



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
ESCUELA DE INGENIERÍA EN TURISMO SOSTENIBLE

DISEÑO DE UN PRODUCTO TURÍSTICO CULTURAL PARA LA
PARROQUIA SAN CARLOS, CANTÓN JOYA DE LOS SACHAS,
PROVINCIA DE ORELLANA

TRABAJO DE TITULACIÓN
PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PARA TITULACIÓN DE GRADO

PRESENTADA COMO REQUISITO PARCIAL PARA OBTENER
EL TÍTULO DE INGENIERA EN TURISMO SOSTENIBLE

MIRIAN ANDREA FLORES SÁNCHEZ

ORELLANA-ECUADOR

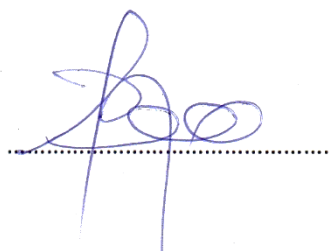
2017

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
EXTENSIÓN NORTE AMAZÓNICA
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
ESCUELA DE INGENIERÍA EN TURISMO SOSTENIBLE

El tribunal de trabajo de titulación, certifica que: El trabajo de titulación titulado “**DISEÑO DE UN PRODUCTO TURÍSTICO CULTURAL PARA LA PARROQUIA SAN CARLOS, CANTÓN JOYA DE LOS SACHAS, PROVINCIA DE ORELLANA**”, de responsabilidad de la señorita egresada Mirian Andrea Flores Sánchez, ha sido prolijamente revisada, quedando autorizada su presentación y defensa.

Dr. Galo Patricio Noboa Viñán

DIRECTOR



Ing. MSc. Sandra Patricia Miranda Salazar

ASESOR



DEDICATORIA

Después de un largo camino lleno de ilusión pero también de mucho sacrificio culmina una etapa de mi vida, etapa en la cual intervinieron personas muy importantes que constituirían mi soporte para seguir adelante en este proyecto de vida.

Dedico este trabajo a Dios, por darme la oportunidad de culminar, a mi madre pilar fundamental en mi vida, a mis hermanos por apoyarme incondicionalmente para que yo pudiera lograr mis sueños y a ustedes amigos míos mi agradecimiento.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por brindarme fortaleza para enfrentar cada reto en mi vida.

Agradezco a todos mis maestros por sus enseñanzas y de manera especial al Dr. Patricio Noboa director de tesis, porque me enseñó a tener presente el hacer bien las cosas, que con sus enseñanzas me hizo pensar de forma distinta. A la Ing. Sandra Miranda y a todos quienes fueron parte de este camino de preparación.

A mi madre por su arduo trabajo de cada día y sobre todo por haberme enseñado a valorar los estudios y a superarme cada día para ser alguien mejor en la vida, también a mis hermanos por su cariño y constante apoyo.

A Jonathan y Fernanda quienes han sido mis amigos incondicionales en las buenas y en las malas y me han motivado para que termine esta fase de mi vida; además de ser parte de inolvidables recuerdos vividos durante la etapa de estudios y esta nueva fase de nuestras vidas.

CONTENIDO

| | | |
|------|---|----|
| I. | DISEÑO DE UN PRODUCTO TURÍSTICO CULTURAL PARA LA PARROQUIA SAN CARLOS, CANTÓN JOYA DE LOS SACHAS, PROVINCIA DE ORELLANA | 1 |
| II. | INTRODUCCIÓN | 1 |
| A. | JUSTIFICACIÓN..... | 3 |
| III. | OBJETIVOS..... | 4 |
| A. | OBJETIVO GENERAL | 4 |
| B. | OBJETIVOS ESPECÍFICOS | 4 |
| C. | HIPÓTESIS | 4 |
| IV. | REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA | 5 |
| A. | CULTURA | 5 |
| 1. | Definición de cultura..... | 5 |
| B. | TURISMO..... | 9 |
| 1. | Definición de turismo..... | 9 |
| 2. | Tipos de turismo..... | 9 |
| C. | EVALUACIÓN DEL POTENCIAL TURÍSTICO | 11 |
| 1. | Potencial turístico..... | 11 |
| 2. | Evaluación turística..... | 11 |
| 3. | Inventario turístico de los atractivos naturales y culturales | 12 |
| 4. | Etapas para elaborar el inventario de atractivos..... | 13 |
| 5. | El sistema turístico | 15 |
| 6. | Oferta y Demanda | 15 |
| D. | DISEÑO DE UN PRODUCTO TURÍSTICO | 18 |
| 1. | Generalidades de producto / servicio | 20 |
| 2. | Diseño de un producto turístico | 23 |
| 3. | Marketing mix | 24 |
| 4. | Viabilidad ambiental | 25 |
| E. | ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL | 27 |
| 1. | Organización | 27 |

| | | |
|-----|---|----|
| 2. | Administración..... | 27 |
| 3. | Marco legal | 27 |
| F. | VIABILIDAD ECONÓMICA Y FINANCIERA | 28 |
| 1. | Análisis financiero | 28 |
| 2. | Análisis económico | 28 |
| 3. | Análisis financiero | 29 |
| V. | MATERIALES Y MÉTODOS | 30 |
| A. | CARACTERIZACIÓN DEL LUGAR..... | 30 |
| 1. | Localización..... | 30 |
| 2. | Ubicación geográfica | 30 |
| 3. | Superficie y límites | 31 |
| 4. | Características climáticas | 31 |
| 5. | Clasificación ecológica | 32 |
| 6. | Características del suelo..... | 32 |
| 7. | Materiales y equipos | 33 |
| B. | METODOLOGÍA | 33 |
| 1. | Para el cumplimiento del primer objetivo: Elaborar la evaluación del potencial turístico de la parroquia San Carlos | 33 |
| 2. | Para el cumplimiento del segundo objetivo: Diseñar técnicamente el producto turístico sostenible cultural | 36 |
| 3. | Para el cumplimiento del tercer objetivo: Definir el estudio administrativo legal..... | 38 |
| 4. | Para el cumplimiento del cuarto objetivo: Determinar la viabilidad económica y financiera. . | 38 |
| VI. | RESULTADOS | 39 |
| A. | EVALUACIÓN DEL POTENCIAL TURÍSTICO | 39 |
| 1. | Diagnóstico situacional | 39 |
| 2. | Inventarios de los atractivos | 53 |
| 3. | Análisis de la oferta turística..... | 80 |
| 4. | Análisis de la planta turística | 81 |
| 5. | Análisis de la superestructura..... | 84 |
| 6. | Análisis de la demanda turística..... | 86 |

| | | |
|-------|---|-----|
| B. | DISEÑO DEL PRODUCTO TURÍSTICO | 107 |
| a. | Producto | 115 |
| 4. | Evaluación del impacto ambiental | 125 |
| C. | ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL | 138 |
| 1. | Estudio legal para el producto turístico cultural..... | 138 |
| 2. | Planificación estratégica del producto turístico cultural | 140 |
| 3. | Sueldos y salarios de recursos humanos | 144 |
| 4. | Políticas de operación | 145 |
| 5. | Manual de procesos..... | 148 |
| 6. | Flujogramas de procesos | 150 |
| D. | VIABILIDAD ECONÓMICA Y FINANCIERA | 155 |
| 1. | Viabilidad económica..... | 155 |
| 2. | Viabilidad financiera..... | 165 |
| VII. | CONCLUSIONES | 166 |
| VIII. | RECOMENDACIONES | 167 |
| IX. | RESUMEN..... | 168 |
| X. | ABSTRACT | 169 |
| XI. | BLOGRAFIA..... | 170 |
| | ANEXOS | 173 |

LISTADO DE TABLAS

| | |
|---|----|
| Tabla N° 1 Clasificación ecológica..... | 32 |
| Tabla N° 2 Comunidades de la parroquia San Carlos..... | 40 |
| Tabla N° 3 Flora..... | 40 |
| Tabla N° 4 Mamíferos..... | 41 |
| Tabla N° 5 Réptiles..... | 41 |
| Tabla N° 6 Aves..... | 42 |
| Tabla N° 7 Peces..... | 42 |
| Tabla N° 8 Anfibios..... | 43 |
| Tabla N° 9 Insectos..... | 43 |
| Tabla N° 10 Usos del suelo..... | 43 |
| Tabla N° 11 Nacional o pueblo indígena al que pertenece..... | 45 |
| Tabla N° 12 Distribución de planteles educativos..... | 46 |
| Tabla N° 13 Analfabetismo en la parroquia San Carlos..... | 47 |
| Tabla N° 14 Recursos turísticos..... | 48 |
| Tabla N° 15 Planta turística de la parroquia San Carlos..... | 48 |
| Tabla N° 16 Rutas de servicio de la Cooperativa Jivino Verde..... | 49 |
| Tabla N° 17 Rutas de servicio de la Cooperativa Alejandro Labaka..... | 49 |
| Tabla N° 18 Servicios de eliminación de excretas..... | 50 |
| Tabla N° 19 Recolección de basura..... | 51 |
| Tabla N° 20 Servicios de conectividad en la parroquia San Carlos..... | 51 |
| Tabla N° 21 Centro turístico Amarun raya..... | 53 |
| Tabla N° 22 Laguna de la comuna San Carlos..... | 58 |
| Tabla N° 23 Centro turístico río Negro..... | 63 |
| Tabla N° 24 El manantial..... | 67 |
| Tabla N° 25 Fiestas..... | 71 |
| Tabla N° 26 Gastronomía..... | 73 |
| Tabla N° 27 Vestimenta..... | 75 |
| Tabla N° 28 Música y danza..... | 76 |
| Tabla N° 29 Matriz resumen de evaluación y jerarquización de atractivos turísticos..... | 79 |
| Tabla N° 30 Modalidades de turismo..... | 80 |
| Tabla N° 31 Establecimientos de hospedaje de la Joya de los Sachas..... | 81 |
| Tabla N° 32 Establecimiento de alimentación..... | 82 |
| Tabla N° 33 Bares y discotecas..... | 83 |
| Tabla N° 34 Centros de recreación..... | 83 |
| Tabla N° 35 Instituciones de turismo..... | 84 |

| | |
|--|-----|
| Tabla N° 36 Agencias de Turismo | 86 |
| Tabla N° 37 Distribución de las encuestas..... | 87 |
| Tabla N° 38 Tour: Amaruyaya..... | 101 |
| Tabla N° 39 Proyección de la demanda | 102 |
| Tabla N° 40 Proyección de la oferta-competencia..... | 103 |
| Tabla N° 41 Demanda insatisfecha proyectada | 103 |
| Tabla N° 42 Matriz FODA..... | 104 |
| Tabla N° 43 Paquete N° 01 | 108 |
| Tabla N° 44 Paquete N° 02..... | 111 |
| Tabla N° 45 Paquete N° 03 | 113 |
| Tabla N° 46 Descripción de la marca turística del producto cultural | 116 |
| Tabla N° 47 Canales de difusión..... | 118 |
| Tabla N° 48: Estrategias de promoción y difusión | 120 |
| Tabla N° 49 Análisis de costo paquete # 1 | 124 |
| Tabla N° 50 Análisis de costo paquete # 2 | 124 |
| Tabla N° 51 Análisis de costo paquete #3 | 125 |
| Tabla N° 52: Parámetros de evaluación de la matriz de Leopold | 128 |
| Tabla N° 53 Matriz de Leopold | 129 |
| Tabla N° 54 Porcentaje de afectación al medio por las acciones y factores | 131 |
| Tabla N° 55 Acciones y requerimientos para la mitigación de impactos ambientales | 133 |
| Tabla N° 56 Funciones del presidente/a del Centro de Turismo Comunitario | 142 |
| Tabla N° 57 Funciones de la secretaría del Centro de Turismo Comunitario..... | 142 |
| Tabla N° 58 Funciones del tesorero del Centro de Turismo Comunitario..... | 143 |
| Tabla N° 59 Funciones del guía Centro de Turismo Comunitario..... | 144 |
| Tabla N° 60 Salario del recurso humano | 145 |
| Tabla N° 61 Activos fijos..... | 155 |
| Tabla N° 62 Depreciación de activos fijos..... | 157 |
| Tabla N° 63 Activos diferidos del área comercial | 158 |
| Tabla N° 64 Pago de la deuda..... | 158 |
| Tabla N° 65 Financiamiento | 159 |
| Tabla N° 66 Amortización de activo diferidos | 159 |
| Tabla N° 67 Costos | 160 |
| Tabla N° 68 Ingresos por concepto de paquetes turísticos..... | 161 |
| Tabla N° 69 Estado de proforma de resultados..... | 161 |
| Tabla N° 70 Balance general | 162 |
| Tabla N° 71 Flujo de caja | 163 |
| Tabla N° 72 Flujo neto..... | 164 |

| | |
|---------------------------------------|-----|
| Tabla N° 73 Punto de equilibrio | 165 |
| Tabla N° 74 Análisis financiero..... | 165 |

LISTADO DE FIGURAS

| | |
|---|-----|
| Figura N° 1 Mapa de ubicación geográfica..... | 31 |
| Figura N° 2 Edad extranjero | 88 |
| Figura N° 3 Género extranjeros | 88 |
| Figura N° 4 Nivel de instrucción extranjeros..... | 89 |
| Figura N° 5 Procedencia extranjeros..... | 89 |
| Figura N° 6 Usted conoce la parroquia San Carlos..... | 90 |
| Figura N° 7 Le gustaría visitar la parroquia San Carlos | 90 |
| Figura N° 8 Qué tipo de turismo le gustaría realizar en San Carlos | 91 |
| Figura N° 9Cuál sería el presupuesto asignado para su visita en la parroquia San Carlos | 91 |
| Figura N° 10 Cuánto tiempo planificaría pasar en la parroquia San Carlos | 92 |
| Figura N° 11 Con qué servicios turísticos le gustaría que cuenta la parroquia San Carlos | 92 |
| Figura N° 12 Qué medios de comunicación utiliza para informarse sobre actividades turísticas | 93 |
| Figura N° 13 Edad nacionales..... | 94 |
| Figura N° 14 Género nacional | 94 |
| Figura N° 15 Nivel de instrucción nacional..... | 95 |
| Figura N° 16 Lugar de procedencia | 95 |
| Figura N° 17 Usted conoce la parroquia San Carlos..... | 96 |
| Figura N° 18 Le gustaría visitar la parroquia San Carlos | 96 |
| Figura N° 19 Qué tipo de turismo le gustaría realizar en San Carlos | 97 |
| Figura N° 20Cuál sería el presupuesto asignado para su visita en la parroquia San Carlos | 98 |
| Figura N° 21 Cuánto tiempo planificaría pasar en la parroquia San Carlos | 98 |
| Figura N° 22 Con qué servicios turísticos le gustaría que cuenta la parroquia San Carlos | 99 |
| Figura N° 23 Qué medios de comunicación utiliza para informarse sobre actividades turísticas | 99 |
| Figura N° 24 Marca Turística del producto cultural | 117 |
| Figura N° 25 Organigrama estructural del Centro de Turismo Comunitario..... | 141 |

LISTADO DE ANEXOS

| | |
|--|-----|
| Anexo N° 1 Ficha de Validación de los atractivos turísticos naturales y culturales | 173 |
| Anexo N° 2 Ficha de registro del patrimonio inmaterial | 176 |
| Anexo N° 3 Matriz análisis FODA | 181 |
| Anexo N° 4 Matriz de Impactos de Leopold | 181 |
| Anexo N° 5 Matriz de valorización | 181 |
| Anexo N° 6 Modelo de encuestas para el estudio de mercado | 182 |
| Anexo N° 7 Modelo de encuestas para el estudio de mercado | 184 |

I. DISEÑO DE UN PRODUCTO TURÍSTICO CULTURAL PARA LA PARROQUIA SAN CARLOS, CANTÓN JOYA DE LOS SACHAS, PROVINCIA DE ORELLANA

II. INTRODUCCIÓN

El turismo a nivel mundial constituye una de las principales fuentes que vigorizan el sistema económico, el cual conlleva un desarrollo organizado en todas sus actividades y relacionando sus aspectos entre sí. En el mundo el concepto de turismo, es la actividad de trasladarse fuera de su ambiente cotidiano con un tiempo determinado, en dicha actividad es donde el turista disfruta, conoce y aprende nuevas culturas, relación con el ambiente natural tanto como flora y fauna, visita a lugares extraordinarios, únicos en el mundo, otorgando empleo a cambio de servicios de calidad.

El Ecuador es un país paradisiaco, privilegiado con su ubicación geográfica, ostenta una gran variedad biológica convirtiéndolo en uno de los 17 países con mayor diversidad del mundo, diversidad que se presenta en sus cuatro regiones, distintas por factores como el clima y los microclimas, paisajes maravillosos y por la importante presencia cultural de las 14 nacionalidades distribuidas en ellas, entre otros factores de importancia que aportan al interés turístico. Hoy en día oferta un sinnúmero de productos y alternativas de turismo que han permitido que la actividad evolucione aceleradamente en relación a otras actividades económicas.

El turismo cultural cumple una función muy importante para dar a conocer, preservar y disfrutar el patrimonio cultural y turístico del planeta. Los efectos que generan el tratamiento adecuado del turismo cultural, desde una perspectiva de mercados, trae como consecuencia, la satisfacción del cliente, la conservación del patrimonio de uso turístico y el desarrollo económico y social de las comunidades a partir de la generación de nuevos empleos.

La Amazonía ecuatoriana posee una diversidad biológica incalculable, a la vez constituye el área geográfica más grande del Ecuador con el 48% de la superficie total. Debido a la presencia de nacionalidades indígenas y a su forma de consumo de recursos naturales ha determinado la conservación de los ecosistemas del bosque amazónico (PLANDETUR, 2007).

La provincia de Orellana posee atractivos turísticos naturales y culturales, parte de su territorio está el Parque Nacional Yasuni una de las áreas protegidas más importantes a nivel nacional e

internacional, debido a su riqueza natural. También habitan diversas culturas como los Kichwas, Shuaras y Waorani que forman parte de este rincón denominado “El ultimo paraíso”. El cantón Joya de los Sachas tiene atractivos turísticos naturales y culturales que debidamente conservados se convierten en un gran potencial turístico.

Actualmente en la parroquia San Carlos, se desarrollan actividades turísticas lo que ha generado diversas fuentes de ingresos económicos para las comunidades que se están enfocando en el turismo como una nueva alternativa.

Por ende la Dirección técnica del Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) provincial y la Dirección del Ministerio de Turismo están impulsando a la creación de nuevos productos turísticos que ayuden a la satisfacción de la demanda actual, mediante el diseño de un producto turístico, se busca aprovechar los recursos turísticos de la misma manera se prevé contribuir al desarrollo económico local en beneficio de la población del cantón con productos turísticos establecidos correctamente.

A. JUSTIFICACIÓN

La parroquia San Carlos forma parte del cantón Joya de los Sachas, perteneciente a la Provincia de Orellana, la parroquia rural ha ido creciendo, por ende los servicios básicos están en proceso de mejoramiento, una parroquia netamente provista por los ingresos económicos del sector petrolero, desde año 2015 el precio del barril del petróleo bajo, dejando así en una crisis económica al sector productivo y al territorio.

Mientras en el sector turístico, los pocos productos turísticos existentes que no involucran a la parroquia, son los que han desarrollado en un bajo porcentaje el turismo del sector, además la inexistencia de productos turísticos establecidos correctamente en el mercado y los pocos proyectos turísticos que se han implementado de manera espontánea, no son lo suficientemente adaptables al mercado turístico.

San Carlos, poseedor de una gran riqueza natural y cultural, se ha visto en la necesidad de aprovechar su potencial turístico mediante el diseño de un producto que permita organizar, planificar e involucrar a entidades públicas y privadas con el fin de mejorar la oferta turística de la parroquia.

Se enmarcará en cumplir los objetivos que propone: consolidar al turismo como uno de los ejes dinamizadores económico, que busca mejorar la calidad de vida de su población y la satisfacción de la demanda turística aprovechando sus ventajas competitivas y elementos de unicidad del país y generar una oferta turística sostenible y competitiva potenciando los recursos humanos naturales y culturales, junto con la innovación tecnológica aplicada a los componentes de infraestructura, equipamiento, facilidades y servicios, para garantizar una experiencia turística integral de los visitantes nacionales e internacionales (Ministerio de Turismo, 2012).

Por tal motivo el diseño del producto turístico será una de las formas de aprovechar el potencial turístico de la parroquia, que abarque los atractivos naturales y culturales. De la misma forma se pretende que el desarrollo de la presente investigación sea utilizada como una herramienta que aporte al fortalecimiento del turismo local, y a su vez satisfaga las necesidades de la demanda actual y dinamice la economía local.

III. OBJETIVOS

A. OBJETIVO GENERAL

Diseñar un producto turístico cultural para la parroquia San Carlos, Cantón Joya de los Sachas, Provincia de Orellana.

B. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Evaluar el potencial turístico de la parroquia San Carlos.
2. Diseñar técnicamente el producto turístico cultural.
3. Definir el estudio administrativo legal.
4. Determinar la viabilidad económica y financiera.

C. HIPÓTESIS

El diseño de un producto turístico cultural permitirá tomar decisiones al Gobierno Autónomo Descentralizado para dinamizar la actividad turística de la parroquia San Carlos, generando así beneficios comunes de tipo económico, ambiental y socio organizativo, a la vez que promueve nuevas alternativas de visita y potencializa el turismo en la provincia, contribuyendo al buen vivir.

IV. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA

A. CULTURA

1. Definición de cultura

Según la UNESCO (1982), la cultura es definida como el conjunto de rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o a un grupo social, engloba, además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales del ser humano, los sistemas de valores y las creencias; da al hombre la capacidad de reflexión sobre sí mismo y hace de nosotros seres específicamente humanos, racionales, críticos y éticamente comprometidos.

El turismo cultural abarca las actividades y experiencias culturales que atraen y fomentan el turismo. El turismo cultural significa sumergirse y disfrutar del estilo de vida de los habitantes del lugar, así como del entorno local y de los aspectos que determinan su identidad y carácter. Se basa también en la oferta de recursos históricos, arquitectónicos, artísticos y étnicos de una zona. Para esta línea de producto, se relacionaron las siguientes variantes del producto tales como Patrimonios Naturales y Culturales, Mercados y Artesanías, Gastronomía, Medicina Ancestral y Shamanismo, Fiestas Populares, Turismo Religioso, Turismo Urbano, Turismo Arqueológico, CAVE–Científico, Académico, Voluntario y Educativo y Haciendas Históricas (PLANDETUR, 2007).

a. Cultura como construcción social

La cultura debe ser mirada como una “construcción” específicamente humana, resultante de la acción social. La cultura es esa construcción que hizo posible que el ser humano llegue a constituirse como tal y a diferenciarse del resto de los seres de la naturaleza.

Al caracterizarse como “construcción” social, no decimos que la cultura es una invención arbitraria o artificial, sino que es el producto de acciones sociales concretas generadas por actores sociales igualmente concretos y en procesos históricos específicos.

La cultura es la herencia social diferente de nuestra herencia orgánica, que nos permite vivir juntos dentro de una sociedad organizada, que nos ofrece posibilidad de soluciones a nuestros problemas; conocer y predecir las conductas sociales de los otros; y permite a otros saber qué

pueden esperar de nosotros. La cultura hace posible interacciones sociales que dan sentido a la vida de un grupo que regula nuestra existencia desde el momento en que nacemos hasta cuando dejamos de ser parte de la sociedad.

Uno de los factores vitales de la cultura como construcción social es el lenguaje simbólico que da a la comunicación humana una especificidad propia, ya que los animales se comunican, la comunicación humana es esencial para la comunicación simbólica, que hace posible no solo aprender, sino también, transmitir, almacenar y planificar lo aprendido, sobre todo dar un sentido y estar en el mundo (Guerrero, 2002).

b. La cultura como construcción simbólica

Los símbolos son fuente de información externa que los humanos utilizan para comprender y ordenar su entorno físico y social, pues no pueden operar sobre la base exclusiva de sus condicionamientos biológicos. Es esto lo que hace la cultura algo más que pura realidad biológica.

Para algunos antropólogos los símbolos pueden ser de diverso tipo: Cognitivos, que son los que permiten interpretar la realidad, Expresivos, los que nos permiten actuar en la realidad. Los referentes simbólicos varían de cultura a cultura, por lo tanto, no tienen validez universal, en ese sentido podemos hablar de una cierta forma de relatividad simbólica.

Los universos simbólicos son el conjunto de significados construidos por una cultura, que ordenan y legitiman los roles cotidianos, construyendo el marco referencial para poder entender y operar la realidad del mundo y hacen posibles el ordenamiento de la historia, permiten situar los acontecimientos colectivos en una unidad de coherencia necesaria dentro de una temporalidad, en la que tiene sentido un pasado para entender sus experiencias presentes y sobre la base de su memoria pensar el futuro (Guerrero, 2002).

c. La cultura como construcción sistémica

Un enfoque más interpretativo de la cultura parte de la consideración de que el hombre es un animal que se encuentra insertado en diferentes tramas de significados que él mismo ha tejido. La cultura debe ser considerada como un sistema integrado por los subsistemas o campos que son los siguientes.

1) El campo de las manifestaciones culturales

Se refiere a las manifestaciones observables, materiales, evidentes y más fácilmente perceptibles de la cultura. Este campo o subsistema se expresa a través de hechos, prácticas, objetos, discursos, sujetos y relaciones sociales, de comportamientos, actitudes, entidades frente a las cuales la cultura establece relaciones y regulaciones que permiten ciertas formas de comunicación, de auto comprensión, identificación de grupo, pero también de relación de alteridad y diferencia de otros que son diferentes. Este campo corresponde al de los objetos, las artesanías, la música, la danza, las fiestas y ritualidades, la vestimenta, la comida, la vivienda, las prácticas productivas, los juegos, la lengua, las prácticas y discursos sociales.

En el campo de manifestaciones se puede evidenciar un proceso de historicidad de más corta duración, está abierto a un proceso de transformaciones más flexibles y más acelerada conforme a los requerimientos históricos más inmediatos (Guerrero, 2002).

2) El campo de las representaciones de la cultura

La cultura está constituida por aspectos no siempre manifiestos, evidentes, materiales y observables, también por otros más profundos, inefables, ocultos encubiertos. Este es el campo de los aspectos encubiertos de la cultura, el que hace referencia al campo de las representaciones simbólicas, al aspecto ideal, mental de la cultura, al de los imaginarios, de la racionalidad, las cosmovisiones y las mentalidades, que hacen posible la reacción de un sistema de valores, ideas, creencias, sentidos, significados y significaciones.

El subsistema de representaciones simbólicas, el de las mentalidades, no siempre es vivido ni esta obviamente manifiesto; el subsistema de representaciones está sujeto a un proceso de historicidad de más larga duración, es allí donde se estructuran matrices que son más permanentes, cuyos procesos de cambios son mucho más lentos, lo que hace que la cultura sea parte de procesos de larga duración histórica.

Ver la cultura como un proceso de construcción sistémica de todo aquello que se viene como pueblo, permite superar la equivocada tendencia que la reduce a determinados rasgos específicos. No podemos buscar cultura solo en aquello que es fácilmente perceptible: vestido, lengua, ritualidades, fiesta, sino también en aquellas manifestaciones simbólicas que no siempre están conscientemente vividas, ni obviamente manifiestas. La cultura se expresa en lo social, lo económico, lo político, como en lo ideológico, en el mundo de las representaciones y los imaginarios simbólicos (Guerrero, 2002).

2. **Definición de Patrimonio**

Es un conjunto de elementos que forman la identidad de un grupo humano, elementos que han sido heredados de nuestros antepasados y han de ser transmitidos a las nuevas generaciones, el cual puede ser de tipo natural o cultural y que además incluye bienes materiales e inmateriales (UNESCO, 2008).

a. **Patrimonio natural**

Constituido por la flora y fauna de un paisaje en un territorio. La UNESCO lo define como aquellos monumentos naturales, formaciones geológicas, lugares y paisajes naturales, que tienen un valor relevante desde el punto de vista estético, científico y/o medioambiental.

b. **Patrimonio cultural**

Compone bienes culturales que la historia ha legado a una nación y bienes que en el presente se crean, a los que la sociedad les otorga una especial importancia histórica, científica, simbólica o estética. Es la herencia testimonio de su existencia, de su visión de mundo, de sus formas de vida y de su manera de ser. El Patrimonio Cultural se divide en dos tipos, Tangible o material e Intangible o inmaterial. A su vez, el patrimonio tangible se puede clasificar en Mueble e Inmueble.

1) **Patrimonio tangible**

- **Patrimonio tangible inmueble.-** Son obras o producciones humanas que no pueden ser trasladadas de un lugar a otro, ya sea porque son estructuras (un edificio), o porque están en inseparable relación con el terreno (sitio arqueológico).
- **Patrimonio tangible mueble.-** comprende los objetos arqueológicos, históricos, artísticos, etnográficos, tecnológicos, religiosos y aquellos de origen artesanal o folklórico que constituyen colecciones importantes para las ciencias, la historia del arte y la conservación de la diversidad cultural de un país.

2) **Patrimonio intangible o inmaterial**

Se entiende por “patrimonio cultural inmaterial” los usos, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas -junto con los instrumentos, objetos, artefactos y espacios culturales que les son inherentes- que las comunidades, los grupos y en algunos casos los individuos reconozcan como parte integrante de su patrimonio cultural. Este patrimonio cultural inmaterial, que se transmite de generación en generación, es recreado constantemente por las comunidades y grupos en función de su entorno, su interacción con la naturaleza y su historia, infundiéndoles un sentimiento de identidad y continuidad y contribuyendo así a promover el respeto de la diversidad cultural y la creatividad humana.

B. TURISMO

1. Definición de turismo

El Turismo es conocido como industria, servicio o como desplazamiento de personas de un punto a otro en el territorio (geografía), como en el ejercicio del derecho a la libertad de tránsito que tienen las personas (derecho), o como la oportunidad de colmar necesidades que suelen dejarse de lado, cuando el individuo se encuentra entregado a su vida de trabajo (Noboa, 2008).

En la definición de turismo existen varias entidades y autores que enuncian lo siguiente:

Turismo es el ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual; sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos (Ministerio de Turismo, 2008).

El Ministerio de turismo, califica esta actividad como el viajar por descanso, placer espiritual y físico; cuando hacemos turismo conocemos gente, poblados, paisajes, recorremos parques, jardines, plazas, observamos edificios, monumentos, visitamos museos, bibliotecas, templos, sitios históricos, universidades, centros de investigación técnico-científicos, salas de espectáculos, salones de diversión, zoológicos, salones y canchas deportivas, balnearios y todo aquello que se nos ocurra e interese (Ministerio de Turismo, 2004).

2. Tipos de turismo

Los tipos de turismo son los siguientes:

a. Turismo de aventura

Tipo de turismo efectuado por personas que realizan actividades turísticas en contacto con la naturaleza con riesgo controlado, cuyas características más notables es el uso de servicios turístico no tradicionales.

b. Turismo cultural

El turismo cultural, puede ser entendido como aquel en que la principal motivación es conocer aspectos de la cultura (costumbres, arquitectura, manifestaciones artísticas, gastronomía) de los antiguos y actuales habitantes del lugar visitado.

c. Turismo deportivo

El turismo deportivo puede definirse como las personas o el grupo de personas que participan activa o pasivamente (es decir, en calidad de espectadores) en un deporte competitivo o recreativo, viajando y residiendo temporalmente en lugares distintos de su entorno habitual..

d. Turismo de pueblos

Esta forma de turismo consiste en turistas que residen en pueblos o cerca de ellos y se familiarizan con los modos de vida tradicional de la población. El pueblo puede servir también de base desde la que los turistas exploran la zona colindante.

e. Turismo gastronómico

El turismo gastronómico consiste en visitas que se hacen a ciertos lugares (urbanos o rurales) motivados por el deseo de consumir alguna especialidad de la cocina local.

f. Turismo rural

Comprende el conjunto de actividades turísticas de recepción, hospitalidad y otras ofrecidas por residentes en zonas rurales. De esta forma, actúa como un complemento de actividades productivas tradicionales, generando nuevas oportunidades a la población residente (Secretaría Nacional de Turismo, 2008).

g. Turismo sostenible

El turismo sostenible en su sentido más puro, es una industria comprometida a hacer un bajo impacto sobre el medio ambiente y la cultura local, al tiempo que contribuye a generar ingresos y empleo para la población. El desarrollo del turismo sostenible responde a las necesidades de los turistas y de las regiones anfitrionas presentes, a la vez que protege y mejora las oportunidades del futuro. Está enfocado hacia la gestión de todos los recursos de manera que satisfagan todas las necesidades económicas, sociales y estéticas, y a la vez que respeten la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas de soporte de la vida (Tapia, 2005).

h. Ecoturismo y Turismo de naturaleza

Es la modalidad turística ejercida por personas naturales, jurídicas o comunidades legalmente reconocidas, previamente calificadas para tal efecto, a través de una serie determinada de actividades turísticas, en áreas naturales, que correspondan o no al Sistema Nacional de Áreas Protegidas, con el objeto de conocer la cultura de las comunidades locales afincadas en ellas y/o la historia natural del ambiente que les rodea. Dichas actividades se ejercen con las precauciones necesarias para no alterar la integridad de los ecosistemas ni la cultura local y que generan oportunidades económicas que permiten la conservación de dichas áreas y el desarrollo de las comunidades locales, a través de un compromiso compartido entre las comunidades, las personas naturales o jurídicas privadas involucradas, los visitantes y el Estado. Para esta línea de producto, se relacionaron las siguientes variantes de producto tales como Parques Nacionales, Reservas y Bosques Privados; Ríos, lagos, lagunas y cascadas; Observación de Flora y Fauna (donde sobresale la Observación de Aves, Mamíferos marinos, Mariposas, Orquídeas (PLANDETUR, 2007).

C. EVALUACIÓN DEL POTENCIAL TURÍSTICO

1. Potencial turístico

El potencial turístico de una región depende de la valoración que se realiza sobre sus recursos, así como del nivel de estructuración de sus atractivos en productos turísticos, la valoración de los recursos incluye, como etapa previa, la elaboración de un inventario que integre la información descriptiva más relevante de dichos recursos (Maass, 2009).

2. Evaluación turística

La evaluación del potencial turístico de una zona permitirá determinar el territorio correspondiente en el que se llevará a cabo el proyecto de desarrollo turístico, una evaluación precisa del potencial turístico del territorio constituye una excelente base de adopción de decisiones para los organismos de desarrollo, ya que les permitirá minimizar los riesgos de implicarse en malas inversiones (Tierra, 2009).

a) Metodología de evaluación

Evaluar el potencial turístico de un territorio conlleva dos fases fundamentales:

El análisis de la situación turística existente, una fase en la que se examina la oferta, la demanda, la competencia y las tendencias del mercado.

El diagnóstico que comparando los resultados del análisis de la situación, permitirá identificar los puntos fuertes y débiles del territorio, las oportunidades y los riesgos, y por último, decidir la conveniencia de desarrollar o no el turismo en la zona.

Estas dos fases implican la recogida, tratamiento y explotación de la información interna y externa (Zimmer & Grassmann, 2005).

3. Inventario turístico de los atractivos naturales y culturales

a. Definición de inventarios turísticos

El inventario de atractivos turísticos es el proceso mediante el cual se registra ordenadamente los factores físicos, biológicos y culturales que como conjunto de atractivos, efectiva o potencialmente puestos en el mercado, contribuyen a confrontar la oferta turística del país. Proporcionan información importante para el desarrollo del turismo, su tecnificación, evaluación y zonificación en el sentido de diversificar las áreas del desarrollo turístico. (Ministerio de Turismo, 2004).

EL Ministerio de Turismo considera que “es la identificación de los atractivos turísticos se lleva a cabo normalmente mediante la confección de un listado de atractivos y emplazamiento con potencialidad y posibilidad de explotación turística, por ello se procede a la elaboración de un Inventario o Catalogo de atractivos turísticos, es decir, una relación de los recursos turísticos de

una área territorial determinada, donde los mismos se enumeran, clasifican y describen mediante una metodología” (Ministerio de Turismo, 2004).

b. Atractivo turístico

Son recursos turísticos que tengan elementos aptos para la explotación del turismo, esto es, dotados al menos con accesos y preferiblemente con servicios básicos (PLANDETUR, 2007).

c. Facilidades turísticas

Comprenden el conjunto de bienes y servicios que hacen posible la actividad turística. Se refiere a las instalaciones donde los visitantes pueden satisfacer sus necesidades y los servicios complementarios para la práctica del turismo (Ministerio de Turismo, 2004).

4. Etapas para elaborar el inventario de atractivos

a. Clasificación de los atractivos

Consiste en identificar claramente la categoría, tipo y subtipo al cual pertenece el atractivo a inventariar.

b. Recopilación de la información

En esta etapa se selecciona tentativamente los atractivos para lo cual se investigan sus características relevantes. Esta fase de investigación es documental, cuya información debe obtenerse en las oficinas relacionadas con su manejo.

c. Trabajo de campo

Consiste en visitas, a efectuarse a los sitios para verificar la información sobre cada atractivo. Es el procedimiento mediante el cual se le asignan las características al atractivo.

El trabajo de campo debe ordenarse en función de los desplazamientos para estimar el tiempo total que demande esta actividad. Es recomendable dirigirse a las oficinas públicas que pueda dotar de información adicional, como municipios y consejos cantonales, gobernaciones, casas parroquiales así como de informantes locales, tratar de visitar con alguno de ellos el atractivo, del que se harán al menos 5 fotografías.

d. Evaluación y Jerarquización

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

El proceso de evaluación conduce a la asignación de una jerarquía.

La jerarquía viene dada en 4 parámetros representados en números romanos del I al IV y se establece a partir de la suma de los valores asignados a cada factor, y en función de los puntos obtenidos se determina el rango jerárquico donde se ubica el atractivo, para lo cual deberán responder aproximadamente a la siguiente descripción dependiendo de los valores que se le asigne en la evaluación a cada atractivo inventariado.

Tabla N° 1 Calificación de atractivos

| JERARQUÍA | PUNTOS | SIGNIFICADO DEL ATRACTIVO |
|----------------------|-----------------|---|
| JERARQUÍA IV | 76 a 100 | Atractivo excepcional de gran significado para el mercado turístico internacional, capaz por si solo de motivar una importante corriente de visitantes actual o potencial. |
| JERARQUÍA III | 51 a 75 | Atractivo con rasgos excepcionales en un país, capaz de motivar una corriente actual o potencial de visitantes del mercado interno, y en menor porcentaje el internacional, ya sea por si solos o en conjunto con otros atractivos continuos. |
| JERARQUÍA II | 26 a 50 | Atractivo con algún rasgo llamativo , capaz de interesar a visitantes de larga distancia, ya sea del mercado interno, y receptivo, que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas actuales o potenciales, y atraer al turismo fronterizo de esparcimiento. |
| JERARQUÍA I | 1 a 25 | Atractivos sin mérito suficiente para considerarlos a nivel de las jerarquías anteriores, pero que igualmente forman parte del patrimonio turístico como elementos que puedan complementar a otros de mayor jerarquía en el desarrollo y |

| | | |
|--|--|---|
| | | funcionamiento de cualquiera de las unidades que integran el espacio turístico. |
|--|--|---|

Nota: Metodología para inventarios de atractivos turísticos, MINTUR, 2004

5. El sistema turístico

El sistema turístico tiene un evidente enfoque de destino y está integrado por 6 subsistemas: superestructura, demanda, atractivos, equipamiento, infraestructura y comunidad local los que interactúan entre sí con el fin de alcanzar un objetivo común “se inicia en el encuentro de la oferta con la demanda a través de un proceso de venta del producto turístico, que junto con la infraestructura forman la estructura de producción del sector” (Boullón, 2006).

6. Oferta y Demanda

a. Análisis de la Oferta

La oferta turística está integrada por el conjunto de productos y servicios turísticos que la empresa turística oferta en el mercado. La oferta turística está condicionada por las peculiaridades propias de los productos que se intercambian en los mercados turísticos.

La oferta turística como la cantidad de bienes y de servicios que una empresa (o conjunto de empresas) está apta para producir y colocar en el mercado, ha determinado precio con determinada calidad, en determinado lugar y por determinado período de tiempo.

El turismo busca conocer cierto atractivo pero para eso necesita consumir un conjunto de otros elementos que están involucrados directa o indirectamente en el proceso (Arruda & Castelo, 2012).

b. Tipos de oferta turística

1) Oferta turística básica

La oferta turística básica está compuesta por aquellos bienes y servicios de carácter exclusivamente turístico (agencias de viaje, alojamiento, transporte, etc.).

2) Oferta turística complementaria

La oferta turística complementaria está compuesta por aquellos bienes que no son únicamente turísticos, pero que aun así son demandados por los turistas y complementan el producto turístico final (restauración, deportes, ocio, comercio, etc.) (Cobarcos, 2006).

c. Demanda turística potencial

La demanda turística es aquella formada por todas las personas que practican la actividad turística. La demanda turística en función de la posible motivación de las personas a viajar.

Siguiendo este criterio se divide la demanda turística en demanda efectiva (formada por el número total de personas que participan de la actividad turística), demanda no efectiva (formada por aquel sector de la población que no viaja por algún motivo) y la no demanda (que estaría integrada por las personas que no desean viajar) (Ruiz, 2007) .

La Demanda Potencial es el volumen máximo que podría alcanzar un producto o servicio en unas condiciones y tiempo determinado, y se expresa en unidades físicas o monetarias, es la hipótesis respecto a cuantos individuos son posibles compradores del producto y se forma a partir de demandas individuales (Rubira, 2013).

d. Determinación del universo y la muestra de la demanda potencial

Según Tierra (2010) para determinar el universo y la muestra de la demanda turística, se debe considerar:

1) Universo o población

Se conoce como universo o población al conjunto total del conglomerado humano que se investiga

2) Muestra

La muestra es la parte del universo. Por ser considerado como muestra, el grupo escogido debe ser representativo, es decir sus características han de ser similares a las de la población de la cual se extrae, de tal manera que los resultados de la investigación serán válidos para toda la población o universo.

Para el cálculo de la muestra se sugiere emplear el muestreo probabilístico en cualquiera de sus formas, por cuanto la información obtenida puede ser ampliada a la muestra en función del grado de error muestral que se haya aceptado previamente. La fórmula a emplear es la siguiente:

$$n = \frac{(P * Q) (N)}{(N - 1) (e/z)^2 + P * Q}$$

Dónde:

n= Tamaño de la muestra

N= Universo de estudio

p= Probabilidad de concurrencia

q= Probabilidad de no concurrencia

e= Margen de error

z= Nivel de confianza

3) Encuesta y análisis de resultados

Una de las herramientas más utilizadas para realizar la investigación de mercado es la encuesta, en ella se trasladan las preguntas que se requieren averiguar del mercado/cliente; las preguntas deben ser claras, concretas y breves. Se considera:

- a) Diseñar la encuesta de acuerdo con la naturaleza de la información requerida, debidamente detallada.
- b) Definición del prototipo de encuesta.
- c) Selección de las personas idóneas para proporcionar la información.
- d) Validación de la encuesta con un grupo de informantes, con el propósito de establecer si se requieren ajustes; para obtener la información que se necesita, antes de aplicarla a toda la muestra.
- e) Procesamiento e interpretación de resultados.

- f) Cuantificación de la información a través del proceso de revisión, clasificación y tabulación de datos obtenidos.
- g) De forma analítica y gráfica, se realiza la interpretación de cada uno de los datos analizados individualmente y en conjunto.

4) Perfil del turista

El perfil del visitante es una investigación de mercado cuantitativa que a través de una muestra representativa de la población en estudio, suministra información acerca del visitante al Estado.

Se realiza a través de encuestas a visitantes en puntos de interés (atractivos) en los principales destinos del Estado (Dirección General de Planeación México, 2013)

5) Oferta vs Demanda

El balance demanda-oferta, es la determinación de la demanda insatisfecha que consiste en la diferencia entre la demanda y la oferta potencial. Si esta diferencia resulta negativa entonces se considera que el mercado tiende a ser desfavorable. Si resulta positiva se considera que el mercado del producto o servicio puede ser favorable y entonces se procede a determinar la demanda objetivo del proyecto que normalmente es un porcentaje (menor al 100%) del balance si este resultó favorable (Tierra, 2010).

D. DISEÑO DE UN PRODUCTO TURÍSTICO

Es el conjunto de componentes tangibles más los intangibles que ofrecen beneficios capaces de atraer a grupos determinados de turistas, porque satisfacen sus expectativas relacionadas con su tiempo libre (Oñate, Ricaute, & Lozano, 2006).

Se encuentran conformado por el conjunto de bienes y servicios que se ofrecen al mercado, para un confort material o espiritual, en forma individual o en gama muy amplia de combinaciones resultante de las necesidades, requerimientos o deseos de un consumidor al que llamamos turista. Se puede decir así, que el producto turístico se conforma por la oferta turística de un destino, que a su vez la componen el conjunto de atractivos, bienes, servicios y facilidades capaces de atraer al visitante (Cárdenas, 2008).

a. Desarrollo del producto turístico

El producto turístico debe comprender los siguientes elementos:

- Generación de ideas de empleados, clientes, distribuidores, proveedores y competidores.
- Selección de ideas
- Desarrollo y evaluación de concepto con el potencial (Target)
- Formulación de la estrategia de mercadeo
- Análisis del negocio (revisión de los costos, proyecciones de ventas y rentabilidad)
- Comercialización y evaluación (López, 2002)

El producto turístico, frente a un mercado exigente y dinámico, debe percibirse como:

- Creativo

A la vez funcional, esto es, que se adapte a los requerimientos de la demanda.

- Diferenciado

Con valores agregados, entendidos estos como aquel “plus” que se otorga y por el que no se cobra.

- Único

En el entorno cambiante

- Innovador

Posibilidad de recrearse en función de la aparición de nuevas necesidades y expectativas

- Competitivo

Adecuada relación calidad- precio. Aquel que tiene la mayor calidad posible al menor precio posible (López, 2002).

b. Paquete turístico

Conjunto de facilidades, servicios y actividades que se estructuran de manera articulada y que satisfacen necesidades o deseos de los consumidores turísticos.

El “paquete” incluye gran variedad de facilidades y servicios complementarios adaptados a la necesidad del cliente. Posibilita programar la oferta para crear un producto turístico nuevo. Es una combinación de servicios que generalmente se compran por separado, (transporte, alojamiento, comidas, diversiones) pero que se ofrecen como un producto único integrado, con precio fijo y en una sola transición (López, 2002).

En un sentido aplicado al tema de producto, un paquete turístico que se ofrece contemplando opciones y condiciones diferentes de prestación de servicios.

Es usual encontrar una amplia gama de posibilidades que resumen así:

- Tipo de facilidades y servicios: alojamiento, transporte, alimentación, esparcimiento
- Plan de alimentación: continental, americano, europeo, continental modificado
- Tipo de acomodación: sencilla (SGL), doble (DBL), suite, vista a la playa
- Número de noches y días
- Período de vigencia
- Tours y /o actividades adicionales u opcionales (López, 2002)

1) **Características**

- Se nutre de las características del producto (destino) y de los paquetes
- Implica una cadena de producción y servicio, por lo que es integral
- Cada plan, en esencia, no posee carácter de diferenciación
- Se ofrece con frecuencia bajo el sello de una marca establecida

1. **Generalidades de producto / servicio**

Un producto es un conjunto de características tangibles. Los consumidores tienden a ver los productos como conjuntos complejos de beneficios que satisfacen sus necesidades centrales de los consumidores que el producto satisfará; luego debe diseñar el producto real y encontrar formas de aumentarlo, ofreciendo servicios y beneficios adicionales al consumidor para mayor satisfacción de los mismos (Klotler, Armstrong, 2003).

a. **Calidad del producto**

La calidad es una de las principales herramientas de posicionamiento del mercadólogo. Este tiene dos dimensiones: nivel y consistencia. Al desarrollar un producto, la empresa debe escoger un nivel de calidad que apoye la posición del producto en el mercado meta.

Las empresas escogen un nivel de calidad congruente con las necesidades del mercado y con los niveles de calidad de los productos de la competencia (Alegre & Llorenc, 2006).

b. Características del producto turístico

Un producto se puede ofrecer con características variables. La empresa puede crear productos de más alto nivel al añadir más características. Estas generalmente son una herramienta competitiva para diferenciar el producto de la empresa de los productos de los competidores. Los productos turísticos poseen las siguientes características:

1) Intangibilidad y tangibilidad

Los productos turísticos tienen unas componentes tangibles y otras intangibles. La tangibilidad se observa en la cama de un hotel, el overbooking, la calidad de la comida. La parte tangible la constituye el producto turístico en sí, tal y como es ofrecido por la empresa de servicios turísticos.

La intangibilidad se deduce del hecho de que las características de los componentes de un producto turístico no se pueden testar por medio de los sentidos. Los turistas generan expectativas, imaginan cómo es el producto, qué uso le darán, y qué resultados esperan obtener. Este componente de intangibilidad hace que los consumidores no estén seguros de lo que compran, ni del beneficio que realmente van a obtener cuando consuman el producto (Alegre & Llorenc, 2006).

2) Caducidad

Los productos turísticos no se pueden almacenar.

3) Agregabilidad y sustituibilidad

El producto turístico se forma a partir de la agregación de varios componentes, alguno de los cuales se puede sustituir por otro de forma inmediata.

4) Heterogeneidad

El producto turístico está formado por muchas partes, y condicionado por muchos factores.

5) Subjetividad, individualidad, inmediatez y simultaneidad de producción y consumo

Es subjetivo porque depende de las condiciones en que estén clientes y prestatario en el momento del consumo. Las satisfacciones que produce son individuales y distintas de unas personas a otras; su consumo es simultáneo a su fabricación real, de manera que el producto se crea realmente al mismo tiempo que se consume (Alegre & Llorenc, 2006).

c. Estrategias para el producto turístico

Tendrá que decidir si se dirige a nuevos mercados o hacia los actuales, y por otro lado, las acciones sobre el mercado escogido pueden realizarse con los productos actuales o con nuevos productos. Si se combinan estas opciones, se consiguen cuatro estrategias turísticas.

1) Estrategia de penetración

Incrementar la cuota global del mercado, ofertando el mismo producto existente sin incorporar ninguna modificación o mejora.

2) Estrategia de desarrollo del producto turístico

Actuar sobre los mercados turísticos actuales, incorporando nuevos productos que surjan como variaciones de los productos turísticos existentes. Extensiones en la línea básica o con productos sustitutivos.

3) Estrategia de extensión del mercado turístico

Utilizar el mismo producto turístico, intentando atraer nuevos consumidores turísticos, bien por su oferta a regiones poco explotadas hasta el momento, o bien por la identificación de nuevos segmentos del mercado sobre los que no se habían realizado las acciones adecuadas.

4) Estrategia de diversificación turística

a) Horizontal

Mayor cobertura del mercado turístico con una amplia gama de productos turísticos para clientes con comportamientos similares a los ya existentes.

b) Vertical

Los nuevos productos actualmente desarrollados pero las organizaciones logran captar nuevos mercados de forma que las nuevas actividades desarrolladas no se diferencian demasiado de las actuales.

c) Concéntrica

Prestación más integrada de todos los servicios que componen el producto turístico, dotando de mayor homogeneidad la calidad e imagen de la organización turística en los mercados turísticos, y con ello, innovar y desarrollar su cartera de productos, y atraer a nuevos consumidores turistas.

Supone el desarrollo de nuevos productos, basados en la satisfacción de nuevos clientes, con nuevos destinos turísticos y con la incorporación de actividades turísticas nuevas, muchas veces con escasa relación con la actividad principal desarrollada por la organización turística (Alegre & Llorenc, 2006).

2. Diseño de un producto turístico

Para diseñar un producto:

a. Diseño o borrador del proceso turístico (viaje)

Se analiza la viabilidad global del mismo, mediante el estudio de los factores internos de la empresa, y los factores externos del destino turístico, realizando un presupuesto económico aproximado. Si la programación se enfoca a la demanda no hay un problema de riesgo de venta,

el único problema es la diferencia de empresas competidoras. Realmente el problema aparece cuando la programación se realiza ajustándola a la oferta disponible, ya que pueden aparecer excedentes de producción al final del proceso.

b. Diseño de programación o planificación del producto o servicio

En el que una vez analizada la viabilidad económica y técnica del producto, se establece la cantidad de elementos del mismo. Posteriormente se realiza el itinerario, integrando los productos turísticos que se ofertan, las actividades y las relaciones de tiempo.

c. Elección de proveedores y establecimientos

Consiste en determinar específicamente las empresas subcontratadas o asociadas que van a participar en el proceso de producción, para lo cual se recomienda una inspección de las empresas de destino turístico que determine la calidad, la forma de prestación de los servicios y el precio.

3. Marketing mix

El marketing mix es el conjunto de herramientas que la empresa usa para alcanzar sus objetivos de marketing en el mercado meta. El término mix no debe ser interpretado solo en el sentido de mezcla, si no como una combinación coordinada.

El marketing mix puede definirse como la capacidad de escoger y combinar, de forma adecuada, los distintos instrumentos (también conocidos como variables, herramientas o elementos) de que dispone la empresa, en función de la información existente y con el fin de conseguir los objetivos empresariales establecidos. McCarthy quien lo denominó la teoría de las cuatro “p” ya que utiliza cuatro variables, cuyas iniciales en inglés empiezan por “p” (Ojeda & Mármol, 2012).

a. Producto

Todo elemento, tangible o intangible, que satisface un deseo o una necesidad de los consumidores o usuarios y que se comercializa en un mercado (Soriano, 1990).

Un producto se define como el conjunto de atributos físicos y psicológicos (tangibles e intangibles) que el consumidor considera que tiene un determinado producto o servicio (o la combinación de ambos) para satisfacer sus deseos o necesidades (Ojeda & Mármol, 2012).

b. Precio

Por precio debe entenderse no solamente la cantidad de dinero que un consumidor paga por adquirir un producto o utilizar un servicio, sino también el tiempo, esfuerzo y molestias necesarios para obtenerlo o involucrados en su disfrute (Serra, 2010).

c. Distribución (plaza)

La distribución en turismo tiene como misión facilitar al potencial cliente la posibilidad de efectuar reservas. Las decisiones sobre distribución suelen ser decisiones a largo plazo y no son fácilmente reversibles. Existen una serie de factores condicionantes, tales como las características del producto y el mercado, los recursos disponibles por parte de la empresa, las formas más habituales de distribución dentro del sector, etc., que la empresa debe evaluar dado que limitan las posibilidades de elección del canal de distribución (Serra, 2010).

d. Promoción

La promoción engloba todo el conjunto de actividades que tratan de comunicar la existencia y beneficios de un determinado producto turístico y persuadir al consumidor para que lo compre. La promoción puede intentar también crear una buena imagen de nuestra empresa o destino e incrementar su notoriedad (Serra, 2010).

4. Viabilidad ambiental

Los análisis de viabilidad focalizan su atención en las relaciones que se pueden establecer entre intervención propuesta y el medio intervenido. Se entiende por medio (o ambiente), el espacio de referencia destinatario del proyecto, aquél donde se verifican sus resultados y sus impactos. La viabilidad ambiental ha tomado en las últimas décadas una dimensión tal que lo independiza de los estudios y análisis de pre inversión para constituirlo en objeto de estudio autónomo, con metodologías específicas y una relevancia jerárquica tal que impone su desarrollo en forma exhaustiva y con formatos y requerimientos singulares (Sombrero, 2009).

a. Estudio de impacto ambiental

Es un estudio técnico, objetivo, de carácter pluri e interdisciplinario que se realiza para predecir los impactos ambientales que pueden derivarse de la ejecución de un proyecto, actividad o decisión política permitiendo la toma de decisiones sobre la viabilidad ambiental misma (Briseño, 2008).

b. Tipos de impacto ambiental

Existen diversos tipos de impactos ambientales pero fundamentalmente se pueden clasificar de acuerdo a su origen en los provocados por:

- 1) El aprovechamiento de los recursos naturales ya sean renovables, tales como el aprovechamiento forestal o la pesca; o no renovables, tales como la extracción del petróleo o del carbón.
- 2) Contaminación; todos los proyectos que producen algún residuo (peligroso o no), emiten gases a la atmosfera o vierten líquidos al ambiente.
- 3) Ocupación de territorio: los proyectos que al ocupar un territorio modifican las condiciones naturales por acciones tales como desmonte compactación del suelo y otras (Secretaría del Medio Ambiente y Recursos Naturales, 2013).

c. Matriz de Leopold

El modelo más utilizado es la llamada Matriz de Leopold, que consiste en un cuadro de doble entrada en el que se dispone como filas los factores ambientales que pueden ser afectados y como columnas las acciones propuestas que tienen lugar y que pueden causar posibles impactos.

Cada celda (producto de la intersección de filas y columnas) se dividen en diagonal, haciendo contra en la parte superior la magnitud del impacto (M) y en la parte inferior la intensidad o grado de incidencia del impacto (I).

Según sea la valoración para M: Magnitud del impacto medido en una escala ascendente de 1 a 10, precedido del signo + ó -, si el impacto es positivo o negativo respectivamente.

Según sea la valoración para I: incidencia del impacto medido en una escala ascendente de 1 a 10.

La suma de los valores que arrojen las filas indicará las incidencias del conjunto sobre cada factor ambiental, mientras que la suma de los valores de las columnas, arrojará una valoración relativa del efecto que cada acción producirá al medio.

De esta manera la matriz de Leopold se convierte en eje del estudio del impacto ambiental a la hora de evaluar la magnitud e importancia y formará parte de estructura de la evaluación de impacto ambiental (Dellavedova, 2011).

E. ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL

1. Organización

La palabra organización tiene tres acepciones; la primera, etimológicamente, proviene del griego “organon” que significa instrumento; otra se refiere a la organización como una entidad o grupo social; y otra más que se refiere a la organización como un proceso. Esta etapa del proceso administrativo se basa en la obtención de eficiencia que solo es posible a través del ordenamiento y coordinación racional de todos los recursos que forman parte del grupo social (Candela, 2008).

2. Administración

Según Robbins y de Cenzo definen el término administrativo como el proceso de conseguir que se hagan las cosas con eficiencia y eficacia, mediante otras personas y junto con ellas.

Según Bateman y Snell muestran a la administración siendo un proceso de trabajo con las personas y con los recursos para cumplir con los objetivos organizacionales. Los buenos administradores llevan a cabo estas funciones de forma eficaz y eficiente (Gallardo, 2009).

3. Marco legal

El marco legal faculta a la autoridad correspondiente para que lleve a cabo labores de administración de conformidad a la estructura detallada dentro de sus mismas provisiones.

El marco legal proporciona las bases sobre las cuales las instituciones construyen y determinan el alcance y naturaleza de la participación política. En el marco legal regularmente se encuentran en buen número de provisiones regulatorias y leyes interrelacionadas entre sí.

Su fundamento en muchos países es la constitución como suprema legislación que se complementa con la legislación promulgada por un parlamento o legislatura donde incluye leyes, códigos penales y regulaciones (Francisco, 2011).

F. VIABILIDAD ECONÓMICA Y FINANCIERA

1. Análisis financiero

Procedimiento utilizado para evaluar la estructura de las fuentes y usos de los recursos monetarios. Se aplica para establecer las modalidades bajo las cuales se mueven los flujos de efectivo y explicar los problemas y circunstancias que en ellos fluyen.

El análisis financiero es una herramienta que permite realizar comparaciones relativas de distintos negocios y facilita la toma de decisiones de inversión, financiamiento, planes de acción, control de operaciones, reparto de dividendos entre otros (León, 2009).

2. Análisis económico

Método para separar examinar y evaluar tanto cuantitativamente como cualitativamente las interrelaciones que se dan entre los distintos agentes económicos, así como los fenómenos y situaciones que de ella se derivan; tanto al interior de la economía como en su relación con el exterior (Manzano, 2014).

a. Inversiones

Se refiere a los gastos en material que son amortizaciones a lo largo de los años. Su sentido es el de gastos de cuantía importante en elementos que son realmente un patrimonio (Manzano, 2014).

b. Gastos

Se refiere a las salidas de dinero que se incurren a lo largo de los años para dar un servicio o crear un producto. Estos gastos se suelen dividir entre recurrentes (los que se producen aunque no exista actividad en la empresa y los operativos (incurren por hecho de la empresa fabrique y venda) (Manzano, 2014).

c. **Ingresos**

La empresa en el ejercicio de su actividad presta servicios y bienes al exterior. A cambio de ellos percibe dinero o nacen derechos de cobro a su favor, que hará efectivos en las fechas estipuladas. Se produce un ingreso cuando aumenta el patrimonio empresarial y este incremento no se debe a nuevas aportaciones de los socios (Fernández, Aparicio, & Cervera, 2015).

3. **Análisis financiero**

El análisis financiero es una herramienta que permite realizar comparaciones relativas de distintos negocios y facilita la toma de decisiones de inversión, financiamiento, planes de acción, control de operaciones, reparto de dividendos entre otros (León, 2009).

a. **Flujo de caja**

Un flujo de caja es la presentación sobre un cuadro en cifras para diversos períodos hacia el futuro, y para diversos ítems o factores de cuándo va a entrar o salir físicamente, dinero. Se obtiene de la suma de los ingresos totales actualizados menos los egresos totales actualizados.

Flujo de caja=ingresos actualizados-egresos actualizados (Botero, 2010)

b. **Valor actual neto**

Por valor actual neto de una inversión se entiende la suma de los valores actualizados de todos los flujos netos de caja esperados del proyecto, deduciendo el valor de la inversión inicial.

VAN= Sumatoria de ingresos descontados-Sumatoria de desembolsos descontados (Manzano, 2014).

c. **Tasa interna de retorno (TIR)**

Se denomina tasa interna de rentabilidad (T.I.R) a la tasa de descuento que hace que el valor actual neto (VAN) de una inversión sea igual a cero (VAN=0). Este método considera que una inversión es aconsejable si la T.I.R resultante es igual o superior a la tasa exigida por el inversor y entre varias alternativas, las más convenientes será aquella que ofrezca una T.I.R mayor (Manzano, 2014).

$$TIR = i1 + (i1 - i2) \frac{van 1}{van 1 - van 2}$$

d. Periodo de recuperación

Es el periodo de tiempo o número de años que necesita una inversión para que el valor actualizado de los flujos netos de caja, igual al capital invertido. Para obtener el periodo de recuperación del capital se divide 100 para la tasa interna de retorno. Así, el periodo de recuperación del capital se manifiesta en periodo de años y meses.

Payback=100/TIR (Garrido, 2006)

e. Relación costo beneficio

La relación costo beneficio toma ingresos y egresos presentes netos del estado de resultado, para determinar cuáles son los beneficios por cada peso que se sacrifica en el proyecto. La relación beneficio/costo es un indicador que mide el grado de desarrollo y bienestar que un proyecto puede generar una comunidad (Manzano, 2014).

$$B/C = \frac{\text{Sumatoria de ingresos descontados} + \text{Valor salvamento descotado}}{\text{Sumatoria de egresos descontados} + \text{Inversiones descontado}}$$

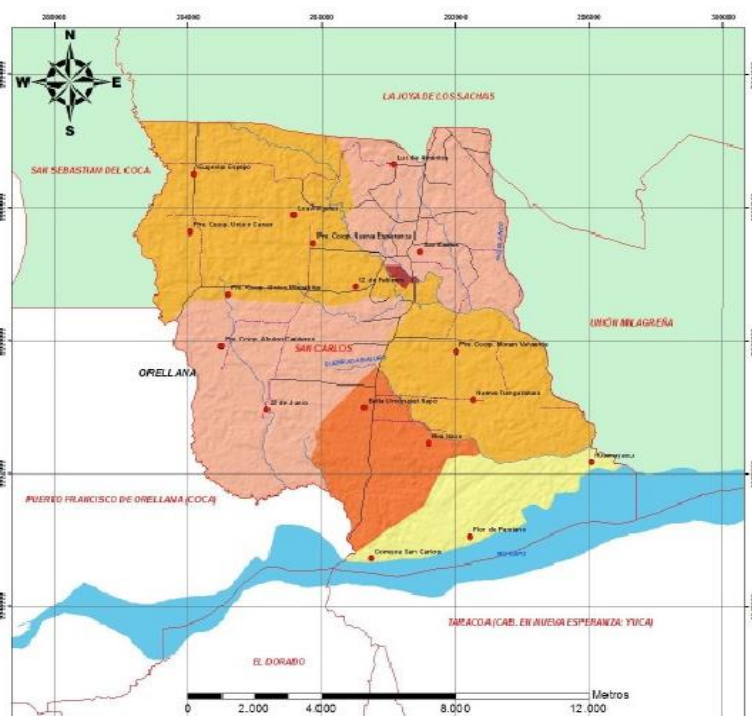
V. MATERIALES Y MÉTODOS

A. CARACTERIZACIÓN DEL LUGAR

1. Localización

La parroquia San Carlos se encuentra ubicada en el cantón Joya de los Sachas, forma parte de la

Provincia de Orellana ubicada al nororiente de la región amazónica ecuatoriana.



2. Ubicación geográfica

Figura N° 1 Mapa de ubicación geográfica

La parroquia San Carlos se encuentra ubicada dentro de las coordenadas geográficas: 77° 17' de longitud oeste, 0° 3' de latitud sur y 76° 49' de longitud oeste, 1° 9' de latitud sur, altitudinalmente su rango va desde los 100 a los 720 msnm.

3. Superficie y límites

La parroquia San Carlos tiene una superficie de 13.347,41 ha.

Sus límites son:

Norte: Joya de los Sachas

Sur: Rio Napo

Este: Cantón La Joya de los Sachas y Unión Milagreña

Oeste: San Sebastián del Coca (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de San Carlos, 2015).

4. Características climáticas

La parroquia San Carlos tiene un clima esencialmente tropical cálido húmedo, con una temperatura promedio entre los 18° a 25.6 °C. El nivel de precipitación promedio anual gira en torno a los 3.300 mm, con una distribución bastante regular durante todo el año.

Los meses de marzo hasta junio, noviembre y diciembre son los más lluviosos alcanzando hasta los 300mm, siendo agosto el mes más seco. Como parte del clima tropical su humedad relativa es

también alta situándose en valores cercanos al 80% manteniéndose relativamente constante durante todo el año (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de San Carlos, 2015).

5. Clasificación ecológica

El cantón Joya de los Sachas está inmerso en el gran ecosistema amazónico. Considerando las clasificaciones adoptadas por el Ministerio del Ambiente, 2012, se pueden identificar 4 ecosistemas principales, entre terrestres y acuáticos.

Tabla N° 1 Clasificación ecológica

| | ECOSISTEMAS | Características | Extensión | Porcentaje |
|-----------|---|--|-------------|------------|
| TERRESTRE | Busque Húmedo Amazónico (bosque siempre verde de tierras bajas) | Conformado por formaciones de bosques maduros densos y una alta biodiversidad, con árboles que alcanzan gran altura, diámetro y densidad | 610.052 has | 86,57% |
| | Bosque Húmedo Amazónico Inundable (por aguas blancas o negras) | Ubicados junto a ríos o sistemas lacustres y que se inundan con frecuencia | 77.255 has | 10,96% |
| ACUÁTICO | Humedales (bosque inundable de palmas de tierras bajas) | Gran importancia ecológica por la biodiversidad que contienen y los bienes y servicios que brindan al ecosistema regional | 165 has | 0,02% |
| | Ríos y esteros continentales (cursos de agua permanentes) | Constituyen uno de los subsistemas naturales más importantes en la zona, sobre en términos socio-económicos para la población local. | 17.230 has | 2,45% |

Nota: INFOPLAN 2001, Sierra 1999, MAE 2008

6. Características del suelo

Debido a su gran extensión, la región amazónica se caracteriza por presentar varias unidades geológicas claramente diferenciadas por su material parental y relieve. Se ha identificado un total de 30 diferentes tipos de suelos en el cantón, donde predominan los suelos rojos y

arcillosos, caracterizados por disponer de una capa de hojarasca muy delgada en diversos estados de descomposición, textura franco arcillosas en superficies y muy arcillosas en profundidad. Son poco permeables, con pobreza química y baja fertilidad, que determinan su restricción en los cultivos (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de San Carlos, 2015).

7. Materiales y equipos

a. Materiales

Resma de papel, CD's, libreta de apunte, esferos, lápiz, carpetas, papelotes, cinta adhesiva, cartulinas, flash memory.

b. Equipos

Cámara fotográfica, tarjeta de memoria, laptop, impresora, GPS.

B. METODOLOGÍA

1. Para el cumplimiento del primer objetivo: Elaborar la evaluación del potencial turístico de la parroquia San Carlos

a. Diagnóstico situacional

De acuerdo a la metodología de la Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo 2015, se realizó el diagnóstico en base a la recopilación de información secundaria, la información primaria para los ámbitos: bio-físico, socio-cultural, económico, asentamientos humanos, movilidad, energía y conectividad; político institucional y participación ciudadana a través del plan de desarrollo y ordenamiento parroquial de la parroquia San Carlos, para lo cual se revisará el PDOT.

b. Identificación de la oferta turística

Se analizaron los componentes que conforman la oferta turística de la parroquia San Carlos tales como:

1) Inventario de atractivos turísticos

Se realizó 4 visitas de campo a los sitios naturales con el objetivo de actualizar el registro de las fichas de inventario turístico establecidas por la metodología MINTUR, así mismo se recopiló información del PDOT de la parroquia, guías turísticas del cantón, oferta turística cantonal del internet.

2) Clasificación de los atractivos

Se estableció el listado de recursos turísticos potenciales de la parroquia en conjunto con el personal técnico del GAD parroquial de San Carlos.

Se identificó los siguientes criterios: la categoría, tipo y subtipo al cual pertenece el atractivo de inventario, utilizando el cuadro de clasificación establecido por el Ministerio de Turismo para recursos naturales y recursos culturales.

3) Evaluación y Jerarquización

Se realizó de forma individual cada atractivo natural y cultural, con el fin de validar la calificación establecida en función de la información y las variables seleccionadas, las cuales tenemos: calidad, apoyo y significado, se valoró los atractivos objetiva y subjetivamente. Posteriormente se evaluó la asignación de una jerarquía, la cual consta de 4 parámetros representados en números romanos del I al IV y se estableció a partir de la suma de los valores asignados a cada factor y en función de los puntos obtenidos se determinó el rango jerárquico del atractivo.

4) Infraestructura básica

Se recopiló información secundaria sobre los bienes y servicios que forman parte de actividad turística del cantón, donde los visitantes satisfacen sus necesidades básicas como alimentación, hospedaje y servicios complementarios a través de los registros turísticos del Ministerio de

turismo y el Departamento de Gestión y Desarrollo Turístico del GAD-Municipal de la Joya de los Sachas.

5) **Planta turística**

El análisis de la planta turística se tomó como base el catastro de establecimientos turísticos registrados en el ministerio de turismo, el cual está integrado por establecimientos administrados por actividad pública o privada que prestan servicios básicos.

6) **Superestructura turística**

Se analizó el trabajo de las instituciones públicas, privadas y ONGs que se encuentran trabajando a favor del desarrollo turístico del cantón,

c. **Caracterización de la demanda turística**

Para el análisis de la demanda se tomó en cuenta el número de turistas que ingresaron al cantón Joya de los Sachas en el año 2015. El cálculo de la muestra se realizó en base a la fórmula que se detalla a continuación:

$$n = \frac{(P*Q) (N)}{(N-1) (e/z)^2 + P*Q}$$

Dónde:

n= Tamaña de la muestra

N= Universo de estudio

p= Probabilidad de concurrencia

q= Probabilidad de no ocurrencia

e=5,96% Margen de error

z= 1,96% Margen de confianza (Arboleda, 1998)

2,42

$$n = \frac{2358*0.25}{(2358) (0.05/1.96)^2 + 0.25}$$

n= 243 Nacionales

$$n = \frac{589,5}{\underline{\hspace{2cm}}}$$

$$n = \frac{50 * 0.25}{(50) (0.05/1.96)^2 + 0.25} = 0,2950$$

$$n = \frac{12,5}{1} = 12,5$$

n= 42 Extranjeros

Después de realizar las encuestas, se trabajó en Excel realizando la gráfica de cada pregunta.

1) Perfil del turista

Se tomó como base el resultado de las encuestas aplicadas anteriormente, con el objetivo de obtener información acerca del turista que visita la parroquia San Carlos, se determinó el perfil del turista nacional y extranjero.

2) Confrontación de la oferta vs demanda

A partir del estudio realizado, se procedió al análisis de la confrontación de la oferta y demanda, en donde se calculó si la oferta con la que cuenta el cantón Joya de los Sachas es suficiente para la demanda que llega al lugar, la demanda insatisfecha y en base a estos resultados se calculó la demanda objetiva.

3) Determinar las estrategias para el aprovechamiento del potencial turístico

Se realizaron 2 talleres participativos con la junta parroquial, donde se pudo identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas.

2. Para el cumplimiento del segundo objetivo: Diseñar técnicamente el producto turístico sostenible cultural

a. Diseño del producto

Para determinar el producto turístico a ofertar se realizó varias salidas de campo para constatar los atractivos naturales y culturales con potencial turístico priorizados en la validación de atractivos, así mismo se identificaron los servicios turísticos existentes en los diferentes recorridos, la infraestructura, facilidades y equipamiento (alojamiento, transporte, restauración, recreación etc.) como también las vías óptimas para acceder a los mismos.

Los paquetes fueron diseñados tomando en cuenta el potencial de cada atractivo que posee el cantón Joya de los Sachas.

Para el diseño de los paquetes se tomó en cuenta los siguientes parámetros:

- Nombre del paquete
- Tipo ruta
- Capacidad (número de pax)
- Duración (horas, días noches)
- Carácter (cultural)
- Tiempo de actividades (inicio, duración)
- Descripción de actividades (en orden de visita)
- Itinerarios (listados de atractivos naturales y culturales)
- Dificultad (fácil, moderado, difícil)
- Servicios que incluyen
- Servicios que no incluyen
- Precio (por número de pax)
- Observaciones
- Mapa y fotografía

El diseño del marketing mix se realizó de acuerdo a los datos obtenidos de las encuestas realizadas en el estudio de mercado. Se estableció las estrategias de promoción y canales de comercialización, y se realizó el mix de marketing a través del producto, además de la estructuración de precios, inserción en la plaza y manejo de promoción. Para determinar las estrategias de promoción se revisó las fuentes de información secundaria. Para difundir la ruta turística se elaboró material turístico. Para el diseño de la publicidad se utilizó Microsoft Publisher.

b. Viabilidad ambiental

Se evaluó el impacto ambiental, para lo cual se realizaron varias salidas de campo, se utilizó la matriz de Leopold la misma que permitió conocer las condiciones ambientales causa y efecto, se evaluó los impactos biológicos, socioculturales y económicos. Además se tomó en cuenta para la evaluación las disposiciones legales y reglamentarias del Texto Unificado de Legislación Secundaria del Medio Ambiente (TULAS), el cual tiene como objetivo el proteger el derecho de

la población a vivir en un ambiente sano además de asegurar la conservación y uso sustentable del capital natural del país.

3. Para el cumplimiento del tercer objetivo: Definir el estudio administrativo legal

Para el cumplimiento del cuarto objetivo se recurrió a fuentes de información secundaria, para el estudio administrativo legal del producto turístico sostenible, se analizó las competencias del GADM de la Joya de los Sachas. Se analizaron las leyes concernientes al desarrollo de la presente investigación entre ellas el COOTAD, Ley de Turismo, y el Reglamento General de Actividades Turísticas. A partir de este análisis se determinó las regulaciones y requisitos que son necesarios para la operación del producto turístico sostenible.

a. Estudio administrativo

Dentro del estudio administrativo se considera los siguientes aspectos:

1) Formulación filosófica y estratégica de la empresa turística, en este punto se determina la misión, visión, objetivos, estrategias y valores de la empresa. Para las estrategias se determinó estrategias de cambio para los nudos críticos priorizados, y estrategias de consolidación y competitivas para los factores claves de éxito priorizados.

2) Organigrama Funcional y estructural

3) Manual de Funciones

4) Reglamento para empleados y visitantes

b. Estudio legal

Para el estudio legal se tomó en cuenta el marco legal y normativa necesaria para la operación del producto turístico.

4. Para el cumplimiento del cuarto objetivo: Determinar la viabilidad económica y financiera.

Para el cumplimiento del último objetivo se tomó en cuenta las siguientes variables:

- a. Para el análisis económico se llevó a cabo mediante la determinación de:
- Activos fijos, diferidos y capital de trabajo
 - Fuentes de financiamiento y uso de fondos
 - Calculo de depresiones y amortizaciones
 - Presupuesto de costos y gastos
 - Costos e ingresos
 - Estado de resultados
 - Flujo de caja del proyecto
- b. Para el análisis financiero se realizó el cálculo de los siguientes:
- El valor actual neto (VAN) para tener la seguridad de que el proyecto generó un flujo de caja suficiente para cubrir la inversión social
 - La tasa de retorno (TIR) para identificar la rentabilidad del capital invertido
 - La relación beneficio-costos para determinar si el proyecto generó una relación de ganancias o pérdidas entre estos factores

VI. RESULTADOS

A. EVALUACIÓN DEL POTENCIAL TURÍSTICO

1. Diagnóstico situacional

a. Ámbito biofísico

1) Comunidades de la parroquia

La parroquia San Carlos está ubicada al sur del cantón la Joya de los Sachas provincia de Orellana, se encuentra localizada a 11 kilómetros de distancia de la cabecera cantonal. San Carlos está formada por 25 comunidades donde 2 de ellas no son aun legalizadas.

Tabla N° 2 Comunidades de la parroquia San Carlos

| N° | NOMBRE | LEGALIZADA |
|----|--|------------|
| 1 | Cabecera Parroquial | SI |
| 2 | Comunidad 12 de Febrero | SI |
| 3 | Comunidad 12 de Octubre | SI |
| 4 | Comunidad 22 de Junio | SI |
| 5 | Comunidad 24 de Mayo | SI |
| 6 | Comunidad Abdón Calderón | SI |
| 7 | Comunidad 24 de Noviembre | SI |
| 8 | Comunidad Agrupación Manabita | SI |
| 9 | Comunidad Arenillas | NO |
| 10 | Comunidad Bella Unión del Napo | SI |
| 11 | Comunidad Eugenio Espejo | SI |
| 12 | Comunidad Flor del Pantano | SI |
| 13 | Comunidad los Ángeles | SI |
| 14 | Comunidad Luz de América | SI |
| 15 | Comunidad Moran Valverde y 23 de Julio | SI |
| 16 | Comunidad Moran Valverde-1 | SI |
| 17 | Comunidad Nueva Esperanza | SI |
| 18 | Comunidad Nueva Tungurahua | SI |
| 19 | Comunidad Rio Napo | SI |
| 20 | Comunidad Unión Cañar | SI |
| 21 | Comunidad Unión Manabita 1 | SI |
| 22 | Comunidad Unión Manabita 2 | SI |
| 23 | Comuna San Cristóbal de Huamayacu | SI |
| 24 | Comuna San Carlos | SI |
| 25 | Comunidad Los Fundadores | NO |

Nota: GADMJS-Unidad de Ordenamiento Territorial, 2015

2) Flora

Se estima que dentro de la parroquia San Carlos, se han identificado 1.525 especies de árboles.

Tabla N° 3 Flora

| Familia | Nombre científico | Nombre común |
|--------------|--------------------------------|---------------|
| Meliaceae | <i>Cedrela odorata</i> | Cedro |
| Bombaceae | <i>Ceiba samauna</i> | Ceibo |
| Cecropiaceae | <i>Cecropia sp</i> | Guarumo |
| Rubiaceae | <i>Calycophyllum pruceanum</i> | Capirona |
| Tiliaceae | <i>Apeiba membranaceae</i> | Peine de mono |

| | | |
|----------------|--------------------------------|-------------------|
| Boraginaceae | <i>Cordia alliodora</i> | Laurel |
| Arecaceae | <i>Wettinia mayencis</i> | Pambil |
| Arecaceae | <i>Mauritia flexuosa</i> | Morete |
| Myristicaceae | <i>Virola theiodora</i> | Sangre de gallina |
| Zygophyllaceae | <i>Porlieria chilensis</i> | Guayacán |
| Olacaceae | <i>Minuartia guianensis</i> | Guámbula |
| Fabaceae | <i>Cedrelinga cateniformis</i> | Chuncho |
| Meliaceae | <i>Swietenia macrophylla</i> | Caoba |
| Rutaceae | <i>Zanthoxylum tachuelo</i> | Tachuelo |

Nota: Trabajo de campo, Andrea flores, 2015

3) Fauna

Actualmente se tiene identificadas 204 especies de mamíferos.

a) Mamíferos

Tabla N° 4 Mamíferos

| Familia | Nombre científico | Nombre común |
|----------------|----------------------------------|---------------------|
| Tupiridae | <i>Tapirus terrestres</i> | Danta |
| Dasyproctidae | <i>Dasyprocta fuliginosa</i> | Guatusa |
| Cuniculidae | <i>Cuniculus paca</i> | Guanta |
| Caviidae | <i>Hydrochoerus hydrochaeris</i> | Capibara |
| Cervidae | <i>Mazama americana</i> | Venado |
| Atelidae | <i>Alouatta seniculus</i> | Cusumbo |
| Callitrichidae | <i>Callithrix pygmaea</i> | Leoncillo |
| Dasyopodidae | <i>Dasyopus novemcintus</i> | Armadillo |
| Erethizontidae | <i>Coendou bicolor</i> | Puerco espín |

Nota: Trabajo de campo, Andrea flores, 2015

b) Réptiles

Tabla N° 5 Réptiles

| Familia | Nombre científico | Nombre común |
|----------------|--------------------------------|---------------------|
| Testudinidae | <i>Chelonoidis denticulata</i> | Tortuga motelo |
| Pelomedusidae | <i>Pedocnemis expansa</i> | Charapa |

| | | |
|--------------|--------------------------------|----------------------|
| Aligatoridae | <i>Melanosuchus niger</i> | Caimán |
| Lacertidae | <i>Psammodromus hispanicus</i> | Lagartija cenicienta |
| Boidade | <i>Boa constrictor</i> | Boa matacaballo |
| Boidae | <i>Boa constricto</i> | Boa común |
| Boidae | <i>Eunectes murinus</i> | Anaconda |
| Viperidae | <i>Bothrops atrox</i> | Serpiente equis |

Nota: Trabajo de campo, Andrea flores, 2015

c) Aves

Tabla N° 6 Aves

| Familia | Nombre científico | Nombre común |
|----------------|----------------------------|---------------------|
| Psitacidae | <i>Ara macao</i> | Papagayos |
| Psitacidae | <i>Protogerus sp</i> | Pericos |
| Otingidae | <i>Rupicola sp</i> | Gallo de la peña |
| Columbidae | <i>Geotrygon saphirina</i> | Perdis |
| Ramphastidae | <i>Ramphas tustucanus</i> | Tucanes |
| Picidae | <i>Piculus flavigula</i> | Carpintero |

Nota: Trabajo de campo, Andrea flores, 2015

d) Peces

Tabla N° 7 Peces

| Familia | Nombre científico | Nombre común |
|------------------|---------------------------------|---------------------|
| Arapaimidae | <i>Arapaima gigas</i> | Paiche |
| Ictaluridae | <i>Siluriformes</i> | Bagres |
| Loricariidae | <i>Hypostomus spinosissimus</i> | Raspabalsas |
| Potamotrygonidae | <i>Potamotry gonsp</i> | Raya de río |
| Cichlidae | <i>Cichlasoma festivum</i> | Viejas de río |

Nota: Trabajo de campo, Andrea flores, 2015

e) **Anfibios**

Tabla N° 8 Anfibios

| Familia | Nombre científico | Nombre común |
|----------------|--------------------------|---------------------|
| Hylidae | <i>Hylasp</i> | Rana |
| Bufoidae | <i>Bufo viridis</i> | Sapo común |
| Bufoidae | <i>Bufo sp</i> | Sapo |
| Hylidae | <i>Rana perezii</i> | Rana común |

Nota: Trabajo de campo, Andrea flores, 2015

f) **Insectos**

Tabla N° 9 Insectos

| Familia | Nombre científico | Nombre común |
|----------------|-----------------------------|---------------------|
| Formicidae | <i>Lasius niger</i> | Hormiga negra |
| Herperiidae | <i>Papilloma chaon</i> | Mariposa común |
| Chrysomelidae | <i>Canthone quinocialis</i> | Escarabajos |
| Lampyridae | <i>Lampyris noctiluca</i> | Luciernagas |
| Mantodae | <i>Mantis religiosa</i> | Mantis religiosa |

Nota: Trabajo de campo, Andrea flores, 2015

4) **Suelo**

El PDOT parroquial 2015, el uso del suelo en la parroquia se distribuye en lo siguiente: Bosques primarios, bosques secundarios, zona de producción agrícola y petrolera, en su mayoría el suelo de la parroquia es de tipo arcillo, arenoso y pantanoso.

Tabla N° 10 Usos del suelo

| Cobertura | Área que ocupa en la parroquia (ha) | % que ocupa en la parroquia |
|---------------------------|--|------------------------------------|
| Agrícola y Pecuaria | 10886,87 | 80,69 |
| Antrópico | 35,35 | 0,26 |
| Conservación y Protección | 1836,06 | 13,61 |
| Cuerpo de agua | 702,42 | 5,01 |

| | | |
|---------------------|-----------------|---------------|
| Industria Petrolera | 31,65 | 0,23 |
| Total | 13492,35 | 100,00 |

Nota: GADMJS-Unidad de Ordenamiento Territorial, 2015

El análisis realizado al uso de suelo se puede deducir que un 80,69% se destina para la producción agrícola y pecuaria de la parroquia, mientras que para áreas urbanas o sitios de habitabilidad de la población se destinan un 0,26% de su territorio.

Para la conservación y protección de su territorio la parroquia posee un área asignada del 13,61%, frente a una industria petrolera creciente que ocupa un área del 0,23% de su territorio. Los cuerpos de agua presentes en la parroquia San Carlos ocupan un área de 5,21% del total del territorio.

a. Ámbito socio- cultural

1) Historia

La parroquia de San Carlos al igual que las demás parroquias del cantón la Joya de los Sachas es creada en la administración del presidente León Febres Cordero, quien sancionó el decreto ejecutivo de la Ley de Creación del cantón la Joya de Los Sachas, el mismo que fue publicado en REGISTRO OFICIAL # 996 DEL 9 DE AGOSTO DE 1988.

En los años 70, con la apertura de las vías de acceso a los sitios para realizar la construcción de las instalaciones petroleras para su explotación, atrajo a varias familias a radicarse en este sector; estas familias fueron los primeros colonos quienes formaron una pre cooperativa, dándole el nombre de San Carlos, en honor al señor Carlos San Miguel quien tenía una propiedad en el margen izquierdo del río Napo.

Para la construcción del centro poblado, por pedido de los moradores de este sector, en los años 70 el Instituto Ecuatoriano de Reforma Agraria y Colonización, desmembró terrenos para construir el centro poblado en el lugar donde actualmente se encuentra ubicado, lotizando de esta manera el área y poniendo en venta terrenos, permitiendo así el ingreso de colonizadores al área de la parroquia y la construcción del centro urbano parroquial; posteriormente por esfuerzo de sus habitantes y sus autoridades se construyó el asfaltado de la vía de acceso, la casa Parroquial, alcantarillado, letrinización, parque central, instalaciones de salud, educativas y otras obras menores.

De acuerdo a la información del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial vigente, de la parroquia de San Carlos, se reconoce la llegada de personajes con sus familias que comenzaron

a radicarse en este sector, antes de formarse el centro poblado, las mismas que fueron: Juan de Vásquez, Acuña Porras, Torres, Ponce, Sisalima, Porra, Cedeño, Gómez, Toapanta, e Iza.

| Etnia | Hombre | Mujer | Total | % |
|--------------|---------------|--------------|--------------|----------|
| Indígena | 145 | 119 | 264 | 9.28% |

Se han destacado el trabajo de presidentes de la Parroquia que fueron elegidos por los pobladores, entre ellos: Luis Guisado, Luis Vásquez, Segundo Guzmán, Diógenes Gaibor,

Walter Sarango, Hugo Ureña, más el aporte pujante de los dirigentes de las comunidades.

De igual manera desde el año 2000 por elección popular, es importante el trabajo y aporte de los Dignatarios de la Junta Parroquial, en las administraciones de los señores: Antonio Sarango, Luis Rosero y Ángel María Yanza.

De igual manera, en los Talleres Participativos del Consejo de Participación Ciudadana Parroquial, se reconoce el trabajo de Alfredo Espín fallecido en el año 2003 y del Sr. Manuel Tipán fallecido en el año 1996, como primeros directivos y líderes.

De igual manera existe una mención de honor a la Junta Parroquial San Carlos, por su lucha Incansable en la defensa de los Derechos Humanos, Ambientales y Colectivos y ser Base activa del FDA (Frente de Defensa de la Amazonía).

2) Etnicidad

Tabla N° 11 Nacional o pueblo indígena al que pertenece

| | | | | |
|-----------------|-------------|-------------|-------------|----------------|
| Afroecuatoriano | 17 | 10 | 27 | 1.02% |
| Negro | 12 | 9 | 21 | 0.74% |
| Mulato | 6 | 1 | 7 | 0.25% |
| Montubio | 31 | 36 | 67 | 2.35% |
| Mestizo | 1306 | 1121 | 2427 | 85.28% |
| Blanco | 19 | 11 | 30 | 1.05% |
| Otro | 1 | - | 1 | 0.04% |
| Total | 1539 | 1307 | 2846 | 100.00% |

Nota: PDOT de la parroquia San Carlos, 2015

La parroquia San Carlos tiene una población distribuida de la siguiente manera, el 85% de la población se considera mestiza, es el mayor grupo poblacional, le sigue la población indígena con el 9.28%, el 2.0% se consideran montubios, el 1,0% afroecuatorianos y el porcentaje restante compone varios grupos poblacionales diversos.

En cuanto a la población indígena está compuesta por diversos pueblos y nacionalidades, siendo la predominante la nacionalidad Kichwa (INEC, 2010).

3) Educación

El nivel de instrucción de educación dentro de la parroquia es bajo por el motivo que no han tenido los suficientes recursos para seguir, solo han alcanzado la instrucción primaria.

Tabla N° 12 Distribución de planteles educativos

| Escuela | Poblado | Tipo de educación |
|---|--------------------------|------------------------------|
| Unión Bolivarenses | Eugenio Espejo | Inicial y Básica |
| Jesús del Gran Poder | Los Ángeles | Educación Básica |
| Rubén Darío | Pre Coop. Unión Manabita | Educación Básica |
| Juan Benigno Vela | Pre Coop Abdón Calderón | Educación Básica |
| Andrés Bello | Bella Unión del Napo | Educación Básica |
| Colegio Técnico agropecuario San Carlos | San Carlos | Básico y Bachillerato |
| Cnel. Emilio Suarez | San Carlos | Inicial y Básica |
| Cordillera del Cóndor | Pre Coop. Moran Valverde | Educación Básica |
| Francisco Calderón | Huamayacu | Educación Básica |
| Carlos Fernando San Miguel | Flor del Pantano | Educación Básica |
| Integración Andina | San Carlos | Educación Básica y artesanal |

| | | |
|-------------|-------------------|------------------|
| Eloy Alfaro | Comuna San Carlos | Educación Básica |
|-------------|-------------------|------------------|

Nota: Ministerio de Educación, 2015

Tabla N° 13 Analfabetismo en la parroquia San Carlos

| SEXO | ANALFABETISMO (15 AÑOS Y MAS) | | |
|-----------------|-------------------------------|---------------|-----------------------------|
| | TOTAL CASOS | TASA | TASA ANALFABETISMO PROMEDIO |
| Hombre Absoluto | 59 | 5,97% | 8,50 |
| Mujer Absoluto | 85 | 10,63% | |
| TOTAL | 144 | 16,60% | |

Nota: INEC, Censo de población y vivienda 2010

Las escuelas y colegios que existen en la parroquia sufren algunas deficiencias como por ejemplo falta de aulas, servicios higiénicos en malas condiciones, servicios básicos como el agua potable no disponen, la electricidad dispone la mayoría, pero líneas telefónicas no tienen en su totalidad. La infraestructura de las instituciones educativas tienen un 80% de deficiencia y un 20% de estado bueno.

4) Salud

En la parroquia San Carlos existe un centro de salud Tipo A, el mismo que cuenta con 3 médicos 1 auxiliares, 3 enfermeras, en cuanto se refiere a la infraestructura cuenta con un excelente edificio, su capacidad es de 4 cama.

b. Ámbito económico

La población de San Carlos tiende a laborar en el área agrícola ocupando el 67% de la PEA en esta actividad, a las que le siguen la enseñanza y luego las de administración pública. Las actividades agrícolas usualmente son las que menos rendimiento tienen para la población en cuestión de ingresos, por lo que las propuestas territoriales deben centrarse en fortalecer sus capacidades y con ello fomentar una agricultura más rentable. Una de las debilidades actuales de la parroquia es que la cantidad de población que se encuentra en el sector de servicios y manufactura es mínimo y en base a ello, la competitividad es baja ante el sector primario (productor).

Es bueno mencionar a los pobladores de la parroquia, de manera ocasional las petroleras les dan trabajos por convenios de compensación, por trabajos que están realizando o van a realizar en las comunas o comunidades ((Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de San Carlos, 2015).

1) Desarrollo actual del turismo en la parroquia

Son al momento 3 recursos turísticos que están dentro de la categoría de Sitios naturales, de los cuáles se tienen descripciones de degradación, puesto que algunos se encuentran en propiedad privada o bien cercana a zonas de explotación agropecuaria. Además, existe una planta turística en desarrollo (pero no necesariamente vinculada con estos atractivos), por lo que no se ha generado un destino turístico para los visitantes.

Tabla N° 14 Recursos turísticos

| Recursos turísticos | Ubicación | Categoría | Tipo |
|--------------------------------|-------------------|---------------|-------------------|
| Laguna Flor del Pantano | Flor del Pantano | Sitio Natural | Ambiente Lacustre |
| Laguna de la Comuna San Carlos | Comuna San Carlos | Sitio Natural | Ambiente Lacustre |

Nota: Inventario de atractivos turísticos urbanos y rurales del Cantón Joya de los Sachas

Tabla N° 15 Planta turística de la parroquia San Carlos

| Planta turística | Ubicación | Descripción |
|-----------------------------|------------------------------|---|
| Centro Turístico Rio Negro | Unión Manabita 2 | Centro turístico, senderismo, balneario deportivo |
| Hacienda Nápole | Recinto Bella Unión del Napo | Senderismo, agroturismo |
| Centro turístico Amaru Yaya | Flor del Pantano | Turismo comunitario |

Nota: Inventario de atractivos turísticos urbanos y rurales del Cantón Joya de los Sachas

c. Movilidad, energía y conectividad

1) Viabilidad

El transporte público está atendido por dos cooperativas: Alejandro Labaka, con 19 buses y 6 rancheras y Jivino Verde, con 26 rancheras, que realizan los recorridos entre La Joya de los Sachas y las cabeceras parroquiales y varios centros poblados, teniendo como lugar de destino cada parroquia y como origen los estacionamientos en el cantón La Joya de los Sachas, en las calles, García Moreno y Monseñor Labaka –coliseo- y la Cooperativa Alejandro Labaka, en la calle Estefanía Crespo y Monseñor Labaka.

Las distancias y tiempos de recorrido desde la cabecera parroquial de San Carlos a la cabecera cantonal La Joya de los Sachas es 12 Km. y 15min., con un costo tarifario de 0,50 centavos de dólar y entre la cabecera parroquial de San Carlos y la cabecera provincial Coca vía terrestre son 38 Km., con un tiempo de 60 minutos; con un costo tarifario de USD 1,25 centavos, mientras que por la vía fluvial por el Rio Napo es 9,55 km y 45 min., con un costo de USD 2,00. La Avenida Los Fundadores (parte de la Troncal Amazónica E45), es un eje principal, dadas sus características y el objetivo por la cual fue creada (soterramiento del Oleoducto), ha facilitado la dinámica de las poblaciones locales en cuanto al modo de transporte, por esta vía se movilizan los pasajeros y la carga, con los destinos intercantonales de: Coca- Lago Agrio- Coca- Pozos petroleros. Además los interparroquiales, que todas parten de esta vía principal.

Tabla N° 16 Rutas de servicio de la Cooperativa Jivino Verde

| Rutas | Frecuencias | Horarios |
|--|--------------------|------------------|
| Sacha- San Carlos- Bella Union de Napo- Flor del Pantano- Sacha (El Anillo) | 3 | 5:30-14:30-17:30 |
| Sacha- San Carlos- Bella Union de Napo- Nueva Tungurahua Sacha (El Anillo) | 2 | 5:00- 14:30 |

Nota: Permiso de Operación JIVINO VERDE TRANSJIVINO C.A. de la ANT. 2015.

Tabla N° 17 Rutas de servicio de la Cooperativa Alejandro Labaka

| Rutas | Frecuencias | Horarios |
|------------------------------|--------------------|------------------|
| Joya de los Sachas- Rio Napo | 13 | De 5:30 a 14:00 |
| Rio Napo- Joya de los Sachas | 6 | De 15:00 a 19:00 |

Nota: Secretaría de la Cooperativas Alejandro Labaka.

2) Servicios básicos

El PDOT parroquial 2015 nos dice que según el INEC 2010, se pudo establecer que la parroquia cuenta con los siguientes servicios básicos así como también la deficiencia de la misma.

a) Agua potable

La parroquia de San Carlos presenta el mayor déficit en conexiones domiciliarias, pues el 56,62% de las viviendas no tiene ningún tipo de conexión por tubería. Los principales problemas relacionados con el agua entubada tienen que ver con desigualdades en la cobertura del servicio y con la calidad del agua, pues no es potable y presenta turbiedad con las precipitaciones.

La mayoría de la población de la parroquia se abastece del agua de ríos, lluvia, esteros, pozos, vertientes de agua para subsistir la vida diaria. Es bueno mencionar que algunos ríos o vertientes están contaminados por la razón que existe la presencia de la petrolera estatal.

b) Alcantarillado

De acuerdo al censo el 9,15% de las viviendas se encuentra conectado a la red pública de alcantarillado, y un porcentaje importante se encuentra conectado a un pozo séptico.

Es importante conocer el estado de la red de tuberías de alcantarillado sanitario y pluvial además de determinar la contaminación que se puede estar dando por la descarga de aguas servidas sin ningún tipo de tratamiento, así mismo los pozos sépticos y pozos ciegos no reciben ningún tipo de tratamiento antes de ser descargados a los cuerpos de agua.

Tabla N° 18 Servicios de eliminación de excretas

| Tipo de servicio higiénico o escusado | 2001 | | 2010 | |
|---|------------|------------|------------|------------|
| | Casos | % | Casos | % |
| Conectado a red pública de alcantarillado | 7 | 1,3 | 61 | 9,15 |
| Conectado a pozo séptico | 65 | 11,6 | 322 | 48,3 |
| Conectado a pozo ciego | 81 | 14,4 | 48 | 7,2 |
| Con descarga directa al mar, río, lago o quebrada | 408 | 72,7 | 3 | 0,4 |
| No tiene | 0 | 0 | 178 | 26,7 |
| Letrina | | | 55 | 8,25 |
| Total | 561 | 100 | 667 | 100 |

Nota: INEC. Censo de Población y Vivienda 2010

c) Energía eléctrica

El 88% de la parroquia cuenta con el servicio de energía provista por la red de empresa eléctrica de servicio público; el 1% de generador de luz y el 12% no cuenta con el servicio.

d) **Recolección de basura**

El servicio de recolección de basura en la parroquia atiende al 21,44 % de las viviendas de la parroquia que corresponde prácticamente a la cabecera parroquial y a la Bella Unión del Napo y los alrededores de la vía principal, el servicio se lo realiza una vez por semana, los otros medios de eliminación de desechos sólidos se los detalla en la tabla adjunta.

Tabla N° 19 Recolección de basura

| Eliminación de la basura | 2001 | | 2010 | |
|---|--------------|------------|--------------|------------|
| | Casos | % | Casos | % |
| Por carro recolector | 2 | 0,36 | 143 | 21,44 |
| La arrojan en terreno baldío o quebrada | 282 | 50,27 | 122 | 18,3 |
| La queman | 118 | 21,03 | 255 | 38,23 |
| Otro | 159 | 28,34 | 147 | 22,1 |
| Total | 561 | 100 | 667 | 100 |

Nota: INEC, Censo de Población y Vivienda 2010

3) **Telecomunicaciones**

La concentración de los servicios en la parroquia San Carlos está dada de manera distinta en la parte urbana y sectores rurales, básicamente tiene que ver con el tema de comercio. En el siguiente cuadro se presentan datos sobre los servicios de conectividad en esta zona:

Tabla N° 20 Servicios de conectividad en la parroquia San Carlos

| Servicios de conectividad | SI | % | NO | % | TOTAL |
|----------------------------------|-----------|----------|-----------|----------|--------------|
| Teléfono convencional | 5 | 0,75 | 665 | 99,25 | 670 |
| Teléfono celular | 436 | 65,07 | 234 | 34,93 | 670 |
| Servicio de Internet | 5 | 0,75 | 665 | 99,25 | 670 |
| Tiene Computadora | 41 | 6,12 | 629 | 93,88 | 670 |
| Televisión por cable | 41 | 6,12 | 629 | 93,88 | 670 |

Nota: Censo de Población y Vivienda. INEC. 2010

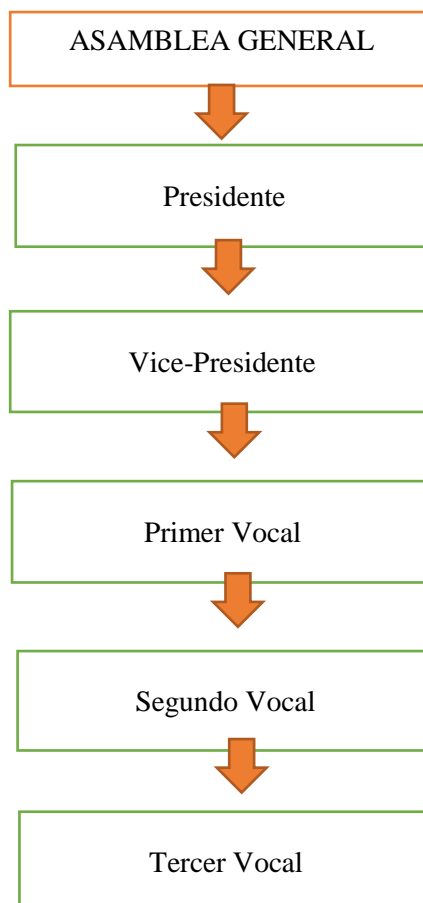
La mayoría de los servicios como son telefonía convencional, Internet, disponibilidad de computador, así como televisión por cable presentan coberturas deficitarias que sobrepasan al 90%; a diferencia del número de equipos de telefonía móvil con un porcentaje del 65,07%,

quizá debido a las facilidades de servicio que en la actualidad ofertan las empresas privadas o públicas.

d. Ámbito político administrativo

1) Administración interna

Las autoridades de la junta parroquial constan de 5 personas (4 vocales y 1 presidente) las que son elegidas a través del voto popular, para un periodo de 4 años, a quienes se les delega diferentes tipos de comisiones por ejemplo: Turismo, producción, saneamiento ambiental, cultura, asuntos sociales, obras públicas y presupuesto.





Nota: Trabajo de campo, Andrea Flores, 2016

2. Inventarios de los atractivos

a) **Atractivos naturales de la parroquia**

Tabla N° 21 Centro turístico Amarun raya

| 1. DATOS GENERALES | |
|--|--|
| 1.1 Encuestador: Andrea Flores | 1.2 Ficha N° 001 |
| 1.3 Supervisor Evaluador: Técnico delegado del GAD parroquial San Carlos | 1.4 Fecha: 17/ 12/2015 |
| 1.5 Nombre del Atractivo: Centro turístico Amarun Yaya | |
| 1.6 Categoría: Sitio Natural | |
| 1.7 Tipo: Ambiente Lacustre | |
| 1.8 Subtipo: Laguna | |
|   | |
| Foto N.- 1 Laguna Flor del Pantano y centro turístico Amarun yaya Por: Andrea Flores | |
| 2. UBICACIÓN | |
| 2.1 Provincia: Orellana | 2.2 Ciudad y/o Cantón: Joya de los Sachas |
| 2.3 Parroquia: San Carlos | |
| 2.4 Latitud: N 95° 09' 58" | 2.5 Longitud: E 29° 33' 80" |
| 3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO | |
| 3.1 Nombre del poblado: Ciudad Joya de los Sachas | 3.2 Distancia: 25km |
| 4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO | |
| 4.1 Altitud: 255msnm | |
| 4.2 Temperatura: 26.6°C | |

| |
|--|
| <p>4.3 Precipitación Pluviométrica: 3000mm/año</p> |
| <p>4.4 Ubicación del Atractivo</p> <p>Se encuentra ubicado en la parroquia de San Carlos en el cantón Joya de los Sachas. Para llegar al atractivo, desde Quito vía Loreto hay 314km hasta el cantón Joya de los Sachas, y desde Quito por la vía Nueva Loja se tiene 307km; desde Guayaquil se tiene 640 km. Se toma una vía de primer orden desde el Sacha hacia el sur, en un tramo de 4km hasta la entrada a San Carlos, desde este lugar se recorre por una vía de primer orden hasta el sector conocido como Bella Unión del Napo, en un tramo de 16km y desde aquí se ingresa a través de una vía en segundo orden (lastrado) en un tramo de 5km. Además se puede acceder por vía fluvial, navegando por el río Napo desde Puerto Francisco de Orellana, aguas abajo, hasta el puerto del sector Bella Unión del Napo, por un lapso de aproximadamente 15 minutos.</p> |
| <p>4.5 Descripción del atractivo</p> <p>El centro turístico cultural Amaranu yaya, es un centro de iniciativa de la nacionalidad kichwa, tiene una infraestructura turística básica elaborada con materiales de la zona tales como la paja toquilla y pambil. Tiene un bosque secundario además de tener gran diversidad de flora y fauna. Dentro del atractivo tiene una laguna que tiene aproximadamente 500m de largo por 200m de ancho.</p> |
| <p>4.6 Atractivos individuales que lo conforman</p> <p>Su principal atractivo la laguna en donde se realiza observación de aves, tiene una cabaña donde se realiza actividades culturales, tales como muestra de artesanías, danzas típicas, gastronomía. Cuenta con un área de camping para los turistas, senderos que nos llevan al bosque secundario y al río Napo.</p> <p>La vegetación que existe en el sector es propia del bosque secundario, está caracterizada por especies como <i>Cecropia sp.</i>, (Guarumbo), <i>Heliconia hirsuta</i> (Platanillo), <i>Guillelma gassipaes</i> (Chonta), <i>Iriartea ventricosa</i> (Pambil).</p> |
| <p>4.7 Permisos y Restricciones</p> <p>Se puede acceder todos los días al centro turístico, encontrándose con una mayor visitación los fines de semana, las reservaciones se las realiza con una día de anterioridad si se pernocta más de dos días.</p> |
| <p>4.8 Usos</p> |
| <p>4.8.1 Usos Actuales</p> <p>Actualmente en su territorio se realizan actividades agrícolas, artesanales, gastronomía, así como también actividades turísticas y culturales. Tiene un área de camping para los turistas que quieran pernoctar más de un día.</p> |
| <p>4.8.2 Usos Potenciales</p> <p>Por caracterizarse en ser una comunidad kichwa se podrían construir:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Un centro de interpretación - Realizar canoas para paseos en el río Napo - Senderos interpretativos |

| | |
|--|--|
| 4.8.3 Necesidades turísticas | |
| Se debería mejorar el acceso hacia a la laguna ya que en días de lluvia no es posible acceder a ella por motivo que el agua se empoza por tener un suelo limoso, se podría construir un mirador frente a la laguna, podría implementarse actividades de gastronomía, elaboración de quillas, bebidas y vestimenta, con el objetivo de mejorar el servicio. | |
| 4.9 Impactos | |
| 4.9.1 Impactos positivos | |
| - Ingresos económicos a la comunidad Flor del Pantano | - Revitalización cultural |
| - Conservación de costumbres y creencias | - Fortalecimiento de la identidad cultural |
| 4.9.2 Impactos negativos | |
| - Contaminación del Agua por mal manejo de desechos | |
| - Erosión del suelo | |
| - Deforestación de la vegetación nativa por actividades agrícolas | |
| - Presencia de basura en el suelo | |
| 5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO | |
| 5.1 Estado: deteriorado | |
| 5.2 Causas: | |
| Falta de mantenimiento del lugar | |
| 6. ENTORNO: | |
| 6.1 Entorno: En proceso de deterioro | |
| 6.2 Causas: | |
| No existe un buen mantenimiento en los senderos tanto para la laguna y el bosque secundario, la construcción de la cabaña no está en óptimas condiciones debido al deterioro de la madera. En épocas de lluvia el área de camping está en mal estado por ser un suelo lodoso. | |
| 7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO | |
| 7.1 Tipo: terrestre | 7.2 Subtipo: lastrado |
| 7.3 Estado de Vías: regular | 7.4 Transporte: carro particular, carro contratado, motocicletas. |
| 7.5 Frecuencias: fines de semana | 7.6 Temporalidad de acceso: todo el año, excepto |

los días de lluvia.

7.7 Observaciones

Dependiendo del clima se recomienda usar ropa, zapatos adecuados para caminar o botas para el suelo lodoso, gorra, bloqueador solar y repelente para mosquitos.

8. FACILIDADES TURÍSTICAS

La infraestructura turística se encuentra anexada al cantón Joya de los Sachas, ya que la comunidad no cuenta con los servicios necesarios para cubrir con las necesidades turísticas, sin embargo dentro de las instalaciones se realizan actividades con una estadía máxima de 2 días con actividades naturales y culturales, tales como: caza artesanal, sendero, observación de flora, área de camping.

9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA

9.1 Agua: no existe agua entubada

9.2 Energía Eléctrica: sí existe, es una red interconectada

9.3 Alcantarillado: pozo séptico

10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS

10.1 Nombre del atractivo:

- Laguna comuna San Carlos

10.2 Distancia:

- 2,5km

11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO

11.1 Difusión: Local

12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO


| VARIABLE | FACTOR | PUNTOS |
|----------|--|--------|
| CALIDAD | a) Valor intrínseco | 6 |
| | b) Valor extrínseco | 6 |
| | c) Entorno | 6 |
| | d) Estado de Conservación y/o Organización | 7 |
| APOYO | a) Acceso | 5 |
| | b) Servicios | 4 |
| | c) Asociación con otros atractivos | 2 |

| | | |
|-------------|--|----|
| SIGNIFICADO | a) Local b) Provincial c) Nacional d) Internacional | 2 |
| TOTAL | | 38 |

13. JERARQUIZACIÓN

Jerarquía II

Tabla N° 22 Laguna de la comuna San Carlos

| 1. DATOS GENERALES | |
|---|--|
| 1.1 Encuestador: Andrea Flores | 1.2 Ficha N° 002 |
| 1.3 Supervisor Evaluador: Técnico delegado del GAD parroquial San Carlos | 1.4 Fecha: 17 / 12/ 2015 |
| 1.5 Nombre del Atractivo: Laguna de la comuna San Carlos | |
| 1.6 Categoría: Sitio Natural | |
| 1.7 Tipo: Ambiente Lacustre | |
| 1.8 Subtipo: Laguna | |
|  | |
| Foto N.- 2 Laguna comuna San Carlos Por: Andrea Flores | |
| 2. UBICACIÓN | |
| 2.1 Provincia: Orellana | 2.2 Ciudad y/o Cantón: Joya de los Sachas |
| 2.3 Parroquia: San Carlos | |
| 2.4 Latitud: N 95° 19' 16" | 2.5 Longitud: E 29° 12' 24" |
| 3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO | |
| 3.1 Nombre del poblado: Ciudad Joya de los Sachas | 3.2 Distancia: 19 km |
| 4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO | |
| 4.1 Altitud: 303 msnm | |


| |
|--|
| <p>4.2 Temperatura: 26,6°C</p> <p>4.3 Precipitación Pluviométrica: 3000 mm/ año</p> |
| <p>4.4 Ubicación del Atractivo</p> |
| <p>Se encuentra ubicado en la parroquia de San Carlos en el cantón Joya de los Sachas. Para llegar al atractivo, desde Quito vía Loreto hay 314km hasta el cantón Joya de los Sachas, y desde Quito por la vía Nueva Loja se tiene 307km; desde Guayaquil se tiene 640 km. Desde el sacha en dirección sur- oriente, en un tramo de 4km por vía asfaltada hasta la entrada a San Carlos, lugar desde donde se recorre una vía de primer orden hasta el sector la Pre-cooperativa La Unión en un tramo de 11,5 km y desde aquí se ingresa a mano izquierda por una guardarraya en un tramo de 3,5km. Finalmente se debe ingresar por un sendero que recorre cultivos de cacao y potreros, caminando por aproximadamente 15 minutos.</p> |
| <p>4.5 Descripción del atractivo</p> <p>Las Lagunas ubicadas en la finca del Sr. Manuel Yanza, está rodeada por el bosque primario conservado, con gran cantidad de hojarasca y materia orgánica en el subsuelo siendo típico de la región amazónica. A orillas de la laguna se observan aves que son típicas de estos ambientes como los hoatzines y garzas. El paisaje lacustre se encuentra bien conservado tanto en su flora como su fauna nativa. Posee reptiles como las tortugas charapas, caimanes. Esta laguna posee una gran extensión, miden 60m y 80 m de largo por 40m de ancho y están situadas sobre suelos pantanosos.</p> <p>En el sector no hay servicios e infraestructura básica por lo que no se ha fijado una tarifa.</p> |
| <p>4.6 Atractivos individuales que lo conforman</p> <p>La vegetación es característica de la vegetación secundaria y de pantano y está representada predominantemente por especies pioneras como <i>Ficus sp</i> (Mata palo o Higuerón), <i>Guillelma gassipaes</i> (Chonta), <i>Mauritia flex</i> (Morete), <i>Cordia alliodora</i> (Laurel), <i>Iriartea cornata</i> (Pambil), <i>Pourouma cecropiifolia</i> (Uva de Monte).</p> <p>La actividad que realizan es la pesca deportiva, observación de flora y fauna, fotografía</p> |
| <p>4.7 Permisos y Restricciones</p> <p>No existe un horario definido para visitar y observar la laguna, se lo puede realizar cualquier día y tiempo, excepto los días de lluvia.</p> |
| <p>4.8 Usos</p> |
| <p>4.8.1 Usos Actuales</p> <p>Las lagunas son visitadas por los propietarios y vecinos del sector, que acuden hasta allá para realizar pesca</p> |

| | |
|---|---|
| deportiva, observación de flora y fauna. | |
| 4.8.2 Usos Potenciales | |
| En este sitio se puede realizar actividades de turismo así como: guianza interpretativa de flora y fauna del lugar, y realizar fotografías, caminatas, interpretación ambiental, pesca deportiva. | |
| 4.8.3 Necesidades turísticas | |
| Mejorar el acceso a la laguna ya que no cuenta con sendero ni señalización interpretativa. Se podría construir | |
| - Senderos interpretativos - Paseos en canoa | |
| - Mirador - Infraestructura básica | |
| 4.9 Impactos | |
| 4.9.1 Impactos positivos | |
| - Satisfacción personal del turista | |
| - Ingresos económicos adicionales para la construcción de infraestructura turística | |
| - Interacción con el medio ambiente | |
| 4.9.2 Impactos negativos | |
| - Alteración del atractivo - Desbroce de la vegetación | |
| - Erosión del suelo | |
| 5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO | |
| 5.1 Estado: Conservado | |
| 5.2 Causas: | |
| No ha sufrido modificaciones ni alteraciones ambientales | |
| 6. ENTORNO | |
| 6.1 Entorno: Conservado | |
| 1.2 Causas: | |
| No se desarrolla actividades agropecuarias. Conservándose el bosque natural perimetral de la laguna. | |
| 7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO | |
| 7.1 Tipo: terrestre | 7.2 Subtipo: lastrado |
| 7.3 Estado de Vías: regular | 7.4 Transporte: se puede llegar en carro particular, |

| | | carro contratado y motocicletas |
|---|--|---|
| 7.5 Frecuencias: todos los días | | 7.6 Temporalidad de acceso: todo el año, menos en tiempo de lluvia |
| 7.7 Observaciones | | |
| Dependiendo del clima se recomienda usar ropa y zapatos adecuados para caminar o botas, así como también gorra, bloqueador solar, repelente de mosquitos. No tiene ningún costo acceder a la laguna. | | |
| 8. FACILIDADES TURÍSTICAS | | |
| Infraestructura turística se encuentra anexada a la Joya de los Sachas ya que la laguna no cuenta con los servicios necesarios para cubrir con las necesidades turísticas. Sin embargo se realizan actividades como pesca deportiva, teniendo como estancia de 1 día, observación de flora y fauna, fotografía. | | |
| 9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA | | |
| 9.1 Agua: no existe | | |
| 9.2 Energía Eléctrica: no existe | | |
| 9.3 Alcantarillado: no existe | | |
| 10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS | | |
| 10.1 Nombre del atractivo: - Laguna Flor del Pantano | 10.2 Distancia: - 2,5km | |
| 11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO | | |
| 11.1 Difusión: Local | | |
| 12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO | | |
| VARIABLE | FACTOR | PUNTOS |
| CALIDAD | a) Valor intrínseco | 7 |
| | b) Valor extrínseco | 7 |
| | c) Entorno | 7 |
| | d) Estado de Conservación y/o Organización | 8 |
| APOYO | a) Acceso | 3 |
| | b) Servicios | 2 |
| | c) Asociación con otros atractivos | 2 |

| | | |
|---------------------------|--|----|
| SIGNIFICADO | a) Local b) Provincial c) Nacional d) Internacional | 2 |
| TOTAL | | 38 |
| 13. JERARQUIZACIÓN | | |
| Jerarquía II | | |

Tabla N° 23 Centro turístico río Negro

| 1. DATOS GENERALES | |
|---|--|
| 1.1 Encuestador: Andrea Flores | 1.2 Ficha N° 003 |
| 1.3 Supervisor Evaluador: Técnico delegado del GAD parroquial San Carlos | 1.4 Fecha: 17/ 12/2015 |
| 1.5 Nombre del Atractivo: Centro turístico río Negro | |
| 1.6 Categoría: Sitio Natural | |
| 1.7 Tipo: Realizaciones técnicas y científicas | |
| 1.8 Subtipo: Balneario | |
|  | |
| Foto N.- 3 Centro turístico río Negro Por: Andrea Flores | |
| 2. UBICACIÓN | |
| 2.1 Provincia: Orellana | 2.2 Ciudad y/o Cantón: Joya de los Sachas |
| 2.3 Parroquia: San Carlos | |
| 2.4 Latitud: N 99° 56' 65" | 2.5 Longitud: E 28° 35' 28" |
| 3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO | |
| 3.1 Nombre del poblado: Ciudad Joya de los Sachas | 3.2 Distancia: 17km |
| 4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO | |
| 4.1 Altitud: 245msnm | |
| 4.2 Temperatura: 26.6°C | |

| |
|--|
| <p>4.3 Precipitación Pluviométrica: 3000mm/año</p> |
| <p>4.4 Ubicación del Atractivo</p> <p>Se encuentra ubicado en la parroquia de San Carlos en el cantón Joya de los Sachas. Para llegar al atractivo, desde Quito se tiene 314km hasta el cantón Joya de los Sachas, desde Guayaquil se tiene 640 km. Desde el sacha en dirección sur- oriente, en un tramo de 4km por vía asfaltada hasta la entrada a San Carlos. El centro turístico comunitario Río Negro se encuentra ubicado en la comunidad Manabita 2 a 7km de la parroquia San Carlos, se puede acceder por vía terrestre mediante una carretera lastrada.</p> |
| <p>4.5 Descripción del atractivo</p> <p>El centro turístico Río negro contiene canchas de futbol y voleibol. Ofrece servicios de alimentación y bebidas con una amplia variedad de comida criolla. Existe una choza de construcción mixta que es utilizada como pista de baile y como zonas de descanso, se realizan eventos programados durante feriados.</p> |
| <p>4.6 Atractivos individuales que lo conforman</p> <p>Su principal atractivo el río, donde se puede realizar paseos en canoa, observar la flora y aves de su entorno, pesca deportiva; cuenta con canchas donde se realiza actividades deportivas, gastronomía.</p> <p>La vegetación que existe en el sector es propia del bosque secundario, está caracterizada por especies como <i>Cecropia sp.</i>, (Guarumbo), <i>Heliconia hirsuta</i> (Platanillo), <i>Guillelma gassipaes</i> (Chonta), <i>Iriartea ventricosa</i> (Pambil).</p> |
| <p>4.7 Permisos y Restricciones</p> <p>Se puede acceder al atractivo los fines de semana.</p> |
| <p>4.8 Usos</p> |
| <p>4.8.1 Usos Actuales</p> <p>Realizan actividades deportivas, pesca deportiva, observación de flora y fauna, paseo en canoa, gastronomía.</p> |
| <p>4.8.2 Usos Potenciales</p> <p>El atractivo se encuentra en la Comunidad manabita II, donde realizan su gastronomía propia de los Manabitas, observación de flora y fauna y aves de su entorno mientras se navega en canoa por el río Negro. Actividades deportivas como futbol y voley.</p> |
| <p>4.8.3 Necesidades turísticas</p> <ul style="list-style-type: none"> - Creación de un centro de interpretación - Senderos interpretativos |

| | |
|--|--|
| 4.9 Impactos | |
| 4.9.1 Impactos positivos | |
| - Ingresos económicos a la comunidad Manabita 2 | -Conservación de costumbres y creencias |
| - Generación de fuente de empleo | - Revitalización cultural |
| 4.9.2 Impactos negativos | |
| - Contaminación del agua por mal manejo de desechos | |
| - Erosión del suelo | |
| - Alteración del atractivo | |
| - Disminución o migración de especies | |
| 5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO | |
| 5.1 Estado: deteriorado | |
| 5.2 Causas: | |
| Falta de mantenimiento del lugar | |
| 6. ENTORNO | |
| 6.1 Entorno: conservado | |
| 6.2 Causas: | |
| El entorno que rodea el río y forma parte del centro turístico se encuentra conservado, contiene construcciones de madera amigable con el ambiente, rodeado una vegetación introducida ornamental. | |
| 7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO | |
| 7.1 Tipo: terrestre | 7.2 Subtipo: lastrado |
| 7.3 Estado de Vías: regular | 7.4 Transporte: carro particular, carro contratado, motocicletas. |
| 7.5 Frecuencias: fines de semana | 7.6 Temporalidad de acceso: todo el año |
| 7.7 Observaciones | |
| Se recomienda usar ropa y zapatos adecuados para caminar, así como también gorra y bloqueador solar, repelente | |
| 8. FACILIDADES TURÍSTICAS | |

La comunidad cuenta con los servicios necesarios para cubrir con las necesidades turísticas.

9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA

9.1 Agua: existe agua entubada

9.2 Energía Eléctrica: sí existe, tipo de red interconectada

9.3 Alcantarillado: pozo séptico

10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS

10.1 Nombre del atractivo:

- El manantial

10.2 Distancia:

- 3 km

11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO

11.1 Difusión: Local

12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO

| VARIABLE | FACTOR | PUNTOS |
|-------------|--|--------|
| CALIDAD | a) Valor intrínseco | 7 |
| | b) Valor extrínseco | 7 |
| | c) Entorno | 7 |
| | d) Estado de Conservación y/o Organización | 6 |
| APOYO | a) Acceso | 5 |
| | b) Servicios | 6 |
| | c) Asociación con otros atractivos | 4 |
| SIGNIFICADO | a) Local | 2 |
| | b) Provincial | |
| | c) Nacional | |
| | d) Internacional | |
| TOTAL | | 44 |

13. JERARQUIZACIÓN

Jerarquía II

Tabla N° 24 El manantial

1. DATOS GENERALES

1.1 Encuestador: Andrea Flores

1.2 Ficha N° 004

1.3 Supervisor Evaluador: Técnico delegado del GAD parroquial San Carlos

1.4 Fecha: 17 / 12/ 2015

1.5 Nombre del Atractivo: El Manantial

1.6 Categoría: Sitio Natural

1.7 Tipo: Realizaciones técnicas y científicas

1.8 Subtipo: Balneario

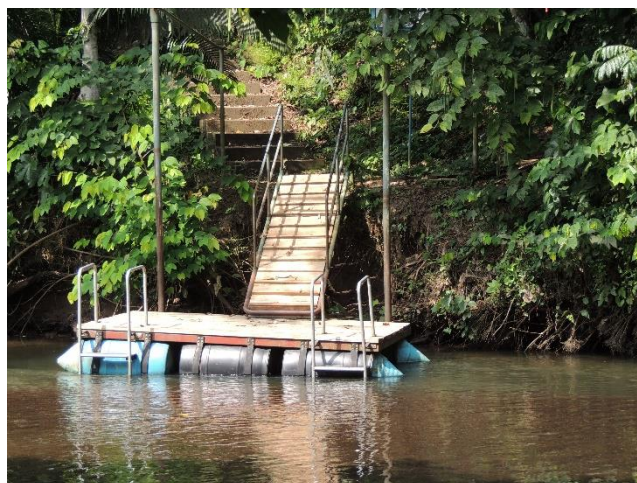


Foto N.-4 El Manantial Por: Andrea Flores

2. UBICACIÓN

2.1 Provincia: Orellana

2.2 Ciudad y/o Cantón: Joya de los Sachas

2.3 Parroquia: San Carlos

2.4 Latitud: S 0° 21' 10"

2.5 Longitud: O 76° 56' 44"

3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO

3.1 Nombre del poblado: Ciudad Joya de los Sachas

3.2 Distancia: 13 km

4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO




| |
|---|
| 4.1 Altitud: 303 msnm |
| 4.2 Temperatura: 26,6°C |
| 4.3 Precipitación Pluviométrica: 3000 mm/ año |
| 4.4 Ubicación del Atractivo |
| Se encuentra ubicado en la parroquia de San Carlos en el cantón Joya de los Sachas. Para llegar al atractivo, desde Quito se tiene 314km hasta el cantón Joya de los Sachas, desde Guayaquil se tiene 640 km. Desde el sacha en dirección sur- oriente, en un tramo de 4km por vía asfaltada hasta la entrada a San Carlos. El centro turístico El Manantial se encuentra ubicada en la comunidad Eugenio Espejo a 3 km de la vía principal Coca- Sacha, se puede acceder por vía terrestre mediante una carretera lastrada. |
| 4.5 Descripción del atractivo |
| El atractivo contiene canchas deportivas de futbol y voleibol, paseos en canoa. Existe una choza de construcción mixta que es utilizada como pista de baile y como zonas de descanso, ofrece servicios de alimentación y bebidas con una amplia variedad de comida criolla. |
| 4.6 Atractivos individuales que lo conforman |
| La vegetación es característica de la vegetación secundaria y de pantano y está representada predominantemente por especies pioneras como <i>Ficus sp</i> (Mata palo o Higuerón), <i>Guillelma gassipaes</i> (Chonta), <i>Mauritia flex</i> (Morete), <i>Cordia alliodora</i> (Laurel), <i>Iriartea cornata</i> (Pambil), <i>Pourouma cecropiifolia</i> (Uva de Monte). Se encuentra atravesado por el río Negro, tiene espacios de descanso, recreación como canchas de voley, futbol y bar, paseos en canoa, observación de flora y aves |
| 4.7 Permisos y Restricciones |
| Se puede lugar al centro turístico todo los días de la semana, sin embargo los fines de semana son de mayor afluencia. Su costo es de 0,50ctvs por persona. |
| 4.8 Usos |
| 4.8.1 Usos Actuales |
| Es un espacio recreativo donde los visitantes locales disfrutan momentos amenos dentro de las instalaciones, se realizan actividades deportivas, gastronomía, el río que atraviesa el atractivo representa la diversión sobre agua, es considerado como un balneario. |
| 4.8.2 Usos Potenciales |
| Si construyeran un sendero interpretativo conjuntamente sembrar plantas nativas y legendarias del lugar se podría crear un espacio de interpretación ambiental y cultural, donde se diera a conocer su identidad cultural y la importancia de preservar la naturaleza, así como también se podría implementar la pesca artesanal. |

| | |
|--|---|
| 4.8.3 Necesidades turísticas | |
| Mejorar el acceso al río de tal manera brinde mayor confort, seguridad para el visitante, al momento de realizar su visita y realizar periódicamente monitoreo y mantenimiento del lugar. | |
| 4.9 Impactos | |
| 4.9.1 Impactos positivos | |
| <ul style="list-style-type: none"> - Ingresos económicos para la construcción de infraestructura turística - Interacción del medio ambiente - Generación de fuentes de empleo | |
| 4.9.2 Impactos negativos | |
| <ul style="list-style-type: none"> - Contaminación del Agua - Desbroce de la vegetación - Erosión del suelo - Presencia de basura en el suelo | |
| 5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO | |
| 5.1 Estado: Conservado | |
| 5.2 Causas: | |
| Personas encargadas del centro turístico efectúan el mantenimiento adecuado de las instalaciones, así como también realizan mejoras al atractivo a través de la creación y construcción de senderos interpretativos. | |
| 6. ENTORNO | |
| 6.1 Entorno: Conservado | |
| 1.3 Causas: | |
| El entorno que rodea el atractivo turístico se encuentra conservado, no existen alteraciones ambientales de mayor escala, ya que no hay presencia de compañías petroleras. | |
| 7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO | |
| 7.1 Tipo: terrestre | 7.2 Subtipo: lastrado |
| 7.3 Estado de Vías: regular | 7.4 Transporte: se puede llegar en carro particular, carro contratado y motocicletas |
| 7.5 Frecuencias: todos los días | 7.6 Temporalidad de acceso: todo el año |
| 7.7 Observaciones | |
| Se recomienda usar ropa y zapatos adecuados para caminar, así como también gorra y bloqueador solar. | |

| 8. FACILIDADES TURÍSTICAS | | |
|---|--|---------------|
| Infraestructura turística se encuentra anexada en la joya de los sachas, el atractivo cuenta con los servicios necesarios para cubrir con las necesidades turísticas. | | |
| 9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA | | |
| 9.1 Agua: si existe agua entubada | | |
| 9.2 Energía Eléctrica: sí existe, tipo de energía interconectada. | | |
| 9.3 Alcantarillado: pozo séptico | | |
| 10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS | | |
| 10.1 Nombre del atractivo: - Centro turístico río Negro | 10.3 Distancia: - 3km | |
| 11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO | | |
| 11.1 Difusión: Local | | |
| 12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO | | |
| VARIABLE | FACTOR | PUNTOS |
| CALIDAD | a) Valor intrínseco | 7 |
| | b) Valor extrínseco | 7 |
| | c) Entorno | 7 |
| | d) Estado de Conservación y/o Organización | 7 |
| APOYO | a) Acceso | 5 |
| | b) Servicios | 6 |
| | c) Asociación con otros atractivos | 3 |
| SIGNIFICADO | a) Local | 2 |
| | b) Provincial | |
| | c) Nacional | |
| | d) Internacional | |
| TOTAL | | 44 |
| 13. JERARQUIZACIÓN | | |
| Jerarquía II | | |




b) **Registro cultural de la parroquia**

Tabla N° 25 Fiestas

| | | | | | |
|--|------------|--|---|---------------|--|
|  GOBIERNO NACIONAL DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR | |  INPC | | CÓDIGO | |
| INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO DIRECCIÓN DE INVENTARIO PATRIMONIAL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FICHA DE REGISTRO | | | | | |
| 1. DATOS DE LOCALIZACIÓN | | | | | |
| Provincia: | Orellana | Cantón: | Joya de los Sachas | | |
| Parroquia: | San Carlos | <input type="checkbox"/> Urbana | <input checked="" type="checkbox"/> Rural | | |
| 2. FOTOGRAFIA REFERENCIAL | | | | | |
|  | | | | | |
| Descripción de la fotografía: Fiestas parroquiales de San Carlos | | | | | |
| 3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN | | | | | |
| Denominación | | | | | |
| Fiesta de la parroquia San Carlos | | | | | |
| Grupo social | | | Lengua (S) | | |
| Mestizo | | | Español | | |
| Ámbito | | | | | |
| Subámbito | | | Detalle del Subámbito | | |
| | | | | | |
| 4. DESCRIPCIÓN DE LA MANIFESTACIÓN | | | | | |
| Las Fiestas de la parroquia lo celebran cada 15 de Mayo teniendo una duración de 3 días, realizan competencias deportivas participando todas las comunidades de la parroquia, realizan bailes populares mezclando la gastronomía y bebida típica de diversas culturas tales como kichwa y montubios. | | | | | |
| Fecha o período | | | Detalle de la periodicidad | | |
| X | Anual | | | | |




| | | | | | |
|---|--------------------------------------|--|-----------------------------------|---|------------------|
| | Continua | | | | |
| | Ocasional | | | | |
| | Otro | | | | |
| 5. PORTADORES / SOPORTES | | | | | |
| Tipo | Nombre | Edad/Tiempo de actividad | Cargo, función o actividad | Dirección | Localidad |
| Individuos | Angel Yanza | N/A | Presidente la parroquia | San Carlos | San Carlos |
| Colectivos | | | | | |
| Instituciones | | | | | |
| 6. VALORACIÓN | | | | | |
| Importancia para la comunidad | | | | | |
| Es una de las fiestas más importantes de la parroquia ya que se celebra anualmente. | | | | | |
| Sensibilidad al cambio | | | | | |
| X | Manifestaciones Vigentes | Es una manifestación que se ha venido llevando cada año, tratando de no perder su costumbre. | | | |
| | Manifestaciones vigentes vulnerables | | | | |
| | Manifestaciones de la memoria | | | | |
| 7. INTERLOCUTORES | | | | | |
| Apellidos y nombres | Dirección | Teléfono | Sexo | Edad | |
| Información reservada | | | | | |
| 8. ELEMENTOS RELACIONADOS | | | | | |
| Código / Nombre | Ámbito | Subámbito | Detalle del subámbito | | |
| Gastronomía Kichwa | Usos sociales | Gastronomía | Gastronomía por la etnia kichwa | | |
| | | | | | |
| 9. DATOS DE CONTROL | | | | | |
| Entidad Investigadora: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo | | | | | |
| Registrado por: Andrea Flores | | | | Fecha de Registro: 18/12/2015 | |
| Revisado por: Patricio Noboa | | | | Fecha de revisión: 20/10/2016 | |
| Aprobado por: | | | | Fecha de aprobación: | |
| Registro fotográfico: Andrea Flores | | | | | |

Tabla N° 26 Gastronomía

| | | | | | |
|--|----------------------------|---|---|--------|--|
|  GOBIERNO NACIONAL DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR | |  | | CÓDIGO | |
| INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO DIRECCIÓN DE INVENTARIO PATRIMONIAL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FICHA DE REGISTRO | | | | | |
| 1. DATOS DE LOCALIZACIÓN | | | | | |
| Provincia: | Orellana | Cantón: | Joya de los Sachas | | |
| Parroquia: | San Carlos | <input type="checkbox"/> Urbana | <input checked="" type="checkbox"/> Rural | | |
| Localidad: | Comunidad Flor del Pantano | | | | |
| 2. FOTOGRAFIA REFERENCIAL | | | | | |
|  | | | | | |
| Descripción de la fotografía: Maito de tilapia | | | | | |
| 3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN | | | | | |
| Denominación | | | | | |
| Comunidad Flor del Pantano | | | | | |
| Grupo social | | | Lengua (S) | | |
| Kichwa | | | Español/Kichwa | | |
| Ámbito | | | | | |
| Subámbito | | | Detalle del Subámbito | | |
| Gastronomía | | | Gastronomía típica | | |
| 4. DESCRIPCIÓN DE LA MANIFESTACIÓN | | | | | |
| Ingredientes: | | | | | |
| Pescado, yuca, plátano, sal, tomate, cebolla, hoja de bijao. | | | | | |
| Preparación: | | | | | |
| Se lava el pescado, agregan sal y se envuelve en hojas de bijao luego se lo pone a fuego lento. Se prepara la encelada con tomate y cebolla. Cuando la cocción terminal el comensal recibe el plato en hoja de bijao lista para desatar. Al hacerlo sale un aroma de un pescado perfectamente enderezado y su carne firme y blanca. Es un plato delicioso y sano que va acompañado de yuca cocida o frita, agua de guayusa fría cabe destacar que esta bebida es símbolo de la cultura amazónica sus sabores y riqueza al natural. | | | | | |




| Fecha o período | | Detalle de la periodicidad | | | |
|---|---|---|---|-----------|----------------------------|
| | Anual | Este plato típico se sirve durante fiestas, matrimonios, bautizos o cuando ingresan turistas a la comunidad y solicitan este plato para degustar durante su estancia. | | | |
| X | Continua | | | | |
| | Ocasional | | | | |
| | Otro | | | | |
| 5. PORTADORES / SOPORTES | | | | | |
| Tipo | Nombre | Edad/Tiempo de actividad | Cargo, función o actividad | Dirección | Localidad |
| Individuos | Daniel Shiguango | - | Habitante | - | Comunidad Flor del Pantano |
| Colectivos | | | | | |
| Instituciones | | | | | |
| 6. VALORACIÓN | | | | | |
| Importancia para la comunidad | | | | | |
| El consumo de este plato típico permite mantener las costumbres y tradiciones de esta cultura. Y tiene un gran valor cultural porque ha sido transmitido durante generaciones. El maito de pescado o carne ha sido uno de los platos favoritos por la forma de cocción y el sabor obtenido puesto que no necesitan utilizar condimentos para producir un exquisito sabor en la comida | | | | | |
| Sensibilidad al cambio | | | | | |
| X | Manifestaciones Vigentes | La migración está causando un cierto impacto en la comunidad por lo que el consumo de este plato típico se está viendo afectado por la forma de preparación y agregación de nuevos ingredientes lo cual afecta a aquellos que preparan de la forma tradicional. | | | |
| | Manifestaciones vigentes vulnerables | | | | |
| | Manifestaciones de la memoria | | | | |
| 7. INTERLOCUTORES | | | | | |
| Apellidos y nombres | Dirección | Teléfono | Sexo | Edad | |
| Información reservada | | | | | |
| 8. ELEMENTOS RELACIONADOS | | | | | |
| Código / Nombre | Ámbito | Subámbito | Detalle del subámbito | | |
| N/A | Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo | Gastronomía | Gastronomía típica de la cultura kichwa preparada con productos de la zona con valor nutritivo. | | |
| 9. DATOS DE CONTROL | | | | | |
| Entidad Investigadora: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo | | | | | |
| Registrado por: Andrea Flores | | | Fecha de Registro: 18/12/2015 | | |
| Revisado por: Patricio Noboa | | | Fecha de revisión: 20/10/2016 | | |
| Aprobado por: | | | Fecha de aprobación: | | |
| Registro fotográfico: Andrea Flores | | | | | |

Tabla N° 27 Vestimenta

| | | | | | |
|--|----------------------------|---|---|--------|--|
|  GOBIERNO NACIONAL DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR | |  | | CÓDIGO | |
| INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO DIRECCIÓN DE INVENTARIO PATRIMONIAL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FICHA DE REGISTRO | | | | | |
| 1. DATOS DE LOCALIZACIÓN | | | | | |
| Provincia: | Orellana | Cantón: | Joya de los Sachas | | |
| Parroquia: | San Carlos | <input type="checkbox"/> Urbana | <input checked="" type="checkbox"/> Rural | | |
| Localidad: | Comunidad Flor del Pantano | | | | |
| 2. FOTOGRAFIA REFERENCIAL | | | | | |
|  | | | | | |
| Descripción de la fotografía: Vestimenta tradicional de los kichwas | | | | | |
| 3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN | | | | | |
| Denominación | | | | | |
| Comunidad Flor del Pantano | | | | | |
| Grupo social | | | Lengua (S) | | |
| Kichwa | | | Español/Kichwa | | |
| Ámbito | | | | | |
| Subámbito | | | Detalle del Subámbito | | |
| Vestimenta típica | | | Vestimenta típica de la cultura kichwa | | |
| 4. DESCRIPCIÓN DE LA MANIFESTACIÓN | | | | | |
| Su vestimenta original era elaborada con materiales de la zona y cueros de animales, en el caso de las mujeres se cubrían con una falda elaborada de lanchama, pita, y los hombres de cuero de venado un pantalón larga con basta ancha hasta el tobillo, no utilizaban zapatos. | | | | | |
| Fecha o período | | Detalle de la periodicidad | | | |
| | Anual | La vestimenta es utilizada en eventos, en las fiestas organizadas por la comunidad y durante la llegada de turistas a la comunidad. | | | |
| X | Continua | | | | |
| | Ocasional | | | | |
| | Otro | | | | |

| 5. PORTADORES / SOPORTES | | | | | |
|--|--------------------------------------|---|---|-----------|----------------------------|
| Tipo | Nombre | Edad/Tiempo de actividad | Cargo, función o actividad | Dirección | Localidad |
| Individuos | Daniel Shiguango | - | Habitante | - | Comunidad Flor del Pantano |
| Colectivos | | | | | |
| Instituciones | | | | | |
| 6. VALORACIÓN | | | | | |
| Importancia para la comunidad | | | | | |
| <p>La vestimenta les diferencia de los demás grupos étnicos de la amazonia y a su vez fortalecen sus costumbres y tradiciones. Actualmente la utilizan como vestuario para danzar, asistir a eventos organizados por la comunidad o cuando son invitados por las autoridades locales a participar con sus danzas en fechas especiales como el día de la cultura, de la amazonia en las fiestas de cantonización o provincialización.</p> | | | | | |
| Sensibilidad al cambio | | | | | |
| X | Manifestaciones Vigentes | Debido a la colonización, los kichwas están perdiendo su identidad misma que se nota en la forma de vestir ya que han cambiado su vestimenta tradicional por la de los colonos. | | | |
| | Manifestaciones vigentes vulnerables | | | | |
| | Manifestaciones de la memoria | | | | |
| 7. INTERLOCUTORES | | | | | |
| Apellidos y nombres | Dirección | Teléfono | Sexo | Edad | |
| Información reservada | | | | | |
| 8. ELEMENTOS RELACIONADOS | | | | | |
| Código / Nombre | Ámbito | Subámbito | Detalle del subámbito | | |
| Vestimenta típica | Técnicas artesanales tradicionales | Vestimenta | La vestimenta de las mujeres, es una falda elaborada de lanchama, pita, y los hombres de cuero de venado un pantalón larga con basta ancha hasta el tobillo, no utilizaban zapatos. | | |
| 9. DATOS DE CONTROL | | | | | |
| Entidad Investigadora: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo | | | | | |
| Registrado por: Andrea Flores | | | Fecha de Registro: 18/12/2015 | | |
| Revisado por: Patricio Noboa | | | Fecha de revisión: 20/10/2016 | | |
| Aprobado por: | | | Fecha de aprobación: | | |
| Registro fotográfico: Andrea Flores | | | | | |

Tabla N° 28 Música y danza

| | | | | | |
|---|----------------------------|---|------------------------------------|-------------------------------------|-------|
|  GOBIERNO NACIONAL DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR | |  | | CÓDIGO | |
| INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO DIRECCIÓN DE INVENTARIO PATRIMONIAL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FICHA DE REGISTRO | | | | | |
| 1. DATOS DE LOCALIZACIÓN | | | | | |
| Provincia: | Orellana | Cantón: | Joya de los Sachas | | |
| Parroquia: | San Carlos | <input type="checkbox"/> | Urbana | <input checked="" type="checkbox"/> | Rural |
| Localidad: | Comunidad Flor del Pantano | | | | |
| 2. FOTOGRAFIA REFERENCIAL | | | | | |
|  | | | | | |
| Descripción de la fotografía: Música y danza tradicional de los kichwas | | | | | |
| 3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN | | | | | |
| Denominación | | | | | |
| Comunidad Flor del Pantano | | | | | |
| Grupo social | | | Lengua (S) | | |
| Kichwa | | | Español/Kichwa | | |
| Ámbito | | | | | |
| Subámbito | | | Detalle del Subámbito | | |
| Música típica | | | Música típica de la cultura kichwa | | |
| 4. DESCRIPCIÓN DE LA MANIFESTACIÓN | | | | | |
| <p>La música y danza tradicional son prácticas en la comunidad Flor del Pantano, como atractivos turístico cultural del lugar destinado a los turistas nacionales y extranjeros que visitan este sitio; mediante la utilización del bombo entonado por hombres kichwas y caparazones de animales que acompañan a la danza típica bailada por mujeres y hombres.</p> | | | | | |
| Fecha o período | | Detalle de la periodicidad | | | |
| | Anual | La música es utilizada en eventos, en las fiestas organizadas por la comunidad y durante la llegada de turistas a la comunidad. | | | |
| X | Continua | | | | |
| | Ocasional | | | | |
| | Otro | | | | |
| 5. PORTADORES / SOPORTES | | | | | |

| Tipo | Nombre | Edad/Tiempo de actividad | Cargo, función o actividad | Dirección | Localidad |
|---|--------------------------------------|---|--|---|----------------------------|
| Individuos | Daniel Shiguango | - | Habitante | - | Comunidad Flor del Pantano |
| Colectivos | | | | | |
| Instituciones | | | | | |
| 6. VALORACIÓN | | | | | |
| Importancia para la comunidad | | | | | |
| La música les diferencia de los demás grupos étnicos de la amazonia y a su vez fortalecen sus costumbres y tradiciones. Actualmente la utilizan para danzar cuando llegan turistas a la comunidad o son invitados por las autoridades locales a participar con sus danzas en fechas especiales como el día de la cultura, de la amazonia en las fiestas de cantonización o provincialización. | | | | | |
| Sensibilidad al cambio | | | | | |
| X | Manifestaciones Vigentes | Debido a la colonización, los kichwas están perdiendo su identidad. | | | |
| | Manifestaciones vigentes vulnerables | | | | |
| | Manifestaciones de la memoria | | | | |
| 7. INTERLOCUTORES | | | | | |
| Apellidos y nombres | Dirección | | Teléfono | Sexo | Edad |
| Información reservada | | | | | |
| 8. ELEMENTOS RELACIONADOS | | | | | |
| Código / Nombre | Ámbito | Subámbito | Detalle del subámbito | | |
| Música típica | Técnicas tradicionales | Música/ Danza | Mediante la utilización del bombo entonado por hombres kichwas y caparazones de animales que acompañan a la danza típica bailada por mujeres y hombres | | |
| | | | | | |
| 9. DATOS DE CONTROL | | | | | |
| Entidad Investigadora: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo | | | | | |
| Registrado por: Andrea Flores | | | | Fecha de Registro: 18/12/2015 | |
| Revisado por: Patricio Noboa | | | | Fecha de revisión: 20/10/2016 | |
| Aprobado por: | | | | Fecha de aprobación: | |
| Registro fotográfico: Andrea Flores | | | | | |

Tabla N° 29 Matriz resumen de evaluación y jerarquización de atractivos turísticos

| N | NOMBRE DEL ATRACTIVO | CALIDAD | | ENTORNO Max 10 | ESTADO DE CONSER Max 10 | ACCESO Max 10 | SERV Max 10 | AS. CON OTROS ATRACT Max 5 | SIGNIFICADO | | SUMA | JERAR I-II-III-IV |
|---|-----------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------|----------------------------|------------------|----------------|-------------------------------|--------------|-----------------|------|-------------------|
| | | VALOR INTRINS Max 15 | VALOR EXTRINS Max 15 | | | | | | LOC Max 2 | INT. M Max 2 | | |
| 1 | Centro turístico amaruyaya | 7 | 7 | 7 | 6 | 5 | 5 | 4 | 2 | | 38 | II |
| 2 | Laguna comunidad San Carlos | 7 | 7 | 7 | 8 | 5 | 4 | 4 | 2 | | 38 | II |
| 3 | Centro turístico Rio Negro | 7 | 7 | 7 | 6 | 5 | 7 | 6 | 2 | | 44 | II |
| 4 | El manantial | 7 | 7 | 7 | 8 | 5 | 4 | 4 | 2 | | 44 | II |

Elaborado por: Andrea Flores, 2015

La parroquia San Carlos es poseedora de cuatro atractivos naturales, 4 de jerarquía II, los cuales son la Laguna Amaruyaya y centro turístico principal centro turístico de la comunidad donde se puede observar diversidad de flora y conocer parte de su cultura kichwa, Laguna comunidad San Carlos se puede apreciar diversidad de flora y contacto con la naturaleza, centro turístico rio Napo lugar para compartir un tiempo en familia, el manantial lugar de relajación para compartir en familia.

También cuenta con un grupo étnico de la comunidad Flor del pantano, su etnia Kichwa misma que aún conserva su tradición y manifestaciones culturales heredadas por sus antepasados como es su comida típica, vestimenta, música y danza.

3. Análisis de la oferta turística

a. **Oferta turística actual**

Las comunidades de Flor del Pantano, Manabita II y Eugenio Espejo poseen un gran potencial turístico debido a que se encuentran rodeadas de bosques primarios, mismos que tienen una exuberante vegetación tanto en flora como en fauna, además se encuentran rodeadas por anchos ríos y riachuelos, donde habitan una gran variedad de especies acuáticas; también una pequeña laguna propicia para observar algunas especies de mamíferos, anfibios, reptiles y peces. Los habitantes de estas comunidades protegen estos recursos naturales con el fin de aprovecharlos de forma sostenible mediante la realización de actividades turísticas bajo la modalidad de turismo comunitario.

En cuanto a infraestructura cuentan con cabañas las cuales son utilizadas para la realización y exposición de artesanías, comedor y de descanso o para reuniones con los grupos de visitantes.

Las actividades que se pueden desarrollar en las zonas de estudios son observación de flora y fauna, recorrido por senderos, recorrido en quillas, natación, pesca deportiva, convivencia entre otras.

Para poder trasladarse hasta las comunidades se puede viajar por vía terrestre las cuales son vías de primer y segundo orden.

b. **Productos turísticos**

Se ha identificado 4 modalidades de turismo en la mancomunidad la cual está basada en el PLANDETUR 2020. Dichas condiciones básicas que reúnen están ligadas a las líneas de productos turísticos del país que son:

Tabla N° 30 Modalidades de turismo

| Productos turísticos | Variedad de productos específicos. | Condiciones existentes en las comunidades. |
|-----------------------------|---|---|
| Turismo cultural | Artesanías Científico, académico | Gastronomía fiestas populares |

| | | |
|---|---|--|
| | Gastronomía Chamanismo, fiestas y tradiciones populares. | Artesanías chamanismo Patrimonio cultural y natural (en menor escala). |
| Turismo comunitario | Convivencia con la comunidad. | Chamanismo Medicina ancestral Camping |
| Ecoturismo y turismo de naturaleza | Ríos y lagunas Observación de flora y fauna | Río napo, Río negro, Laguna Flor del pantano |
| Turismo de deportes y aventura | Deportes terrestres y acuáticos | Bosque primario (sendero) Natación Recorridos en quillas |

4. Análisis de la planta turística

La parroquia no cuenta con una planta turística, lo que se ha tomado como referencia a la parroquia más cercana que es Joya de los Sachas.

a. Alojamiento

La capacidad hotelera del cantón es de 585pax. Actualmente alrededor del 80% de establecimientos son rentados por compañías petroleras. En el siguiente cuadro se presenta una lista de los establecimientos de hospedaje existentes en el cantón.

Tabla N° 31 Establecimientos de hospedaje de la Joya de los Sachas

| ESTABLECIMIENTO | DIRECCIÓN | TIPO | CAPACIDAD | TELEFONO |
|-----------------|--------------------------------------|-------|-------------|------------|
| Amazonas | García Moreno y Av. Misión Capuchina | Hotel | 31hab/92pax | 0992050099 |
| Bambú | Av. Los Fundadores y García Moreno | Hotel | 36hab/63pax | 062899057 |
| Sol de Oriente | García Moreno y 10 de Agosto | Hotel | 22hab/45pax | -- |

| | | | | |
|------------|--------------------------------------|----------------------|-------------|-------------|
| Navarra | García Moreno y 10 de Agosto | Hotel | 36hab/49pax | 0983762494 |
| Americano | Av. Los Fundadores y Machala | Hotel Residencia | 32hab/39pax | 062899224 |
| Turismo | Av. Los Fundadores y Guayaquil | Hotel Residencia | 30hab/78pax | 062899 224 |
| Samantha | Loja y Misión Capuchina | Hostal | 40hab/90pax | 062 899 613 |
| La Joya | Av. Los Fundadores y Cristobal Colon | Hostal Residencia | 22hab/33pax | 062899 099 |
| Orellana | Av. Los Fundadores y Estefaía Crespo | Hostal Residencia | 12/18pax | --- |
| Lago Verde | Recinto la Democracia | Cabañas | 6hab/18pax | -- |

Nota: Trabajo de campo, Andrea Flores, 2015

b. Alimentación

La ciudad Joya de los Sachas cuenta con una gran variedad de lugares de alimentación como restaurantes, bares, cafeterías, fuentes de soda y heladerías los cuales se detallan a continuación:

Tabla N° 32 Establecimiento de alimentación

| ESTABLECIMIENTO | DIRECCIÓN | TIPO | CAPACIDAD |
|------------------------|--------------------------------------|-------------|------------------|
| Sabor Manabita | Av. Los Fundadores y Machala | Restaurante | 28pax |
| Delicias de mi Abuela | Av. Los Fundadores y La Joya | Restaurante | 40pax |
| Monte Cristo | Av. Los Naranjos y los Fundadores | Restaurante | 84pax |
| Parrilladas D´Foguiño | General Jumandy y Av. Los Fundadores | Restaurante | 72pax |
| Cevichería el Colorado | Av, Los Fundadores y Guayaquil | Restaurante | 40pax |
| Mi Cuchito | Misión Capuchina y Jaime Roldós | Restaurante | 40pax |
| El Sabor de la Choza | Misión Capuchina y Jaime Roldós | Restaurante | 28pax |
| La Toga | Av. Los Fundadores y La Joya | Restaurante | 30pax |

| | | | |
|-----------------------|--------------------|-------------|-------|
| Parrilladas el Bosque | Av. Los Fundadores | Restaurante | 96pax |
| Rocío | Av. Los Fundadores | Restaurante | 18pax |

Nota: Subdirección de Gestión y Desarrollo Turístico,

c. Centros de recreación y descanso

La parroquia Joya de los Sachas, cuenta con los siguientes centros:

Tabla N° 33 Bares y discotecas

| ESTABLECIMIENTO | DIRECCIÓN | TIPO | CAPACIDAD |
|-----------------|------------------------------|---------------------|-----------|
| Unicornio | Misión Capuchina y Colón | Discoteca y Karaoke | 80pax |
| Duff | Misión Capuchina y Colon | Bar- Karaoke | 40pax |
| La Oficina | Av. Los Fundadores y la Joya | Bar | 30pax |

Nota: Subdirección de Gestión y Desarrollo Turístico, 2015

Tabla N° 34 Centros de recreación

| ESTABLECIMIENTO | DIRECCIÓN | SERVICIOS | CAPACIDAD |
|------------------------------|---|--|-----------|
| Balneario Yanayacu | Sector Yanayacu | Alimentación, bar, piscinas, toboganes, canchas deportivas, discoteca con pista giratoria. | 5ha |
| Centro turístico Las Ramadas | Desde la ciudad del Sacha por la vía Lago Agrio- Sacha- Coca en un tramo de 12 km | Alimentación, canchas deportivas, balneario, sendero. | |
| Las Canchitas | Desde la ciudad del Sacha por la vía Lago Agrio- Sacha- Coca en un tramo de 12 km | Canchas deportivas, balneario, alimentación | 40 ha |
| Pesca deportiva Yanayacu | Desde el sachacoca 13 km | Piscinas de pescado | |
| Balneario Royal Palm | Desde el sachavía Lago agrio 1,5 km | Alimentación, bar piscinas, sauna, turco, hidromasaje, canchas deportivas, pista de | 50pax |

| | | | |
|--|--|--|--|
| | | baile, forma parte del balneario un moderno hotel. | |
|--|--|--|--|

Nota: Subdirección de Gestión y Desarrollo Turístico, 2014

5. Análisis de la superestructura

a. Instituciones Públicas especializadas en turismo

Tabla N° 35 Instituciones de turismo

| INSTITUCIONES PÚBLICAS | | | |
|--|--|--|------------------------------------|
| Instituciones | Función en cuanto a la actividad turística | Apoyo de la actividad turística | Dirección |
| Gobierno autónomo descentralizado provincial de Orellana | De acuerdo al Art.13 establece regulación local, en el marco de la competencia de fomento de las actividades turísticas, productivas y agropecuarias. | Mediante la creación de proyectos comunitarios turísticos enfocados a fomentar la actividad turística como la creación de centros turísticos comunitarios que ayudan a mantener la viabilidad. | Av. 9 de Octubre y Rio Huataraco |
| Coordinación zonal 2 MINTUR | De acuerdo al Art.4 de la ley general de turismo numeral 7 establece promover y fomentar todo tipo de turismo, especialmente receptivo interno y social y la ejecución de proyectos, programas y prestación de servicios complementarios con organizaciones, entidades e instituciones públicas y privadas | Regula a la actividad turística como también brindan y ejecutan actividades de capacitación y elaboración de proyectos | Calle Quito y Chimborazo (Malecón) |
| Ministerio del ambiente | Según el Decreto Ejecutivo N 195-A, su principal función es ejercer el rol de autoridad ambiental coordinado, unificando, ejecutando y supervisando las políticas, programas y proyectos, con la | Control y conservación ambiental con el objetivo de que los recursos se encuentren en óptimas condiciones. | Junto a la casa de la Democracia |

| | | | |
|---|--|---|------------------------------------|
| | participación directa del sector privado y de las comunidades en el campo de la investigación, la planificación y la acción ecológica. | | |
| Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón joya de los Sachas | De acuerdo al Art. 54 literal g) del COOTAD, establece como una de las funciones del gobierno autónomo descentralizado municipal la de regular, controlar y promover el desarrollo de la actividad turística dentro del marco de descentralización | Promoción turística mediante la subdirección de turismo, regulan, controlan y actualizan los inventarios y catastros | Av. Los Fundadores y Jaime Roldós |
| ESPOCH | En el reglamento de la resolución 126.CP.2014 dan a conocer: Que, en el Art. 350 de la Constitución de la República del Ecuador dispone que el Sistema de Educación Superior tiene como finalidad la formación académica y profesional con visión científica y humanista; la investigación científica y tecnológica; la innovación, promoción, desarrollo y difusión de los saberes y las culturas; la construcción de soluciones para los problemas del país, en relación con los objetivos del régimen de desarrollo. | Cumple con la función de realizar investigaciones y levantamiento de información para el desarrollo turístico de la provincia, mediante la realización de trabajos de campo con los estudiantes de la Extensión Norte Amazónica | Riobamba-Panamericana Sur km 1 1/2 |

Nota: Trabajo de campo, Andrea Flores, 2015

b. Instituciones privadas

1) Agencias de turismo

La Joya de los Sachas cuenta con variedad de productos específicos, lamentablemente en el cantón no existe agencias de viajes ni operadoras turísticas que puedan ofertar estos productos. Mediante la investigación realizada las agencias de viajes existentes en el cantón Puerto Francisco de Orellana y varias agencias y operadoras turísticas de Quito, no se encontraron agencias de viajes u operadoras de turismo que oferten al menos un sitio turísticos del cantón.

Las principales operadoras ofertados en la provincia de Orellana se detallan continuación

Tabla N° 36 Agencias de Turismo

| DESCRIPCIÓN | ESTABLECIMIENTO | DIRECCIÓN |
|-------------|---------------------------------------|-------------------------------------|
| Operadora | Ambasadortour Cia. Ltda. | Vicente Rocafuerte y Víctor Ron |
| Operadora | Sumakallpa Tour Cia. Ltda. | Amazonas, entre Espejo y Chimborazo |
| Operadora | Oroagency Cia. Ltda. | Amazonas y Chimborazo |
| Operadora | Wildlifeamazon Cía. Ltda | Quito y Bolívar |
| Operadora | Operadora Turística Witoto Cia. Ltda. | Amazonas y Chimborazo |

Nota: Subdirección de Gestión y Desarrollo Turístico, 2014

6. Análisis de la demanda turística

Para analizar la demanda se identificaron dos segmentos de mercado prioritarios de turismo: Demanda nacional y demanda internacional. También se tomó en cuenta el segmento de mercado actual de la parroquia más cercana, para el cual se aplicó encuestas de satisfacción al cliente.

a. Universo

El universo de estudio está conformado por los turistas nacionales e internacionales que visitan la parroquia Joya de los Sachas, según los datos facilitados por la Subdirección de gestión y desarrollo turístico Municipal el total de turistas que ingresaron en el año 2015 a la parroquia es de 2408 lo que representaría el universo de estudio. Los cuales el 98 % son nacional y el 2% son extranjeros.

b. Muestra

Mediante la fórmula de Cannavos se pudo determinar el tamaño de la muestra, teniendo como resultado la ejecución de 285 encuestas, aplicadas al turista nacional y turista extranjero.

Tabla N° 37 Distribución de las encuestas

| Turistas | Visitantes | Porcentajes | Numero de encuestas |
|-----------------|-------------------|--------------------|----------------------------|
| Nacionales | 2358 | 98% | 243 |
| Extranjeros | 50 | 2% | 42 |

Nota: Trabajo de campo, Andrea Flores, 2015

1) Análisis de las encuestas aplicadas a turistas internacionales

Las encuestas están conformadas por 11 preguntas, de tipo cerradas y elección múltiples, las cuales fueron desarrolladas con el objetivo de saber si los turistas desean conocer la parroquia San Carlos.

a) Edad

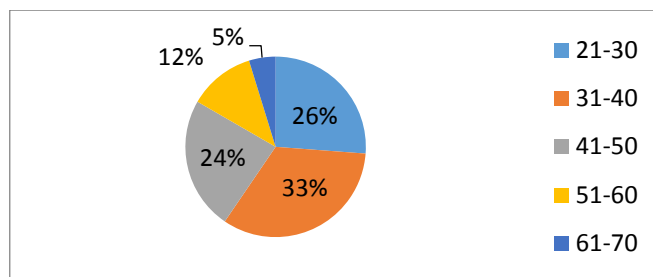


Figura N° 2 Edad extranjero
Nota: Trabajo de campo, Andrea Flores, 2015

Análisis

De acuerdo con los datos obtenidos de la encuesta, el 33% de los turistas que visitan la ciudad tiene 31-40 años, siendo el de mayor porcentaje, el 26% corresponde a la edad de 21-30 años, el de 24% a la edad de 41-50 años, mientras que los de menores porcentajes se dividen entre el 12% de 51-60 años, el 5% de 61-70.

b) Género

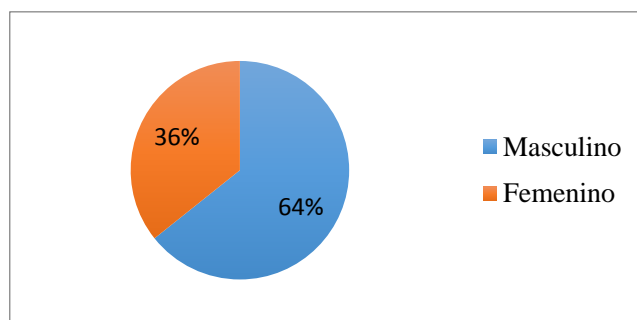


Figura N° 3 Género extranjeros
Nota: Trabajo de campo, Andrea Flores, 2015

Análisis

De acuerdo con los datos obtenidos de la encuesta, el 64% son de género masculino y el 36% es de género femenino.

c) Nivel de instrucción

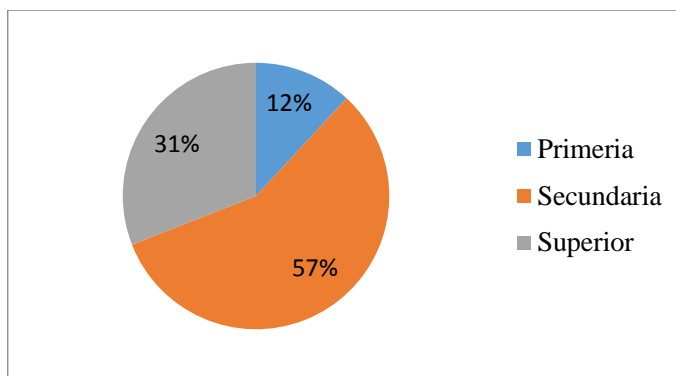


Figura N° 4 Nivel de instrucción extranjeros
Nota: Trabajo de campo, Andrea Flores, 2015

Análisis

De acuerdo con los datos obtenidos de la encuesta, el 57% tienen un nivel de instrucción secundaria, el 31% tienen un nivel de instrucción superior y con un rango menor de 12% tienen un nivel de instrucción primaria.

d) Procedencia

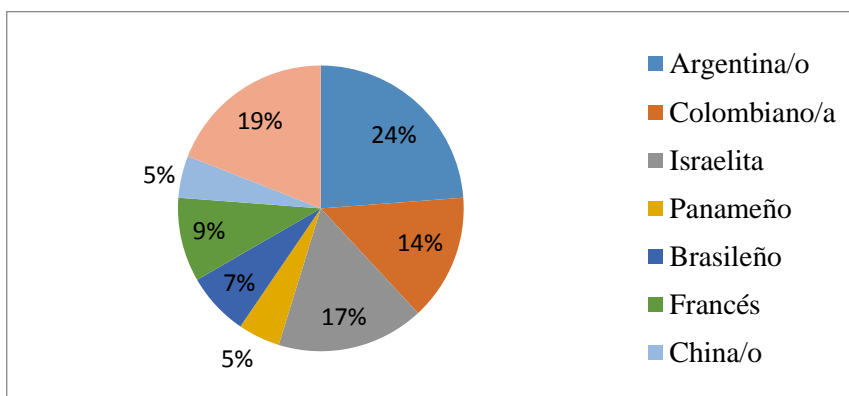


Figura N° 5 Procedencia extranjeros
Nota: Trabajo de campo, Andrea Flores, 2015

Análisis

De acuerdo con los datos obtenidos de la encuesta, el 24% tienen una procedencia Argentina, el 19% provienen de Chile, el 17% son Israelitas, el 9% son Franceses, el 7% son de Brasileños y con un rango menor de 5% son de China y Panamá.

e) Conoce la parroquia San Carlos

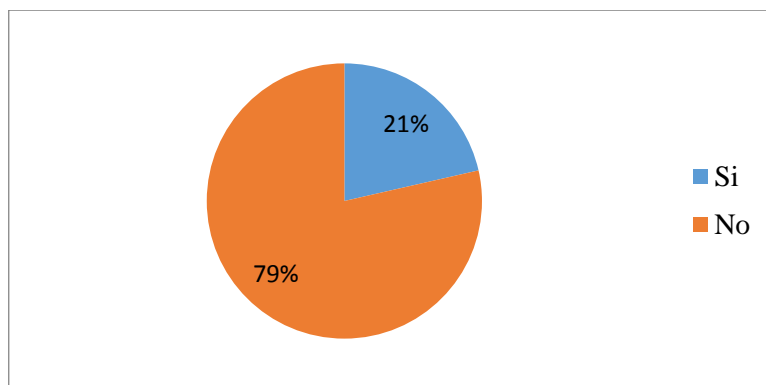


Figura N° 6 Usted conoce la parroquia San Carlos
Nota: Trabajo de campo, Andrea Flores, 2015

Análisis

De acuerdo con los datos obtenidos de la encuesta, el 79% no conoce la parroquia, el 21% si conoce la parroquia San Carlos.

f) Le gustaría visitar la parroquia San Carlos

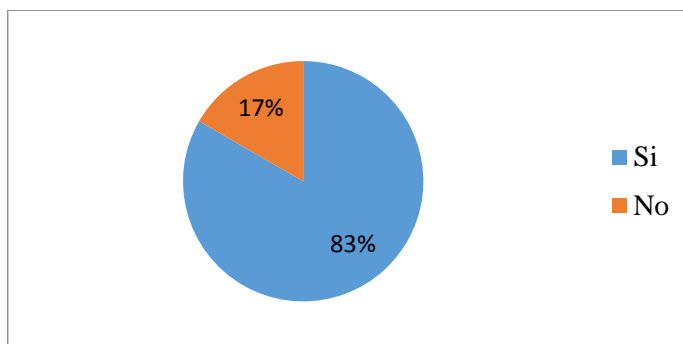


Figura N° 7 Le gustaría visitar la parroquia San Carlos
Nota: Trabajo de campo, Andrea Flores, 2015

Análisis

De acuerdo con los datos obtenidos de la encuesta, el 83% le gustaría visitar la parroquia y el 17% no le gustaría visitar la parroquia.

g) Tipo de turismo que le gustaría realizar

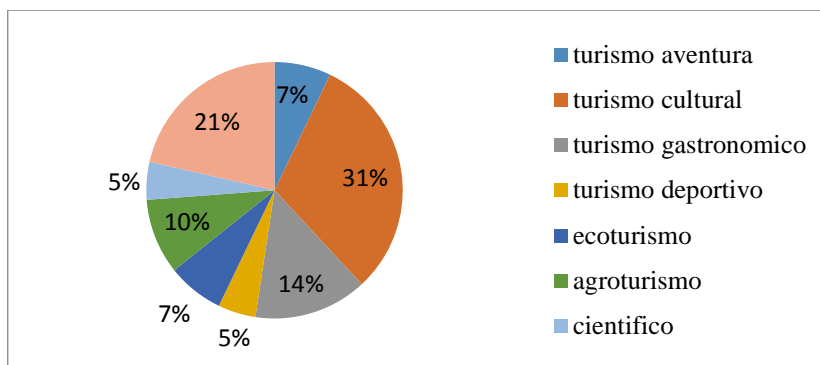


Figura N° 8 Qué tipo de turismo le gustaría realizar en San Carlos
Nota: Trabajo de campo, Andrea Flores, 2015

Análisis

De acuerdo a los datos obtenidos de las encuestas el 31% le gustaría realizar turismo cultural, el 21% le gustaría realizar turismo comunitario, el 14% turismo gastronómico, el 10% le gustaría realizar agroturismo, el 7% les gustaría realizar turismo de aventura y ecoturismo y con un menor porcentaje del 5% les gustaría realizar turismo deportivo y científico.

h) Presupuesto asignado para la parroquia San Carlos

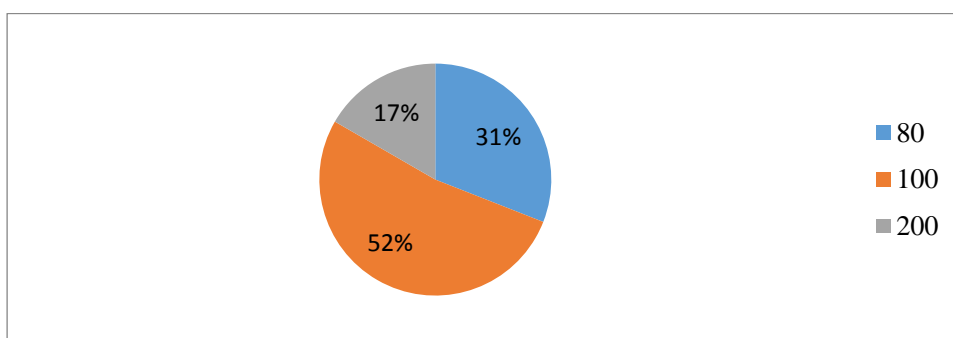


Figura N° 9 Cuál sería el presupuesto asignado para su visita en la parroquia San Carlos
Nota: Trabajo de campo, Andrea Flores, 2015

Análisis

De acuerdo a los datos obtenidos de las encuestas el 52% de los turistas estarían dispuestos a cancelar por el producto turístico 100 USD, el 31% estaría dispuesto a cancelar 80 USD y con menor porcentaje de 17% estaría dispuesto a cancelar 200USD.

i) Tiempo de planificación para pasar en la parroquia San Carlos

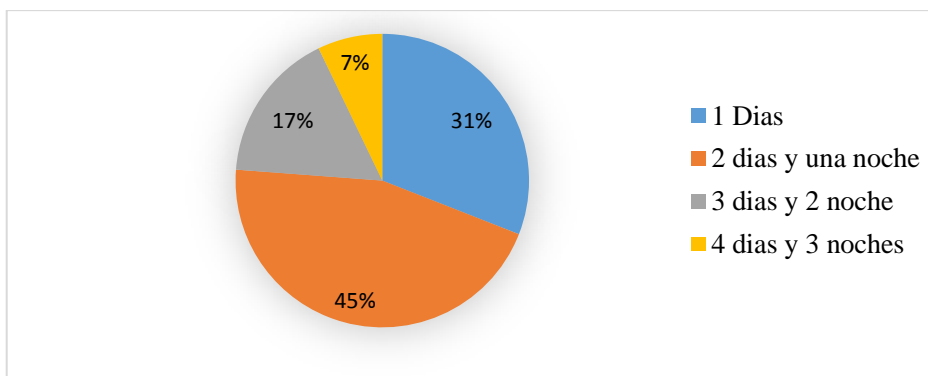


Figura N° 10 Cuánto tiempo planificaría pasar en la parroquia San Carlos
Nota: Trabajo de campo, Andrea Flores, 2015

Análisis

De acuerdo a los datos obtenidos de las encuestas el 45% de los turistas les gustaría pasar 2 días y una noche, el 31% le gustaría pasar 1 día, el 17% le gustaría pasar 3 días y 2 noches, y con un menor porcentaje del 7% le gustaría pasar 4 días y 3 noches.

j) Servicios que le gustaría que cuente la parroquia San Carlos

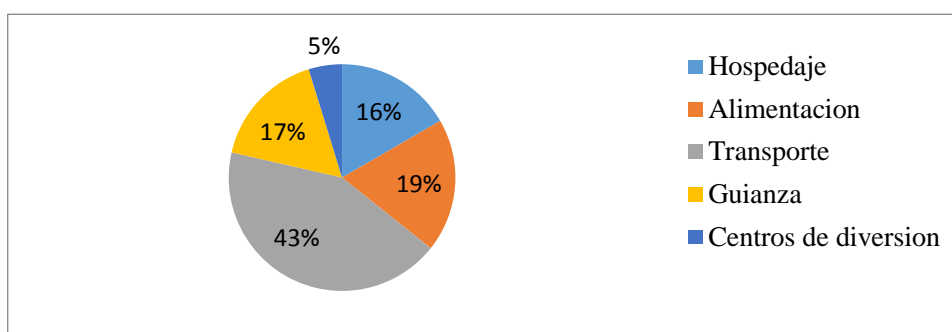


Figura N° 11 Con qué servicios turísticos le gustaría que cuente la parroquia San Carlos
Nota: Trabajo de campo, Andrea Flores, 2015

Análisis

De acuerdo a los resultados obtenidos de las encuestas el 43% de los turistas les gustaría que la parroquia cuente con servicio de transporte, el 19% con servicio de alimentación, el 17% con servicio de guianza, el 16% con servicio de hospedaje y con un menor porcentaje del 5% le gustaría centros de diversión.

k) Medios de comunicación que utiliza para informarse sobre actividades turísticas

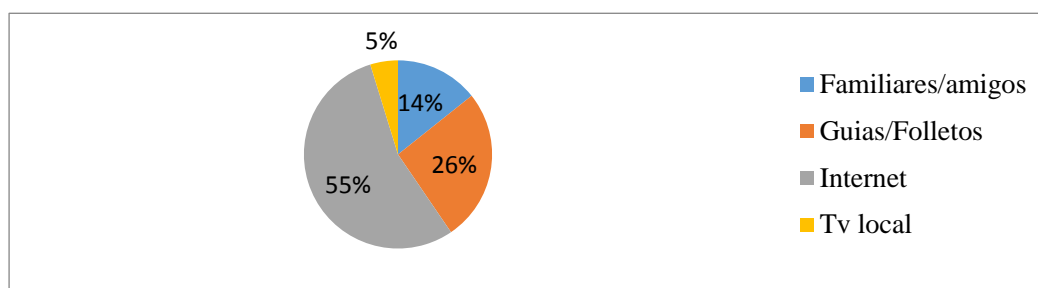


Figura N° 12 Qué medios de comunicación utiliza para informarse sobre actividades turísticas
Nota: Trabajo de campo, Andrea Flores, 2015

Análisis

De acuerdo a los resultados obtenidos de las encuestas el 55% se informa por internet, el 26% mediante guías/folletos, el 14% mediante familiares/amigos, con un menor porcentaje del 5% se informa mediante Tv local.

1) Perfil del turista Extranjero

Luego de haber aplicado las encuestas a los turistas extranjeros, se ha determinado el siguiente perfil de la demanda potencial:

Los encuestados de nuestro universo que visitan el lugar, tiene un promedio de 31 a 40 años (33%) y de 21 a 30 años (26%), provienen mayormente de Argentina (24%), Chile (19%) e Israel (7%), de género masculino (64%) y femenino (36%), tienen un nivel de educación secundaria (57%) y superior (31%).

La mayoría de los encuestados está de acuerdo en que se cree un Producto Turístico Cultural y le gustaría conocer la parroquia San Carlos (83%), le gustaría realizar turismo cultural(31%), turismo comunitario(21%) y turismo gastronómico (14%), está dispuesto a pagar 100 USD (52%) y en un menor porcentaje estaría dispuesto a cancelar 200USD (17%). Los turistas en su mayoría estarían dispuesto a tener una convivencia cultural de 2 a 3 días (45%) o como segunda opción 1 día (31%), les gustaría que la parroquia cuente con servicio de transporte (43%), alimentación (19%), guianza (17%), hospedaje (16%) y con un menor porcentaje centros de diversión (5%).

Sus fuentes de información preferentemente son el internet (55%), las guías/folletos (26%) y por medio de familiares/amigos (14%).

2) Resultados de las encuestas aplicadas a turistas nacionales

a) Edad

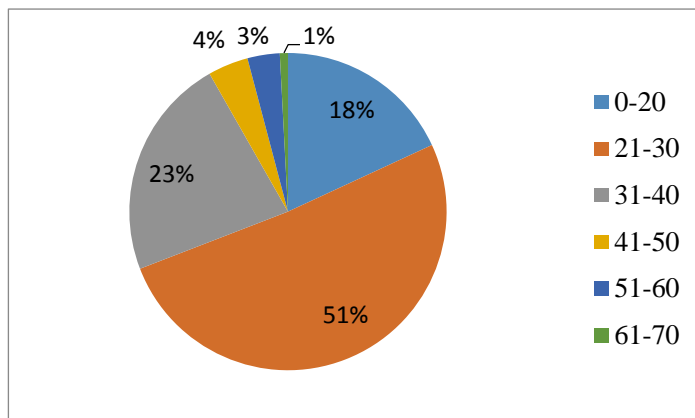


Figura N° 13 Edad nacionales

Nota: Trabajo de campo, Andrea Flores, 2015

Análisis

De acuerdo con los datos obtenidos de las encuestas, el 51% de los turistas que visitan la ciudad tiene de 21 a 30 años, siendo el de mayor porcentaje, el 23% corresponde a la edad de 31-40 años, el de 18% a la edad de 0-20 años, mientras que los de menores porcentajes se dividen entre el 4% de 41-50 años, el 3% 51-60 y el 1% 61-70 años.

b) Género

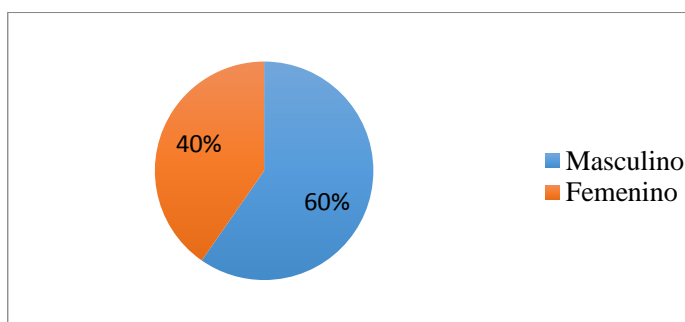


Figura N° 14 Género nacional

Nota: Trabajo de campo, Andrea Flores, 2015

Análisis

De acuerdo con los datos obtenidos de las encuestas, el 60% de los turistas son de género masculino, el 40% corresponde al género femenino.

c) Nivel de instrucción

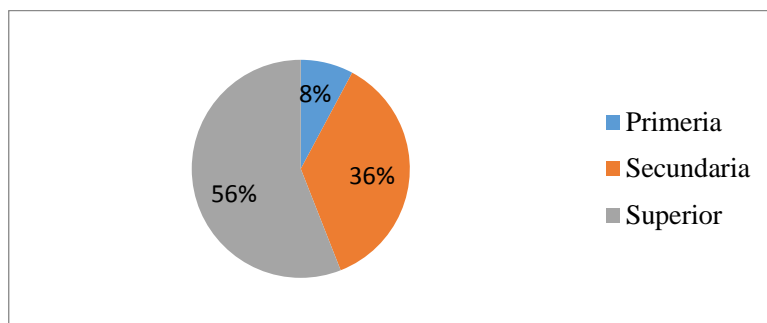


Figura N° 15 Nivel de instrucción nacional
 Nota: Trabajo de campo, Andrea Flores, 2015

Análisis

De acuerdo con los datos obtenidos de las encuestas, el 56% de los turistas es de instrucción superior, siendo el de mayor porcentaje, el 36% corresponde a la instrucción secundaria y el 8% de instrucción primaria.

d) Lugar de procedencia

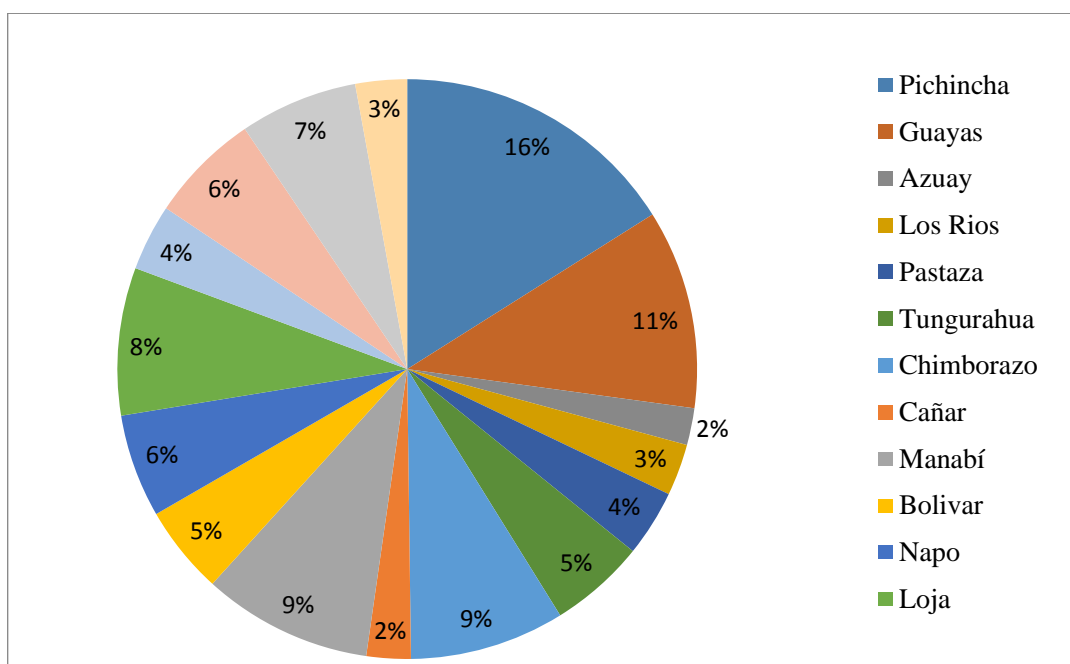


Figura N° 16 Lugar de procedencia
 Nota: Trabajo de campo, Andrea Flores, 2015

Análisis

De acuerdo con los datos obtenidos de las encuestas, el 16% de los turistas provienen de la provincia de Pichincha, siendo el de mayor porcentaje, el 11% corresponde a la provincia del Guayas, el 9% a la provincia de Chimborazo y Manabí, el 8% a la provincia de Tungurahua, mientras que los de menores porcentajes se dividen la provincia de Pastaza, Cañar, Napo, Bolívar, Los Ríos y Azuay.

e) **Conoce la parroquia San Carlos**

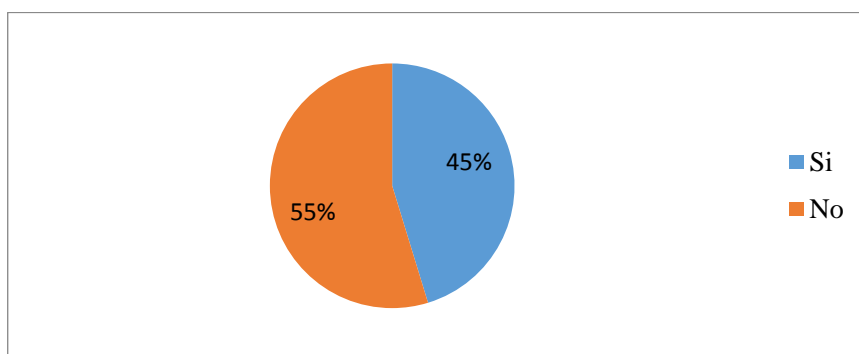


Figura N° 17 Usted conoce la parroquia San Carlos

Nota: Trabajo de campo, Andrea Flores, 2015

Análisis

De acuerdo con los datos obtenidos de las encuestas, el 55% de los turistas si conocer la parroquia San Carlos, mientras el 45% manifiesta no conocerla.

f) **Le gustaría visitar la parroquia San Carlos**

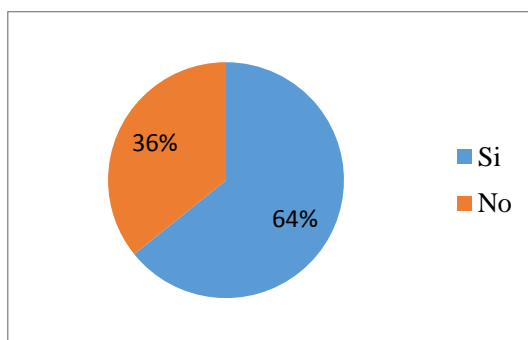


Figura N° 18 Le gustaría visitar la parroquia San Carlos

Nota: Trabajo de campo, Andrea Flores, 2015

Análisis

De acuerdo con los datos obtenidos de la encuesta, el 83% le gustaría visitar la parroquia y el 17% no le gustaría visitar la parroquia.

g) Tipo de turismo que le gustaría realizar en San Carlos

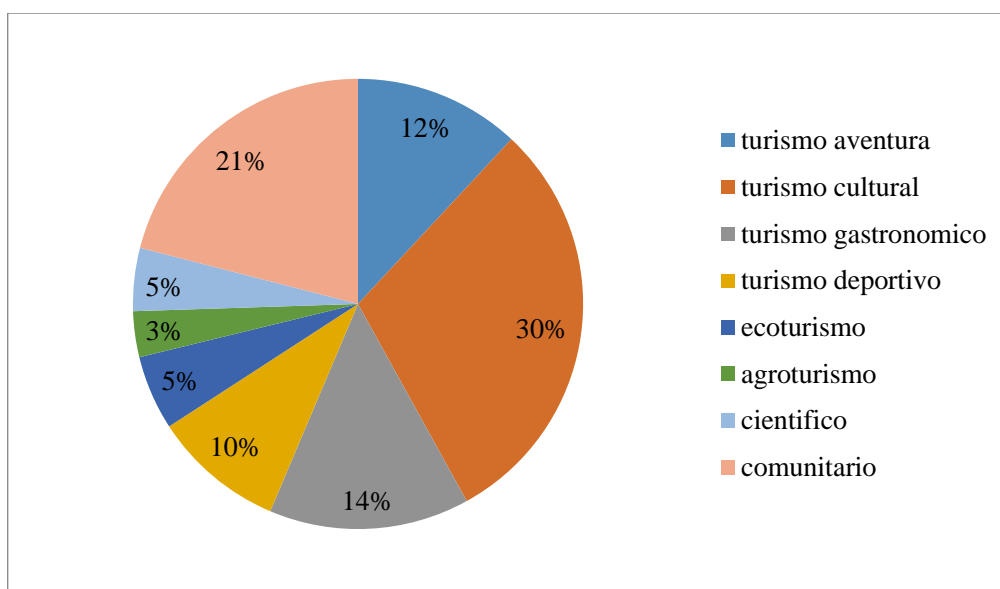


Figura N° 19 Qué tipo de turismo le gustaría realizar en San Carlos

Nota: Trabajo de campo, Andrea Flores, 2015

Análisis

De acuerdo a los datos obtenidos de las encuestas el 30% le gustaría realizar turismo cultural, el 21% turismo comunitario, 14% le gustaría realizar turismo gastronómico, el 12% turismo de aventura, el 10% le gustaría realizar agroturismo, el 7% les gustaría realizar turismo de aventura y ecoturismo y con un menor porcentaje le gustaría realizar turismo deportivo, ecoturismo y científico.

h) Presupuesto asignado para su visita en la parroquia San Carlos

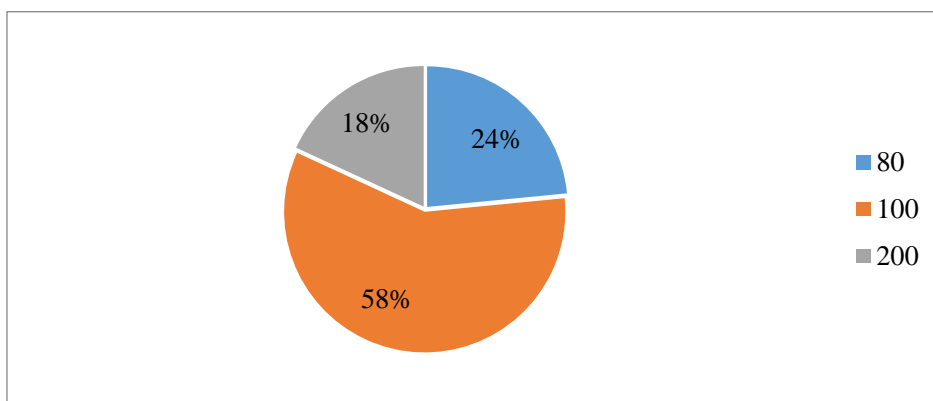


Figura N° 20 Cuál sería el presupuesto asignado para su visita en la parroquia San Carlos
Nota: Trabajo de campo, Andrea Flores, 2015

Análisis

De acuerdo a los datos obtenidos de las encuestas el 58% de los turistas estarían dispuestos a cancelar por el producto turístico 100 USD, el 24% estaría dispuesto a cancelar 80 USD y con menor porcentaje de 18% estaría dispuesto a cancelar 200USD.

i) Tiempo que planificaría pasar en la parroquia San Carlos

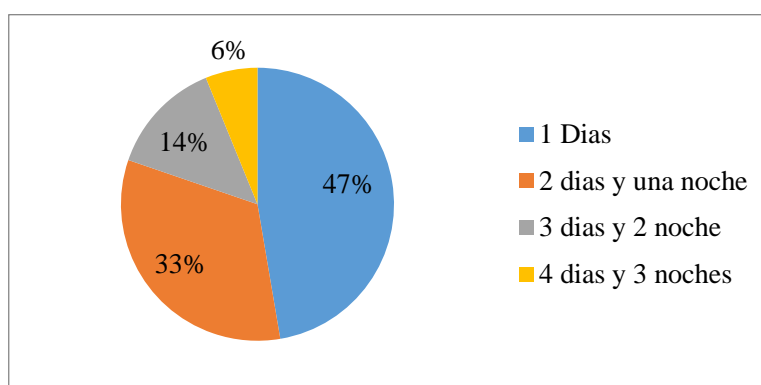


Figura N° 21 Cuánto tiempo planificaría pasar en la parroquia San Carlos
Nota: Trabajo de campo, Andrea Flores, 2015

Análisis

De acuerdo a los datos obtenidos de las encuestas el 47% de los turistas les gustaría pasar 1 día, el 33% les gustaría pasar 2 días y una noche el 14% le gustaría pasar 3 días y 2 noches, y con un menor porcentaje del 6% le gustaría pasar 4 días y 3 noches.

j) Servicios que le gustaría que cuente la parroquia San Carlos

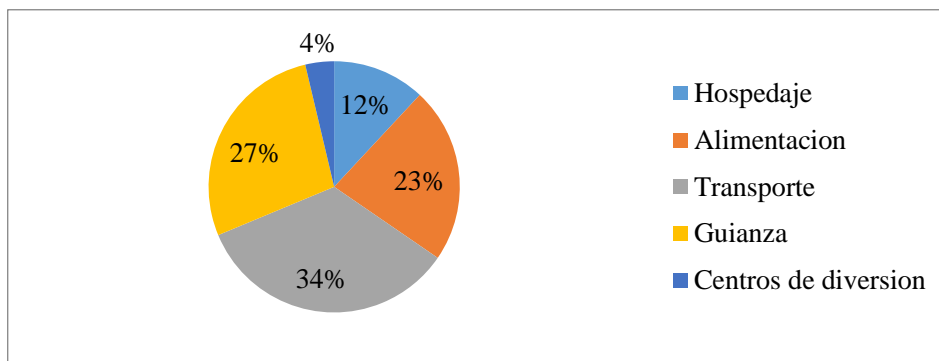


Figura N° 22 Con qué servicios turísticos le gustaría que cuenta la parroquia San Carlos
Nota: Trabajo de campo, Andrea Flores, 2015

Análisis

De acuerdo a los resultados obtenidos de las encuestas el 34% de los turistas les gustaría que la parroquia cuente con servicio de transporte, el 27% con servicio de guianza, el 23% con servicio de alimentación, el 12% con servicio de hospedaje y con un menor porcentaje del 4% le gustaría centros de diversión.

k) Medios de comunicación que utiliza para informarse sobre actividades turísticas

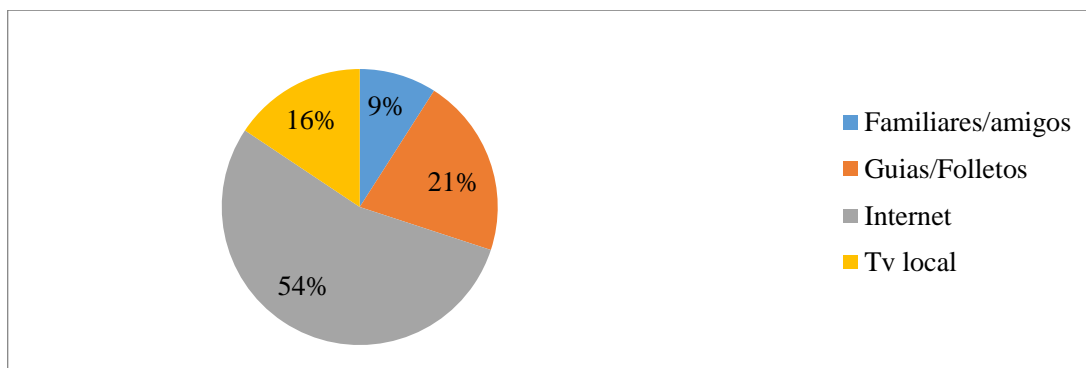


Figura N° 23 Qué medios de comunicación utiliza para informarse sobre actividades turísticas
Nota: Trabajo de campo, Andrea Flores, 2015

Análisis

De acuerdo a los resultados obtenidos de las encuestas el 54% se informa por internet, el 21% mediante guías/folletos, el 16% mediante familiares/amigos, con un menor porcentaje del 9% se informa mediante Tv local.

3) Perfil del turista Nacional

Luego de haber aplicado las encuestas a los turistas nacionales, se ha determinado el siguiente perfil de la demanda potencial:

Los encuestados de nuestro universo que visitan el lugar , tiene un promedio de 21 a 30 años (51%) y de 31 a 40 años (23%), provienen mayormente de Pichincha (16%), Guayas(11%) e Chimborazo (9%), de género masculino (60%) y femenino (40%), tienen un nivel de educación superior (56%) y secundaria (36%).

La mayoría de los encuestados está de acuerdo en que se cree un Producto Turístico Cultural y le gustaría conocer la parroquia San Carlos (64%), le gustaría realizar turismo cultural (30%), turismo comunitario (21%) y turismo gastronómico (11%), está dispuesto a pagar 100 USD (58%) y en un menor porcentaje estaría dispuesto a cancelar 200USD (18%). Los turistas en su mayoría estarían dispuesto a tener una convivencia cultural de 1 día (47%) o como segunda opción 2 a 3 días les gustaría (33%) que la parroquia cuente con servicio de transporte (34%), alimentación (23%), guianza (27%), hospedaje (12%) y con un menor porcentaje centros de diversión (4%).

Sus fuentes de información preferentemente son el internet (54%), las guías/folletos (21%) y por medio de familiares/amigos (16%).

7. Análisis de la oferta vs demanda

a. Análisis de la competencia

En el desarrollo de la actividad turística, satisfacer necesidades y deseos de los visitantes es la finalidad, además de generar ingresos económicos y contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de una población. Por tal razón se ha identificado operadoras turísticas que están surgiendo empíricamente Sin embargo, pese a estas condiciones no existe una oferta específica. A continuación se detalla los productos que son ofertados por las operadoras de turismo de la parroquia Puerto Francisco de Orellana.

(1) Sumakallpa Tour**(a) Tour: Amaruyaya**

Tabla N° 38 Tour: Amaruyaya

| Actividades | Productos a ofertar | Atractivos | Comercialización | Frecuencia |
|--|--|--|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> - Senderismo. - Observación de la flora y fauna. - Trekking. - Avistamientos de aves. - Caminatas nocturnas. - Actividades culturales | <ul style="list-style-type: none"> - Naturaleza y Cultura | <ul style="list-style-type: none"> - Grupo étnico Kichwa. | <ul style="list-style-type: none"> - Paquetes organizados por operadoras. - Duración: un día. - Costo \$80 un pax, \$90 por 2 pax y \$120 por 6 pax. | <ul style="list-style-type: none"> - Salidas semanales |

Nota: Trabajo de campo, Andrea Flores, 2016

b. Confrontación de la oferta vs demanda**(1) Proyección de la demanda-oferta**

El universo de estudio indicó que el 2408 de turistas nacionales y extranjeros visitaron la provincia de Orellana en el año 2015, el 98% corresponde a los turistas nacionales dando un total de 2358 personas; el 2% de turistas extranjeros siendo un total de 50 personas.

De acuerdo al estudio realizado de los 2358 turistas nacionales el 64 % le gustaría acceder a un producto turístico lo que equivale a 1509 turistas que harían uso de este producto turístico. En cuanto a los 50 turistas internacionales el 83% si visitaría un producto turístico lo que significa una demanda de 42 turistas que les interesa el producto turístico.

Para realizar el cálculo de la demanda potencial se utilizó la fórmula del incremento compuesto considerando una tasa de crecimiento turístico anual del 13% en la provincia de Orellana dato obtenido en el Ministerio de Turismo de Orellana.

Fórmula de la cantidad ofertada y demandada: $C_0 = C_n (1+i)^n$

Dónde:

Co=Año a proyectar (2015-2020)

Cn=Demanda actual: turistas nacionales e internacionales

i=Incremento del turismo nacional y extranjero (13%)

n=Años a proyectarse (1-5)

(2) Proyección de la demanda

Tabla N° 39

Proyección de la demanda

| Proyección de la demanda | | | |
|--------------------------|-----------------|-------------------|----------------|
| Año | Demanda | | Demanda actual |
| | Nacional 64% | Extranjera 83% | |
| 2015 | 1509 | 42 | 1551 |
| 2016 | 1709 | 47 | 1756 |
| 2017 | 1927 | 54 | 1981 |
| 2018 | 2177 | 61 | 2238 |
| 2019 | 2460 | 68 | 2528 |
| 2020 | 2780 | 77 | 2857 |

Nota: Trabajo de campo, Andrea Flores, 2016

(3) Confrontación de la oferta vs la demanda**(a) Proyección de la oferta y demanda insatisfecha**

Para determinar la cantidad oferta se utilizó los datos de turistas que ingresaron a Sumakallpa Tour; estos datos fueron utilizados debido a que es la principal competencia para el análisis pertinente.

(b) Proyección de la oferta (competencia)

Tabla N° 40 Proyección de la oferta-competencia

| Año | Sumakallpa Tour |
|------|-----------------|
| 2015 | 258 |
| 2016 | 292 |
| 2017 | 329 |
| 2018 | 372 |
| 2019 | 421 |
| 2020 | 475 |

Nota: Trabajo de campo, Andrea Flores, 2016

(c) Demanda insatisfecha

La demanda insatisfecha es la resta entre la demanda total y la cantidad ofertada obteniendo una demanda insatisfecha de 1293 en el primer año.

Tabla N° 41 Demanda insatisfecha proyectada

| Años | Demanda actual | Cantidad de la oferta | Demanda insatisfecha | Demanda objetiva 40% |
|------|----------------|-----------------------|----------------------|----------------------|
| 2015 | 1551 | 258 | 1293 | 517 |
| 2016 | 1756 | 292 | 1464 | 513 |
| 2017 | 1981 | 329 | 1652 | 578 |
| 2018 | 2238 | 372 | 1866 | 653 |
| 2019 | 2528 | 421 | 2107 | 738 |
| 2020 | 2857 | 475 | 2382 | 834 |

Nota: Trabajo de campo, Andrea Flores, 2016

Para la determinación de la demanda objetivo se trabajó con el 40 % ya que es el porcentaje que se desea captar, debido a que no afecta la afluencia de turistas en el ambiente ni en la infraestructura turística.

8. Análisis FODA

Para la realización de nuestro análisis FODA se lo realizo con directivos de la jura parroquial mediante un taller, dándonos como resultado os siguiente:

Tabla N° 42 Matriz FODA

| FORTALEZAS | OPORTUNIDADES |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Cuenta con recursos naturales y culturales. • Cuenta con tres atractivos naturales actualmente en funcionamiento. • Posee una diversidad cultural conformada por kichwas y manabitas, lo que permite obtener atractivos culturales. • Interés en la población para el desarrollo turístico. • Las vías de primer y segundo orden se encuentran en muy buen estado. • Pose gran diversidad de flora y fauna. • Producción cacaotera a nivel nacional. • Experiencia en proyectos productivos en diversas áreas y sectores, tales como agrícola, piscícola y turísticos. • Amplio conocimiento de plantas medicinales de la zona. | <ul style="list-style-type: none"> • Auge turístico. • Desarrollo de proyectos turísticos. • El GAD provincial apoya y financia proyectos de desarrollo para el sector rural. • Acceso a los programas de capacitación turística emitidos por el MINTUR. • Promoción turística de comunidades que se encuentran desarrollado la actividad. • El Ministerio de Turismo a través de su programa "Negocios Turísticos Productivos", en conjunto con el Banco Nacional de Fomento otorgan préstamos para el desarrollo turístico comunitario. • El PLANDETUR 2020 como política de gobierno y de parroquia. • Convenio interinstitucional con el Mintur de turismo, el GAD provincial y cantonal. • Convenio con operadoras y agencias enfocadas a la promoción turística para la captación de turistas. • Estudiantes de instituciones superiores realizan investigaciones respecto al ámbito turístico en las comunidades. |

| | |
|--------------------|-----------------|
| | |
| DEBILIDADES | AMENAZAS |

| | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • No cuenta con una unidad técnica de turismo. • Poca inversión privada en el sector turístico. • Afluencia ocasional de turistas que visitan AMARU YAYA. • No cuentan con servicios básicos. • Involucrarse en otras actividades productivas dejando a un lado el sector turístico. • Falta de personal capacitado para brindar una buena atención al turista. • No existe señalización turística e interpretativa en la parroquia. • Incumplimiento del Plan de Desarrollo local en cuanto a proyectos de turismo. | <ul style="list-style-type: none"> • Poca visión turística por parte de los entes que asumen la dirección técnica del turismo. • Escaso seguimiento a los proyectos implementados por parte de las autoridades locales. • Escasa planificación en la actividad turística a nivel cantonal. • Se puede producir impacto ambiental por el tráfico de turistas. • La erosión cultural. • Carreteras en mal estado por las variaciones climáticas. • Amenazas por los fenómenos naturales y climáticos. |
|---|--|

Nota: Trabajo de campo, Andrea Flores, 2016

B. DISEÑO DEL PRODUCTO TURÍSTICO

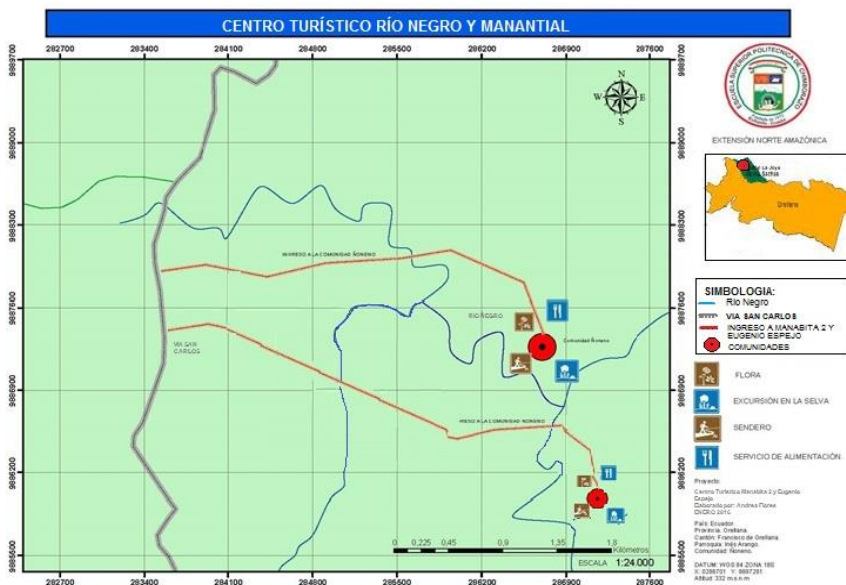
1. Diseño de la ruta del producto turístico cultural

a. Mapa de identificación de la ruta Flor del pantano cultura viva



Nota: Trabajo de campo, Andrea Flores, 2016

b. Mapa de identificación de la ruta Manabita II cultura mágica



Nota: Trabajo de campo, Andrea Flores, 2016

2. Propuesta de paquetes para el producto turístico cultural

En la elaboración de los paquetes se tomó en cuenta las características de la demanda, la potencialidad turística y disponibilidad de servicios de las comunidades.

a. Características de los paquetes turísticos

Se establecieron 3 paquetes turísticos, los cuales tendrán una duración de uno y dos días; el recorrido será por tierra, debido a que, por vía terrestre se visitará a la comunidades Kichwa y Manaba.

1) Paquete turístico

a) Paquete N°01. Flor del pantano cultura mágica

Tabla N° 43 Paquete N° 01

| PAQUETE 1 | | |
|---|--|--|
| CARACTERÍSTICAS GENERALES DEL PAQUETE | | |
| Denominación: Flor del pantano cultura mágica | Estilo: Convivencia cultural/Senderismo/observación de flora y fauna/agroturismo/ | |
| Carácter: Cultura y naturaleza | Duración: 2 días | |
| Idioma de guianza: Español/Ingles | Dificultad: Moderado | |
| Recorrido: Ciudad Joya de los Sachas-parroquia San Carlos-comunidad Flor del pantano | | |
| ITINERARIO | | |
| Día | Hora | Actividades |
| 1 | 07H00 | Encuentro en el parque central de la Joya de los Sachas. |
| | 07H30 | Traslado terrestre a la comunidad Flor del pantano |
| | 08H00 | Recibimiento a los turistas |

| | | |
|--------------|-------|--|
| | 08H15 | Desayuno |
| | 08H45 | Visita a la laguna flor del pantano. |
| | 09H15 | Recorrido en canoa por la laguna |
| | 10H00 | Box lunch |
| | 10H30 | Recorrido por la maloca de artesanías y confección de las mismas |
| | 12H00 | Almuerzo (comida típica) |
| | 13H00 | Caminata por el bosque primario donde se conocerá la biodiversidad del entorno (bosque húmedo tropical) plantas medicinales que usa la gente de la localidad y trampas que utilizan para su cacería. |
| | 17H30 | Instalar el campamento en el área de camping |
| | 19H00 | Cena |
| | 19H30 | Noche cultural, danza, costumbres, gastronomía |
| Día 2 | 05H00 | Representación de ritual por el shaman de la comunidad |
| | 06H30 | Avistamiento de animales silvestres |
| | 07H30 | Desayuno |
| | 08H30 | Actividades de agroturismo (recorrido por las huertas de la comunidad) |
| | 09H30 | Practica de pesca en el río Napo |
| | 10H30 | Box lunch |
| | 11H00 | Práctica con la cerbatana |
| | 12H00 | Lunch |
| | 13H00 | Fotografía con las familias kichwas y compra de artesanías |
| | 14H00 | Retorno a la ciudad Joya de los Sachas |
| | 14H30 | Llegada a la ciudad |

| |
|--|
| Descripción del paquete |
| Después del desayuno visitaran la laguna flor del pantano donde podrán realizar un recorrido en canoa, luego visitaran la casa artesanal donde podrán elaborar sus propias artesanías con semillas y fibras vegetales. Se brindará el almuerzo que consistirá en un plato típico de la cultura kichwa, luego se continuará con una caminata al bosque primario donde conocerán la biodiversidad, plantas medicinales que utilizan y trampas que utilizan para su cacería, después de la cena se realizará una noche cultural, una vez terminada la actividad se retornará a la comunidad para retornar a la ciudad, finalizando el tour. |
| Requerimiento para la visita |
| Documentos personales/ Ropa cómoda/ Gorra/ Cámara o filmadora en una funda plástica / Protector solar/ Repelente para los insectos/ Agua o bebida hidratante/ Poncho de agua. |
| Prohibiciones |
| Llevar armas blanca/ Armas de fuego/ Bebidas alcohólicas |
| Normas de comportamiento |
| No arrojar basura/ No salirse del sendero/ No destruir la infraestructura o materiales de la zona/ No recolectar especies vegetales o animales |
| Incluye |
| Entradas/Desayuno/Almuerzo/ Cena/ Box lunch/ Guía/ Botas/ Carpas/Transporte. |
| No incluye |
| Comidas y bebidas extras/ Gastos no especificados/ Todo lo que no incluye dentro del paquete programado. |
| Políticas de funcionamiento |
| El 50% del valor total del paquete se cancelará en el momento en que se realice la reservación y el saldo el día que se realice la operación turística, la reservación del tour deberá hacerse con mínimo una semana de anticipación. |

Nota: Trabajo de campo, Andrea Flores, 2016

b) **Paquete N° 02 Flor del Pantano cultura viva**

Tabla N° 44 Paquete N° 02

| PAQUETE 1 | | |
|---|--|---|
| CARACTERÍSTICAS GENERALES DEL PAQUETE | | |
| Denominación: Flor del pantano cultura mágica | Estilo: Convivencia cultural/Senderismo/observación de flora y fauna/agroturismo/ | |
| Carácter: Cultura y naturaleza | Duración: 1 día | |
| Idioma de guianza: Español/Ingles | Dificultad: Moderado | |
| Recorrido: Ciudad Joya de los Sachas-parroquia San Carlos-comunidad Flor del pantano | | |
| ITINERARIO | | |
| Día | Hora | Actividades |
| 1 | 07H00 | Encuentro en el parque central de la Joya de los Sachas. |
| | 07H30 | Encuentro en el parque central de la Joya de los Sachas. |
| | 08H00 | Recibimiento a los turistas |
| | 08H15 | Desayuno |
| | 09H00 | Visita a la cabaña artesanal, realización de artesanías y presentación de danzas |
| | 11H00 | Actividades de agroturismo (recorrido por las huertas de la comunidad). Demostración de trampas para la casa de animales silvestres |
| | 12H00 | Almuerzo tradicional (Maito de pescado) |
| | 13H00 | Recorrido por el sendero, observación de flora y fauna, explicación de las plantas medicinales y formas de uso. Demostración del uso de la servatana. |
| | 15H30 | Box lunch |
| 16H00 | Practica de pesca en el rio Napo | |

| | | |
|--|-------|--|
| | 17H00 | Retorno a la ciudad Joya de los Sachas, fin del tour |
| Descripción del paquete | | |
| <p>Después del desayuno el grupo de turistas visitará la casa artesanal donde podrán elaborar sus propias artesanías con semillas y fibras vegetales, luego serán conducidos hasta los huertos familiares para una demostración de la forma de obtención de algunos productos agrícolas. Se brindará el almuerzo que consistirá en un plato típico de la cultura kichwa; se continuará con una caminata por el sendero, se realizará pesca en el río Napo, una vez terminada la actividad se retornará a la comunidad que los trasladará hasta la ciudad, finalizando el tour.</p> | | |
| Requerimiento para la visita | | |
| Documentos personales/ Ropa cómoda/ Gorra/ Cámara o filmadora en una funda plástica / Protector solar/ Repelente para los insectos/ Agua o bebida hidratante/ Poncho de agua. | | |
| Prohibiciones | | |
| Llevar armas blanca/ Armas de fuego/ Bebidas alcohólicas | | |
| Normas de comportamiento | | |
| No arrojar basura/ No salirse del sendero/ No destruir la infraestructura o materiales de la zona/ No recolectar especies vegetales o animales | | |
| Incluye | | |
| Entradas/Desayuno/Almuerzo/ Cena/ Box lunch/ Guía/ Botas/ Carpas/Transporte. | | |
| No incluye | | |
| Comidas y bebidas extras/ Gastos no especificados/ Todo lo que no incluye dentro del paquete programado. | | |
| Políticas de funcionamiento | | |
| El 50% del valor total del paquete se cancelará en el momento en que se realice la reservación y el saldo el día que se realice la operación turística, la reservación del tour deberá hacerse con mínimo una semana de anticipación. | | |

Nota: Trabajo de campo, Andrea Flores, 2016

c) **Paquete N° 03 Manabita II cultura mágica**

Tabla N° 45 Paquete N° 03

| PAQUETE 2 | | |
|---|--|---|
| CARACTERÍSTICAS GENERALES DEL PAQUETE | | |
| Denominación: Manabita II cultura mágica | Estilo: Senderismo/observación de flora y fauna /convivencia. | |
| Carácter: Naturaleza y cultura | Duración: 1 día | |
| Idioma de guianza: Español/Ingles | Dificultad: Moderado | |
| Recorrido: Ciudad Joya de los Sachas-parroquia San Carlos-comunidad Manabita II y Eugenio Espejo | | |
| ITINERARIO | | |
| Día | Hora | Actividades |
| 1 | 07H00 | Encuentro en el parque central de la Joya de los Sachas |
| | 07H30 | Traslado terrestre a la comunidad Manabita II |
| | 08H00 | Desayuno en la comunidad |
| | 08H30 | Exposición de amorfinos |
| | 09H00 | Enseñanza de elaboración del sombrero paja toquilla |
| | 10H30 | Recorrido en canoa, observación de flora y fauna |
| | 11H30 | Visita a la comunidad Eugenio Espejo |
| | 12H00 | Almuerzo |
| | 13H00 | Encuentro deportivo con juegos populares |
| | 15H30 | Balneario |
| | 17:00 | Retorno a la ciudad Joya de los Sachas |

| |
|--|
| Descripción del paquete |
| Después del desayuno el grupo de turistas presenciara una exposición de amorfino, y elaboración del sombrero paja toquilla, luego se visitara la comunidad Eugenio Espejo. Se brindara el almuerzo que consistira en un plato típico de los Manabas; en la tarde se realizara juegos populares una vez terminada la actividad se retornara a la ciudad, finalizando el tour. |
| Requerimiento para la visita |
| Documentos personales/ Ropa cómoda/ Gorra/ Cámara o filmadora en una funda plástica / Protector solar/ Repelente para los insectos/ Agua o bebida hidratante/ Poncho de agua. |
| Prohibiciones |
| Llevar armas blanca/ Armas de fuego/ Bebidas alcohólicas |
| Normas de comportamiento |
| No arrojar basura/ No salirse del sendero/ No destruir la infraestructura o materiales de la zona/ No recolectar especies vegetales o animales |
| Incluye |
| Entradas/Desayuno/Almuerzo/ Cena/ Box lunch/ Guía/ Botas/ Transporte. |
| No incluye |
| Comidas y bebidas extras/ Gastos no especificados/ Todo lo que no incluye dentro del paquete programado |
| Políticas de funcionamiento |
| El 50% del valor total del paquete se cancelara en el momento en que se realice la reservación y el saldo el día que se realice la operación turística, la reservación del tour debera hacerse con mínimo una semana de anticipación. |

Nota: Trabajo de campo, Andrea Flores, 2016

3. Marketing mix

a. Producto

El Producto Turístico ofrece al visitante, tradición y cultura, permite al visitante tener un ambiente sano y agradable, para que disfrute de la cultura de San Carlos.

El producto turístico muestra la tradición, la forma de vida, sus creencias de la cultura Kichwa y Manaba, pueblo guerrero que vive de la caza y mantiene su vestimenta, adaptada al ambiente donde se desarrolla.

Dentro de la ruta, para el producto se elaboraron paquetes turísticos para lo cual se tomó la información de las características de la demanda potencial turística y disponibilidad de servicios.

1) Definición de la imagen o marca del producto

La imagen del producto cultural, es una marca que está bien definida, la misma que permitirá competir frente a otros productos similares; mediante el diseño del logotipo “Ruta Multicultural Kichwa, Manaba”, se diferenciará de los demás productos turísticos que pueden ser locales, provinciales y nacionales.

Los paquetes turísticos propuestos permitirán tener una experiencia única, ya que se podrá compartir con las culturas, conocer más sobre sus costumbres y tradiciones; además de aprender a valorar y conservar los recursos naturales y culturales de los cuales están rodeados.

2) Slogan

“Cultura y Naturaleza”

Cultura: Megadiversidad cultural entre las comunidades Kichwas y Manabas ubicadas en la parroquia San Carlos

Naturaleza: Gran diversidad de flora y fauna antes de llegar a las comunidades.

- **Fuente**

Se utilizó el programa de photoshop para elaborar la frase con un tipo de letra This Little Piggy, tamaño de fuente 65,5 insertando un diseño en modelo arco hacia abajo.

- **Color**

Se utilizó un color verde oliva haciendo referencia a la vegetación del entorno de la parroquia, negro en las siluetas de los animales y los colores de Ecuador ama la vida en el fondo.

3) Símbolos

Tabla N° 46 Descripción de la marca turística del producto cultural

| Figura | Color | Significado |
|---------------|---------------|---|
| Circulo | | Veinte son los tonos de nuestra paleta cromática, representando a todo el colorido existente en todas las regiones del país; su gente, paisajes, etnias, artesanías, gastronomía y expresiones culturales de todo tipo. Marca que nos identificamos los ecuatorianos con el slogan Ecuador ama la vida. |
| Árbol | Verde | La lupuna es un árbol mágico pues se le asocia con algunas prácticas chamánicas ancestrales, pruebas y ritos. |
| Animales | negro | Representativos de la cultura Kichwa y Manaba, entre ellos tenemos monos, boa, oso perezoso, guatuso, tigrillo, loros, caballos |
| Cabaña | Café- mostaza | La cabaña representa sus construcciones típicas, construidas con materiales de la zona. |

Nota: Trabajo de campo, Andrea Flores, 2016

4) Iconografía de la marca turística

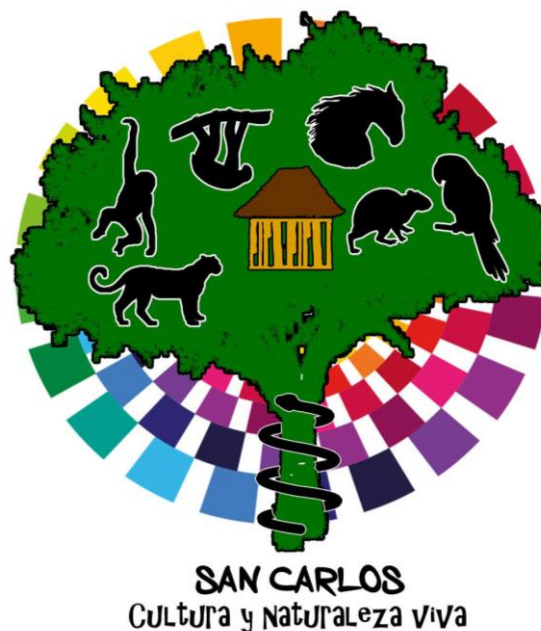


Figura N° 24 Marca Turística del producto cultural
Nota: Trabajo de campo, Andrea Flores, 2016

b. Plaza

Para captar el mercado nacional se propone ofertar el producto turístico comunitario en los GAD parroquiales, municipales y provinciales, además en las instituciones educativas con la finalidad de dar a conocer una nueva alternativa turística.

Para captar la demanda extranjera la publicidad del producto debe de dirigirse a países como Argentina, Chile, Francia e Israelitas que de acuerdo al estudio de mercado realizado tienen un mayor interés por adquirir este tipo de oferta.

1) Canales de comercialización

El canal de comercialización del producto turístico cultural es por medio de Turismo del Municipio de la Joya de los Sachas, pero en vista de que no pueden cobrar créditos económicos la comercialización se lo hace por medio de operadoras de turismo.

Tabla N° 47 Canales de difusión

| | | | |
|-------------------|--|--|---|
| Objetivo | Dar a conocer el producto turístico cultural en el mercado a nivel nacional e internacional. | | |
| Canal | Táctica | Política de funcionamiento | Target |
| Directos | <p>Venta directa del producto turístico a los turistas que llegan hasta la comunidad.</p> <p>A través de la Dirección Técnica de turismo del GADPO, Ministerio de Turismo de Orellana.</p> <p>Dando a conocer el producto a las diferentes instituciones del cantón. Además de participar en las ferias y eventos organizados por las autoridades competentes.</p> | <p>Contacto directo entre vendedor y comprador.</p> <p>Facilitar material publicitario del producto turístico ofertado.</p> <p>Concretar la venta y dar seguimiento.</p> | Turistas nacionales y extranjeros. |
| Indirectos | Alianzas con las operadoras de turismo del cantón. | <p>Establecer y participar en reuniones con las diferentes operadoras de turismo.</p> <p>Entregar material publicitario del producto a las operadoras.</p> | <p>Agentes operadores y guías especializados en turismo sostenible.</p> <p>Turista nacional e internacional</p> |

Nota: Trabajo de campo, Andrea Flores, 2016

Tabla N° 48: Estrategias de promoción y difusión

| Tipo de publicidad | Detalle | Objetivo | Política de funcionamiento | Target | Presupuesto anual | Observación |
|---------------------------------------|--|--|---|--|-------------------|-------------------------------|
| MEDIOS | | | | | | |
| Internet | Diseño de página web Incorporación de la oferta turística | Captar turistas que buscan destinos a través del internet. | Actualizar periódicamente la información de la ruta turística comunitaria incorporada en la página web tales como: paquetes, servicios, contactos, facilidades, costos, descuentos, etc. Utilización de redes sociales para publicaciones e información promocional. | Turistas nacionales y extranjeros que buscan destinos a través del internet. | \$800.00 | Asistencia técnica requerida. |
| Presentaciones multitudinarias | Incorporación de la oferta turística a nivel nacional e internacional. | Captar a turistas que buscan nuevas alternativas por medio de las ferias turísticas. | Participación en las ferias organizadas en la provincia y a nivel nacional como la FITE, CEMEXPO, etc. | Turistas que buscan una oferta nueva y variada. | 1000,00 | Asistencia técnica requerida. |

| Tipo de publicidad | Detalle | Objetivo | Política de funcionamiento | Target | Presupuesto anual | Observaciones |
|---------------------------------|---|---|--|---|-------------------|--|
| PAPELERIA | | | | | | |
| Guías turísticas | Publicación del producto en una guía turística nacional. Cantidad 500 unidades | Difundir la imagen del producto turístico comunitario. | Distribuir en los ITUR, aeropuertos y operadoras de turismo. | Turistas nacionales e internacionales interesados en visitar el cantón y las comunidades. | \$800.00 | Difusión a nivel nacional e internacional. |
| Trípticos | Impresiones a full color en papel couche, formato A3 2000 unidades | Brindar información sintetizada de los paquetes, servicios y contactos. | Entregar el material al ITUR, MINTUR, Agencias/operadoras. | Turistas nacionales e internacionales. Agentes operadores. | \$480.00 | Contratación anual |
| Tarjetas de presentación | Full color Papel couche Formato A3 | Brindar los contactos de los operadores de la ruta. | Entregar material a empresas turísticas y en entidades públicas. | Agentes operadores, turistas nacionales e internacionales. | \$ 120.00 | Contratación anual |

| | | | | | | |
|------------------|---|----------------------------------|---|--|-----------|--------------------|
| | Cantidad 1200 unidades. | | | | | |
| Afiches | Full color Papel couche Formato A3 Número 800 | Fomentar el turismo comunitario. | Colocar en lugares estratégicos; Ministerio de turismo, ITUR, Operadoras de turismo, terminal terrestre y aeropuerto. | Operadoras turísticas. Turistas nacionales e internacionales. | \$250.00 | Contratación anual |
| Souvenirs | Camisetas Numero 100 Llaveros Número 200 | Fomentar el turismo comunitario. | Para todo el personal que trabaja con el producto turístico y ferias turísticas. | Turistas nacionales e internacionales y visitantes locales. | \$745.00 | Contratación anual |
| Total | | | | | \$3195,00 | |

Nota: Trabajo de campo, Andrea Flores, 2016

c. Estrategias de precio

1) Actualización de precios

El precio es uno de los puntos más importantes al momento de ofrecer un producto o servicio, además de ser un indicador de calidad para el interesado; por ende el precio de los paquetes deben de ser actualizados tomando en cuenta los servicios que se brindara al turista y como referencia se debe de estudiar los precios de los competidores.

2) Alianzas estratégicas con los prestadores de servicios turísticos

Realizar alianzas con los prestadores de servicios turísticos como operadoras de turismo, transporte y hospedaje además establecer el tema de precios, comisiones, gratuidades y descuentos dependiendo del número de turistas que ingresen a las comunidades.

3) Estrategia de promoción en ventas

Para promover la venta del producto se debe realizar promociones y descuentos estacionales a turistas que adquieran el producto fuera de temporada, además en fechas especiales, feriados, descuentos a grupos o instituciones educativas y empresas con el propósito de difundir el producto en el mercado.

4) Presupuesto estimado de los paquetes turísticos comunitarios

Para el cálculo de los costos de cada paquete se ha considerado para un pax; además se tomó en cuenta la capacidad de pago de los visitantes a través de la aplicación de encuestas.

También se consideró los valores promedios que manejan las operadoras de turismo del cantón Francisco de Orellana en relación a la oferta de sus paquetes programados. También cabe mencionar que el cálculo de los precios está pensado como un orientador o a su vez como una estimación de los gastos que realizarían los turistas, optando por una oferta programada.

Tabla N° 49 Análisis de costo paquete # 1

| DATOS GENERALES | CANT | PREC. UNI | TOTAL |
|----------------------------------|-------------|------------------|---------------|
| Transporte | 1 | 50 | 50 |
| Guianza | 1 | 20 | 20 |
| TOTAL DE COSTOS | | | 70 |
| COSTOS INDIVIDUALES | | | |
| Desayuno | 2 | 4 | 8 |
| Almuerzo | 2 | 5 | 10 |
| Cena | 1 | 5 | 5 |
| Box Lunch | 2 | 1.7 | 3.4 |
| Alquiler de equipo | 1 | 3 | 3 |
| Sourvenir | 1 | 3 | 3 |
| TOTAL COSTOS INDIVIDUALES | | | 32.4 |
| COSTO TOTAL POR PERSONA | | | |
| Total de costos generales | | | 70 |
| Total de costos individuales | | | 32.4 |
| TOTAL DE COSTOS | | | 102.4 |
| Gastos administrativos (12%) | | | 12.288 |
| Margen de Rango (utilidad 15%) | | | 15.36 |
| Precio Neto | | | 130.05 |

Nota: Trabajo de campo, Andrea Flores, 2016

Tabla N° 50 Análisis de costo paquete # 2

| DATOS GENERALES | CANT | PREC. UNI | TOTAL |
|----------------------------------|-------------|------------------|--------------|
| Transporte | 1 | 25 | 25 |
| Guianza | 1 | 10 | 10 |
| TOTAL DE COSTOS | | | 35 |
| COSTOS INDIVIDUALES | | | |
| Desayuno | 1 | 5 | 5 |
| Almuerzo | 1 | 6 | 6 |
| Box Lunch | 1 | 3 | 3 |
| Sourvenir | 1 | 2 | 2 |
| TOTAL COSTOS INDIVIDUALES | | | 16 |
| COSTO TOTAL POR PERSONA | | | |
| Total de costos generales | | | 35 |
| Total de costos individuales | | | 16 |
| TOTAL DE COSTOS | | | 51 |
| Gastos administrativos (12%) | | | 6.12 |
| Margen de Rango (utilidad 15%) | | | 7.65 |
| Precio Neto | | | 64.77 |

Nota: Trabajo de campo, Andrea Flores, 2016

Tabla N° 51 Análisis de costo paquete #3

| DATOS GENERALES | CANT | PREC. UNI | TOTAL |
|----------------------------------|-------------|------------------|--------------|
| Transporte | 1 | 25 | 25 |
| Guianza | 1 | 10 | 10 |
| TOTAL DE COSTOS | | | 35 |
| COSTOS INDIVIDUALES | | | |
| Desayuno | 1 | 3 | 3 |
| Almuerzo | 1 | 5 | 5 |
| Box Lunch | 1 | 3 | 3 |
| Sourvenir | 1 | 2 | 2 |
| TOTAL COSTOS INDIVIDUALES | | | 13 |
| COSTO TOTAL POR PERSONA | | | |
| Total de costos generales | | | 35 |
| Total de costos individuales | | | 13 |
| TOTAL DE COSTOS | | | 48 |
| Gastos administrativos (12%) | | | 5.76 |
| Margen de Rango (utilidad 15%) | | | 7.20 |
| Precio Neto | | | 60.96 |

Nota: Trabajo de campo, Andrea Flores, 2016

4. Evaluación del impacto ambiental

Para la evaluación de los impactos ambientales se propone la matriz de Leopold la cual permitirá identificar y evaluar impactos ambientales y socioculturales que se generaran a partir de la implementación del diseño del producto. De esta forma se cuantifica los impactos positivos y negativos y teniendo una visión clara sobre las medidas de mitigación a implementar para sobre guardar la calidad ambiental de cada recurso natural y cultural.

1) Descripción de las actividades que causan impactos en el medio

a) Senderismo

Esta actividad está contemplada dentro del proyecto ya que se realizará caminatas para la observación de la flora y fauna.

b) Pesca deportiva

Actividad contemplada en el proyecto ya que consta como una de las actividades opcionales a realizar en los paquetes turísticos a ofertar dentro del diseño turístico cultural.

c) Agricultura

Esta es una de las actividades que también se tiene previsto, porque se pretende realizar agroturismo mediante el cual se genera un intercambio cultural y a su vez plantear el manejo adecuado de los cultivos así como también dar a conocer como se aprovechan los residuos orgánicos.

d) Tránsito de vehículos por actividad turística

Se tiene previsto que ocurrirá en la operación de la ruta ya que facilitará la llegada de los turistas a cada comunidad mismos que pueden utilizar transporte propio o público.

2) Identificación de los factores ambientales susceptibles de recibir impactos**a) Aire**

Es un impacto negativo debido a la emisión de gases CO₂ emitido por los vehículos, es susceptible debido a que se encuentra en forma dinámica y permanente en todos los lugares por ende la contaminación de gases emanados deterioran de cierta manera el ambiente.

b) Suelo

Puede ser afectado debido al tránsito de turistas por el sendero provocando la saturación y compactación del suelo.

c) Agua

El río Napo, río Negro, son atractivos considerados como fuentes de agua en la ruta que podrían verse afectados por el mal manejo de los desechos por parte del turista y los habitantes de las comunidades al aumentar la demanda.

d) Flora y fauna

Son los elementos más importantes para el desarrollo del presente proyecto ya que sus escenarios naturales son la parte esencial para la elaboración de los paquetes, si estos son alterados por la recolección de la flora y fauna, perturbación del hábitat de las especies, podrían ocasionar serios problemas al momento de operar en la actividad turística por ende se debe de ejercer la actividad de forma responsable.

e) Paisaje

El paisaje está formado por elementos tangibles e intangibles de origen natural o antrópico, en continua evolución y transformación, pueden ser afectados por posibles ruidos y acumulación de basura.

3) Factor socio-cultural

Es un factor muy relevante ya que se pretende mejorar la calidad de vida de la población, sensibilizar al visitante sobre la importancia de conservar el ambiente, generar empleo, aumentar los ingresos económicos, contribuir al fortalecimiento del intercambio cultural y la identidad, además de permitir el posicionamiento del producto turístico.

a. Elaboración de la matriz de Leopold

Para la elaboración de la matriz se verificó la lista sugerida por el método se determinó las acciones que se ejercerá en el proyecto, así como también los elementos y componentes que

pueden ser afectados. A continuación se detalla los parámetros de evaluación ambiental de la matriz de Leopold:

Tabla N° 52: Parámetros de evaluación de la matriz de Leopold

| MAGNITUD | | | IMPORTANCIA | | |
|--------------|------------|------------|--------------|------------|------------|
| Calificación | Intensidad | afectación | Calificación | Duración | Influencia |
| 1 | Baja | Baja | 1 | Temporal | Puntual |
| 2 | Baja | Media | 2 | Media | Puntual |
| 3 | Baja | Alta | 3 | Permanente | Puntual |
| 4 | Media | Baja | 4 | Temporal | Local |
| 5 | Media | Media | 5 | Media | Local |
| 6 | Media | Alta | 6 | Permanente | Local |
| 7 | Alta | Baja | 7 | Temporal | Regional |
| 8 | Alta | Media | 8 | Media | Regional |
| 9 | Alta | Alta | 9 | Permanente | Regional |
| 10 | Muy alta | Alta | 10 | Permanente | Nacional |

Nota: ENTRIX, 2005

Tabla N° 53 Matriz de Leopold

| Matriz de identificación de efectos | | Fase de construcción | | | | | Fase de Operación | | | | | | | | | | | | | |
|-------------------------------------|-------------------------------------|------------------------|-------------------------------|------------------------------|-----------------------|----------------------|---------------------|----------------------|-----------------------|----------------------|-------------------------|-------------------------|--------------------------|----------------------------|---------------|------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|-----|
| | | Adecuación de senderos | Implementación de señaléticas | Adecuación de vías de acceso | Adecuación de cabañas | Colocación basureros | Operación turística | Tránsito de personas | Tránsito de vehículos | Ruidos y vibraciones | Recolección de desechos | Generación aguas grises | Tratamiento aguas grises | Capacitaciones al personal | Mantenimiento | Afectaciones positivas | Afectaciones negativas | Total de interacciones | Agregación de impactos | |
| Factores del medio | | Acciones | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Tierra | Erosión | -1/1 | | -3/4 | | | -2/3 | | -3/3 | | | | | | | | 0 | 4 | 4 | -28 |
| | Sedimentación /compactación | -3/3 | -1/1 | -3/3 | | -1/1 | -3/4 | -3/3 | | | | | | | | | 0 | 6 | 6 | -41 |
| | Remoción de tierra | 3/4 | 2/3 | 5/6 | | -1/1 | 2/2 | -1/2 | | | | | | | | | 4 | 2 | 6 | 49 |
| | Alteración de la cubierta terrestre | -2/3 | -2/2 | -3/4 | | | -2/3 | -2/3 | | | | | | | | | 5 | 0 | 5 | -34 |
| Agua | Calidad del agua | | | | | | | | | | | -3/4 | 4/5 | 3/3 | | | 2 | 3 | 5 | 33 |
| Atmósfera | Calidad del aire | -2/2 | -2/2 | | | | -1/2 | -1/2 | -4/5 | | | | | | | | 0 | 5 | 5 | -25 |
| Floresta | Arboles | | | -2/2 | -3/3 | | 3/4 | | | | | | | | | | 2 | 2 | 4 | 5 |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|-----------------------------|----------------------------------|------|-----|------|------|-----|-----|-----|------|------|-----|-----|-----|-----|---|----|----|-----|-----|
| | Arbustos | | | -2/2 | -3/3 | | 3/4 | | | | | | | | 2 | 2 | 4 | 3 | |
| Fauna | Aves | | | | | | 3/4 | | | -2/3 | | | | | 1 | 1 | 2 | 6 | |
| | Animales terrestres | -2/3 | | -3/2 | | | 2/3 | | -3/3 | | | | | | 3 | 1 | 4 | -15 | |
| Recreación | Camping y caminatas | | | | | 2/2 | 3/4 | 3/3 | | -2/3 | | | | | 1 | 3 | 4 | 19 | |
| | Navegación por placer | | | | | | 3/3 | | | -1/2 | | | 2/3 | | 3 | 2 | 5 | 19 | |
| Estético | Vistas escénicas | 2/3 | 2/2 | 2/2 | | | 2/2 | | | -1/2 | | | | | 5 | 1 | 9 | 22 | |
| Socioeconómico | Salud y seguridad | | | | | | 3/3 | | | | | | 3/4 | | 2 | 1 | 3 | 17 | |
| | Población económicamente activa | | | | | | 3/3 | | 3/4 | | | | 2/3 | | 4 | 0 | 4 | 43 | |
| | Potencial turístico y recreativo | | | | | | | | | | | | | | 1 | 0 | 1 | 6 | |
| | Reparaciones de infraestructura | | | | 2/3 | | 2/2 | | | | | | | 3/3 | 3 | 0 | 3 | 19 | |
| | Empleo | | | | | | 5/6 | 3/2 | 3/2 | | | | | 3/4 | 4 | 0 | 4 | 54 | |
| Servicios e infraestructura | Red de transporte | | | | | | 5/5 | | 3/4 | -2/2 | | | | | 3 | 1 | 4 | 45 | |
| | Reciclado de residuos | | | | | | | | | | 4/4 | | | 3/2 | 2 | 0 | 2 | 22 | |
| | Afectaciones positivas | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 16 | 2 | 3 | 0 | 2 | 1 | 1 | 7 | 1 | 47 | | | |
| | Afectaciones negativas | 5 | 3 | 6 | 2 | 1 | 4 | 4 | 3 | 6 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | | 34 | | |
| | Total de iteraciones | 7 | 5 | 8 | 4 | 3 | 20 | 6 | 6 | 6 | 2 | 1 | 1 | 7 | 1 | | | 84 | |
| | Agregación de impactos | -8 | 1 | -13 | -6 | 7 | 146 | -4 | -8 | -22 | 20 | -12 | 20 | 60 | 9 | | | | 219 |

Elaborado por: Andrea Flores, 2016

De la multiplicación del número de acciones (14) por el número de factores ambientales (19) se obtuvo 219 interrelaciones que equivalen al 100% de las cuales se muestran 84 interacciones en el proyecto que equivalen al 30%, esto significa que las acciones van a intervenir en un 30% sobre los factores del proyecto.

Tabla N° 54 Porcentaje de afectación al medio por las acciones y factores

| RANGOS % | PORCENTAJE DE AFECTACIÓN | DE AFECTACIÓN AL MEDIO | NATURALEZA (+/-) |
|----------|----------------------------|------------------------|------------------|
| 0-20 | No significativo | | |
| 20-40 | Poco significativo | 22,00 | 219 (+) |
| 40-60 | Medianamente significativo | | |
| 60-80 | Significativo | | |
| 80-100 | Muy significativo | | |

Nota: Trabajo de campo, Andrea Flores, 2016

El impacto del proyecto sobre el ambiente será poco significativo debido a que existe un 22,00% de afectación al medio.

1) Resumen de la matriz de Leopold

De acuerdo a la lista de verificación sugerida por el método se procedió a determinar 14 acciones que ejercerá el proyecto sobre el área de estudio, además se determinaron 19 factores ambientales que pueden ser afectados con cualquier tipo de las acciones anteriores. Después de determinar la relación de causalidad entre acciones y los factores ambientales se identificó un total de 84 interacciones de las cuales 47 son positivas y 34 negativas.

Los resultados obtenidos de la matriz de impacto ambiental de Leopold refleja que las acciones que causan impactos positivos y acumulan puntos son: Operación turística (146 puntos con 20 interacciones), capacitaciones al personal (60 puntos con 7 interacciones), recolección de desechos (20 puntos y 2 interacciones), tratamiento de aguas grises (20 puntos con 1 interacción), mantenimiento (9 puntos con 1 interacción), implementación de señalética (1 punto con 5 interacciones).

Las acciones que causan impactos negativos y que acumulan menos puntos son: desbroce y rellenos (14 puntos con 12 interacciones), adecuación de las vías de acceso (13 puntos con 8 interacciones), generación de aguas grises (12 puntos con 1 interacción), adecuación de senderos (8 puntos de 7 interacciones), tránsito de vehículos (8 puntos con 6 interacciones),

adecuación de cabañas (6 puntos con 4 interacciones), tránsito de personas (4 puntos con 6 interacciones).

Los resultados de la matriz de Leopold refleja que los factores ambientales pueden ser afectados positivamente por las acciones y acumulan más puntos son: remoción de tierra (49 puntos con 6 interacciones), empleo (54 puntos con 4 interacciones), red de transporte (45 puntos con 4 interacciones), población económicamente activa (43 puntos y 4 interacciones), arboles (5 puntos con 4 interacciones), vista escénica (22 puntos con 9 interacciones), navegación por placer (19 puntos con 4 interacciones), arbustos (7 puntos con 4 interacciones), camping y caminatas (23 puntos con 5 interacciones), calidad del agua (33 puntos con 5 interacciones), reciclado de residuos (22 puntos con 2 interacciones), reparaciones de infraestructura (19 puntos con 3 interacciones), salud y seguridad (17 puntos con 3 interacciones), potencial turístico recreativo (6 puntos con 1 interacciones), aves (6 puntos con 2 interacciones).

Los factores ambientales que causan impactos negativos en el proyecto son: Sedimentación y compactación (41 puntos con 6 interacciones), erosión (28 puntos con 4 interacciones), calidad del aire (25 puntos con 5 interacciones), alteración de la cubierta terrestre (34 puntos con 5 interacciones), animales terrestres (15 puntos con 4 interacciones).

b. Plan de manejo ambiental

Tabla N° 55 Acciones y requerimientos para la mitigación de impactos ambientales

| Componente afectado | Origen | Medidas preventivas | Tipo | Frecuencia | Presupuesto | Observaciones |
|---------------------|--------------------------------------|---|------------------------|---|-------------|---|
| Tierra | Tránsito de turistas por el sendero. | Se debe reponer las áreas compactadas para lo cual se utilizará sustrato propio de la zona. | Medidas de mitigación. | Cada trimestre. | 50,00 | Se contratará a trabajadores de la comunidad para que rellenen las áreas afectadas. |
| | | Estudios técnicos de capacidad de carga. | Medidas de prevención. | Cada 6 meses. | 400,00 | Se solicitará un técnico de GADMJS para que realice el estudio de capacidad de carga. |
| Atmósfera | Tránsito de vehículos turísticos. | Implementar normas para el control de la emisión de gases por medio de una ordenanza municipal. | Medidas de control | La revisión del vehículo se debe realizar los días que existan tours hacia los lugares de visita. | 200,00 | Los vehículos serán revisados por un técnico del GADM quien garantizará que el vehículo cumple con las normas establecidas. |

| Componente afectado | Origen | Medidas preventivas | Tipo | Frecuencia | Presupuesto | Observaciones |
|---------------------|---|---|--------------------|--|-------------|---|
| Flora y Fauna | Desconocimiento de la conservación de la flora y fauna por parte de los visitantes y población local. | Implementar señalética informativa que especifique las normas de comportamiento que se debe tener con la flora y fauna del lugar. | Medidas de control | Se realizará antes de la implementación de la ruta. | 200,00 | Las señaléticas serán elaboradas en madera ya que la comunidad se encargará de elaborarlas una vez capacitadas. |
| | | Regularizar la caza de animales mediante la aplicación del TULAS. | | | | Una persona de la comunidad se encargará de verificar que los visitantes no ingresen especies que no están permitidas. |
| | | Controlar que los visitantes ingresen con especies que no son propias de la zona. | Medidas de control | Se efectuará el control al momento de ingreso de los visitantes. | 350,00 | Se contará con el apoyo de un técnico del Ministerio del Ambiente para impartir las charlas de concientización ambiental. |

| | | | | | | |
|--------------------------------------|-----------------------------------|--|------------------------|--|--------------------|--|
| | | Promover charlas de concientización a los visitantes y miembros de la comunidad para preservar la flora y fauna endémica. | Medidas de prevención | Se efectuará durante los tours. | 200,00 | |
| | | Diseñar trípticos informativos que contengan mensajes sobre la protección del hábitat de las especies para evitar la perturbación de la flora y fauna. | Medidas de prevención | Los folletos se elaboraran cada 6 meses. | 270,00 | Los trípticos serán desarrollados en papel couche. |
| Usos del territorio | Inadecuado uso de las tierras. | Capacitar a los miembros de la comunidad sobre la utilización de químicos en los cultivos. | Medidas de prevención. | Las capacitaciones se realizarán cada año. | 200,00 | Las charlas serán impartidas en la sala de la Subdirección de gestión y desarrollo turístico del GADM. |
| Estéticos y de interés humano | Tránsito de turistas por la zona. | Se realizará controles en los lugares de visita con el fin de retirar los elementos que causan impacto visual. | Medidas de mitigación | Se revisará los días que se operen en comunidad. | 350,00 | Se contratará a una persona de la comunidad para que recolecte todo el material o desecho que pueda perjudicar o alterar el entorno. |
| Componente afectado | Origen | Medidas preventivas | Tipo | Frecuencia | Presupuesto | Observaciones |

| | | | | | | |
|------------------------|---|---|-----------------------|--|--------|--|
| Socio-económico | Desconocimiento sobre las medidas de seguridad y primeros auxilios. | Capacitar al personal sobre las medidas de seguridad y primeros auxilios que deben tomar en cuenta al momento de operar con un grupo de personas. | Medidas de prevención | Cada 6 meses. | 400,00 | Las capacitaciones serán recibidas en la subdirección de gestión y desarrollo turístico del GADM y en la cruz roja del cantón. El guía que esté a cargo del tour debe informar sobre las medidas de seguridad al grupo. |
| | | Informar sobre las medidas de seguridad que el visitante debe tener en cuenta para ejecutar alguna actividad. | Medidas de prevención | Esta actividad es efectuada en los días que se operen con grupos de turistas | | |
| Recreación | Deterioro de la vegetación que se encuentra en el área de camping. | Controlar las concentraciones excesivas de turistas en el área de camping. | Medida preventiva | Semanalmente | ----- | La comunidad designará a una persona para que realice el control de entrada y salida de los turistas en el área de camping. |

| Componente afectado | Origen | Medidas preventivas | Tipo | Frecuencia | Presupuesto | Observaciones |
|-----------------------------|---|--|-----------------------|------------|-------------|---|
| Servicios e infraestructura | Desconocimiento del manejo de los desechos orgánicos e inorgánicos. | Elaborar un plan para el reciclado de los residuos orgánicos e inorgánicos y su posterior reutilización. | Medidas de mitigación | Cada año | 250,00 | La comunidad se encargará de elaborar un plan para la separación y reutilización de los desechos, que se producen durante la operación turística. |
| TOTAL | | | | | \$2870,00 | |

Nota: Trabajo de campo, Andrea Flores, 2016

C. ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL

1. Estudio legal para el producto turístico cultural

De acuerdo al Decreto Ejecutivo 1186, publicado en el Registro Oficial 244 se expide el Reglamento general de aplicación a la ley de turismo, por ende se toma como referencia los siguientes artículos como fundamento legal del presente proyecto:

a. Acuerdo ministerial de turismo (Ley de turismo)

Que en el art. 3, numeral e) la ley de turismo da a conocer que son principios de la actividad turística, la iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia y afro ecuatoriana con su cultura, además de preservar su identidad, ecosistemas y prestación de servicios turísticos.

Que en el art. 4, literal a) la ley de turismo, reconoce como actividad turística la iniciativa privada y comunitaria; además el estado debe de potenciar las actividades fomentando y promocionando el producto turístico.

Que en el art. 4, literal c) la ley de turismo, se debe de proteger la integridad del turista, además de fomentar la conciencia turística.

Que en el art. 12 de la ley de turismo, reconoce que las comunidades locales organizadas y capacitadas presten servicios turísticos recibirán del MINTUR en igualdad de condiciones las facilidades para el desarrollo de estas actividades y no tendrán exclusividad para la operación en el lugar y estarán sujetas a los dispuesto en la ley.

b. Reglamento para los Centros Turísticos Comunitarios

De acuerdo al art. 1.- el presente reglamento tiene como objeto normar a los centros turísticos comunitarios.

De acuerdo al art. 3, los Centros Turísticos Comunitarios podrán realizar las siguientes actividades: alojamiento, alimentos y bebidas, transportación turística, operación organizar eventos y congresos o convenciones.

Estas actividades serán realizadas dentro de los límites de jurisdicción territorial de la comunidad. Además la gestión de la comunidad calificada como Centros de Turismo Comunitario se normará dentro de la organización comunitaria y debe de promover un desarrollo local, justo, equitativos y sostenible.

Art. 4.- Da a conocer que los centros de turismo comunitario deben de estar constituidos como personas jurídicas y debidamente reconocidas por la autoridad.

De acuerdo al art. 6 y art. 7 el Ministerio de Turismo fomenta y promueve el desarrollo de CTC; además las comunidades legalmente registradas pueden comercializar los servicios turísticos para mejorar la calidad de vida de sus pobladores.

Según el art. 8.- los requisitos para el registro como centros de turismo comunitario son:

- Solicitud de registro dirigida al MINTUR
- Documento de la personalidad jurídica de la comunidad
- Nombramiento que acredite la representación del peticionante
- Acta de la asamblea de la comunidad en la que conste que ha decidido registrarse en el MINTUR, con la firma de los miembros presentes.
- Documento que demuestre que los responsables de los servicios han recibido capacitación y/o formación profesional sobre turismo mínimo 40 horas. Además de entregar un documento de estructura orgánica del CTC.
- Pago del valor de registro estipulado por el Ministerio de Turismo.
- Copia certificada del registro único de contribuyentes, de la persona jurídica solicitante.
- Informe técnico que justifique la calidad comunitaria de la iniciativa que solicita el registro expedido por la Federación Plurinacional de Turismo del Ecuador (FEPTCE)

Art. 10.-Licencia anual de funcionamiento se expedirá en la municipalidad de jurisdicción; caso contrario se le expedirá en la dependencia del Ministerio de Turismo competente; adjuntando la constancia de pago de la licencia y certificado de registro.

Art.- 14 Los guías nativos (comunitarios) con licencia podrán conducir turistas en áreas que correspondan al territorio de la comunidad.

Art. 15.- Las actividades turísticas comunitarias deben contener en su oferta los recursos naturales, preservación de la identidad cultural y seguridad de las comunidades.

Art. 17.- Sostenibilidad ambiental: la actividad turística comunitaria debe basarse en el respeto a la naturaleza y la cultura. Para lo cual la comunidad creará su propio reglamento.

c. Competencias del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de la Joya de los Sachas

El GAD-Municipal cuenta con 14 competencias de las cuales algunas están relacionadas de forma directa e indirecta con el desarrollo turístico del cantón. Una de las competencias vinculadas al turismo está el de mantener y difundir el patrimonio arquitectónico cultural y natural que posee, así como también el de controlar la explotación de materiales pétreos para evitar grandes impactos ambientales que pueda ocasionar daños irreversibles y a su vez estos afecten al turismo y a la población que se dedica a esta actividad como su fuente de trabajo.

c. COOTAD, Registro oficial N° 303 de Octubre 2010

Art. 54, (literal g, k, m) y art. 55, (literal a, d, e).-son funciones del gobierno autónomo descentralizado municipal promover el desarrollo sustentable, garantizar el buen vivir, implementar políticas de promoción, establecer el régimen de uso del suelo y urbanístico. Regular y controlar el desarrollo de la actividad turística y promover el desarrollo local en coordinación con los demás gobiernos autónomos, promoviendo la creación y funcionamiento de organizaciones asociativas y empresas comunitarias de turismo; también mejorar o implementar las condiciones necesarias de destinos turísticos como servicios básicos y señalización, procurando la sostenibilidad ambiental.

2. Planificación estratégica del producto turístico cultural

La presente propuesta puede ser tomada como modelo para planificar y operar desde las comunidades, desde el punto de vista del marco filosófico, organigrama estructural, manual de funciones y manual de procedimientos.

a. Estructura organizativa y de operación de la ruta de turismo comunitario

1) Formulación filosófica

Misión: Ofrecer productos turísticos innovadores para satisfacer las necesidades y deseos del turista local, nacional e internacional, contribuyendo de esta manera al desarrollo de la economía local a su vez permitiendo que el trabajo mancomunado se consolide en un sistema de redistribución justo y equitativo.

Visión: Para el año 2020 se constituye en un modelo a seguir para las demás comunidades del cantón Joya de los Sachas, tomando al turismo comunitario como uno de los productos de más alta calidad.

2) Organigrama estructural para la operación de la ruta en las comunidades.

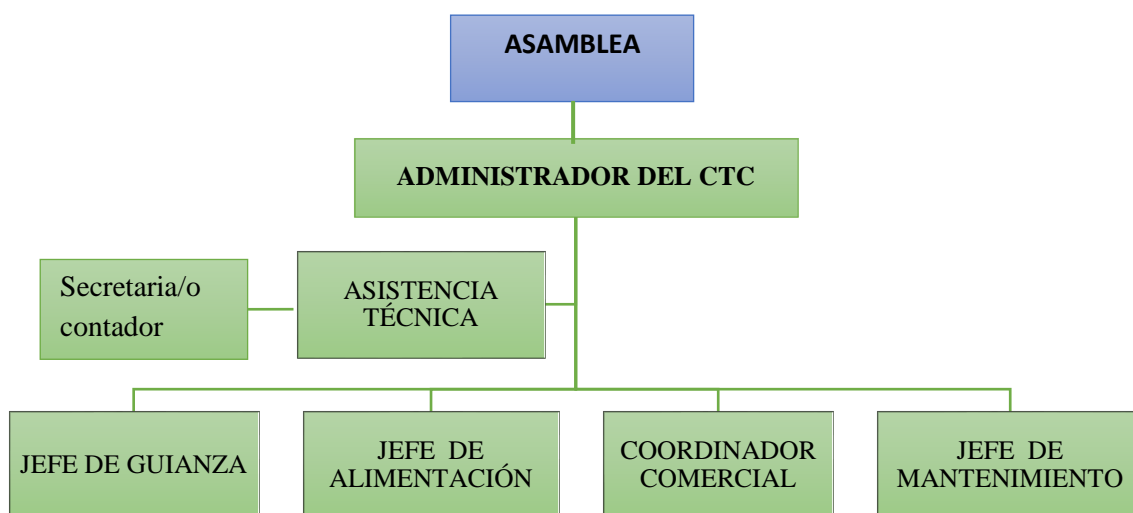


Figura N° 25 Organigrama estructural del Centro de Turismo Comunitario

Nota: Trabajo de campo, Andrea Flores, 2016

b. Manual de funciones

1) Funciones del presidente/a

Tabla N° 56 Funciones del presidente/a del Centro de Turismo Comunitario

| DATOS DE IDENTIFICACIÓN | |
|---|---|
| Título del puesto | Presidenta/e del CTC |
| Requisito | Tener certificados de capacitación en turismo |
| Misión del cargo | Supervisar, gestionar, organizar al personal |
| FUNCIONES | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Representar legalmente al centro de turismo comunitario. • Participar en las capacitaciones brindadas por el Ministerio de Turismo. • Convocar a reuniones ordinarias y extraordinarias mensualmente. • Establecer alianzas estratégicas con los prestadores de servicios turísticos. • Llevar un libro de registro de los egresos e ingresos del centro de turismo. • Presentar informes mensuales de las actividades realizadas. • Gestionar capacitaciones para el equipo de trabajo. • Coordinar con el área de promoción para la comercialización de los paquetes turísticos así como también para la actualización de los precios. • Aplicar las sanciones disciplinarias y económicas al personal que no cumpla adecuadamente con sus funciones. | |

2) Funciones de la secretaria

Tabla N° 57 Funciones de la secretaria del Centro de Turismo Comunitario

| DATOS DE IDENTIFICACIÓN | |
|--------------------------------|---------------------------|
| Título del puesto | Secretaria |
| Requisito | Bachiller en secretariado |

| | |
|---|--|
| Misión del cargo | Revisar, archivar todos los documentos referentes a las actividades de la comunidad. |
| FUNCIONES | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Asistir a todas las reuniones de la comunidad y tomar apuntes. • Llevar en orden el registro de los socios. • Llevar las actas de aprobación y resoluciones de las reuniones de la directiva. • Llevar un registro de los días laborables de los miembros de la comunidad. • Elaborar en conjunto con la directiva el informe anual. • Presentar informes mensuales de las actividades realizadas. • Dirigir coordinar y ejecutar los procesos de contratación de personal. • Mantener buenas relaciones con la comunidad. | |

3) Funciones de la tesorera/o

Tabla N° 58 Funciones del tesorero del Centro de Turismo Comunitario

| | |
|--|---|
| DATOS DE IDENTIFICACIÓN | |
| Título del puesto | Tesorero |
| Requisito | Bachiller en contabilidad |
| Misión del cargo | Llevar el manejo financiero e inventario y valores de la organización |
| FUNCIONES | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Preparar diariamente el estado de flujo de efectivo e informar al jefe inmediato. • Llevar un inventario actualizado de todos los bienes y valores del CTC. • Presentar informes mensuales al presidente y a la asamblea sobre el estado financiero del centro de turismo comunitario. • Revisar el presupuesto de las actividades de la organización. • Realizar el pago de los servicios básicos y suministros. • Debe cancelar al personal de (danzas, guías, personal de restauración y mantenimiento). • Llevar facturas, recibos, etc. de las compras y ventas que tiene el CTC. | |

4) Funciones de los guías

Tabla N° 59 Funciones del guía Centro de Turismo Comunitario

| DATOS DE IDENTIFICACIÓN | |
|---|--|
| Título del puesto | Guía Comunitario |
| Requisito | Tener licencia de guía nativo |
| Misión del cargo | Tiene por misión informar, dirigir y orientar al turista |
| FUNCIONES | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Elabora un informe al final del itinerario. • Es responsable de las acciones del grupo de turistas que dirige. • Tomar decisiones en situaciones especiales que afectan al turista. • Distribuye el tiempo entre los diferentes puntos del itinerario. • Desarrollar actividades recreativas, deportivas, culturales, dinámicas de grupo. • Tener el material necesario para desarrollar las actividades planificadas. • Explicar las condiciones para el desplazamiento, normas de seguridad y conservación del sitio. • Dar a conocer las respectivas recomendaciones antes de realizar el recorrido. • Mantener una buena relación con el grupo. | |

3. Sueldos y salarios de recursos humanos

Se enfatiza que el staff de la empresa se adjuntara en el debido proceso, cuando la empresa este estable económicamente, a continuación se expone el monto por pago de sueldos considerando las competencias además de los siguientes aspectos:

Tabla N° 60 Salario del recurso humano

| MANO DE OBRA | PUESTO / CARGO | SUELDO MENSUAL | | DECIMO | | Vacación remunerada | SUELDO ANUAL |
|--------------|-----------------------------------|----------------|--------------------|-----------|-----------|---------------------|---------------------|
| | | | | 3ro | 4to | | |
| CONTRATADA | Gerente / Administrador | \$ 382,69 | | \$ 382,69 | \$ 366,00 | \$ 191,35 | \$ 5.532,32 |
| | Secretaria / Contadora | \$ 380,75 | | \$ 380,75 | \$ 366,00 | \$ 190,38 | \$ 5.506,13 |
| | Coordinador de Marketing y Ventas | \$ 377,53 | | \$ 377,53 | \$ 366,00 | \$ 188,77 | \$ 5.462,66 |
| | TOTAL | | \$ 1.140,97 | | | | \$ 16.501,10 |

Nota: Trabajo de campo, Andrea Flores, 2016

4. Políticas de operación

a. Políticas de operación para el manejo de reservaciones.

- Las reservaciones estarán bajo la responsabilidad de la secretaria y del presidente.
- Las reservaciones pueden ser realizadas de forma personal, internet o vía telefónica.
- Para la reservación y venta del paquete se ofertará por el costo estimado según el rango de pax.
- Las reservaciones se realizan con 15 días de anticipación.
- Para realizar la reservación se hará con el 50% del costo total del servicio.

b. Políticas de pago y depósitos

- El 50% del costo total del paquete forma parte del pago por anticipado.
- Es aconsejable que el depósito se realice con 15 días de anticipación.
- El pago podrá ser realizado en efectivo o mediante un depósito en la cuenta bancaria del CTC.

c. Políticas de cancelaciones, devoluciones y compensaciones

En caso de cancelación del servicio se tomará en cuenta lo siguiente:

- Se devolverá el valor completo si se ha cancelado 15 días antes de la fecha de arribo.
- Se devolverá el valor completo menos diez dólares por gastos administrativos.
- No habrá devolución si la cancelación se ha realizado en menos de 7 días antes de la fecha de arribo.
- Si la cancelación del tour es realizada por el cetro turístico se devolverá el total de pago de la reservación.
- En caso que el recorrido no se cumpla por condiciones climáticas, no se realiza la devolución del pago, pero se les compensará con otra actividad de igual condición.
- Si el recorrido no se cumple por motivos institucionales se compensará con otra actividad, con un descuento del 10% del costo total.
- Una vez que inicie el recorrido bajo ninguna otra circunstancia se realizará devoluciones del pago del tour.

d. Políticas de manejo de información exclusiva del pasajero

- La secretaria o el presidente son los únicos autorizados para solicitar información personal al pasajero, solo para uso administrativo.
- La información que se solicitará es: nombres completos, nacionalidad, edad, número de pasaporte o cédula de ciudadanía, estado civil, profesión, ocupación, alergias, gustos y aspiraciones del tour.
- No está permitido solicitar información íntima o fuera de las permitidas.
- A partir de la reserva se proporcionará la información a quién corresponda.

e. Políticas para el alquiler de equipos o materiales

- El CTC dispondrá para el alquiler; botas de caucho, carpas, sleeping, ponchos de agua a un costo del 5% del valor actual.
- Al momento de entregar los equipos se revisará que se encuentre en buen estado.
- El turista debe entregar los equipos en el mismo estado que fueron entregados, caso contrario si estos sufren daños o pérdida deberán pagar el valor por reparación del bien.

f. Políticas para los guías del Centro de Turismo Comunitario

- Se contará con guías nativos disponiendo un guía por un grupo de 6 personas.
- El guía dispondrá de licencia de guía nativo y/o naturalista, con amplio conocimiento sobre cultura, historia, entorno, geografía de la zona, flora y fauna.
- El guía debe revisar que el equipo de operación este en buenas condiciones antes del tour.
- El guía debe conocer las normas de seguridad y recomendaciones para el turista.
- Llevar un celular y botiquín, en caso de emergencias.
- Estar capacitado en primeros auxilios.
- Llevar en un bolso mapas, linternas, fundas para la basura.

g. Políticas para los turistas

- Respetar el entorno natural y cultural.
- No botar basura, provocar fuego, destruir la vegetación y hábitat de animales.
- Acampar en áreas autorizadas por el centro de turismo comunitario.
- Mantener buenas relaciones y respeto con las personas de la comunidad.
- Debe abstenerse de usar armas blancas, drogas y/o alcohol durante la visita.
- Está prohibido prestar dinero a los guías o a otros miembros de la comunidad.
- Se debe solicitar permisos para realizar investigación.
- Por ningún motivo encargar a personas ajenas sus pertenencias.

h. Condiciones generales el personal

- El personal debe ser respetuoso respecto a religiones, razas, sexualidad, política.
- Estar preparado para brindar una buena información al turista.
- Cuidar la apariencia personal, ser amable, cortés y servicial, además estar dispuesto a brindar un servicio rápido, eficiente con buena predisposición.

5. Manual de procesos

a. **Procedimiento para realizar las reservaciones**

- Inicio, saludo cordial e identificando al centro de turismo comunitario.
- Brindar información del paquete o servicio que solicita.
- Coordinar la fecha y duración del servicio y verificar las reservaciones.
- Anotar en la agenda de reservaciones el nombre, pasaporte, número de personas, paquetes o servicios, comidas o bebidas, día y hora de llegada.
- Confirmar los datos con el cliente.
- Si la reserva se realiza con suficiente anticipación pedir el 50% del precio total.
- Confirmar la reserva del tour o servicio y
- Brindar información de la ubicación exacta del centro turístico comunitario.
- Despedida.

b. **Procedimiento para la recepción del turista**

- Saludo y bienvenida.
- Comprobar si tiene reservación y llenar el formulario en recepción.
- Indicar el itinerario del paquete y entrega de folletería.
- Confirmar el pago total del valor del servicio.
- Entregar los equipos, materiales e insumos para el tour.
- Confirmar servicios complementarios.
- Designar al guía para el tour.

c. **Proceso del servicio de guianza**

- El guía debe de estar presente en el CTC, previo a la llegada de los turistas.
- Al iniciar el recorrido el guía conducirá a los atractivos establecidos en el paquete.
- Al concluir el itinerario retornará al establecimiento.
- Para los paquetes de 2 días el guía informará sobre las actividades del segundo día

d. Proceso para la operación de los paquetes turísticos**1) Paquete de 1 día**

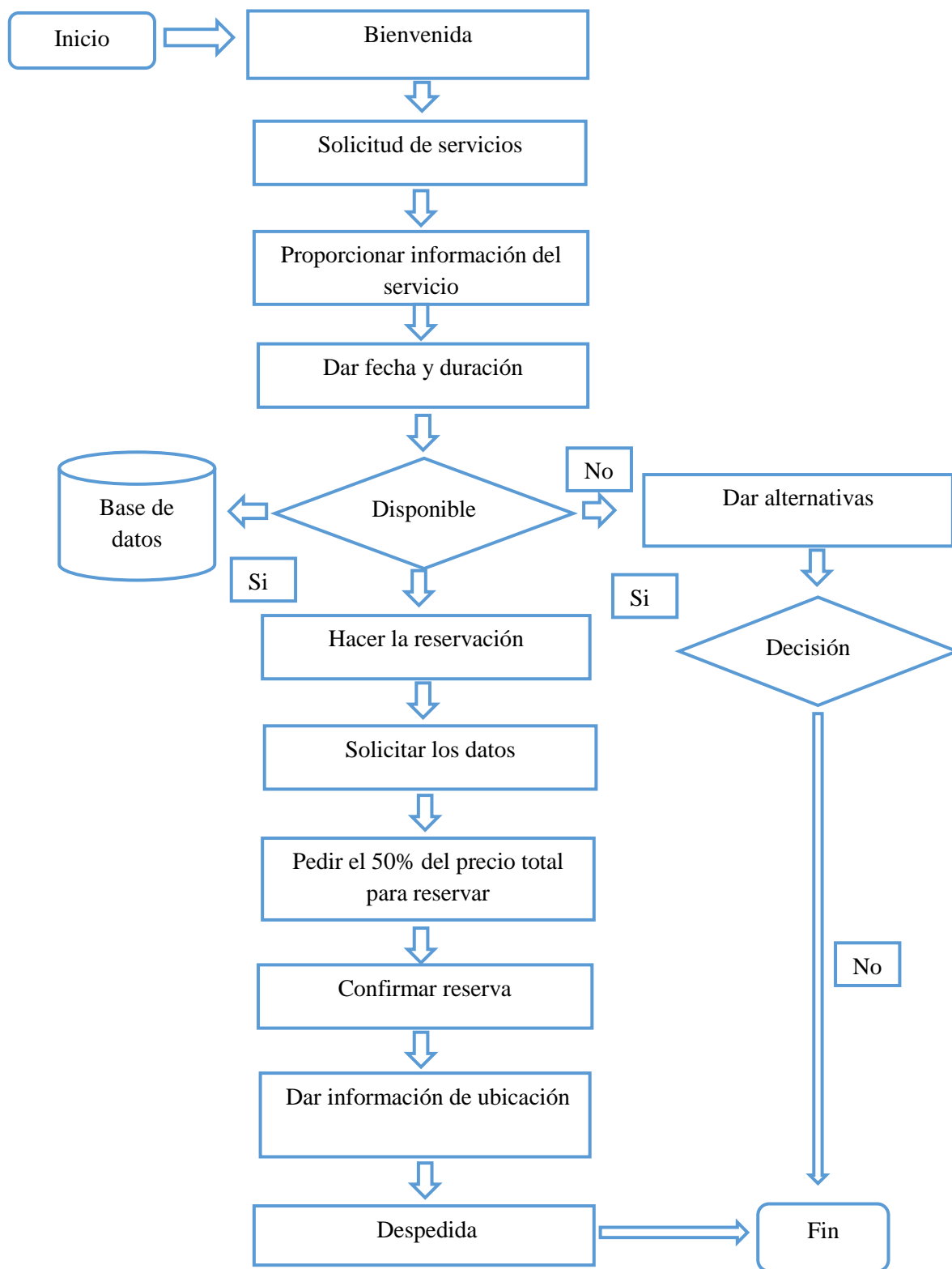
- Inicio
- Bienvenida e instrucciones del recorrido
- Desayuno
- Realización de actividades planificadas
- Almuerzo
- Desarrollo de actividades complementarias
- Retorno a la ciudad

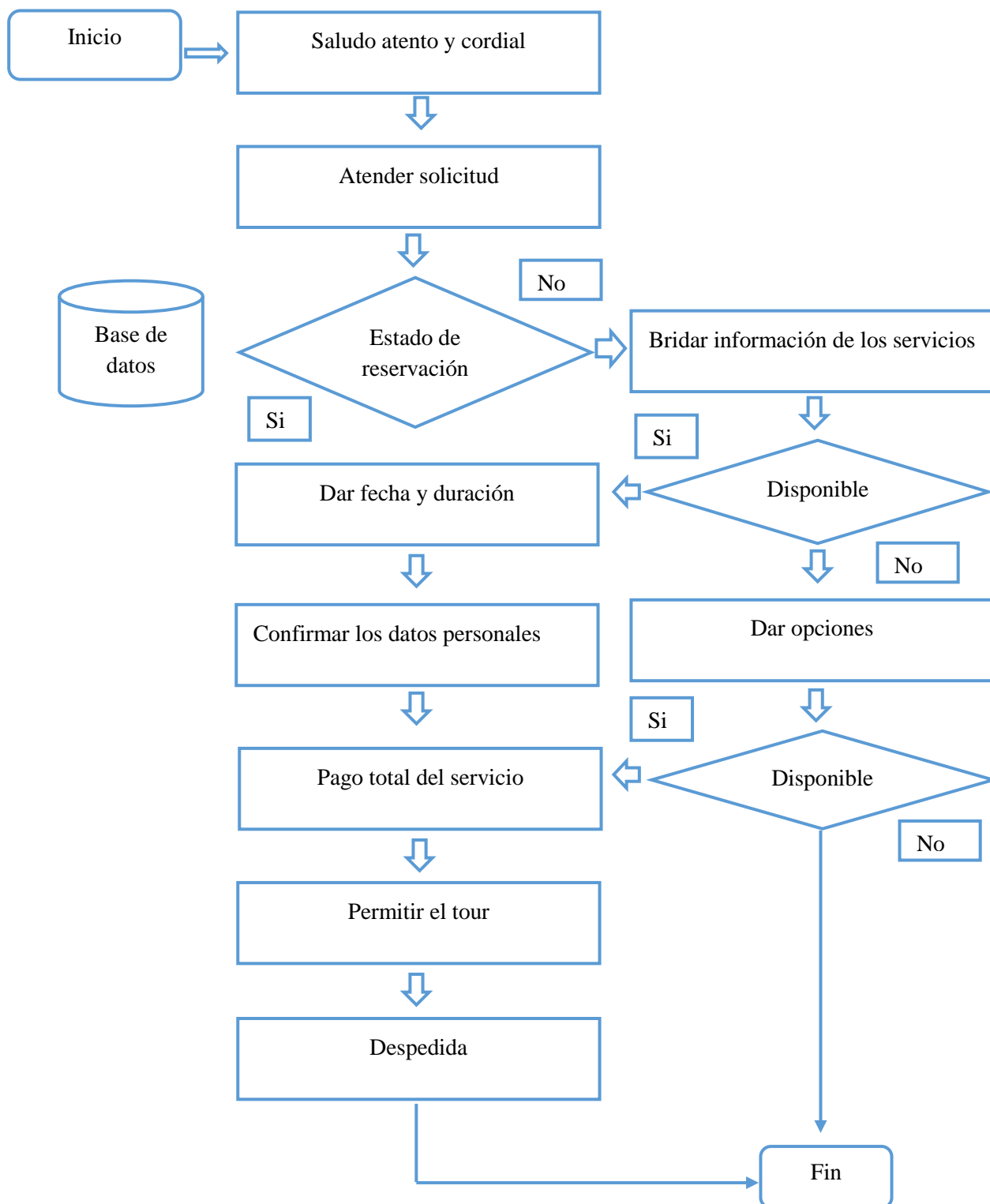
2) Paquete de 2 días y 1 noche

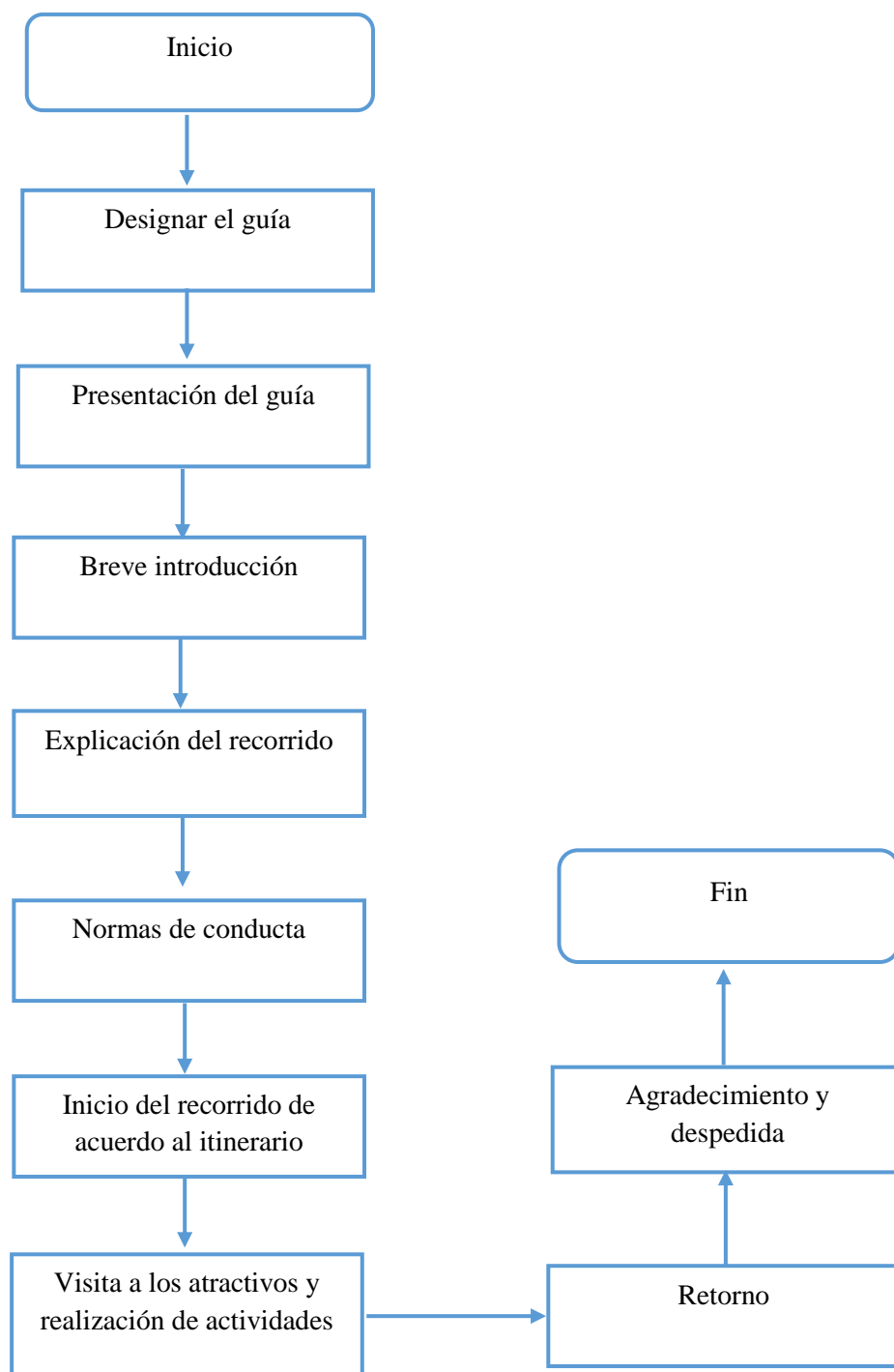
- Inicio, bienvenida e instrucciones del recorrido
- Desayuno (día 1)
- Realización de actividades culturales y naturales (día 1)
- Almuerzo (día 1)
- Desarrollo de actividades complementarias (día 1)
- Cena (día 1)
- Realización de actividades nocturnas planificadas (día 1)
- Pernoctación (Camping) (día 1)
- Desayuno (día 2)
- Realización de actividades naturales y culturales (día 2)
- Almuerzo (día 2)
- Actividades complementarias (día 2)
- Fin del servicio

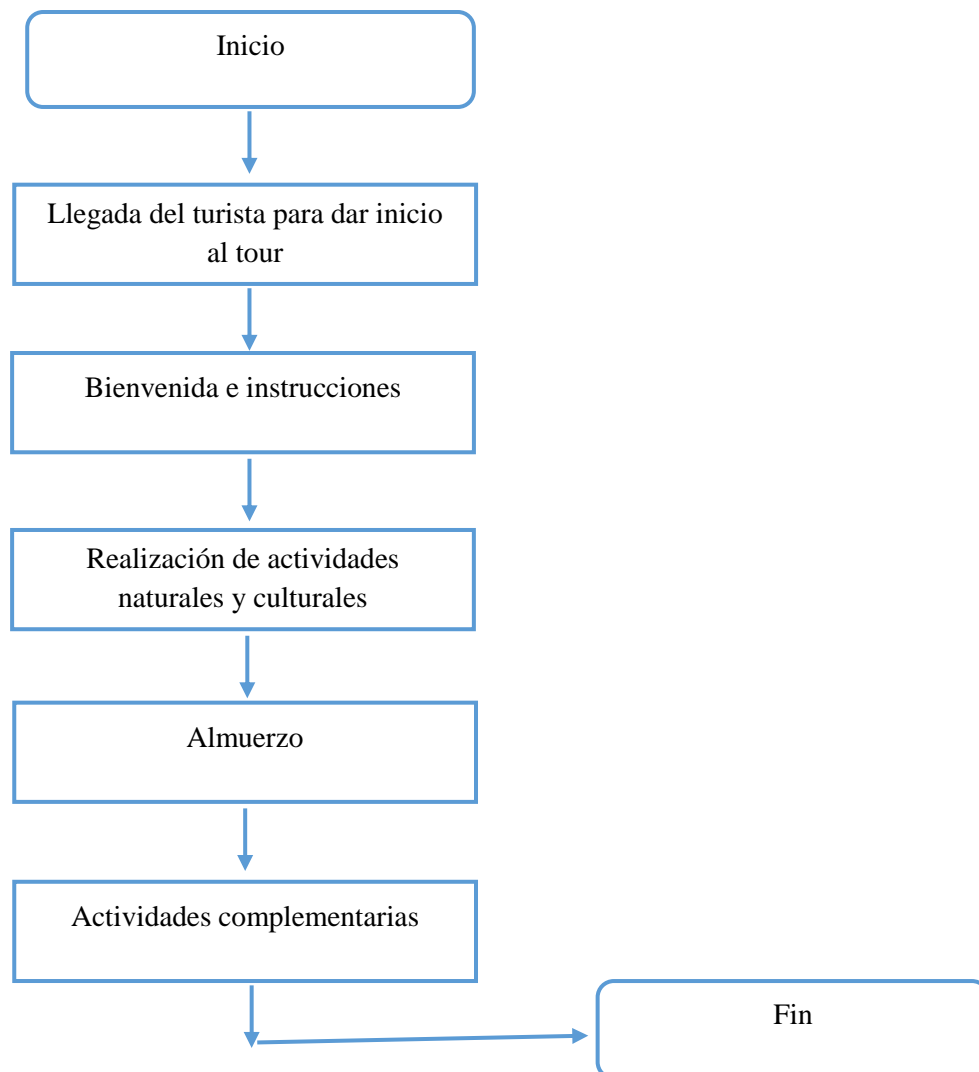
6. Flujogramas de procesos

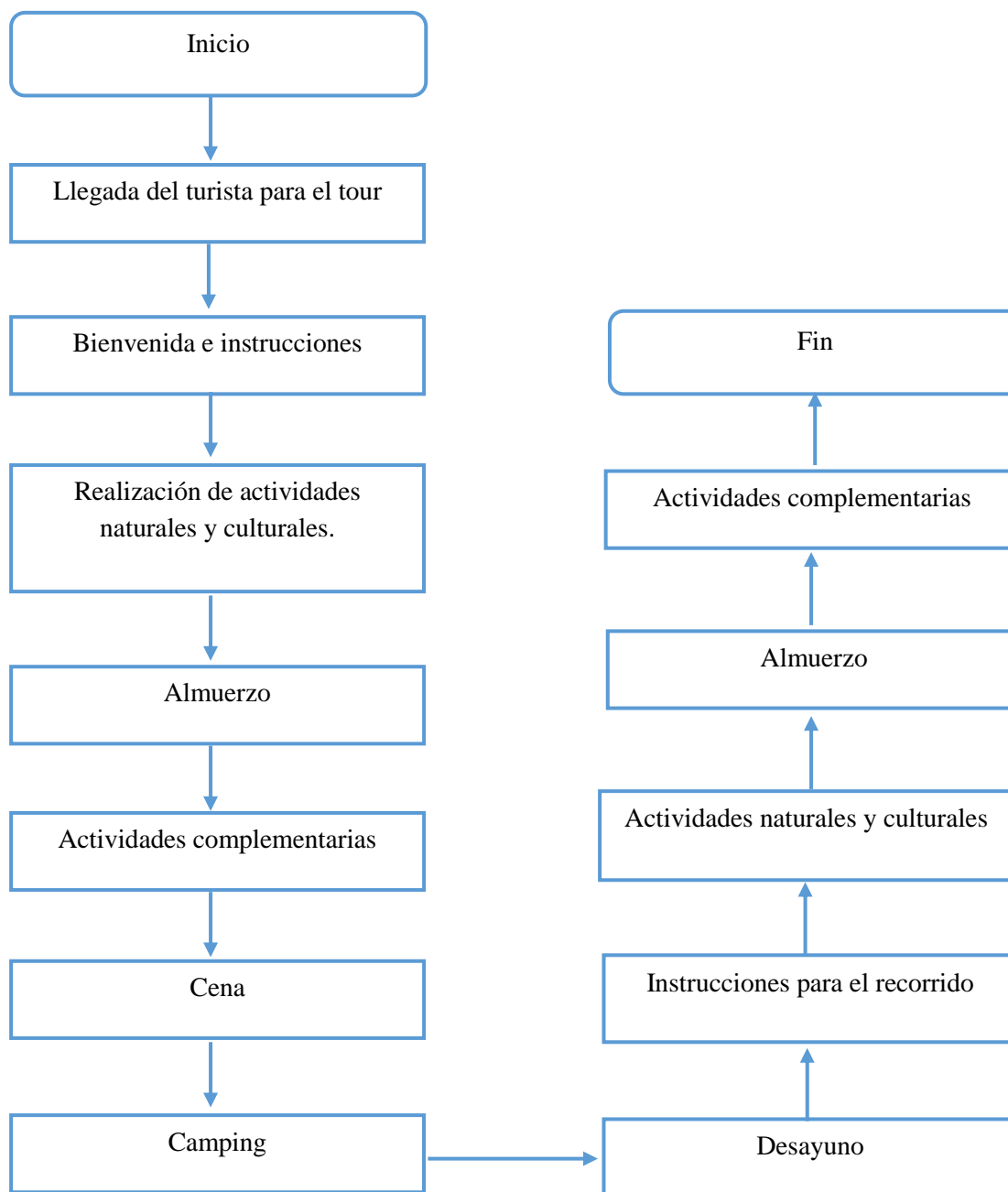
a. Reservación del servicio



b. Recepción del turista

c. Servicio de guianza

d. Operación de paquetes turísticos**1) Paquete turístico de 1 día**

2) Paquete turístico de 2 días y 1 noche

D. VIABILIDAD ECONÓMICA Y FINANCIERA

De acuerdo al análisis realizado el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de la Joya de los Sachas no puede operar legalmente el producto turístico cultural bajo sus competencias, por lo que se debe de transferir la operación de este producto turístico a las comunidades involucradas, las mismas que deberán constituirse como Centros de Turismo Comunitario y mediante una organización y adecuada planificación e inversión podrán implementar el producto sin ningún problema legal.

1. Viabilidad económica

a. Activos fijos

Tabla N° 61 Activos fijos

| RUBROS | INVERSIÓN REALIZADA | INVERSIÓN POR REALIZAR | INVERSION POR REALIZAR | TOTAL INVERSIÓN | R PROPIO | PRÉSTAMO |
|---|---------------------|------------------------|------------------------|-----------------|--------------|-------------|
| PATROMINIO | | | | | \$ 20,000.00 | |
| Apoyo por GADM de la Joya de los Sachas | | | | | \$ 20,000.00 | |
| ACTIVOS FIJOS | | | | \$ 70,548.99 | | |
| Alquiler de oficina | \$ 0.00 | \$ 1,500.00 | \$ 1,500.00 | \$ 1,500.00 | \$ 0.00 | \$ 1,500.00 |

| | | | | | | |
|---|----------------|--------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| Vehículo de trabajo | | \$ 45,000.00 | \$ 45,000.00 | \$ 45,000.00 | | \$ 45,000.00 |
| Equipos de computación y electrónicos | | \$ 2,360.00 | \$ 2,360.00 | \$ 2,360.00 | | \$ 2,360.00 |
| Muebles y enseres | | \$ 2,280.50 | \$ 2,280.50 | \$ 2,280.50 | | \$ 2,280.50 |
| Equipos de operación | | \$ 2,500.00 | \$ 2,500.00 | \$ 2,500.00 | | \$ 2,500.00 |
| Menaje de oficina | | \$ 408.00 | \$ 408.00 | \$ 408.00 | | \$ 408.00 |
| ACTIVOS DIFERIDOS | | | | \$ 7,173.00 | | |
| Gastos de promoción | | \$ 3,195.00 | \$ 3,195.00 | \$ 3,195.00 | | \$ 3,195.00 |
| Gastos de constitución | | \$ 1,558.00 | \$ 1,558.00 | \$ 1,558.00 | | \$ 1,558.00 |
| CAPITAL DE TRABAJO | | | | \$ 17,701.10 | | |
| Materiales, insumos | | \$ 1,200.00 | \$ 1,200.00 | \$ 1,200.00 | | \$ 1,200.00 |
| Mano de obra indirecta (Talento Humano) | | \$ 16,501.10 | \$ 16,501.10 | \$ 16,501.10 | | \$ 16,501.10 |
| Imprevistos | | | \$ 9,542.31 | \$ 9,542.31 | | \$ 9,542.31 |
| TOTAL | \$ 0.00 | | \$ 84,152.86 | \$ 84,152.86 | \$ 20,000.00 | \$ 64,152.86 |

Nota: Trabajo de campo, Andrea Flores, 2016

Los costos de los activos fijos y diferidos fueron determinados mediante entrevistas en diferentes establecimientos comerciales e instituciones públicas. Para establecer los sueldos de la mano de obra indirecta se investigó en la tabla de salarios mínimos sectoriales del año 2016.

b. Depreciación

Tabla N° 62 Depreciación de activos fijos

| DETALLE | VALOR DEL BIEN | % DEPRECIACIÓN | DURACION DEL PROY | AÑOS POR LEY | DEPRE. ANUAL | VALOR SALVAMENTO | VALOR DEPRECIACIÓN |
|--------------------------------|-----------------------|-----------------------|--------------------------|---------------------|---------------------|-------------------------|---------------------------|
| Edificaciones y construcciones | \$ 0.00 | 5 | 5 | 20 | \$ 0.00 | \$ 0.00 | \$ 0.00 |
| Vehículo de trabajo | \$ 45,000.00 | 20 | 5 | 5 | \$ 9,000.00 | \$ 0.00 | \$ 45,000.00 |
| Equipos de operación | \$ 2,500.00 | 5 | 5 | 5 | \$ 500.00 | \$ 0.00 | \$ 2,500.00 |
| Equipos de computación | \$ 2,360.00 | 33 | 5 | 3 | \$ 786.67 | \$ 0.00 | \$ 3,933.33 |
| Muebles y enseres | \$ 2,280.99 | 10 | 5 | 10 | \$ 228.05 | \$ 1,140.25 | \$ 1,140.25 |
| Menaje de oficina | \$ 408.00 | 10 | 5 | 10 | \$ 40.80 | \$ 204.00 | \$ 204.00 |
| TOTAL | | | | | \$ 10,555.52 | \$ 1,344.25 | \$ 52,777.58 |

Nota: Trabajo de campo, Andrea Flores, 2016

Depreciación anual= Valor del bien / años por ley

Valor salvamento= valor del bien – valor de depreciación

Valor depreciación= depreciación anual * duración del proyecto

c. Activos diferidos

Tabla N° 63 Activos diferidos del área comercial

| DIFERIDO | VALOR | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| TOTAL | \$ 4,753.00 | \$ 950.60 | \$ 950.60 | \$ 950.60 | \$ 950.60 | \$ 950.60 |
| Gastos de promoción | \$ 3,195.00 | \$ 639.00 | \$ 639.00 | \$ 639.00 | \$ 639.00 | \$ 639.00 |
| Gastos de constitución | \$ 1,558.00 | \$ 311.60 | \$ 311.60 | \$ 311.60 | \$ 311.60 | \$ 311.60 |

Nota: Trabajo de campo, Andrea Flores, 2016

d. Pago de la deuda

Para el cálculo del pago de la deuda se utilizó los siguientes datos:

Préstamo: \$ 84,152.86

Plazo: 5 años

Interés: 10 %

Tabla N° 64 Pago de la deuda

| PERÍODO | CAPITAL PRESTADO | INTERÉS | CAPITAL PAGO | CUOTA PAGO | SALDO |
|----------------|-------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|--------------|
| 1 | \$ 64,152.86 | \$ 6,415.29 | \$ 12,830.57 | \$ 19,245.86 | \$ 51,325.29 |
| 2 | \$ 51,322.29 | \$ 5,132.23 | \$ 12,830.57 | \$ 17,962.80 | \$ 38,491.72 |
| 3 | \$ 38,491.72 | \$ 3,849.17 | \$ 12,830.57 | \$ 16,679.74 | \$ 25,661.14 |
| 4 | \$ 25,661.14 | \$ 2,566.11 | \$ 12,830.57 | \$ 15,396.69 | \$ 12,830.57 |
| 5 | \$ 12,830.57 | \$ 1,283.06 | \$ 12,830.57 | \$ 14,113.63 | \$ - |
| TOTAL | | \$ 19,245.86 | \$ 64,152.86 | \$ 83,398.72 | |

Nota: Trabajo de campo, Andrea Flores, 2016

El préstamo será realizado con el programa del Ministerio de turismo “Negocios Turísticos Productivos” con el Banco Nacional de Fomento que da créditos de hasta 300.000,00 dólares, con un plazo de hasta 15 años.

e. Financiamiento

Tabla N° 65 Financiamiento

| Fuente | Cantidad | Porcentaje |
|------------------|---------------------|-------------------|
| Recursos Propios | \$ 20,000.00 | 39% |
| Prestamos | \$ 64,152.86 | 61% |
| Total | \$ 84,152.86 | 100% |

Nota: Trabajo de campo, Andrea Flores, 2016

f. Amortización de activos diferidos

Tabla N° 66 Amortización de activo diferidos

| | |
|--------------------------|--------------------|
| Activos diferidos | \$ 7,550.00 |
| Año 1 | \$ 1,510.00 |
| Año 2 | \$ 1,510.00 |
| Año 3 | \$ 1,510.00 |
| Año 4 | \$ 1,510.00 |
| Año 5 | \$ 1,510.00 |

Nota: Trabajo de campo, Andrea Flores, 2016

g. Costos

Tabla N° 67 Costos

| RUBRO | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|-------------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| COSTO DE PRODUCCIÓN | | | | | |
| Materia Prima | \$ 0.00 | \$ 0.00 | \$ 0.00 | \$ 0.00 | \$ 0.00 |
| Insumos | \$ 1,200.00 | \$ 1,231.20 | \$ 1,263.21 | \$ 1,296.05 | \$ 1,329.75 |
| Estudio(Ambiental) | \$ 2,870.00 | \$ 2,944.62 | \$ 3,021.18 | \$ 3,099.73 | \$ 3,180.32 |
| Imprevistos 10% | \$ 407.00 | \$ 417.58 | \$ 428.44 | \$ 439.58 | \$ 451.01 |
| SUBTOTAL | \$ 4,477.00 | \$ 4,593.40 | \$ 4,712.83 | \$ 4,835.36 | \$ 4,961.08 |
| COSTOS ADMINISTRATIVOS | | | | | |
| Sueldos y salarios | \$ 16,501.10 | \$ 17,060.49 | \$ 17,638.84 | \$ 29,077.36 | \$ 30,063.08 |
| Servicios Básicos | \$ 560.00 | \$ 574.56 | \$ 589.50 | \$ 604.83 | \$ 620.55 |
| Útiles de aseo | \$ 219.50 | \$ 225.21 | \$ 231.06 | \$ 237.07 | \$ 243.23 |
| Depreciaciones | \$ 10,555.52 | \$ 10,555.52 | \$ 10,555.52 | \$ 9,768.85 | \$ 9,768.85 |
| SUBTOTAL | \$ 27,836.12 | \$ 28,415.77 | \$ 29,014.92 | \$ 28,847.54 | \$ 29,487.66 |
| COSTOS FINANCIEROS | | | | | |
| Intereses | \$ 6,415.29 | \$ 5,132.23 | \$ 3,849.17 | \$ 2,566.11 | \$ 1,283.06 |
| SUBTOTAL | \$ 6,415.29 | \$ 5,132.23 | \$ 3,849.17 | \$ 2,566.11 | \$ 1,283.06 |
| COSTOS DE VENTA | | | | | |
| Promoción | \$ 3,195.00 | \$ 3,278.07 | \$ 3,363.30 | \$ 3,450.75 | \$ 3,540.47 |
| Constitución | \$ 1,558.00 | \$ 1,598.51 | \$ 1,640.07 | \$ 1,682.71 | \$ 1,726.46 |
| SUBTOTAL | \$ 4,753.00 | \$ 4,876.58 | \$ 5,003.37 | \$ 5,133.46 | \$ 5,266.93 |
| TOTAL | \$ 43,481.40 | \$ 43,017.98 | \$ 42,580.29 | \$ 41,382.48 | \$ 40,998.72 |

Nota: Trabajo de campo, Andrea Flores, 2016

h. Ingresos

Tabla N° 68 Ingresos por concepto de paquetes turísticos

| Número de clientes por año | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|--------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Flor del Pantano- cultura viva | 140 | 143 | 147 | 151 | 155 |
| Flor del Pantano- cultura viva | 195 | 201 | 206 | 211 | 217 |
| Manabita II- cultura Mágica | 223 | 229 | 235 | 241 | 248 |
| | 558 | 573 | 588 | 603 | 619 |

| Precio por producto | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|--------------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Flor del Pantano- cultura viva | \$ 130.05 | \$ 137.85 | \$ 146.12 | \$ 154.89 | \$ 164.19 |
| Flor del Pantano- cultura viva | \$ 64.77 | \$ 68.66 | \$ 72.78 | \$ 77.14 | \$ 81.77 |
| Manabita II- cultura Mágica | \$ 60.96 | \$ 64.62 | \$ 68.49 | \$ 72.60 | \$ 76.96 |

| Ingresos por año | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|--------------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| Flor del Pantano- cultura viva | \$ 18,154.98 | \$ 19,744.63 | \$ 21,473.47 | \$ 23,353.69 | \$ 25,398.54 |
| Flor del Pantano- cultura viva | \$ 12,658.65 | \$ 13,767.04 | \$ 14,972.48 | \$ 16,283.47 | \$ 17,709.25 |
| Manabita II- cultura Mágica | \$ 13,616.03 | \$ 14,808.24 | \$ 16,104.85 | \$ 17,515.00 | \$ 19,048.61 |
| TOTAL | \$ 44,429.65 | \$ 48,319.91 | \$ 52,550.81 | \$ 57,152.16 | \$ 62,156.40 |

Nota: Trabajo de campo, Andrea Flores, 2016

i. Estado de proforma de resultados

Tabla N° 69 Estado de proforma de resultados

| RUBROS | AÑO1 | AÑO2 | AÑO3 | AÑO4 | AÑO5 |
|--|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Ventas netas | \$ 44,429.65 | \$ 48,319.91 | \$ 52,550.81 | \$ 57,152.16 | \$ 62,156.40 |
| - Costos de producción | \$ 4,477.00 | \$ 4,593.40 | \$ 4,712.83 | \$ 4,835.36 | \$ 4,961.08 |
| (=) Utilidad Bruta | \$ 39,952.65 | \$ 43,726.51 | \$ 47,837.98 | \$ 52,316.79 | \$ 57,195.31 |
| -Costos de administración | \$ 27,836.12 | \$ 28,415.77 | \$ 29,014.92 | \$ 28,847.54 | \$ 29,487.66 |
| -Costos de ventas | \$ 4,753.00 | \$ 4,876.58 | \$ 5,003.37 | \$ 5,133.46 | \$ 5,266.93 |
| (=) Utilidad operativa | \$ 7,363.54 | \$ 10,434.16 | \$ 13,819.69 | \$ 18,335.79 | \$ 22,440.73 |
| -Costo financiero | \$ 6,415.29 | \$ 5,132.23 | \$ 3,849.17 | \$ 2,566.11 | \$ 1,283.06 |
| Activo diferido | \$ 639.00 | \$ 639.00 | \$ 639.00 | \$ 639.00 | \$ 639.00 |
| (=) Utilidad neta antes de rep de utilidades | \$ 309.25 | \$ 4,662.94 | \$ 9,331.52 | \$ 15,130.68 | \$ 20,518.67 |
| - Reparto de utilidades 15% | \$ 46.39 | \$ 699.44 | \$ 1,399.73 | \$ 2,269.60 | \$ 3,077.80 |
| (=) Utilidad neta antes de impuestos | \$ 262.86 | \$ 3,963.49 | \$ 7,931.79 | \$ 12,861.08 | \$ 17,440.87 |
| - Impuestos 25% | \$ 57.83 | \$ 871.97 | \$ 1,744.99 | \$ 2,829.44 | \$ 3,836.99 |
| (=) Utilidad neta | \$ 205.03 | \$ 3,091.53 | \$ 6,186.80 | \$ 10,031.64 | \$ 13,603.88 |

Nota: Trabajo de campo, Andrea Flores, 2016

j. Balance general

Tabla N° 70 Balance general

| DETALLE | AÑO 0 | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|---------------------------------------|---------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| Activo corriente (capital de trabajo) | \$ 17,701.10 | \$ 18,301.17 | \$ 18,921.58 | \$ 19,563.02 | \$ 20,226.20 | \$ 20,911.87 |
| Activo fijo | \$ 54,048.50 | \$ 10,809.70 | \$ 10,809.70 | \$ 10,809.70 | \$ 10,809.70 | \$ 10,809.70 |
| Depreciación acumulada | \$ - | \$ 10,555.52 | \$ 10,555.52 | \$ 10,555.52 | \$ 9,768.85 | \$ 9,768.85 |
| Ac. diferi (valor anual de amort) | \$ 1,510.00 | \$ 639.00 | \$ 639.00 | \$ 639.00 | \$ 639.00 | \$ - |
| TOTAL DE ACTIVOS | \$ 73,259.60 | \$ 19,194.35 | \$ 19,814.76 | \$ 20,456.20 | \$ 21,906.05 | \$ 21,952.72 |
| Pasiv. corr (intereses) | \$ - | \$ 7,807.57 | \$ 6,246.05 | \$ 4,684.54 | \$ 3,123.03 | \$ 1,561.51 |
| Pasiv. Largo p. (préstamo) | \$ 12,830.57 | \$ 12,830.57 | \$ 12,830.57 | \$ 12,830.57 | \$ 12,830.57 | \$ - |
| Patrimonio | \$ 84,152.86 | \$ 96,983.43 | \$ 109,814.00 | \$ 122,644.58 | \$ 135,475.15 | \$ 135,475.15 |
| UTILID.EJERCICIO (Utilidad neta) | \$ - | \$ 205.03 | \$ 3,091.53 | \$ 6,186.80 | \$ 10,031.64 | \$ 13,603.88 |
| TOTAL PASIVO + PATRIMONIO | \$ 96,983.43 | \$ 117,826.61 | \$ 131,982.16 | \$ 146,346.49 | \$ 161,460.39 | \$ 150,640.54 |

Nota: Trabajo de campo, Andrea Flores, 2016

k. Flujo de caja

Tabla N° 71 Flujo de caja

| | RUBROS | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|----------------------------------|----------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| + | VENTAS | | \$ 44,429.65 | \$ 48,319.91 | \$ 52,550.81 | \$ 57,152.16 | \$ 62,156.40 |
| + | VALOR SALVAMENTO | | | | | | \$ 1,344.25 |
| - | COST. PRODUCC. | | \$ 4,477.00 | \$ 4,593.40 | \$ 4,712.83 | \$ 4,835.36 | \$ 4,961.08 |
| - | COSTOS. ADMINIS. | | \$ 27,836.12 | \$ 28,415.77 | \$ 29,014.92 | \$ 28,847.54 | \$ 29,487.66 |
| - | COSTOS VENTAS | | \$ 4,753.00 | \$ 4,876.58 | \$ 5,003.37 | \$ 5,133.46 | \$ 5,266.93 |
| - | COSTOS FINANCIEROS | | \$ 6,415.29 | \$ 5,132.23 | \$ 3,849.17 | \$ 2,566.11 | \$ 1,283.06 |
| - | AMORT. ACT. DIFE.(5 AÑ) | | \$ 1,510.00 | \$ 639.00 | \$ 639.00 | \$ 639.00 | \$ 639.00 |
| = | UTILID. ANTES DE REP. UT. E IMP. | | \$ (561.75) | \$ 4,662.94 | \$ 9,331.52 | \$ 15,130.68 | \$ 19,174.42 |
| - | REPARTO UTILIDADES | | \$ (84.26) | \$ 699.44 | \$ 1,399.73 | \$ 2,269.60 | \$ 2,876.16 |
| = | UTILIDADES ANTES DE IMP. | | \$ (477.49) | \$ 3,963.49 | \$ 7,931.79 | \$ 12,861.08 | \$ 16,298.26 |
| - | IMPUESTO | | \$ (119.37) | \$ 990.87 | \$ 1,982.95 | \$ 3,215.27 | \$ 4,074.57 |
| = | UTILIDAD NETA | | \$ (358.11) | \$ 2,972.62 | \$ 5,948.84 | \$ 9,645.81 | \$ 12,223.70 |
| + | DEPRECIACIONES | | \$ 10,555.52 | \$ 10,555.52 | \$ 10,555.52 | \$ 9,768.85 | \$ 9,768.85 |
| - | PATRIMONIO | \$ 20,000.00 | | | | | |
| - | ACTIVOS FIJOS | \$ 54,048.50 | | | | | |
| - | INV. ACTIVOS DIFERIDOS | \$ 4,753.00 | | | | | |
| - | INV. CAPITAL DE TRABAJO | \$ 17,701.10 | | | | | |
| - | IMPREVISTOS | \$ 7,650.26 | | | | | |
| - | | | | | | | |
| - | | | | | | | |
| - | AMORT. PRESTAMO | | \$ 12,830.57 | \$ 12,830.57 | \$ 12,830.57 | \$ 12,830.57 | \$ 12,830.57 |
| | FLUJO DE CAJA | \$ (64,152.86) | \$ 23,027.97 | \$ 26,358.71 | \$ 29,334.93 | \$ 32,245.23 | \$ 34,823.12 |

Nota: Trabajo de campo, Andrea Flores, 2016

1. Flujo Neto

Tabla N° 72 Flujo neto

| | | | | | | | |
|-------------------------------------|---------------|----------------|--------------------|--------------------|--------------------|---------------------|---------------------|
| Flujo neto | | \$ 0.00 | (\$ 477.49) | \$ 3,963.49 | \$ 7,931.79 | \$ 12,861.08 | \$ 16,298.26 |
| Período | | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Flujo Neto descontado @ 15 % | 15.00% | \$ 0.00 | (\$ 477.49) | \$ 3,963.49 | \$ 7,931.79 | \$ 12,861.08 | \$ 16,298.26 |
| Período de recuperación del capital | | (\$ 64,152.86) | (\$ 64,630.35) | (\$ 60,666.85) | (\$ 52,735.06) | (\$ 39,873.98) | (\$ 23,575.72) |

Nota: Trabajo de campo, Andrea Flores,

2016

m. Punto de equilibrio

Tabla N° 73 Punto de equilibrio

| | |
|------------------------------|--------------|
| Precio de venta | \$ 130.05 |
| Costo de producción unitario | \$ 65.03 |
| Costos fijos | \$ 33,867.12 |
| Depreciación | \$ 10,555.52 |

| | |
|---------------------------------|--------------|
| Unidades en punto de equilibrio | 683 |
| Ingresos en punto de equilibrio | \$ 88,845.27 |

| | |
|------------------------------|--------------|
| Precio de venta | \$ 64.77 |
| Costo de producción unitario | \$ 32.39 |
| Costos fijos | \$ 33,867.12 |
| Depreciación | \$ 10,555.52 |

| | |
|---------------------------------|--------------|
| Unidades en punto de equilibrio | 1,372 |
| Ingresos en punto de equilibrio | \$ 88,845.27 |

| | |
|------------------------------|--------------|
| Precio de venta | \$ 60.96 |
| Costo de producción unitario | \$ 30.48 |
| Costos fijos | \$ 33,867.12 |
| Depreciación | \$ 10,555.52 |

| | |
|---------------------------------|--------------|
| Unidades en punto de equilibrio | 1,457 |
| Ingresos en punto de equilibrio | \$ 88,845.27 |

Nota: Trabajo de campo, Andrea Flores, 2016

2. Viabilidad financiera

Tabla N° 74 Análisis financiero

| | |
|-------------------------------|--------------|
| Valor Presente Neto (VPN) | \$ 81,637.10 |
| Tasa Interna de Retorno (TIR) | 32% |
| Relación Beneficio-Costo | \$ 2,27 |
| Recuperación | 1 y 2 años |

Nota: Trabajo de campo, Andrea Flores, 2016

VII. CONCLUSIONES

- A. La parroquia San Carlos del cantón Joya de los Sachas, dispone de diversos atractivos culturales y naturales con potencial para la práctica del turismo comunitario, las mismas que alcanzan una jerarquía de II; sin embargo la deficiente dotación de servicios básicos, facilidades y planta turística reduce la calidad de la oferta, por lo que deben establecer alianzas estratégicas con los prestadores de servicios turísticos. Además mediante el análisis de la demanda se determinó que la implementación de la ruta de turismo comunitario tiene un alto índice de aceptación en los turistas nacionales (98%) y extranjeros (2%), lo cual demuestra que existe una amplia demanda para el producto.

- B. El diseño técnico de la ruta de turismo comunitario comprende dos comunidades de estudio además los paquetes se complementaron con algunos atractivos turísticos que se encontraban promisorios; se elaboró dos paquetes turísticos de acuerdo a las potencialidades identificadas tanto en lo cultural como en lo natural. Para la promoción y difusión de la ruta se utilizará los siguientes canales de promoción (ferias, guías/ o folletos, amigos/familiares y el internet), debido a la gran aceptación que tienen al momento de buscar información de lugares turísticos.

- C. El estudio del impacto ambiental determina que la implementación de la ruta de turismo comunitario es viable debido a que se identificaron 84 interacciones de las cuales 47 son positivas y 34 negativas; es decir el impacto que se producirá sobre el ambiente no va ser significativo puesto que existe un 22% de afectación al medio y estos podrán ser mitigados mediante la implementación de un plan de manejo ambiental.

- D. El estudio económico y financiero señala que el producto turístico a implementarse es rentable debido a que alcanza un VAN \$ 81,637.10 de y un TIR del 32.00% la relación costo - beneficio de \$2,27 por cada dólar invertido en el proyecto.

VIII. RECOMENDACIONES

- A. Para la implementación del presente proyecto es recomendable el trabajo colectivo, responsable y organizado entre el sector público, privado y comunitario puesto que mediante el análisis de la demanda se ha demostrado que existe una gran aceptación del producto. También se recomienda el trabajo mancomunado para incursionar en este tipo de actividad turística para obtener mayores beneficios con inversiones relativamente bajas.

- B. Para que el producto sea turístico competitivo se debe de mejorar e implementar los servicios básicos, infraestructura y facilidades turísticas, para lo cual la asamblea deberá de organizarse para realizar las respectivas gestiones en el GAD-Municipal y Provincial puesto que forman parte de sus competencias.

- C. La Dirección Técnica de Turismo el Ministerio de Turismo del cantón Joya de los Sachas deben incentivar y apoyar al trabajo mancomunado que están realizando las comunidades de estudio, brindándoles capacitaciones, asesoramiento técnico y jurídico, destinando presupuesto a la iniciativa; además con la promoción y difusión de sus productos turísticos a nivel local, nacional e internacional.

- D. Se debe de aplicar las medidas de prevención y mitigación para minimizar los impactos negativos sobre el medio ambiente mismos que pueden generarse por la implementación del proyecto ya sea antes, durante y después de su ejecución para de esta forma garantizar la protección de los recursos naturales y culturales.

- E. En cuanto a la gestión comunitaria se recomienda que utilicen el manual de funciones y procedimientos para que se cumplan las normas de conducta establecidas y presten así un servicio de calidad.

- F. Se recomienda la implementación y comercialización del presente producto turístico cultural puesto que presenta viabilidad técnica, ambiental, administrativa-legal y económica financiera.

IX. RESUMEN

La presente investigación propone: diseñar un producto turístico cultural para la parroquia San Carlos, cantón Joya de los Sachas, provincia de Orellana; el diagnóstico analiza la situación actual de la parroquia y del cantón, así como elementos del sistema turístico, atractivos, infraestructura, planta turística y superestructura turística, en el análisis de la demanda se determina gran acogida del turista nacional e internacional con respecto al producto, además de características de oferta y competencia, se realiza el análisis FODA. En el estudio técnico se analizó el diseño de un producto turístico sostenible cultural, que consta de tres paquetes turístico y se determinan estrategias de promoción y publicidad en base al estudio de la demanda para su posicionamiento, se estableció la viabilidad ambiental mediante la utilización de la matriz Leopold donde se indicó posibles impactos, dando como resultado que la implementación del proyecto será viable, puesto que el impacto será poco significativo, no altera ambientalmente al sector. En el estudio legal y administrativo se plantó políticas de operación y el manual de proceso para el adecuado funcionamiento del producto turístico. Finalmente el estudio económico-financiero determinó que la inversión será \$ 64.153,86 con un VAN \$ 81.637,10, un TIR 32%, relación costo beneficio de \$ 2,27, y con recuperación en el año 1 y 2. Se concluye que el proyecto presenta viabilidad técnica, ambiental, administrativa-legal y económica financiera cuyos beneficios involucra al sector público y privado, por ende su implementación es recomendable para el sector.

Palabras claves: producto turístico, paquetes turísticos, turismo sostenible cultural.



X. SUMMARY

The present research proposes: to design a cultural tourist product for San Carlos town, canton Joya de los Sachas, province of Orellana; the diagnosis analyzes the situation of the town and the canton, as well as elements of the tourist system such as: attractions, infrastructure, tourist plan and tourist superstructure, in the analysis of the demand the great reception of the national and international tourist is determined with respect to the product, In addition to offering and competition characteristics, the FODA analysis is carried out. In the technical study the design of a sustainable cultural tourism product was carried out, that consists of three touristic packages and strategies of promotion and publicity based on the study of the demand, for its positioning; The environmental viability was established through the use of Leopold matrix where possible impacts were indicated, resulting that the implementation of the project will be viable, since the impact will be insignificant and does not alter the sector environmentally. In the legal and administrative study, operating policies and the process manual were included for the proper functioning of the tourist product. Finally the economic-financial study determined that the investment will be \$ 64,153.86 with a NPV of \$ 81,637.10 with an IRR of 32%, cost-benefit ratio of \$ 2.27 and with a recovery in the years 1 and 2. It is concluded that the project presents technical, environmental, administrative-legal and economic-financial feasibility whose benefits involve the public and private sector, and therefore its implementation is recommended for the sector.

Keywords: TOUTIST PRODUCT, TOURIST PACKAGES, SUSTAINABLE CULTURAL TOURISM



XI. BLOGRAFIA


- Alegre, J., & Llorenc, P. (2006). *El paquete turístico de todo incluido: un análisis de sus implicaciones económicas para el caso de las Islas Baleares*. Madrid, España. 3p. Pdf
- Arruda, & Castelo. (2012). *Oferta turística. Estudio y perspectivas en turismo*. Recuperado el 27 de Mayo de 2015, de <http://www.estudiosenturismo.com.ar/PDF/V21/N04/v21n4a05.pdf>
- Botero, M. (2010). *Flujo de caja*. Recuperado el 23 de Octubre de 2015, de <http://www.monografias.com/trabajos66/flujo-caja/flujo-caja.shtml>
- Boullón. (2006). *Manual para el diagnóstico turístico actual*. Recuperado el 19 de Octubre de 2015, de <http://unrn.edu.ar/blogs/pt/files/2013/03/6-Ricaurte09-GuiaPlanTuris-ver-fichas-al-final-post-2007.pdf>
- Briseño. (2008). *Estudios de impacto ambiental a empresas*. Recuperado el 16 de Octubre de 2015, de <http://www.ecuadorambiental.com/estudios-impacto-ambiental.html>
- Candela, R. (Agosto de 2008). *Organización*. Recuperado el 16 de Octubre de 2015, de <http://www.monografias.com/trabajos-pdf/organizacion/organizacion.pdf>
- Cárdenas, F. (2008). *Producto turístico. México D.F: Trillas*.
- Cobarcos. (2006). *Promoción y ventas de servicios turísticos. Comercialización de servicios turísticos* (1a ed.). España: Ideas Propias.
- Cuesta, M. (2005). *Introducción al muestreo*. Recuperado el 27 de Octubre de 2015, de <http://mey.cl/apuntes/muestrasunab.pdf>
- Dellavedova, M. (2011). *Guía metodológica para la elaboración de una evaluación de impacto ambiental*. Recuperado el 20 de Octubre de 2015, de <http://blogs.unlp.edu.ar/planeamientofau/files/2013/05/>
- Dirección General de Planeación México. (2013). *Metodología cálculo de visitantes y derrama economía*. Recuperado el 22 de Noviembre de 2015, de https://transparencia.guanajuato.gob.mx/dedalo/modulos/bajaarchivo.php?tipo=1&archivo=20584/anexo_20584.pdf
- Fernández, Aparicio, & Cervera. (2015). *Introducción al análisis económico*. Recuperado el 27 de Octubre de 2015, de <http://www.contabilidad.tk/node/162>
- Francisco, R. (2011). *Marco legal*. Recuperado el 23 de Octubre de 2015, de <http://es.scribd.com/doc/75951216/Concepto-de-Marco-Legal#scribd>
- Gallardo, E. (2009). *Fundamentos de la administración*. Recuperado el 11 de Octubre de 2015, de ub.edu/dspace/bitstream/2445/17604/6/Fundamentos%20Administracion%20EGallardo.pdf

- Garmendia, A. (2005). *Evaluación de impactos ambientales*. Madrid: Pearson-Prentice Hall.
- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Joya de los Sachas. (2015). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de San Carlos*. Joya de los Sachas, Orellana- Ecuador.
- Guerrero, P. (2002). *La Cultura*. Quito.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censo. (2010). *Censo de población y vivienda. Instituto Nacional de Estadísticas y Censos*. Joya de los Sachas, Orellana- Ecuador: INEC.
- Klotler, Armstrong. (2003). *Fundamentos de Marketing, 6ª edición, Pearson Educación de México, S.A.de C.V, pp. 712 páginas. ISBN 970-26-0400-1*.
- León, M. (2009). *Análisis financiero*. Recuperado el 19 de Octubre de 2015, de <http://es.slideshare.net/Sunz42/el-analisis-financiero-1874576>
- López, H. (2002). *Gestión y desarrollo del turismo regional*. Bogotá: CCB.
- Maass. (2009). *Evaluación del potencial en municipios turísticos a través de metodologías participativas*. México. Pdf
- Manzano, A. (2014). *Diseño de una ruta de turismo comunitario para el cantón Joya de los Sachas, provincia de Orellana*. Recuperado el 23 de Octubre de 2015, de DSpace ESPOCH: <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/>
- Ministerio de Turismo. (2004). *Metodología para el inventario de atractivos turísticos*. Recuperado el 15 de Marzo de 2015, de <http://es.scribd.com/doc/56382986/Metodologia-de-Inventario>
- Ministerio de Turismo. (2008). *Ley de Turismo*. Recuperado el 18 de Octubre de 2015, de <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/Ley-de-Turismo-MINTUR.pdf>
- Noboa, P. (2008). *Texto básico de gestión de recursos culturales*. Riobamba.
- Ojeda & Mármol. (2012). *Marketing turístico*. Madrid, España: Copyright.
- Oñate, S., Ricaute, C., & Lozano, P. (Junio-2006). *Seminario taller de elaboración de paquete turísticos. Dirección provincial de Orellana. Ministerio de Turismo, Municipalidad de Lago Agrio*.
- Organización Mundial de Turismo. (2006). *La enciclopedia libre. Turismo sostenible*. Recuperado el 07 de Junio de 2015, de http://es.wikipedia.org/wiki/Turismo_sostenible.
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura.. (2008). *Manual de procedimientos documentales para colecciones de patrimonio cultural*. Recuperado el 04 de Octubre de 2016, de <http://www.unesco.org/culture/ich/index.php?lg=ES>

- Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible para el Ecuador. (2007). *Diseño del plan estratégico de desarrollo de turismo sostenible para Ecuador*. Recuperado el 15 de Marzo de 2015, de <https://www.turismo.gob.ec/.../PLANDETUR-2020>
- Reyes, & Agustin, G. M. (s.f). *La organización*. Recuperado el 27 de Mayo de 2015, de <http://fcaenlinea1.unam.mx/2006/1231/docs/unidad4.pdf>
- Rubira. (2013). *Competitividad turística. Demanda potencial y el mercado meta*. Recuperado el 27 de Septiembre de 2015, de <http://www.competitividadturistica.com/la-demanda-potencial-y-el-mercado-meta/>
- Ruíz. (2007). *Análisis de la oferta y demanda turística (Tesis inédita de maestría)*. Universidad de Andalucía. Recuperado el 16 de Mayo de 2016, de http://dspace.unia.es/bitstream/handle/10334/28/0021_Flores.pdf?sequence=1
- Secretaría del Medio Ambiente y Recursos Naturales. (2013). *Impacto ambiental y tipos*. Recuperado el 28 de Octubre de 2015, de <http://www.semarnat.gob.mx/temas/gestion-ambiental/impacto-ambiental-y-tipos>
- Secretaría Nacional de Turismo. (2008). *Glosario de turismo*. Recuperado el 18 de Octubre de 2015, de http://www.fedetur.org/otros_estudios_y_publicaciones/Glosario-de-Turismo-2008-SERNATUR.pdf
- Serra, A. (2010). *Marketing turístico*. MADrid: ESIC.
- Sombrero, F. (2009). *Análisis de viabilidad*. Recuperado el 23 de Octubre de 2015, de <http://www.asociacionag.org.ar/pdfcap/5/Sobrero,%20Francisco>
- Soriano. (1990). *El Marketing mix: conceptos, estrategias y aplicaciones*. Madrid: Diaz de Santos
- Tapia, G. (2005). *Turismo sostenible.introducción y macrofinanciero*. Recuperado el 18 de Octubre de 2015, de <http://www.econ.uba.ar/www/institutos/cma/Publicaciones/revistas/RIMFV011/TURISMO%20SOSTENIBLE.pdf>
- Tierra. (2009). *Texto básico Planificación territorial*. Riobamba: ESPOCH
- Tierra. (2010). *Texto básico de paquetes turísticos*. Riobamba: ESPOCH
- Vaquiroy . (2010). *Relació costo/beneficio*. Recuperado el 23 de Septiembre de 2015, de <http://www.pymesfuturo.com/costobeneficio.html>
- Vaquiroy. (2006). *Punto de equilibrio*. Recuperado el 27 de Septiembre de 2015, de <http://www.pymesfuturo.com/puntodeequilibrio.htm>
- Zimmer, P., & Grassmann, S. (2005). *Evaluar el potencial turístico de un territorio*. Recuperado el 19 de Octubre de 2015, de <http://ec.europa.eu/agriculture/rur/leader2/rural-es/biblio/touris/metho.pdf>

XII. ANEXOS



Anexo N° 1 Ficha de Validación de los atractivos turísticos naturales y culturales

| REGISTRO DE DATOS DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS | |  |
|---|-------------------|---|
| FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS | | |
| 1. DATOS GENERALES. | | |
| 1.1 Encuestador: | | |
| 1.2 Ficha N°: | | |
| 1.3 Evaluador: | | |
| 1.4 Fecha: | | |
| 1.5 Nombre del Atractivo: | | |
| 1.6 Categoría: | | |
| 1.7 Tipo: | | |
| 1.8 Subtipo: | | |
| Fotografía | | |
| 2. UBICACIÓN. | | |
| 2.1 Provincia: | | |
| 2.2 Ciudad y/o Cantón: | | |
| 2.3 Parroquia: | | |
| 2.4 Localidad: | | |
| 2.4 Latitud: | 2.5 Longitud: | |
| 3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO. | | |
| 3.1 Nombre del poblado: | 3.1. 1 Distancia: | |
| CALIDAD. | | |
| VALOR INTRÍNSECO. | | |
| 4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO. | | |
| 4.1 Altitud: | | |
| 4.2 Temperatura: | | |
| 4.3 Precipitación Pluviométrica: | | |
| 4.4 Descripción del atractivo. | | |

| |
|---|
| CALIDAD. VALOR EXTRÍNSECO. 5. USOS. |
| 6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO. 6.1 Estado: Conservado. 6.2 Causas. |
| 7. ENTORNO. 7.1 Estado: 7.2 Causas. |
| APOYO. 8. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO. 8.1 Tipo: 8.2 Subtipo: 8.3 Estado de vías: 8.4 Transporte: 8.5 Frecuencia: 8.6 Temporalidad de acceso: Observaciones: |
| 9. FACILIDADES TURÍSTICAS. |
| 10. INFRAESTRUCTURA BÁSICA. 10.1 Agua: 10.2 Energía Eléctrica: 10.3 Alcantarillado: |
| 11. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS. 11.1 Nombre del atractivo: 11.2 Distancia: |
| SIGNIFICADO |
| 12. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO. 12.1 Difusión: Local () Provincial () Nacional () Internacional () |

| 13. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO | | |
|-------------------------------------|--|---------------|
| VARIABLE | FACTOR | PUNTOS |
| CALIDAD | a) Valor Intrínseco b) Valor Extrínseco c) Estado de Conservación y/o Organización d) Entorno | |
| APOYO | a) Acceso b) Servicios c) Asociación con otros atractivos | |
| SIGNIFICADO | a) Local b) Provincial c) Nacional d) Internacional | |
| | TOTAL | |
| 14. JERARQUIZACIÓN. | | |

Nota: Instructivo e Inventario de atractivos naturales, 2011

| | | | | |
|---|--|--|--|--------------------------------|
|  GOBIERNO NACIONAL DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR | |  INPC INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL | | |
| INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL DIRECCIÓN NACIONAL DE INVENTARIO PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FICHA DE INVENTARIO A4 CONOCIMIENTOS Y USOS RELACIONADOS CON LA NATURALEZA Y EL UNIVERSO | | | | CÓDIGO |
| 1. DATOS DE LOCALIZACIÓN | | | | |
| Provincia: | | Cantón: | | |
| Parroquia: | | <input type="checkbox"/> Urbana | | <input type="checkbox"/> Rural |
| Localidad: | | | | |
| Coordenadas WGS84 Z17S - UTM : X (Este) Y (Norte) Z (Altitud) | | | | |
| 2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL | | | | |
| | | | | |
| Descripción de la fotografía: | | | | |
| Código fotográfico: | | | | |
| 3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN | | | | |
| Denominación | | Otra (s) denominación (es) | | |
| | | D1 | | |
| | | D2 | | |
| Grupo social | | Lengua (s) | | |
| | | L1 | | |
| | | L2 | | |
| Subámbito | | Detalle del subámbito | | |
| | | | | |

Anexo
N° 2
Ficha
de
registro
del
patrim
onio
inmater
ial

| Breve reseña | | | | | |
|--------------------------|------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------|-----------|
| | | | | | |
| 4. DESCRIPCIÓN | | | | | |
| | | | | | |
| Fecha o periodo | | Detalle de la periodicidad | | | |
| | Anual | | | | |
| | Continua | | | | |
| | Ocasional | | | | |
| | Otro | | | | |
| Alcance | | Detalle del alcance | | | |
| | Local | | | | |
| | Provincial | | | | |
| | Regional | | | | |
| | Nacional | | | | |
| | Internacional | | | | |
| Elementos | | Tipo | Procedencia | Forma de adquisición | |
| E1 | | | | | |
| Herramientas | | Tipo | Procedencia | Forma de adquisición | |
| H1 | | | | | |
| 5. PORTADORES / SOPORTES | | | | | |
| Tipo | Nombre | Edad /Tiempo de actividad | Cargo, función o actividad | Dirección | Localidad |
| Individuos | | | | | |
| Colectividades | | | | | |
| Colectividades | | | | | |
| Instituciones | | | | | |
| Procedencia del saber | | Detalle de la procedencia | | | |
| | Padres-hijos | | | | |
| | Maestro-aprendiz | | | | |
| | Centro de capacitación | | | | |
| | Otro | | | | |

| Transmisión del saber | | Detalle de la transmisión | | |
|----------------------------------|------------------------|---------------------------|-----------------------|------|
| | Padres-hijos | | | |
| | Maestro-aprendiz | | | |
| | Centro de capacitación | | | |
| | Otro | | | |
| 6. VALORACIÓN | | | | |
| Importancia para la comunidad | | | | |
| | | | | |
| Sensibilidad al cambio | | | | |
| | Alta | | | |
| | Media | | | |
| | Baja | | | |
| 7. INTERLOCUTORES | | | | |
| Apellidos y nombres | Dirección | Teléfono | Sexo | Edad |
| | | | | |
| 8. ELEMENTOS RELACIONADOS | | | | |
| Código / Nombre | Ámbito | Subámbito | Detalle del subámbito | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| 9. ANEXOS | | | | |
| Textos | Fotografías | Videos | Audio | |
| | | | | |
| 10. OBSERVACIONES | | | | |
| | | | | |
| 11. DATOS DE CONTROL | | | | |
| Entidad Investigadora: | | | | |
| Inventariado por: | | | Fecha de inventario: | |
| Revisado por: | | | Fecha revisión: | |
| Aprobado por: | | | Fecha aprobación: | |
| Registro fotográfico: | | | | |

| Breve reseña | | | | | |
|--------------------------|------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------|-----------|
| | | | | | |
| 4. DESCRIPCIÓN | | | | | |
| | | | | | |
| Fecha o periodo | | Detalle de la periodicidad | | | |
| | Anual | | | | |
| | Continua | | | | |
| | Ocasional | | | | |
| | Otro | | | | |
| Alcance | | Detalle del alcance | | | |
| | Local | | | | |
| | Provincial | | | | |
| | Regional | | | | |
| | Nacional | | | | |
| | Internacional | | | | |
| Elementos | | Tipo | Procedencia | Forma de adquisición | |
| E1 | | | | | |
| Herramientas | | Tipo | Procedencia | Forma de adquisición | |
| H1 | | | | | |
| 5. PORTADORES / SOPORTES | | | | | |
| Tipo | Nombre | Edad /Tiempo de actividad | Cargo, función o actividad | Dirección | Localidad |
| Individuos | | | | | |
| Colectividades | | | | | |
| Colectividades | | | | | |
| Instituciones | | | | | |
| Procedencia del saber | | Detalle de la procedencia | | | |
| | Padres-hijos | | | | |
| | Maestro-aprendiz | | | | |
| | Centro de capacitación | | | | |
| | Otro | | | | |

| Transmisión del saber | | Detalle de la transmisión | | | |
|----------------------------------|------------------------|---------------------------|----------------------|-----------------------|------|
| | Padres-hijos | | | | |
| | Maestro-aprendiz | | | | |
| | Centro de capacitación | | | | |
| | Otro | | | | |
| 6. VALORACIÓN | | | | | |
| Importancia para la comunidad | | | | | |
| | | | | | |
| Sensibilidad al cambio | | | | | |
| | Alta | | | | |
| | Media | | | | |
| | Baja | | | | |
| 7. INTERLOCUTORES | | | | | |
| Apellidos y nombres | | Dirección | Teléfono | Sexo | Edad |
| | | | | | |
| 8. ELEMENTOS RELACIONADOS | | | | | |
| Código / Nombre | | Ámbito | Subámbito | Detalle del subámbito | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| 9. ANEXOS | | | | | |
| Textos | | Fotografías | Videos | Audio | |
| | | | | | |
| 10. OBSERVACIONES | | | | | |
| | | | | | |
| 11. DATOS DE CONTROL | | | | | |
| Entidad Investigadora: | | | | | |
| Inventariado por: | | | Fecha de inventario: | | |
| Revisado por: | | | Fecha revisión: | | |
| Aprobado por: | | | Fecha aprobación: | | |
| Registro fotográfico: | | | | | |

Nota: Instructivo e Inventario del Patrimonio Inmaterial, 2011

Anexo N° 6 Modelo de encuestas para el estudio de mercado



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

El objetivo de la siguiente encuesta es recabar información relacionada con el diseño de producto turístico sostenible para el cantón Joya de los Sachas, provincia de Orellana. Estimado turista solicito a usted muy comedidamente responder los siguientes ítems, marcando con un (x) el ítem que corresponda.

1. Información general.

Género: Masculino () Femenino () Edad: _____ Estado civil _____

Procedencia: _____

1. ¿Cómo organiza sus viajes?

Agencias de viaje () De forma independiente ()

2. ¿Con quién suele organizar sus viajes?

Solo () Amigos () Familiares () Pareja ()

3. ¿Cuál es su motivo de viaje?

Turismo () Trabajo () Investigación () Visita a familiares () Salud ()

Negocios ().

4. ¿Con que frecuencia realiza actividades turísticas?

Cada 15 días () Una vez al mes () Una vez al año () Feriados ()

5. ¿Conoce productos turísticos en el cantón Joya de los Sachas, provincia de Orellana?

Si: ()

No ()

6. ¿Disfrutaría de un producto turístico dentro de la parroquia San Carlos?

Si: ()

No ()

7. ¿Cuál de las siguientes actividades les gustaría realizar?

Camping () Observación de flora y fauna () Medicina natural () turismo vivencial ()
Compra de artesanías () folklore ()

8. ¿Qué tipo de alimentación prefiere?

Típica () Nacional () Vegetariana () Internacional ()

9. ¿Durante su visita ¿con que servicios le gustaría contar?

Alimentación () Hospedaje () Transporte () Guianza ()

10. ¿Cuál es el presupuesto aproximado para visitar un lugar turístico?

100-150 dólares ()

150-200 dólares ()

200-250 dólares ()

250-300 dólares ()

11. ¿Qué medios de comunicación utiliza para informarse sobre actividades turísticas?

Guías/Folletos () TV Local () Internet () Amigos/Familiares ()

Gracias por su colaboración

Anexo N° 7 Modelo de encuestas para el estudio de mercado



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

Objective: Collecting information relating to the feasibility study for implementing a Community Tourism Route.

Dear tourist please answer the following quartier honestly

1. General information

Gender: Male () Female () Age: _____ Civil status _____

Country: _____

2. ¿How do you organize your trips?

Travel Agency () Independent ()

3. ¿Who you usually travel with?

Alone () Friends () Family () Couple ()

4. ¿What is the purpose if your trip.

Tourism () Business () Scientific researches () Visit to families () Health tourism ()

Work ().

5. ¿How often do you perform tourist activities?

Every 15 days () Once a month () Once a year () holidays ()

6. ¿Do you know some tourist product inside of the Joya de los Sachas county?

Yes: _____ Which One? _____

Not _____

7. ¿ You would like visit a touristic product inside of the San Carlos county?

Yes _____

Not _____

8. ¿Which of the followings tourist activities do you like to do?

Hiking () Observation flora and fauna () Natural medicine () Shamanism ()

handicrafts () Dancing ()

9. ¿ What kind of food you prefer?

Typical () National () Vegetarian () International ()

10. During you visit ¿What kind of service would you like to have?

Meals () Accommodation () Transportation () Guiding ()

11. ¿ How much be willing to spend in a visit to touristic route that owns all the facilities before mentioned?

100-150 dollars ()

150-200 dollars ()

200-250 dollars ()

12. ¿ Through what media would you like to reserve information about the route?

Guides / Brochures () Local TV () Internet () Friends/Families ()