



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES

**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

Proyecto de Titulación Previo a la Obtención del Título de
Ingeniero/a en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras

AUTORA

Pérez Cabrera Maricell Adriana

**IMPLEMENTACIÓN DEL TURISMO ECOLÓGICO EN EL
CENTRO DE TURISMO COMUNITARIO ISHKAY YAKU
COMO MEDIO DE REACTIVACIÓN Y PROMOCIÓN
TURÍSTICA DE LA ZONA**

DIRECTOR DE TESIS:

Eco. Segura Ronquillo Shirley Carolina, Mgs.

Guayaquil, Ecuador

2014



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES

**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por MARICELL ADRIANA PÉREZ CABRERA, como requerimiento parcial para la obtención del Título de **Ingeniera en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**.

TUTORA

Eco. Shirley Segura Ronquillo, Mgs.

REVISORES

Ing. Diego José Romero Oseguera

Lcda. Catalina Cevallos Lecaro, Mgs.

DIRECTOR DE LA CARRERA

Ing. María Belén Salazar Raymond, Mgs.

Guayaquil, a los 31 días del mes de enero del año 2014



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES

**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Maricell Adriana Pérez Cabrera

DECLARO QUE:

El trabajo de titulación IMPLEMENTACIÓN DEL TURISMO ECOLÓGICO EN EL CENTRO DE TURISMO COMUNITARIO ISHKAY YAKU COMO MEDIO DE REACTIVACIÓN Y PROMOCIÓN TURÍSTICA DE LA ZONA, previa a la obtención del título de Ingeniera en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras, ha sido desarrollado con base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 31 días del mes de enero del año 2014

LA AUTORA

Maricell Pérez Cabrera

Maricell Adriana Pérez Cabrera



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES

**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

AUTORIZACIÓN

Yo, **Maricell Adriana Pérez Cabrera**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación**, en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación “IMPLEMENTACIÓN DEL TURISMO ECOLÓGICO EN EL CENTRO DE TURISMO COMUNITARIO ISHKAY YAKU COMO MEDIO DE REACTIVACIÓN Y PROMOCIÓN TURÍSTICA DE LA ZONA”, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 31 días del mes de enero del año 2014

LA AUTORA

Maricell Pérez Cabrera

Maricell Adriana Pérez Cabrera

AGRADECIMIENTO

Agradezco en primer lugar a Dios porque sin él nada es posible, a mi familia que me dieron las fuerzas para culminar esta etapa de mi vida, al Sr. Juan Idrovo por toda su ayuda brindada durante el desarrollo de mi tesis y a mi tutora Mgs. Shirley Segura por su paciencia y predisposición durante la elaboración de la misma.

DEDICATORIA

Dedico el presente proyecto a mi padre Xavier Pérez, quién ha estado pendiente de nuestra buena educación y ha sido un ejemplo a seguir, apoyándome durante todo proceso importante de mi vida, gracias a él soy quien soy y he llegado hasta donde estoy. A mi mamá Isabel Cabrera quien ha sabido estar conmigo incondicionalmente en todo momento, siempre aconsejándome y siendo un gran ejemplo de superación y constancia; y a mi hermana Gabriela Pérez, que siempre ha estado conmigo apoyándome y dándome fuerzas para seguir adelante y no desmayar en el camino.

Esto es por ustedes.

Maricell Adriana Pérez Cabrera

ÍNDICE GENERAL

<i>CAPÍTULO I</i>	1
<i>INTRODUCCIÓN</i>	1
1.1 INTRODUCCIÓN AL TEMA.....	1
1.2 JUSTIFICACIÓN.....	2
1.3 ANTECEDENTES	3
1.4 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	6
1.4.1 Formulación del Problema.....	6
1.5 OBJETIVOS	6
1.5.1 Objetivo General	6
1.5.2 Objetivos Específicos	7
1.6 FORMULACIÓN DE HIPÓTESIS.....	7
1.6.1 Variables	7
1.7 CONTRIBUCIÓN POTENCIAL DE ESTUDIO	8
<i>CAPÍTULO II</i>	9
<i>MARCO CONTEXTUAL</i>	9
2.1 MARCO TEÓRICO	9
2.1.1 Orígenes y Evolución	9
2.1.2 Atractivo Turístico	12
2.1.3 Recurso Turístico	13
2.1.4 Promoción Turística	13
2.1.5 Comunidades.....	15
2.1.6 Gestión de la Calidad.....	15
2.1.6.1 Evolución y Definición del Término	15
2.1.6.2 Gestión de Calidad en el Servicio	17
2.1.6.3 Mejoramiento Continuo de la Calidad	18
2.2 MARCO CONCEPTUAL	19
2.2.1 Definición de Turismo	19
2.2.2 Definición de Turismo Comunitario	19
2.2.3 Definición de Turismo Ecológico	20

2.3 MARCO REFERENCIAL	20
2.4 MARCO LEGAL	23
<i>CAPÍTULO III.....</i>	26
<i>METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN</i>	26
3.1 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	26
3.1.1 Investigación Exploratoria.....	26
3.1.2 Investigación Descriptiva	26
3.2 TAMAÑO DE LA MUESTRA	27
3.3 TIPO DE MUESTREO	28
3.4 TÉCNICA PARA LA RECOLECCIÓN DE DATOS.....	29
3.4.1 Fuente Secundaria	29
3.4.2 Fuente Primaria	29
3.5 PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS	29
3.5.1 Datos Generales	30
3.5.2 Preguntas.....	32
3.5.3 Conclusión	41
<i>CAPITULO IV.....</i>	43
<i>ANÁLISIS SITUACIONAL</i>	43
4.1 SITUACIÓN ACTUAL DE LA COMUNA	43
4.2 ATRACTIVOS TURÍSTICOS NATURALES DE ISHKAY YAKU	48
4.3 ANÁLISIS DEL ENTORNO MACRO PEST-A.....	57
4.3.1 Político.....	57
4.3.2 Económico	62
4.3.2.1 Evolución del PIB (Producto Interno Bruto) y del PIB Per Cápita.....	62
4.3.2.2 Inflación Anual	64
4.3.2.3 Distribución de la Población Económicamente Activa (Pea).....	65
4.3.2.4 Balanza de Pagos.....	66
4.3.2.5 Ubicación del Turismo	67
4.3.3 Social	68
4.3.3.1 Población	68
4.3.3.2 Censo Nacional Económico.....	70

4.3.3.3 Canasta Básica	70
4.3.3.4 Nivel De Pobreza	71
4.3.4 Tecnológico.....	72
4.3.5 Ambiental.....	74
4.4 ANÁLISIS DEL ENTORNO TURÍSTICO	76
4.4.1 Oferta Turística del Cantón Arajuno	76
4.4.2 Demanda Turística	80
4.5 FODA DE LA COMUNIDAD	82
<i>CAPÍTULO V</i>	84
<i>PROPUESTA Y FINANCIAMIENTO</i>	84
5.1 MISIÓN.....	84
5.2 VISIÓN	84
5.3 LOGO	84
5.4 BENEFICIOS ECONÓMICOS Y SOCIALES	85
5.5 MARKETING MIX.....	86
5.5.1 Producto.....	86
5.5.2 Precio	89
5.5.3 Plaza	89
5.5.4 Promoción.....	90
5.6 FOLLETERÍA	92
5.7 ORGANIGRAMA	97
5.8 GESTIÓN DE LA CALIDAD	98
5.9 ESTUDIO FINANCIERO.....	100
5.9.1 Presupuesto de Financiamiento de la Investigación.....	100
5.9.2 Presupuesto de Promoción.....	101
5.9.4 Proyección de Sueldos.....	103
5.9.5 Proyección Flujo de Caja.....	104
<i>CONCLUSIONES.....</i>	106
<i>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS</i>	
<i>ANEXOS</i>	

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Variables	7
Tabla 2: Inversión Financiera del CTC Ishkay Yaku.....	45
Tabla 3: Fauna del CTC Ishkay Yaku.....	46
Tabla 4: Ingreso de Turistas al CTC	47
Tabla 5: Atractivo 1 - Cascada del Amor.....	49
Tabla 6: Atractivo 2 - Cueva del Amor.....	50
Tabla 7: Atractivo 3 - Cascada del Río Añango	50
Tabla 8: Atractivo 4 - Saladero de Mamíferos.....	51
Tabla 9: Atractivo 5 - Centro de Rescate	51
Tabla 10: Atractivo 6 Laguna – Paiche.....	52
Tabla 11: Atractivo 7 Bosque Húmedo Tropical.....	53
Tabla 12: Atractivo 8 Río Taisha Curaray	53
Tabla 13: Atractivo 9 Mirador Chillipamba.....	54
Tabla 14: Atractivo 10 Laguna Lagartococha.....	54
Tabla 15: Atractivo 11 Mirador del Dique.....	55
Tabla 16: Atractivo 12 Nakhi Pakkha.....	56
Tabla 17: Cifras de Inversión del Sector Turístico (2007 – 2012).....	58
Tabla 18: Clasificación del Turismo según el PIMTE.....	59
Tabla 19: Prioridades Promocionales por Producto.....	60
Tabla 20: Porcentaje Presupuestario para cada Modalidad de Turismo	61

Tabla 21: Cuenta viajes y transporte de pasajeros en millones de dólares	66
Tabla 22: Entrada de extranjeros al Ecuador	68
Tabla 23: Estadísticas de la población del Ecuador según edad y sexo.....	69
Tabla 24: Estadísticas de la población de la provincia de Pastaza según Edad y Sexo.....	69
Tabla 25: Actividades Turísticas de la comunidad Shiwa Kucha.....	79
Tabla 26: Atractivos Turísticos de la comunidad Shiwa Kucha.....	79
Tabla 27: Ingreso Anual de Turistas Nacionales y Extranjeros a la Provincia de Pastaza.....	80
Tabla 28: Proyección de la Demanda de Turistas de la Provincia de Pastaza	81
Tabla 29: Desglose del costo por paquete.....	89
Tabla 30: Cotización de Publicidad Revista Abordo	90
Tabla 31: Cotización de Publicidad Revista Travel Time	91
Tabla 32: Cotización de Publicidad Diario El Universo “La Revista”	92
Tabla 33: Presupuesto de Investigación.....	100
Tabla 34: Presupuesto de Difusión del CTC Ishkay Yaku	101
Tabla 35: Proyección Anual del Costo de la Promoción	101
Tabla 36: Inversión Total de la Propuesta.....	101
Tabla 37: Proyección de Ingresos	102
Tabla 38: Proyección de Sueldos	103
Tabla 39: Proyección Anual del Flujo de Caja	104
Tabla 40: Análisis VAN y TIR	105

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura #1: Mapa de la Provincia de Pastaza	4
Figura #2: Mapa de Ubicación del CTC Ishkay Yaku	43
Figura #3: Inflación Anual (2006 – 2012)	64
Figura #4: Inflación en América Latina (2012)	65
Figura #5: Evolución del Mercado Laboral (2008 – 2012).....	65
Figura #6: Ubicación del Turismo en el Ecuador - Primer Semestre	67
Figura #7: Índice de Precios al Consumidor	71
Figura #8: Atractivos Turísticos de la Comunidad Chico Méndez.....	76
Figura #9: Actividades Turísticas de la Comunidad Chico Méndez.....	77
Figura #10: Atractivos Turísticos de Comunidad Etno Ecológica de Pablo López del Oglán Alto	78
Figura #11: Actividades Turísticos de Comunidad Etno Ecológica de Pablo López del Oglán Alto	78
Figura #12: Logotipo de Ishkay Yaku	85
Figura #13: Lado frontal del tríptico.....	93
Figura #14: Primera parte interna del tríptico	94
Figura #15: Segunda parte interna del tríptico.....	95
Figura #16: Tercera parte interna del tríptico	96
Figura #17: Proyección de Sueldos.....	103

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico # 1: Clasificación de los Atractivos Turísticos	13
Gráfico # 2: Instrumentos de la Promoción	14
Gráfico # 3: Etapas de la Evolución de la Calidad.....	16
Gráfico # 4: Definiciones de Calidad.....	17
Gráfico #5: Rango de edades de los turistas	30
Gráfico #6: Sexo de los turistas	30
Gráfico #7: Lugar de origen de los turistas encuestados.....	31
Gráfico #8: Frecuencia de viajes de los turistas.....	32
Gráfico #9: Con quienes viajan los turistas normalmente	33
Gráfico #10: Tiempo de estadía de los turistas	34
Gráfico #11: Promedio de gastos totales de los turistas.....	35
Gráfico #12: Modalidades de turismo que prefieren los turistas	36
Gráfico #13: Disfruta usted del turismo ecológico	37
Gráfico #14: Conoce el CTC Ishkay Yaku	38
Gráfico #15: Implementación del turismo ecológico en zona selvática	39
Gráfico #16: Gusto de los turistas por realizar turismo ecológico dentro de la selva.....	40
Gráfico #17: Disfrute de los turistas de caminatas por senderos ecológicos en la selva ecuatoriana	41

Gráfico #18: Ingreso de turistas al CTC en los últimos 3 años segmentado en cuatrimestres	48
Gráfico #19: Producto Interno Bruto 2005 – 2012	63
Gráfico #20: PIB per Cápita 2005 – 2012.....	63
Gráfico #21: Evolución de los 10 principales mercados/entradas	67
Gráfico #22: Población del Ecuador según Edad y Sexo.....	68
Gráfico #23: Población por grupos étnicos Cantón Arajuno	70
Gráfico #24: Acceso a Internet Nacional	72
Gráfico #25: Tenencia de Líneas Telefónicas Nacional	73
Gráfico #26: Acceso a Internet Pastaza	73
Gráfico #27: Tenencias de Líneas Telefónicas Pastaza	74
Gráfico #28: Ruta 1	87
Gráfico #29: Ruta 2.....	88
Gráfico #30 Organigrama	97

RESUMEN

El presente proyecto denominado **“Implementación del Turismo Ecológico en el Centro de Turismo Comunitario Ishkay Yaku como medio de Reactivación y Promoción Turística de la zona”** ha sido desarrollado con la finalidad de dar a conocer el potencial turístico que posee dicho lugar, el cual se encuentra bajo la dirección de las comunidades de Likino y Atakapi que buscan nuevas alternativas de desarrollo local. Al ser un proyecto que se puso en marcha hace pocos años, uno de sus mayores retos ha sido la promoción turística del lugar, razón por la cual surge el interés de desarrollar una propuesta donde además de promocionar el sitio, se implemente el turismo ecológico aprovechando los recursos que poseen para atraer turistas nacionales y extranjeros y así contribuir con la mejora de la calidad de vida de la población local. Para llevar a cabo dicha investigación, se ha utilizado metodología exploratoria y descriptiva, la cual ha permitido recopilar información mediante encuestas para determinar el perfil de los visitantes y el grado de atractibilidad en la implementación de la presente investigación, dando como resultado una aceptación favorable en casi su totalidad.

Palabras Claves:

Turismo Ecológico, Turismo Comunitario, Promoción Turística, Arajuno, Ishkay Yaku

ABSTRACT

The present project denominated "**Implementation of Ecotourism in Community Tourism Center as a means of Ishkay Yaku Reactivation and Tourism Promotion Area**" has been developed in order to promote the tourism potential of that community, which is led for the Atakapi and Likino communities, seeking new alternatives for local development. Although this project was launched few years ago, one of his biggest challenges has been the touristic promotion, for this reason was arisen the interest for developing a proposal which also promote the ecotourism, taking advantage of their natural resources and capture the attention of domestic and foreign tourism and besides to contribute to improving the quality of life of locals. To carry out this investigation, the exploratory and descriptive methodology were implemented, which allowed the collection of information through surveys to determine the consumers' profile and the acceptance's level in the implementation of this research, resulting in an favorable approval.

Keywords:

Ecotourism, Community Tourism, Promotion of Tourism, Arajuno, Ishkay Yaku.

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

1.1 INTRODUCCIÓN AL TEMA

Ecuador es considerado un país pluricultural y megadiverso dentro de sus cuatro regiones que lo conforman, por lo cual el gobierno se ha interesado por hacer del turismo un rubro con aportaciones importantes dentro de la economía ecuatoriana, donde su principal objetivo es destacar atractivos turísticos que tiene el país para ofrecer tanto nacional como internacionalmente.

Debido a este interés por hacer del turismo una puerta de desarrollo, se han creado varios proyectos que abarcan diferentes modalidades de turismo con la finalidad de mejorar la calidad de vida de la población local.

Parte de este proceso es el Centro de Turismo Comunitario Ishkay Yaku (*en adelante CTC*) del cantón Arajuno de la provincia de Pastaza que es el resultado de la iniciativa que tomaron las comunidades de San Virgilio¹, Likino y Atakapi para poner en marcha un proyecto turístico que sirva como una alternativa de desarrollo para las mismas comunidades.

Las comunidades que conforman el CTC son consideradas una población joven que durante todo su proceso de desarrollo turístico han contado con el apoyo de asesores técnicos y capacitaciones para poder desenvolverse dentro del área turística, además de recibir financiamiento gubernamental y de empresa privada para la puesta en marcha de dicho CTC.

Pese a estar preparados para recibir y atender a los turistas, una de las necesidades de este CTC es la difusión del producto turístico que tienen para

¹ La Comunidad de San Virgilio actualmente se ha retirado del proyecto para desarrollar su propio proyecto turístico comunitario.

ofrecer, ya que al encontrarse situados en la selva, ofrecen un escenario de naturaleza biodiverso junto con su gran riqueza cultural.

Por esta razón el presente proyecto tiene como finalidad dar a conocer el CTC Ishkay Yaku mediante la promoción del sitio basándose en el turismo ecológico para aprovechar los recursos y atractivos que poseen; de esta forma se reactivará el turismo de la zona y será fuente de ayuda para el desarrollo de las comunidades locales que lo conforman.

1.2 JUSTIFICACIÓN

En los últimos años la Amazonía Ecuatoriana ha ido adquiriendo importancia ecológica debido a su gran biodiversidad y a las 10 nacionalidades indígenas que se encuentran en ella, las cuales en su mayoría desarrollan nuevas actividades como lo es el turismo. Pese a que en esta actividad las comunidades son la base fundamental de desarrollo, no siempre se ven beneficiados directamente.

De esta manera, el turismo ecológico es visto como una actividad alterna que permite la promoción y el manejo sustentable de los recursos naturales de la selva, fortaleciendo las culturas tradicionales de los pueblos indígenas y mejorando el nivel de ingresos para el bienestar de las comunidades.

El presente proyecto propone la implementación del turismo ecológico en el CTC Ishkay Yaku como medio de reactivación y promoción turística de la zona, el cual es un proyecto prácticamente nuevo, ya que desde finales del año 2011 se encuentra en funcionamiento.

La idea de promocionar el lugar como un incentivo para el turismo ecológico surge de la necesidad de dar a conocer a nacionales y extranjeros esta opción de turismo alternativo, que cuenta con una infraestructura básica para albergar a 34 personas ya sea en cabañas o en áreas de camping.

Una de las metas de este proyecto es dar a conocer el potencial turístico que posee el CTC en actividades relacionadas con la naturaleza y su cultura, lo cual abre paso al turismo ecológico que como tal se basa en la conservación, en las comunidades y en viajes sustentables.

Con este proyecto se beneficiarían las comunidades de Likino y Atakapi que son las que conforman el CTC que a su vez brindan sus servicios a los turistas que ingresan al lugar.

1.3 ANTECEDENTES

Pastaza es la provincia más grande del Ecuador, se encuentra situada en la exuberante selva amazónica y es la más rica en biodiversidad, con alrededor de 29.800 km² de territorio; limita al norte, con las provincias de Napo y Orellana; al sur, con la de Morona Santiago; al este, con la República del Perú; y, al oeste, con las provincias de Tungurahua y Morona Santiago.

Según el portal turístico de la provincia de Pastaza y la ciudad del Puyo, la población total es de 62.110 habitantes y se divide políticamente en 4 cantones: Pastaza, Mera, Santa Clara y Arajuno. La ciudad del Puyo es la capital provincial con 25.790 pobladores, fundada en 1899. (Pastaza.Net, 2013)

Siendo Puyo la cabecera cantonal, es la más promocionada como destino turístico ya que desde el ingreso a la provincia se observa la publicidad llamativa, convirtiéndolo en el más visitado por sus principales atractivos como:

- ✓ Parque Acuático Morete Puyo
- ✓ Parque Etno-Botánico OMAERE Puyo
- ✓ Jardín Botánico las Orquídeas – El Orquideario de Puyo
- ✓ Paseo Turístico del Río Puyo
- ✓ El Museo Étnico y Arqueológico de Puyo
- ✓ Ecoparque Puyo – Pastaza
- ✓ Parque Real Puyo – Exhibición de aves exóticas
- ✓ El paseo de los monos

- ✓ Cascada Hola Vida
- ✓ Cueva de los Tayos

Al posicionar a Puyo como destino a elegir en la provincia de Pastaza, afecta parcialmente a los demás cantones al momento de recibir turistas por no tener una promoción turística adecuada, generando a su vez la falta de conocimiento de los visitantes al momento de elegir que otro tipo de destino podrían visitar.

El CTC Ishkay Yaku está ubicado en el cantón Arajuno, comunidad de Atakapi, y antes de que empezara a ofertar sus servicios turísticos tuvo sus inicios con la unión de las comunidades de Likino, Atakapi y San Virgilio siendo esta última comunidad la que tomó la iniciativa en el año 2003 de proponer como idea central el proyecto de Turismo Comunitario.

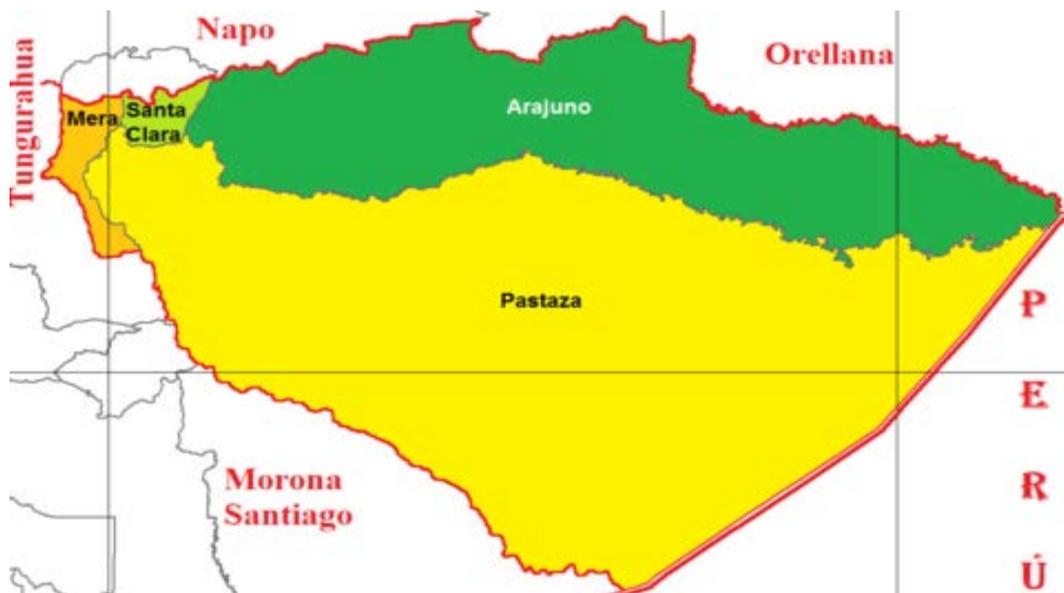


Figura #1: Mapa de la Provincia de Pastaza
Fuente: Inmomundo, 2011

El propósito de un nuevo proyecto era mejorar los ingresos económicos, generar beneficios y reforzar la identidad kichwa; al principio las comunidades desistieron de la idea pero finalmente aceptaron la propuesta. Debido a circunstancias ajenas la comunidad de San Virgilio decidió abandonar el proyecto

para emprender su propio centro turístico e Ishkay Yaku ahora pertenece a las dos comunidades restantes.

Podría decirse que el CTC está conformado por una población joven ya que la comunidad de Likino tiene alrededor de 60 años y la comunidad de Atakapi² apenas cuenta con 18 años, el motivo de su asentamiento era el de buscar una zona con más espacio y donde se pueda trabajar. El tiempo para ir de una comunidad a otra es de 1h30mn de camino por la selva tropical.

El proyecto nace en la confluencia del río Kuraray y Twishkachi a 2km de la comunidad de Atakapi; se decidió ubicarlo en este lugar porque era una zona de selva donde nadie residía y los ríos quedan muy cerca. En el año 2004 las comunidades reciben financiamiento de parte de instituciones públicas y privadas; en el 2005 las tres comunidades que en un principio se habían unido empiezan a realizar mingas para abrir paso a la construcción del CTC.

Una vez finalizada las mingas se comienza a construir la infraestructura en el año 2006, siendo reconocido por la FEPTCE³ en el año 2007 donde se convierte en uno de los primeros proyectos en poseer un estatuto oficial en la Amazonía y el único en la provincia de Pastaza. En el año 2009 un conflicto opuso a la comunidad de San Virgilio contra la Organización provocando la salida del mismo; pese a los inconvenientes, finalizan totalmente con la construcción y es en este año donde se empieza a capacitar a la población, por último en el año 2010 obtienen una página web para poner en marcha la promoción del lugar.

A finales del año 2011 el CTC empieza a recibir turistas nacionales y extranjeros en una cantidad minoritaria, incluso reciben la llegada de en ese entonces ministro de turismo Freddy Ehlers y visitas de agencias de viajes con el fin de conocer el lugar y promocionar sus paquetes turísticos, pero un punto que jugaba en contra era la accesibilidad lo cual tornaba complicada la situación.

² Pobladores procedentes de Pitacochoa

³ Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador

En base a información del portal Andes⁴ y los archivos del CTC, reciben por mes 2 grupos de 5 personas cada uno, destacándose entre ellos turistas argentinos y españoles. Esta información permite apreciar la falta de promoción turística del lugar tanto nacional como internacional.

1.4 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El Centro de turismo comunitario Ishkay Yaku posee un clima agradable, diferentes instalaciones turísticas y atractivos naturales.

Además, cuenta con una inversión de aproximadamente \$200.000 y tres años de construcción, que desde finales del 2011 viene prestando servicios a turistas nacionales e internacionales, sin embargo, en ocasiones apenas reciben 10 personas por mes y aproximadamente 200 visitantes en el año.

El problema que se observa en estas comunidades es la poca afluencia de turistas por falta de promoción y difícil acceso hacia la localidad.

1.4.1 Formulación del Problema

¿Cómo contribuye la implementación del turismo ecológico en el Centro de Turismo Comunitario Ishkay Yaku para la reactivación y promoción turística de la zona?

1.5 OBJETIVOS

1.5.1 Objetivo General

Implementar el turismo ecológico en el centro de turismo comunitario Ishkay Yaku como medio de reactivación y promoción del turismo de la zona.

⁴ Agencia Pública de Noticias del Ecuador y Suramérica

1.5.2 Objetivos Específicos

- ✓ Analizar el entorno general y turístico de la provincia de Pastaza.
- ✓ Determinar mediante una investigación de mercado los gustos y preferencias de los visitantes en diferentes localidades de la provincia y sus alrededores.
- ✓ Establecer la propuesta para promover el turismo ecológico en el CTC para reactivar el turismo de la zona y atraer a los turistas al lugar.

1.6 FORMULACIÓN DE HIPÓTESIS

La implementación del turismo ecológico en el centro de turismo comunitario Ishkay Yaku permite reactivar y promover el turismo de la zona.

1.6.1 Variables

Tabla 1: Variables

Variable Dependiente	Variable Independiente	Variable Interviniente
- Número de turistas que visitarían el CTC.	- La oferta ecológica turística que ofrezca la comunidad. - La Promoción turística. - Atractivos que poseen.	- Nivel socio económico de los turistas. - Nivel de ingresos para la comunidad. - Nuevas plazas de trabajo. - Educación. - Actividades que realizan.

Elaboración: Propia

1.7 CONTRIBUCIÓN POTENCIAL DE ESTUDIO

Mediante la implementación del presente proyecto se beneficiarán las comunidades de Likino y Atakapi, que son las que conforman el CTC ofreciendo a los visitantes dos modalidades de turismo; turismo comunitario que es el que desarrollan y turismo ecológico que es la actual propuesta.

De esta manera tendrán una fuente más de ingreso en el mismo ámbito en el que se desarrollan y no solo dependerán de una actividad sino que también tendrán la cultura de preservación y sostenibilidad de sus recursos naturales sin tener que recurrir a otras alternativas dañinas para el ecosistema como lo son la explotación del petróleo.

CAPÍTULO II

MARCO CONTEXTUAL

2.1 MARCO TEÓRICO

2.1.1 Orígenes y Evolución

Para realizar este proyecto es necesario conocer un poco acerca del origen del turismo que se remonta a los siglos XVII; a continuación se nombrarán los hechos considerados importantes en los inicios del turismo y su evolución a través del tiempo.

De acuerdo a (Quesada Castro, Elementos del Turismo, 2007) la palabra *tur* tiene su origen francés, que a la vez fue tomada del latín, donde los vocablos *tornus* y *tornare* que respectivamente significan torno y regresar, se refieren a girar o retornar al punto de partida.

En el siglo XVII en Francia a los viajes que realizaban con destino a los principales centros culturales europeos se les denominaba *tour* donde sus visitantes se incrementaron convirtiéndose en unos de los destinos más importantes; ya sea que los viajes se den por un período largo o corto de tiempo, fueron denominados “*Le Grand Tour*” o “*Le Petit Tour*” respectivamente, es decir el gran tour o el pequeño tour.

En el siglo XVIII se adoptan estas expresiones en Europa para denominar así a los viajes que realizaban los hijos de los nobles al concluir sus estudios para complementar su formación y adquirir experiencia, los cuales tenían una duración de tres años o más y se los realizaba por varios países de Europa; estos viajes se convirtieron en una actividad casi obligatoria para estos estudiantes viajeros a los cuales se les empezó a llamar *turistas*.

El turismo empieza a desarrollarse como una actividad económica luego de la Revolución Industrial en el siglo XIX, las familias empiezan a verse

beneficiadas positivamente, expandiéndose como una nueva clase media alta, donde empiezan a realizar viajes por motivo de placer, generando una gran demanda por parte de la nueva clase social, lo cual a su vez produjo que los viajes de los aristócratas disminuyeran.

Otro hecho importante tuvo lugar en el siglo XIX, donde Thomas Cook fue considerado como el *padre del turismo* debido a que organizó el primer viaje en tren ida y vuelta para un congreso de alcohólicos anónimos, transportando a 500 personas; este hecho sin duda hizo que Cook se diera cuenta que esta era una actividad económica de la que se podía sacar provecho, convirtiéndose así en el primer agente de viajes y el fundador de la primera agencia de viajes llamada “*Thomas Cook & Son*”.

A medida que comienza a desarrollarse la actividad del turismo, que en un principio se enfoca al turismo de masas donde su producto estrella era “*Sol y Playa*” el cual empieza a deteriorarse por el uso excesivo; es donde surgen nuevas necesidades por parte de los turistas que buscaban nuevas experiencias de viajes, dando apertura a diferentes tipos de turismo que persisten hasta la actualidad.

De acuerdo a Quesada (2010), clasifica al turismo en distintas modalidades según las necesidades del consumidor, siendo:

✓ **Turismo Cultural**

Es aquel que se concentra en pueblos de algún país o nación que por lo general buscan dar a conocer su forma de vida y las costumbres que practican desde sus antepasados. Esta tipología de turismo se caracteriza por tener rasgos distintivos ya sea en lo espiritual, material o social. (p.96)

✓ **Turismo Deportivo**

Como su nombre lo indica es aquel que hace referencia a todo tipo de deporte, combinando los viajes ya sea que el consumidor desee realizar actividades físicas o simplemente asistir como espectador de algún deporte. (p.98)

✓ **Turismo de Placer o de Recreo**

Su objetivo principal es ofrecer una opción de viaje más relajada donde las personas puedan escapar de su rutina diaria, presentando pequeñas actividades con el fin de distraerse y pasar un momento ameno. (p. 100)

✓ **Turismo de Salud**

Es donde el turista viaja a un destino diferente al de su residencia actual; más que por diversión se desplaza por su propio bienestar físico llegando a establecimientos donde se les provee el conocimiento profesional apropiado donde van atender sus necesidades médicas ya sea desde dolencias hasta intervenciones quirúrgicas. (p. 102)

✓ **Turismo de Negocios**

Esta tipología implica la movilización del turista por motivos netamente de negocios, razón por la cual se prefiere un ambiente urbano donde la tecnología tiene su participación como parte fundamental del día a día. (p. 105)

✓ **Turismo Naturalista**

Totalmente opuesto al turismo de negocios, el turismo naturalista se desarrolla en zonas naturales dirigiéndose a quienes prefieren disfrutar del contacto activo con la naturaleza y realizar ciertas actividades físicas. Dentro de esta tipología se subdivide: *El Turismo de Naturaleza Suave (soft nature)*, *Turismo de Naturaleza Fuerte (hard nature)* y *Ecoturismo*. (p. 109)

▪ **Turismo de Naturaleza Suave (Soft Nature)**

Para practicar este tipo de turismo no es necesario conocer a profundidad la actividad a realizar ya que se lo hace en un nivel básico. (p. 109)

▪ **Turismo de Naturaleza Fuerte (Hard Nature)**

Lo practican personas que conocen a profundidad las actividades que van a realizar implicando riesgos físicos. (p. 109)

- **Ecoturismo**

Es una actividad que consiste en integrar viajes ambientalmente responsables a lugares que ofrezcan áreas naturales y den a conocer las culturas que practican sus habitantes. (p. 109-111)

- ✓ **Turismo Sostenible**

Se basa en la conservación de los sitios turísticos generando un mínimo impacto ambiental anticipando su sostenibilidad para generaciones futuras. En esta tipología se pueden incluir de manera adicional varias modalidades de turismo mencionadas anteriormente que guarden relación con la naturaleza. (p. 111)

2.1.2 Atractivo Turístico

Se conoce como atractivo turístico a cualquier cosa que pueda constituir ya sea un lugar, una actividad o un paisaje; es lo que motiva que las personas se desplacen de un lugar a otro por algún tipo de interés que les genere dicho destino.

El atractivo turístico es adaptable al usuario, es decir, para ofrecer las comodidades a los visitantes se ofrecen instalaciones para que se pueda aprovechar de manera racional el potencial que se posee y pasa a ser la parte nuclear para que un destino se pueda desarrollar.

Hablar de Atractivo Turístico no es sinónimo de Recurso, ya que este se refiere a la base sobre la cual se desarrollarán los atractivos. (Quesada Castro, 2010)

Según Castro los atractivos turísticos se clasifican en:

- ✓ **Tangible:** son perceptibles y ocupan un espacio de manera permanente.
- ✓ **Intangible:** como los eventos, espectáculos, o acontecimientos programados y de permanencia temporal o finita.

Castro clasifica a los atractivos en cinco categorías que son:



Gráfico # 1: Clasificación de los Atractivos Turísticos

Fuente: Libro Elementos de Turismo

Elaboración: Autora

Cada una de estas categorías posee características propias que las distingue de las demás ya sean playas, cascadas, comunidades, entre otros, siendo materia prima para finalmente convertirse en un destino para visitar.

2.1.3 Recurso Turístico

Según la OMT⁵ en su glosario básico, define Recurso Turístico como *“todos los bienes y servicios que, por intermedio de la actividad del hombre y de los medios con que cuenta, hacen posible la actividad turística y satisfacen las necesidades de la demanda”*.

Se considera recurso a la base en la que se trabaja para dar como resultado un patrimonio turístico, es decir, el hombre interviene para brindar servicios a los turistas. Se convierte en recurso cuando el hombre se interesa por el lugar y posteriormente se trabaja en él para dar comodidades a los visitantes.

2.1.4 Promoción Turística

Acerenza (citada en Saavedra, Durán, & Durandal 2004) afirma que la Promoción Turística:

⁵ Organización Mundial de Turismo

“...es una actividad destinada a la información, la persuasión y la influencia sobre el cliente, en la cual se incluyen las actividades de publicidad, promoción de ventas, ventas personales, y otros medios, entre los que se incluye, también, las relaciones públicas, cuando estas se encuentran integradas al proceso de marketing”
(p.14)

Di-Bella (citada en Saavedra et al. 2004) indica que se refiere a:

“...una actividad integrada por un conjunto de acciones e instrumentos que cumplen la función de favorecer los estímulos para el surgimiento y desarrollo del desplazamiento turístico, así como el crecimiento y mejoría de operación de la industria que los aprovecha con fines de explotación económica” (p.14)

La idea de promocionar un sitio turístico surge de la necesidad de divulgar la existencia de dicho lugar para atraer a los visitantes, lo cual beneficiará económicamente a la población local; he aquí la importancia de su aplicación.

Saavedra et al. (2004) conceptualiza que para aplicar una correcta promoción turística es necesario tener en cuenta cuatro instrumentos que sirven como objetivo en la promoción:



Gráfico # 2: Instrumentos de la Promoción

Fuente: Libro promoción turística

Elaboración: Autora

Estos cuatro instrumentos tienen como finalidad persuadir e influenciar a los clientes para que compren o usen un servicio. (Saavedra et al. 2004)

2.1.5 Comunidades

Se refiere a un conjunto de personas que conviven juntos en un espacio geográfico y comparten intereses en común, ya sea idioma, estilo de vida o culturas; y por lo general estas comunidades siempre se van a diferenciar de otros grupos mediante símbolos o formas de vida.

2.1.6 Gestión de la Calidad

2.1.6.1 Evolución y Definición del Término

En principio la calidad se basaba en contrarrestar defectos y errores encontrados en productos y servicios que se ofrecían, lo cual hizo que las empresas notaran que no se podía mantener mejoras duraderas sin dedicarle el tiempo y la atención necesaria que requiere la calidad. Al invertir el tiempo necesario, los empresarios se dieron cuenta que el escuchar a los clientes, establecer relaciones a largo plazo, premiar y capacitar a sus empleados, entre otros puntos, son los verdaderos factores que influyen en la calidad.

A medida que varias empresas empiezan a adoptar los principios de calidad, se genera la nueva idea de la administración de la calidad total o TQM⁶. (Evans & Lindsay, 2008)

Implementar la calidad no solo mejoró la administración sino que también permitió reducir costos y a su vez incrementar beneficios en los productos. Esto induce a la generación de cuatro etapas consideradas básicas en la evolución de la calidad las cuales se mencionan a continuación: (Cuatrecasas, 2010)

⁶ Total Quality Management



Gráfico # 3: Etapas de la Evolución de la Calidad

Fuente: Libro Gestión Integral de la Calidad

Elaboración: Autora

La primera etapa hace referencia a la inspección, donde se tenía que revisar si el producto cumplía con las especificaciones antes de que sea aprobado. Solo esto suponía la calidad.

La segunda etapa que era el control del producto, se refiere a una técnica un poco más avanzada en cuanto a inspecciones, ya que aplicaban una técnica de muestreo para detectar que producto era defectuoso y el objetivo era que se lo detecte antes de que llegue a los consumidores.

Al igual que la inspección, el poner en práctica estas dos etapas resultaba costoso para las empresas ya que se trataban de controles bajos de calidad pese a su avance.

En la tercera etapa que era el Control del Proceso, hace referencia a un gran avance y a controles que se acercan más a una auténtica calidad, ya que no solo se trata de identificar los productos defectuosos sino también controlar cada proceso al que era sometido para evitar de esta manera que salga así al mercado y determinar exactamente en qué punto se fallaba.

En la cuarta y última fase sigue siendo necesario mejorar el producto, ya que ahora no solo se descarta lo defectuoso sino que también se conoce el punto de origen del daño, el cual en ocasiones era irreparable; por esta razón se cambia la estructura del producto desde su diseño, y ahora las personas involucradas para

que el producto final cumpla las expectativas es todo el talento humano de una empresa ya sea de manera directa o indirecta.

Según Griful Ponsati & Canela Campos (2002) la calidad es cualitativa y subjetiva pero se le puede atribuir varias definiciones según el contexto que se le quiera dar.



Gráfico # 4: Definiciones de Calidad

Fuente: Libro Gestión de la Calidad

Elaboración: Autora

Como se muestra en el gráfico anterior, la calidad tiene varios significados dependiendo de la persona y del tipo de negocio al que se la quiera aplicar, y no solamente sirve en la Administración sino también para empresas de servicios.

En definitiva, la Gestión de la Calidad es el camino que escoge la empresa para planificar e implementar programas de actuación y controlar los resultados para así conseguir la calidad deseada.

Su fundamento principal es conseguir que la Calidad realizada, la Calidad programada y la Calidad necesaria coincidan entre sí. (Menéndez)

2.1.6.2 Gestión de Calidad en el Servicio

Se puede decir que servicio es un bien intangible que busca satisfacer las necesidades de los clientes; al ser intangible resulta más laborioso establecer

parámetros de calidad ya que no es un producto que se fabrique como lo son los bienes tangibles.

La Gestión de Calidad en los Servicios, implica la atención directa con el cliente y por tanto no está tan desarrollada como la calidad en los productos, ya que resulta ser más compleja, pero por otra parte es la que tiene más importancia por ser tan delicada.

Según Pérez & Velasco (1994), existe evidencia empírica de que cuando un cliente se siente insatisfecho por el servicio que recibió, hace conocer su mala experiencia a un mínimo de nueve personas, las cuales sin conocer al proveedor probablemente no solicitarán sus servicios.

En cambio los clientes que quedan satisfechos se lo hacen saber a cinco personas. Por tanto es un hecho que la publicidad negativa es más influyente que la positiva.

Está comprobado estadísticamente que aproximadamente es cinco veces más costoso captar un nuevo cliente que mantener satisfecho a un cliente actual, por lo que se considera al cliente como el recurso más escaso de una empresa y es mejor mantenerlo satisfecho atendiendo sus requerimientos y necesidades.

Finalmente, la Gestión de la Calidad en el Servicio termina siendo una estrategia de fidelización frente a la competencia y depende de las empresas mantener a sus clientes satisfechos para que resulte rentable a largo plazo.

2.1.6.3 Mejoramiento Continuo de la Calidad

Hace referencia a realizar cambios pequeños como las innovaciones o mejoras grandes y rápidas que pueden adoptar cualquiera de varias formas: (Evans & Lindsay, 2008)

1. Aumentar el valor para el cliente a través de productos y servicios nuevos y mejorados.
2. Reducir los errores, defectos, desperdicios y sus costos relacionados.
3. Aumentar la productividad y la eficiencia en el uso de los recursos.

4. Mejorar la capacidad de respuesta y el desempeño del tiempo del ciclo para procesos, como resolver las quejas de los clientes o la introducción de nuevos productos.

Es recomendable que los puntos mencionados anteriormente se los desempeñen juntos ya que ayudan a establecer mejoras continuas y a entender cuál es el origen del problema.

2.2 MARCO CONCEPTUAL

2.2.1 Definición de Turismo

Al turismo se le ha atribuido varias definiciones con el pasar de los años, generando debates en cuanto a cuál es la más conveniente. Una de las más sobresalientes es la que se define en el glosario de la Organización Mundial del Turismo (2007), expresando que:

“El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico”.

2.2.2 Definición de Turismo Comunitario

Según la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador, define que:

“Es la relación de la comunidad con los visitantes desde una perspectiva intercultural en el desarrollo de viajes organizados, con la participación consensuada de sus miembros, garantizando el manejo adecuado de los recursos naturales, la valoración de sus Patrimonios, los derechos culturales y territoriales de las

Nacionalidades y Pueblos, para la distribución equitativa de los beneficios generados”.

2.2.3 Definición de Turismo Ecológico

De acuerdo con el TIES⁷ el turismo ecológico se define como "un viaje responsable a áreas naturales que conservan el medio ambiente y mejoran el bienestar de la población local".

El ecoturismo se basa en unir la conservación, comunidades y viajes sustentables, lo cual quiere decir que para implementar y participar en las actividades del ecoturismo se deben seguir los siguientes principios:

- ✓ Minimizar los impactos negativos.
- ✓ Crear conciencia, respeto ambiental y cultural.
- ✓ Proporcionar experiencias positivas tanto para los visitantes como para los anfitriones.
- ✓ Proporcionar beneficios financieros directos para la conservación.
- ✓ Proporcionar beneficios financieros y fortalecer la participación de la comunidad local.
- ✓ Crear sensibilidad hacia el clima político, ambiental y social de los países anfitriones.

2.3 MARCO REFERENCIAL

En este apartado se incluye un estudio investigativo que fue realizado en el año 2012 sobre la comunidad de Atakapi que es donde se encuentra localizado el CTC Ishkay Yaku.

En base al trabajo de investigación titulado “Los Atractivos Naturales y Culturales y su Incidencia en el Desarrollo del Ecoturismo en la Comunidad de Atakapi de la Parroquia Kuraray cantón Arajuno Provincia de Pastaza” que realizó el Ing. Fernando Ortega Ocaña, afirma que el objetivo principal de su estudio era

⁷ The International Ecotourism Society

identificar los atractivos naturales y culturales y su incidencia en el desarrollo del ecoturismo en la misma.

La finalidad de la investigación consistía en una propuesta para crear una operadora de turismo, a través de la cual permitiría potencializar los atractivos turísticos naturales y culturales, los cuales contribuirían al desarrollo del ecoturismo en la comunidad de Atakapi.

Dicho estudio realizado minuciosamente en base a trabajo de campo y fuentes secundarias, reveló dos puntos importantes; primero, que no existe suficiente información disponible del CTC; y segundo, el potencial natural y cultural que posee el CTC para prestar sus servicios como lugar ecoturístico, pero se determinó que el lugar carece de promoción turística y un plan de marketing que permita conocer más acerca del mismo en un ámbito nacional e internacional.

Aparte del estudio anterior, existen proyectos ecoturísticos y ecoturísticos comunitarios que se han realizado y posteriormente han sido aplicados ya que resultaron factibles. Para esto se ha escogido la Reserva Ecológica Cascada de Hola Vida, el proyecto Kapawi y el proyecto Ecoturístico Comunitario Piedra Blanca.

✓ **Reserva Ecológica Cascada Hola Vida**

La Reserva se encuentra ubicada en la provincia de Pastaza y es uno de los centros turísticos y ecológicos más importantes de la región central del Ecuador; siendo manejada por una fundación que lleva el mismo nombre, su objetivo es la protección y conservación del medio ambiente. Alrededor habitan comunidades ancestrales donde los turistas pueden compartir experiencias, ritos y limpias shamánicas.⁸

⁸ Tomado del sitio web:

http://www.amazoniaturisticas.com/index.php?option=com_content&view=article&id=47:cascada-de-hola-vida-para-disfrutarla-completamente&catid=44:atractivos-turisticos&Itemid=71

✓ **Kapawi**

Este proyecto se encuentra ubicado en la parte suroriental de la provincia de Pastaza; comenzó sus actividades en el año 1996 como sociedad única entre Canodros⁹ y la comunidad Achúar pero es en el año 2008 cuando pasa a ser propiedad de dicha comunidad.

En base a un informe realizado por Wood (1998), el proyecto Kapawi resulta ser uno de los más representativos en cuanto a ecoturismo, preservación de selva tropical lluviosa y participación comunitaria.

Debido a sus acciones y buenas prácticas ambientales, Kapawi ha obtenido premios y reconocimientos internacionales como:

1998 Tourism for tomorrow, British Airways

2000 Ecotourism Excellence Award, Conservation International

2002 Ecotourism Award, Skai International

2004 Conservation Category – Sustainable Tourism Award for Conservation (STAC) (Tercer Lugar)

2008 National Geographic – The adventure Travel – One of the TOP 50 Ecolodges in the World¹⁰

2013 Turismo Sostenible - Rainforest Alliance - Museo de Historia Natural de New York

✓ **Proyecto Ecoturístico Comunitario Piedra Blanca**

La iniciativa de este proyecto ubicado en la provincia de Bolívar, nace en el año 2003 de la necesidad de buscar alternativas de desarrollo sustentable para la comunidad local, por lo cual buscaron apoyo de empresas públicas y privada para

⁹ Compañía de Turismo Ecuatoriana

¹⁰ Tomado de Metropolitang Touring

hacer factible su proyecto y en el año 2004 ya contaban con su propia infraestructura para albergar turistas.

En la actualidad el proyecto sigue activo y gracias a la implementación del proyecto, la comunidad tiene una fuente de ingresos por turismo y además reciben incentivos económicos para la conservación y la reforestación.¹¹

2.4 MARCO LEGAL

En el Ecuador aún no existe un marco legal que haga referencia al ecoturismo, por lo que en el año 1998 la ASEC¹² desarrollo un proceso participativo con los actores sociales del ecoturismo, lo que finalmente terminó convirtiéndose en el documento “Políticas y Estrategias para la Participación Comunitaria en el Ecoturismo”. Esto abrió paso a desarrollar un reglamento de ecoturismo donde se reconociera su papel participativo en el país. (Andrade, 2000)

Este proceso contó con tres componentes que son:

1. Estudio de Rentabilidad del Ecoturismo.

Este estudio demostró la importancia del ecoturismo en el país tanto para la empresa pública como la privada, no solo por la generación económica sino también el desarrollo.

2. Reglamento de Ecoturismo para la Ley de Desarrollo Turístico del Ecuador.

El hecho de que no exista un marco legal en el país afecta el reconocimiento de las comunidades que operan dentro del sector ecoturístico que por este hecho no podían operar de forma legalizada, es por esto que este estudio tiene como finalidad el reconocer la organización ancestral de las comunidades.

¹¹ Tomado del sitio [webhttp://www.piedrablanca.org/esp-proyecto.htm](http://www.piedrablanca.org/esp-proyecto.htm)

¹² Asociación Ecuatoriana de Ecoturismo

El reglamento consta de 34 artículos, de los cuales se mencionan los que van de acuerdo al tema, siendo sus disposiciones introductorias las siguientes:

Políticas permanentes de Ecoturismo y Principios Generales:

- a) Concertación intersectorial para que se logren coordinar y armonizar los diversos intereses y acciones de los actores involucrados en el ecoturismo.
- b) Incorporar y reconocer la cosmovisión y la cultura de las comunidades locales en el desarrollo de productos ecoturísticos, en su forma de organización y manejo, en la formulación de políticas, en la planificación relacionada y en la promoción.
- c) Formular sobre la base de una participación intersectorial y multidisciplinaria los correspondientes planes de desarrollo del sector ecoturístico, donde se encuentren definidos los criterios de conservación de las áreas naturales relacionadas, los modelos de participación de las comunidades locales en el manejo y operación de las actividades ecoturísticas, los niveles de responsabilidad de las personas naturales y jurídicas, públicas y privadas, con o sin finalidades de lucro y el ámbito de participación de las organizaciones no gubernamentales.
- d) Promover la formulación de un código de ética ecoturístico y directrices para orientar el desarrollo de la actividad ecoturística.
- e) Promover la certificación de la oferta ecoturística nacional en áreas naturales sobre la base de un compromiso con la conservación y un sentido de responsabilidad social.
- f) Asegurar por medio de las Políticas de Ecoturismo y los mecanismos del Ministerio de Turismo que el ecoturismo promueva la conservación de los recursos naturales, los cuales son de importancia primordial para la supervivencia de las comunidades locales y para sustentar las actividades ecoturísticas.
- g) Fomentar la reinversión de los beneficios económicos generados por el ecoturismo en el manejo y control de las áreas naturales y

en el mejoramiento de la calidad de vida de las poblaciones locales.

- h) Fortalecer a las comunidades locales en el establecimiento de mecanismos de manejo de los recursos naturales, de actividades de conservación y de turismo que se realizan dentro de las áreas naturales.
- i) Promover actividades de capacitación dirigidas a los miembros de las comunidades locales en actividades calificadas como ecoturísticas. En tales procesos debe existir un intercambio de conocimientos entre las comunidades y los demás actores de la actividad.

Aparte de existir estas políticas también se incluye el Financiamiento donde se habla acerca de los Recursos para la Asesoría del Ecoturismo, que son:

- a) Los recursos que le sean asignados dentro del presupuesto institucional.
- b) Los recursos que se generen por el mantenimiento y disposición de información de la base de datos de actividades ecoturísticas en el Ecuador.
- c) Los recursos que se generen por el Registro y/o Certificación de sostenibilidad de las empresas ecoturísticas
- d) Los recursos que se obtengan de la cooperación externa para este fin
- e) Los demás establecidos en las leyes correspondientes.

Según lo mencionado en estas disposiciones, las comunidades podrán legalizar su actuación siempre y cuando se acojan a este reglamento.

3. Asesoría de Ecoturismo en el Ministerio de Turismo.

Tiene como objetivo principal fortalecer la estructura legal e institucional del ecoturismo en el Ecuador.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

El enfoque de investigación a desarrollar en el presente proyecto es de tipo mixto, es decir, cualitativo y cuantitativo y se desarrollará mediante la investigación exploratoria y descriptiva.

3.1.1 Investigación Exploratoria

La investigación exploratoria se trata de una investigación cualitativa cuyo objetivo es obtener información más precisa del problema y se la emplea cuando existe escasa información acerca del tema.

Por lo general se utiliza métodos “suaves” para realizar esta investigación, ya sea entrevistas o focus group y su idea principal es obtener un conocimiento más amplio con respecto al problema de estudio. Este tipo de estudios es muy útil a la hora de generar conocimientos con respecto al tema a tratar y es de mucha ayuda para un investigador que es nuevo en el campo del problema. (Namakforoosh, 2005)

Este tipo de investigación fue escogida ya que aún no existe información suficiente acerca del CTC que pueda ayudar a esclarecer la situación que se vive actualmente.

3.1.2 Investigación Descriptiva

Según Namakforoosh (2005) la investigación descriptiva es una forma de estudio que se la emplea para conocer el perfil del consumidor, objetos, conceptos y cuentas. Por lo general se la usa cuando el objetivo es:

- ✓ Describir las características de ciertos grupos.

- ✓ Calcular la proporción de gente en una población específica que tiene ciertas características.
- ✓ Realizar proyecciones de ventas y usarla como base en la planificación. (p. 91)

Este tipo de investigación se la utiliza con la finalidad de recopilar información mediante la elaboración de encuestas, lo cual será desarrollado en el presente capítulo.

3.2 TAMAÑO DE LA MUESTRA

Para calcular el tamaño de la muestra para realizar las encuestas, se va a utilizar la fórmula aplicada a una población de estudio finita, ya que esta se la utiliza cuando hay un máximo de 500.000 habitantes; teniendo en cuenta que según los datos proporcionados por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (*en adelante INEC*) la población en el lugar de estudio, el cantón Arajuno de la provincia de Pastaza, es de 6.491 habitantes.

La fórmula aplicada es:

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

Donde:

n = tamaño de la muestra

Z = grado de confianza que adopta los siguientes valores:

Nivel de Confianza	Valor de Z
95%	1.96
99%	2.96

p = probabilidad de éxito

q = probabilidad de fracaso ($1 - p$)

N = número de habitantes

e = error (entre el 1% y el 5%)

Al aplicar la fórmula a la presente investigación, la muestra quedaría de la siguiente manera:

$$n = \frac{(1.96)^2 * 0.5 * 0.5 * 6.491}{(0.05)^2(6.491 - 1) + (1.96)^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{6.233,96}{17,1854}$$

$$n = 362,75 \approx 363$$

Como resultado se obtienen 363 encuestas (de las cuales se redondeará el número a 370 elementos por motivo de descarte) por realizar a los turistas que visitan la ciudad del Puyo y sus alrededores para determinar cuál es el perfil del visitante y su grado de aceptación al implementar la modalidad de turismo ecológico dentro de una zona que comprende selva.

3.3 TIPO DE MUESTREO

El tipo de muestreo que se escogió es el no probabilístico, el cual, según Grande & Abascal (2005), se basa en la muestra que elige el investigador, utilizando información previa del mismo o buscando maneras sencillas de selección, y debido a que no existe un proceso de azar, no es posible controlar el error en el muestreo pudiendo dar como resultado una información errónea.

Dentro de las clases de muestreo no probabilístico, la más acertada para el presente proyecto es el Muestreo de Conveniencia, el cual, según Grande & Abascal (2005) permite obtener información acudiendo a poblaciones accesibles resultando ser un procedimiento rápido y económico.

3.4 TÉCNICA PARA LA RECOLECCIÓN DE DATOS

3.4.1 Fuente Secundaria

Los datos secundarios consisten en información que se ha recopilado anteriormente ya sea a través de investigaciones, libros, páginas de internet, tesis, entre otros; que responden a una mejor definición del problema planteado.

En este caso, se ha utilizado información bibliográfica encontrada en libros, tesis universitarias, periódicos, entre otros; y se acudió a información web como es el caso en libros electrónicos, portales web y páginas gubernamentales.

3.4.2 Fuente Primaria

Estos datos son generados por el propio investigador que busca información que no se encontró en los datos secundarios y se la puede realizar mediante encuestas, la experimentación y la observación.

Para el presente proyecto se recopilará información mediante encuestas realizadas en la ciudad del Puyo y sus alrededores ya que el objetivo son los turistas (*véase anexo A*), y mediante la observación en el lugar donde se llevará a cabo la implementación del proyecto.

3.5 PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS

Para realizar las encuestas se establecieron diez preguntas cerradas con la finalidad de conocer el perfil de los visitantes nacionales y extranjeros de la provincia de Pastaza y sus alrededores, y el grado de aceptación al implementar el ecoturismo en una zona selvática donde se oferta turismo comunitario.

A continuación se muestran los resultados obtenidos de trescientas setenta encuestas, las mismas que se ejecutaron en la ciudad del Puyo y la ciudad de Baños de Agua Santa:

3.5.1 Datos Generales

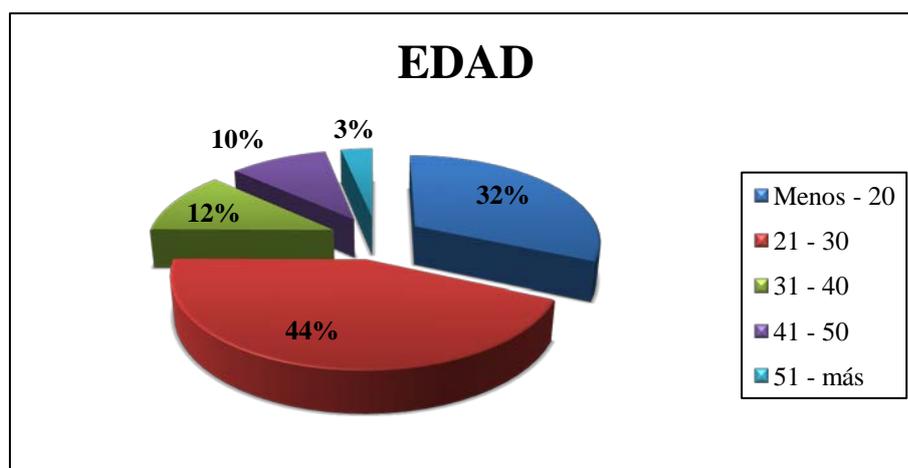


Gráfico #5: Rango de edades de los turistas

Elaboración: Autora

El gráfico #5 muestra que las edades más representativas de los turistas son el 44% con una edad comprendida entre 21 y 30 años, seguido del 32% que tiene menos de 20; el 12% representa las edades de 31 a 40, el 10% de 41 a 50 años, y finalmente el 3% que se le atribuye a los visitantes de 51 años o más.

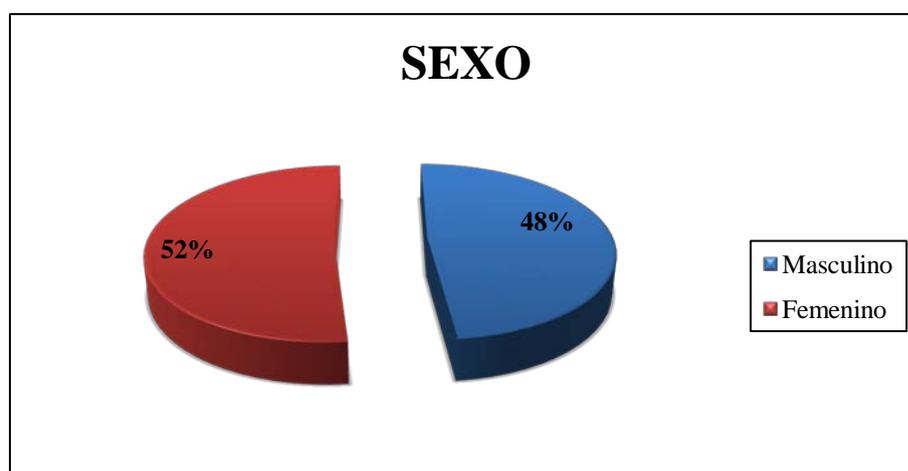


Gráfico #6: Sexo de los turistas

Elaboración: Autora

El gráfico #6 muestra que la mayor afluencia de turistas se le atribuye al 52% de sexo femenino mientras que el 48% corresponde al sexo masculino.

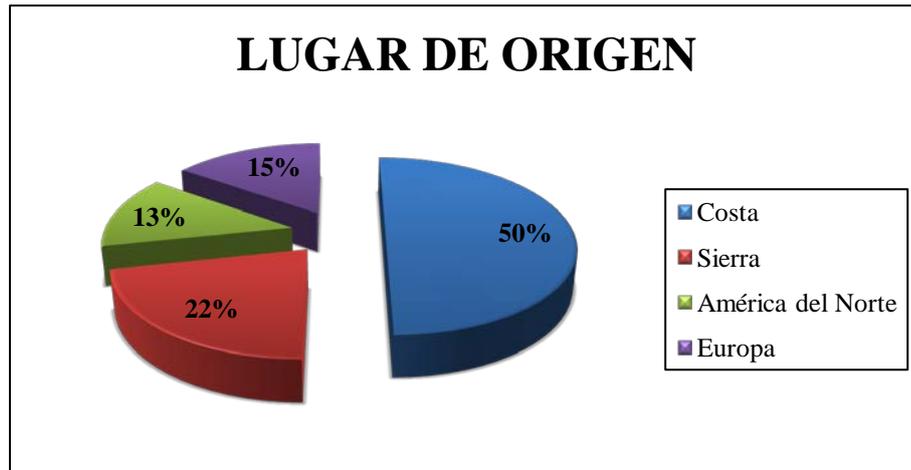


Gráfico #7: Lugar de origen de los turistas encuestados

Elaboración: Autora

Según el gráfico #7, el mayor número de visitantes nacionales provienen de la Región Costa con un 50%, seguido del 22% por turistas de la Región Sierra. En cuanto a los turistas internacionales, la mayor afluencia viene de Europa, seguido del 13% que son provenientes de América del Norte.

3.5.2 Preguntas

1. *¿Con qué frecuencia viaja normalmente?*

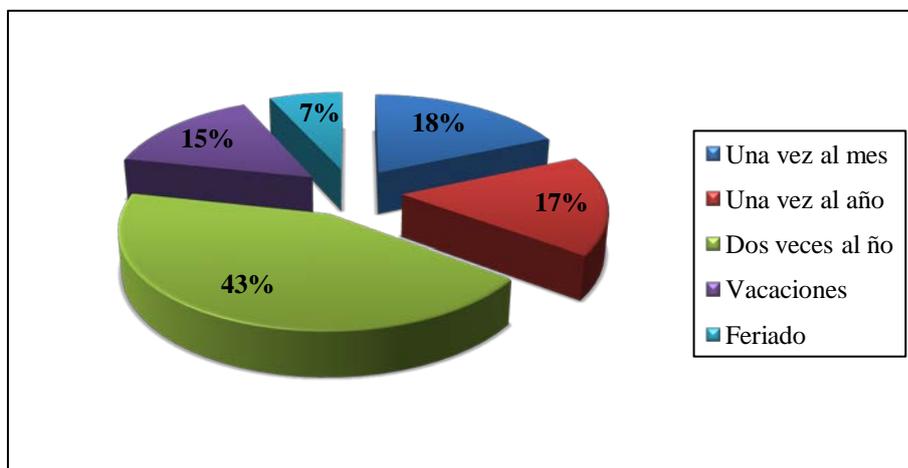


Gráfico #8: Frecuencia de viajes de los turistas

Elaboración: Autora

Según el gráfico #8, el 43% de los turistas encuestados viaja por lo general dos veces al año, seguido del 18% que corresponde a viajes realizados una vez al mes, el 17% realizan sus viajes una vez al año, el 15% en vacaciones y por último el 7% viaja en feriados.

2. Cuando viaja, lo hace:

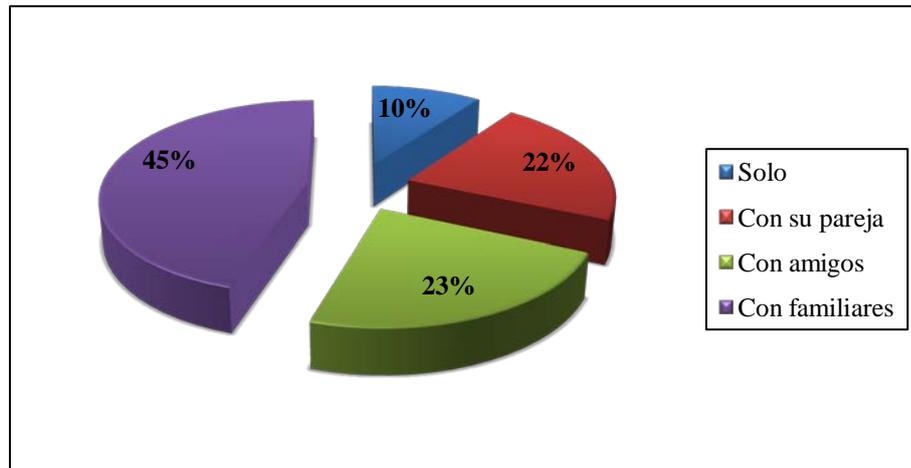


Gráfico #9: Con quienes viajan los turistas normalmente

Elaboración: Autora

El gráfico #9 demuestra que el 45% de los turistas encuestados viajan normalmente en compañía de sus familiares, seguido de un 23% y 22% que realizan viajes con sus amigos y parejas respectivamente, por último el 10% de los encuestados prefiere viajar solo.

3. *¿Cuánto tiempo suele quedarse cuando viaja?*

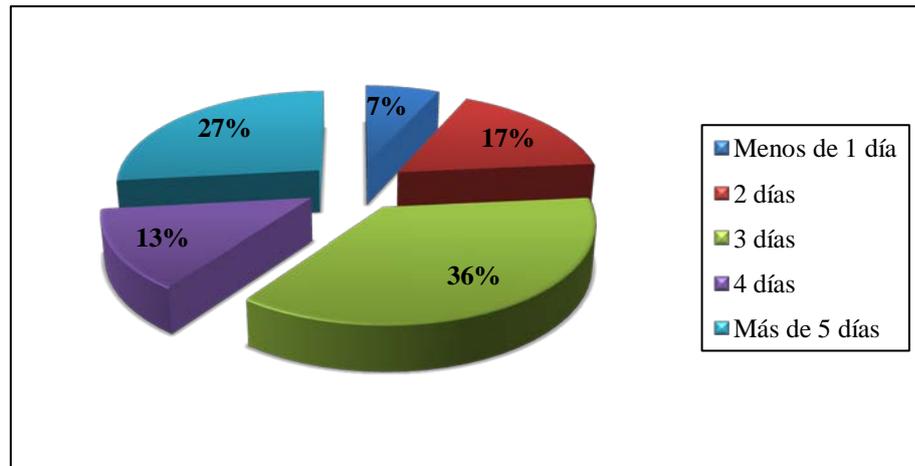


Gráfico #10: Tiempo de estadía de los turistas

Elaboración: Autora

Según el gráfico #10, el 36% de los encuestados prefiere permanecer tres días en el destino turístico, seguido del 27% que se le atribuye a los que prefieren quedarse más de cinco días, el 17% escoge dos días de estancia mientras que el 13% y 7% permanecen cuatro días y menos de un día respectivamente.

4. ¿Cuál es su promedio de gasto total cuando viaja?

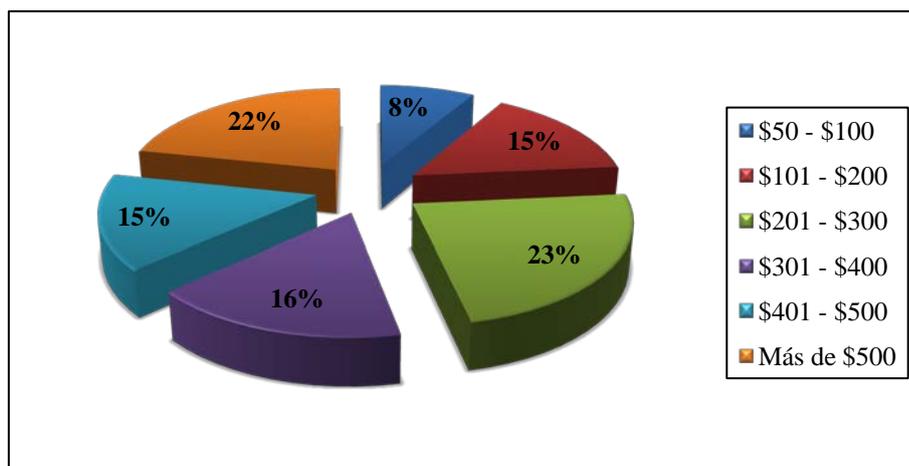


Gráfico #11: Promedio de gastos totales de los turistas

Elaboración: Autora

De acuerdo con el gráfico #11, el 23% de los turistas tienen un gasto promedio de \$201 a \$300, seguido del 22% que gastan más de \$500, el 16% de los encuestados tiene un presupuesto de \$301 a \$400, el rango de \$401 a \$500 y \$101 a \$200 se les atribuye el 15% respectivamente y por último está el 8% con el rango de \$50 a \$100.

5. ¿Qué tipo de turismo le gusta realizar más?

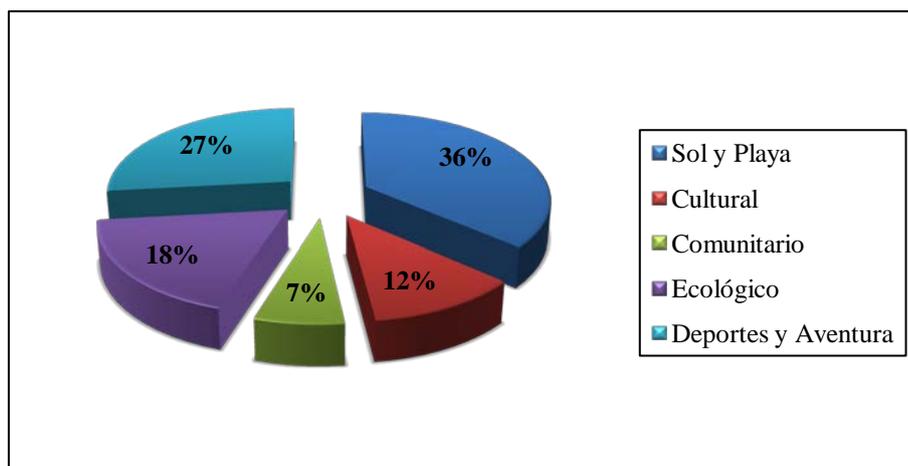


Gráfico #12: Modalidades de turismo que prefieren los turistas

Elaboración: Autora

El gráfico #12, demuestra que 36% de los turistas prefieren turismo de Sol y Playa mientras que el 27% de los encuestados optan más por la modalidad de Deportes y Aventura, en tercer lugar está el turismo Ecológico con un 18% de preferencia, el 12% y 7% se lo atribuye al turismo cultural y comunitario respectivamente.

6. *¿Disfruta usted del Turismo Ecológico?*

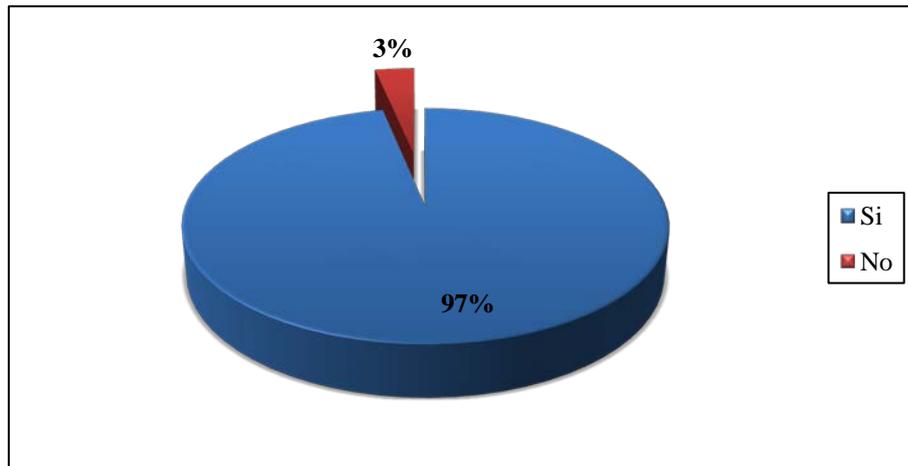


Gráfico #13: ¿Disfruta el turista del turismo ecológico?

Elaboración: Autora

El gráfico #13 muestra que el 97% de los encuestados manifestaron su aceptación en cuanto al disfrute del turismo ecológico, mientras que el 3% restante afirmó no disfrutar de esta modalidad de turismo.

7. ¿Conoce el Centro de Turismo Comunitario Ishkay Yaku ubicado en el cantón Arajuno de la provincia de Pastaza?

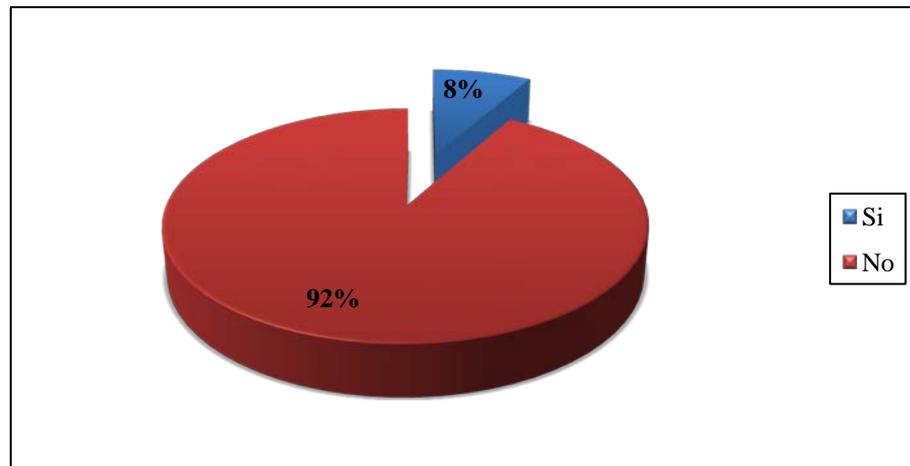


Gráfico #14: ¿Conoce el turista el CTC Ishkay Yaku?

Elaboración: Autora

Según el gráfico #14, el 92% de los turistas desconoce del CTC, sin embargo, el 8% de los encuestados afirmaron que si conocen el lugar.

8. ¿Cree usted que se puede implementar el turismo ecológico en un centro de turismo comunitario ubicado en la selva ecuatoriana?

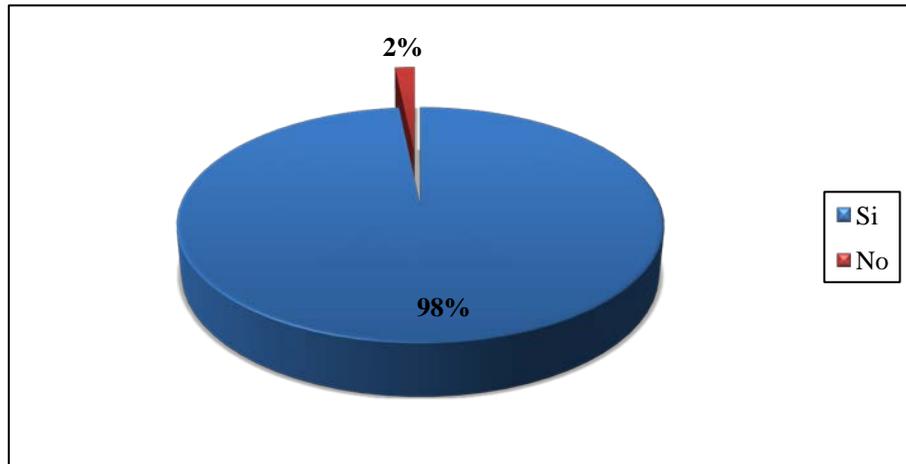


Gráfico #15: Implementación del turismo ecológico en zona selvática

Elaboración: Autora

De acuerdo con el gráfico #15, los turistas encuestados tienen un grado de aceptabilidad del 98%, mientras que el 2% restante no está de acuerdo con el planteamiento.

9. ¿Le gustaría realizar turismo ecológico dentro de un centro de turismo comunitario en la profundidad de la selva?

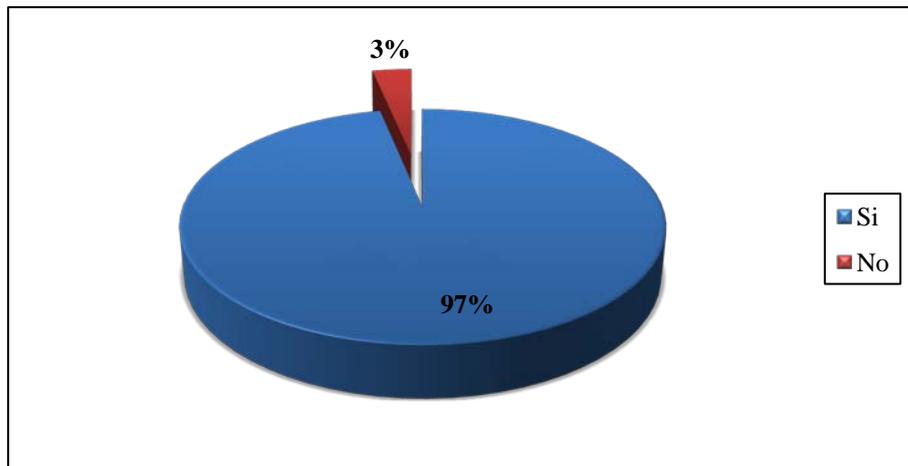


Gráfico #16: Gusto de los turistas por realizar turismo ecológico dentro de la selva

Elaboración: Autora

Según se muestra en el gráfico #16, el 97% de los turistas encuestados dieron una respuesta afirmativa, mientras que para el 3% restante la idea planteada resulta indiferente.

10. ¿Disfrutaría usted el realizar caminatas por senderos ecológicos y estar en contacto con la naturaleza en la selva ecuatoriana?

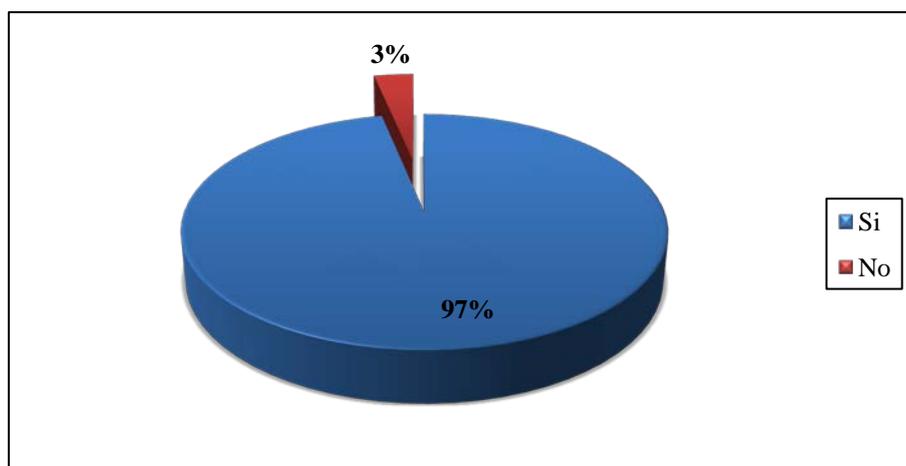


Gráfico #17: Disfrute de los turistas de caminatas por senderos ecológicos en la selva ecuatoriana

Elaboración: Autora

Según el gráfico #17, el 97% de los turistas encuestados están de acuerdo con la idea planteada, mientras que el 3% restante optó por un no.

3.5.3 Conclusión

El tipo de muestreo aplicado en las encuestas está conformado por turistas nacionales y extranjeros que se encontraban en la ciudad del Puyo y Baños de Agua Santa debido a su cercanía con la provincia de Pastaza.

Como se mencionó anteriormente el objetivo de las encuestas era conocer un poco más acerca del perfil del turista para saber a que segmento va enfocado el proyecto y cual sería su grado de aceptación con el mismo.

Se pudo establecer que los visitantes componen una población joven, ya que la mayoría se encontraba dentro del rango de 21 a 30 años y hay más afluencia de turistas nacionales procedentes de la Región Costa y extranjeros de Europa y América del Norte.

En sentido general, los turistas realizan viajes dos veces al año con una estadía de tres días y un promedio de gastos totales de \$201 a \$300 para nacionales y más de \$500 para los extranjeros.

En su gran mayoría prefieren realizar turismo de Sol y Playa, seguido de los Deportes y Aventura, dejando en tercer lugar la modalidad de turismo Ecológico a pesar de que casi todos los encuestados afirmaron que realmente disfrutaban el turismo ecológico.

Mediante las encuestas se trato de conocer si los turistas sabían de la existencia del CTC, con lo cual se comprobó que más del 90% de los ellos no conocían dicho lugar, pero en las tres últimas preguntas que se realizó para conocer el grado de aceptación de los turistas por la presente propuesta, la gran mayoría coincidió en que era factible implementar el turismo ecológico dentro de un CTC ubicado en la selva ecuatoriana.

CAPITULO IV

ANÁLISIS SITUACIONAL

4.1 SITUACIÓN ACTUAL DE LA COMUNA

El CTC Ishkay Yaku (unión de dos ríos) se encuentra ubicado en la provincia de Pastaza, en el cantón Arajuno, está entre las coordenadas de posición geográfica Latitud 1°20'49" S, Longitud 77°22'04" W con una altitud de 464 msnm, ubicado en la espesura de la selva virgen, en la comunidad de Atakapi; posee una temperatura que oscila entre los 18 y 23 grados centígrados durante todo el año.

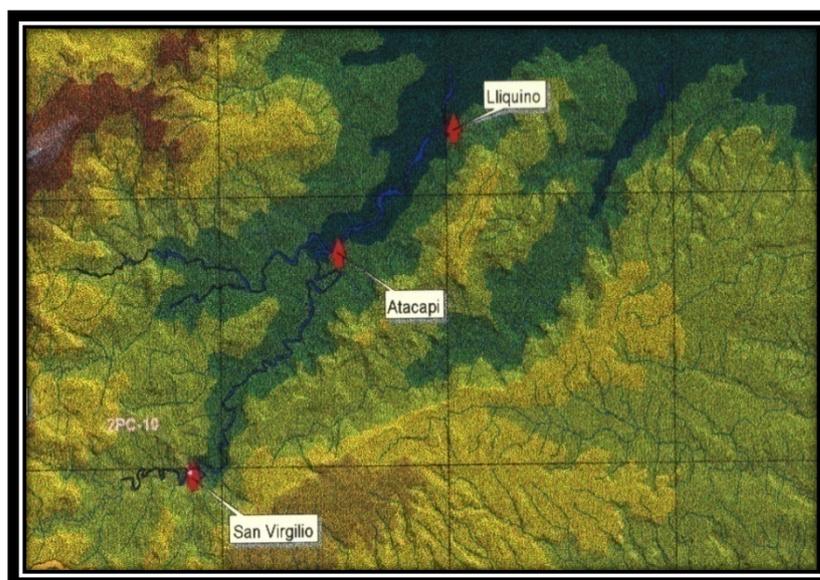


Figura #2: Mapa de Ubicación del CTC Ishkay Yaku

Fuente: Archivos del Centro de Turismo Comunitario Ishkay Yaku

Se puede acceder al mismo por dos medios:

- ✓ Partiendo desde la cabecera cantonal Puyo por medio de transporte terrestre por un lapso de dos horas, seguida de una caminata de tres horas hasta llegar al CTC.
- ✓ Por vía aérea teniendo como punto de partida la parroquia Shell con una duración de 25 minutos hasta llegar a la comunidad de Atakapi,

para luego dirigirse mediante una caminata de 30 minutos al CTC; el mismo que genera un costo adicional haciendo que el lugar no sea asequible para todo tipo de turistas.

Está conformado por las comunidades de Likino y Atakapi que se unieron para poner en marcha el proyecto de un centro de turismo comunitario ya que el sector cuenta con una gran biodiversidad y lo que más llama la atención es que están ubicados en el centro de la unión de los ríos Kuraray y Twishkachi, por eso el nombre Ishkay Yaku que en kichwa significa unión de dos ríos.

Fue reconocido bajo el nombre de Ishkay Yaku por la FEPTCE en 2007; una vez que su construcción fue concluida se convierten en el primer CTC en la provincia de Pastaza que cuenta con los permisos necesarios para operar, es por esta razón que empezó a acoger a los turistas a finales del año 2011.

El financiamiento del centro se dio gracias a la intervención del Estado, la empresa petrolera AGIP y la Organización misma.

El Estado invirtió a través de sus diferentes Ministerios e Institutos. El CODENPE¹³ financió la infraestructura con 70.000 dólares, mientras que el ECORAE¹⁴ y el MIES¹⁵ también participaron en el proyecto, apoyando la construcción de un centro de rescate de animales, cuyo costo se elevó a cerca de 15.000 dólares. AGIP¹⁶, como parte de la organización aportó a este proyecto la cantidad necesaria para su finalización, 19.000 dólares.

¹³ Consejo de Desarrollo de las Nacionalidades y Pueblos del Ecuador

¹⁴ Instituto para el Eco desarrollo Regional Amazónico

¹⁵ Ministerio de Inclusión Económica y Social

¹⁶ Empresa Petrolera que opera desde el año 2011

Tabla 2: **Inversión Financiera del CTC Ishkay Yaku**

INSTITUTO	RUBRO	CONCEPTO
CODENPE	\$70.000,00	Infraestructura
ECORAE - MIES	\$15.000,00	Centro de rescate de animales
AGIP	\$19.000,00	Finalización del proyecto
INVERSIÓN TOTAL	\$104.000,00	

Fuente: Archivos del Centro de Turismo Comunitario Ishkay Yaku

Elaboración: Autora

El CTC cuenta con 54 hectáreas de selva virgen; las cabañas donde prestan sus servicios fueron construidas con material propio de la zona, poseen fuente de energía hidroeléctrica y agua potable.

Al encontrarse las comunidades a una distancia considerable de la ciudad del Puyo, su alimentación es algo en lo que las mujeres están a cargo ya que ellas mantienen *chacras*¹⁷ y cultivan ciertos productos, siendo algunas veces la chicha preparada a base de yuca su única alimentación.

Debido a los contactos frecuentes que tienen con el mundo exterior, las comunidades se han visto afectadas en cuanto a pérdida de identidad cultural, sobre todo por parte de los jóvenes que se ven influenciados por las distintas culturas lo cual irrumpe en sus costumbres y en su estilo de vida.

Pese a estas influencias, se trata de rescatar los valores y prácticas culturales, enseñando a los jóvenes la elaboración de canastas en el caso de los hombres y la elaboración de artesanías o *mocawas*¹⁸ en el caso de las mujeres.

¹⁷ Zonas agrícolas familiares creadas en el bosque

¹⁸ Elaboración de cerámicas; todo lo que se usa en la elaboración de la misma es de origen natural, desde la pintura, incluso suelen pintar con cabellos propios de las mujeres.

En cuanto a la fauna del CTC, actualmente no cuentan con un inventario preciso de las especies de animales que habitan en el sector, sin embargo se ha observado especies de animales como:

Tabla 3: Fauna del CTC Ishkay Yaku

Especie	Nombre Científico
Guatusa	<i>Dasyprocta fuliginosa</i>
Guangana	<i>Tayassu pecari</i>
Pecarí de Collar	<i>Pecari tajacu</i>
Venado	<i>Mazama sp.</i>
Guanta	<i>Cuniculus paca</i>
Tapir Amazónico	<i>Tapirus terrestris</i>
Armadillo de nueve bandas	<i>Dasytus novemcinctus</i>
Puma	<i>Puma concolor</i>
Mono Araña	<i>Ateles belzebuth</i>
Pava de monte	<i>Penelope purpurascens</i>

Fuente: Trabajo de Investigación del Ing. Fernando Ortega

Elaboración: Autora

A pesar de que no se sabe con exactitud todas las especies que se puede encontrar en el CTC, la cercanía con el Parque Nacional Yasuní es un indicador de la biodiversidad que se puede encontrar.

Al hablar de los habitantes de la comunidad, se puede decir que son de nacionalidad kichwa y se dedican a la agricultura, ganadería y agricultor – ganadero, sus ingresos económicos son inestables ya que se da principalmente en base a la producción agrícola y artesanal; el turismo comunitario se ha convertido para este pueblo en una alternativa de desarrollo con la cual buscan preservar su cultura y sus territorios ancestrales.

Al llevar a cabo la iniciativa del proyecto recibieron apoyo financiero por varias empresas como se mencionó anteriormente, pero lamentablemente en lo que va del presente año el CTC no renovó el contrato que mantenían con la petrolera AGIP el cual ayudaba económicamente a las comunidades, por lo cual a partir de ahora deben ser autosuficientes económicamente.

Pese a todos los esfuerzos y participación de las comunidades, por hacer del turismo una fuente alternativa de desarrollo, la llegada de turistas al CTC sigue siendo muy escasa.

Para poder comprender mejor la situación, a continuación se muestra un resumen del ingreso de los turistas tanto nacionales como extranjeros al CTC en los últimos tres años según los meses donde se ha presentado actividad turística:

Tabla 4: Ingreso de Turistas al CTC

RESUMEN INGRESO DE TURISTAS AL CTC		
FECHA	Nº DE TURISTAS	PROCEDENCIA
Noviembre 2011	41	Nacionales
Enero 2012	17	Nacionales (15) Extranjeros (2)
Febrero 2012	20	Nacionales (18) Extranjeros (2)
Marzo 2012	03	Nacionales (1) Extranjeros (2)
Octubre 2012	45	Nacionales (43) Extranjeros (2)
Enero 2013	10	Nacionales
Marzo 2013	11	Nacionales
Abril 2013	27	Nacionales
Total de Visitantes Últimos 3 Años	174	Nacionales 166 Extranjeros 8

Fuente: Archivos de Ishkay Yaku

Elaboración: Autora

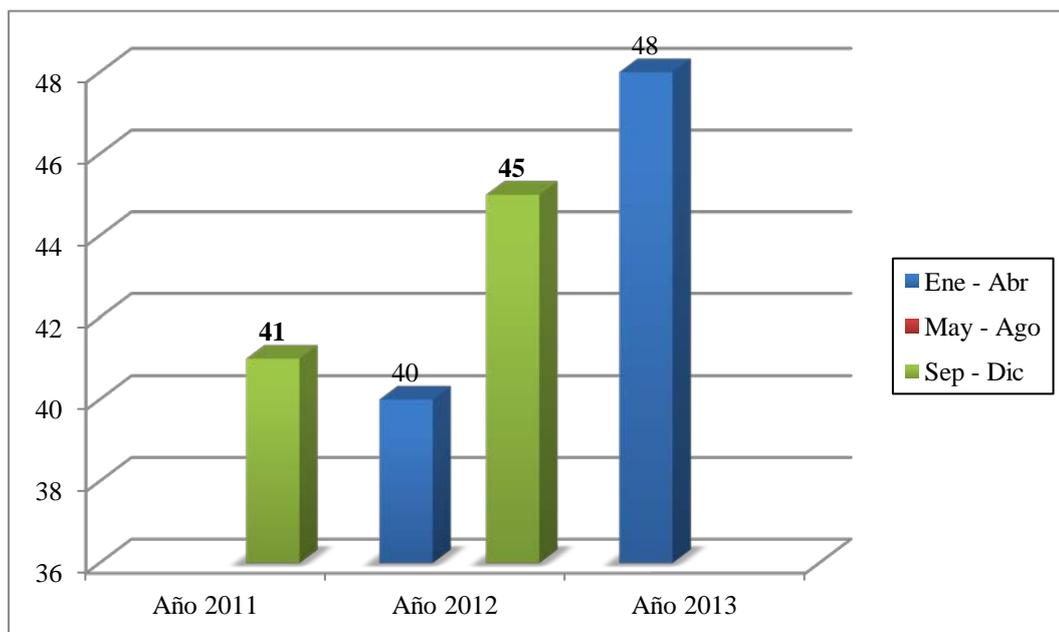


Gráfico #18: Ingreso de turistas al CTC en los últimos 3 años segmentado en cuatrimestres

Fuente: Archivos de Ishkay Yaku

Elaboración: Autora

Como se puede observar en el gráfico #18, se ha segmentado la visita de los turistas por cuatrimestres ya que varios meses no han tenido actividad turística. En el año 2013 se muestran datos turísticos hasta el mes de abril ya que aún no cuentan con el inventario de los meses siguientes.

En lo que va del año 2013 se puede apreciar que a pesar de encontrarse en los cuatro primeros meses del presente año, la cantidad de visitantes recibidos ha aumentado considerablemente en relación con los años anteriores.

4.2 ATRACTIVOS TURÍSTICOS NATURALES DE ISHKAY YAKU

Un beneficio para la comunidad es encontrarse dentro de la selva amazónica en un área que ha sido poco intervenida por el hombre, lo cual deja una serie de atractivos naturales que junto con su cultura se complementan para hacer del CTC un lugar digno de visitar.

Basado en el estudio investigativo que realizó el Ing. Fernando Ortega (2012) se identificó los siguientes atractivos:

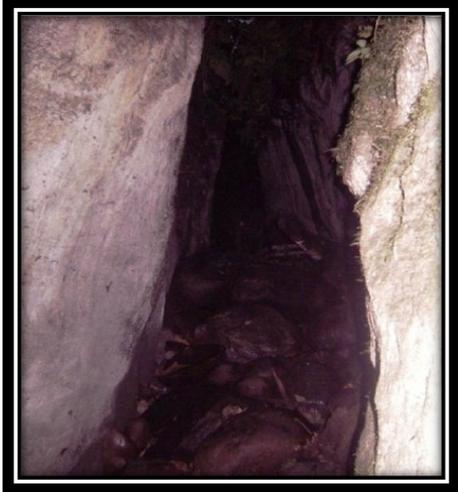
Tabla 5: Atractivo 1 - Cascada del Amor

ATRACTIVO #1 CASCADA DEL AMOR	
<p><i>Ubicación</i> Se encuentra ubicado a una distancia de 30 minutos del CTC.</p> <p><i>Descripción</i> En este atractivo con aguas cristalinas se puede realizar ascenso y descenso hacia la selva y está rodeado del bosque húmedo tropical.</p>	

Fuente: Trabajo de Investigación Ing. Fernando Ortega (2012)

Elaboración: Autora

Tabla 6: Atractivo 2 - Cueva del Amor

ATRACTIVO #2 CUEVA DEL AMOR	
<p><i>Ubicación</i> Se encuentra ubicado a una distancia de 25 minutos del CTC.</p> <p><i>Descripción</i> Este atractivo está conformado por dos rocas grandes que se encuentran en medio de dos cascadas que poseen poderes curativos.</p>	

Fuente: Trabajo de Investigación Ing. Fernando Ortega (2012)

Elaboración: Autora

Tabla 7: Atractivo 3 - Cascada del Río Añango

ATRACTIVO #3 CASCADA DEL RÍO AÑANGO	
<p><i>Ubicación</i> Se encuentra ubicado a una distancia de 2h30 del CTC.</p> <p><i>Descripción</i> Esta cascada se forma a partir de las aguas del río que lleva su mismo nombre, durante el recorrido para llegar a la misma se puede observar la exuberancia del bosque primario donde se puede encontrar plantas curativas y la observación de aves, mariposas, monos, entre otros.</p>	

Fuente: Trabajo de Investigación Ing. Fernando Ortega (2012)

Elaboración: Autora

Tabla 8: Atractivo 4 - Saladero de Mamíferos

ATRACTIVO #4 SALADERO DE MAMÍFEROS	
<p>Ubicación Se encuentra ubicado a una distancia de 3 horas del CTC.</p> <p>Descripción Esta fuente de agua que brota de los peñascos es considerada rica en minerales y por la mañana se puede observar como animales de la zona acuden a beberla.</p>	

Fuente: Trabajo de Investigación Ing. Fernando Ortega (2012)

Elaboración: Autora

Tabla 9: Atractivo 5 - Centro de Rescate

ATRACTIVO #5 CENTRO DE RESCATE	
<p>Ubicación Se encuentra ubicado a una distancia de 5 minutos del CTC.</p> <p>Descripción El Centro de Rescate fue creado con la finalidad de brindarles un refugio a la fauna silvestre donde se garantice su bienestar para luego reintroducirlos en su hábitat natural.</p>	

Fuente: Trabajo de Investigación Ing. Fernando Ortega (2012)

Elaboración: Autora

Tabla 10: Atractivo 6 Laguna - Paiche

ATRACTIVO #6 LAGUNA CHARAPA - PAICHE	
<p><i>Ubicación</i> Se encuentra ubicado a una distancia de 3 minutos del CTC.</p> <p><i>Descripción</i> Esta laguna fue creada con la finalidad de criar el pez Paiche, que es uno de los peces más grandes del mundo y se encuentra en peligro de extinción; este pez crece hasta 3 metros de largo y llega a pesar hasta 250 kilos.</p> <p>El pez Paiche no es la única especie que se puede encontrar aquí, ya que también están las tortugas charapas, caimanes y tilapias, esta última es parte de su alimentación con la cual suelen preparar el famoso plato “maito”.</p>	

Fuente: Trabajo de Investigación Ing. Fernando Ortega (2012)

Elaboración: Autora

Tabla 11: Atractivo 7 Bosque Húmedo Tropical

ATRACTIVO #7 BOSQUE HÚMEDO TROPICAL	
<p><i>Ubicación</i> Se lo puede encontrar en casi todo el CTC en perfecto estado natural.</p> <p><i>Descripción</i> La característica de este bosque primario es que no se encuentra intervenido por el hombre y ya que los recorridos se realizan en grupos pequeños, no afecta al bosque.</p>	

Fuente: Trabajo de Investigación Ing. Fernando Ortega (2012)

Elaboración: Autora

Tabla 12: Atractivo 8 Río Taisha Curaray

ATRACTIVO #8 RÍO TAISHA CURARAY	
<p><i>Ubicación</i> Se encuentra ubicado a una distancia de 10 minutos del CTC.</p> <p><i>Descripción</i> En algunos tramos el río resulta correntoso, mientras que en otras es menos profundo lo cual permite que se cruce caminando a diferencia de cuando llueve ya que provoca el desbordamiento del mismo lo cual imposibilita cruzar.</p>	

Fuente: Trabajo de Investigación Ing. Fernando Ortega (2012)

Elaboración: Autora

Tabla 13: Atractivo 9 Mirador Chillipamba

ATRACTIVO #9 MIRADOR CHILLIPAMBA	
	
<p>Ubicación Se encuentra ubicado en medio del bosque a una distancia de 40 minutos del CTC.</p> <p>Descripción El mirador ofrece una vista panorámica con un hermoso paisaje del bosque húmedo, el río Kuraray y especies amazónicas.</p>	

Fuente: Trabajo de Campo

Elaboración: Autora

Tabla 14: Atractivo 10 Laguna Lagartococha

ATRACTIVO #10 LAGUNA LAGARTOCOCHA	
<p>Ubicación Se encuentra ubicado a una distancia de 2h30 minutos del CTC.</p> <p>Descripción Es una laguna relativamente grande, donde se puede encontrar especies de animales como caimanes y aves, rodeados de una gran vegetación. Actualmente no se realiza actividad turística en esta área.</p>	

Fuente: Trabajo de Investigación Ing. Fernando Ortega (2012)

Elaboración: Autora

Tabla 15: **Atractivo 11 Mirador del Dique**

ATRACTIVO #11 MIRADOR DEL DIQUE	
<p><i>Ubicación</i> Se encuentra ubicado en medio del bosque a una distancia de 15 minutos del CTC.</p> <p><i>Descripción</i> El mirador ofrece una vista panorámica con un hermoso paisaje del bosque húmedo, el río Kuraray y especies amazónicas.</p>	

Fuente: Trabajo de Investigación Ing. Fernando Ortega (2012)

Elaboración: Autora

Tabla 16: Atractivo 12 Nakhi Pakkha

ATRACTIVO #12 CASCADA NAKHI PAKKHA	
<p><i>Ubicación</i> Se encuentra ubicado a 30 minutos de caminata del CTC.</p> <p><i>Descripción</i> La característica de esta cascada es que posee barro natural del cual se puede hacer uso aplicándolo en la piel lo que resulta beneficioso.</p> <p>Un dato curioso es que antes de entrar al agua cristalina de la cascada es imprescindible que se realice una “limpia” para que la cascada no se resienta, si el turista no se somete a esta “limpia” no puede bañarse en la cascada.</p>	 

Fuente: Trabajo de Campo

Elaboración: Autora

4.3 ANÁLISIS DEL ENTORNO MACRO PEST-A

El análisis Pest-A se lo usa para evaluar el entorno general en el que se desarrollará el proyecto a realizar. Según Villacorta Tilve (2010):

“El objetivo fundamental de este análisis es determinar la situación actual y el potencial futuro de un determinado mercado. Con esto la empresa puede conocer si le interesa acceder al mismo, o abandonarlo. En definitiva este tipo de análisis permite detectar las amenazas y las oportunidades existentes en el macroentorno”. p.33

4.3.1 Político

La República del Ecuador se encuentra dirigida actualmente por el Economista Rafael Correa Delgado, Jefe de Estado y de Gobierno, electo hasta el año 2017, quien en conjunto con el Ministerio de Turismo y la CFN (*Corporación Financiera Nacional*) están estimulando la inversión en el sector turístico, dando la oportunidad de financiamiento para nuevos proyectos.

Según el portal Ecuador a Colores, en una conferencia presentada en el año 2012 por el gerente general de la CFN (*Corporación Financiera Nacional*), durante la gestión del Gobierno, el crédito para el turismo ha ido incrementando año tras año.

En su exposición, el gerente general de la CFN expresó:

“La misión de la institución es la de estimular inversión productiva responsable en el sector Turismo del Ecuador, como un sector estratégico priorizado por el Gobierno Nacional y la Corporación Financiera Nacional, dentro de la agenda de transformación productiva, a través de financiamiento a proyectos turísticos que estimulen la generación de empleo, dinamicen las economías locales y mejoren la posición competitiva del colectivo turístico de los destinos.”

Según datos que se dieron a conocer en la conferencia, se muestran las cifras de inversión en el sector turístico desde el año 2007 al 2012:

Tabla 17: **Cifras de Inversión del Sector Turístico (2007 – 2012)**

Año	Número de operaciones	En dólares
2007	20	\$4.077.770,23
2008	117	\$13.579.785,32
2009	107	\$14.430.180,44
2010	98	\$14.221.648,18
2011	50	\$11.914.642,73
2012	50	\$17.288.268,89
TOTAL	442	\$ 75.512.295,79

Fuente: Corporación Financiera Nacional

El gobierno apoya no solamente al turismo comunitario sino también al turismo ecológico mediante programas que ha desarrollado con una visión futura en base a los tipos de turismo que tiene más presencia de notoriedad en el Ecuador.

Actualmente el Ministerio de Turismo (*en adelante MINTUR*) está desarrollando el proyecto Consolida Turismo Comunitario, que se basa en mejorar el producto turístico con el apoyo directo del MINTUR a las comunidades que desarrollan actividades turísticas que se encuentren legalmente reconocidas por la Secretaría de los Pueblos y Nacionalidades o que estén en proceso de legalización.

Por otra parte, el Plan Integral de Marketing Turístico del Ecuador 2014 (*en adelante PIMTE*), clasifica al turismo según el tipo de producto en una escala del 1 al 10 según sus objetivos, siendo:

Tabla 18: Clasificación del Turismo según el PIMTE

OBJETIVOS POR TIPOLOGÍAS DE PRODUCTO	NIVEL NOTORIEDAD (Actual)	NIVEL NOTORIEDAD (A futuro)	LLEGADAS DE VISITANTES ¹⁹ (% sobre el total de llegadas internacionales a Ecuador)
1. Turismo cultural	MEDIO-ALTA	ALTA	23%
2. Ecoturismo y turismo de naturaleza	ALTA	ALTA	22%
3. Turismo de deportes y aventura	MEDIA	ALTA	20%
4. Turismo comunitario	BAJA	MEDIA-ALTA	10%
5. Turismo de convenciones y congresos	BAJA	MEDIA-ALTA	15%
6. Turismo de cruceros	MEDIA	MEDIA-ALTA	5%
7. Sol y playa	DE NICHU u oportunidad	DE NICHU	5%
8. Turismo de salud			
9. Agroturismo			
10. Parques temáticos			

Fuente y elaboración: (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2009)

Cabe recalcar que el presente proyecto se basa en la implementación del turismo ecológico en el centro de turismo comunitario Ishkay Yaku y según los objetivos planteados por el PIMTE, el ecoturismo posee un nivel de notoriedad alta en la actualidad y a futuro con llegadas de turistas del 22%, mientras que el turismo comunitario se encuentra en un nivel de notoriedad baja en la actualidad, esperando que a futuro su nivel sea medio-alto y con un 10% de llegadas de turistas.

Así mismo se han estructurado prioridades promocionales por productos según su función:

¹⁹ Las llegadas de visitantes son objetivos a futuro.

Tabla 19: **Prioridades Promocionales por Producto**

TIPOLOGÍAS DE PRODUCTO	PRIORIDAD PROMOCIONAL DE PRODUCTOS
1. Turismo cultural	PRODUCTOS CLAVE / ESTRELLA
2. Ecoturismo y turismo de naturaleza	
3. Turismo de deportes y aventura	
4. Turismo comunitario	
5. Turismo de convenciones y congresos	PRODUCTOS DE CONSOLIDACIÓN
6. Turismo de cruceros	
7. Sol y playa	PRODUCTOS DE OPORTUNIDAD
8. Turismo de salud	
9. Agroturismo	
10. Parques Temáticos	

Fuente y elaboración: (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2009)

El PIMTE manifiesta que los productos Clave o Estrella son los productos que aportarán mayor valor añadido a la actividad turística del país, por su mayor atractivo, potencialidad e idoneidad para Ecuador. En este sentido, serán los que mayor volumen aporten al sector turístico en cuanto a llegadas, gasto por turista y evolución de las llegadas. Debido a su relevancia, la estrategia del marketing turístico del país debe estar principalmente centrada en su desarrollo.

Por último, como dato importante, el PIMTE segmenta las actividades de turismo de mayor a menor relevancia en el cual se ha asignado un porcentaje presupuestario para cada modalidad de turismo, presentado de la siguiente manera:

Tabla 20: Porcentaje Presupuestario para cada Modalidad de Turismo

	% de distribución del presupuesto de MKT Internacional		
Dedicación de presupuesto a productos	66%	24%	5%
1. Turismo cultural	22%		
2. Ecoturismo y turismo de naturaleza	21%		
3. Turismo de deportes y aventura	23%		
4. Turismo comunitario		9%	
5. Turismo de convenciones y congresos		9%	
6. Turismo de cruceros		6%	
7. Sol y playa			5%
8. Turismo de salud			
9. Agroturismo			
10. Parques Temáticos			
	Clave	De consolidación	Oportunidad

Fuente y elaboración: (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2009)

Según esta información, el desarrollo del ecoturismo resulta ser una buena oportunidad, ya que el Gobierno está interesado en realizar una promoción turística internacional a gran escala.

Por otra parte, en una rueda de prensa dada por el ministro de Turismo, Vinicio Alvarado y el coordinador de la Producción, Richard Espinoza, dieron a conocer que el Ecuador invertirá \$600 millones en turismo en los próximos cuatro años. La política pública del turismo se basará en cinco pilares: seguridad, calidad, destinos y productos, conectividad, y promoción; pilares que se entrelazan con programas como: Programa de Destinos Turísticos de Excelencia, Programa Nacional de Señalización Turística, Programa Nacional de Capacitación para la Excelencia Turística, Programa Nacional de Crédito para el Desarrollo de Servicios Turísticos, Programa Nacional de Fortalecimiento Institucional y Programa Nacional de Promoción Turística.

El Gobierno también anunció la campaña “Siempre amables, siempre honestos, siempre profesionales” con la finalidad de promover la profesionalización del servicio turístico en el destino Ecuador.

4.3.2 Económico

La economía en el Ecuador ha presentado un crecimiento importante en los últimos años, el rubro que aporta mayor fuente de ingresos es la exportación de petróleo y bienes primarios, como es el caso del banano, flores y camarones.

El turismo juega un papel importante ya que está situado en el quinto rubro que genera ingresos significativos dentro de la balanza comercial.

4.3.2.1 Evolución del PIB (Producto Interno Bruto) y del PIB Per Cápita

El Producto Interno Bruto (*en adelante PIB*) es el valor de los bienes y servicios finales generados por los agentes económicos durante un período determinado. Es un indicador representativo que ayuda a medir el crecimiento o decrecimiento de la producción de bienes y servicios de las empresas de cada país, únicamente dentro de su territorio. (Diario El Telégrafo, 2013)

El PIB representa la suma de todos los bienes y servicios finales producidos en un país durante un año, ya sea por nacionales o por extranjeros residentes. Este indicador mide la riqueza generada por un país durante un año, pero no la riqueza total del país (recursos naturales, sus minas, sus costas, sus carreteras, etc.). (Diario El Telégrafo, 2013)

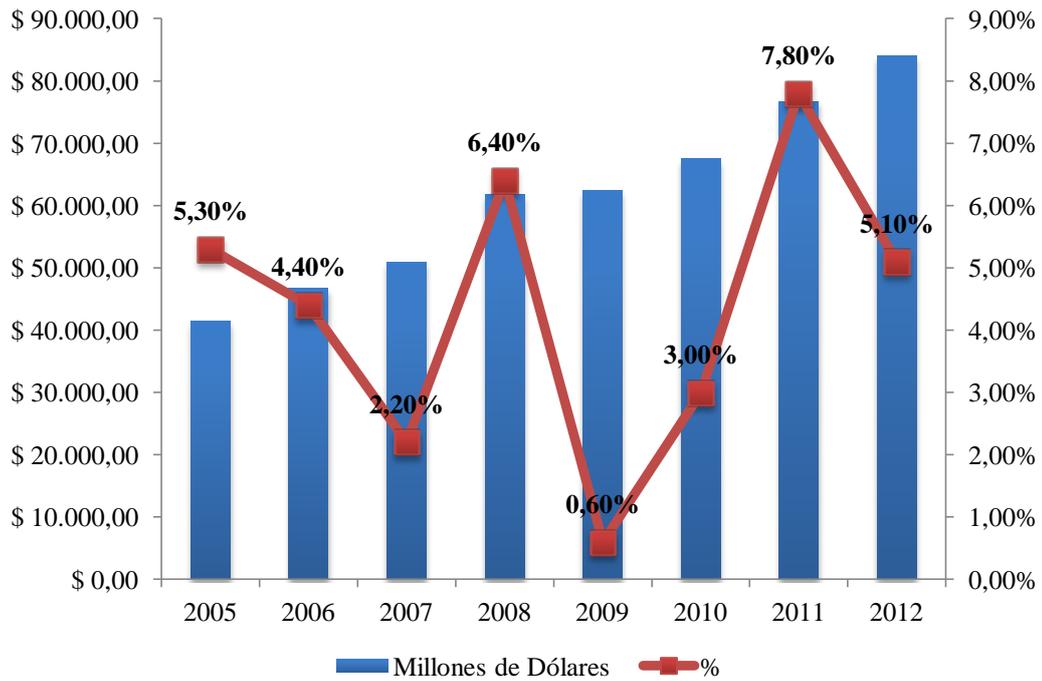


Gráfico #19: Producto Interno Bruto 2005 - 2012

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaboración: Autora

El gráfico #19 muestra los resultados del PIB en un período del año 2005 al 2012, en el cual se ubica al año 2012 en un PIB de \$84.039,90 millones, lo que refleja un crecimiento del 5,10% con relación al año 2011.

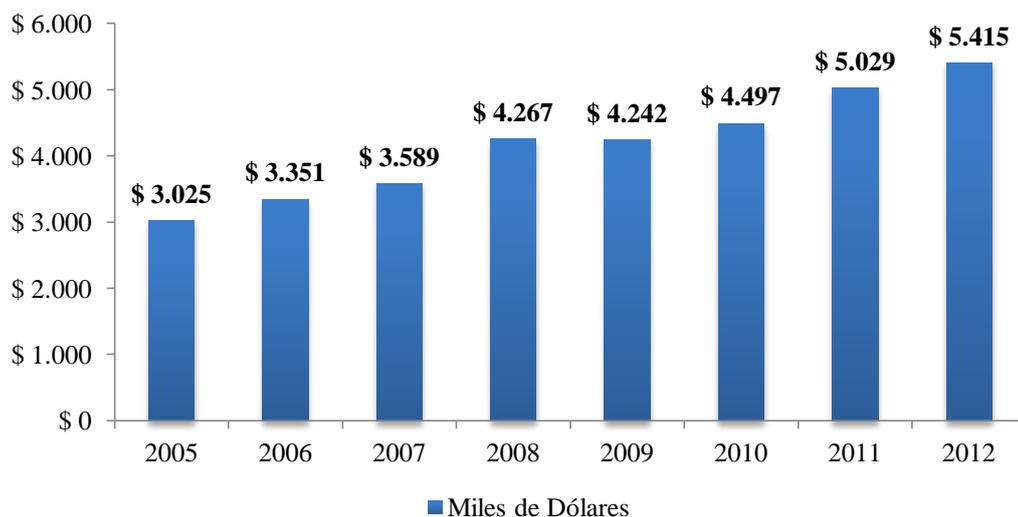


Gráfico #20: PIB per Cápita 2005 - 2012

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaboración: Autora

El PIB per cápita es un indicador que se lo obtiene dividiendo el PIB de un año determinado para el número de habitantes de un país, lo cual representa de forma ilustrativa la cantidad que le correspondería a cada habitante del país.

4.3.2.2 Inflación Anual

En términos económicos, la inflación es un desequilibrio entre la oferta de productos y servicios y la cantidad de dinero disponible, generando un aumento de los precios en bienes, servicios y factores productivos con relación a la moneda en un período de tiempo determinado. El índice de medición de la inflación es el Índice de Precios al Consumidor (IPC)



Figura #3: Inflación Anual (2006 – 2012)

Fuente: Banco Central del Ecuador

Según el reporte proporcionado por el Banco Central del Ecuador, en el año 2012 la inflación se sitúa en 2,12%, disminuyendo en relación al año 2011 que registró un porcentaje del 3,10%.

En comparación con los otros países de América Latina, en diciembre de 2012, la tasa de inflación del Ecuador (4,16%) se ubicó por debajo del promedio de América Latina (5,10%).

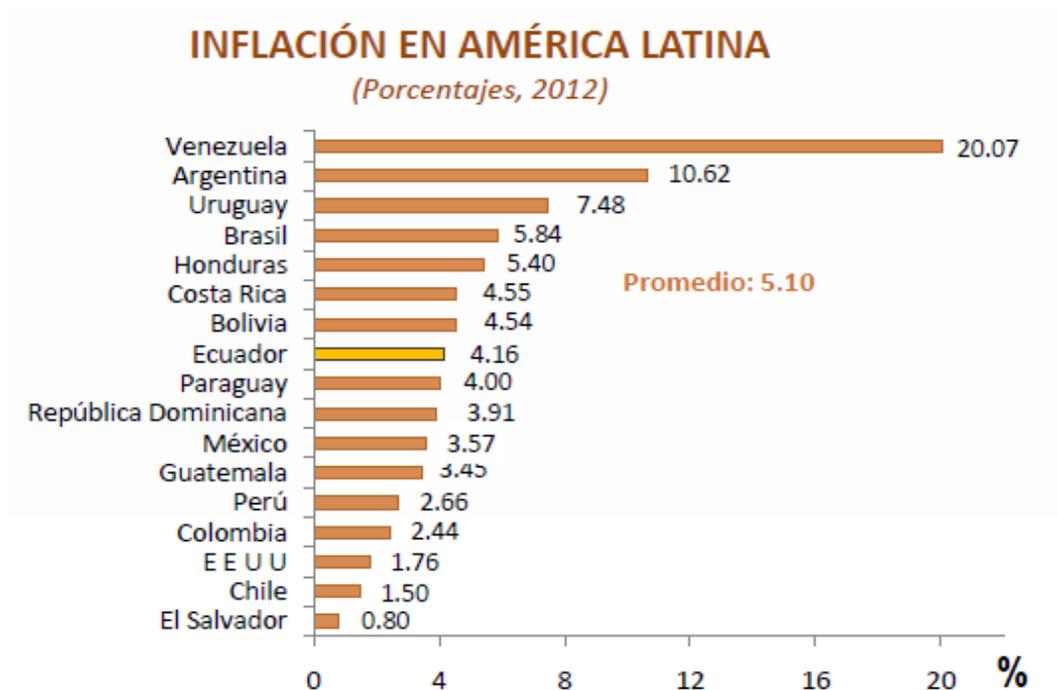


Figura #4: Inflación en América Latina (2012)

Fuente: Banco Central del Ecuador

4.3.2.3 Distribución de la Población Económicamente Activa (Pea)

La PEA es la parte de la población total que se encuentra en edad de trabajar, participando en la economía del país ya sea que estos se encuentren laborando o estén buscando un empleo.

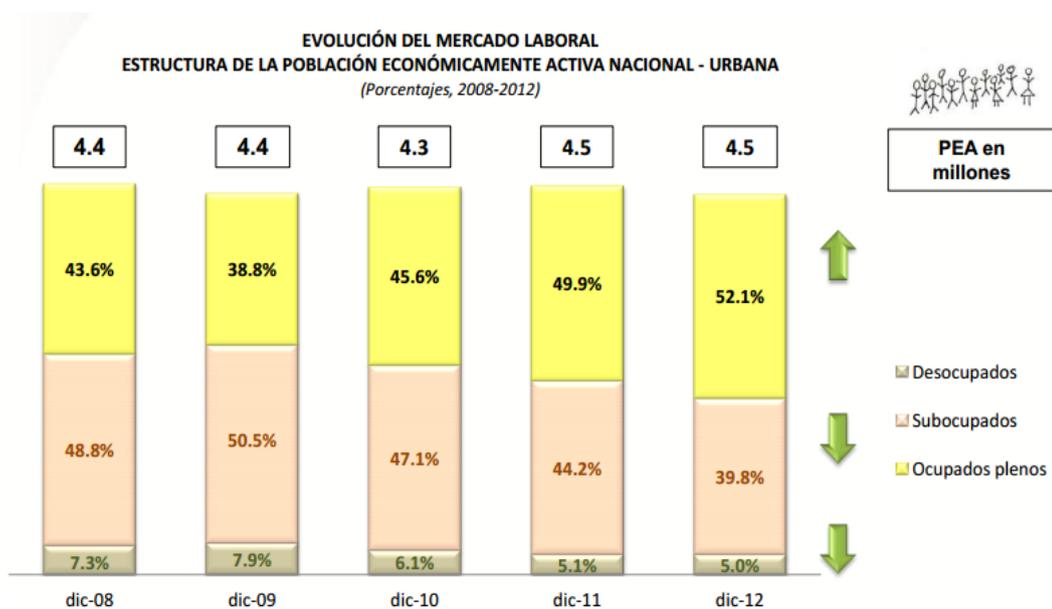


Figura #5: Evolución del Mercado Laboral (2008 – 2012)

Fuente: Banco Central del Ecuador

Dentro de la estructura del gráfico se puede observar que de diciembre del 2011 a diciembre del 2012, disminuye la desocupación en un 0,10%, aumenta la ocupación plena en un 2,2% y se reduce el subempleo en un 4,4%.

4.3.2.4 Balanza de Pagos

La Balanza de pagos registra los egresos e ingresos producidos en el país por un determinado período de tiempo, segmentado según las actividades que generan mayor ingreso económico dentro de dicho país.

Tabla 21: Cuenta viajes y transporte de pasajeros en millones de dólares

AÑO 2012			
TRIMESTRES	INGRESOS		TOTAL INGRESO DE DIVISAS
	Viajes	Transporte	
I Trimestre	248,6	1,7	250,3
II Trimestre	255,4	1,6	257,0
III Trimestre	258,0	1,5	259,5
IV Trimestre	270,5	1,4	271,9
TOTAL	1.032,5	6,2	1.038,7
AÑO 2013			
TRIMESTRES	INGRESOS		TOTAL INGRESO DE DIVISAS
	Viajes	Transporte	
I Trimestre	295,5	1,4	296,9
II Trimestre	261,6	1,3	262,9
SUBTOTAL	557,1	2,7	559,8

Fuente: Ministerio de Turismo

Según el reporte estadístico de turismo presentado por el MINTUR, hasta el segundo trimestre del año 2013, el turismo (*en cuanto a viajes y transporte*) generó un total de ingresos de \$557,10 millones de dólares, superando el total del segundo trimestre del año 2012 con un incremento del 10,54%.

4.3.2.5 Ubicación del Turismo

El turismo es un rubro importante para la economía del Ecuador que ha crecido de manera significativa en los últimos años; en el primer semestre del año 2013 sus aportaciones lo ubicaron en el puesto cinco, incrementándose en un 10,35% en relación al primer semestre del año 2012.

AÑOS/TRIM	* TURISMO	PETROLEO	BANANO Y PLATANO 2)	CAMARON	DERIVADOS PETROLEO 3)	OTROS ELAB. PROD. MAR	MANUFACT. DE METALES 4)	FLORES NATURALES	TOTAL EXPORTACIONES (Productos Primarios e Industrializados)
2012	507,3	6.728,6	1.134,2	656,4	676,9	514,4	308,7	407,3	12.256,3
UBICACION	6	1	2	4	3	5	8	7	
2013	559,8	6.502,6	1.245,9	788,6	253,7	748,0	299,3	459,0	12.194,2
UBICACION	5	1	2	3	8	4	7	6	

Figura #6: Ubicación del Turismo en el Ecuador – Primer Semestre

Fuente: Ministerio de Turismo

Para el turismo el año 2013 se registró como el mejor año del turismo receptivo ya que la cantidad de turistas se incrementó a 1'366.269 lo cual es una cifra histórica.

A continuación, en el gráfico #21 se muestra la entrada de turistas según su país de procedencia en el año 2012 y 2013:

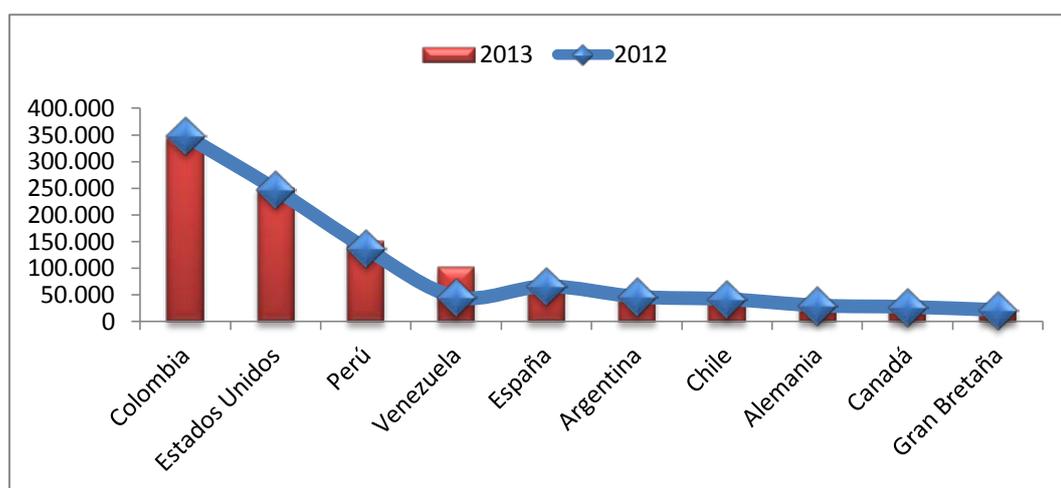


Gráfico #21: Evolución de los 10 principales mercados/entradas

Fuente: Ministerio de Turismo

Tabla 22: **Entrada de extranjeros al Ecuador**

MES	2009	2010	2011	2012	2013
ENE	86.544	96.109	105.548	127.119	130.842
FEB	72.742	89.924	86.421	99.551	103.768
MAR	72.226	82.452	87.495	96.975	113.361
ABR	72.910	70.540	87.507	92.627	89.669
MAY	70.277	77.618	82.870	92.646	98.420
JUN	89.889	91.602	99.949	118.293	121.742
JUL	102.571	110.545	117.966	130.783	138.140
AGO	87.221	95.219	98.962	106.368	112.576
SEP	68.124	71.776	80.090	85.986	97.372
OCT	77.960	83.701	88.357	99.145	111.519
NOV	76.965	81.253	92.573	99.676	112.061
DIC	91.070	96.359	113.299	122.784	136.799
TOTAL	968.499	1.047.098	1.141.037	1.271.953	1.366.269

Fuente: Ministerio de Turismo

4.3.3 Social

4.3.3.1 Población

Según el último censo de población realizado por el INEC la población total del Ecuador es de 14'483.499 habitantes y 4'654.054 viviendas, siendo los departamentos el tipo de vivienda particular que más se incrementó de 9,1% en 2001 a 11,7% en 2010.

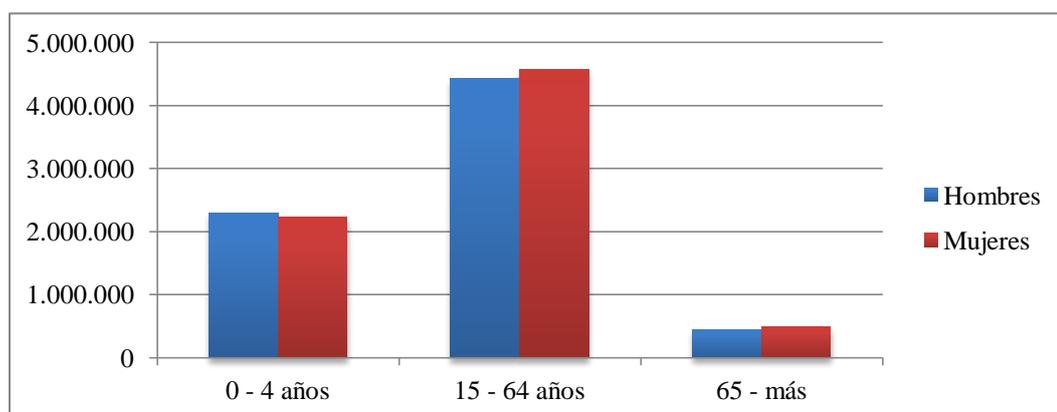


Gráfico #22: Población del Ecuador según Edad y Sexo

Fuente: INEC

Elaboración: Autora

Tabla 23: Estadísticas de la población del Ecuador según edad y sexo

Grupos de Edad	Sexo		Total
	Hombre	Mujer	
De 0 a 14 años	2.301.172	2.227.253	4.528.425
De 15 a 64 años	4.430.657	4.583.512	9.014.169
De 65 años y más	445.854	495.051	940.905
TOTAL	7.177.683	7.305.816	14.483.499

Fuente: INEC

Tabla 24: Estadísticas de la población de la provincia de Pastaza según Edad y Sexo

Grupos de Edad	Sexo		Total
	Hombre	Mujer	
De 0 a 14 años	16.091	15.860	31.951
De 15 a 64 años	24.274	23.992	48.266
De 65 años y más	1.895	1.821	3.716
TOTAL	42.260	41.673	83.933

Fuente: INEC

Debido a que la propuesta del presente proyecto se localiza en el cantón Arajuno de la provincia de Pastaza, se muestra que dicha provincia tiene una población total de 83.933 habitantes, mientras que el cantón Arajuno posee 6.491 moradores divididos en 3.402 hombres y 3.089 mujeres.

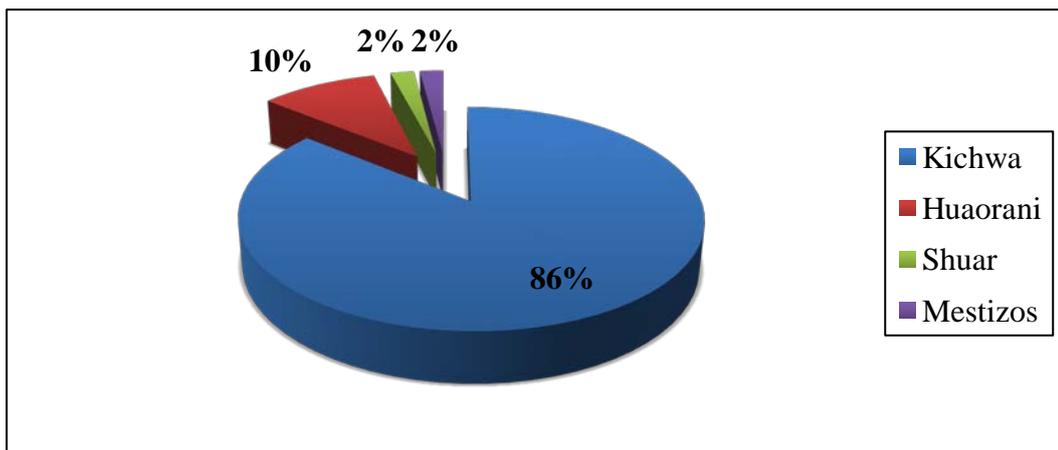


Gráfico #23: Población por grupos étnicos Cantón Arajuno

Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Arajuno

Elaboración: Autora

La población indígena representa el 98%; de éstas el 86% es Kichwa, el 10% Huaorani, el 2% Shuar y el 2% restante lo componen blancos, mestizos, colonos y afroecuatorianos.

4.3.3.2 Censo Nacional Económico

Esta información permite conocer cómo se encuentra la actividad económica y productiva del Ecuador. Según datos del último Censo Nacional Económico realizado en 2010, el país posee en total 181.427 establecimientos dedicados a la prestación de servicios, de los cuales 1.509 pertenecen a la provincia de Pastaza.

4.3.3.3 Canasta Básica

De acuerdo con la información proporcionada por el INEC, la cobertura del presupuesto familiar llegó a 98,7% frente al 93,8% de enero del 2012, un aumento de 4,9 puntos, según el último reporte del Índice de Precios al Consumidor (IPC).

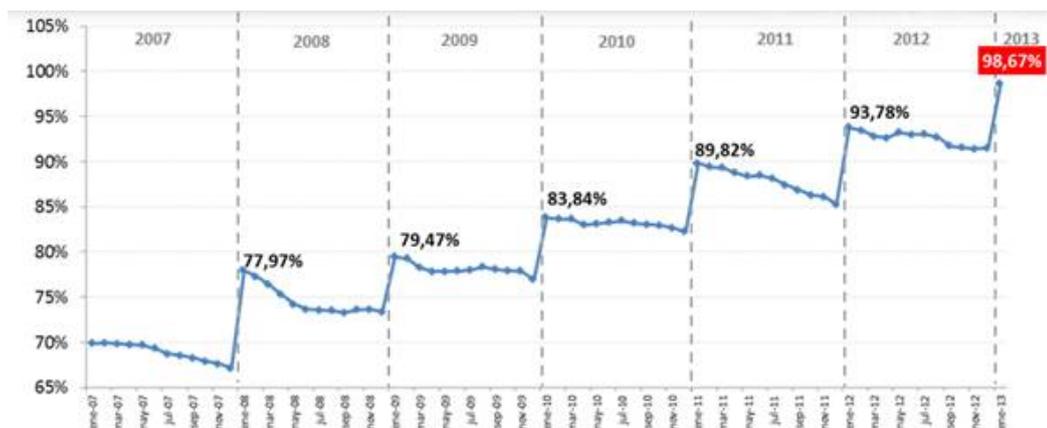


Figura #7: Índice de Precios al Consumidor

Fuente: INEC

La Canasta Básica se ubicó en 601,60 dólares, mientras el ingreso familiar mensual con 1,6 perceptores es de 593,60 dólares, es decir, ocho dólares menos. En enero del 2012, la Canasta Básica llegó a 581,20 dólares con un ingreso familiar de 545,10 dólares, 36,14 dólares menos.

4.3.3.4 Nivel De Pobreza

Según un estudio realizado por la Comisión Económica para América Latina y Caribe (*en adelante CEPAL*), cinco países (de 12 estudiados) registraron disminuciones significativas en sus tasas de pobreza, entre ellos Ecuador que entre el 2009 y el 2010 la pobreza disminuyó de 40,2% a 37,1% y la indigencia de 15,5% a 14,2%.

En el último informe entregado por la CEPAL, Ecuador se ubica entre los tres primeros países que en el semestre del presente año han logrado reducir en un 3,7% el índice de pobreza.

Las ciudades del Ecuador que registran mayor nivel de pobreza es Guayaquil con un nivel del 13,75%, seguida de Machala con 12,82%, mientras que Quito y Cuenca son las que menos registran con 6,01% y 8,35% respectivamente.

4.3.4 Tecnológico

La tecnología ha tenido grandes avances con el pasar del tiempo y Ecuador no es la excepción; aunque el país no se encuentre inmerso en la tecnología de punta, es cierto que ha evolucionado en gran manera ya que el mundo tecnológico se ha vuelto casi una necesidad básica para las familias ecuatorianas.

En la actualidad la tecnología influye de manera directa en todo negocio o proyecto que se pretenda emprender ya que sin ella sería casi imposible darse a conocer; en otras palabras la tecnología forma parte del desarrollo de un país.

De acuerdo con los datos estadísticos nacionales del portal Ecuador en cifras, divide en categorías la Ciencia y Tecnología, donde se citarán las que son consideradas más relevantes, siendo:

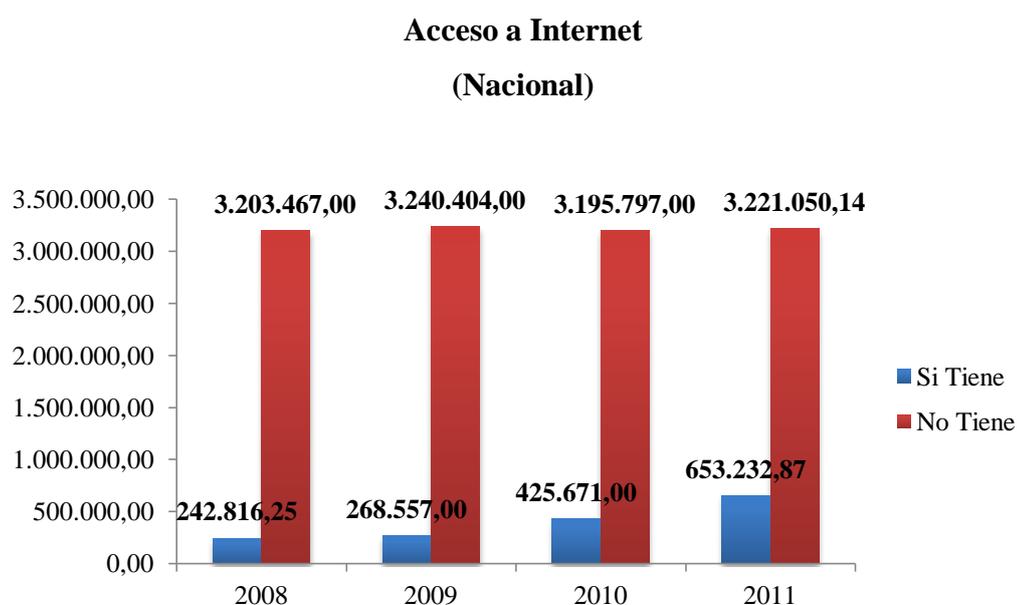


Gráfico #24: Acceso a Internet Nacional

Fuente: INEC

Elaboración: Autora

Tenencia de Líneas Telefónicas (Nacional)

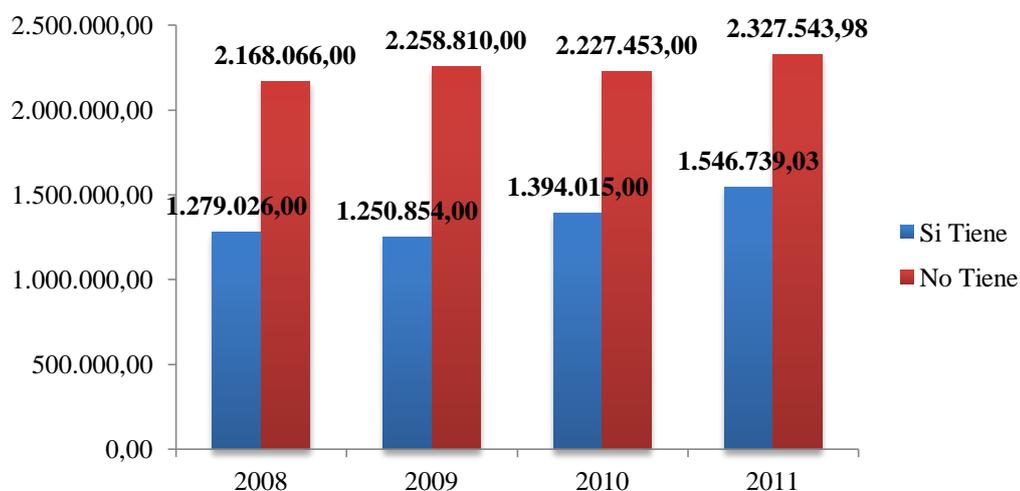


Gráfico #25: Tenencia de Líneas Telefónicas Nacional

Fuente: INEC

Elaboración: Autora

Como se muestra en los gráficos #23 y 24, la tecnología del rango “si tiene” evoluciona notablemente a través del tiempo, mientras que el rango de “no tiene” es más elevado que el rango anterior en ambos casos.

Acceso a Internet (Pastaza)

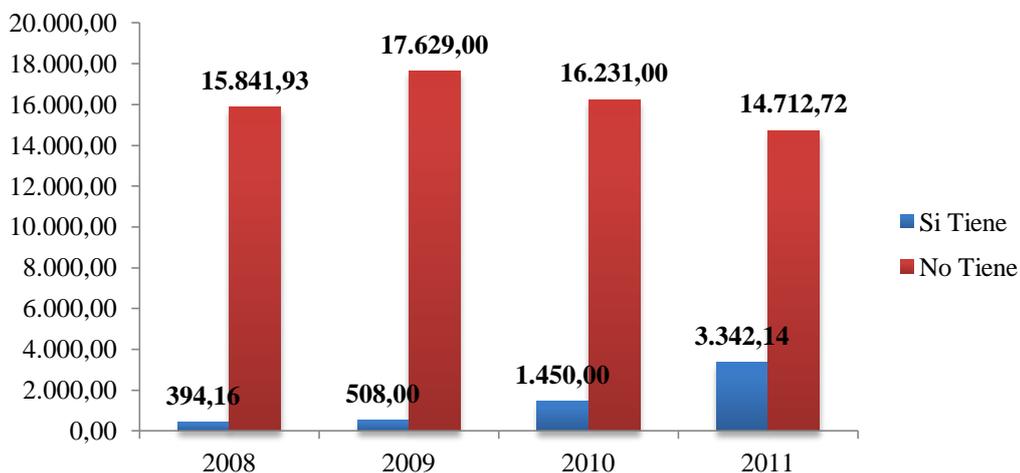


Gráfico #26: Acceso a Internet Pastaza

Fuente: INEC

Elaboración: Autora

Tenencia de Líneas Telefónicas (Pastaza)

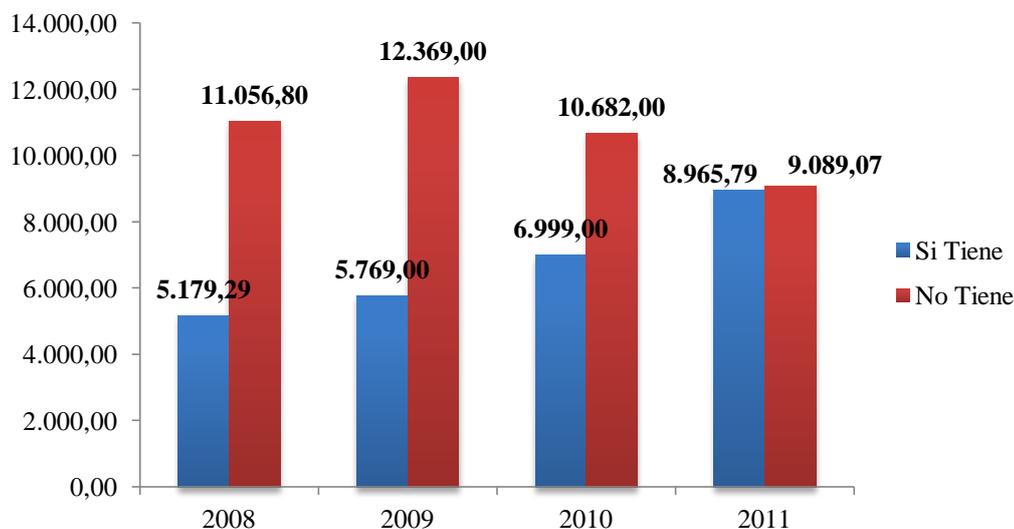


Gráfico #27: Tenencias de Líneas Telefónicas Pastaza

Fuente: INEC

Elaboración: Autora

Los gráficos #25 y 26 indican que en la provincia de Pastaza el uso del internet en el año 2008 es casi nulo y aunque para finales del 2011 no se muestran cifras altas, en comparación con los otros años esta ha avanzado considerablemente.

Lo que predomina sobre el uso del internet es la tenencia de Líneas Telefónicas lo cual aumenta de nivel año tras año, lo cual indica que la población de Pastaza se comunica más por teléfono que por el uso del internet.

En el CTC Ishkay Yaku, al encontrarse situado en la profundidad de la selva, su única fuente de comunicación posible es por medio de radio, de esta manera se contactan con la ciudad del Puyo donde está ubicada la oficina del centro. Cabe mencionar que otra tecnología que poseen es una pequeña planta hidroeléctrica propia que la usan para generar electricidad dentro del CTC.

4.3.5 Ambiental

La República del Ecuador reconoce el derecho a vivir en un ambiente sano, ecológicamente equilibrado y libre de contaminación, por lo cual se

establecieron políticas ambientales que fueron creadas para la protección y el cuidado del medio ambiente; en 1996 se creó el Ministerio del Ambiente el cual es el encargado de verificar que se cumplan las normas de calidad ambiental referentes al aire, agua, suelo, ruido, desechos y agentes contaminantes.

También existen leyes que protegen el medio ambiente como lo es la Ley de Gestión Ambiental, la cual está relacionada con la prevención, control y sanción a las actividades contaminantes a los recursos naturales.

4.4 ANÁLISIS DEL ENTORNO TURÍSTICO

4.4.1 Oferta Turística del Cantón Arajuno

Arajuno es el cuarto cantón de la provincia de Pastaza y se encuentra integrado por la parroquia urbana Arajuno y la parroquia rural Curaray; sus habitantes son en su mayoría de nacionalidad Kichwa, Shuar y Huaorani, y en menor número colonos.

El municipio del cantón busca promocionar la diversidad del mismo, por lo cual han creado una red de turismo comunitario, misma que se dedica a la actividad de turismo comunitario hace cinco años pero fueron reconocidos hasta hace dos años. Según Soto (2011) menciona que se integran proyectos que son:

✓ Comunidad Chico Méndez

El CTC Chico Méndez empezó a funcionar a finales del año 2008; posee 186 habitantes de nacionalidad Shuar (95%), Kichwa (3%) y colonos (2%) los cuales se organizaron con la finalidad de fortalecer su identidad cultural, manejo y conservación de los recursos naturales existentes en su territorio. De esta forma incursionan en la actividad turística.

Dentro de sus actividades turísticas ofrecen:

10. ATRACTIVOS TURÍSTICOS		
Categoría	TIPO	Sub- tipo
Naturales	Montañas	Mirador
	Ambientes Lacustres	Cascada, Laguna, Playa de río, Río
	Fenómenos geológicos	Saladeros
	Bosques	Tropical Amazonico
	Fauna	Mamíferos, Aves, Reptiles, Invertebrados, Anfibios, Peces
	Flora	Epifitas, Arboles, Hierbas
Manifestaciones culturales	Religiosa	Santuarios
	Civil	Fiestas y Actividades Programadas

Figura #8: Atractivos Turísticos de la Comunidad Chico Méndez

Fuente: FEPTCE

11. ACTIVIDADES TURÍSTICAS				
Actividad	Desde que mes	Hasta que mes	Lugar	Observaciones
Caminatas	Enero	Diciembre	Cascadas, Saladeros	----
Paseos al bosque húmedo	Enero	Diciembre	Comunidad	----
Pesca	Enero	Diciembre	Ríos	----
Observación de aves	Enero	Diciembre	Comunidad	----
Observación de fauna	Enero	Diciembre	Comunidad	----
Observación de flora	Enero	Diciembre	Comunidad	----
Curación con plantas medicinales	Enero	Diciembre	Comunidad	----
Convivencia con las familias	Enero	Diciembre	Comunidad	----
Participación de fiestas y ritos	25 de mayo Septiembre Junio Mayo	---	Comunidad	Virgen Ma. Auxiliadora Aniversario asociación Aniversario comunidad Fiesta de la Chonta
Participación en las actividades artesanales	Enero	Diciembre	Comunidad	----
Participación en juegos	Enero	Diciembre	Comunidad	----

Figura #9: Actividades Turísticas de la Comunidad Chico Méndez

Fuente: FEPTCE

✓ **Comunidad Etno Ecológica de Pablo López del Oglán Alto (C.E.P.L.O.A.)**

El CTC CEPLOA está conformado por 32 familias y 164 miembros entre niños, jóvenes, hombres y mujeres, asentados en la cuenca del río Oglán Alto.

Entre sus principios y objetivos se destacan el promover y fomentar políticas de uso, manejo y conservación de los recursos naturales en territorio de la comunidad y práctica de un gobierno comunitario y participativo con fines de desarrollo sustentable, sostenible y autogestionario para buscar el mejoramiento de un nivel de vida socioeconómico, cultural, educativo, territorial, uso, manejo óptimo de los recursos de la biodiversidad desde el conocimiento ancestral y así promover el turismo comunitario, turismo medicinal, ecoturismo y turismo aventura.

Iniciaron su actividad turística en el año 2002, entre sus actividades y atractivos posee:

11. ATRACTIVOS TURÍSTICOS		
Categoría	TIPO	Sub- tipo
Naturales	Montañas	Montaña, Cordillera, Colina, Mirador
	Planicies	Valle
	Ambientes Lacustres	Cascada, Laguna, Playa de río, Río
	Fenómenos geológicos	Saladeros, Rocas, Cuevas, Bentos y Botánicos
	Bosques	Tropical Amazónico, Ceja Selva Oriental, Nublado Oriental
	Fauna	Aves, Mamíferos, Peces, Invertebrados, Reptiles, Anfibios
	Flora	Epifitas, Árboles, Acuáticas, Hierbas
Manifestaciones culturales	Arqueológica	Sitios Arqueológicos
	Civil	Fiestas y Actividades Programadas

Figura #10: Atractivos Turísticos de Comunidad Etno Ecológica de Pablo López del Oglán Alto

Fuente: FEPTCE

12. ACTIVIDADES TURÍSTICAS				
Actividad	Desde que mes	Hasta que mes	Lugar	Observaciones
Caminatas	Enero	Diciembre	Comunidad	Se puede caminar el día se puede acampar con carpas para observar los animales nocturnos.
Escalada	Enero	Diciembre	Comunidad	---
Paseos al bosque húmedo	Enero	Junio	Comunidad	---
Pesca	Enero	Diciembre	Comunidad	---
Visita sitios arqueológicos	Enero	Diciembre	Comunidad	---
Observación de aves	Enero	Diciembre	Comunidad	---
Observación de fauna	Enero	Diciembre	Comunidad	---
Observación de flora	Enero	Diciembre	Comunidad	---
Curación con plantas medicinales	Enero	Diciembre	Comunidad	---
Participación de fiestas y ritos	Enero	Diciembre	Comunidad	---
Visita a lugares sagrados	Enero	Diciembre	Comunidad	---
Participación en las actividades artesanales	Enero	Diciembre	Comunidad	---
Participación en juegos	Enero	Diciembre	Comunidad	---

Figura #11: Actividades Turísticas de Comunidad Etno Ecológica de Pablo López del Oglán Alto

Fuente: FEPTCE

✓ **Shiwa Kucha**

Tabla 25: Actividades Turísticas de la comunidad Shiwa Kucha

Actividades Turísticas		
Actividad	Tipo	Subtipo
Sitio Natural	Montañas	Mirador
	Ambientes Lacustres	Playa de Río, Río
	Fenómenos geológicos	Saladeros
	Bosques	Tropical Amazónico
	Fauna	Aves, Invertebrados, Mamíferos, Reptil, Peces, Anfibios
	Flora	Epífitas, Árboles, Acuáticas, Hierbas
Manifestaciones Culturales	Civil	Fiestas, Actividades Programadas

Fuente: FEPTCE

Elaboración: Autora

Tabla 26: Atractivos Turísticos de la comunidad Shiwa Kucha

Atractivos Turísticos		
Categoría	Meses	Lugar
Caminatas	Todo el año	Camino del abuelo, Boano, Cosano
Paseos al Bosque Húmedo	Todo el año	
Pesca	Todo el año	
Observación de Aves	Todo el año	Reserva Kusano
Observación de Fauna	Todo el año	Reserva Kusano
Observación de flora	Todo el año	Reserva Kusano
Curación con plantas medicinales	Todo el año	Comunidad
Convivencias con las familias	Todo el año	Comunidad
Participación de fiestas y ritos	Todo el año	Comunidad
Participación en las actividades	Todo el año	Comunidad
Participación en juegos	Todo el año	Comunidad

Fuente: FEPTCE

Elaboración: Autora

Las comunidades mencionadas anteriormente son las que ofrecen en su mayoría turismo comunitario en el cantón Arajuno, destacándose entre ellas

diferentes modalidades de turismo como lo es el comunitario, ecológico, medicinal entre otros.

En cuanto a sus ingresos económicos generados por esta actividad, son dirigidos y distribuidos en cada comunidad de manera equitativa según el porcentaje acordado entre comuneros y el área administrativa de cada una de ellas.

4.4.2 Demanda Turística

Según información obtenida del proyecto investigativo para el diseño de un centro de interpretación ambiental en el CTC Ishkay Yaku, provincia de Pastaza, determina que del total de los turistas nacionales, el 27% ingresa a la Amazonía y el 2% a la provincia de Pastaza.

Tabla 27: Ingreso Anual de Turistas Nacionales y Extranjeros a la Provincia de Pastaza

Años	Turistas Internos	Turistas Extranjeros	Amazonía 27%	Pastaza 2%
2001	671.000	640.600	354.132	26.232
2002	903.695	683.000	428.408	31.734
2003	1.200.000	760.800	529.416	39.216
2004	1.500.000	818.900	626.103	46.378
2005	1.800.000	860.800	718.416	53.216

Fuente: Proyecto Investigativo, Patricia Cabezas (2010)

Elaboración: Unidad de Proyectos Gobierno Municipal de Mera

Los turistas por lo general permanecen de uno a tres días en la provincia y optan más por el turismo familiar y de aventura; los meses más concurridos por los visitantes son: enero, febrero, abril, julio, agosto y diciembre.

Tabla 28: Proyección de la Demanda de Turistas de la Provincia de Pastaza

Años	Turistas Pastaza
2006	59.939
2007	66.800
2008	73.661
2009	80.522
2010	87.384
2011	94.245
2012	101.106
2013	107.967
2014	114.828
2015	121.690

Fuente: Proyecto Investigativo, Patricia Cabezas (2010)

Elaboración: Unidad de Proyectos Gobierno Municipal de Mera

Según los datos proporcionados en la tabla 28, se ha realizado una proyección del ingreso de los turistas a la provincia en base a la tabla 27 desde el año 2001 hasta el 2005.

4.5 FODA DE LA COMUNIDAD

Fortalezas

- ✓ Se encuentra en el centro de la Selva Amazónica.
- ✓ Cuenta con energía hidroeléctrica propia.
- ✓ Posee senderos ecológicos naturales.
- ✓ Son el primer CTC que se encuentra en funcionamiento de manera legal en la provincia de Pastaza.
- ✓ Goza de recursos naturales y culturales para ofrecer ecoturismo comunitario.
- ✓ Intervención directa de los miembros de la comunidad local.

Oportunidades

- ✓ Posicionarse como centro de turismo ecológico.
- ✓ Recibir capacitaciones a los mismos comuneros para brindar el servicio turístico de una manera más especializada.
- ✓ Incremento de turistas que prefieren turismo ecológico.
- ✓ El Plan de marketing del Ecuador tiene un presupuesto designado para invertir en proyectos ecoturísticos.
- ✓ Recibir ayuda de fundaciones que apoyan los proyectos de ecoturismo comunitario.

Debilidades

- ✓ Al encontrarse en la profundidad de la selva, un efecto negativo para la comunidad son las vías de acceso ya que, para llegar al centro comunitario solo se lo puede hacer mediante las dos formas que se mencionó anteriormente.
- ✓ Falta de promoción turística del CTC nacional e internacional

Amenazas

- ✓ En época de lluvia el camino resulta un poco inaccesible.
- ✓ Manejo inadecuado de los recursos ecológicos.

- ✓ Competidores directos que tienen años ofreciendo turismo ecológico.
- ✓ Pérdida de valores culturales por la intervención de los turistas.

CAPÍTULO V

PROPUESTA Y FINANCIAMIENTO

Como se estudió anteriormente, el CTC cuenta con atractivos turísticos naturales y culturales para desarrollarse turísticamente como un destino capaz de ofertar turismo ecológico pero de cierta forma se ha dejado de lado la promoción turística del lugar generando fuga de turistas hacia otras localidades de la provincia, los cuales desconocen de esta alternativa de turismo dentro de la selva.

5.1 MISIÓN

Captar la atención de turistas nacionales y extranjeros para el beneficio económico y social de las comunidades involucradas en el CTC Ishkay Yaku.

5.2 VISIÓN

Dentro de cinco años posicionar al CTC Ishkay Yaku como destino favorito entre los turistas que prefieren estar en contacto con la naturaleza.

5.3 LOGO

El logotipo que se usará a lo largo de la promoción es el que actualmente se usa en el CTC ya que es original y posee colores atractivos que llaman la atención.

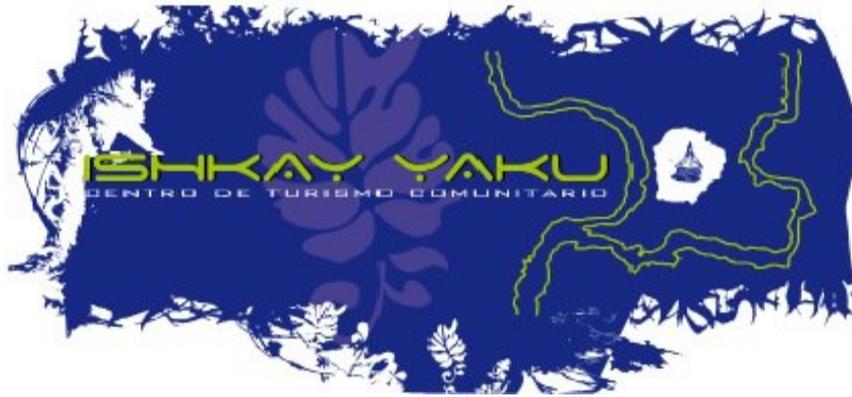


Figura #12: Logotipo de Ishkay Yaku
Fuente: CTC Ishkay Yaku

5.4 BENEFICIOS ECONÓMICOS Y SOCIALES

Esta propuesta se basa en la promoción y la mejora en cuanto a afluencia de turistas, lo cual de cierto modo beneficiará directamente en aspectos económicos y sociales a las comunidades de Likino y Atakapi que son los propios encargados del manejo del CTC, teniendo como resultado:

- ✓ **Incremento de turistas:** lo cual se dará con la apropiada promoción del CTC.
- ✓ **Capacitaciones:** ya que los comuneros encargados del CTC, necesita de los conocimientos adecuados para mantener un centro de turismo.
- ✓ **Beneficio económico:** ya que no solo dependen de la agricultura sino también del turismo comunitario el cual aún no recibe una cantidad considerable de turistas como para mejorar la calidad de vida de los comuneros. Por esta razón al poner en práctica el ecoturismo comunitario tendrán más opciones de mejorar sus ingresos económicos.
- ✓ **Promoción Turística:** una de las necesidades del CTC es darse a conocer nacional e internacionalmente para tener más afluencia de turistas.
- ✓ **Mejora del nivel de vida de la población local y aledaña:** ya que para llegar al CTC es necesario tener como punto de partida la ciudad

del Puyo, de esta manera al atraer más turistas al CTC no solo se beneficiará el cantón Arajuno sino también la cabecera cantonal.

- ✓ **Generar fuentes de empleo:** ya que con la inclusión de una nueva actividad turística se crearán más plazas de trabajo en el CTC.
- ✓ **Negocios:** se puede implementar la venta de souvenirs o artesanías dentro del CTC elaborados por los mismos comuneros con materiales propios de la zona.
- ✓ **Atraer inversión pública y privada para mejora de vías de accesos:** ya que el camino resulta ser de difícil acceso debido a que se encuentra en medio de la selva.

5.5 MARKETING MIX

El marketing mix está compuesto por un conjunto de herramientas denominadas las “4Ps” del marketing que permiten analizar de manera más detallada la situación en la que se encuentra el producto que se va a ofertar para así desarrollar estrategias de posicionamiento; estas se componen de cuatro elementos que son:

5.5.1 Producto

El producto que se promocionará será la creación de dos rutas ecológicas donde se incluirán los atractivos turísticos naturales que posee el CTC Ishkay Yaku, ya que está rodeado de bosque y vegetación y la mayoría de sus atractivos no han sido intervenidos por el hombre, lo cual resulta un lugar propicio para ser ofertado como turismo ecológico, donde no solo se ve involucrada la naturaleza en sí, sino también las vivencias culturales de las comunidades que habitan a su alrededor.

RUTA ECOLÓGICA # 1



Gráfico #28: Ruta 1
Elaboración: Autora

RUTA ECOLÓGICA #2



Gráfico #29: Ruta 2

Elaboración: Autora

5.5.2 Precio

La presente propuesta va dirigida a una población de nivel medio alto y posee un precio variable, ya que para ingresar al CTC se lo puede hacer por medios terrestre y aéreo, siendo este último de un costo más elevado dependiendo de la capacidad de la avioneta en la que se vaya a transportar el turista.

El gasto estimado de un paquete turístico de 4 días y 3 noches es de \$350,00 aproximadamente con todos los servicios incluidos como hospedaje, alimentación y guianza.

Tabla 29: **Desglose del costo por paquete**

4 días/3 noches	
Alimentación	\$ 45,00
Hospedaje	\$ 100,00
Guianza	\$ 80,00
SUBTOTAL	\$ 225,00
Utilidad 56% ²⁰	\$ 126,00
TOTAL	\$ 351,00

Elaboración: Autora

5.5.3 Plaza

La plaza en la que se promocionará el presente proyecto es la ciudad del Puyo, ya que es la que tiene más afluencia de turistas que el cantón Arajuno, siendo el Puyo la base de partida más concurrida para dirigirse al CTC Ishkay Yaku.

Como parte de la propuesta se realizará un convenio con dos agencias de viajes tanto en la ciudad del Puyo como en Baños de Agua Santa, las cuales serán la agencia de viajes *Selvavida Tours* y *Geotours* respectivamente, de esta manera se busca incrementar las ventas y por ende generar más visitas al CTC.

Una vez que el turista logre dirigirse al CTC por medio terrestre, el camino resulta un poco dificultoso ya que al entrar caminando el visitante se va a

²⁰ Porcentaje basado en información proporcionada por el CTC Ishkay Yaku

encontrar con senderos llamados trochas el cual consiste en troncos de árboles cortados a la mitad y ubicados alineadamente a lo largo del camino.

5.5.4 Promoción

Dahda (citada en Saavedra et al. 2004) afirma que la promoción dentro del marketing mix “...es una pieza fundamental en la estrategia de mercadotecnia, y ha de armonizar o combinar con los otros componentes”

Considerada una herramienta del Marketing Mix, la promoción tiene como finalidad llegar al consumidor a través de medios publicitarios o planes promocionales.

Básicamente se trata de dar a conocer el producto que se quiere ofertar, por lo cual se tomó en cuenta las siguientes alternativas:

5.5.4.1 Medios Impresos

✓ Revista Nacional

Como primera opción se escogió la Revista “Abordo” la cual se la distribuye mensualmente y circula dentro de lo que es la Aerolínea Tame; por lo general esta revista se la encuentra dentro de la Sala Vip del aeropuerto, hoteles, restaurantes, spas y municipios del país.

De acuerdo con los precios consultados por el anuncio publicitario en la revista son:

Tabla 30: Cotización de Publicidad Revista Abordo

Contraportada Exterior	Contraportada Interior	Doble Página (primeros pliegos)	Página Determinada
\$4.550	\$2.850	\$3.400	\$2.100
Página Indeterminada	Doble Página	Media Página Vertical	Publirreportaje Por Página
\$1.900	\$3.150	\$1.300	\$2.200

Fuente: Revista Abordo Presentación Comercial

Elaboración: Autora

En este caso lo más conveniente es acordar un Publireportaje por Página por un costo de \$2.200, ya que la ventaja es que no solo se podrá mostrar fotografías del lugar sino que también se puede hablar un poco más acerca de lo que el turista puede disfrutar en el CTC.

✓ **Revista Internacional**

Dentro de lo que concierne el turismo internacional se escogió el país de Brasil, considerando que el CTC a colocado información del lugar dentro de un portal web en dicho país, por lo cual se buscó información acerca de que revistas de turismo circulan actualmente y se encontró a la revista "*Travel Time*".

Según la revista de turismo Travel Time, sus ediciones las distribuyen a los 1.200 agentes de viajes más importantes de Chile, también tienen circulación en aeropuertos, salones ejecutivos, clubes y en los mejores hoteles del país.

De acuerdo con la cotización de publicidad en la revista, los costos sin impuestos para el extranjero en el año 2013 son los siguientes:

Tabla 31: **Cotización de Publicidad Revista Travel Time**

Contratapa	Retiraciones 2da o 3ra	1 doble página	1 página interior	½ página	1/3 página
\$7.000	\$6.000	\$6.400	\$4.000	\$2.400	\$1.500

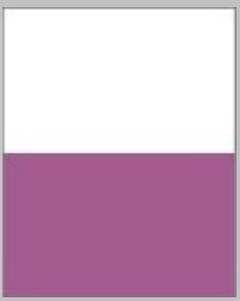
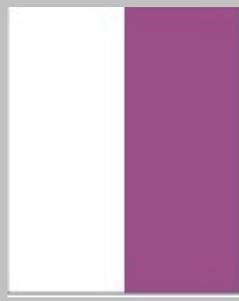
Fuente: Revista Travel Time Presentación Comercial

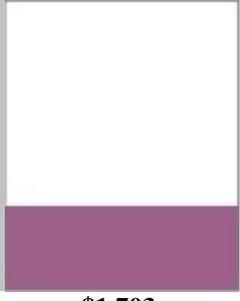
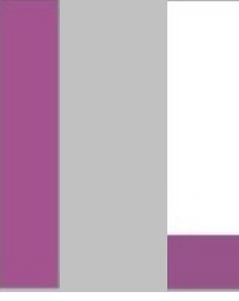
Lo más conveniente para el CTC sería acordar una publicidad en ½ página por un valor de \$2.400 donde se destacaría el sitio por medio de fotografías ya que la mejor manera de llegar al consumidor es a través de la imagen.

✓ **Diario El Universo, sección "La Revista"**

Esta alternativa ha sido considerada ya que la revista que forma parte del diario El Universo tiene una circulación nacional todos los días domingos y va dirigida a jóvenes adultos y personas interesadas por conocer moda, arte, turismo, gastronomía, entre otros.

Tabla 32: Cotización de Publicidad Diario El Universo “La Revista”

Cuché o Periódico	Media Página Horizontal	Media Página Vertical
		
\$4.385	\$2.816	\$2.816

Tercio de Página Horizontal	Tercio de Página Vertical	Cuarto de Página Horizontal
		
\$1.703	\$1.703	\$1.180

Fuente: Diario El Universo Tarifario 2013

La revista tiene la opción de realizar avisos de publirreportaje donde se le incrementa un 20% al aviso escogido. Lo más conveniente para el CTC es la opción de Media Página Horizontal con publirreportaje con un costo de \$3.379,20 (incluido el 20%), ya que así no solo se mostrarán imágenes del lugar sino también se podrá hablar más acerca de lo que se ofrece.

5.6 FOLLETERÍA

- ✓ **Trípticos:** Es un folleto de tres caras que será impreso a full color con el diseño que se usa actualmente en el CTC, el costo por la impresión de 1.000 unidades es de \$260,00 con papel couche brillo 150 gr. A continuación se muestra el modelo del diseño de cada uno de los lados del tríptico:

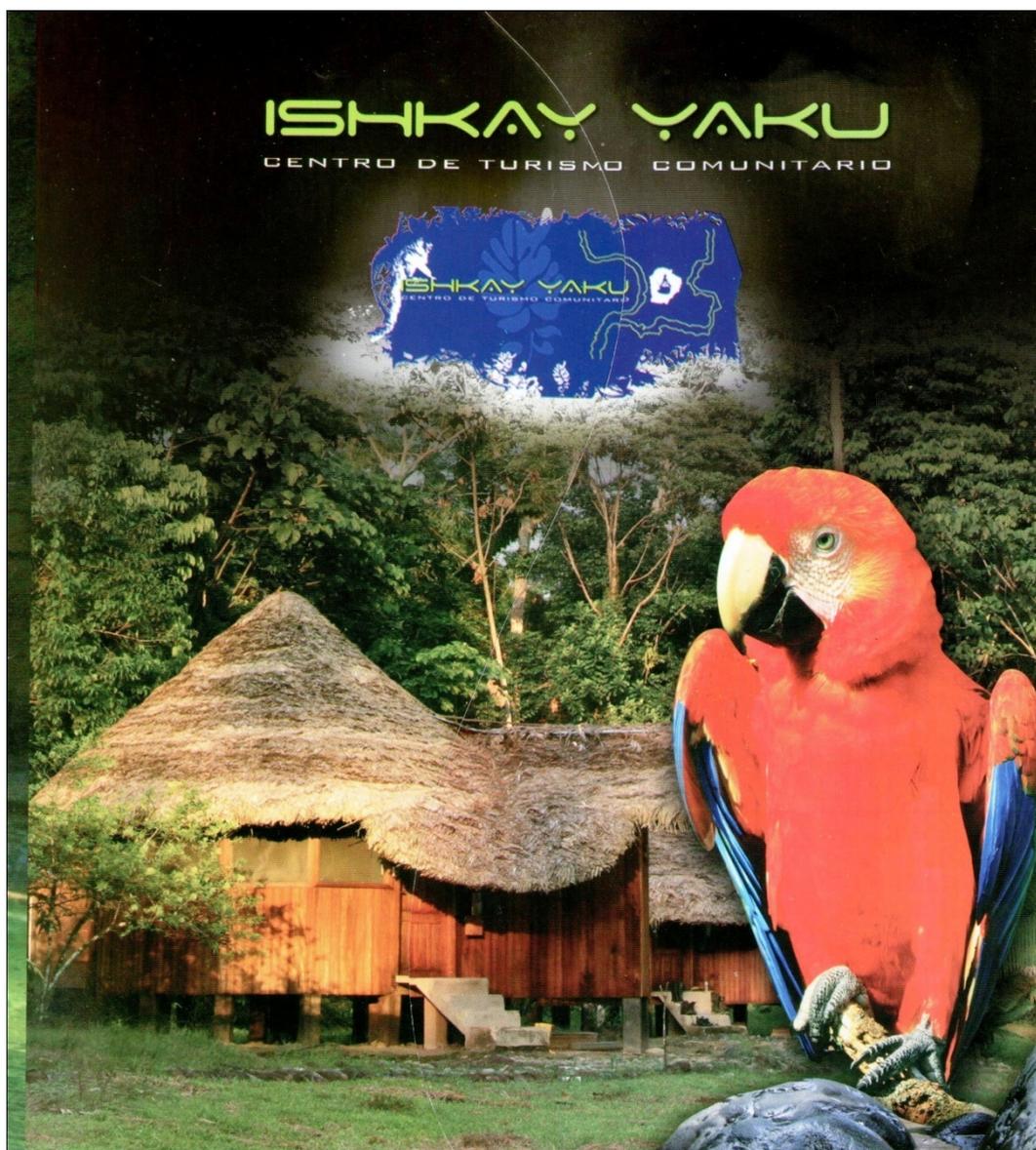


Figura #13: Lado Frontal del tríptico

Fuente y Elaboración: CTC Ishkay Yaku

ISHKAY YAKU
CENTRO DE TURISMO COMUNITARIO

El Centro de Turismo Comunitario Ishkay Yaku ubicado en el Cantón Arajuno de la Provincia de Pastaza, con una temperatura que oscila entre los 18 a 23° el clima es cálido y húmedo durante todo el año. Es una Reserva Ecológica, responsable en el manejo de su ecosistema y conservación de su cultura ancestral.

Sus cabañas son construidas con material propio de la zona cuenta con 7 cabañas distribuidas en matrimonial, dobles, triples y familiares, cada una con baño privado y agua purificada, energía eléctrica las 24 horas del día. En la parte externa podrá relajarse en una hamaca para un descanso placentero y observar las aves y mariposas, así como en la noche escuchará el sonido de la selva.

En el Bar – Restaurant podrá cómodamente disfrutar de una bebida refrescante y observar nuestro material bibliográfico con historias de nuestros pueblos, artesanías y manifestación cultural.

El área de recepciones es apta para realizar todo tipo de evento social con una capacidad de 40 personas, servicio de buffet con gastronomía típica, nacional e internacional preparado por nuestro excelente personal calificado. El menú se lo realiza de acuerdo a las especificaciones del turista.

Venga y disfrute con nosotros la magia de

Figura #14: Primera parte interna del tríptico

Fuente y Elaboración: CTC Ishkay Yaku



Su visita apoya al pueblo kichwa en pro de conservar sus más de 54 hectáreas de bosque primario en la Amazonía ecuatoriana, su abundante flora y fauna, protección para los habitantes del sector y sus futuras generaciones, permitiendo dinamizar su economía y conservar sus tradiciones.

MISIÓN

Generar desarrollo turístico, en las comunidades de Likino y Atakapi, a través de servicios especializados con estándares de calidad, direccionado al mercado nacional e internacional en convivencia armónica con el medio ambiente, orientados a mejorar la calidad de vida comunitaria.



VISIÓN

Al 2017 Ishkay Yaku, será una empresa líder en el desarrollo de turismo comunitario en la Región Amazónica, vinculada al desarrollo sostenible, integral y equilibrado, mediante la implementación de tecnologías propias y servicios de calidad, generando beneficios económicos a través de fuentes de trabajo para la comunidad beneficiaria y zona de influencia; contribuyendo al buen vivir de sus habitantes, fortaleciendo la identidad cultural de las organizaciones indígenas, a través de una gestión transparente que contribuya a la conservación de los recursos naturales.



e vivir en la parte más pura del mundo

Figura #15: Segunda parte interna del tríptico
Fuente y Elaboración: CTC Ishkay Yaku

OBJETIVOS

Generar proyectos para el desarrollo turístico comunitario, enfocados a fortalecer la comunidad interna y externamente, contribuyendo al cuidado socio-ambiental con los habitantes del pueblo Kichwa que poseen un gran conocimiento de su entorno natural y manejo adecuado de los recursos de sus diversos atractivos.



Figura #16: Tercera parte interna del tríptico
Fuente y Elaboración: CTC Ishkay Yaku

- ✓ **Guía Turística:** Se imprimirán 120 guías turísticas pequeñas en forma de libros con distribución gratuita en la entrada de la ciudad del Puyo y en el centro de Información de la misma, el cual contará con información turística más detallada acerca del CTC con infraestructura, galería de fotos, y los atractivos turísticos naturales que posee el sitio. El costo de la impresión a color por unidad es de \$10.03 dando un total de \$1.203,60. Cabe recalcar que la cantidad detallada será utilizada anualmente.

5.7 ORGANIGRAMA

Para poner en marcha este proyecto se deberá contar con la ayuda de un equipo de trabajo que estará conformado por:



Gráfico #30: Organigrama

Elaboración: Autora

A continuación se describe las funciones de cada uno de los actores involucrados:

Coordinador del Proyecto

- ✓ Realizar el plan operativo del proyecto
- ✓ Coordinar y supervisar las actividades que se realicen en el proyecto

- ✓ Realizar programas y propuestas para la obtención de financiamiento que ayude con la sostenibilidad económica del proyecto
- ✓ Aprobar y hacer seguimiento del presupuesto financiero del proyecto
- ✓ Participar en eventos nacionales e internacionales que ayuden a la promoción del CTC

Marketing

- ✓ Desarrollar y ejecutar planes de marketing que ayude a llevar a cabo la publicidad del CTC
- ✓ Gestionar y optimizar el presupuesto asignado al área del marketing
- ✓ Dar mantenimiento y seguimiento a la página web del CTC y constante actualización de su contenido
- ✓ Elaborar informes detallados con los resultados para ser revisados con el coordinador del proyecto

5.8 GESTIÓN DE CALIDAD

Al implementar el turismo ecológico en el CTC Ishkay Yaku, no solo se ayuda a la generación de ingresos económicos para las comunidades sino que también se atraerá turistas al lugar, para ello se necesita contar con personal altamente capacitado para atender los requerimientos de los visitantes de una manera que sea única la experiencia del turista.

Para ello se solicitará apoyo financiero por parte del gobierno o de empresa privada para capacitar al personal encargado de los distintos departamentos.

Las áreas a capacitar serían:

- ✓ *Guianza Turística*: encargado de dirigir a los grupos.

- ✓ *Ama de Llaves*: encargada de la limpieza, arreglo de las habitaciones y stock de los insumos.
- ✓ *Servicio de atención al cliente*: en las áreas donde existe el contacto directo con el turista.
- ✓ *Cocina*: Elaboración de platos que se adapten al turista, sin interferir en la elaboración de sus platos típicos.

No solo se dependerá de las capacitaciones para basarse en la calidad de servicio al cliente, sino también el realizar encuestas a los turistas cuando salgan del CTC para medir su grado de satisfacción en cuanto a los servicios recibidos durante su estadía.

De esta manera se tabulará la información para conocer si hay algún desperfecto en los servicios brindados y según el caso habrá que actuar en base a ello para mejorar.

Para poder realizar una correcta gestión es necesario seguir algunos pasos que ayuden a guiar al CTC a la correcta toma de decisiones.

De acuerdo a CEEI²¹ (2008) el proceso de gestión de la satisfacción al cliente a nivel general son:

1. Definir objetivos claros.
2. Identificar percepciones de calidad y satisfacción de los clientes, tanto internos como externos.
3. Medir la importancia relativa de los resultados obtenidos.
4. Delimitar dentro de los resultados, en cuales vamos a actuar.
5. Valorar la percepción de los empleados sobre la capacidad de la empresa para cubrir necesidades y objetivos de satisfacción.
6. Dar a conocer a toda la organización los procesos de mejora.
7. Supervisión y control de las medidas llevadas a cabo.

²¹ Centros Europeos de Empresas Innovadoras

Implementando estas medidas en el orden que se sugiere, se pueden obtener pequeños cambios que sin duda intervendrán en la mejora de los servicios que ofrece el CTC Ishkay Yaku.

5.9 ESTUDIO FINANCIERO

5.9.1 Presupuesto de Financiamiento de la Investigación

A continuación se mostrará en este apartado la especificación de los gastos durante todo el proceso de investigación del presente proyecto:

Tabla 33: Presupuesto de Investigación

Costos de Investigación	Valores
Estudio del Proyecto	\$ 1.700,00
Hospedaje	\$ 150,00
Alimentación	\$ 100,00
Guianza	\$ 60,00
Movilización (vehículo propio)	\$ 65,00
Traslado	\$ 15,00
Internet y Energía Eléctrica	\$ 200,00
Copias e Impresión	\$ 35,00
Anillado	\$ 5,00
COSTO TOTAL DE LA INVESTIGACIÓN	\$ 2.330,00

Elaboración: Autora

Los valores mostrados en la tabla 33 reflejan los gastos por parte de la autora del presente proyecto, los rubros por hospedaje, alimentación, guianza y traslado se dan por la investigación de campo y la elaboración de las encuestas en la ciudad de Puyo y Baños de Agua Santa.

5.9.2 Presupuesto de Promoción

Tabla 34: **Presupuesto de Difusión del CTC Ishkay Yaku**

Costos de Promoción	Valores
Publirreportaje Revista Abordo	\$ 2.200,00
Anuncio Revista Travel Time (Chile)	\$ 2.400,00
Diario El Universo, Publirreportaje	\$ 3.379,20
Impresión de Trípticos	\$ 260,00
Impresión de Guía Turística	\$ 1.203,60
COSTO TOTAL DE LA PROMOCIÓN	\$ 9.442,80

Elaboración: Autora

El presupuesto presentado en la tabla #34, detalla los valores que generaría la difusión del CTC en el primer año, siendo un total de \$9.442,80. Se considera necesario que la publicidad se mantenga durante 5 años para obtener óptimos resultados, por lo cual se ha realizado una proyección en base al 5%, siendo:

Tabla 35: **Proyección Anual del Costo de la Promoción**

AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
\$ 9.442,80	\$ 9.914,94	\$ 10.410,69	\$ 10.931,22	\$ 11.477,78

Elaboración: Autora

Tabla 36: **Inversión Total de la Propuesta**

Costo Total de la Investigación	\$ 2.330,00
Costo Total de la Promoción	\$ 9.442,80
INVERSIÓN TOTAL	\$ 11.772,80

Elaboración: Autora

Para el financiamiento de la promoción del CTC Ishkay Yaku se pedirá ayuda a las empresas públicas como Municipio de Arajuno o Ministerio de Turismo, y a empresas privadas como puede ser el caso de la petrolera AGIP; se estima una participación por ambas partes del 50% para institución pública y 50% para institución privada, siendo:

Instituciones Públicas \$ 5.886,40 – 50%

Instituciones Privadas \$ 5.886,40 – 50%

5.9.3 Proyección de Ingresos

Tabla 37: **Proyección de Ingresos**

	Turistas Anuales (Promedio)	Costo del Paquete	Ingreso Anual
2012	85	\$ 350,00	\$ 29.750,00
2013	102	\$ 367,50	\$ 37.485,00
2014	122	\$ 385,88	\$ 47.231,10
2015	147	\$ 405,17	\$ 59.511,19
2016	176	\$ 425,43	\$ 74.984,09

Elaboración: Autora

Para poder realizar la proyección de ingresos en la tabla #37, se tomó como referencia el ingreso de los turistas al CTC en el año 2012 y el costo aproximado que tendría el paquete de 4 días y 3 noches establecido anteriormente.

5.9.4 Proyección de Sueldos

CÁLCULO DE REMUNERACIONES		SUELDO Y BENEFICIOS ANUALES							COSTOS		
CARGO	CANT. DE PERSONAS	SUELDO BÁSICO	SUELDO BÁSICO ANUAL	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	VACACIONES	APORTE PATRONAL (12,15%)	FONDO DE RESERVA	COSTO TOTAL (USD\$) MENSUAL	COSTO TOTAL (USD\$) PRIMER AÑO	COSTO TOTAL (USD\$) SEGUNDO AÑO
Coordinador del Proyecto	1	\$ 400,00	\$ 4.800,00	\$ 400,00	\$ 340,00	\$ 200,00	\$ 583,20	\$ 400,00	\$ 526,93	\$ 6.323,20	\$ 6.723,20
Marketing	1	\$ 340,00	\$ 4.080,00	\$ 340,00	\$ 340,00	\$ 170,00	\$ 495,72	\$ 340,00	\$ 452,14	\$ 5.425,72	\$ 5.765,72
Asistente de Proyecto	1	\$ 340,00	\$ 4.080,00	\$ 340,00	\$ 340,00	\$ 170,00	\$ 495,72	\$ 340,00	\$ 452,14	\$ 5.425,72	\$ 5.765,72
COSTO TOTAL ANUAL		\$ 1.080,00							\$ 1.431,22	\$ 17.174,64	\$ 18.254,64

Figura #17: Proyección de Sueldos

Elaboración: Autora

En la figura #17 se muestra el cálculo de la proyección de sueldos del equipo de trabajo estimado en el presente proyecto, donde se incluyen todos los beneficios establecidos por la ley.

Tabla 38: Proyección de Sueldos

AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
\$ 17.174,64	\$ 18.892,10	\$ 20.781,31	\$ 22.859,45	\$ 25.145,39

Elaboración: Autora

5.9.5 Proyección Flujo de Caja

Tabla 39: Proyección Anual del Flujo de Caja

RUBROS	LI	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
TOTAL INGRESOS (financiamiento)		29.750,00	37.485,00	47.231,10	59.511,19	74.984,09
(-) Sueldos y salarios (incluye beneficios)		\$ 17.174,64	18.892,10	20.781,31	22.859,45	25.145,39
(-) Publicidad		\$ 9.442,80	9.914,94	10.410,69	10.931,22	11.477,78
(-) Otros gastos administrativos		\$ 1.200,00	1.260,00	1.323,00	1.389,15	1.458,61
TOTAL DE GASTOS		27.817,44	30.067,04	32.515,00	35.179,82	38.081,78
= Flujo Neto de Caja	(\$ 11.772,80)	1.932,56	7.417,96	14.716,10	24.331,37	36.902,31

Elaboración: Autora

A través de la tabla #39 se puede observar los valores netos que dejaría el proyecto durante cinco años en el cual se determina si la propuesta es factible y cuál sería el beneficio que aporta.

Tabla 40: **Análisis VAN y TIR**

TASA DE DESCUENTO	12%	Costo de Oportunidad
VAN	\$ 42.743,27	Ya que el VAN es > 0, el proyecto resulta factible, por lo que se puede proceder a su ejecución.
TIR	71,92%	Ya que la TIR es > que la tasa de descuento, el proyecto es factible.

Elaboración: Autora

Con la tabla #40 se concluye que con la presente propuesta de promoción del turismo ecológico en el CTC Ishkay Yaku es factible realizar la inversión lo cual generará un valor agregado positivo a la comuna.

CONCLUSIONES

Durante el desarrollo del presente proyecto se concluye que el CTC Ishkay Yaku cuenta con potencial turístico para desarrollarse bajo las modalidades de turismo comunitario que es lo que ofertan actualmente y el turismo ecológico que es lo que se propone implementar.

A lo largo de la investigación se pudo constatar mediante las encuestas que más del 90% de los visitantes desconocen el CTC, confirmando así que la difusión del lugar es muy escasa, pero también se logró esclarecer que no es causa indiferente para los turistas la implementación de la presente propuesta ya que tuvo una aceptación de exactamente el 98% de los encuestados.

Se logró establecer una propuesta donde mediante la creación de las rutas ecológicas y un adecuado plan de marketing turístico el cual es preferible que se lo ejecute mínimo tres años para causar los efectos deseados.

Es factible que se implemente el turismo ecológico como medio de reactivación y promoción turística de la zona, ya que las comunidades han puesto mucho de sí capacitándose y adecuando el CTC con la infraestructura necesaria para atender a sus visitantes y cubrir sus expectativas.

Con la ejecución del presente proyecto no solo se obtendrá más ingreso de turistas sino que también se beneficiarán directamente las comunidades de Likino y Atakapi generando para sí mismos recursos económicos que ayuden a mejorar su calidad de vida.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Agencia Pública de Noticias de Ecuador y Suramerica. (2013, Julio 15). *En 2013, Ecuador disminuyó la pobreza rural en 4,23 puntos con relación al año anterior*. Retrieved Septiembre 30, 2013, from <http://www.andes.info.ec/es/economia/2013-ecuador-disminuyo-pobreza-rural-423-puntos-relacion-ano-anterior.html>
- Amazonía Turística*. (n.d.). Retrieved Octubre 2013, from Cascada de Hola Vida: http://www.amazoniaturistica.com/index.php?option=com_content&view=article&id=47:cascada-de-hola-vida-para-disfrutarla-completamente&catid=44:atractivos-turisticos&Itemid=71
- Andes. (2012, Agosto 14). *Agencia Pública de Noticias del Ecuador y Suramérica*. Retrieved Septiembre 30, 2013, from El turismo es el cuarto rubro que aporta a la economía ecuatoriana: <http://www.andes.info.ec/es/econom%C3%ADa-turismo/5243.html>
- Andrade, D. (2000). El marco legal del Ecoturismo en el Ecuador. *El Ecoturismo en los Páramos. Serie Páramo 9*. Quito: GTP/Abya Yala.
- Banco Central del Ecuador. (2013). *Estadísticas Macroeconómicas*. Retrieved Septiembre 30, 2013, from Presentación Estructural 2013: <http://www.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorReal/Previsiones/IndCoyuntura/EstMacroEstruc2013.pdf>
- Banco Central del Ecuador. (n.d.). *Indicador PIB en millones de dólares*. Retrieved Septiembre 29, 2013, from <http://www.bce.fin.ec/indicador.php?tbl=pib>
- Banco Central del Ecuador. (n.d.). *Indicador PIB per Cápita en dólares*. Retrieved Septiembre 29, 2013, from http://www.bce.fin.ec/indicador.php?tbl=pib_per_capita
- Banco Central del Ecuador. (n.d.). *Variación del PIB*. Retrieved Septiembre 29, 2013, from http://www.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=variacion_pib

Centros Europeos de Empresas Innovadoras. (2008). *Análisis de Satisfacción al Cliente*. Valencia: Centros Europeos de Empresas Innovadoras de la Comunidad Valenciana.

Corporación Financiera Nacional. (2012, Septiembre). *Ecuador a Colores*. Retrieved Septiembre 18, 2013, from El turismo se desarrolla con apoyo crediticio: http://www.ecuadoracolors.com/ed2012_sep/pages/nac13.html

Cuatrecasas, L. (2010). *Gestión Integral de la Calidad: Implantación, control y certificación*. Barcelona: Profit Editorial Inmobiliaria.

Denton, D. K. (2001). *Calidad en el servicio a clientes*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos.

Diario El Telégrafo. (2013, Abril 24). Economía. *En el 2013, el PIB de Ecuador crecerá un 3,5%*.

Diario El Telégrafo. (2013, Enero 27). Economía. *Turismo se triplica en Ecuador*.

Diario El Universo. (2013, Septiembre 20). Noticias - Economía. *Ecuador invertirá \$600 millones en el sector turístico*.

Ecuador Ama la Vida. (2013, Mayo 16). *Kapawi premiado en New York por sus prácticas de sostenibilidad en la Amazonía*. Retrieved Octubre 2013, from <http://www.turismo.gob.ec/kapawi-premiado-en-new-york-por-sus-practicas-de-sostenibilidad-en-la-amazonia/>

Ecuador en Cifras. (n.d.). *Información Estadística*. Retrieved Septiembre 30, 2013, from Ciencia y Tecnología: <http://www.ecuadorencifras.com/cifras-inec/cienciaTecnologia.html#app=6a63&23a8-selectedIndex=1>

Evans, J. R., & Lindsay, W. M. (2008). *Administración y Control de la Calidad*. México: Cengage Learning Editores.

Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Arajuno. (n.d.). *Datos generales del cantón Arajuno*. Retrieved Octubre 01, 2013, from <http://www.arajuno.gob.ec/arajuno/index.php/generalidades>

Grande, I., & Abascal, E. (2005). *Análisis de Encuestas*. Madrid: Esic Editorial.

Griful Ponsati, E., & Canela Campos, M. Á. (2002). *Gestión de la calidad*. Barcelona: Universidad Politécnica de Catalunya.

Información Turística y Guía de Viajes Puyo Pastaza. (n.d.). Retrieved Octubre 2013, from Cascada Hola Vida: <http://www.pastaza.com/attractivos/cascada-hola-vida/>

Inmediato, E. (2013, 07 30). *Nivel de pobreza en Ecuador se redujo un 3,7% según el gobierno*. Retrieved Septiembre 30, 2013, from http://www.ecuadorinmediato.com/index.php?module=Noticias&func=news_user_view&id=201932&umt=nivel_pobreza_en_ecuador_se_redujo_en_un_37_segun_gobierno

Inmomundo. (2011). Retrieved Agosto 2013, from Cantones de Pastaza: <http://www.zonu.com/America-del-Sur/Ecuador/Pastaza/Politicos.html>

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2010). *Censo de población y vivienda 2010*. Retrieved Septiembre 30, 2013, from Población por edad y sexo: <http://redatam.inec.gob.ec/cgi-bin/RpWebEngine.exe/PortalAction?&MODE=MAIN&BASE=CPV2010&MAIN=WebServerMain.inl>

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2013, Febrero 04). *El ingreso mínimo familiar en Ecuador cubre el 98,7% de la canasta básica*. Retrieved Septiembre 30, 2013, from http://www.inec.gob.ec/inec/index.php?option=com_content&view=article&id=564%3AEl-ingreso-minimo-familiar-en-ecuador-cubre-el-987-de-la-canasta-basica&catid=56%3Adestacados&Itemid=3&lang=es

Ishkay Yaku. (2013). *El turismo comunitario, la protección ambiental y las petroleras, relaciones ambiguas*. Arajuno, Pastaza, Ecuador.

McDaniel, C., & Gates, R. (2005). *Investigación de Mercados*. México: Thomson Editores.

Mendoza, A. (2012, Diciembre). *Universidad Católica de Santiago de Guayaquil*. Retrieved Septiembre 29, 2013, from Repositorio UCSG: <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/123456789/366/1/T-UCSG-PRE-ESP-AETH-84.pdf>

Menéndez, J. R. (n.d.). Evolución del concepto de calidad. *Revista Española de Trasplantes*, 169-175.

Metropolitang Touring. (n.d.). *Kapawi Ecolodge*. Retrieved Octubre 2013, from http://www.metropolitantouring.com/content.asp?id_page=1819

Ministerio de Turismo. (n.d.). Retrieved Septiembre 17, 2013, from Servicios del Ministerio de Turismo: http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/?option=com_content&view=article&id=37

Ministerio de Turismo. (2012, Diciembre). *Captur Travel*. Retrieved Agosto 07, 2013, from Estadísticas de Turismo: http://www.captur.travel/web2011/estadisticas_turisticas/estadisticasenero-diciembre2012.rar

Ministerio de Turismo del Ecuador. (2009, Agosto 28). *Plan Integral de Marketing Turístico del Ecuador 2014*. Retrieved Julio 02, 2013, from SIMCE: [http://simce.ambiente.gob.ec/sites/default/files/documentos/anny/Plan%20Integral%20de%20Marketing%20Tur%3ADstico%20de%20Ecuador%20\(PIMTE%202014\).pdf](http://simce.ambiente.gob.ec/sites/default/files/documentos/anny/Plan%20Integral%20de%20Marketing%20Tur%3ADstico%20de%20Ecuador%20(PIMTE%202014).pdf)

Ministerio de Turismo. (n.d.). *Ministerio de Turismo*. Retrieved Septiembre 18, 2013, from Consolida Turismo Comunitario: <http://www.turismo.gob.ec/turismo-comunitario/>

Namakforoosh, M. N. (2005). *Metodología de la Investigación*. México: Limusa S.A.

Organización Mundial del Turismo. (2007). *OMT*. Retrieved Septiembre 24, 2013, from Entender el turismo: Glosario Básico: <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>

Ortega Ocaña, Á. F. (2012). Universidad Técnica de Ambato. *Los atractivos naturales y culturales y su incidencia en el desarrollo del ecoturismo en la comunidad de Atacapi de la parroquia Curaray cantón Arajuno provincia de Pastaza*. Ambato, Ecuador.

Pastaza.Net. (2013). Retrieved Agosto 2013, from <http://www.pastaza.net/index.html>

Pérez, J. A., & Velasco, F. d. (1994). *Gestión de la calidad empresarial*. Madrid: Esic Editorial.

Proyecto Ecoturístico Comunitario Piedra Blanca. (n.d.). Retrieved Octubre 2013, from <http://www.piedrablanca.org/esp-proyecto.htm>

Quesada Castro, R. (2007). *Elementos del Turismo*. Costa Rica: Universidad Estatal a Distancia.

Quesada Castro, R. (2010). Los Muchos Turismos. In *Elementos del Turismo: Teoría, Clasificación y Actividad* (pp. 95-115). San José, Costa Rica: Universidad Estatal a Distancia.

Saavedra, E., Durán, E., & Durandal, C. (2004). *Promoción Turística - Una llave para el desarrollo de Chuquisaca*. Bolivia.

Soto, E. G. (2011, Mayo). *Investigación de las actividades turísticas sostenibles menjadas por comunidades indígenas en tres provincias amazónicas del Ecuador: Pastaza, Napo y Morona Santiago*. Retrieved Octubre 01, 2013, from Universidad San Francisco de Quito.

Unidad de Investigación y Desarrollo. (1991). *Papers de Turisme*. Valencia - España: Institut Turístic Valencia. Retrieved Octubre 24, 2013, from <http://www.turisme.gva.es/opencms/opencms/turisme/es/files/pdf/observatorio/publicaciones/007.pdf>

Villacorta Tilve, M. (2010). *Introducción al Marketing Estratégico*. San Francisco, California: Creative Commons.

Wood, M. E. (1998). *Respuesta al Desafío Global de la Participación Comunitaria en el Ecoturismo*. Estados Unidos: The Nature Conservancy Worldwide Office.

ANEXOS

ANEXO A

MODELO DE ENCUESTAS



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

Facultad de Especialidades Empresariales

Carrera de Ingeniería en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras

Encuesta

La presente encuesta tiene como objetivo conocer el perfil de los visitantes de la provincia de Pastaza y sus alrededores y el grado de aceptación al implementar el ecoturismo en una zona selvática donde se oferta turismo comunitario.

Datos Generales

Edad: Menos – 20 21 - 30 31 - 40 41 - 50 51-más
Sexo: Masculino Femenino **Ciudad de Origen:** _____

Preguntas

1. ¿Con que frecuencia viaja normalmente?

Una vez al mes Dos veces al año Feriado
Una vez al año Vacaciones

2. Cuando viaja, lo hace:

Solo Con amigos
Con su pareja Con familiares

3. ¿Cuánto tiempo suele quedarse cuando viaja?

- Menos de 1 día 3 días Más de 5 días
2 días 4 días

4. ¿Cuál es su promedio de gasto total cuando viaja?

- De \$50 a \$100 De \$201 a \$300 De \$401 a \$500
De \$101 a \$200 De \$301 a \$400 Más de \$501

5. ¿Qué tipo de turismo le gusta realizar más?

- Turismo Sol y Playa Turismo Ecológico
Turismo Cultural Turismo de Deportes y Aventura
Turismo Comunitario Otro: _____

6. ¿Disfruta usted del turismo ecológico?

- Si No

7. ¿Conoce el Centro de Turismo Comunitario Ishkay Yaku ubicado en el cantón Arajuno de la provincia de Pastaza?

- Si No

8. ¿Cree usted que se puede implementar el turismo ecológico en un centro de turismo comunitario ubicado en la selva ecuatoriana?

- Si No

9. ¿Le gustaría realizar turismo ecológico dentro de un centro de turismo comunitario en la profundidad de la selva ecuatoriana?

- Si No

10. ¿Disfrutaría usted el realizar caminatas por senderos ecológicos y estar en contacto con la naturaleza en la selva ecuatoriana?

- Si No

¡Gracias por su tiempo y colaboración!

ANEXO B

SOLICITUD DE AUTORIZACIÓN Y PERMISO PARA EL ACCESO A LA
INFORMACIÓN DEL CENTRO DE TURISMO COMUNITARIO ISHKAY
YAKU



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA



Guayaquil, 7 de agosto de 2013

Ingeniero

Wilfrido Aragón

Coordinador Técnico del Centro de Turismo Comunitario Ishkay Yaku

En su despacho.-

La señorita **Maricell Adriana Pérez Cabrera**, alumna del Seminario de Graduación de la carrera de Ingeniería en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras, solicita realizar investigaciones para el tema de su tesis de graduación **“Reactivación y Promoción del Centro de Turismo Comunitario Ishkay Yaku como medio intensivo para el Turismo Ecológico”**, razón por la cual se necesita muy comedidamente su autorización y permiso para requerir información, estadísticas y acceder a tomar fotos de ciertos lugares, datos principales, etc.; del Centro de Turismo Comunitario Ishkay Yaku ubicado en el cantón Arajuno de la provincia de Pastaza.

Únicamente el esfuerzo conjunto de las Empresas y la Universidad nos permitirá formar y capacitar adecuadamente a los profesionales que trabajen en el futuro.

Seguros de contar con su valioso aporte y colaboración le anticipo nuestros sinceros agradecimientos.

Atentamente,

Ing. María Belén Salazar Raymond, Mgs

Directora

Carrera de Ingeniería en Administración de
Empresas Turísticas y Hoteleras Bilingüe
Facultad de Especialidades Empresariales

Copia: Archivo