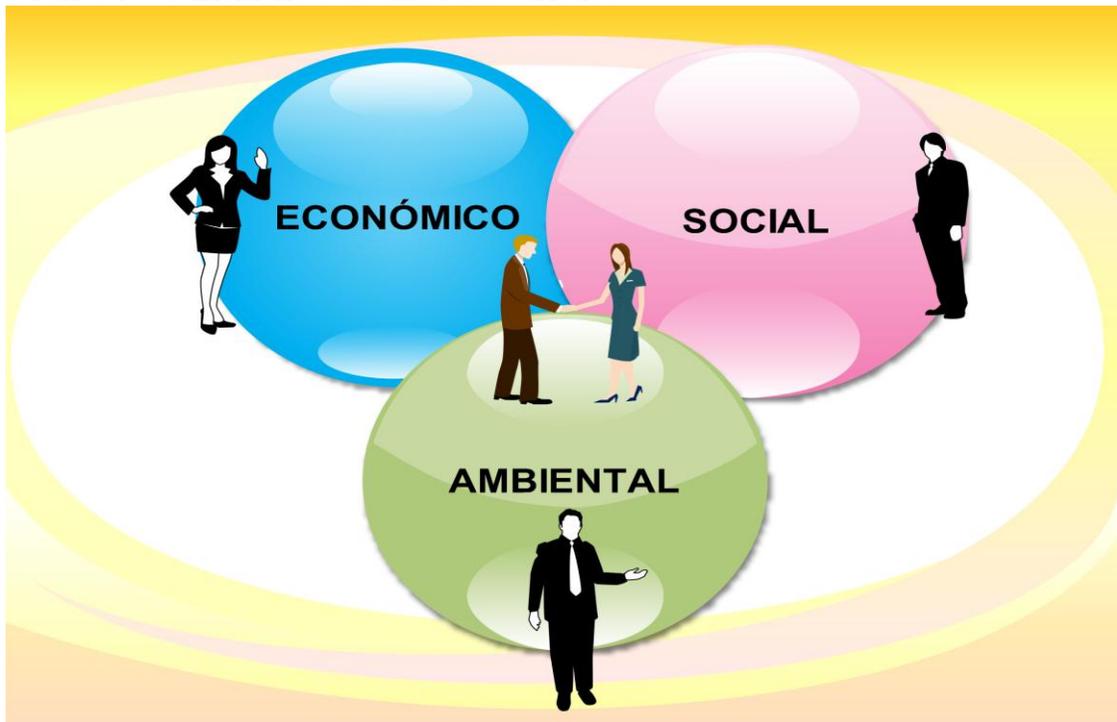
PUIG, Adela (2006) Siendo la ruta un camino hacia fines diversos, la ruta turística es también un recorrido que tiene un objetivo: permite admirar paisajes, recordar sitios históricos, disfrutar de zonas de playas o montañas, de actividades deportivas o de aventura, siguiendo un itinerario predeterminado, conectando zonas con diversos atractivos, para quienes están de paseo y desean admirarse con la geografía natural y/o humanizada del sitio. En este último caso, se habla de rutas culturales.

### **7.1 Elementos de una ruta turística**

Entre los elementos que caracterizan a una ruta pueden mencionarse los siguientes:

- Una producción, actividad o tema particular que la distingue de otras.
- Un itinerario desarrollado sobre la base de la Red Vial u otro tipo de comunicación.
- La existencia de normas para el funcionamiento y control de los elementos integrantes del proyecto.
- Una organización local que brinde información sobre la ruta, en la cual participarán personas relacionadas directamente a la actividad industrial o no.
- Asociado a un sistema de promoción.
- Un sistema de señalización de la ruta.
- Un mapa conteniendo información explicativa sobre la misma.

**Gráfico N° 5 Elementos de una ruta turística**



**Elaborado por:** Catherin Cecilia Carrera Gómez

## **7.2 Participantes de las rutas turísticas**

Quienes participan en la ruta están obligados a respetar una serie de criterios que van desde el interés turístico de la actividad desarrollada hasta los servicios prestados, pasando por la calidad de las infraestructuras disponibles, que deberán ser fijadas de común acuerdo, considerando la demanda turística. Estos suponen a priori, que una ruta turística es posible en la medida de su rentabilidad a corto, mediano o largo plazo (dependiendo los intereses). De lo contrario, es muy difícil involucrar al empresariado. En definitiva, para el caso particular analizado, la ruta es un itinerario que permite reconocer y disfrutar de forma organizada.

## **7.3 Organización de rutas de turismo**

Las rutas se organizan en torno a un tema que caracteriza la ruta y le otorga su nombre. La ruta debe ofrecer a quienes la recorren una serie de placeres y actividades relacionadas con los elementos distintivos de la misma. Debe presentar una imagen integral a partir de la complementariedad entre sitios, servicios, atractivos y lenguaje comunicacional.

En el proceso de puesta en marcha de una ruta, es importante definir objetivamente cuales son las condiciones para su funcionamiento, implicando a los actores locales que potencialmente podrían pertenecer a ella en la definición de las actividades que van a desarrollar en su ámbito. Cabe aclarar que si la población local no está interesada en el proyecto, la posibilidad de éxito de un proyecto de desarrollo endógeno es casi nula, por esto es primordial generar, en principio, un ámbito de participación social, que si bien estará guiada por expertos, debe considerar verdaderamente los intereses de la sociedad local para evitar la implantación de proyectos no deseados. (vivelaspampas.com).

## **8. Diagnóstico situacional**

La palabra Diagnóstico, viene del griego (Diagnostikós), en alemán se escribe: Dianose; francés: Diagnostic; inglés: Diagnostic; italiano: Diagnostico. Perteneciente o relativo a la diagnosis. Es un conjunto de signos que sirven para determinar el carácter peculiar de una enfermedad. Es la identificación de una enfermedad por sus síntomas. Existen diversos métodos y técnicas de diagnosis, entre los que cabe destacar los exámenes clínicos y la exploración radiológica. El diagnóstico clínico se fundamenta exclusivamente en los síntomas que el enfermo manifiesta (fiebre, dolor, etc.). El diagnóstico físico se realiza por palpación, inspección, auscultación o percusión.

El Diccionario Encarta define Diagnóstico como perteneciente o relativo a la diagnosis. En medicina es definida como arte o acto de conocer la naturaleza de una enfermedad mediante la observación de sus síntomas y signos. Así también es la calificación que da el médico a la enfermedad según los signos que advierte. Diagnosis, del griego diagnosis, conocimiento. Es la acción y efecto de diagnosticar. Siendo Diagnosticar el recoger y analizar datos para evaluar problemas de diversa naturaleza; determinar el carácter de una enfermedad mediante el examen de sus signos.

El diagnóstico situacional es un tipo de diagnóstico que:

- Permite producir conocimientos para la acción y toma de decisiones.
- En forma participativa y inclusiva.
- Adecuada a la realidad y al contexto de actores sociales involucrados.
- En torno a un tema significativo para esto.

Yucta, P (2003) El Centro Científico Tropical de Costa Rica, (2002) manifiesta que: se considera fundamental el diseño y la ejecución de proyectos Agroturisticos

integrados de la conservación y desarrollo rural sostenible, por una razón principal que es:

“Mejora la conservación de la biodiversidad de estos sitios de interés particular, enfocado en las necesidades de la gente - sociales y económicas”.

Ratto, N. (2001) El turismo debe asentarse sobre la diversidad de oportunidades ofrecidas por las economías locales, así como integrar y contribuir positivamente al desarrollo de las economías regionales, promoviendo las formas alternativas del turismo coherentes con los principios del desarrollo sostenible: turismo de aventura, agroturismo, turismo de estancia, observación de la flora y fauna, avistaje de aves, turismo científico, espeleología y turismo cultural. Estas constituyen diferentes modalidades de la nueva tendencia del turismo alternativo.

Astorga, A. (1994) El diagnóstico es un proceso de profundización, que se apoya en los conocimientos teóricos de la realidad a analizarse. Y aunque el conocimiento que se consigue de un problema no es completo, porque la realidad es compleja y cambiante, se destaca que el diagnóstico desemboca en conclusiones prácticas.

## **9. Atractivos turísticos**

Se conoce al atractivo turístico como: Un lugar, objeto o acontecimiento que cuenta con aptitud turística registrada y evaluada, capaz de generar un desplazamiento turístico, motivando al turista a visitarlo y permanecer cierto tiempo en él. Un inventario ecoturístico no deberá confundirse con un inventario científico de todas las especies biológicas que se encuentran en una región, ni con el listado de todos los elementos culturales e históricos de una localidad determinada. Mas bien el inventario eco turístico debe entenderse como una descripción ordenada de aquellos elementos que constituyen las principales atracciones y objetos de interés para los eco turistas. Garcés, (1995).

Los atractivos ecoturísticos de un Área pueden clasificarse en tres categorías básicas: atractivos Focales, atractivos Complementarios y atractivos de Apoyo.

## **10. Fundamentación Variable Dependiente**

### **10.1 Que es el Agroturismo**

La palabra agroturismo proviene de los vocablos “agro” que significa campo, y “turismo” que significa desplazamiento. Así, se podría definir como “el desplazamiento al campo”.

El agroturismo es una de las modalidades del turismo en espacios rurales, en el que se incluyen el turismo rural, el ecoturismo y el turismo de aventura, entre otros. De acuerdo con la definición de la Organización Mundial del Turismo (OMT), citada por Barrera (2006), el agroturismo es la actividad que se realiza en explotaciones agrarias (granjas o plantaciones), donde los actores complementan sus ingresos con alguna forma de turismo en la que, por lo general, facilitan alojamiento, comida y oportunidad de familiarización con trabajos agropecuarios.

Según Romero, Enrique Morales (2013) “El agroturismo es una modalidad de turismo rural orientado a un carácter familiar que combina las actividades agropecuarias ancestrales con la hospitalidad temporal de los visitantes que desean pasar sus vacaciones en el medio rural agregando a las actividades tradicionales, recreativas, el conocimiento del que hacer agropecuario desconocido por los habitantes urbanos”.

Royo Vela, Marcelo (2009) entiende al agroturismo como la modalidad turística en áreas agropecuarias, que proporciona el contacto directo con las actividades agrarias tradicionales, con el aprovechamiento de un ambiente rural y las manifestaciones culturales y sociales productivas. Se busca que la actividad represente una alternativa

para lograr que la población rural se beneficie con la participación de su actividad económica mediante la agricultura y el turismo.

Se puede determinar al agroturismo como la prestación de servicios turísticos de alojamiento y restaurante ría por parte de los agricultores y ganaderos, propietarios de granjas y caseríos, esto conlleva a brindar al visitante unas vacaciones tranquilas, sin aglomeración y alejados de la ciudad, recibiendo un trato familiar y en contacto directo con el mundo rural y la naturaleza. Lo más importante de este tipo de servicio es que los turistas nacionales o extranjeros tengan un contacto directo con las labores que se realizan día a día en una granja, para que puedan justamente definir la diferencia entre su trabajo cotidiano y el trabajo agropecuario.

En la actualidad, en el Ecuador no se conoce profundamente acerca de programas agro turísticos, donde la naturaleza pueda ser aprovechada en su totalidad por el ser humano, para motivar en ellos la idea de protegerla y aprender a convivir con ella, para que en el futuro se sepa aprovechar los recursos naturales de una manera adecuada.

**Gráfico N° 6 Actividades del agroturismo**



Fuente: Barrera 2006

Elaborado por: Catherin Cecilia Carrera Gómez

En el grafico anterior se describe la clasificación de las actividades de agroturismo al que corresponde cada atractivo, en función al espacio.

## **10.2 Oferta Agro turística**

Para explicar el turismo en toda su extensión no podemos limitarnos al análisis de la demanda; es necesario conocer y delimitar conceptualmente también a la oferta. Ésta se define como el conjunto de productos turísticos (bienes, servicios, organizaciones, etc) puestos a disposición del usuario turístico en un destino determinado para su disfrute y consumo. En un destino turístico la oferta puesta a disposición de la demanda constituye algo más que la simple suma de los productos turísticos. Representa un todo integrado por productos, servicios no turísticos, imagen general del destino, características socio-culturales, medioambientales, etc.

## **10.3 Comercialización del agroturismo**

Una visión antropológica del turismo que adoptamos es la que lo considera como una forma de expansión económica, social, cultural, política y psicológica de las sociedades que genera excedentes y que ha potenciado el desarrollo de las comunicaciones y los desplazamientos humanos y con ello ha facilitado la ocupación de los espacios de ocio y descanso de esos grupos sociales (SANTANA, 1997).

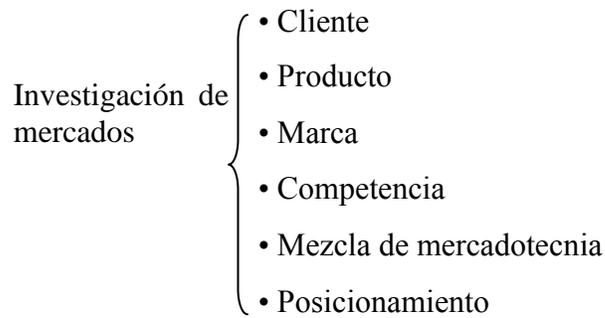
## **10.4 Estudio de mercado**

Los autores Cotrina y Saúl. (2005), puntualizan que; “El estudio de mercado es una herramienta de mercadeo que facilita la obtención de datos que serán analizados y procesados mediante herramientas estadísticas para obtener resultados de la aceptación o no de un producto dentro del mercado”. Considerando lo expuesto por el

autor la herramienta de investigación que se utilizan serán la encuesta, entrevista y las fichas de observación directa, los mismos que arrojarán datos significativos que servirá para el diseño de la ruta turismo de aventura.

Munch. (2012), define que “La investigación de mercados consiste en recopilar, analizar e interpretar en forma sistemática los datos relevantes del mercado mediante encuestas, cuestionarios, entrevistas y la aplicación de técnicas estadísticas”.

#### 10.4.1 Tipos de investigación de mercados



Las variables que intervienen en la investigación de mercados pueden ser:

- Incontrolables. Tendencias económicas, políticas y fiscales, movimientos sociales, historia, tradiciones, etcétera.
- Controlables. Empresa, producto, mezcla de mercadotecnia.
- Influciables. La población y los clientes.

De acuerdo con la metodología utilizada, la investigación de mercados puede ser:

**a. Cuantitativa.** Cuando los datos y la información se obtienen a través de encuestas, que se aplican a una muestra estadística representativa de un universo determinado, lo que permite hacer inferencias estadísticamente significativas.

**b. Cualitativa.** Los métodos de investigación se aplican a una población que no representa estadísticamente el universo del mercado meta. La investigación cualitativa suele abarcar pequeños grupos de consumidores; generalmente se emplea para mejorar la profundidad y certeza de los datos cuantitativos.

## **10.5 Oferta**

La Organización Mundial de Turismo OMT (2004), define como un; “Conjunto de productos turísticos y servicios puestos a disposición del usuario turístico en un destino determinado, para su disfrute y consumo”.

Ewaldo R. (2010), definen a la oferta como; “Las cantidades de un producto que los productores están dispuestos a producir a los posibles precios del mercado”. Y complementando ésta definición se puede decir que los productos de la ruta de turismo de aventura varían depende la cantidad de pasajeros, y el tiempo que se demora en realizar c/u de las actividades de aventura.

## **10.6 Demanda**

"Es la cantidad de bienes o servicios que el comprador o consumidor está dispuesto a adquirir a un precio dado y en un lugar establecido, con cuyo uso pueda satisfacer parcial o totalmente sus necesidades particulares o pueda tener acceso a su utilidad intrínseca" Ewaldo R., (2010). Concibiendo lo citado por el autor se determinó que para la ruta de turismo de aventura, de acuerdo a la información que dotaran las encuestas realizadas a turistas nacionales y extranjeros; será de vital importancia para conocer de cuáles serán los clientes de la ruta de turismo de aventura.

### **10.6.1 Demanda Turística**

Ewaldo R., (2010) El concepto de demanda está relacionado al proceso de toma de decisiones que los individuos realizan constantemente al planificar sus actividades de ocio y por lo tanto depende de muchos factores no sólo económicos sino también psicológicos, sociológicos, físicos y éticos.

Por otra parte, hay que distinguir también entre demanda efectiva o actual, demanda potencial, demanda diferida y la no demanda. A esto se suman cuestiones como la elasticidad de la demanda que imprime cierta conducta de comportamiento esperado del consumidor. Los determinantes económicos de la demanda pueden explicar la utilización por parte de los consumidores de determinados servicios concretos pero hay un conjunto de variables que pueden ejercer sobre ésta mayores efectos: motivaciones, factores psicológicos, costumbres, creencias, tiempo de ocio, estilos de vida, etc.

Sumado a ello es importante tener en cuenta que la decisión de compra se guía por una cautela mayor que para otros bienes de consumo ya que se trata de una inversión que no reporta nada tangible, tiene un costo considerable, y casi nunca se realiza de forma espontánea o caprichosa; hay un riesgo implícito.

En consecuencia la imagen que exista en la mente del consumidor sobre un destino potencial o un servicio concreto será decisiva para el proceso de toma de decisiones.

### **10.7 Plan de Marketing**

El plan de marketing es la herramienta básica de gestión que debe utilizar toda empresa orientada al mercado que quiera ser competitiva. En su puesta en marcha

quedarán fijadas las diferentes actuaciones que deben realizarse en el área del marketing, para alcanzar los objetivos marcados. Éste no se puede considerar de forma aislada dentro de la compañía, sino totalmente coordinado y congruente con el plan estratégico, siendo necesario realizar las correspondientes adaptaciones con respecto al plan general de la empresa, ya que es la única manera de dar respuesta válida a las necesidades y temas planteados.

En marketing, como en cualquier otra actividad gerencial, toda acción que se ejecuta sin la debida planificación supone al menos un alto riesgo de fracaso o amplio desperdicio de recursos y esfuerzos. Si una acción no planificada tiene éxito, nos deberíamos preguntar qué hubiésemos conseguido de más al operar bajo un plan. Intentar que un proyecto triunfe sin servirse de un plan de marketing es como tratar de navegar en un mar tempestuoso sin cartas marítimas ni destino claro.

El plan de marketing proporciona una visión clara del objetivo final y de lo que se quiere conseguir en el camino hacia la meta, a la vez informa con detalle de la situación y posicionamiento en los que nos encontramos, marcándonos las etapas que se han de cubrir para su consecución. Tiene la ventaja añadida de que la recopilación y elaboración de datos necesarios para realizar este plan permite calcular cuánto se va a tardar en cubrir cada etapa, dándonos así una idea clara del tiempo que debemos emplear para ello, qué personal debemos destinar para alcanzar la consecución de los objetivos y de qué recursos económicos debemos disponer.

### 3. MATERIALES Y MÉTODOS

#### 3.1 Localización y duración de la investigación

##### a. Localización

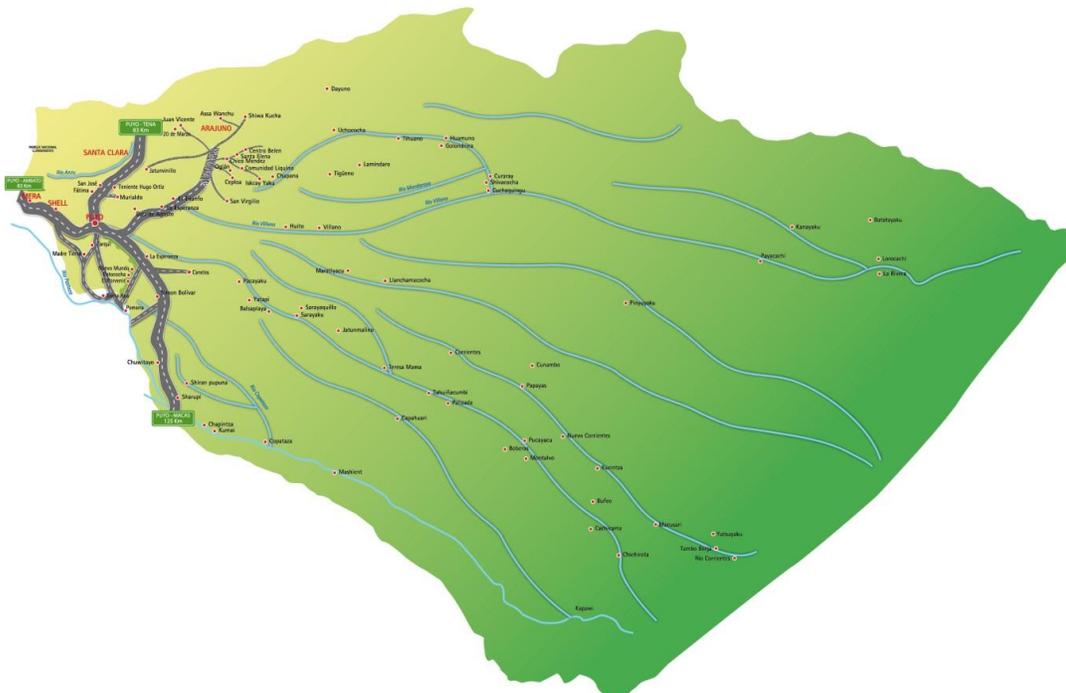
Pastaza es el Cantón más extenso del País con 9800 Km<sup>2</sup>. Puyo cabecera cantonal es una parada obligada para quienes desean ingresar a la selva, se encuentra en la amazonia ecuatoriana aproximadamente a una hora de Baños por una carretera de muy buena calidad desde el 2008.

**Capital:** Puyo

**Superficie:** 29.773,7 Km<sup>2</sup>

**Población:** 37.600 (INEC 2010) habitantes.

**Cantón:** Pastaza



**Gráfico N° 7 Mapa de Pastaza**

**Fuente:** Dirección Provincial del Ministerio de Turismo Pastaza

### **c. Ubicación Geográfica**

El clima es cálido, húmedo y uniforme durante todo el año. Se encuentra a 953m sobre el nivel del mar, a una latitud de 0° 59' -1" S y a una longitud de 77° 49' 0" W. El Puyo es una ciudad pequeña que en los últimos años ha aumentado notablemente su oferta turística con especial énfasis en las actividades ecológicas y de aventura.

Latitud: 0° 59' -1" S

Longitud: 77° 49' 0" W

Altitud: 953m

### **3.2 Condiciones meteorológicas**

El clima es muy húmedo y tropical, la temperatura media es de 25 grados centígrados.

Temperatura: 25 °C

Precipitación: 5000 mm (anuales)

Humedad relativa: 89%

El sistema orográfico de Pastaza se origina en la cordillera Oriental de los Andes, con los macizos que forman las estribaciones de Chalupas, del Condorazo. Así como de las cordilleras de Guayusa loma, de los Llanganates que forman parte de la llamada Tercera Cordillera, en la región Oriental.

Las principales elevaciones son el Cashaúrco con 1.170 metros de altura, el Habitahua (1.820 m) y el Tigre (1.850 m).

Los ríos que cruzan la provincia de Norte a Sur son: el Shiripuno y el Tigüiño, tributarios del Cononaco, que es el límite septentrional con la provincia de Napo. Entre los ríos más importantes están el Pastaza que en sus orígenes de las aguas del

Patate y el Chambo, cruza la cordillera Oriental de los Andes, forma la cascada de Agoyán y sale a la región Oriental para seguir por la planicie amazónica. Los ríos Pindoyacu y Conambo que corren por la planicie del centro oriente hasta unirse en el punto que comienza el río Tigre; el río Bobonaza que nace en las alturas de la cordillera de Siguin y continúa al Suroeste hasta unirse con el Pastaza; ríos igualmente importantes son el Curaray, Villano, Arajuno, Corrientes, Tigre, Copataza, entre otros.

### 3.3 Materiales y Equipos

| Materiales   | Equipos   |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Libretas de apuntes</li> <li>• Polígrafos</li> <li>• Lápices</li> <li>• Carpetas</li> <li>• Hojas</li> <li>• Impresiones</li> <li>• USB</li> <li>• Mapas</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• GPS</li> <li>• Computadora</li> <li>• Cámara de fotos</li> <li>• Cámara de video</li> <li>• Camping</li> </ul> |

**Fuente:** Trabajo de campo

**Elaborado por:** Catherin Cecilia Carrera Gómez

### 3.4 Factores de estudio

#### a. Variables, Dimensiones y Áreas, Indicadores

La variable es determinada característica o propiedad del objeto de estudio, a la cual se observa y/o cuantifica en la investigación y que puede variar de un elemento a otro del Universo, o en el mismo elemento si este es comparado consigo mismo al transcurrir un tiempo determinado. En unas situaciones se determina en qué cantidad está presente la característica, en otras, solo se determina si está presente o no. Bernal, (2010)

**Variable dependiente.-** Oferta agro turística. Es la de interés principal. Representa al desenlace o resultado que se pretende explicar o estimar en el estudio.

**Variable independiente.-** Estudio de potencialidad. Define la condición bajo la cual se examina a la variable dependiente. Puede, en determinado estudio, no existir variable independiente.

**b. Descripción de las Categorías Fundamentales**

**Variable Independiente**

- a) Diagnóstico situacional
- b) Rutas turísticas
- c) Turismo rural
- d) Potencialidades turísticas

**Variable dependiente**

- a) Plan de Marketing
- b) Estudio de mercado
- c) comercialización del Agroturismo
- d) Oferta agro turística

**d. Señalamiento de variables de la hipótesis**

**Variables**

- a) Estudio de potencialidades turísticas                      Variable independiente
- b) Oferta agro turística    Variable dependiente

**e. Operacionalización de variables**

A continuación se presenta el cuadro referente a la Operacionalización de las variables, enfocadas al cuestionario de la encuesta diseñada para la presente investigación.

**Cuadro N° 2 Estudio de Potencialidades turísticas**

| CONCEPTO   | CATEGORÍAS O DIMENSIONES       | INDICADORES  | ITEM BÁSICO   | TÉCNICAS E INSTRUMENTOS                                |
|--|--------------------------------|--|---|--|
| El estudio de las potencialidades es turísticas ponen en valor el recurso natural, diversificand o la oferta y convirtiéndol o en un atractivo turístico que brinde bienestar, comodidad, seguridad turística y por sobre todo alternativas de turismo en la provincia de Pastaza. | Superestructura                | Número y tipo de superestructura<br>Ejes viales<br>Medios de comunicación, señalización de carreteras  | ¿Considera que el agroturismo en la provincia de Pastaza cuenta con elementos necesarios para desarrollar actividades de calidad en el sector turístico?        | Encuesta (cuestionario)<br><br>Entrevista estructurada |
|  | Infraestructura                | Número y tipo infraestructura<br>Alojamiento<br>Alimentación<br>Transporte<br>Señalética turística<br>Senderos<br>Diagnóstico situacional  | ¿Considera que la supraestructura turística en Pastaza y por ende en las rutas turísticas utilizadas son adecuadas para ofertar las actividades de agroturismo? |  |
|  | Normas técnicas                | Capital Natural y cultural, Potencial vinculación de mercados nacionales e internacionales, diversidad de operación para el desarrollo de productos, capital humano disponible en el destino, institucionalidad que brinda certidumbre al turista. | ¿Cree que la el turismo rural cuenta con rutas adecuadas?<br>¿Un circuito turístico generaría un impacto positivo para el desarrollo agro turístico de Pastaza? |  |
|  | Matriz de valoración turística |  |   |  |

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Catherin Cecilia Carrera Gómez

**Cuadro N° 3 Oferta Agro turística**

| CONCEPTO  | CATEGORÍAS O DIMENSIONES   | INDICADORES   | ITEM BÁSICO  | TÉCNICAS E INSTRUMENTOS   |
|---|--|---|--|---|
| <p><b>En un enfoque para la oferta agro turística las actividades turísticas en el cual se privilegia la sustentabilidad, la preservación y la apreciación del medio (tanto natural como cultural) que acoge a los viajeros, por lo general se promueve como un turismo "ético", en el cual se presume como primordial el bienestar de las poblaciones locales.</b></p> | <p>Línea de productos</p> <p>Operaciones ecoturísticas</p> <p>Mercado</p> <p>Programa marketing de</p> | <p>Número de productos agro turísticos</p> <p>Número y tipo de operaciones agroturísticas</p> <p>Número y tipo de mercado</p> <p>Canales de comercialización y difusión</p> | <p>¿Cree que influirá positivamente la comercialización de una nueva ruta agro turística en Pastaza?</p> <p>¿Según su criterio, hasta la actualidad se ha estructurado algún circuito agro turístico que coadyuve al crecimiento del turismo provincial?</p> <p>¿Desde su enfoque, de qué manera se ha venido desarrollando el agroturismo en Pastaza?</p> <p>¿Considera necesario un programa de marketing para la comercialización de una nueva ruta agroturística?</p> <p>Medios a través de los cuales se enterarán de la oferta de Pastaza?</p> | <p>Encuesta (ficha-cuestionario)</p> <p>Entrevista estructurada</p> |

Fuente: MINTUR- Plandetur 2020

Elaborado por: Catherin Cecilia Carrera Gómez

### **3.5 Manejo de la Investigación**

Se realiza un trabajo investigativo bajo el enfoque cualitativo y cuantitativo, con la premisa de conocer la realidad que permita la optimización de resultados con veracidad y que éstos sean medibles para su análisis oportuno.

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

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

Por sus objetivos es aplicada, ya que su estudio en la zona de influencia puede ser implementado, para resolver problemas y necesidades investigadas. Por su alcance es descriptiva porque se va a narrar lo que acontece en la zona estudiada. Por su lugar es de campo-lugar de los hechos. Por su naturaleza es de acción, ya que se aplicará inmediatamente para solucionar los problemas que existen en el sector

#### **a. Métodos de investigación**

Tomando como referencia a Bernal, (2010), la investigación cuantitativa utiliza generalmente los siguientes instrumentos y técnicas para la recolección de información. A través de;

- Encuestas, Observación directa y Entrevistas

De acuerdo a la investigación planteada se utiliza la técnica de recolección de información que es la encuesta, para lo que se elaboró un cuestionario estructurado con preguntas abiertas y cerradas, dirigidas a turistas nacionales y extranjeros que visitan el cantón Pastaza.

Además, para el análisis estadístico se utilizó los datos obtenidos, utilizando programas computarizados como el Excel y SPSS.

EL SPSS es un conjunto de programas orientados a la realización de análisis estadísticos. Nos permite realizar análisis y gráficos estadísticos sin tener que conocer la mecánica de los cálculos ni la sintaxis de los comandos del sistema. (Merino, 2005)

Según el autor antes mencionado determina, que la investigación de tipo cualitativo utiliza sobre todo los siguientes instrumentos o técnicas, de acuerdo con el problema objeto de la investigación que se va realizar.

Estas técnicas son;

- Encuesta estructurada
- Observación sistemática y no sistemática
- Inventarios y listados de atractivos registrados

Según nuestra investigación se utilizará la técnica de recolección de información tales como; la observación directa y la encuesta.

**La observación directa:** La observación directa consiste en la descripción detallada de todo lo visto de cada atractivo turístico, y que estará aplicado en base a la ficha de inventario de atractivos turísticos del Ministerio de Turismo del Ecuador.

## b. Población y muestra

### 1. Población

El concepto de población en estadística va más allá de lo que comúnmente se conoce como tal. "Una población es un conjunto de todos los elementos que estamos estudiando, acerca de los cuales intentamos sacar conclusiones". (Levin & Rubin. 1996)

Toda población necesita ser limitada en forma precisa es decir en grupos que coadyuven a la observación de elementos y fenómenos a ser investigados, se debe por lo tanto determinar si cabe investigar a todos o solo a una parte de los involucrados, para esta investigación se ha considerado dos grupos de población: Turistas nacionales y extranjeros.

La información entregada por la Dirección Provincial del Ministerio de Turismo, se considera como parcial, debido a que la misma se recogió únicamente durante los feriados nacionales, en tal virtud se establece que los 12.584 turistas que visitaron Pastaza corresponde a una población infinita. (Ver cuadro 4)

**Cuadro N° 4 Número de turistas que visitan la ciudad de Puyo**

| Turistas registrados por el MINTUR de la ciudad de Puyo (Feriados del año 2012) |                        |               |
|---|------------------------|---------------|
| Turistas  | Feriados               | Número        |
| Nacionales y Extranjeros.   | Carnaval               | 3.933         |
| Nacionales y Extranjeros.   | Semana santa (Abril)   | 1.081         |
| Nacionales y Extranjeros.   | 24 Mayo                | 1.085         |
| Nacionales y Extranjeros.   | 10 Agosto              | 2.502         |
| Nacionales y Extranjeros.   | Noviembre (Finados)    | 3.171         |
| Nacionales y Extranjeros.   | Diciembre (Navidad)    | 172           |
| Nacionales y Extranjeros.   | Fin de Año y Año nuevo | 640           |
| <b>TOTAL</b>  |                        | <b>12.584</b> |

Fuente: Mintur-Pastaza (2012)

Elaborado por: Catherin Cecilia Carrera Gómez

## 2. Muestra

La muestra es una representación significativa de las características de una población, que bajo, la asunción de un error (generalmente no superior al 5%) se estudió las características de un conjunto poblacional mucho menor que la población global. Donde el tipo de muestra a aplicarse es infinita.

"Una muestra es una colección de algunos elementos de la población, pero no de todos". (Levin & Rubin, 1996)

### Cuadro N° 5 Fórmula para cálculo de la muestra

| FÓRMULA PARA CALCULAR EL TAMAÑO DE LA MUESTRA: POBLACIÓN FINITA |           |   |
|---|-----------|---|
| CONDICIONES   |           | FÓRMULA                                     |
| Población:  | Finita    | $n = \frac{Npq}{(N-1)\frac{e^2}{z^2} + pq}$ |
| Muestreo:   | Aleatorio |   |
| Tamaño de la Población:   | 12.584    |   |
| Nivel de Confianza:   | 95%       |   |
| Estadístico de prueba al 95.5% de confianza (Z):                | 1,96      |   |
| Probabilidad de Éxito (p):                                      | 0,5       |   |
| Probabilidad de Fracaso (q):                                    | 0,5       |   |
| Error Máximo (e):   | 5,0%      |   |
| Tamaño de la Muestra (n):                                       | 373       |   |

Elaborado por: Catherin Cecilia Carrera Gómez

### 3.1.5 Determinación del tamaño de la muestra

Para el cálculo de la muestra se realizó el siguiente procedimiento:

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

n= Tamaño de la Muestra

Z= Nivel de Confianza (1,96)

P= Probabilidad de ocurrencia 0,5

Q= Probabilidad de no ocurrencia 1-0,5=0,5  
 N= Población 12584  
 e= Error de muestreo 0,05 (5%)

**Entonces:**

$$n = \frac{(0,5)(0,5)(12584)}{(12584-1)\left[\frac{0,06}{1,69}\right]^2 + (0,5)(0,5)}$$

$$n = \frac{3132,5}{8,403}$$

$$n = \mathbf{373}$$

Total de la muestra es de 373 encuestas; que se aplicará a los turistas que visitan la provincia de Pastaza identificados.

### 3. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Las técnicas e instrumentos aplicados para la presente investigación permitirá realizar la recopilación de datos de acuerdo a los objetivos planteados en la investigación.

Se utiliza la técnica de **análisis documental** para la elaboración del marco teórico; la técnica de la **encuesta y entrevista estructurada**, aplicada a turistas y dueños o administradores de los proyectos agro turísticos de Pastaza respectivamente para conocer la realidad del servicio con que cuenta el agroturismo y las dificultades que tienen para su desarrollo; **la observación primaria**, para localizar bienes y servicios que presta el atractivo en cuanto a infraestructura, entorno, accesibilidad y actividades.

Posteriormente con la calificación de los indicadores en la **matriz de valoración turística** se identificaron los atractivos potenciales para el desarrollo de la modalidad agro turística.

#### 4. Plan de Recolección

**Cuadro N° 6 Plan de recolección de la información**

| <b>PREGUNTAS BÁSICAS</b>                | <b>EXPLICACIÓN</b>  |
|---|---|
| 1.- ¿Para qué?                          | Para alcanzar los objetivos de la misma investigación                                     |
| 2° ¿De qué personas u objetos?          | Turistas y viajeros y Propietarios o gerentes de los proyectos agro turísticos de Pastaza |
| 3° ¿Sobre qué aspectos?                 | Potencialidad turística<br>Oferta agro turística  |
| 4° ¿Quién? ¿Quiénes?                    | La investigadora  |
| 5° ¿A quiénes?                          | Turistas y viajeros y Propietarios o gerentes de los proyectos agro turísticos de Pastaza |
| 6° ¿Cuándo?                             | Primer semestre 2013  |
| 7° ¿Dónde?                              | En la provincia de Pastaza  |
| 8° ¿Cuántas veces?                      | Una vez   |
| 9° ¿Cómo?<br>¿Qué técnicas de relación? | Encuestas   |
| 10° ¿Con qué?                           | Cuestionario  |

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Catherin Cecilia Carrera Gómez

La recolección de información contempla estrategias metodológicas requeridas por los objetivos e hipótesis de la presente investigación para ello podremos considerar lo siguiente:

- a) Definir los personas a ser investigadas, en este caso la población total del estudio
- b) Las técnicas que se han empleado para recoger la información necesaria para el estudio fue:
  - Documental
  - Observación
  - Encuesta

- Entrevista estructurada
- c) Instrumentos seleccionados para la investigación como:
- Fichas de inventario de atractivos turísticos
  - Mapas
  - Registros específicos

Para la encuesta: Cuestionario estructurado

- d) Selección de recursos de apoyo ( equipos de trabajo)
- e) Explicación de procedimientos para la recolección de la información, como aplicarlos, condiciones de tiempo y espacio.

El siguiente cuadro detalla el procedimiento para la recolección de datos:

**Cuadro N° 7 Plan para la recolección de información**

| ETAPAS   | PASOS  |
|--|--|
| <b>Definición de los objetivos y del instrumento</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Revisión y análisis del problema de investigación.</li> <li>• Definición del propósito del instrumento</li> <li>• Revisión bibliográfica y trabajos relacionados con la construcción del instrumento.</li> <li>• Consulta a expertos de la construcción del instrumento.</li> <li>• Determinación de la población</li> <li>• Determinación de los objetivos, contenidos y tipo de ítems del instrumento.</li> </ul> |
| <b>Diseño del instrumento</b>                        | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Construcción de los ítems</li> <li>• Estructuración del instrumento</li> <li>• Redacción del instrumento</li> </ul>   |
| <b>Ensayo piloto del instrumento</b>                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sometimiento del instrumento a juicio de expertos.</li> <li>• Revisión de instrumentos y nueva redacción conforme a las recomendaciones</li> <li>• Aplicación del instrumento a una muestra piloto</li> <li>• Análisis de resultados</li> </ul>   |
| <b>Elaboración definitiva del instrumento</b>        | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Redacción definitiva de resultados</li> </ul>   |

**Fuente:** Trabajo de campo

**Elaborado por:** Catherin Cecilia Carrera Gómez

## **5. Procesamiento y análisis**

Es necesario planificar el procesamiento de la información a recogerse

Procesamiento:

- Revisión crítica de la información recogida
- Repetición de la recolección de ciertos casos individuales
- Tabulación de cuadros según variables de cada hipótesis
- Representaciones gráficas
- Confiabilidad y validez

## **6. Desarrollo de los objetivos específicos**

Para desarrollar cada uno de los objetivos se aplicó técnicas e instrumentos para cada uno de los objetivos, como son; matriz de valoración de atractivos turísticos, ficha de inventarios de atractivos turísticos del Mintur, encuestas, entrevistas, observación directa en el campo, GPS, programas estadísticos como; El Excel y SPSS v19.

### **a. Análisis de los atractivos turísticos naturales**

Revisión del inventario de atractivos turísticos de la Dirección Provincial del Ministerio de Turismo de Pastaza.

De esta manera se prioriza los atractivos turísticos naturales de acuerdo a su categoría, tipo, sub tipo; así como la jerarquía.

También se aplicó la matriz de valoración en base a indicadores para cada uno de los atractivos turísticos naturales **Anexo 3** y de esta manera conocer la potencialidad con los que cuentan los atractivos naturales que conforma la ruta de agroturismo.

## **4. RESULTADOS**

### **4.1 Diagnóstico situacional del agroturismo en la provincia de Pastaza**

El agroturismo debe considerar elementos fundamentales dentro de los aspectos sociales, económicos, culturales y ambientales, así como la corresponsabilidad entre los actores locales y los turistas, por ello es necesario concebir un modelo de turismo basado en la valorización del patrimonio natural y cultural como generador de valor agregado para las poblaciones locales, afirmando la necesidad de revertir el modelo de consumismo por un modelo de desarrollo social, con identidad, económico y ambientalmente sostenible.

#### **4.1.1 Identificación de escenarios externos**

##### **a. Escenario Social**

#### **Identidad Cultural - Población**

De acuerdo al último Censo del año (2010), arroja un resultado final sobre la población de la provincia de Pastaza, donde se determinó que existen **83.933** habitantes, distribuidos estos en **42.260** hombres, equivalente al **50,35 %** y **41.673** mujeres representando el **49,65%**, con respecto al Censo realizado por el INEC en el (2001), se incrementa **22.154** habitantes, con un equivalente al **26,39 %**, describiéndose por rango de edades en el cuadro a continuación.

**Cuadro a. Población de la Provincia de Pastaza por edades**

| Rango de edad    | 2001          | %             | 2010          | %             |
|------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| De 95 y más años | 133           | 0,2%          | 38            | 0,0%          |
| De 90 a 94 años  | 161           | 0,3%          | 79            | 0,1%          |
| De 85 a 89 años  | 220           | 0,4%          | 212           | 0,3%          |
| De 80 a 84 años  | 356           | 0,6%          | 443           | 0,5%          |
| De 75 a 79 años  | 525           | 0,8%          | 603           | 0,7%          |
| De 70 a 74 años  | 734           | 1,2%          | 928           | 1,1%          |
| De 65 a 69 años  | 912           | 1,5%          | 1.413         | 1,7%          |
| De 60 a 64 años  | 1.211         | 2,0%          | 1.785         | 2,1%          |
| De 55 a 59 años  | 1.407         | 2,3%          | 2.150         | 2,6%          |
| De 50 a 54 años  | 1.942         | 3,1%          | 2.764         | 3,3%          |
| De 45 a 49 años  | 2.229         | 3,6%          | 3.464         | 4,1%          |
| De 40 a 44 años  | 2.983         | 4,8%          | 3.907         | 4,7%          |
| De 35 a 39 años  | 3.614         | 5,8%          | 5.008         | 6,0%          |
| De 30 a 34 años  | 4.026         | 6,5%          | 5.699         | 6,8%          |
| De 25 a 29 años  | 4.595         | 7,4%          | 6.722         | 8,0%          |
| De 20 a 24 años  | 5.508         | 8,9%          | 7.519         | 9,0%          |
| De 15 a 19 años  | 7.030         | 11,4%         | 9.248         | 11,0%         |
| De 10 a 14 años  | 7.354         | 11,9%         | 10.208        | 12,2%         |
| De 5 a 9 años    | 8.373         | 13,6%         | 11.013        | 13,1%         |
| De 0 a 4 años    | 8.466         | 13,7%         | 10.730        | 12,8%         |
| <b>Total</b>     | <b>61.779</b> | <b>100,0%</b> | <b>83.933</b> | <b>100,0%</b> |

Fuente: INEC (2010)

Con respecto al **Patrimonio Cultural**, en la provincia de Pastaza se identifican siete nacionalidades indígenas, las mismas que se describen a continuación.

**Cuadro b. Nacionalidades**

| Nacionalidad | Habitantes | Comunidades | Idioma          |
|--------------|------------|-------------|-----------------|
| Achuar       | 1959       | 28          | Achuar          |
| Shiwiar      | 698        | 8           | Shiwiar         |
| Kichwa       | 20000      | 131         | Kichwa          |
| Wahorani     | 1495       | 36          | Wao Terero      |
| Shuar        | 5000       | 27          | Shuar chicham   |
| Zápara       | 200        | 4           | Kichwa y Zápara |
| Andoas       | 500 a 600  | 1           | Kichwa          |

Fuente: Plan de Desarrollo y ordenamiento territorial de la provincia de Pastaza al año 225

**Sitios Culturales**, la cosmovisión de los indígenas amazónicos tiene una especial característica, esto debido a las costumbres y tradiciones de cada nacionalidad, el vínculo con la naturaleza, su habitat, su idioma, sus relaciones interpersonales y familiares; considerar a la naturaleza como su casa, fuente de medicina, alimentación y vestimenta, ha hecho que se generen distintos lugares con valor cultural, como lo son las cascadas, ríos, montañas, lagunas, petroglifos, saladeros, cavernas, bosque entre otros. Estos sitios de acuerdo a cada nacionalidad se convierten en fuentes de sabiduría y poder, los mismos que han sido aprovechados para la realización de turismo comunitario y agroturismo como es el caso la comunidad Cotococha e Indichuris, entre otras.

#### **b. Servicios Sociales**

Agua para el consumo humano, en la provincia de Pastaza el 12490 personas se abastecen de la red pública de agua; siendo la principal fuente de abastecimiento de agua las que son tomadas directamente de los ríos, quebradas o pozos INEC (2010); Sin embargo solamente en el área urbana existe un proceso de agua segura entubada, ubicada en el cantón Pastaza, con un mínimo tratamiento, en el sector rural el agua es captada y entubada sin ningún tratamiento.

**Salud**, el programa de salud en la provincia de Pastaza no cubre las aspiraciones de la población, pues las unidades hospitalarias no brindan el servicio deseado y tampoco cubren la demanda de servicios con especialidades.

No así, en las comunidades rurales de la provincia no cuentan con la infraestructura necesaria, pues existe un déficit total de médicos especialistas, la no disponibilidad de medicinas, camas para el reposo de los pacientes, equipos técnicos para el tratamiento de los enfermos. De acuerdo a la información proporcionada por la Dirección Provincial de Salud, existe como proyección, construir un centro de salud del día, con 6 camas; esto significa, que solo se atenderá al paciente en el día, sin que tenga

opción a reposo más de un día en las zonas rurales donde se realizan brigadas médicas mensuales.

La provincia de Pastaza, por encontrarse en un lugar estratégico de la Amazonía, merece disponer de un hospital, con médicos especialistas, medicinas, camas, esto debido a la distancia con la capital del Ecuador, aunque es importante destacar que el gobierno nacional se encuentra invirtiendo en un nuevo hospital y rehabilitando el antiguo hospital de Puyo.

En el caso de la medicina odontológica, el Gobierno Nacional se encuentra en proceso de emprender el Programa “comunidades libres de caries”, para lo cual deben iniciar con el seguimiento a la madre embarazada, hasta el cuidado de su hijo a la edad de seis años. La prevención, es una de las etapas fundamentales para el buen cuidado y la salud bucal en las comunidades de la provincia de Pastaza.

**Alcantarillado**, la provincia de Pastaza se caracteriza por su gran extensión en territorio, dificultándose el acceso de vías a varias comunidades y por esto los principales servicios básicos como el alcantarillado, que cabe destacar que este servicio se lo encuentra únicamente en las zonas urbanas de los cantones y con pocos focos de inversión parroquial que igualmente se enfocan únicamente en la parte urbana de las mismas, con grandes deficiencias técnicas (colapso de las cajas de revisión) y sin ningún tipo de tratamiento que ha obligado a la Municipalidad del cantón Pastaza que es el más grande de la provincia de Pastaza a realizar los estudios para el nuevo sistema de alcantarillado público con un proceso amigable con el medio ambiente y que cubrirá el 62% de la cabecera cantonal con una proyección a 20 años horizonte.

**Mortalidad y Morbilidad**, de acuerdo a la información facilitada por la Dirección Provincial de Salud - Pastaza (2011), muestra como resultado final que la tasa de mortalidad y morbilidad se encuentra en un nivel bajo, sin embargo arroja como

principales causas de morbilidad las siguientes: Amigdalitis Aguda, Infección Bacteriana de sitios no Especificado, bronquitis aguda, amebiasis intestinal aguda, dermatofitosis, gastritis y duodenitis, neumonía, conjuntivitis.

**Educación**, Según información de la Dirección de Educación de la Provincia de Pastaza, se determina que existen **70** centros educativos de los cuales el **92,85%** se encuentran en área rural con una población estudiantil de **2679** alumnos(a), por lo que en el nivel básico existen 45 establecimientos, en el básico/bachillerato existen 10 unidades y en el inicial/básico existen 14 unidades con apenas 1 unidad educativa localizada en área rural. Sin embargo en el área urbana de acuerdo a los radios de influencia de los centros educativos existiría una cobertura adecuada con algunas limitaciones para las zonas de expansión futura, pero de acuerdo a los procesos de consolidación urbana y a su relación con otros centros poblados cercanos se debe reservar suelo con estos fines. Sus construcciones están hechas en hormigón armado y en las zonas rurales de acceso aéreo predominan las construcciones en madera con cubierta de zinc. Por lo tanto el mayor déficit se presenta en el nivel inicial/básico/bachillerato del área rural, otro déficit se presenta en el área urbana en el nivel básico/bachillerato.

**Medio de Comunicación Social**, actualmente en Pastaza frecuentemente se escucha emisoras de la ciudad de Puyo (Radio Puyo), Radio MIA, Aventura, Tropical, Nina Radio, Radio Comunitaria Wahorani, entre otras con una variada programación. Con respecto a la señal de televisión se capta a través antenas satelitales, de manera familiar, la cobertura del servicio de internet, es muy restringida en las zonas rurales, pues sin embargo solamente se registra este servicio en las cabeceras cantonales y parroquias aledañas a la capital provincial; quedando el resto de la población totalmente desatendida de este servicio, que día a día gana importancia en el desarrollo tecnológico informático. La comunicación entre comunidades, se la realiza por sistemas intermodales, los cuales tienen sus deficiencias por falta de energía y señal, añadiendo que no todas las comunidades disponen de este servicio. El medio

de comunicación escrito es nulo, por la distancia, geografía y sistema de interconexión vial.

#### **c. Escenario Político**

Los gobiernos locales, especialmente los Municipios de los cantones de la provincia de Pastaza, empiezan a impulsar una gestión turística que propone una política adicional a la tradicional provisión de servicios de saneamiento básico y enfrentan nuevas responsabilidades al desarrollo comunitario acertado.

La gestión turística se basa en las políticas generales de desarrollo sustentable a nivel de país para la explotación racional del patrimonio natural y cultural que el estado implementa en su Plan Nacional del Buen Vivir, como parte de los objetivos nacionales permanentes y las metas de desarrollo; aterrizando en acciones concretas en el PLANDETUR 2020, la capacitación del personal operativo permanente, acceso a créditos, soporte técnico y más acciones que implican el desarrollo del turismo en el país, especialmente en el campo comunitario, agriturismo y rutas nacionales.

#### **d. Escenario Ambiental / Ecológico**

**Sistema Ecológico Ambiental,** Pastaza por estar localizada en el corazón de la Amazonía goza de una variedad de climas por contar con varios pisos climáticos que determinan las temperaturas y precipitaciones, el clima templado distingue tres zonas, en las cuales la temperatura varía, esto se debe a la topografía de la provincia y la variación de altitud; la zona alta (entrada vial de la provincia por la ruta Ambato - Puyo) se mantiene una temperatura media entre 20 y 22 °C, siendo esta la zona más alta y con una topografía irregular, encontrándose quebradas de alturas considerables, la zona media, que se distribuye en mayor porcentaje, cubriendo casi en su totalidad la zona del cantón Arajuno y Santa Clara, mantiene una temperatura media entre 22 y 26 °C, en este sector la topografía es casi regular, y por último la zona baja, zona de

frontera con el Perú, mantiene una temperatura media entre 26 y 28 °C. Datos tomados y modificados según PDOT- PASTAZA (2011).

**Hidrografía**, el sistema hidrográfico de la provincia de Pastaza está conformado por los siguientes ríos: Pastaza, Tigre, Anzu, Curaray, Puyo, Bobonaza, Copataza, Karameneno, Monderoyacu, Tihuino, Shiripuno, Ashmahuayacu, Arajuno, Nushiño, Orlan, Villano, Wapuno, Conaco, entre otros, sin embargo las del río Pastaza, Bobonaza, Copataza, Villano y Arajuno son consideradas las cuencas más importantes, por su relevante factor que favorece al transporte fluvial, para la conexión comercial y relacional comunitaria, tomando en consideración la del Curaray por su extensión.

**Biodiversidad**, la flora se desarrolla bajo condiciones ambientales óptimas para la vida, dispone de temperaturas templadas durante todo el año y abundante precipitación. No hay estaciones de crecimiento e hibernación como en las zonas templadas de los hemisferios norte y sur, aunque si se observa estacionalidad que afecta el ritmo de los procesos biológicos de las especies de manera particular.

En la provincia de Pastaza, el Parque Nacional Yasuní tiene relevante importancia, ya que cuenta con una lista de **1.576** especies de plantas identificadas, de éstas **1,498** es decir el **(95%)** corresponden a las Angiospermas (plantas vasculares con flores). Este gran grupo está formado por **1.247** especies de Dicotiledóneas, como Fabaceae, Rubiaceae, Moraceae y Melastomataceae; y **251** de Monocotiledóneas, entre las más abundantes y diversas son las Araceae, las palmas y las orquídeas. Además están registradas más de **450** especies de lianas y **313** especies de plantas vasculares epífitas, lo que ha logrado que el parque posea un récord mundial para tierras bajas en el número de epífitas por parcela estudiada.

**Cuadro c. Plantas útiles para reforestación**

| N  | FAMILIA        | NOMBRE             | NOMBRE CIENTÍFICA          |
|----|----------------|--------------------|----------------------------|
| 1  | Burceraceae    | Copal              | Dacryodes peruviana        |
| 2  | Meliaceae      | Cedro              | Cadrellaodorata            |
| 3  | Clusiaceae     | Machare, yapi      | Symphoniaglobulifera       |
| 4  | Ochneaceae     | Lengua de vaca     | Cespedeziaspatulata        |
| 5  | Flacourtiaceae | Punta de lanza     | Tatrathylaciummacropryilum |
| 6  | Podocaraceae   | Romerillo. olivo   | Podocarpusolaifolius       |
| 7  | Miristicaceae  | Shempo, tzemfo     | Viola surinamensis         |
| 8  | Polygonaceae   | Tangarana          | Triplaris americana        |
| 9  | Mimosaceae     | Porotillo, payandé | Mimosa dulcís              |
| 10 | Borraginaceae  | Laurel             | Cordiaalliodora            |

FUENTE: MAGAP (2008)

**Cuadro e. Plantas comestibles utilizadas para el agroturismo**

| N. Común               | N. Científico                  | Usos                                      |
|------------------------|--------------------------------|---|
| <b>Canela</b>          | <i>Cinnamomun zeilanicum</i>   | Para el dolor de cabeza y estomago        |
| <b>Col de monte</b>    | <i>Anthurium emines</i>        | La savia contra los parásitos subcutáneos |
| <b>Achiote</b>         | <i>Bixa Orellana</i>           | Alimentación y cosmetología               |
| <b>H. luisa</b>        | <i>Aloysia citriodora</i>      | Tratar la fiebre                          |
| <b>Camacho</b>         | <i>Xanthosoma facquimi</i>     | Dolor del corazón                         |
| <b>Jengibre</b>        | <i>Zingiber officinale</i>     | Para la tos                               |
| <b>Sangre de drago</b> | <i>Corton lechleri</i>         | Inflamación, hernia                       |
| <b>Ajo de monte</b>    | <i>Mansoa alliceae</i>         | Dolor del cuerpo                          |
| <b>Zaragoza</b>        | <i>Aristolochia constricta</i> | Dolor corazón, fiebre                     |
| <b>Tulipán</b>         | <i>Liliaccae.</i>              | Para el cólera                            |
| <b>Cedro</b>           | <i>Cedrela odorata</i>         | Parkinson                                 |
| <b>Pambil</b>          | <i>Chamaerops humilis</i>      | Se saca palmito                           |
| <b>Yuca</b>            | <i>Manihot esculenta</i>       | Chicha, alimento básico                   |
| <b>Plátano</b>         | <i>Musa paradisiaca</i>        | Fruto                                     |
| <b>Papa china</b>      | <i>Ipomoea batatas</i>         | Papa grande                               |
| <b>Guineo</b>          | <i>Mussa sp.</i>               | Fruta                                     |

|                  |                              |                    |
|------------------|------------------------------|--------------------|
| <b>Piña</b>      | <i>Ananas comosus</i>        | Fruto              |
| <b>Mandarina</b> | <i>Citrus reticulata</i>     | Fruto              |
| <b>Caimito</b>   | <i>Cheysophyllum caimito</i> | Fruta              |
| <b>Aguacate</b>  | <i>Persea americana</i>      | Fruto              |
| <b>Uva</b>       | <i>Vitis vinifera</i>        | Fruto              |
| <b>Caña</b>      | <i>Saccharum officinarum</i> | Jugo, miel, panela |
| <b>Naranja</b>   | Jugo, mermelada              |                    |
| <b>Camote</b>    | <i>Ipomoea batata</i>        | Fruto              |
| <b>Guayaba</b>   | <i>Psidium littorale</i>     | Fruto              |
| <b>Papaya</b>    | <i>Carica papaya</i>         | Fruto              |
| <b>Guaba</b>     | <i>Inga ruziana</i>          | Fruto              |
| <b>Ají</b>       | <i>Capsicwn chínese</i>      | Fruto              |

FUENTE: MAGAP (2008)

| <b>Especies maderables</b> |                               |                           |
|----------------------------|-------------------------------|---------------------------|
| <b>N. Común</b>            | <b>N. Científico</b>          | <b>Usos</b>               |
| <b>Pilche</b>              | <i>Crescentia cujete</i>      | Se elabora el pilchi      |
| <b>Copal</b>               | <i>Elaphrium copalliferum</i> | Se extrae la resina       |
| <b>Chuncho</b>             | <i>No identificado</i>        | No identificado           |
| <b>Pambil</b>              | <i>Chamaerops humilis</i>     | Letillas, anillo de vigas |
| <b>Canelo</b>              | <i>Pimenta dioca</i>          | Preparación de tablas     |
| <b>Cedro</b>               | <i>Cedrel sp</i>              | Construcción de canoas    |
| <b>Moral</b>               | <i>Chioraphora tintórea</i>   | Construcción de casas     |

FUENTE: MAGAP (2008)

| <b>Especies artesanales</b> |                           |                             |
|-----------------------------|---------------------------|-----------------------------|
| <b>N. Común</b>             | <b>N. Científico</b>      | <b>Usos</b>                 |
| <b>Paja toquilla</b>        | <i>Genoma poliandra</i>   | Paja principal              |
| <b>Bambú</b>                | <i>Gadua angustifolia</i> | Estuche para guardar dardos |
| <b>Achiote</b>              | <i>Bixa orellana</i>      | Barniz de color             |
| <b>Chonta</b>               | <i>Iriartea deltoidea</i> | Realizar bodoqueras         |

FUENTE: MAGAP (2008)

La fauna representativa de la provincia de Pastaza está compuesta por: invertebrados, anfibios, reptiles, aves, mamíferos y peces, los cuales se desarrollan progresivamente dada las condiciones climáticas y abundante producción de alimento en los bosques naturales, uno de los motivos por el cual el Parque Nacional Yasuní es tan conocido globalmente, es sin duda por ser uno de los lugares más diversos del mundo. Aquí se han registrado alrededor de **567** especies de aves, **173** especies de mamíferos, siendo el **43%** de todas las especies de mamíferos del Ecuador; posee **13** primates, conteniendo los **3** primates más grandes y más cazados, monos lanudos (chorongos), monos araña (maquisapas) y monos aulladores (cotos), alrededor de **105** anfibios, **83** reptiles y **382** peces de agua dulce, más de **100.000** insectos por hectárea. El Yasuní protege cerca del **40%** de todas las especies de mamíferos de la cuenca amazónica y el **90%** de los mamíferos encontrados en la Amazonía ecuatoriana. Este alto porcentaje es notable considerando que los **9.820 km<sup>2</sup>** del parque son una miniatura frente a los **6'683.926** kilómetros cuadrados que tiene la cuenca amazónica. Tomado de Proyecto Yasuní ITT (2011)

#### **e. Contaminación Ambiental**

**Explotación Minera**, considerando a la explotación minera, la extracción de petrolero, dichas actividades en la provincia de Pastaza no cuentan con los requisitos legales para la explotación, entre ellos está la autorización ambiental por el Ministerio del Ambiente y la concesión minera por el Ministerio de Minas. Actualmente se está realizando una explotación sin el cumplimiento de las normas legales y ambientales, lo que puede desencadenar procesos judiciales legales. Por la falta de un plan de manejo ambiental mínimo, la explotación se la realiza sin ningún control, afectando al cauce de cuencas hídricas, erosión de los suelos, creación de taludes y afectación a la biodiversidad del cantón.

**Residuos Sólidos**, la contaminación producida por los residuos sólidos, requiere de mucha atención, la mala disposición de los mismos afecta a las cuencas hídricas, suelos, llegando a ser fuente de propagación y generación de enfermedades, además de que como fuente contaminante, reduce la calidad de las aguas y de los suelos, disminuyendo o eliminando su potencial uso, sin embargo en las comunidades rurales los residuos sólidos son dispuestos al aire libre, no poseen un lugar de destino, estos lo realizan a las afueras de las viviendas, sin ningún tipo de control. En las zonas urbanas de los cantones y parroquias urbanas se dispone de recolección de basura y su respectivo botadero, pero este no cumple con las normativas, sobre todo de impermeabilización y tratamiento de los lixiviados, convirtiéndose en un potencial contaminante y propagador de enfermedades.

**Aguas Servidas**, La mala disposición de estas aguas a nivel provincial es la principal fuente de contaminación de los suelos y cuencas hídricas en la Amazonía, ya que en las comunidades las excretas y aguas servidas son vertidas al aire libre, en el mejor de los casos con una tubería de que conduzca las aguas desde la vivienda a su disposición final. La carencia de sistemas de alcantarillado en las comunidades y de sistemas de tratamiento es en un 100%. No así en las cabeceras cantonales, donde el sistema de alcantarillado es colapsado y no se dispone de una planta de tratamiento de aguas servidas, este es un factor importante en la contaminación de los Ríos Puyo, Pindo Grande, Pindo Chico, Sandalias, entre muchos otros que sirven de botaderos y desemboque de las aguas servidas, incumpliendo las normas ambientales, que exigen parámetros límites para descargas en un cuerpo de agua dulce.

#### **f. Escenario Económico**

**Principales actividades económicas**, La economía provincial se caracteriza por la presencia del grupo de mestizos quienes se encuentran en su mayoría en la cabecera provincial quienes se dedican a proyectos de emprendimiento y sector público y los siete grupos étnicos bien diferenciados, los Kichwa, Shuar, Achuar, Shiwiar, Zápara,

Andoas y Waorani; quienes a su vez se dedican a las actividades agrícolas con la producción de yuca, plátano, papa china, cacao, maní, maíz, frutales, y artesanías como: canastos, coronas, shicras, manillas, collares, aretes, mocaguas, cintas de cabeza, quienes luego de asegurar lo necesario para la alimentación de la familia para cada día, los excedentes lo destinan al mercado.

**Actividad Turística,** Pastaza es una de las provincias que posee mayores atractivos turísticos, lastimosamente, por falta de voluntad política no se ha promocionado este gran potencial, que en el futuro será la base de la economía de los pueblos indígenas de la amazonia. Las comunidades a través de sus líderes, buscan una nueva manera de organización, es así que, en el 2007 sin el apoyo de las autoridades se crea la “Red de Centros Turísticos Comunitarios del Cantón Arajuno”, teniendo aproximadamente **3.660** beneficiarios directos, además existe una fuerte inversión a nivel de la cabecera provincial en la planta turística, tales como hoteles, restaurantes, centros de recreación, paraderos, entre otros que se ajustan al agroturismo, turismo de recreación, turismo de aventura, entre otros.

**Actividad Artesanal,** Igual que la producción en las chacras realizada en las comunidades de la provincia de Pastaza, la artesanía es una de las actividades que ha generado economía en el sector urbano provincial, ya que se han creado almacenes de artesanías: kichwa, Shuar, waorani y zaparos, así como también la comercialización de la balsa. Esta actividad se encuentra por lo general bajo la responsabilidad de las mujeres y los hombres, quienes con sus hábiles manos elaboran: mocaguas, aretes, manillas, collares, coronas, shicras, chalos (canastos), pulseras, cintas de cabeza, lanzas, flechas, bodoqueras, redes y otros adornos para uso personal. Utilizan materiales de la zona como barro, colorantes vegetales, semillas, fibras, cuero de animales, huesos de animales, maderas suevas para tallado, maderas duras para canoas, que son adquiridos con facilidad en medio de la espesa vegetación.

**Actividad Agropecuaria,** Es la más sobresaliente en la vida diaria de los habitantes de las comunidades pertenecientes a la provincia de Pastaza, las chacras es el área física donde se desarrolla la actividad agropecuaria, la misma que se encuentra bajo la responsabilidad de la mujer, acompañada de sus hijos y ocasionalmente de su esposo.

Los propietarios de las UPAS (Unidades de Producción Agropecuaria) solicitan la participación de las instituciones pertinentes para que apoyen en la capacitación e introducción de nuevas variedades de cultivos para mejorar su producción y su economía; hace poco tiempo, el GAD Provincial entregó semillas, bombas de fumigar y productos fitosanitarios a los agricultores, los que se encuentran almacenados en sus domicilios debido a que los agricultores desconocen las proporciones, destino y efectos que causen estos productos químicos en los cultivos.

En un convenio suscrito entre la empresa Petrolera Agip, Gobierno Provincial de Pastaza y los Municipios con potencial para la producción agrícola, se promueve el cultivo de cacao de fino aroma, los agricultores tienen un futuro promisorio, debido al precio del quintal de cacao en los mercados. Según PDOT – Pastaza (2011)

Principales cultivos y superficie, entre los principales cultivos que se realizan son: plátano, yuca, papaya, naranjilla, papa china, fréjol, caña y maní. Según PDOT-Pastaza 2011, indican que el **80 %** de la producción van al consumo familiar y solo el **20 %** para el mercado; pues no pueden movilizar los productos al mercado por la dificultad del transporte.

**Actividad Forestal,** Las comunidades asentadas fuera del área del Yasuní, se dedican a la explotación maderera, que es otro de los rubros económicos de ingreso para las familias indígenas y colonas, con lo que cubren las necesidades básicas, principalmente de alimentación, educación y salud. Esta actividad es insostenible, debido a la falta de fuentes de trabajo; la tala de los bosques se realiza de acuerdo a la necesidad del comerciante, sin criterio de la tala por especies, destacando que en la

actualidad el gobierno Provincial se encuentra reforestando las zonas donde se han abierto carreteras, para evitar la deforestación de estas zonas.

**Formas de comercialización,** Los ingresos económicos en las familias nativas de las comunidades de la zona rural provincial son limitados, esto hace que se dediquen a talar los bosques y vender generalmente a los comerciantes las maderas duras como cedro, guayacán, canelo, chontacaspí, aguano, caoba, chuncho y maderas suaves guarango, sangre de gallina, torta, zapote, pando, guabo, ceibo, entre otras que son adquiridos por la empresa Arboriente para el procesamiento en la ciudad de Puyo y los fabricantes de cajones en la vía Baños-Puyo.

#### **g. Escenario Cultural – Espiritual**

En vista que la mayoría de indígenas de la provincia de Pastaza está representada por la Nacionalidad Kichwa en el escenario cultural espiritual se describe a estas familias como la unidad de grupos de parentesco que constituye el ayllu que es el máximo segmento territorial y que conforman a su vez clanes (asentamientos humanos) territoriales, que son sistemas de descendencia desde un antepasado totémico, generalmente un animal sagrado como el puma o el jaguar, hoy esos lazos de parentesco se identifican con un apellido.

Debido a las actividades comerciales, a la inserción en la sociedad nacional y la acción más directa del Estado, se produce hacia los años sesenta, un cambio notable en la estructura organizativa socio-política, que los lleva a adoptar la figura de las comunas, los centros y las organizaciones a nivel de todas las nacionalidades. La norma culturalmente establecida en relación con el número de cónyuges es la monogamia. Según PDOT-Pastaza (2011).

La música y los bailes, quedan conocidos de la inmensa mayoría de la gente, las diferentes fiestas anuales basadas en el calendario cristiano: navidad, año nuevo, día

de la madre, y desde el año 2009 al permitir la fiesta tradicional, mantienen esta práctica cultural.

### **Fiestas Provinciales**

10 de Noviembre de 1959 – Provincialización de Pastaza

12 de Mayo de 1899 – Fundación de Puyo

12 de Febrero – Día del Oriente

### **Fiestas Folclóricas y Religiosas**

Feria Agropecuaria Industrial de la Región Amazónica 11 al 14 de Mayo

Carnaval Turístico y Cultural: 12-16 de febrero

Feria de la Caña: 27 de febrero

Feria Agropecuaria Ganadera: 9-10 de agosto

Septiembre – Mes del Turismo.

### **Fiestas Cantonales**

25 de Julio de 1996 – Cantonización de Arajuno.

11 de Abril de 1967 – Cantonización de Mera.

13 de Noviembre de 1911 – Cantonización de Pastaza.

2 de Enero de 1992 – Cantonización de Santa Clara.

#### **4.1.2 Identificación de escenarios internos**

Para el desarrollo de los diferentes escenarios internos se procedió inicialmente al cumplimiento del objetivo que es realizar el diagnóstico situacional del agroturismo en la provincia de Pastaza que se encuentra descrito en el anexo 4 en las fichas de valoración de los diferentes atractivos agro turísticos de Pastaza, y posteriormente se aplicó los instrumentos de recolección de información como entrevistas a los

diferentes actores de turismo provincial y encuestas, para lo cual se estructuró un modelo de cuestionario que se lo encuentra en el anexo N°. 1. El mismo que estuvo dirigido a turistas y administradores de los atractivos que presentan potencialidades agroturisticas de Pastaza, se logró extraer información importante con respecto a la potencialidad de la oferta agroturística de la provincia de Pastaza.

#### **4.1.2.1 Priorización de los atractivos turísticos naturales**

De acuerdo a la actualización de inventarios turísticos del cantón Pastaza, valorizados por la Dirección Provincial del Ministerio de Turismo en el año 2009 son los siguientes; entre ellos están atractivos naturales y culturales.

### **3.3.1 Matriz de proyectos agrícolas identificados en la provincia de Pastaza**

La actividad agrícola, está relacionada con cultivos destinados al mercado y autoconsumo. Los principales cultivos en la provincia son: caña, naranjilla, cacao, papa china, para autoconsumo plátano, yuca, y maíz duro. Actualmente la caña de azúcar sigue siendo el principal producto de la provincia con 927.05 has de superficie de producción aproximadamente. La Provincia de Pastaza es uno de los principales productores de caña de azúcar y derivados como panela en ladrillo, panela granulada y caña de fruta. A continuación se muestra la producción agrícola de la provincia de Pastaza en sus distintas parroquias urbanas y rurales.

**Cuadro N° 8 Producción agrícola por hectárea en la provincia de Pastaza**

| PARROQUIA           | CAÑA DE AZÚCAR | CACAO         | PAPA CHINA    | NARANJILLA   |
|---------------------|----------------|---------------|---------------|--------------|
|                     | SUPERFICIE     | SUPERFICIE    | SUPERFICIE    | SUPERFICIE   |
| San José            | 91,9           | 1             | 17            | 9,75         |
| Fátima              | 80,35          | 1,75          | 6,5           | 28,75        |
| Pomona              | 11,1           | 22            | 1,25          | 10,5         |
| Teniente Hugo Ortiz | 93             | 1,75          | 51,5          | 19,25        |
| Rio Corrientes      | 0              |               | 6,2           | 0            |
| Madre Tierra        | 49,75          | 21,5          | 11,85         | 49,25        |
| Curaray             | 5,75           | 73,25         | 2,25          | 3            |
| Triunfo             | 24             | 22            | 10            | 49,75        |
| Veracruz            | 48,75          | 1             | 1,25          | 12           |
| Canelos             | 3,75           | 54,5          | 5,25          | 19,6         |
| Tarqui              | 198,75         | 2,5           | 7,5           | 28,75        |
| Diez de Agosto      | 119            | 1             | 5,5           | 12,5         |
| Sarayaku            | 0              | 10,75         | 4,4           | 2,5          |
| Rio Tigre           | 0              | 0,5           | 1,6           | 0,25         |
| Montalvo            | 0,25           | 15,5          | 1             | 0            |
| Simón Bolívar       | 43,85          | 11            | 80,8          | 93,3         |
| Shell               | 0,25           | 0             | 0,5           | 1            |
| Santa clara         | 21,75          | 51            | 7,88          | 25,75        |
| Arajuno             | 2,5            | 200           | 4,25          | 1,5          |
| Puyo                | 131,35         | 0             | 1,5           | 12           |
| Mera                | 1              | 1,25          | 0,5           | 10           |
| <b>TOTAL</b>        | <b>927,05</b>  | <b>492,25</b> | <b>228,48</b> | <b>389,4</b> |

Fuente: Dirección de Planificación – GADPPz – 2011

Elaborado por: Catherin Cecilia Carrera Gómez

**Cuadro N° 9 Priorización de productos agro turísticos**

| N°             | ATRACTIVO                                 | TIPO DE ACTIVIDAD  |
|----------------|---|--|
| <b>PASTAZA</b> |   |  |
| 1              | Paiches de la Asociación Tarqui           | Zoo criadero de peces gigantes                             |
| 2              | Fábrica de Lácteos Unión Libre            | Producción de lácteos, quesos y derivados de la leche      |
| 3              | Asociación Agroindustrial Caña de Azúcar  | Producción de los derivados de la caña de azúcar           |
| <b>MERA</b>    |   |  |
| 4              | Producción de Caña de Azúcar Madre Tierra | Producción de los derivados de la caña y venta de la misma |

|                    |                             |  |
|--------------------|-----------------------------|--|
| <b>5</b>           | <b>Granja El Paraíso</b>    | Producción de tilapia, trucha y pitajaya.                                      |
| <b>SANTA CLARA</b> |                             |  |
| <b>6</b>           | <b>Asociación San José</b>  | Producción y comercialización de la caña de Azúcar<br>Producción de Papa China |
| <b>ARAJUNO</b>     |                             |  |
| <b>7</b>           | <b>Asociación Cacaotera</b> | Siembra y producción de caco sin fines turísticos                              |

**Fuente:** Dirección Provincial del Ministerio de Turismo de Pastaza y Dirección de Planificación – GADPPz – 2011

**Elaborado por:** Catherin Cecilia Carrera Gómez

### 3.3.2 Los emprendimientos agro turísticos se califican en base a cinco aspectos de valoración turística, (Ver Anexo 3)

- 1.- Indicador Capital Natural y Cultural del Destino que lo hace Atractivo
- 2.- Potencial de Vinculación Mercados Nacionales e Internacionales
- 3.- Diversidad de Operación para el Desarrollo de Productos
- 4.- Capital Humano Disponible en el Destino
- 5.- Institucionalidad que Brinda Certidumbre al Turismo

**Cuadro N° 10 Nomenclatura de los atractivos agro turísticos**

| <b>Clasificación de espacio</b> | <b>Tipo de actividad</b>                 | <b>Nomenclatura</b> |
|---------------------------------|--|---------------------|
| <b>Acuático</b>                 | Pesca en ríos                            | <b>PR</b>           |
|                                 | Paseos en bote                           | <b>PB</b>           |
| <b>Aéreo</b>                    | Canopy                                   | <b>C</b>            |
| <b>Terrestre</b>                | Paseos en carreta o a caballo            | <b>PCC</b>          |
|                                 | Alimentación de animales de granja       | <b>AAG</b>          |
|                                 | Observación de procesos agroindustriales | <b>OPA</b>          |
|                                 | Gastronomía típica                       | <b>GT</b>           |
|                                 | Fotografía rural                         | <b>FR</b>           |
|                                 | Ordeño y elaboración de quesos           | <b>OEQ</b>          |
|                                 | Talleres de elaboración de conservas     | <b>TEC</b>          |

|  |                                   |            |
|--|-----------------------------------|------------|
|  | Observación de manejo de cultivos | <b>OMC</b> |
|  | Caminatas                         | <b>CA</b>  |

**Fuente:** Dirección Provincial del Ministerio de Turismo de Pastaza

**Elaborado por:** Catherin Cecilia Carrera Gómez

### 3.3.3 Jerarquización

#### 3.3.3.1 Evaluación y Jerarquización

Consiste en el análisis individual de cada atractivo, con el fin de calificarlo en función de la información y las variables seleccionadas; calidad, apoyo y significado. Permite valorar los atractivos objetiva y subjetivamente.

#### 3.3.3.2 La ficha de Evaluación de atractivos

Esta labor tiene lugar luego de realizadas las actividades de campo y será de exclusiva responsabilidad del Supervisor del Trabajo, quien deberá consignar su nombre en la ficha.

**Cuadro N° 11 Ficha de Jerarquización de Atractivos Turísticos.**

| VARIABLE             | FACTOR  | PUNTOS MÁXIMOS |
|----------------------|---|----------------|
| <b>Calidad Apoyo</b> | a) Valor intrínseco                           | 15             |
|                      | b) Valor extrínseco                           | 15             |
|                      | c) Entorno                                    | 10             |
|                      | d) Estado de conservación (y /o organización) | 10             |
|                      |   | <b>50</b>      |
| <b>Significado</b>   | a) Acceso                                     | 10             |
|                      | b) Servicios                                  | 10             |
|                      | c) Asociación con otros atractivos            | 5              |
|                      |   | <b>25</b>      |
|                      | a) Local                                      | 2              |

|              |                  |            |
|--------------|------------------|------------|
|              | b) Provincial    | 4          |
|              | c) Nacional      | 7          |
|              | d) Internacional | 12         |
|              |                  | <b>25</b>  |
| <b>Total</b> |                  | <b>100</b> |

**Fuente:** Dirección Provincial del Ministerio de Turismo de Pastaza

**Elaborado por:** Catherin Cecilia Carrera Gómez

La jerarquía se establece a partir de la suma de los valores asignados a cada factor, y en función de los puntos obtenidos se determina el rango jerárquico donde se ubica el atractivo.

**Los rangos son:**

1 a 25 puntos: Jerarquía I

26 a 50 puntos: Jerarquía II

51 a 75 puntos: Jerarquía III

76 a 100

**3.3.4 Estudio de mercado**

El estudio de mercado busca identificar y cuantificar, a los participantes y los factores que influyen en su comportamiento, y probar que existe un número suficiente de consumidores, empresas y otros entes que en determinadas condiciones, presentan una demanda que justifican la inversión en un programa de producción de un bien durante cierto período de tiempo. Para lograr este objetivo se aplicó la técnica de recolección de información que es la encuesta y la entrevista. De acuerdo a datos obtenidos en la Dirección Provincial del Ministerio de Turismo-Pastaza y según los archivos digitalizados del Catastro Turístico 2011, se identifica que en la actualidad existen ocho agencias de viajes que ofertan paquetes turísticos con actividades de recreación y relax en la ciudad de Puyo, estando divididos de la siguiente manera:

### 3.3.4.1 Oferta de servicios

Tres agencias de viajes ofertan actividades de agroturismo incluidos en su paquete turístico y están registrados en el Catastro Turístico 2012. Cinco agencias de viajes no ofertan actividades de agroturismo pero venden indirectamente ya que su producto eje es el turismo comunitario y están registrados en el Catastro Turístico 2012

### 3.3.5 Formato de la encuesta

Encuesta realizada para determinar la demanda, gustos y preferencias; para Estudio de potencialidad de la oferta agro turística de la Provincia de Pastaza (Ver anexo 2)

### 3.3.6 Formato de la entrevista

La entrevista será aplicada con un formato estructurado con preguntas abiertas.

### 3.3.7 Demanda de servicios

Según los datos obtenidos por el arribo de turistas en feriados año 2012 es de 12.584, que visitan Pastaza para determinar la demanda con respecto a los que prefieren actividades de agroturismo mediante los resultados de la encuesta aplicada por el la Dirección provincial de Pastaza del Mintur a través del departamento de Regulación y control por pedido de la Matriz del Ministerio de Turismo para la identificación del movimiento turístico en feriados nacionales en todo el país.

**Cuadro N° 12 Número de turistas que desean practicar actividades de agroturismo.**

| Tipo de actividad             | Porcentaje | Número |
|-------------------------------|------------|--------|
| Pesca en ríos                 | 7          | 877    |
| Paseos en bote                | 13         | 1629   |
| Paseos en carreta o a caballo | 8          | 1002   |

|  |    |              |
|--|----|--------------|
| Alimentación de animales de granja       | 8  | 1002         |
| Observación de procesos agroindustriales | 7  | 877          |
| Gastronomía típica                       | 6  | 752          |
| Fotografía rural                         | 16 | 2005         |
| Ordeño y elaboración de quesos           | 6  | 752          |
| Talleres de elaboración de conservas     | 5  | 627          |
| Observación de manejo de cultivos        | 6  | 752          |
| Caminatas                                | 9  | 1128         |
| <b>TOTAL</b>                             |    | <b>11403</b> |

**Fuente:** Dirección Provincial del Ministerio de Turismo de Pastaza  
**Elaborado por:** Catherin Cecilia Carrera Gómez

Del total de turistas que visitan la provincia de Pastaza en feriados según el cuadro referencial se identifica que 11.403 turistas realizaron actividades relacionadas o complementarias con el agroturismo, por lo que es importante destacar que existe un potencial de demanda que requiere conocer rutas específicas de agroturismo en el territorio de la provincia de Pastaza

Además la proyección de la demanda se elaboró con la fórmula de interés compuesto para 5 años considerando la tasa de crecimiento del sector turístico que según el MINTUR fue de 14,10%, el mismo que fue realizado a través de las proyecciones realizadas anualmente por las diferentes Direcciones del MINTUR a nivel nacional para la determinación del flujo turístico existente en feriados como lo describieron en el primer semestre del año 2012.

De acuerdo a esta matriz de valoración se determinó la potencialidad de los atractivos turísticos para la ruta agro turística. En términos mercadotécnicos, la provincia de Pastaza; ha jugado un papel protagónico, en función de palpar a la ciudadanía el gran potencial turístico que ha generado la inversión privada en este sector. El agroturismo como tal básicamente enfoca sus ventas al turismo nacional, con un minutarario grupo

de turistas internacionales, a su vez el agroturismo ha tenido inversión privada teniendo una gran desventaja por la falta de colaboración en la promoción y comercialización de este tipo de producto. Se ha priorizado 6 productos agro turísticos potenciales tales como se muestra a continuación.

**Cuadro N° 14 Tipo de actividades agro turísticas para cada atractivo turístico**

| N° | Atractivo                                | PR | PB | C | PCC | AAG | OPA | GT | FR | OEQ | TEC | OMC | CA |
|----|--|----|----|---|-----|-----|-----|----|----|-----|-----|-----|----|
| 1  | Paiches de la Asociación Tarqui          | X  | X  |   |     | X   |     | X  | X  |     |     |     |    |
| 2  | Fábrica de Lácteos Unión Libre           |    |    |   |     |     | X   |    | X  | X   | X   |     |    |
| 3  | Asociación Agroindustrial Caña de Azúcar |    |    |   |     | X   | X   | X  | X  |     | X   |     |    |
| 4  | Asociación Madre Tierra                  |    |    |   |     | X   | X   | X  | X  |     |     | X   |    |
| 5  | Granja el Paraíso                        | X  | X  |   |     | X   | X   | X  | X  |     |     | X   |    |
| 6  | San José                                 |    |    |   |     | X   | X   | X  | X  |     |     | X   |    |

**Fuente:** MINTUR de Pastaza y Dirección de Planificación – GADPPz – 2011

**Elaborado por:** Catherin Cecilia Carrera Gómez

### **EMPREDIMIENTO I: PAICHES DE LA ASOCIACIÓN TARQUI (PAT)**

**Escenario Gerencial:** Es una asociación donde las decisiones se toman en asamblea general, determinándose actividades conjuntas en pro del desarrollo asociativo de los que la conforman. Esta asamblea está conformada por la presidente, vicepresidente, secretario y tesorero.

Las personas que dirige este emprendimiento son 2 el presidente y el secretario.

**Escenario Producto:** Es un emprendimiento donde se puede observar al Paiche, el pez de agua dulce más grande del planeta y que en la actualidad está en peligro de extinción en los ríos de la Amazonía ecuatoriana.

Se dedica específicamente a la crianza de tilapias ellos comercializan su producto en la ciudad de Puyo alrededor de 50 Kilos de tilapia a distintos restaurantes, hosterías y comedores

En este lugar se puede realizar caminatas por los senderos en medio de la selva observando la diversidad de flora y fauna de la región; además para complementar la visita, se puede refrescar en las cálidas aguas del río Indillama.

La entrada a este lugar tiene un costo de 1USD, sus contactos son 0997414898, está ubicado en el km 16 vía macas con 1km de desvío a la vía Pomona

**Mercadeo:** La tilapia es comercializada en distintos sitios de la ciudad de Puyo tiene un precio de 1.50 dólares la libra de tilapia roja. Los alimenos para las tilapias son traídos directamente de la planta procesadora que es Molinos Champion S.A. que está ubicada en el Km. 7,7 de la Vía a Daule, en la ciudad de Guayaquil, Ecuador.

**Escenario Investigación y Desarrollo:** En este lugar se desarrollan actividades investigativas ya que el pez Paiche de agua dulce más grande del mundo. Puede llegar a medir hasta 4 metros y medio de longitud, pesando hasta 200 kilos. Existe una continua capacitación para controlar la sobrepesca ya que la alta demanda de su carne ha reducido las poblaciones del Paiche y hoy es difícil encontrar ejemplares grandes.

**Escenario Finanzas:** La actividad turística que se genera en este lugar en un inicio fue apoyada por el GAD provincial de Pastaza, pero en la actualidad es financiado totalmente por la inversión privada de sus propietarios esto en función de que son ellos quienes han invertido en el centro y se han mantenido en el mercado, teniendo inconvenientes con la promoción y comercialización de sus productos.

## **EMPRENDIMIENTO II: FÁBRICA DE LÁCTEOS UNIÓN LIBRE (FLUL)**

**Escenario Gerencial:** La quesería “Unión Libre” es una asociación de la parroquia 10 de Agosto en la que las decisiones se toman en asamblea, donde todos los socios

intervienen en las disposiciones, acordando actividades conjuntas en pro del desarrollo comunitario de todos los socios que la conforman.

Este emprendimiento esta con formado por una directiva que son presidente, secretaio y tesorero, cuenta también con 8 empleados que son las mismas personas de la asociación o sus familiares.

**Escenario Producto:** La quesería “Unión Libre” se encuentra ubicada en la parroquia Diez de Agosto, a 10 Km de la ciudad de Puyo, en la vía Puyo –Arajuno (acceso de entrada Km. 4 de la vía Puyo -Macas). Su desempeño comprende el procesamiento de 1.100 litros de leche diarios en dos ciclos de producción, cada uno de 550 litros en total. La empresa produce aproximadamente 165 kg de queso al día. Los productos que se elaboran son el queso, yogur, leche enfundad.

**Mercadeo:** Los productos de este emprendimiento son comercializados en gran parte en la ciudad de Puyo y otra parte en Baños y Ambato, ya que estos productos tiene su permiso de sanidad.

La materia prima para realizar la elaboración de estos productos son propios de la zona ya que los miembros de la asociación cuenta con ganadería propia.

**Escenario Investigación y Desarrollo:** Los beneficiarios de este proyecto serán todos los ganaderos de la provincia de Pastaza en la que en la provincia están alrededor de 6 asociaciones quienes proveerán la leche así como también los socios de la asociación Unión Libre quien se encarga de administrar directamente esta pasteurizadora.

Las diferentes asociaciones ganaderas existentes en la provincia abastecerán de leche para que puedan dar en la planta la industrialización y el valor agregado de los diferentes clases de lácteos, como yogurt, quesos, mantequillas etc.

**Escenario Finanzas:** En Pastaza es la primera planta pasteurizadora a nivel asociativa, quien trabaja en beneficio de la colectividad tanto ganadera como de la asociación. (Fuente: ecuadorinformativo). Generando ingresos a todos los ganaderos asociados a este proyecto.

### **EMPRENDIMIENTO III: ASOCIACIÓN AGROINDUSTRIAL CAÑA DE AZÚCAR (AACCA)**

**Escenario Gerencial:** La Asociación Agroindustrial “Caña de Azúcar” es una asociación de la parroquia Veracruz, la misma que como su descripción lo indica es una asociación en la que se toman las decisiones en consenso, donde todos los socios intervienen en las disposiciones, llegando a tomarse decisiones y llegar acuerdos en conjunto para beneficio de todos los socios que la conforman.

Esta con formado por socios ya que cuando se va a realizar la elaboración de este producto cada socio tiene establecido su día para realizarlo y de igual manera los productos que se venda son para ellos mismo, ya que ellos solo deben pagar 20 dólares para el mantenimiento de la planta de producción.

**Escenario Producto:** La Asociación Agroindustrial “Caña de Azúcar” se encuentra ubicada en la parroquia Veracruz, a 7 Km de la ciudad de Puyo, en la vía Puyo – Macas. Su desempeño comprende el procesamiento de la caña de azúcar para su posterior comercialización en los diferentes puestos ubicados en la ciudad de Puyo.

Además es importante destacar que existen turistas que pueden y arriban directamente a observar el proceso de la caña de azúcar convirtiéndose en un atractivo para los que la visitan.

**Mercadeo:** Los productos de este emprendimiento son comercializados en gran parte en la ciudad de Puyo y otra parte en Baños y Ambato, Patate.

La materia prima para realizar la elaboración de estos productos son propios de la zona ya que los miembros de la asociación cuenta con sus cultivos de caña de azúcar.

**Escenario Investigación y Desarrollo:** Los beneficiarios de este proyecto son todos los asociados a la fábrica, ya que cuentan con el apoyo de todos y cada uno de sus socios, teniendo constantes capacitaciones, apoyo gubernamental y privado, que beneficia al desarrollo del mismo.

**Escenario Finanzas:** En Pastaza existen varias asociaciones de procesamiento y comercialización de la caña de azúcar, sin embargo la Asociación Agroindustrial “Caña de Azúcar” de la parroquia Veracruz se encuentra en proceso de crecimiento y además integrándose al agroturismo provincial que se encuentra en auge en la actualidad, beneficiando económicamente a sus socios y a la población local.

#### **EMPRENDIMIENTO IV: ASOCIACIÓN MADRE TIERRA (AMT)**

**Escenario Gerencial:** La Asociación “Madre Tierra” es una asociación de la parroquia Madre Tierra, la misma en la que se toman las decisiones en asamblea, donde todos los socios intervienen en las disposiciones, llegando a tomarse decisiones y llegar a acuerdos en conjunto para beneficio de todos los socios que la conforman.

Esta con formado por socios pero tiene establecida una directiva que está conformada por presidente, vicepresidente y secretario ya que cuando se va a realizar la elaboración de este producto cada socio tiene establecido su día para realizarlo y de igual manera los productos que se venda son para ellos mismo, ya que ellos solo deben pagar 15 dólares para el mantenimiento de la planta de producción.

**Mercadeo:** Los productos de este emprendimiento son comercializados en gran parte en la ciudad de Puyo y otra parte en Baños y Guayaquil. La materia prima para realizar la elaboración de estos productos son propios de la zona ya que los miembros de la asociación cuenta con sus cultivos de caña de azúcar.

**Escenario Producto:** La Asociación Madre Tierra se encuentra ubicada en la parroquia del mismo nombre, a 10 minutos de la ciudad de Puyo teniendo acceso desde la ciudad de Puyo o por la parroquia Shell, en la vía Puyo – Baños. Su desempeño comprende el procesamiento de la caña de azúcar para su posterior comercialización en los diferentes puestos ubicados en la ciudad de Puyo, así como la producción de mermeladas. Además es importante destacar que existen turistas que pueden y arriban directamente a observar el proceso de la fabricación de mermeladas y el proceso de la caña de azúcar convirtiéndose en un atractivo para los que la visitan.

**Escenario Investigación y Desarrollo:** Los beneficiarios de este proyecto son todos los asociados a la fábrica, y los habitantes de la parroquia ya que generan expectativa de desarrollo en la comunidad, teniendo constantes capacitaciones, apoyo gubernamental y privado, que beneficia al desarrollo del mismo.

**Escenario Finanzas:** La Asociación Madre Tierra se encuentra en proceso de crecimiento y además integrándose al agroturismo provincial que se encuentra en auge en la actualidad.

## **EMPRENDIMIENTO V: GRANJA EL PARAÍSO (GP)**

**Escenario Gerencial:** La Granja el Paraíso es empresa administrada por el señor Marcelo León, la misma en la que se toman las decisiones en la gerencia, siendo un emprendimiento privado Esta con formado por propios miembros de esta familia.

**Mercadeo:** La comercialización de la tilapia está dirigida a todas las personas que visitan este emprendimiento también se es vendida en el cantón Mera realizando un recorrido en su camioneta. Los alevines son comprados en distintos sectores de la provincia. Ellos traen los balanceados de la ciudad de Ambato.

**Escenario Producto:** La Granja “El Paraíso” se encuentra ubicada en el cantón Mera por el sector del Dique de Mera a 5 minutos de la cabecera cantonal teniendo acceso de primer orden. Su desempeño comprende el la producción de tilapia, trucha y la pitajaya para su posterior comercialización a turistas y población local. Además es importante destacar que existen turistas que pueden y arriban directamente a observar el funcionamiento de la granja donde se ofrece hospedaje y alimentación, ya que la granja cuenta con los permisos de funcionamiento establecidos por el GAD cantonal de Mera.

**Escenario Investigación y Desarrollo:** Los beneficiarios de este proyecto son los propietarios de la granja y la población local que se encuentra en constante fortalecimiento y desarrollo comercial por la inversión de emprendedores privados del cantón.

**Escenario Finanzas:** La granja “El Paraíso” se encuentra en proceso de crecimiento y además integrándose al agroturismo provincial que se encuentra en auge en la actualidad, siendo un producto estrella del cantón Mera y la provincia de Pastaza.

## **EMPREDIMIENTO VI: ASOCIACIÓN SAN JOSÉ (SJ)**

**Escenario Gerencial:** La Asociación San José es una empresa comunitaria administrada por todos sus socios, la misma en la que se toman las decisiones en asamblea general, siendo un emprendimiento comunitario. En esta asociación cuenta con una organización muy bien estructurada.

**Mercadeo:** Los productos como la papa china, yuca y caña son comercializados tanto en la ciudad de Puyo como en el canon Santa Clara y una parte en el tena

**Escenario Producto:** La Asociación San José se encuentra ubicada en el cantón Santa Clara en la comunidad San José a 10 minutos de la cabecera cantonal teniendo acceso de primer orden. Su desempeño comprende el la producción papa china, producción de caña y mermeladas para su posterior comercialización a turistas y población local y nacional. Además es importante destacar que existen turistas que pueden y arriban directamente a observar el funcionamiento del emprendimiento comunitario.

**Escenario Investigación y Desarrollo:** Los beneficiarios de este proyecto son los socios de proyecto y la población local que se encuentra en constante fortalecimiento y desarrollo comercial por el apoyo de la empresa pública, privada y comunitaria.

**Escenario Finanzas:** La asociación San José está en constante proceso de crecimiento y además integrándose al agroturismo provincial que se encuentra en auge en la actualidad, siendo un producto con futuro comercial para la provincia de Pastaza.

A continuación se detalla la matriz de valoración de competitividad turística para el posterior desarrollo a nivel provincial de la comercialización de una ruta agro turística integradora, que beneficie a operadores turísticos y propietarios de atractivos que generen expectativas para la práctica del agroturismo en Pastaza.

**Cuadro N° 13 Matriz de valoración de competitividad turística**

| <b>COMPETITIVIDAD TURÍSTICA</b>          | <b>PAT</b> | <b>FLUL</b> | <b>AACA</b> | <b>AMT</b> | <b>GP</b>  | <b>SJ</b>  |
|--|------------|-------------|-------------|------------|------------|------------|
| <b>Conservación Ambiental</b>            | 3          | 3           | 3           | 4          | 4          | 4          |
| <b>Singularidad del Destino</b>          | 3          | 3           | 3           | 4          | 4          | 3          |
| <b>Diversidad del Entorno</b>            | 2          | 2           | 3           | 4          | 4          | 4          |
| <b>Atractivos Naturales</b>              | 2          | 3           | 3           | 5          | 5          | 4          |
| <b>Atractivos Culturales</b>             | 3          |             | 0           | 0          | 0          | 0          |
| <b>Total</b>                             | <b>2,6</b> | <b>2,2</b>  | <b>2,4</b>  | <b>3,4</b> | <b>3,4</b> | <b>3</b>   |
| <b>Accesibilidad</b>                     | 5          | 3           | 3           | 3          | 3          | 3          |
| <b>Proximidad</b>                        | 5          | 3           | 3           | 3          | 3          | 4          |
| <b>Atractividad</b>                      | 3          | 4           | 4           | 4          | 4          | 4          |
| <b>Total</b>                             | <b>4,3</b> | <b>3,3</b>  | <b>3,3</b>  | <b>3,3</b> | <b>3,3</b> | <b>3,7</b> |
| <b>Estacionalidad</b>                    | 3          | 4           | 4           | 4          | 4          | 4          |
| <b>Tipo de Turista nacional</b>          | 3          | 4           | 4           | 4          | 4          | 4          |
| <b>Tipo de Turista extranjero</b>        | 3          | 4           | 4           | 4          | 4          | 4          |
| <b>Total</b>                             | <b>3</b>   | <b>4</b>    | <b>4</b>    | <b>4</b>   | <b>4</b>   | <b>4</b>   |
| <b>Calidad de Guías y Técnicos</b>       | 4          | 4           | 4           | 4          | 4          | 4          |
| <b>Capacidades Locales</b>               | 4          | 3           | 3           | 3          | 3          | 4          |
| <b>Atención en Otro Idioma</b>           | 3          | 3           | 3           | 3          | 3          | 3          |
| <b>Experiencia de Agentes Receptores</b> | 4          | 4           | 4           | 4          | 4          | 4          |
| <b>Total</b>                             | <b>3,8</b> | <b>3,5</b>  | <b>3,5</b>  | <b>3,5</b> | <b>3,5</b> | <b>3,8</b> |
| <b>Compromiso de Autoridades</b>         | 4          | 3           | 3           | 3          | 3          | 3          |
| <b>Conflictos en la Zona</b>             | 4          | 4           | 4           | 4          | 4          | 4          |
| <b>Seguridad del Turista</b>             | 4          | 4           | 4           | 4          | 4          | 4          |
| <b>Total</b>                             | <b>4</b>   | <b>3,7</b>  | <b>3,7</b>  | <b>3,7</b> | <b>3,7</b> | <b>3,7</b> |

Fuente: Ewaldo R. Sandoval S.

Elaborado por: Catherin Cecilia Carrera Gómez

**Cuadro N° 14 Valoración general de atractivos turísticos potenciales**

| <b>COMPETITIVIDAD TURÍSTICA</b>   | <b>PAT</b>  | <b>FLUL</b> | <b>AACA</b> | <b>AMT</b> | <b>GP</b> | <b>SJ</b>   |
|---|-------------|-------------|-------------|------------|-----------|-------------|
| <b>Indicador Capital Natural y Cultural del Destino que lo hace Atractivo</b> | 2,6         | 2,2         | 2,4         | 3,4        | 3,4       | 3           |
| <b>Potencial Vinculación de Mercados Nacionales e Internacionales</b>         | 4,3         | 3,3         | 3,3         | 3,3        | 3,7       | 3,7         |
| <b>Diversidad de Operación para el Desarrollo de Productos</b>                | 3           | 4           | 4           | 4          | 4         | 4           |
| <b>Capital Humano Disponible en el Destino</b>                                | 3,8         | 3,5         | 3,5         | 3,5        | 3,5       | 3,8         |
| <b>Institucionalidad que Brinda Certidumbre al Turismo</b>                    | 4           | 3,7         | 3,7         | 3,7        | 3,7       | 3,7         |
| <b>Total</b>  | <b>3,54</b> | <b>3,34</b> | <b>3,4</b>  | <b>3,6</b> | <b>4</b>  | <b>3,64</b> |

**Fuente:** Ewaldo R. Sandoval S.

**Elaborado por:** Catherin Cecilia Carrera Gómez

#### **4.1.3 Interpretación general de la matriz de valoración**

Los atractivo turísticos para impulso del agroturismo de Pastaza fueron analizados minuciosamente de acuerdo a la matriz de valoración de atractivos turísticos, calificación de los parámetros que corresponden a los indicadores de la matriz de valoración de atractivos turísticos de esta manera se obtienen resultados favorables que de acuerdo a la valoración obtenida entre los rangos de 0 a 5 tenemos un promedio del 3,58 %, esto nos da a conocer que los atractivos tiene una singularidad de “bueno”. Entonces los atractivos turísticos del cantón Pastaza son potencialmente aptos para la práctica de agroturismo.

Posteriormente se ha realizado el análisis FODA de los escenarios interno y externo del agro turismo de la provincia de Pastaza y sus Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas en torno al desarrollo del agroturismo Provincial como se demuestra a continuación.

#### 4.1.4. Matriz FODA

| FACTORES INTERNOS                 |  |   |
|-----------------------------------|--|---|
| ESCENARIOS                        | <u>FORTALEZAS</u>  | <u>DEBILIDADES</u>  |
| <b>Gerencial</b>                  | <ol style="list-style-type: none"> <li>Centros y proyectos agro turísticos, adecuados para recibir a turistas nacionales y extranjeros</li> <li>Comunidades Organizadas para atender a los turistas que ingresan a las mismas</li> </ol>   | <ol style="list-style-type: none"> <li>Escasa planificación turística</li> <li>No cuentan con una planificación agro turística adecuada</li> <li>No existe buena articulación entre los GADs cantonales, parroquiales y Provincial.</li> </ol>            |
| <b>Producto o Servicio</b>        | <ol style="list-style-type: none"> <li>Poseedores de diversidad natural y cultural</li> <li>Calidad de servicio excelente</li> <li>Las comunidades cuentan con accesos aéreos</li> <li>Poseedores de abundante hidrografía</li> <li>La provincia tiene variedad de atractivos turísticos</li> <li>Poseedores de infraestructura adecuada para la práctica agro turística</li> <li>Creatividad de las personas en la elaboración de productos atractivos para el turista</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>No cuentan con un plan de contingencia en caso de emergencia</li> <li>Déficit de señalización turística.</li> <li>Caminos de acceso en mal estado</li> <li>Falta de adecentamiento en las vías internas</li> </ol> |
| <b>Mercadeo</b>                   | <ol style="list-style-type: none"> <li>Participación activa en ferias turísticas</li> <li>Ejecución de convenios de cooperación</li> <li>Alianzas estratégicas con tour operadoras (Agencias de Viaje mayoristas)</li> </ol>   | <ol style="list-style-type: none"> <li>Poco afluencia de turistas</li> <li>Inexistencia del producto agro turístico</li> </ol>  |
| <b>Investigación y Desarrollo</b> | <ol style="list-style-type: none"> <li>Presencia de reservas naturales</li> </ol>  | <ol style="list-style-type: none"> <li>No cuentan con un plan anual de capacitaciones por competencias</li> </ol>   |
| <b>Finanzas</b>                   | <ol style="list-style-type: none"> <li>Financiamiento para la actividad turística</li> <li>Proyecto autosustentable a largo plazo</li> </ol>   | <ol style="list-style-type: none"> <li>Escaso personal técnico para elaborar propuestas de búsqueda de créditos.</li> <li>Falta de financiamiento para el impulso del agroturismo provincial</li> </ol>   |

| FACTORES EXTERNOS |   |  |
|-------------------|---|--|
|                   | <u>OPORTUNIDADES</u>  | <u>AMENAZAS</u>  |
| <b>Social</b>     | 1. Interés de apoyo por parte de organismos internacionales<br>2. Apertura de vías de comunicación en a nivel provincial<br>3. Construcciones de sub- centros de salud<br>4. Presencia de medios de comunicación  | 1. No cuentan con un buen sistema de alcantarillado.<br>2. No cuentan con sistema de purificación de agua<br>3. Déficit de infraestructura educativa   |
| <b>Político</b>   | 5. Apoyo de instituciones de cooperación financiera<br>6. PLANDETUR 2020 (soporte técnico, capacitación y promoción)  | 4. Falta de decisión política con respecto al tema del agroturismo en base a cada una de sus competencias  |
| <b>Económico</b>  | 7. Apoyo financiero y técnico con proyectos productivos para la zona<br>8. Posibilidad de exportación (plátano, yuca, papa china, quesos de la zona, mermeladas, entre otros)<br>9. Actividades económicas dedicados al sector agropecuario y artesanal | 5. Los Gobiernos seccionales no invierten totalmente el dinero en el desarrollo turístico, en especial en el agroturismo.<br>6. Falta de explotación en el sector Turístico la modalidad del agroturismo |
| <b>Cultural</b>   | 10. Interculturalidad provincial<br>11. Presencia de siete nacionalidades indígenas<br>12. Identidad cultural   | 7. Caza de animales<br>8. Alto grado en el consumo de alcohol<br>9. Pérdida de las costumbres ancestrales  |
| <b>Ambiental</b>  | 13. Afluencia de turistas nacionales y extranjeros, por la biodiversidad natural y cultural presentes en la provincia de Pastaza.   | 10. Impacto sobre el medio natural con las construcciones.<br>12. Inadecuada aplicación de las leyes y políticas ambientales (contaminación del suelo, deforestación)                                    |

**Fuente:** Trabajo de Campo

**Elaborado por:** Catherin Cecilia Carrera Gómez

#### 4.1.5 Análisis de las entrevistas

**Cuadro N° 18 Preguntas de entrevista**

| Preguntas  | Nomenclatura |
|--|--------------|
| 3. ¿Qué tipo de actividades agro turísticas se podrían realizar en Pastaza? ¿Por qué?                                      | P 1          |
| 4. ¿De acuerdo a su experiencia, es posible diseñar una “Ruta de agroturismo” en Pastaza con fines de promoción? ¿Por qué? | P 2          |

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Catherin Cecilia Carrera Gómez

#### 4.1.6 Análisis de las entrevistas de forma general

1. ¿Qué tipo de actividades agro turísticas se podrían realizar aquí en Pastaza? ¿Por qué?: Según el criterio del Ing. Víctor Merino expuso que existen muchas actividades de agroturismo que deben ser destacadas y promocionadas que se pueden realizar pero lo que más se practica aquí en Pastaza es cultivo y comercialización de la caña y la papa china, aunque también se está incursionando en la producción de cacao y tilapia y trucha, además esta los procesamientos de lácteos y derivados de la caña, y para complementar éstos productos se ofrece caminatas, fotografía, turismo comunitario, recorridos entre otros ya que por sus características es recomendable realizar dichas actividades.

De igual manera la Lic. Maritza Villarroel dice que los emprendimientos agro turismo en Mera son muy pocos y no se dedican precisamente al turismo.

2. ¿De acuerdo a su experiencia, es posible diseñar una “Ruta Agroturística” en Pastaza con fines de promoción? ¿Por qué?: Si, ya que existe la demanda de turistas que visitan Pastaza que vienen por realizar actividades de agroturismo y seria de mucha importancia que esta ruta se promocionara a través de los gobiernos nacionales, provinciales y locales para posicionar a Pastaza como un destino turístico con diferentes alternativas de turismo.

#### 4.1.7 Análisis y tabulación de encuestas

##### Pregunta N° 1

¿Considera que el agroturismo en la provincia de Pastaza cuenta con los elementos necesarios para desarrollar actividades de calidad en el sector turístico?

Cuadro N° 15 Elementos de agroturismo para el desarrollo de ésta actividad

| ASPECTOS         | Cantidad   | %          |
|------------------|------------|------------|
| Si               | 223        | 59,9       |
| Todavía le falta | 102        | 27,3       |
| No               | 48         | 12,8       |
| <b>TOTAL</b>     | <b>373</b> | <b>100</b> |

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Catherin Cecilia Carrera Gómez

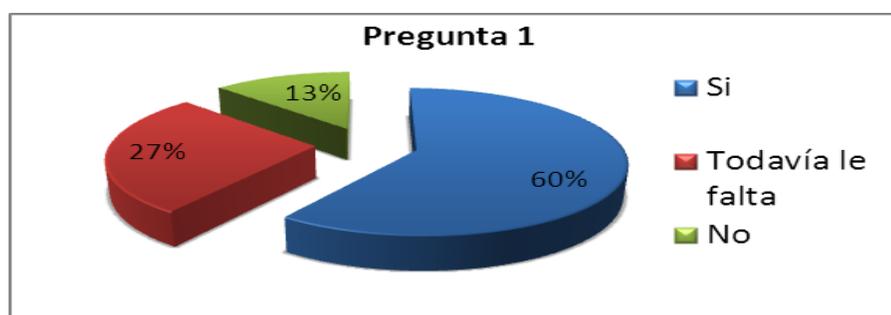


Gráfico N° 8 Pregunta N° 1

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Catherin Cecilia Carrera Gómez

##### Análisis e Interpretación

Del total de los 195 encuestados el 60% considera que el agroturismo en la provincia de Pastaza cuenta con los elementos necesarios para desarrollar actividades de calidad en el sector turístico, destacando que el 27% piensa que todavía le falta desarrollar ciertos elementos como la promoción de éstos destinos. Estos datos se interpretan en que la provincia de Pastaza cuenta con los elementos necesarios para desarrollar actividades de calidad en el sector turístico, destacándose la necesidad de seguir invirtiendo en esta modalidad de turismo. Determinando que la actividad debe posicionarse como una motivación de visita.

## Pregunta N° 2

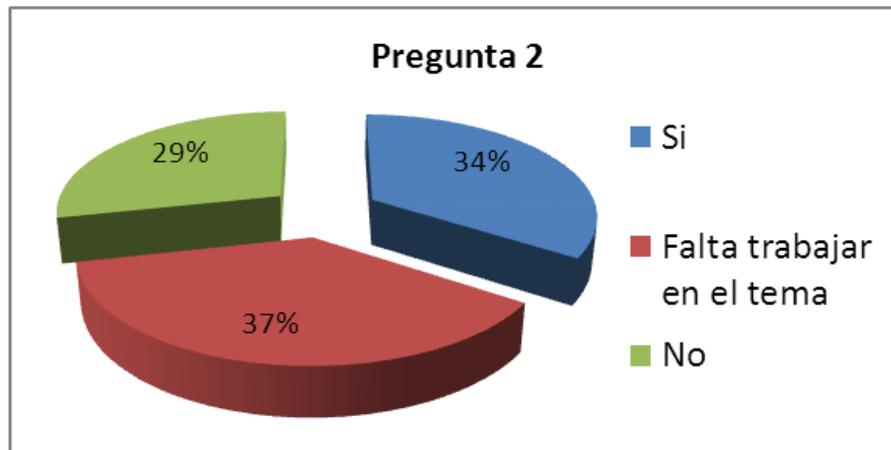
¿Considera que la supraestructura turística en Pastaza y por ende en las rutas turísticas utilizadas son adecuadas para ofertar las actividades de agroturismo?

**Cuadro N° 16 Consideraciones de la supraestructura turística**

| ASPECTOS                  | Cantidad   | %          |
|---------------------------|------------|------------|
| Si                        | 128        | 34,3       |
| Falta trabajar en el tema | 139        | 37,2       |
| No                        | 106        | 28,5       |
| <b>TOTAL</b>              | <b>373</b> | <b>100</b> |

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Catherin Cecilia Carrera Gómez



**Gráfico N° 9 Pregunta N° 2**

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Catherin Cecilia Carrera Gómez

## Análisis e Interpretación

Analizando la supraestructura turística en Pastaza y por ende en las rutas turísticas utilizadas el 34% opina que falta trabajar en el tema de las adecuadas técnicas para ofertar las actividades de agroturismo y el 37% considera que las rutas turísticas utilizadas son adecuadas y se encuentran desarrollándose de una manera empírica como lo manifestaron varios de los encuestados, teniendo en cuenta que se encuentra una falla en el sistema de promoción. Interpretándose la necesidad de trabajar en técnicas adecuadas para ofertar el agroturismo en Pastaza.

### Pregunta N° 3

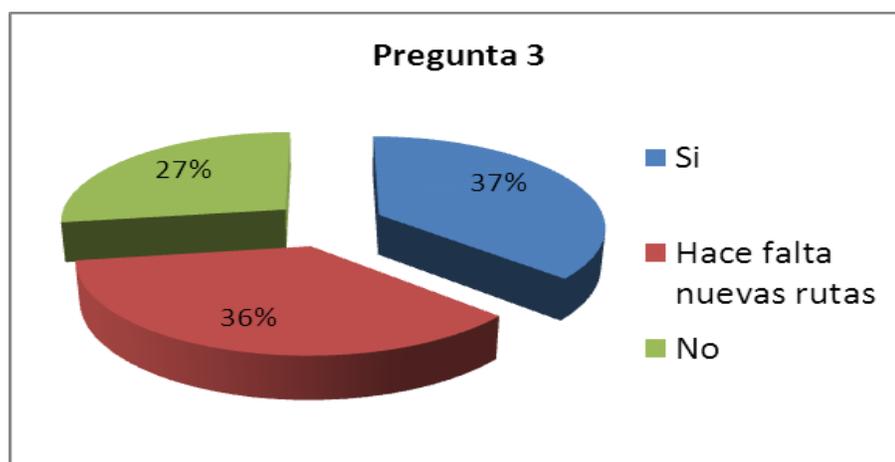
¿Cree que el turismo rural cuenta con rutas adecuadas?

**Cuadro N° 17 Rutas adecuadas para el turismo Rural**

| ASPECTOS                | Cantidad   | %          |
|-------------------------|------------|------------|
| Si                      | 137        | 36,6       |
| Hace falta nuevas rutas | 134        | 36         |
| No                      | 102        | 27,3       |
| <b>TOTAL</b>            | <b>373</b> | <b>100</b> |

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Catherin Cecilia Carrera Gómez



**Gráfico N° 10** Preguntas N° 3

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Catherin Cecilia Carrera Gómez

### Análisis e Interpretación

El 37% de los encuestados cree que el turismo rural cuenta con rutas adecuadas, estando muy de cerca la opinión del 36% que menciona que hace falta rutas adecuadas para el desarrollo del turismo rural, identificándose un 27 % que definitivamente opina que no existen rutas adecuadas para el desarrollo del turismo rural, siendo este uno de los más graves problemas identificados. Esto nos da una perspectiva de la necesidad de impulsar las rutas de agroturismo a nivel local, nacional e internacional, variando la oferta para crear nuevas rutas de agroturismo..

#### Pregunta N° 4

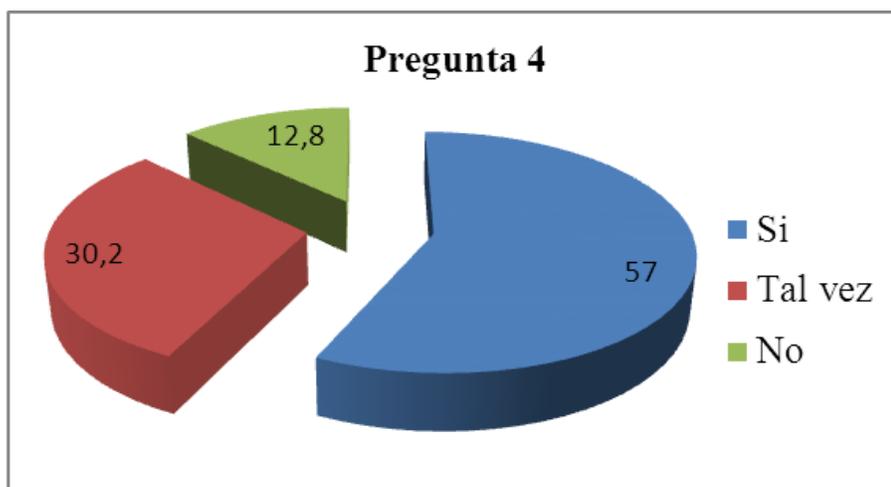
¿Un circuito turístico generaría un impacto positivo para el desarrollo agro turístico de Pastaza?

**Cuadro N° 18 Impactos de un circuito para el desarrollo del agroturismo**

| ASPECTOS     | Cantidad   | %          |
|--------------|------------|------------|
| Si           | 213        | 57         |
| Tal vez      | 113        | 30,2       |
| No           | 48         | 12,8       |
| <b>TOTAL</b> | <b>373</b> | <b>100</b> |

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Catherin Cecilia Carrera Gómez



**Gráfico N° 11** Pregunt 4

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Catherin Cecilia Carrera Gómez

#### **Análisis e Interpretación**

El mayor número de encuestados representado por el 57% opina que un circuito turístico generaría un impacto positivo para el desarrollo agro turístico de Pastaza, mientras que el 30,2% considera que tal vez existiría esta posibilidad, creyendo como alternativa inmediata la creación de un circuito turístico que involucre al agroturismo como una alternativa en Pastaza. Interpretando estos resultados como una llamada de atención para el fortalecimiento, creación y promoción de circuitos que brinden la alternativa de oferta agroturística en Pastaza.

### Pregunta N° 5

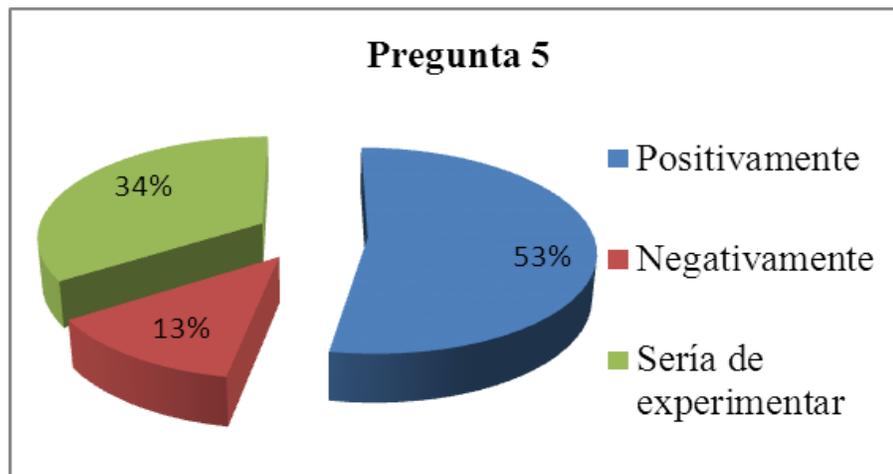
¿Cómo cree que influirá la comercialización de una nueva ruta agro turística en Pastaza?

**Cuadro N° 19 Consideraciones de comercialización de una ruta agroturística**

| ASPECTOS              | Cantidad   | %          |
|-----------------------|------------|------------|
| Positivamente         | 197        | 52,9       |
| Negativamente         | 48         | 12,8       |
| Sería de experimentar | 128        | 34,3       |
| <b>TOTAL</b>          | <b>373</b> | <b>100</b> |

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Catherin Cecilia Carrera Gómez



**Gráfico N° 12 Preguntar N° 5**

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Catherin Cecilia Carrera Gómez

### Análisis e Interpretación

El 53% de los encuestados cree que la comercialización de una nueva ruta agro turística influirá positivamente en Pastaza, siendo la mayoría quienes creen que la alternativa es la nueva ruta agroturística y su adecuada comercialización, el 34% opinan que sería bueno experimentar con esta alternativa, teniendo en cuenta una adecuada comercialización de la misma. Esto se interpreta como la necesidad de comercializar efectivamente las nuevas rutas de agroturismo a nivel provincial, que existiera más afluencia de turistas motivados por desarrollar estas actividades.

### Pregunta N° 6

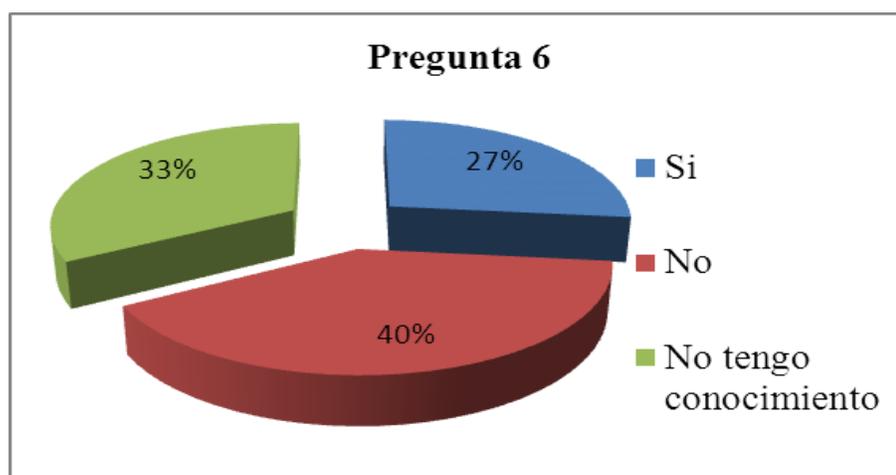
¿Según su criterio, hasta la actualidad se ha estructurado algún circuito agro turístico que coadyuve al crecimiento del turismo provincial?

**Cuadro N° 20 Circuito turístico que coadyuve al crecimiento provincial**

| ASPECTOS              | Cantidad   | %          |
|-----------------------|------------|------------|
| Si                    | 100        | 26,7       |
| No                    | 150        | 40,1       |
| No tengo conocimiento | 123        | 33,1       |
| <b>TOTAL</b>          | <b>373</b> | <b>100</b> |

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Catherin Cecilia Carrera Gómez



**Gráfico N° 13 Preguntar N° 6**

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Catherin Cecilia Carrera Gómez

### Análisis e Interpretación

Según el criterio de la mayoría de los encuestados el 40% cree que hasta la actualidad no se ha estructurado algún circuito agro turístico que coadyuve al crecimiento del turismo provincial, mientras que el 33% que desconoce el tema identificándose un problema de falta de conocimiento por ende mala comercialización de las mismas. Esto nos da a conocer la necesidad de estructural una campaña de comercialización de las rutas agroturisticas existentes, fortaleciéndolas a través de la promoción y marketing de las mismas.

### Pregunta N° 7

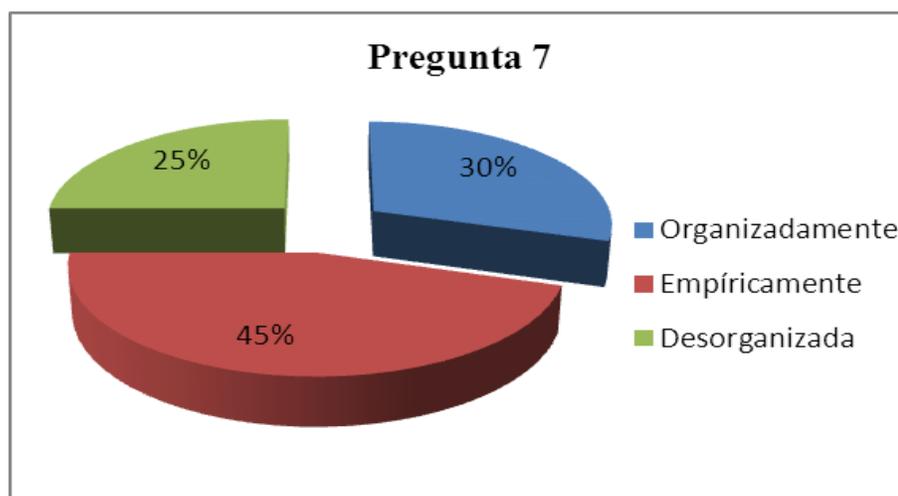
¿Desde su enfoque, de qué manera se ha venido desarrollando el agroturismo en Pastaza?

**Cuadro N° 21 Enfoque del desarrollo turístico en Pastaza**

| ASPECTOS        | Cantidad   | %          |
|-----------------|------------|------------|
| Organizadamente | 111        | 29,7       |
| Empíricamente   | 169        | 45,3       |
| Desorganizada   | 93         | 25         |
| <b>TOTAL</b>    | <b>373</b> | <b>100</b> |

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Catherin Cecilia Carrera Gómez



**Gráfico N° 14 Preguntar N° 7**

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Catherin Cecilia Carrera Gómez

### Análisis e Interpretación

De la mayoría de los encuestados representado por el 45 % desde su enfoque, consideran que el agroturismo en Pastaza se ha venido desarrollando de una manera empírica, por lo que es necesario e indispensable realizar este tipo de una manera organizada y esto es a través de circuitos, rutas y destinos específicos para esta modalidad de turismo. La interpretación de estos resultados nos permite conocer la imperante necesidad de estructurar un plan capacitación y de marketing para la comercialización de las rutas de agroturismo en Pastaza.

### Pregunta N° 8

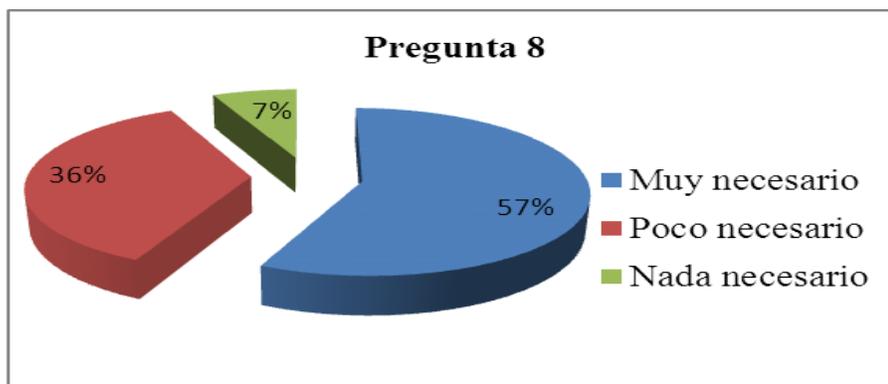
¿Considera necesario un programa de marketing para la comercialización de una nueva ruta agro turística?

**Cuadro N° 22 Consideraciones para el desarrollo de un Plan de Marketing**

| ASPECTOS       | Cantidad   | %          |
|----------------|------------|------------|
| Muy necesario  | 213        | 57         |
| Poco necesario | 134        | 36         |
| Nada necesario | 26         | 7          |
| <b>TOTAL</b>   | <b>373</b> | <b>100</b> |

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Catherin Cecilia Carrera Gómez



**Gráfico N° 15 Pregunta N° 8**

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Catherin Cecilia Carrera Gómez

### Análisis e Interpretación

Del total de los encuestados el 57% consideran necesario un programa de marketing para la comercialización de una nueva ruta agro turística, identificándose la necesidad para el desarrollo organizado de esta modalidad de turismo, teniendo en cuenta la opinión de la minoría representada por el 36% que considera poco necesaria esta alternativa. La única interpretación es el desarrollo de un plan de marketing solicitado por los administradores y usuarios de esta modalidad de turismo. Por lo tanto es necesario identificar el producto que se ofertaría y que cumpla con el requerimiento establecido.

#### **4.1.7.1 Análisis general de las encuestas**

Según los resultados obtenidos al aplicar las encuestas proyectaron los siguientes datos: El 59,9% considera que el agroturismo en la provincia de Pastaza cuenta con los elementos necesarios para desarrollar actividades de calidad en el sector turístico, destacando que el 27,3% piensa que todavía le falta desarrollar ciertos elementos como la promoción de éstos destinos, además el 37,2% opina que falta trabajar en el tema de las adecuadas técnicas para ofertar las actividades de agroturismo y el 34,3% considera que las rutas turísticas utilizadas son adecuadas y se encuentran desarrollándose de una manera empírica como lo manifestaron el 45,3% de los encuestados, teniendo en cuenta que se encuentra una falla en el sistema de promoción. El 36,6% de los encuestados cree que el turismo rural cuenta con rutas adecuadas, estando muy de cerca la opinión del 36% que menciona que hace falta rutas adecuadas para el desarrollo del turismo rural, identificándose un 27,3% que definitivamente opina que no existen rutas adecuadas para el desarrollo del turismo rural, siendo este uno de los más graves problemas identificados. Por otra parte el 57% opina que un circuito turístico generaría un impacto positivo para el desarrollo agro turístico de Pastaza, mientras que el 30,2% considera que tal vez existiría esta posibilidad, teniendo en cuenta al 52,9% de los encuestados que cree que la comercialización de una nueva ruta agro turística influirá positivamente en Pastaza, el 34,3% opinan que sería bueno experimentar con esta alternativa, acogiendo una adecuada comercialización de la misma. Asimismo el 40,1% cree que hasta la actualidad no se ha estructurado algún circuito agro turístico que coadyuve al crecimiento del turismo provincial, mientras que el 33,1% que desconoce el tema identificándose un problema de falta de conocimiento por ende mala comercialización, finalmente el 57% consideran necesario un programa de marketing para la comercialización de una nueva ruta agro turística, identificándose la necesidad para el desarrollo organizado de esta modalidad de turismo.

## 4.2 Verificación de la Hipótesis

### 4.2.1 Planteamiento de la hipótesis

H<sub>0</sub>. El estudio de la potencialidad de la oferta agro turística permite elaborar una ruta agro turística en la provincia de Pastaza.

H<sub>1</sub>. El estudio de la potencialidad de la oferta agro turística no permite elaborar una ruta agro turística en la provincia de Pastaza.

#### Modelo Matemático:

H<sub>0</sub>: O = E las frecuencias observadas son iguales a las esperadas

H<sub>a</sub>: O ≠ E las frecuencias observadas no son iguales a las esperadas

#### Modelo Estadístico:

$$\chi^2 = \sum \frac{(O - E)^2}{E}$$

#### Prueba de Hipótesis:

#### Nivel de Significación

$$\alpha = 0.05$$

95% de Confiabilidad

#### 4.2.2 Selección del nivel de significación

Para la verificación de la hipótesis se utilizará el nivel de  $\alpha = 0.5$

#### 4.2.3 Descripción de la población

Se ha tomado como referencia para la investigación de campo el muestreo del universo de investigación

#### 4.2.4 Especificación de lo estadístico

Para lo cual se expresará un cuadro de contingencia de 8 filas por 3 columnas con el cual se determinará las frecuencias esperadas.

**Cuadro N° 23 Frecuencias Observadas**

| FRECUENCIAS OBSERVADAS        |            |            |            |             |
|-------------------------------|------------|------------|------------|-------------|
| CATEGORIAS                    |            |            |            |             |
| ALTERNATIVAS                  | OPCIÓN 1   | OPCIÓN 2   | OPCIÓN 3   | SUBTOTAL    |
| 1                             | 103        | 47         | 22         | 172         |
| 2                             | 59         | 64         | 49         | 172         |
| 3                             | 63         | 62         | 47         | 172         |
| 4                             | 98         | 52         | 22         | 172         |
| <b>Variable Dependiente</b>   | <b>323</b> | <b>225</b> | <b>140</b> | <b>688</b>  |
| 5                             | 91         | 22         | 59         | 172         |
| 6                             | 46         | 69         | 57         | 172         |
| 7                             | 51         | 78         | 43         | 172         |
| 8                             | 98         | 62         | 12         | 172         |
| <b>Variable independiente</b> | <b>286</b> | <b>231</b> | <b>171</b> | <b>688</b>  |
| <b>TOTAL</b>                  | <b>932</b> | <b>681</b> | <b>451</b> | <b>1376</b> |

**Fuente:** Trabajo de campo

**Elaborado por:** Catherin Cecilia Carrera Gómez

**Cuadro N° 24 Cálculo Frecuencias Observadas**

| FRECUENCIAS OBSERVADAS |            |            |            |             |
|------------------------|------------|------------|------------|-------------|
| Variable Independiente | 323        | 225        | 140        | 688         |
| Variable Dependiente   | 286        | 231        | 171        | 688         |
| <b>TOTAL</b>           | <b>609</b> | <b>456</b> | <b>311</b> | <b>1376</b> |

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Catherin Cecilia Carrera Gómez

**Cuadro N° 25 Cálculo Frecuencias Esperadas**

| FRECUENCIAS ESPERADAS  |            |            |            |             |
|------------------------|------------|------------|------------|-------------|
| Variable Independiente | 304,5      | 228        | 155,5      | 688         |
| Variable Dependiente   | 304,5      | 228        | 155,5      | 688         |
| <b>TOTAL</b>           | <b>609</b> | <b>456</b> | <b>311</b> | <b>1376</b> |

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Catherin Cecilia Carrera Gómez

#### 4.2.5 Especificación de las regiones de aceptación y rechazo

Se procede a determinar los grados de libertad considerando que el cuadro consta de 8 preguntas y 2 variables.

#### Zona de Rechazo de la Hipótesis Nula

Grados de libertad (gl)

C columnas alternativas

F filas variables

**Cuadro N° 26 Grados de libertad**

| GRADO DE LIBERTAD |       |          |
|-------------------|-------|----------|
|                   | FILAS | COLUMNAS |
| gl=               | (8-1) | (2-1)    |
| gl=               | 7     | 1        |
| gl=               | 7*1   |          |
| gl=               | 7     |          |

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Catherin Cecilia Carrera Gómez

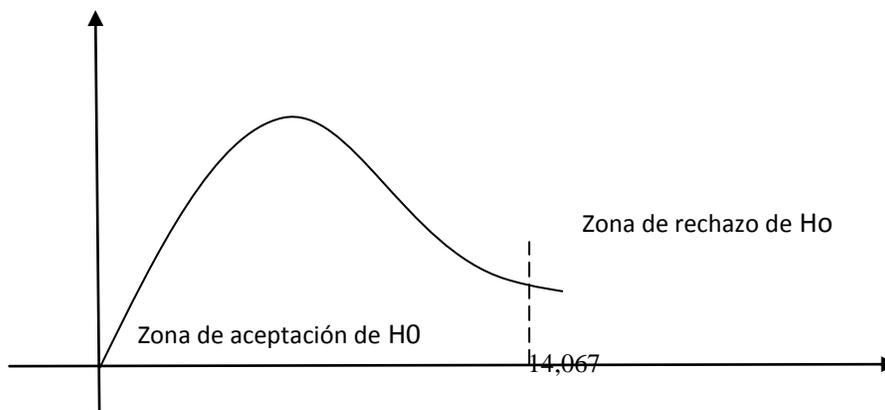
$$gl = (c - 1)(f - 1)$$

$$gl = (8 - 1)(2 - 1)$$

$$gl = 7 \times 1$$

$$gl = 7$$

$$X^2_t = 14,067$$



**Gráfico N° 16** Zonas de Rechazo y aceptación

**Fuente:** Trabajo de campo

**Elaborado por:** Catherin Cecilia Carrera Gómez

Por lo tanto con 7 grados de libertad y a nivel 0.05 de significación la tabla de  $X^2_t$  tabular = 14,067, por tanto si  $X^2_c$  calculado  $\leq X^2_t$  tabular se aceptará la H0, caso contrario se la rechazará y se aceptará la hipótesis alternativa.

#### 4.2.6 Recolección de datos y cálculo de lo estadístico

Para esto se utilizará la siguiente fórmula:

$$X^2 = \frac{\sum (O-E)^2}{E}$$

**Cuadro N° 27 Cálculo Chi cuadrado**

|                       | O   | E     | (O-E)                 | (O-E) <sup>2</sup> | (O-E) <sup>2</sup> /E |
|-----------------------|-----|-------|-----------------------|--------------------|-----------------------|
| <b>X<sup>2</sup>c</b> | 323 | 304,5 | 18,5                  | 342,25             | 1,12                  |
|                       | 286 | 304,5 | -18,5                 | 342,25             | 1,12                  |
|                       | 225 | 228   | -3                    | 9                  | 0,04                  |
|                       | 231 | 228   | 3                     | 9                  | 0,04                  |
|                       | 140 | 155,5 | -15,5                 | 240,25             | 1,55                  |
|                       | 171 | 155,5 | 15,5                  | 240,25             | 1,55                  |
| <b>TOTAL</b>          |     |       | <b>X<sup>2</sup>c</b> |                    | <b>5,42</b>           |

**Fuente:** Trabajo de campo

**Elaborado por:** Catherin Cecilia Carrera Gómez

Con 5 grados de libertad y 95% de confiabilidad la  $X^2_{c \text{ calculado}}$  es de 5,42, este valor cae en la zona de aceptación de la hipótesis  $H_0$  por ser menor a  $X^2_{t \text{ tabular}}$  que es de 14,067 por lo tanto se acepta la hipótesis nula  $H_1$  que dice: El estudio de la potencialidad de la oferta agroturística fortalece la nueva ruta agro turística en la provincia de Pastaza, y con esto se ha verificado la hipótesis satisfactoriamente.

### 4.3 Estudio Técnico Legal

El estudio Técnico es la parte de la investigación donde se determinó los lugares específicos en los que se desarrollan los subcircuitos rurales, los productos y servicios que se ofertan para el agroturismo en Pastaza. Mientras que el estudio legal es la revisión bibliográfica de la Ley de Turismo en el Ecuador y el reglamento de actividades para el agroturismo.

#### 4.3.1 Fundamentación Técnica

En el año 2003 el Ministerio de Turismo solicitó a la Organización Mundial de Turismo (OMT) una Misión para definir el Programa de Turismo Rural en el Ecuador, la misma se llevó a cabo entre el 5 y 22 de diciembre de aquel año, a cargo del Consultor de la OMT, Lic. Federico Wyss (2003), quien entregó un informe

denominado “Bases para el desarrollo del turismo rural en Ecuador”, el mismo que recoge un profundo análisis de situacional y además establece unos pasos a seguir.

Tanto en el PLANDETUR como en el informe de expuesto por el Ministerio de Turismo del Ecuador, pone de manifiesto el potencial uso de fincas, haciendas y plantaciones como recurso turístico, muy análogos en concepto a los parques temáticos, por su aspecto agrícola y cultural, valor educacional, potencial recreativo y aportes científicos.

Como parte del desarrollo del Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible para Ecuador al año 2020 (PLANDETUR 2020) en su diagnóstico de Ecuador se realizó una consultoría de productos, que fue analizada y validada por un grupo de especialistas llamado Grupo de trabajo de mercadeo. Este estudio identificó 11 líneas de producto y sus variedades específicas para el Ecuador. El producto Agroturismo fue uno de los productos prioritarios y potenciales, las variedades que incluye son: haciendas, fincas y plantaciones. Dos productos sobresalen de este análisis: “Paseo de los Sabores... Cacao, Banano, Café” y “Ruta de las Flores, plantaciones de flores del Ecuador”

A finales del 2008 se realizó el “Curso de capacitación para haciendas agroturisticas” el cual promovía la participación de propietarios de haciendas que manifiesten su interés, brindándoles instructores que mejoren sus capacidades a través de desarrollar conceptos y criterios en torno a la actividad turística, a su vez buscaba generar experticias en los propietarios de haciendas para promover la actividad turística a través de la generación de rutas turísticas, y finalmente estructurar paquetes turísticos para dinamizar la economía local en torno a rutas agroturisticas.

En el año 2009, el Ministerio de Turismo desarrolló la consultoría “Conformación de una Red de Agroturismo para el Ecuador” que procuraba identificar la oferta de agroturismo, consolidarla y generar un proceso de comercialización. El estudio evidenció que la cadena de valor en el producto agroturismo está fragmentada y en

algunos casos es inexistente, por ello se hace necesario reforzar aspectos que procuren dinamizar la creación de la misma. El citado estudio también indica que la correcta implementación de la Red de Agroturismo, dará lugar al encadenamiento productivo, la asociatividad entre productores y la diversificación económica de las haciendas o fincas turísticas, al generar beneficios económicos no sólo a los propietarios, sino también a los trabajadores y comunidades aledañas, al generar fuentes de empleo e ingresos, y al impulsar proyectos agro turísticos viables de iniciativas locales. Puede generar también beneficios indirectos como educación y mejoramiento de la infraestructura pública.”(Ministerio de Turismo del Ecuador, 2009).

Dentro de la oferta agro turística, el Ministerio de Turismo definió un programa de turismo rural, que partiendo de la importante especialización de nuestro país en la producción agropecuaria, complementada con un entorno paisajístico y la diversidad cultural en el agro, promueva el turismo interno y el internacional receptivo hacia productos turísticos en el sector rural, se identificó varios productos agro turístico en los sitios priorizados; con este antecedente se considera productos estrella para la comercialización de un circuito agro turístico que está compuesto por los siguientes subcircuitos con sus respectivos atractivos descritos a continuación.

#### **Circuito Agro turístico “AGRITUR PASTAZA”**

| <b>PRODUCTO</b>                        | <b>ATRACTIVOS</b>               | <b>PUNTUACIÓN</b> |
|--|---------------------------------|-------------------|
| <b>Subcircuito<br/>“Dulce paraíso”</b> | Granja El Paraíso               | II                |
|  | Asociación Madre Tierra         | II                |
|  | Asociación Caña de Azúcar       | II                |
| <b>Subcircuito<br/>“Agropastaza”</b>   | Paiches de la Asociación Tarqui | II                |
|  | Fábrica de lácteos Unión Libre  | II                |
|  | Asociación San José             | II                |

**Fuente:** Trabajo de campo

**Elaborado por:** Catherin Cecilia Carrera Gómez



19:30 Fin del recorrido

Con estos antecedentes se determina que el circuito agro turístico está integrado por tres atractivos agro turísticos y un atractivo recreacional descritos anteriormente.

### Mapa del Sub Circuito “AGROPASTAZA”



### Itinerario Subcircuito Nº 2

- 08: 00 Concentración en el terminal ciudad de puyo
- 09: 00 Arribo al Centro Agro turístico Paiches de la Asociación Tarqui
- 09:10 Recorrido y momento de recreación en el lugar
- 10:30 Traslado a la Fábrica de lácteos Unión Libre
- 10:45 Refrigerio
- 11:00 Recorrido y degustación en la Fábrica de lácteos Unión Libre
- 12:00 Traslado a la Asociación San José
- 13:30 Almuerzo en la Comunidad San José
- 14:30 Recorrido y degustación de los productos San José
- 15:45 Traslado al balneario Piatúa para momento de recreación
- 16:00 Lunch
- 17:00 Retorno a la ciudad de Puyo

18:00 Arribo a la ciudad de Puyo y fin del recorrido

**Recomendaciones para el tipo de oferta que se realiza:**

El servicio incluye:

- Transporte durante el recorrido: buseta
- Alimentación: 1 lunch, 1 almuerzo por día
- Guianza: guía líder y guía nativo

En caso de requerir unir los dos días en un solo paquete se incluiría el desayuno del día 2, la cena del día 1 y el hospedaje adicional.

Servicios que no incluyen:

- Comidas no especificadas, bebidas extras.
- Gastos personales, propinas

Que llevar:

- Ropa cómoda impermeable, botas de caucho, gorra, protector solar, repelente para mosquitos.
- Cámara fotográfica, filmadora, y demás para su comodidad.

Que no llevar:

- Bebidas al cólicas
- Armas blancas
- Equipos de audio.

Tamaño de grupo: Diseñado para 10 pax

### 4.3 Identificación de los productos

#### Fotografía N° 1 Paiches de la Asociación Tarqui



**Fuente:** Municipio de Pastaza

**Facilidades:** El acceso a este lugar es de primer orden además en este lugar se puede realizar caminatas por los senderos en medio de la selva observando la diversidad de flora y fauna de la región; para complementar la visita, se puede refrescar en las cálidas aguas del río Indillama. La entrada a este lugar tiene un costo de 1USD, sus contactos son 0997414898, está ubicado en el km 16 vía macas con 1km de desvío a la vía Pomona

## Fotografía N° 2 Asociación Madre Tierra



**Fuente:** Municipio de Pasataza

**Facilidades:** La Asociación Madre Tierra se encuentra ubicada en la parroquia del mismo nombre, a 10 minutos de la ciudad de Puyo teniendo acceso desde la ciudad de Puyo o por la parroquia Shell, en la vía Puyo – Baños que es una vía de primer orden. El procesamiento de la caña de azúcar es su principal actividad, donde se obtiene los productos como panela o la misma caña para deleite de los turistas. Además es importante destacar que existen turistas que pueden y arriban directamente a observar el proceso de la fabricación de mermeladas y el proceso de la caña de azúcar convirtiéndose en un atractivo para los que la visitan, teniendo todas las facilidades en la cabecera parroquial.

**Fotografía N° 3 Asociación Caña de Azúcar**



**Fuente:** Municipio de Pastaza

**Facilidades:** La Asociación Agroindustrial “Caña de Azúcar” se encuentra ubicada en la parroquia Veracruz, a 7 Km de la ciudad de Puyo, en la vía Puyo –Macas. Además es importante destacar que existen turistas que pueden y arriban directamente a observar el proceso de la caña de azúcar convirtiéndose en un atractivo para los que la visitan, los mismos que cuentan con las facilidades de alimentación, hospedaje, tiendas y lugares recreacionales en la parroquia Veracruz.

**Fotografía N° 4 Granja el Paraíso em el cantón Mera**



**Fuente:** Municipio de Mera

**Facilidades:** La Granja “El Paraíso” se encuentra ubicada en el cantón Mera por el sector del Dique de Mera a 5 minutos de la cabecera cantonal teniendo acceso de primer orden. Las facilidades para el turista son variadas en vista que en el mismo lugar se cuenta con hospedaje, alimentación, recreación y su principal actividad agroturística que es la producción de tilapia, trucha y la pitajaya para su posterior comercialización a turistas y población local.

**Fotografía N° 5 Asociación San José**



**Facilidades:** La Asociación San José se encuentra ubicada en el cantón Santa Clara en la comunidad San José a 10 minutos de la cabecera cantonal teniendo acceso de primer orden. La producción papa china, producción de caña y mermeladas para su posterior comercialización a turistas y población local y nacional es su principal actividad, brindando facilidades de hospedaje, alimentación y recreación para los turistas que la visitan. Además es importante destacar que existen turistas que pueden y arriban directamente a observar el funcionamiento del emprendimiento comunitario.

**Fotografía N° 6 Fábrica de lácteos Unión Libre**



**Fuente:** Dirección Provincial del Ministerio de Turismo de Pastaza

**Facilidades:** La quesería “Unión Libre” se encuentra ubicada en la parroquia Diez de Agosto, a 10 Km de la ciudad de Puyo, en la vía Puyo –Arajuno (acceso de entrada Km. 4 de la vía Puyo -Macas). Posee accesos de primer orden, además en el sector existen tiendas, restaurantes entre otros que brindan facilidades a los turistas que la visitan. Los productos que se elaboran son el queso, yogur, leche enfundada.

**Estructura Organizada**

**Subcircuito "DULCE PARAISO"**



**Subcircuito "DULCE PARAISO"**



## **Administración**

Dentro de la administración del proyecto se pretende involucrar a los siguientes sectores que se detallan:

**Empresa pública:** Las instituciones públicas con la dirección de la autoridad provincial de turno, como el Gobierno Autónomo Descentralizado de la provincia de Pastaza, los GADs cantonales, la Dirección Técnica provincial de Turismo de Pastaza, las juntas parroquiales, que son las entidades que se encuentran directamente relacionadas con la actividad turística, serán las encargadas de brindar capacitaciones en diferentes temas a los emprendedores turísticos que se involucren en el agroturismo provincial, además de involucrarse en el mejoramiento de los escenarios turísticos de mayor relevancia provincial, apoyo a emprendimientos turísticos, financiamiento de actividades agro turísticas.

**Empresa privada:** La empresa privada, en este caso los propietarios de los atractivos turísticos priorizados en la provincia de Pastaza, apoyarán mediante charlas de emprendimiento turístico a los años superiores de escuelas y colegios del sector, participación en ferias, colaborarán con gremios en planificación de futuros eventos. Mismas actividades que ayudarán al desarrollo del agroturismo provincial.

**Profesionales del turismo:** En el ámbito laboral, el profesional a cargo del presente proyecto, será el encargado de elaborar la propuesta que garantice la comercialización de una ruta agroturística provincial que se enmarque en los parámetros del buen vivir y mantengan el equilibrio de los aspectos que intervienen en el desarrollo sostenible; colaborará con el proyecto para el manejo del mismo para la mejor conveniencia de los emprendedores identificados como potenciales.

**Emprendedores:** Los habitantes de los sectores identificados para la práctica del agroturismo en donde se encuentra desarrollándose la presente propuesta, serán los

encargados de colaborar con el apoyo social para el impulso de la iniciativa, los mismos que mantienen bases amplias en los niveles en donde se desenvuelve la actividad, también deberán ayudar a cuidar los sitios agro turísticos y manifestaciones culturales para que permanezcan en el tiempo y espacio, rescatar actividades culturales, sociales, ambientales que aporten al crecimiento de sector.

**Administración General del proyecto:** Durante el tiempo que conllevó la realización de la investigación de la realidad del turismo rural del cantón Mera provincia de Pastaza, para el diseño de un producto turístico, se contó con el apoyo de profesionales de varias disciplinas en los distintos momentos en que se desarrolló el presente trabajo investigativo, entre las disciplinas que colaboraron para alimentar la base del trabajo fueron áreas de: ambiental, turístico, diseño, gestión de riesgo, administración de empresas, marketing, economía.



**Gráfico No. 7** Agroturismo en la provincia de Pastaza (cantones Mera y Pastaza)  
**Fuente:** MINTUR, 2012

La actividad turística es el motor dinamizador de la economía local, y este permite fomentar o estructurar la oferta de servicios en función a establecimiento de alojamiento, alimentación, recreación y esparcimiento; en este sentido se toma como referencia la oferta actual de la planta turística como complementaria a la oferta agroturística, ya que el turista y/o visitante requiere de estos servicios, y como se evidencia en la oferta actual, las actividades de agroturismo están ligadas principalmente a recorridos de las fincas y haciendas y sus procesos productivos en los productos que comercializan en sus distintas fases.

#### **4.3.2 Fundamentos Legales**

La estructuración del Programa de Incentivos para la Red de Agroturismo se fundamenta en la Ley de Turismo del Ecuador que establece que todos los establecimientos turísticos deben poseer la Licencia Única Anual de Funcionamiento, con requisitos tales como categorización del MINTUR, permiso e inspección de los bomberos, Ministerio de Salud pública, entre otros, Además el Capítulo VII De los Incentivos y Beneficios en general; en el Reglamento General de Actividades Turística; y en las estrategias turísticas del PLANDETUR 2020, que determinan la necesidad de establecer mecanismos para otorgar incentivos económicos (microcrédito, financiamiento, exoneración de impuestos), capacitaciones, formación integral, y asesoría técnicas, que permitan viabilizar la ejecución de programas para el turismo sostenible.

La Constitución de la República del Ecuador aprobada por el pueblo ecuatoriano mediante consulta popular del 2008, reconoció la nueva Carta Magna que rige en el territorio, siendo entre algunos de los artículos a tomar en cuenta, los siguientes:

**Artículo 1:** El Ecuador es un Estado constitucional de derechos y justicia, social, democrático, soberano, independiente, unitario, intercultural, plurinacional y laico. Se organiza en forma de república y se gobierna de manera descentralizada.

**Artículo 26:** “el Estado fomentará y promoverá la cultura, la creación artística y la investigación científica; y, por la conservación del patrimonio cultural y la riqueza artística e histórica de la Nación”.

**Artículo 227:** La administración pública constituye un servicio a la colectividad que se rige por los principios de eficacia, eficiencia, calidad, jerarquía, desconcentración, descentralización, coordinación, participación, planificación, transparencia y evaluación.

**Artículo 262:** Los gobiernos regionales autónomos tendrán las siguientes competencias exclusivas, sin perjuicio de las otras que determine la ley que regule el sistema nacional de competencias:

- Planificar el desarrollo regional y formular los correspondientes planes de ordenamiento territorial, de manera articulada con la planificación nacional, provincial, cantonal y parroquial.
- Fomentar las actividades productivas regionales.

**Artículo 263:** Los gobiernos provinciales tendrán las siguientes competencias exclusivas, sin perjuicio de las otras que determine la ley:

- Planificar el desarrollo provincial y formular los correspondientes planes de ordenamiento territorial, de manera articulada con la planificación nacional, regional, cantonal y parroquial.
- Fomentar las actividades productivas provinciales.

**Artículo 264:** Los gobiernos municipales tendrán las siguientes competencias exclusivas sin perjuicio de otras que determine la ley:

- Planificar el desarrollo cantonal y formular los correspondientes planes de ordenamiento territorial, de manera articulada con la planificación nacional,

regional, provincial y parroquial, con el fin de regular el uso y la ocupación del suelo urbano y rural.

- Planificar, construir y mantener la infraestructura física y los equipamientos de salud y educación, así como los espacios públicos destinados al desarrollo social, cultural y deportivo, de acuerdo con la ley.
- Preservar, mantener y difundir el patrimonio arquitectónico, cultural y natural del cantón y construir los espacios públicos para estos fines.

**Artículo 267:** Los gobiernos parroquiales rurales ejercerán las siguientes competencias exclusivas, sin perjuicio de las adicionales que determine la ley:

- Planificar el desarrollo parroquial y su correspondiente ordenamiento territorial, en coordinación con el gobierno cantonal y provincial.
- Planificar, construir y mantener la infraestructura física, los equipamientos y los espacios públicos de la parroquia, contenidos en los planes de desarrollo e incluidos en los presupuestos participativos anuales.

**Artículo 275:** El régimen de desarrollo es el conjunto organizado, sostenible y dinámico de los sistemas económicos, políticos, socio-culturales y ambientales, que garantizan la realización del buen vivir, del sumak kawsay.

La planificación propiciará la equidad social y territorial, promoverá la concertación, y será participativa, descentralizada, desconcentrada y transparente.

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

Las políticas de Estado para el turismo sostenible del Ecuador representan las líneas de acción para la gestión interinstitucional y guían la propuesta programática de intervenciones concretas del PLANDETUR 2020:

El turismo sostenible es el modelo de desarrollo en todos los niveles de gestión del sector para dinamizar la economía nacional como aporte significativo al desarrollo productivo, social y ambiental y contribuir a la superación de los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM).

El planteamiento de un escenario de desarrollo turístico sostenible permite que el PLANDETUR 2020 articule de manera balanceada e integral las acciones del sector para el logro de objetivos económicos, sociales y ambientales en la actividad turística. Con este fin, el país se compromete a aportar desde este sector al logro y superación de los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM), especialmente con el objetivo 7 que dice “Garantizar la sostenibilidad del Ambiente”, cuyos aportes al turismo serán:

- Enfoque de Responsabilidad Social Empresarial
- Valoración del patrimonio natural y cultural
- Conservación de la biodiversidad
- Control de impactos del turismo
- Eficiencia en el uso de los recursos

El uso del tiempo de ocio en actividades culturales, artísticas, físicas y recreativas para todos los grupos de edad, mejora las condiciones de salud física y espiritual de los habitantes del país.

Entre las políticas establecidas se puede citar las siguientes:

- Garantizar a la población el derecho al acceso y al disfrute de los espacios públicos en igualdad de condiciones.
- Fomentar y optimizar el uso de espacios públicos para la práctica de actividades culturales, recreativas y deportivas.
- Garantizar el derecho al disfrute pleno de la ciudad y de sus espacios públicos, bajo principios de sustentabilidad, justicia social, igualdad de género y respeto cultural.

La ley de Turismo vigente, de acuerdo al artículo 4 una de las políticas de acción es “Reconocer que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de autogestión, y al Estado en cuanto debe potencializar las actividades mediante el fomento y promoción de un producto turístico competitivo”.

En el Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible para el Ecuador, PLANDETUR 2020, se menciona lo siguiente: “El PLANDETUR 2020 busca potenciar en los próximos trece años un desarrollo sostenible integral con visión sectorial para un desarrollo humano en armonía con la naturaleza y con una base institucional sólida. Así mismo, se define como estrategia turística del plan, al desarrollo, equipamiento y dotación de elementos necesarios para la creación, mejora y consolidación de los destinos turísticos del Ecuador, como componentes de productos turísticos competitivos”.

El Ecuador como país ha desarrollado una serie de propuestas y planificaciones para el buen progreso de la actividad turístico - productivo, si bien es cierto, en el año de 1998 se estableció el Plan Nacional de Competitividad Turística que menciona entre uno de sus componentes el diseño de clúster específicos para Andes Centro Norte, Galápagos, Litoral, Austro y Amazonía; siendo la Región Amazónica un destino turístico único por la singularidad de su naturaleza y biodiversidad, es necesario considerar una propuesta de diseño de una Agenda de Transformación Productiva

para este sector, ya que, el Gobierno Central del Ecuador, dentro de sus políticas públicas ha desarrollado el Plan Estratégico de Desarrollo del Turismo Sostenible en Ecuador hacia el año 2020 “PLANDETUR 2020”, el cual ha contribuido a que el turismo deje de ser una instancia política para convertirse en una política de planificación y estructuración del sistema turístico y productivo en sus ámbitos y competencias exclusivas e inclusivas, internas y externas; convirtiéndose en una verdadera responsabilidad Estatal.

Del mismo modo la articulación del Plan Nacional del Buen Vivir 2010 – 2014, genera e impulsa los objetivos que permitan al Estado ecuatoriano a planificar la actividad productiva e inclusión social de los pueblos con sus distintas etnias y nacionalidades; siendo entre estas los siguientes:

**Objetivo 1:** Auspiciar la igualdad, cohesión e integración social y territorial en la diversidad

**Objetivo 4:** Garantizar los derechos de la naturaleza y promover un ambiente sano y sustentable.

**Objetivo 5:** Garantizar la soberanía y la paz, e impulsar la inserción estratégica en el mundo y la integración Latinoamericana.

**Objetivo 6:** Garantizar el trabajo estable, justo y solidario en su diversidad de formas.

**Objetivo 11:** Establecer un sistema económico social, solidario y sostenible: Reactivación productiva y generación de empleo; Aplicación de una política rural y agropecuaria sustentada en soberanía alimentaria con redistribución de la tierra; Profundización de la democracia económica y el desarrollo sustentable; Establecimiento de relaciones económicas internacionales equitativas.

**Objetivo 12:** Construir un Estado democrático para el Buen Vivir.

A continuación se exponen los artículos del Reglamento General de Actividades Turísticas, en los que este programa de incentivos se basa para su estructuración:

## **Título VII De la Promoción Turística**

**Art. 185.** - Asesoramiento técnico. - El Ministerio de Turismo colaborará y brindará a la empresa privada, el asesoramiento técnico necesario respecto a la información turística en general y de proyectos de promoción y ejecución de los mismos e investigación de mercados, de conformidad con las disposiciones que para el efecto, se formulen en este reglamento o en otras disposiciones.

**Art. 186.** Colaboración del Ministerio de Turismo. - El Ministerio de Turismo podrá colaborar en la organización, supervisión, coordinación y calificación de espectáculos, congresos, excursiones, audiciones, representaciones y otros eventos tradicionales y folclóricos para atracción turística que se celebren en el país, sin perjuicio de sus facultades legales.

**Art. 187.** - Colaboración interinstitucional.- Las instituciones del Estado deberán cooperar estrechamente con el Ministerio de Turismo, con el fin de crear y promover la imagen turística del Ecuador y de sus regiones.

La Ruta del Agua como destino turístico ha sufrido una lenta y no considerable trayectoria de planificación lo que ha ocasionado que los procesos público – político, privado y comunitario - inversionista, se realicen en espacios inciertos y poco apetecibles para el desarrollo de la actividad turística – productiva; siendo además la iniciativa de aquellas zonas de influencia de la Ruta del Agua, el realizar acciones y convenios con pocas instituciones gubernamentales, privadas y comunitarias con el fin de impulsar un proceso de planificación para el desarrollo del turismo en y las zonas con potencial turístico.

Sin embargo, la Ruta del Agua genera impactos positivos y negativos en los ámbitos social, cultural y ambiental; tanto el ingreso de turistas nacionales como internacionales fomenta nuevas iniciativas microempresariales a nivel privado y comunitario, lo que ocasiona la implementación de los mismos sin contar con una planificación y ordenamiento territorial, generando espacios y productos no competitivos y de baja calidad.

No obstante las alianzas han sido insuficientes, debido a que no se cuenta con una planificación que trace líneas estratégicas de acción y co-acción, por lo cual la presente propuesta es oportuna y necesaria en un momento de revisión y actualización del sistema productivo en el Ecuador, ya que, el antes citado PLANDETUR 2020 no cuenta y/o especifica un proyecto determinado para el Destino turístico de la Ruta del Agua; en este sentido es necesario la elaboración de la Agenda de Transformación Productiva de la Amazonía.

Bajo estos lineamientos los diferentes sectores organizados de Pastaza, representantes de los Gobiernos Locales, representantes de otras Carteras de Estado, así como también del sector privado, comunitario, educativo y sociedad civil; han trabajado en la estructuración, socialización y validación de la planificación integral de la Agenda de Transformación Productiva de la Amazonía en el eje de turismo basado en la Ruta del Agua – Yaku Ñamby, para los períodos 2011 – 2017.

### **Responsabilidades Institucionales**

La gobernanza turística actual supone la manera de gestionar los destinos con la coordinación de los actores de los sectores público, privado y comunitario. La coordinación en el turismo es fundamental a todo nivel, pues se trata de una actividad en la que confluyen todo tipo de intereses, unos compatibles y otros no, con la visión de sostenibilidad del PLANDETUR 2020.

Por esta razón, este programa de incentivos hace énfasis en la necesidad de emprender un proceso de coordinación con todos aquellos actores que tienen de una u otra manera que ver con el desarrollo agro turístico en el país: entidades estatales, gobiernos seccionales, gremios turísticos, productores, entre otros.

Por otro lado, es importante recalcar la importancia de la coordinación interinstitucional para asegurar el éxito de este programa de incentivos, debido a que cada uno de los actores involucrados juega un rol fundamental en la aplicación de los beneficios.

Por lo anteriormente expuesto, se requiere la firma de acuerdos interinstitucionales, previa aprobación del Programa de Incentivos, para su posterior gestión y aplicación. Las responsabilidades de los organismos involucrados en la aplicación de este programa de incentivos, depende de las implicaciones de cada incentivo.

#### **4.4 Propuesta de un programa de marketing para la comercialización de la Ruta agroturística “AGRITUR PASTAZA”.**

##### **4.4.1 Datos Informativos**

**4.4.2 Título:** Programa de marketing para la comercialización de la Ruta agroturística “AGRITUR PASTAZA”.

|                                    |         |
|------------------------------------|---------|
| <b>Nombre de la Parroquia:</b>     | Puyo    |
| <b>Cantón:</b>                     | Pastaza |
| <b>Provincia:</b>                  | Pastaza |
| <b>Proyectos Agros turísticos:</b> | 5       |

#### **4.4.3 Antecedentes de la propuesta**

El Marketing es un proceso que contempla la siguiente secuencia: idea, estudio de pre factibilidad, estudio de factibilidad, diseño del prototipo, (producción), canales de distribución, promoción y publicidad, ventas y retroalimentación, y para nuestro Plan nos enfocaremos en la comercialización.

En el presente Plan, para la comercialización de las rutas propuestas en Pastaza, contemplaré lo siguiente: estrategias para mejorar la afluencia de turistas, dar a conocer los principales destinos agros turísticos de la ruta, principales métodos de promoción y comercialización considerando las estrategias de desarrollo turístico. Hay que notar que algunos de los ítems expuestos ya se los ha realizado en capítulos anteriores, por consiguiente abordaré solamente los que faltan.

#### **4.4.4 Justificación de la propuesta**

El Plan de Marketing tiene como objetivo definir las ofertas del agroturismo en Pastaza. Tiene, por tanto, un punto de partida claro: la realidad del producto turístico actual; es decir, de aquello que el turista puede hoy disfrutar como atractivo agro turístico en Pastaza.

Este carácter del Plan de Marketing exige combinar dos orientaciones: la estratégica y de largo plazo, que define lo que vamos a promover, con la operativa y operacional, de corto plazo, que establece las acciones que es preciso realizar para aumentar la captación de turistas.

La preparación del Plan ha supuesto la necesidad de actuar en cuatro ámbitos:

1. La definición de la oferta estrategia de producto, tanto a nivel general del territorio provincial de Pastaza como a nivel específico de las diferentes líneas del agroturismo.
2. La formulación del posicionamiento deseado en los mercados, variable fundamental que no sólo define el Plan sino que se convierte también en el instrumento técnico principal para el inicio de la comercialización de la ruta agro turística de Pastaza.
3. Identificación de los productos descritos para la inclusión en los circuitos a potencializarse.
4. Señalización y señalética para los atractivos ofertados para el agroturismo en Pastaza.

#### **4.4.5 Objetivos de la Propuesta**

##### **Objetivo General**

- 4.5 Diseñar un programa de marketing para la comercialización de la Ruta agroturística “AGRITUR PASTAZA”.

##### **Objetivos Específicos**

- Definir la oferta estratégica de los productos, tanto a nivel general del territorio provincial de Pastaza como a nivel específico de las diferentes líneas del agroturismo
- Diseñar un método de comercialización de la ruta agro turística de Pastaza.

#### 4.4.6 Análisis de Factibilidad

El procedimiento para diseñar un programa de marketing para la comercialización de la nueva ruta de agroturismo en Pastaza, el cual sería ejecutado de manera técnica, por lo tanto será manejado por la autora, la misma que tendrán la capacidad y conocimientos necesarios para su puesta en marcha durante y después del diseño del Programa.

Por lo tanto se considera que el desarrollo de este Programa de comercialización de la ruta agro turística de Pastaza es operativamente factible.

#### 4.4.7 Estrategia 1. Marco Administrativo

##### Logo



**Elaborado por:** Catherin Cecilia Carrera Gómez

**Significado:** Como su nombre lo describe “Agri” Significa la agricultura y “Tur” es el enfoque de la misma al turismo en la provincia de “Pastaza”, representada por la hospitalidad, la caña, su proceso, el cultivo de tilapia, y la riqueza existente en la provincia.

- Color verde:** Representa la riqueza natural provincial.
- La casa:** Es la hospitalidad, que tiene Pastaza.
- La planta de caña:** Representa los cultivos de caña que existen en nuestra provincia.
- El pez:** Los cultivos de tilapia que se desarrollan en los cantones de la provincia.
- La Mariposa:** Se interpreta como la belleza y libertad para disfrutar de la naturaleza.
- Los espirales:** Representan el proceso de transformación que se pueden observar en los diferentes proyectos agro turísticos de Pastaza.
- Las Marcas azules:** Representa la riqueza fluvial con la que cuenta Pastaza, siendo éste un valor agregado al recorrido que ofrece el agroturismo de Pastaza.

### **Misión**

El circuito turístico “AGRITUR PASTAZA” tiene como misión la satisfacción de las necesidades del cliente que deseen vivir una nueva modalidad de turismo de alta calidad, responsable y comprometido con la conservación de la naturaleza aportando al desarrollo de la localidad, a través de la oferta de paquetes agro turísticos alternativos para recorridos vivenciales y de experiencia rural en Pastaza.

## **Visión**

Al 2020 ser un circuito agro turístico reconocido en el medio turístico provincial de experiencia rural, como producto líder en la prestación de productos y servicios de agro calidad a nivel rural.

### **4.4.8 Estrategia 2 Desarrollo de la marca**

#### **Subcircuito “Dulce paraíso”**

**Slogan:** “GUIATE POR LA CURIOSIDAD DE CONOCER PASTAZA”

El término agroturismo en el presente subcircuito se relaciona con espacios rurales o escasamente urbanizados, comunidades o proyectos en los cuales las actividades primarias son la producción, el agro y la comercialización de productos que elaboran.

El presente subcircuito se basó en tres proyectos priorizados como agro turísticos de los cantones Mera y Pastaza que cuentan con un sistema organizativo propio y asociativo, con recursos relativamente limitados y una población también pequeña, las ofertas de agroturismo que encontramos son propias de la localidad, ofertas que dirigen los vínculos entre los diferentes miembros de la asociación y en el caso de la Granja el Paraíso propietario independiente logrando que sean mucho más organizados que los que existen entre los habitantes.

Los atractivos que integran el subcircuito son:

| PRODUCTO                    | ATRATIVOS   |
|-----------------------------|---|
| Subcircuito “Dulce paraíso” | Granja El Paraíso<br>Asociación Madre Tierra<br>Asociación Caña de Azúcar |

**Fuente:** Trabajo de Campo

**Elaborado por:** Catherin Cecilia Carrera Gómez

### Señalética

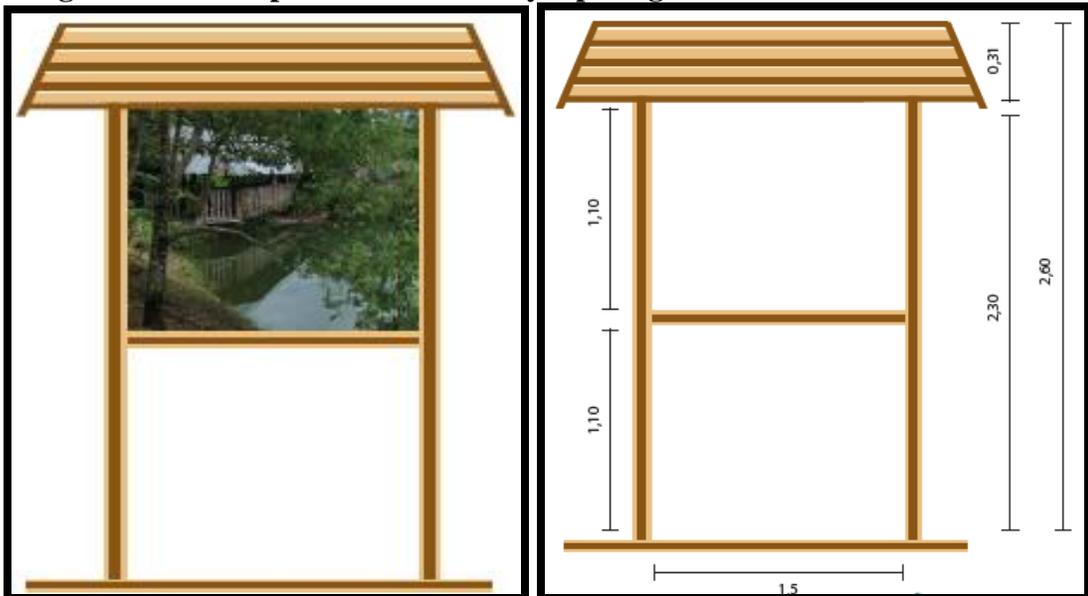
Dentro de este parámetro se ha identificado la imperiosa necesidad de señalización de los diferentes atractivos en este caso los centros que integran la ruta agroturística. La principal señalización debe ser:

Tomado del Manual de señalización turística del Ministerio de Turismo

1. Preventivas
2. Reglamentarias
3. De información
4. Dispositivos para trabajos en la vía y trabajos especiales

Las señales deben tener dos postes de madera de sección cuadrada de 95x95 de 3000 mm de altura y tejadillo a dos aguas, formado por duelas de madera de 20mm de espesor o material de sector.

**Imagen N° 1 Señal para áreas rurales y/o protegidas**



**Fuente:** Dirección Provincial del Ministerio de Turismo de Pastaza  
**Elaborado por:** Catherin Cecilia Carrera Gómez

**Señalética que se debe usar en cada uno de los atractivos turísticos para afianzar la comercialización de la oferta y garantizar información de primera mano.**

**Imagen N° 1 Granja El Paraíso**



**Fuente:** Dirección Provincial del Ministerio de Turismo de Pastaza  
**Elaborado por:** Catherin Cecilia Carrera Gómez

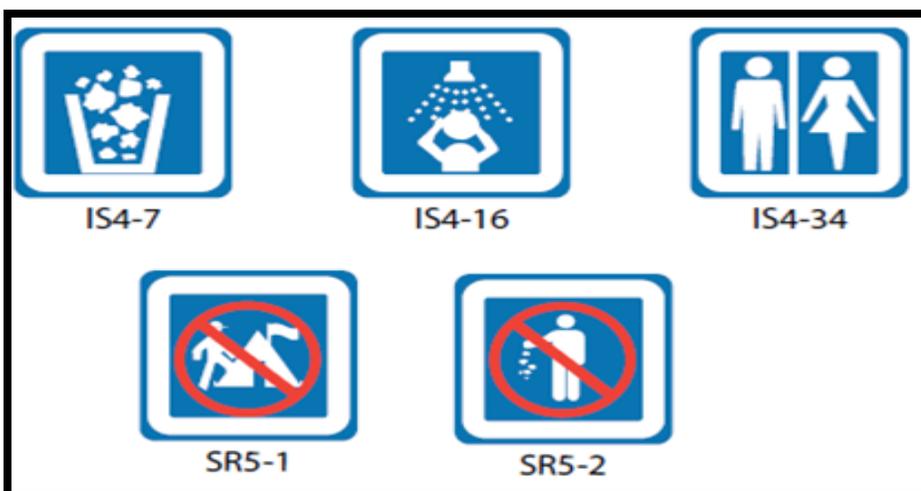
### Asociación Agroindustrial Caña de Azúcar



Fuente: Dirección Provincial del Ministerio de Turismo de Pastaza

Elaborado por: Catherin Cecilia Carrera Gómez

### Asociación Madre Tierra



Fuente: Dirección Provincial del Ministerio de Turismo de Pastaza

Elaborado por: Catherin Cecilia Carrera Gómez

### Subcircuito “AGROPASTAZA”

Slogan: “CONOCE Y DISFRUTA DE UN MUNDO PRODUCTIVO”

A diferencia de otras formas de turismo se encuentra la modalidad de turismo denominada “agroturismo”, el mencionado subcircuitos ofrece oportunidades

originales en la que los visitantes experimentarán más y buscan lograr significativas experiencias vivenciales de agroturismo. Lo que distingue a las actividades del presente subcircuito de agroturismo de las de turismo tradicional es la convivencia y experimentación de los procesos agro productivos de los mismos.

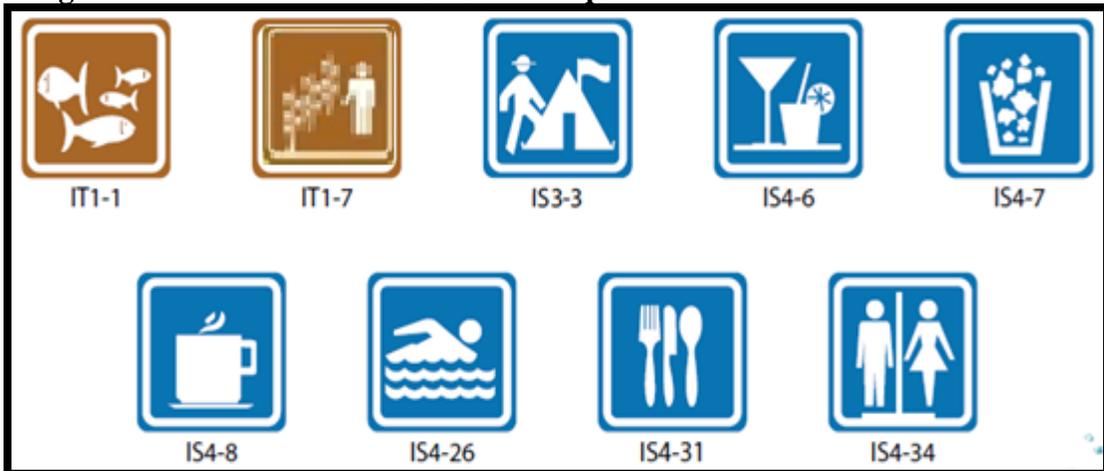
Los atractivos que integran el subcircuito son:

| PRODUCTO                     | ATRATIVIVOS  |
|------------------------------|--|
| Subcircuito<br>“Agropastaza” | Paiches de la Asociación Tarqui<br>Fábrica de lácteos Unión Libre<br>Asociación San José |

**Elaborado por:** Catherin Cecilia Carrera Gómez

**Señalética**

**Imagen N° 2 Paiches de la Asociación Tarqui**



**Fuente:** Dirección Provincial del Ministerio de Turismo de Pastaza

**Elaborado por:** Catherin Cecilia Carrera Gómez

**Imagen N° 3 Asociación San José**



**Fuente:** Dirección Provincial del Ministerio de Turismo de Pastaza  
**Elaborado por:** Catherin Cecilia Carrera Gómez

**Imagen N° 4 Fábrica de lácteos Unión Libre**



**Fuente:** Dirección Provincial del Ministerio de Turismo de Pastaza  
**Elaborado por:** Catherin Cecilia Carrera Gómez

### Estrategia 3 Difusión

| N°           | Publicidad              | Distribución   | Objetivo   | Público Objetivo                                | Presupuesto | Observación                             |
|--------------|-------------------------|--|--|---|-------------|---|
| 1            | <b>Trípticos (2000)</b> | Distribución local a nivel de establecimientos turísticos y centros de información. Distribución nacional e internacional a través de participación en ferias y eventos. | Promocionar los sitios que ofertan agroturismo que integran el circuito agro turístico en la provincia de Pastaza. | Turistas locales, nacionales e internacionales. | 2000        | Impresiones semestrales                 |
| 2            | <b>Afiches (1000)</b>   | Distribución local a nivel de establecimientos turísticos y centros de información. Distribución nacional e internacional a través de participación en ferias y eventos. | Promocionar los sitios que ofertan agroturismo que integran el circuito agro turístico en la provincia de Pastaza. | Turistas locales, nacionales e internacionales. | 1000        | Impresiones anuales                     |
| 3            | <b>Página Web</b>       | Nacional e Internacional   | Llegar a todos los destinos y demanda de agroturismo a nivel local, nacional e internacional                       | Turistas locales, nacionales e internacionales  | 1000        | Actualización de la página mensualmente |
| <b>TOTAL</b> |                         |  |  |   | <b>4000</b> |   |

Elaborado por: Catherin Cecilia Carrera Gómez

#### **Estrategia 4 Alianzas para la comercialización del Circuito Agro turístico “AGRITUR PASTAZA”**

Con el objetivo de apoyar de manera conjunta al desarrollo del agroturismo de la provincia de Pastaza que integra la presente propuesta, el GAD provincial, y los GADs cantonales en el cumplimiento de sus funciones deberán crear alianzas para:

| <b>ALIANZAS ESTRATÉGICAS PARA CON LAS EMPRESAS PÚBLICAS</b>   |
|---|
| Implementación y administración de proyectos agro turísticos.   |
| Apoyo en la comercialización del circuito agro turístico  |
| Implementación de buenas prácticas de turismo sostenible.   |
| Capacitación a los emprendimientos agro turísticos identificados.   |
| Organizar reuniones, talleres, foros y otros eventos, para difundir el potencial agro turístico y su aprovechamiento para el desarrollo local y provincial. |
| Generar programas de revitalización de las actividades tradicionales agro - culturales de las comunidades y proyectos priorizados.                          |

**Elaborado por:** Catherin Cecilia Carrera Gómez

De la misma manera de una forma conjunta los empresarios privados, en especial los emprendedores identificados como potenciales atractivos agro turísticos de la provincia de Pastaza en el cumplimiento de sus funciones deberán crear alianzas para:

| <b>ALIANZAS ESTRATÉGICAS CON LAS EMPRESAS PRIVADAS</b>                        |
|---|
| Capacitarse constantemente en temas relacionados al agroturismo               |
| Capacitarse en temas de servicio y atención al cliente                        |
| Fortalecer constantemente sus proyectos con dedicación y compromiso           |
| Buscar estrategias continuas de promoción y comercialización de sus productos |
| Organizar encuentros para el intercambio de experiencias                      |
| Buscar alternativas de proyectos para el fortalecimiento de sus productos     |

**Elaborado por:** Catherin Cecilia Carrera Gómez

## Estructura de Costos

El precio del paquete a poner en el mercado, está establecido por el método de costos, el mismo que se basa en las diferentes actividades que se establecen durante el tour.

### Análisis de Costos Circuito N° 1

| PRODUCTOS Y SERVICIOS         | VALOR UNITARIO |
|-------------------------------|----------------|
| Transporte                    | 5              |
| Alimentación                  |                |
| Almuerzo                      | 2,5            |
| Cena                          | 2,5            |
| Refrigerio                    | 1,5            |
| Lunch                         | 1,5            |
| Guianza                       | 4              |
| Entradas Varias               |                |
| Granja el Paraíso             | 1,5            |
| Asociación Madre Tierra       | 1              |
| Asociación Caña de Azúcar     | 1              |
| Dique de Veracruz             | 0              |
| <b>SUBTOTAL</b>               | <b>20,5</b>    |
| <b>Margen de Ganancia 30%</b> | <b>6,15</b>    |
| <b>TOTAL</b>                  | <b>26,65</b>   |

**Fuente:** Actividades turísticas subcircuito N° 1

**Elaborado por:** Catherin Cecilia Carrera Gómez

La propuesta número uno tiene un costo de 20,5 veinte dólares con cincuenta centavos por pax, el mismo que sumado al porcentaje de ganancia que es del 30% genera un total de 6.15 seis dólares con quince centavos por persona, que representa un promedio total de 26.65 veinte y seis dólares con sesenta y cinco centavos por paquete máximo vendido. No está incluido el IVA.

## Análisis de Costos Circuito N° 2

| <b>PRODUCTOS Y SERVICIOS</b>    | <b>VALOR UNITARIO</b> |
|---------------------------------|-----------------------|
| Transporte                      | 5                     |
| Alimentación                    |                       |
| Almuerzo                        | 3                     |
| Refrigerio                      | 1,5                   |
| Lunch                           | 1,5                   |
| Guianza                         | 4                     |
| Entradas Varias                 |                       |
| Paiches de la Asociación Tarqui | 2                     |
| Fábrica de lácteos Unión Libre  | 1                     |
| Asociación San José             | 1                     |
| Balneario Piatúa                | 0                     |
| <b>SUBTOTAL</b>                 | <b>19</b>             |
| <b>Margen de Ganancia 30%</b>   | <b>5,7</b>            |
| <b>TOTAL</b>                    | <b>24,7</b>           |

**Fuente:** Actividades turísticas subcircuito N° 1

**Elaborado por:** Catherin Cecilia Carrera Gómez

La propuesta número uno tiene un costo de 19 diecinueve dólares por pax, el mismo que sumado al porcentaje de ganancia que es del 30% genera un total de 5,7 cinco dólares con setenta centavos por persona, que representa un promedio total de 24.7 veinte y cuatro dólares con setenta centavos por paquete máximo vendido. No está incluido el IVA.

### 4.8 Conclusiones de la Propuesta

1. Una vez analizado los diferentes productos agro turísticos de la Provincia de Pastaza priorizados como potenciales para cubrir dos subcircuitos diarios que garantizan la satisfacción de los turistas que visitan Pastaza, destacando que lo

primordial para su comercialización es la promoción y señalización turística, dando a conocer la principal señalética a utilizarse en estos sectores, garantizando de esta manera una adecuada de comercialización de sus productos e información eficiente y eficaz para los turistas.

2. Alianzas estratégicas con las empresas públicas y privadas para la comercialización de los subcircuitos propuestos.
3. La participación en ferias y eventos a nivel local, nacional e internacional.
4. Realizar material promocional para los circuitos propuestos tales como: Trípticos, mapas, afiches, etc.

## **5. CONCLUSIONES**

De la presente investigación se desprenden una serie de conclusiones relevantes referente a la necesidad de realizar un estudio de potencialidad de la oferta agroturística de la provincia de Pastaza, es importante que el lector disponga de algunas conclusiones y recomendaciones sobresalientes; que en el desarrollo y término del trabajo surgieron; como las siguientes.

### **5.1 Conclusiones**

Luego de realizar el diagnóstico de la potencialidad de las oferta agro turística de Pastaza se pudieron identificar 6 emprendimientos de los cuales 3 se encuentran en el cantón Pastaza, 2 en el cantón Mera y 1 en el cantón Sata Clara.

En el estudio técnico legal se determinó la normativa legal en base a la ley de turismo y el PLANDETUR 2020, así como las ordenanzas municipales que establecen el cumplimiento de los impuestos y reglamentaciones en base a la LUAF.

De la misma manera en el estudio técnico se identificó los potenciales atractivos que integran las ruta agroturística “Agritur Pastaza”, la misma que está constituida por dos subcircuitos denominados “Dulce paraíso” y “Agropastaza”, que han sido establecidos con itinerarios para dos días dentro de tres cantones de la provincia de Pastaza.

En el Plan de Márquetin se pudo identificar 4 estrategias para la comercialización de la nueva ruta, tales como la estrategia macro administrativa a través del diseño del logo, la misión y visión, la estrategia de desarrollo de la marca a través de la señalética en los atractivos potencialmente identificados para el agroturismo, la estrategia de difusión y finalmente la de alianzas con empresas públicas y privadas.

## **Recomendaciones**

Se recomienda seguir incrementando y fortaleciendo los atractivos agros turísticos en la provincia de Pastaza a través de inversión pública y privada, ya que éstos cuentan con los elementos necesarios para desarrollar actividades de calidad en el sector turístico provincial.

Realizar programas de remediación con respecto a las falencias identificadas en el tema de promoción de los atractivos considerados como potenciales para el agroturismo, con el objetivo de realizar actividades ordenadas y planificadas.

Diseñar nuevas rutas agro turísticas con bases técnicas para fortalecerlas a través de una comercialización objetiva y de calidad.

Finalmente cumplir con la propuesta planteada, siendo la base para los atractivos agros turísticos identificados con una adecuada promoción con excelente señalética y señalización de sus productos.

## RESUMEN

La presente investigación sobre el Estudio de Potencialidad de la Oferta Agroturística de la Provincia de Pastaza da a conocer la importancia de la comercialización de una nueva ruta agroturística en la provincia, el mismo que servirá como instrumento de información sobre la nueva modalidad de turismo que combinado con estrategias de marketing por parte de las principales entidades públicas y privadas será de vital importancia para su implementación y uso. La metodología que se aplicó en el presente proyecto fue; la investigación descriptiva y exploratoria, analizados por las metodologías cualitativas y cuantitativas, las mismas que fueron compendiadas con las siguientes técnicas e instrumentos de recolección de datos; encuestas, entrevistas, observación directa, fichas, entre otros que proveyeron de información primaria, así como información secundaria altamente eficiente para el marco teórico y sus posteriores resultados. El objeto de estudio aborda la factibilidad de atractivos turísticos naturales y su potencialidad para el agroturismo en Pastaza, los mismos que se identificaron mediante la Matriz de valoración de atractivos turísticos, información que fue utilizada para elaborar la propuesta sobre el diseño de un programa de marketing para la comercialización de la nueva ruta de agroturismo en Pastaza, misma que se basa en la señalización de la nueva ruta agroturística, misma que fue sustentada en base a la observación directa y validada con la aplicación de la ficha de inventario de atractivos turísticos de la Dirección Técnica del Ministerio de Turismo de Pastaza, que clasifica por categoría, tipo, sub tipo, entre otros elementos a los diferentes atractivos turísticos estudiados. De esta manera se llegó a la conclusión que la Ruta de turismo de agroturismo debe ser fortalecida a través de una adecuada señalización y manejo de la misma que permitirá difundir los atractivos turísticos naturales potenciales para el desarrollo de esta modalidad de turismo, también captará la atención e interés del turista que busca este tipo de turismo en Pastaza, además permitirá a los turistas identificar con precisión y claridad cada una de las alternativas que ofrecen estos atractivos ubicados dentro de la ruta agroturística.

**Descriptores:** Agroturismo, oferta agroturística, ruta agroturística, potencialidad agroturística.

## SUMMARY

The present research study Agroturística Supply Potential of the Pastaza Province discloses the importance of marketing a new route Agrotourism in the province, which will serve as an information about the new form of tourism which combined marketing strategies of the major public and private institutions will be vital for its implementation and use. The methodology applied in this project was, descriptive and exploratory research, analyzed by qualitative and quantitative methodologies, the same that were epitomized by the following techniques and instruments for data collection, surveys, interviews, direct observation, chips, among others who provided primary information and secondary information highly efficient for the theoretical framework and its subsequent results. The object of study addresses the feasibility of natural attractions and its potential for agritourism in Pastaza, the same as those identified by Rubric attractions information that was used to develop the proposal for the design of a marketing program for the commercialization of new agritourism route Pastaza same signaling is based on the new route agrotourism, same that was sustained on the basis of direct observation and validated with the implementation of the inventory tab attractions Technical Directorate of the Ministry of Tourism of Pastaza, which classifies by category, type, sub-type, among other things to the different tourist attractions studied. In this way, concluded that agro tourism route should be strengthened through proper signage and handling it that will spread the natural attraction potential for the development of this type of tourism, also capture the attention and interest of tourists looking for this type of tourism in Pastaza also allow tourists to accurately and clearly identify each of the alternatives offered by these attractions located within the route agrotourism.

**Descriptors:** Farm, offering agritourism, agritourism route, agrotourism potential.

## **BIBLIOGRAFÍA**

- Ashworth, G. (2003). Rutas turísticas. Citado en Berzunza y Mejía.
- Atiaga Karina, Proaño Ma. Fernanda. (2000). Proyecto de Agroturismo en la hacienda “Esther Matilde” en Quininde como una alternativa para diversificar el turismo nacional; Quito – Ecuador
- Benassini, M. (2009). Diseño de la investigación. En M. Benassini, Introducción a la investigación de mercados (pp. 43 - 64). México: Pearson educación de México.
- Bernal, T. C. (2010). Investigación Descriptiva. En C. A. Bernal Torrez, Metodología de la Investigación: Administración, Economía, Humanidades y Ciencias Sociales (pp. 113 - 121). Bogotá, Colombia.
- Bulla, J. L. (2010). Corredores Turísticos y Ecoturísticos. En J. L. Bulla, Ecoturismo: Oferta y Desarrollo Sistémico Regional (pp. 54 -55). Bogotá.
- Calderón Diana, Palacios Sonia. ; (2001). Propuesta para el desarrollo del agroturismo en la zona de magdalena alta, Imbabura; Quito – ecuador
- Cevallos Lascurain. (2007). Ecoturismo.; pp. 14.
- Dirección General De Desarrollo De Productos Turísticos. (2004). Turismo Alternativo. Una nueva forma de hacer turismo. Mexico, Distrito federal: Fasiculo 1.
- Ewaldo R., S. S. (2010). Mercados Ecoturísticos. En S. S. Ewaldo R., Ecoturismo: Operación técnica y gestión ambiental (pp. 45 - 46). México D. F.: Editorial Trillas, S.A de C.V.
- Figueroa, Jorge. (2007). Economía Turística. La Serena, Chile.

- Gurría, D. -B. (2010). Introducción al turismo. En M. A. Acerenza, Administración del Turismo Conceptualización y Organización (pp. 14-15). Mexico, trillas.
- Gurría, M. (2007). Turismo Moderno de Orientación Ecológica, Un caso de estudio en Colombia. Estudios y Perspectivas en Turismo, Vol. 5, N° 4, Buenos Aires: Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos.
- Guzman, R. A. (2003). Ruta del viñero. Madrid, España: ULPGC.
- Jany. (1994). Población y muestreo. En A. Bernal Torres, Metodología de la Investigación (pp. 80 - 90). Bogotá, Colombia.
- Jany. (2010). Poblacion. En C. A. Bernal Torrez, Metodología de la Investigación (pp. 160 - 190). Bogotá, Colombia.
- Lema Acosta Rita; Sotomayor Ruiz Alba. (1999). Proyecto de implementación de un modelo de desarrollo hotelero en la comunidad indígena de Tamboloma parroquia de Pilahuin, Prov. De Tungurahua como alternativa económica y social de la zona; Quito – Ecuador
- Martínez, Alcibíades. (2007). Ecoturismo en el Ecuador Trayectorias y Desafíos. Primera Edición. Quito-Ecuador.
- Mexíco, S. (2001). Manual para emprendedores, pequeños empresarios y responsables de la administración publica. Mexico.
- Microsotf Corporation. (2008). Mapa interactivo. Recuperado de <http://definicion.de/mapa/>.
- Ministerio de Turismo. (2007). Turismo y Desarrollo Sostenible. Primera Edición. Quito Ecuador.
- Molina, S. (2006). Turismo y Ecología. México.

- Munch, L. (2012). Nuevos fundamentos de mercadotecnia. Trillas, Mexico: 2a edición.
- Muñoz et al., (2010). Crítica de la Economía Turística enfoque de Oferta versus enfoque de demanda.
- OMT- Ministerio de Turismo del Ecuador. (2003). Diseño de productos turísticos del Ecuador. Quito.
- Organizacion De Estados Americanos. (2004). Jerarquizacion de atractivos turísticos. Madrid.
- Organización Mundial De Turismo. (2004). Oferta turística. En M. A. Acerenza, Administración del Turismo (pp. 28-29). Trillas, México.
- Romero, Enrique Morales; (2013). Participación de miembros de Mesa en ferias. «Mesa nacional de turismo rural comunitario». El turismo rural comunitario en El Salvador.
- Royo Vela, Marcelo. (2009). “Rural-cultural excursion conceptualization: A local tourism marketing management model based on tourist destination image measurement”. Tourism Management
- Secretaria De Turismo De Mexico, S. (2008). Manual de desarrollo turísticos sostenible. Mexico.
- Tamayo, 2. (2010). Metodología de la Investigación. En C. A. Bernal, Metodología de la Investigación. Tercera edición (pp. 88-95). Bogotá: Pearson Educación.
- Valls, J. F. (2004). Gestión del Destino Turístico Sostenible. En J. F. valls, Gestión del Destino Turístico Sostenible (pp. 30-31). España.
- Veverka, T. (2002). Patrimonio turístico.

## **Lincografía**

Economía de la actividad turística Recuperado de [http://actividad\\_turistica](http://actividad_turistica). (2008)

Facilidades turísticas Recuperado de <http://faciidades-turisticas.html> (2008)

Infraestructura turística Recuperado de <http://www.buenastareas.com>

Sistema turístico Recuperado de <http://www.monografias.com>

Sociedad Internacional de Ecoturismo Recuperado de <http://turismod02.blogspot.com>

Ejes turísticos Recuperado de [www.googlee.com.ejeturismo.htm](http://www.googlee.com.ejeturismo.htm)

## ANEXOS

### Anexo N° 1 Modelo de encuesta



### UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA CARRERA DE TURISMO

Como estudiante de la carrera de turismo de la Universidad Estatal Amazónica, me encuentro realizando la presente encuesta para la elaboración de mi tesis, cuyo objetivo es Realizar un estudio de la potencialidad de la oferta agroturística de Pastaza.

Su colaboración será de mucha importancia. Ruego contestar las preguntas con la mayor veracidad posible.

Gracias por su gentileza

**1. ¿Considera que el agroturismo en la provincia de Pastaza cuenta con elementos necesarios para desarrollar actividades de calidad en el sector turístico?**

Si

Todavía le falta

No

**2. ¿Considera que la supraestructura turística en Pastaza y por ende en las rutas turísticas utilizadas son adecuadas para ofertar las actividades de agroturismo?**

Si

Falta trabajar en el tema

No

**3. ¿Cree que el turismo rural cuenta con rutas adecuadas?**

Si

Hace falta nuevas rutas

No

**4. ¿Un circuito turístico generaría un impacto positivo para el desarrollo agro turístico de Pastaza?**

Si

Tal vez

No

**5. ¿Cómo cree que influirá la comercialización de una nueva ruta agro turística en Pastaza?**

Positivamente

Negativamente

Sería de experimentar

**6. ¿Según su criterio, hasta la actualidad se ha estructurado algún circuito agro turístico que coadyuve al crecimiento del turismo provincial?**

Si

No

No tengo conocimiento

**7. ¿Desde su enfoque, de qué manera se ha venido desarrollando el agroturismo en Pastaza?**

Organizadamente

Empíricamente

Desorganizada

**8. ¿Considera necesario un programa de marketing para la comercialización de una nueva ruta agro turística?**

Muy necesario

Poco necesario

Nada necesario

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

**Anexo N° 2 Formato de la entrevista**

**UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA**  
**Carrera de Ingeniería en Turismo**



**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

**Estudio de potencialidad de la Oferta Agroturística de la provincia de Pastaza**

| <b>INSTITUCIÓN:</b>  | <b>NOMBRE:</b> | <b>CARGO:</b> |
|--|----------------|---------------|
|  |                |               |
| <b>1. ¿Qué es para usted el Agroturismo?</b>   |                |               |
|  |                |               |
| <b>2. ¿Considera que los atractivos turísticos naturales que posee Pastaza son potenciales para el desarrollo del agroturismo? ¿Por qué?</b> |                |               |
|  |                |               |
| <b>3. ¿Qué tipo de actividades agroturísticas se podrían realizar en Pastaza? ¿Por qué?</b>  |                |               |
|  |                |               |
| <b>4. ¿De acuerdo a su experiencia, es posible diseñar una “Ruta de agroturismo” en Pastaza con fines de promoción? ¿Por qué?</b>            |                |               |
|  |                |               |
| <b>5. ¿Cree usted que mejoraría la organización de visita a los atractivos turísticos de Pastaza con la ruta de agroturismo?</b>             |                |               |
|  |                |               |
| <b>FECHA DE ENTREVISTA:</b>  |                |               |
| <b>ANEXO:</b>  |                |               |
|  |                |               |

## Anexo N° 3 Interpretación de los Indicadores de Calificación

### I. Capital natural y cultural del destino que lo hace atractivo

Existe una amplia variedad de atractivos que constituyen el capital natural y cultural de un destino, tal como elementos intangibles como el clima en lo natural y tradiciones en lo cultural y tangibles como la biodiversidad, especies de flora y fauna en lo natural, como artesanías, gastronomía en lo cultural.

#### 1. Conservación Ambiental

Expresa el nivel de conservación o deterioro que presenta el entorno natural del destino y sus atractivos afines.

**Cuadro N° 28 Conservación Ambiental**

| Rango   | Puntaje asignado | Descripción  |
|---|------------------|--|
| Muy Buena                                       | 5 puntos         | Destino que posee un ambiente muy bien mantenido, sin deterioros ni alteraciones importantes.            |
| Buena   | 4 puntos         | Destino que posee un ambiente bien mantenido, con deterioros o alteraciones menores.                     |
| Regular   | 3 puntos         | Destino que posee un ambiente regularmente mantenido, con algún deterioro y alteraciones significativas. |
| Deficiente                                      | 2 puntos         | Destino que posee un ambiente escasamente mantenido y poca preocupación por evitar nuevos deterioros.    |
| Muy deficiente                                  | 1 punto          | Destino que posee un ambiente sin mantención y ninguna preocupación por evitar mayores deterioros.       |
| Inferior a las anteriores, no posee o no aplica | 0 puntos         |  |

#### 2. Singularidad del Destino

Refleja la existencia de atributos turísticos únicos que lo identifican y diferencian de otras ofertas temáticas similares que existen en el mercado regional, nacional o internacional.

### Cuadro N° 29 Singularidad del Destino

| Rango   | Puntaje asignado | Descripción   |
|---|------------------|---|
| Muy Buena                                       | 5 puntos         | El destino posee un alto grado de singularidad porque su temática es única a nivel nacional y regional.           |
| Buena   | 4 puntos         | El destino posee un buen grado de singularidad porque su temática es única a nivel regional.                      |
| Regular   | 3 puntos         | El destino posee un grado de singularidad media porque su temática es poco frecuente a nivel nacional o regional. |
| Deficiente                                      | 2 puntos         | El destino posee un grado de singularidad baja porque su temática es frecuente a nivel regional.                  |
| Muy deficiente                                  | 1 punto          | El destino posee un grado de singularidad baja porque su temática es frecuente a nivel regional.                  |
| Inferior a las anteriores, no posee o no aplica | 0 puntos         |   |

### 3. Diversidad del Entorno

Refleja el número de atractivos naturales y culturales relevantes que posee el destino, que son afines al turismo de naturaleza o que pueden ser complementarios a ella.

### Cuadro N° 30 Diversidad del Entorno

| Rango   | Puntaje asignado | Descripción   |
|---|------------------|---|
| Muy Buena                                       | 5 puntos         | Lugar que posee en su entorno más de 15 atractivos turísticos focales y complementarios.    |
| Buena   | 4 puntos         | Lugar que posee en su entorno entre 5 y 10 atractivos turísticos focales y complementarios. |
| Regular   | 3 puntos         | Lugar que posee en su entorno entre 2 y 5 atractivos turísticos focales y complementarios.  |
| Deficiente                                      | 2 puntos         | Lugar que posee en su entorno 1 atractivo turístico focal y 1 complementario.               |
| Muy deficiente                                  | 1 punto          | Lugar que posee sólo atractivos complementarios en su entorno.                              |
| Inferior a las anteriores, no posee o no aplica | 0 puntos         | Lugar que NO posee atractivos.  |

### 4. Atractivos Naturales

Refleja los recursos naturales (paisaje, flora y fauna silvestres) con una atracción turística interesante, capaz de atraer turistas nacionales e internacionales.

### Cuadro N° 31 Atractivos Naturales

| Rango     | Puntaje asignado | Descripción   |
|-----------|------------------|---|
| Muy Buena | 5 puntos         | Lugar que posee en su entorno más de 15 atractivos turísticos |

|   |          |   |
|---|----------|---|
| Buena   | 4 puntos | focales y complementarios.<br>Lugar que posee en su entorno entre 5 y 10 atractivos turísticos focales y complementarios. |
| Regular   | 3 puntos | Lugar que posee en su entorno entre 2 y 5 atractivos turísticos focales y complementarios.                                |
| Deficiente                                      | 2 puntos | Lugar que posee en su entorno 1 atractivo turístico focal y 1 complementario.   |
| Muy deficiente                                  | 1 punto  | Lugar que posee sólo atractivos complementarios en su entorno.  |
| Inferior a las anteriores, no posee o no aplica | 0 puntos | Lugar que NO posee atractivos.  |

## II. Potencial de vinculación con los mercados nacionales e internacionales.

Son los factores de distancia y tiempo de traslado que influyen en la toma de decisiones de los turistas nacionales o internacionales, como también en las estrategias de precio, promoción y comercialización para motivar el desplazamiento hacia el sitio.

### 1. Accesibilidad

Expresa las condiciones de transitabilidad que tiene la(s) vía(s) de acceso al destino (Entradas al área protegida y su zona de influencia) y en el caso de llegar por vía acuática las condiciones del camino terrestre para llegar al embarcadero, desde el centro receptor (centro turístico consolidado) o emisor (centro poblacional mediano a grande) más cercano, en cuánto a tipo de camino y su estado de mantenimiento y conservación.

**Cuadro N° 32 Accesibilidad**

| Rango   | Puntaje asignado | Descripción   |
|---|------------------|---|
| Muy Buena                                       | 5 puntos         | La vía de acceso del destino está asfaltada o pavimentada y se mantiene en buen estado. |
| Buena   | 4 puntos         | La vía de acceso se encuentra asfaltada o pavimentada y se mantiene en regular estado.  |
| Regular   | 3 puntos         | La vía de acceso del destino es de terracería y se encuentra en buen estado.            |
| Deficiente                                      | 2 puntos         | La vía de acceso del destino es de tierra y se encuentra en buen estado.                |
| Muy deficiente                                  | 1 punto          | La vía de acceso del destino es un camino de tierra que se mantiene en regular estado.  |
| Inferior a las anteriores, no posee o no aplica | 0 puntos         | No hay accesos terrestres al destino.   |

## 2. Proximidad

Refleja el tiempo que demoran los turistas en desplazarse desde el centro receptor (Centro turístico consolidado) o emisor regional turístico (centro población mediano o grande) más cercano hasta el punto de inicio del destino.

**Cuadro N° 33 Proximidad**

| Rango   | Puntaje asignado | Descripción  |
|---|------------------|--|
| Muy Buena                                       | 5 puntos         | El inicio del destino se encuentra ubicado inmediato o a menos de 1 hora al centro receptor o emisor regional más cercano. |
| Buena   | 4 puntos         | El inicio del destino se encuentra ubicado a no más de 2 horas del centro receptor o emisor regional más cercano.          |
| Regular   | 3 puntos         | El inicio del destino se encuentra ubicado entre 2 y 4 horas del centro receptor o emisor regional más cercano.            |
| Deficiente                                      | 2 puntos         | El inicio del destino se encuentra ubicado entre 4 y 6 horas del centro receptor o emisor regional más cercano.            |
| Muy deficiente                                  | 1 punto          | El inicio del destino se encuentra ubicado a más de 6 horas del centro receptor o emisor regional más cercano.             |
| Inferior a las anteriores, no posee o no aplica | 0 puntos         |  |

## 3. Atractividad

Refleja si los atractivos por sí sólo generan motivaciones de desplazamientos a partir de las características únicas que tienen y las hagan competitivas.

**Cuadro N° 34 Atractividad**

| Rango   | Puntaje asignado | Descripción   |
|---|------------------|---|
| Muy Buena                                       | 5 puntos         | En el destino predominan atractivos excepcionales, por lo que por sí sola es capaz de captar demanda desde el mercado extranjero de larga y media distancia.                  |
| Buena   | 4 puntos         | En el destino predominan atractivos de excepción para el mercado interno, por lo que por sí sola es capaz de captar demanda del mercado nacional y/o internacional limítrofe. |
| Regular   | 3 puntos         | En el destino predominan atractivos con rasgos llamativos para el mercado doméstico, por lo que por sí sola es capaz de captar demanda del mercado nacional.                  |
| Deficiente                                      | 2 puntos         | En el destino predominan atractivos con algún mérito por lo que en conjunto con otros atractivos es capaz de captar demanda del mercado estatal.                              |
| Muy deficiente                                  | 1 punto          | En el destino predominan atractivos de baja calidad, por lo que sólo es capaz de captar demanda del mercado local (Localidades circundantes).                                 |
| Inferior a las anteriores, no posee o no aplica | 0 puntos         |   |

### III. Diversidad de oportunidades para el desarrollo de productos de turismo de naturaleza.

Es el potencial para desarrollar una diversidad de productos turísticos combinado el aprovechamiento sustentable de los atractivos naturales, una gama de actividades realizables todo el año y accesibles para un amplio mercado, y el uso de infraestructura que brinda servicios de calidad al visitante.

#### 1. Estacionalidad

Evalúa los periodos del año (estaciones, meses) que el destino y sus recursos están disponibles para el uso público.

**Cuadro N° 35 Estacionalidad**

| Rango   | Puntaje asignado | Descripción   |
|---|------------------|---|
| Muy Buena                                       | 5 puntos         | Destino que eso puede ser utilizado turísticamente durante los 12 meses del año.              |
| Buena   | 4 puntos         | Destino que eso puede ser utilizado turísticamente más de 9 meses en el año.                  |
| Regular   | 3 puntos         | Destino que eso puede ser utilizado turísticamente por más de 6 y menos de 9 meses en el año. |
| Deficiente                                      | 2 puntos         | Destino que eso puede ser utilizado turísticamente más de 3 y menos de 6 meses en el año.     |
| Muy deficiente                                  | 1 punto          | Destino que eso puede ser utilizado turísticamente menos de 3 meses en el año.                |
| Inferior a las anteriores, no posee o no aplica | 0 puntos         |   |

#### 2. Tipo de Turista

Evalúa el abanico de turistas nacionales e internacionales (por el rango de edad) al cual se le ofrecen o pueden ofrecer las actividades y atractivos actuales y potenciales del destino.

| Rango     | Puntaje asignado | Descripción  |
|-----------|------------------|--|
| Muy Buena | 5 puntos         | Destino que eso puede ser utilizado turísticamente por visitantes nacionales e internacionales de todas las edades y perfiles (adultos mayores de 60 años, familias, adultos mayores de 30 años, jóvenes menores a 30 años). |
| Buena     | 4 puntos         | Destino que eso puede ser utilizado turísticamente por familias, adultos mayores de 30 años, jóvenes menores a 30 años.  |

|   |          |  |
|---|----------|--|
| Regular   | 3 puntos | Destino que eso puede ser utilizado turísticamente por visitantes adultos mayores de 30 años, jóvenes menores a 30 años. |
| Deficiente                                      | 2 puntos | Destino que eso puede ser utilizado turísticamente sólo por visitantes jóvenes menores a 30 años.                        |
| Muy deficiente                                  | 1 punto  | Destino que puede ser atractivo turísticamente solamente por segmentos muy especializados.                               |
| Inferior a las anteriores, no posee o no aplica | 0 puntos | Destino no atractivo para ningún segmento de mercado.  |

### 3. Número de Actividades

Refleja el número de actividades actuales y potenciales que ofrece el destino, que son afines al turismo de naturaleza o que pueden ser complementarios a ella.

#### **Cuadro N° 36 Número de actividades**

| Rango   | Puntaje asignado | Descripción   |
|---|------------------|---|
| Muy Buena                                       | 5 puntos         | Lugar que posee o tiene el potencial de desarrollar en su entorno más de 10 tipos de actividades turísticas.    |
| Buena   | 4 puntos         | Lugar que posee o tiene el potencial de desarrollar en su entorno entre 5 y 10 tipos de actividades turísticas. |
| Regular   | 3 puntos         | Lugar que posee o tiene el potencial de desarrollar en su entorno solamente 5 tipos de actividades turísticas.  |
| Deficiente                                      | 2 puntos         | Lugar que posee o tiene el potencial de desarrollar en su entorno menos de 5 tipos de actividades turísticas.   |
| Muy deficiente                                  | 1 punto          | Lugar que no posee en su entorno actividades turísticas, pero tiene el potencial.                               |
| Inferior a las anteriores, no posee o no aplica | 0 puntos         | No hay actividades, ni existe el potencial.   |

## **IV. Capital humano disponible en el destino**

Son las aptitudes, conocimientos, capacidades laborales y experiencias que en conjunción permiten a las poblaciones locales y operadores turísticos entablar distintas estrategias y alcanzar sus objetivos de desarrollo, brindando el mejor servicio posible.

### **1. Calidad de guías y técnicos**

Es la base que permite al visitante o turista tener la seguridad y confianza de realizar alguna actividad con los guías de la zona. Es el reflejo del nivel de capacitación de los guías locales privados y comunitarios.

### Cuadro N° 37 Calidad de guías y técnicas

| Rango   | Puntaje asignado | Descripción   |
|---|------------------|---|
| Muy Buena                                       | 5 puntos         | Todos los guías locales (privados y comunitarios) están certificados o acreditados por la Secretaría de Turismo Federal o Estatal como guías especializados de turismo de naturaleza. |
| Buena   | 4 puntos         | 50% los guías locales (privados y comunitarios) están certificados o acreditados por la Secretaría de Turismo Federal o Estatal como guías especializados de turismo de naturaleza.   |
| Regular   | 3 puntos         | Todos guías locales (privados y comunitarios) pueden demostrar haber sido capacitados como guías especializados de turismo de naturaleza.   |
| Deficiente                                      | 2 puntos         | 50% guías locales (privados y comunitarios) pueden demostrar haber sido capacitados como guías especializados de turismo de naturaleza.   |
| Muy deficiente                                  | 1 punto          | Ningún guía local (privado y comunitario) pueden demostrar haber sido capacitados como guías especializados de turismo de naturaleza.   |
| Inferior a las anteriores, no posee o no aplica | 0 puntos         | No existen guías locales.   |

## 2. Capacidades locales

Son esfuerzos y acciones que realiza la comunidad entorno a los atractivos naturales y culturales de la zona, y su interés e involucramiento con la actividad turística.

### Cuadro N° 38 Capacidades locales

| Rango   | Puntaje asignado | Descripción  |
|---|------------------|--|
| Muy Buena                                       | 5 puntos         | La comunidad tiene un alto cuidado, protección y fomento de su capital natural y cultural. Existe un alto empoderamiento con la actividad turística.       |
| Buena   | 4 puntos         | Destino que eso puede ser utilizado turísticamente por familias, adultos mayores de 30 años, jóvenes menores a 30 años.                                    |
| Regular   | 3 puntos         | La comunidad tiene un regular cuidado, protección y fomento de su capital natural y cultural. Existe un regular empoderamiento con la actividad turística. |
| Deficiente                                      | 2 puntos         | La comunidad tiene un deficiente cuidado, protección y fomento de su capital natural y cultural. No existe empoderamiento con la actividad turística.      |
| Muy deficiente                                  | 1 punto          | La comunidad tiene un muy deficiente cuidado, protección y fomento de su capital natural y cultural. No existe empoderamiento con la actividad turística.  |
| Inferior a las anteriores, no posee o no aplica | 0 puntos         |  |

## 3. Atención en otro Idioma

Es la disponibilidad de guías u operadores en la zona de facilitarle al turista su estancia con el idioma respectivo del visitante.

**Cuadro N° 39 Atención en otro idioma**

| Rango   | Puntaje asignado | Descripción   |
|---|------------------|---|
| Muy Buena                                       | 5 puntos         | Todos los guías locales (privados y comunitarios) ofrecen sus servicios en al menos 2 idiomas extranjeros.                                |
| Buena   | 4 puntos         | Todos los guías locales (privados y comunitarios) ofrecen sus servicios en al menos 1 idiomas extranjeros.                                |
| Regular   | 3 puntos         | Todos guías locales (privados y comunitarios) pueden demostrar haber sido capacitados como guías especializados de turismo de naturaleza. |
| Deficiente                                      | 2 puntos         | 50% guías locales (privados y comunitarios) pueden demostrar haber sido capacitados como guías especializados de turismo de naturaleza.   |
| Muy deficiente                                  | 1 punto          | Ningún guía local (privados y comunitarios) pueden demostrar haber sido capacitados como guías especializados de turismo de naturaleza.   |
| Inferior a las anteriores, no posee o no aplica | 0 puntos         | No existen guías locales.   |

#### 4. Experiencia Agentes Receptores

Refiere a la experiencia acumulada por el tiempo de operación y que se tiene del mercado, las necesidades que tienen los turistas, la disposición de hacer paquetes, rutas o cir

**Cuadro N° 40 Experiencia agentes receptores**

| Rango   | Puntaje asignado | Descripción  |
|---|------------------|--|
| Muy Buena                                       | 5 puntos         | La mayoría de los operadores turísticos privados y/o comunitarios llevan operando más de 10 años en el destino, de manera sostenida.     |
| Buena   | 4 puntos         | La mayoría de los operadores turísticos privados y/o comunitarios llevan operando entre 5 y 10 años en el destino, de manera sostenida.  |
| Regular   | 3 puntos         | La mayoría de los operadores turísticos privados y/o comunitarios llevan operando menos de 5 años en el destino, de manera sostenida.    |
| Deficiente                                      | 2 puntos         | La mayoría de los operadores turísticos privados y/o comunitarios llevan operando menos de 5 años en el destino, de manera intermitente. |
| Muy deficiente                                  | 1 punto          | La mayoría de los operadores turísticos privados y/o comunitarios no han comenzado operaciones.  |
| Inferior a las anteriores, no posee o no aplica | 0 puntos         | No existen empresas operando.  |

#### V. Legalidad e Institucionalidad que brinda certidumbre a las inversiones.

Capacidad del marco legal e institucional de controlar el espacio territorial dando certeza en la tenencia de la tierra dentro de las áreas protegidas (polígono) y en sus zonas de influencia dando con ello viabilidad al desarrollo turístico en la zona. Incluye la capacidad de las autoridades correspondientes para brindar un ambiente de seguridad a la población local y a los visitantes.

## 1. Compromiso de autoridades

Entendiéndose como la unión de los esfuerzos de las autoridades estatales, municipales y comunales y la participación conjunta hacia una misma visión del área, unificando objetivos.

**Cuadro N° 41 Compromiso de autoridades**

| Rango   | Puntaje asignado | Descripción  |
|---|------------------|--|
| Muy Buena                                       | 5 puntos         | Se cuenta con participación y apoyo de los tres niveles de gobierno (Federal, Estatal y Municipal) para el desarrollo del turismo en Evaluación Turística de Ochovenado Beatriz Román Alzérrecas 35 el destino, expresado por medio de un grupo institucional para el desarrollo del turismo de naturaleza en el estado y por la ejecución de programas de subsidio o crédito para proyectos turísticos. |
| Buena   | 4 puntos         | Se cuenta con participación y apoyo de los tres niveles de gobierno (Federal, Estatal y Municipal) para el desarrollo del turismo en el destino, expresado por medio de programas de subsidio o crédito para proyectos turísticos.   |
| Regular   | 3 puntos         | Se cuenta con participación y apoyo de la menos dos niveles de gobierno (Federal, Estatal y Municipal) para el desarrollo del turismo en el destino, expresado por medio de programas de subsidio o crédito para proyectos turísticos.   |
| Deficiente                                      | 2 puntos         | Se cuenta con participación y apoyo de la menos un nivel de gobierno (Federal, Estatal y Municipal) para el desarrollo del Turismo en el destino, expresado por medio de programas de subsidio o crédito para proyectos turísticos.  |
| Muy deficiente                                  | 1 punto          | Se cuenta con buenas intenciones de algún un nivel de gobierno (Federal, Estatal y Municipal) para el desarrollo del turismo en el destino.  |
| Inferior a las anteriores, no posee o no aplica | 0 puntos         | No existen guías locales.  |

## 2. Conflictos en la zona

Son los problemas de intereses que pudieran surgir por el uso o desarrollo de un sitio

a nivel comunitario o regional que puedan afectar al sector turístico.

### Cuadro N° 42 Conflictos en la zona

| Rango   | Puntaje asignado | Descripción  |
|---|------------------|--|
| Muy Buena                                       | 5 puntos         | No han existido, ni existen conflictos sociales en la zona.  |
| Buena   | 4 puntos         | Han existido conflictos sociales en el pasado, pero ya no significan un problema para el turismo y los turistas.                           |
| Regular   | 3 puntos         | Existen conflictos sociales pero no han significado en el pasado un problema para el turismo y los turistas.                               |
| Deficiente                                      | 2 puntos         | Existen conflictos intracomunitarios que afectan al turismo.   |
| Muy deficiente                                  | 1 punto          | Existen conflictos intracomunitarios por diferentes causas, como también actividades ilegales como narcotráfico, tala ilegal, entre otros. |
| Inferior a las anteriores, no posee o no aplica | 0 puntos         |  |

## 2. Seguridad del turista

Es la confianza que se le brinda al visitante para que sienta la libertad de estar en el área sin algún riesgo físico por violencia directa o indirecta.

| Rango   | Puntaje asignado | Descripción  |
|---|------------------|--|
| Muy Buena                                       | 5 puntos         | No ha habido actos de violencia (robos, violaciones, u otros) en la zona en los últimos 5 años que hayan afectado a turistas nacionales o internacionales.   |
| Buena   | 4 puntos         | No ha habido más de 10 actos de violencia (robos, violaciones, u otros) en la zona en los últimos 5 años que hayan afectado a turistas nacionales o internacionales.   |
| Regular   | 3 puntos         | Han habido más de 20 actos de violencia (robos, violaciones, u otros) en la zona en los últimos 5 años que hayan afectado a turistas nacionales o internacionales.   |
| Deficiente                                      | 2 puntos         | Han habido más de 40 actos de violencia (robos, violaciones, u otros) en la zona en los últimos 5 años que hayan afectado a turistas nacionales o internacionales, y disminuido por ello la afluencia turística. |
| Muy deficiente                                  | 1 punto          | Han habido más de 50 actos de violencia (robos, violaciones, u otros) en la zona en los últimos 5 años que hayan afectado a turistas nacionales o internacionales, y disminuido por ello la afluencia turística. |
| Inferior a las anteriores, no posee o no aplica | 0 puntos         |  |

