



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,
ADMINISTRATIVAS Y DEL COMERCIO**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA
Y HOTELERA**

**TRABAJO DE TITULACIÓN, PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y
HOTELERA**

**TEMA: “PLAN DE DINAMIZACIÓN PARA FOMENTAR EL
TURISMO SOSTENIBLE EN LA COMUNIDAD SAN MIGUEL DE
LLANDIA.**

AUTORA: RAQUEL ALEXANDRA MARTÍNEZ SILVA

DIRECTORA: ING. MAYRA QUIÑONEZ B. MG

LATACUNGA

2016



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,
ADMINISTRATIVAS Y DEL COMERCIO**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN
TURÍSTICA Y HOTELERA**

CERTIFICACIÓN

Certifico que el trabajo de titulación, “**PLAN DE DINAMIZACIÓN PARA FOMENTAR EL TURISMO SOSTENIBLE EN LA COMUNIDAD SAN MIGUEL DE LLANDIA**”, realizado por la señorita **RAQUEL ALEXANDRA MARTÍNEZ SILVA**, ha sido revisado en su totalidad y analizado por el software anti-plagio, el mismo cumple con los requisitos teóricos, científicos, técnicos, metodológicos y legales establecidos por la Universidad de Fuerzas Armadas ESPE, por lo tanto me permito acreditarlo y autorizar a la señorita **RAQUEL ALEXANDRA MARTÍNEZ SILVA** para que lo sustente públicamente.

Latacunga, 16 de agosto del 2016

**Ing. Mayra Quiñonez B. MG.
DIRECTORA**



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,
ADMINISTRATIVAS Y DEL COMERCIO**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y
HOTELERA**

AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD

Yo, RAQUEL ALEXANDRA MARTÍNEZ SILVA, con cédula de identidad N° 180433764-8, declaro que el presente trabajo de titulación **“PLAN DE DINAMIZACIÓN PARA FOMENTAR EL TURISMO SOSTENIBLE EN LA COMUNIDAD SAN MIGUEL DE LLANDIA** ha sido desarrollado considerando los métodos de investigación existentes, así como también se ha respetado los derechos intelectuales de terceros considerándose en las citas bibliográficas.

Consecuentemente declaro que este trabajo es de mi autoría, en virtud de ello me declaro responsable del contenido, veracidad y alcance de la investigación mencionada.

Latacunga, 16 de agosto del 2016.

Raquel Alexandra Martínez Silva
C.C.: 180433764-8



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,
ADMINISTRATIVAS Y DEL COMERCIO**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y
HOTELERA**

AUTORIZACIÓN

Yo, **RAQUEL ALEXANDRA MARTÍNEZ SILVA**, autorizo a la Universidad de las Fuerzas Armadas-ESPE Publicar en la biblioteca virtual de la institución el presente trabajo de titulación **“PLAN DE DINAMIZACIÓN PARA FOMENTAR EL TURISMO SOSTENIBLE EN LA COMUNIDAD SAN MIGUEL DE LLANDIA**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi autoría y responsabilidad.

Latacunga, 16 de agosto del 2016.

A handwritten signature in blue ink, which appears to read 'Raquel Alexandra Martínez Silva', is written over a horizontal dashed line.

Raquel Alexandra Martínez Silva
C.C.: 180433764-8

DEDICATORIA

Este trabajo lo quiero dedicar en primera estancia a Dios, nuestro padre quien día a día nos bendice con la vida para poder desarrollar nuestras actividades, también a mis padres que se esforzaron para apoyarme con mis estudios universitarios y en todo momento se sacrificaron para poder darme lo mejor, a mis hermanos, tíos y amigos que me supieron apoyar y guiar durante mi carrera universitaria y en la elaboración de este proyecto.

Y sobre todo a mis docentes universitarios que desde un principio fueron una guía y me enseñaron lecciones muy importantes para poder aplicarlo no solo en mi parte profesional sino también en mi vida personal.

AGRADECIMIENTO

Al finalizar una de las etapas más lindas de mi vida quiero agradecer primero a Dios que me brindo la fortaleza y sabiduría durante estos años para poder avanzar durante mi carrera universitaria, a mi prima Mónica Pazmiño por haberme animado y apoyado a estudiar en una prestigiosa Universidad, a mis padres Enrique Martínez e Inés Silva por día a día apoyarme en el sueño de seguir la carrera que siempre me gusto, a mis hermanos Daniel y Christian Martínez por sus valiosos consejos para poder seguir adelante sin darme por vencida.

A la Ing. Mayra Quiñonez por guiarme durante el proceso de elaboración del proyecto aportando su valioso conocimiento, todas las sugerencias necesarias y gracias a su dirección pude culminar satisfactoriamente el proyecto.

A todos los amigos que tuve la oportunidad de conocer que durante estos años compartieron conmigo alegrías y tristezas, por nunca dejarme sola, a mis compañeros de carrera por la linda amistad que se creó en las aulas y a mis queridos docentes que compartieron un granito de su conocimiento preparándonos para una vida profesional basada en valores y respeto por lo que hacemos.

Gracias a todos por su apoyo, hoy este sueño ha culminado con éxito.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

PORTADA.....	i
CERTIFICACIÓN.....	ii
AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD.....	iii
AUTORIZACIÓN.....	iv
DEDICATORIA.....	v
AGRADECIMIENTO.....	vi
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	vii
ÍNDICE DE TABLAS.....	viii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	ix
RESUMEN.....	x
ABSTRACT.....	xi
GENERALIDADES.....	1
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	1
FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	3
ANTECEDENTES.....	3
JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA.....	7
OBJETIVOS.....	9
OBJETIVO GENERAL.....	9

OJETIVOS ESPECIFICOS.....	9
----------------------------------	----------

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO.....	10
---------------------------	-----------

1.1. Fundamentación Teórica.....	10
• Plan de Dinamización.....	10
• Las Estrategias según un Plan de Dinamización.....	11
• Sostenibilidad de los Recursos Turísticos.....	11
• Recursos Naturales.....	12
• Recursos Culturales.....	12
• Los Destinos Emergente.....	12
• El Crecimiento Económico como efecto directo del Turismo.....	13
• Planificación.....	14
• Planificación Turística.....	15
• El Turismo Sostenible.....	16
• Eje Social.....	17
• Eje Económico.....	17
• Eje Ambiental.....	18
• Ecosistemas Integrales.....	19
• Las Actividades Turísticas dentro del Turismo Sostenible.....	19
• Turismo Rural.....	29
• Turismo de Aventura.....	30
• Agroturismo.....	30
• Educación Ambiental.....	31
1.2. Fundamentación Conceptual.....	31
1.3. Definición nominal variable independiente.....	37

1.4.	Definición conceptual variable independiente.....	37
1.4.1.	Definición operacional variable independiente.....	38
1.5.	Definición nominal variable dependiente.....	39
1.6.	Definición conceptual variable dependiente.....	39
1.6.1.	Definición operacional variable dependiente.....	39
1.7.	Hipótesis.....	40
1.8.	Cuadro de Operacionalización de la (s) variable (s).....	41

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA.....	43	
2.1.	Enfoque.....	43
2.2.	Modalidad de la investigación.....	43
2.3.	Niveles o Tipos de investigación.....	43
2.4.	Diseño de la investigación.....	44
2.5.	Población y Muestra.....	44
2.6.	Técnicas de recolección de datos.....	46
2.6.1.	Instrumento.....	47
2.6.2.	Validez y confiabilidad.....	47
2.7.	Técnicas de análisis de datos.....	47
2.8.	Técnicas de comprobación de hipótesis.....	48

CAPÍTULO III

DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN TURÍSTICA EN LA COMUNIDAD SAN MIGUEL DE LLANDIA.....49

3.1. Prospectiva del Territorio.....	49
3.1.1. Levantamiento de Fichas Jerárquicas	50
3.1.2. Análisis de la oferta e Infraestructura.....	51
3.1.3. Análisis de la demanda.....	53
3.1.4. Análisis de la competencia.....	54
3.1.5. Análisis de las tendencias.....	54
3.1.6. Matriz FODA de la Comunidad San Miguel de Llandia.....	55

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS.....57

4.1. Resultados de las encuestas aplicadas a la Comunidad.....	57
4.2. Verificación de Hipótesis.....	85
4.3. Análisis General del Diagnóstico.....	87

CAPÍTULO V

PROPUESTA.....89

5.1.	Datos Informativos.....	90
5.1.1.	Antecedentes de la propuesta.....	93
5.1.2.	Justificación.....	94
5.1.3.	Objetivos.....	94
	• Objetivo General.....	94
	• Objetivo Específicos.....	94
5.2.	Diseño de la propuesta.....	95
5.2.1.	Identidad del territorio.....	95
5.2.2.	La marca principal que defina el producto turístico.....	95
5.2.3.	La puesta en valor de los atractivos inventariados.....	97
5.2.4.	Los productos turísticos diseñados.....	97
5.2.5.	La promoción.....	104
5.2.6.	Todos los componentes de la oferta.....	105
	• Objetivos Recurso.....	106
	• Objetivos de Oferta.....	108
	• Objetivos de Demanda.....	109
	• Objetivos de Servicio Comunitario.....	110
5.2.7.	Guía Metodológica para la Identificación del Turismo sostenible.....	117
5.2.8.	Cronograma de ejecución.....	135
5.2.9.	Estimación presupuestaria y posibles vías de financiación.....	136
5.2.10.	Conclusiones y recomendaciones.....	137

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	138
CONCLUSIONES.....	138
RECOMENDACIONES.....	139
BIBLIOGRAFÍA.....	140
LINKOGRAFÍA.....	145
ANEXOS.....	152

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Cuadro de Operacionalización de la Variable Independiente.....	41
Tabla 2. Cuadro de Operacionalización de la Variable Dependiente.....	42
Tabla 3. Muestra.....	45
Tabla 4. Matriz FODA de la Comunidad San Miguel de Llandia.....	56
Tabla 5. Género.....	58
Tabla 6. Edad.....	59
Tabla 7. Residencia.....	60
Tabla 8. Nivel de Estudios.....	61
Tabla 9. Frecuencia con la que salen de viaje.....	62
Tabla 10. Preferencia al momento de viajar.....	63
Tabla 11. Ingresos económicos de la demanda.....	64
Tabla 12. Actividades preferidas al momento de elegir un destino turístico...	65
Tabla 13. Conoce la Comunidad San Miguel de Llandia.....	66
Tabla 14. Frecuencia con la que visita San Miguel de Llandia.....	67
Tabla 15. Lugares de preferencia al salir de viaje.....	68
Tabla 16. Importancia de la infraestructura en el sector turístico.....	69
Tabla 17. Medios de transporte para traslados.....	71

Tabla 18. Referencias para escoger un destino turístico.....	72
Tabla 19. Género.....	74
Tabla 20. Edad.....	75
Tabla 21. Nivel de Estudios.....	76
Tabla 22. Implementación de actividades turísticas en la Comunidad.....	77
Tabla 23. Promoción Turística para la Comunidad.....	78
Tabla 24. Actual Promoción de la Comunidad.....	79
Tabla 25. Capacitación Turística.....	80
Tabla 26. Infraestructura Turística.....	81
Tabla 27. Actividades que se deben implementar.....	82
Tabla 28. Limitantes para el desarrollo turístico.....	83
Tabla 29. Lugares más visitados en la comunidad.....	84
Tabla 30. Resumen de procesamiento de casos.....	85
Tabla 31. Cruce de Variables.....	85
Tabla 32. Pruebas de Chi-cuadrado.....	86
Tabla 33. Chi-cuadrado.....	86
Tabla 34. Paquete Turístico para la Comunidad San Miguel de Llandia.....	97
Tabla 35. Tabla de Costos “Excursión Cascada Monerrey”.....	99
Tabla 36. Paquete Turístico “Vive El Agroturismo”.....	100

Tabla 37. Tabla de Costos del Paquete “Vive El Agroturismo”	101
Tabla 38. Paquete Turístico “Anzú Extremo”.....	102
Tabla 39. Tabla de Costos “Excursión Cascadas Monterrey”	103
Tabla 37. Estrategias FO-FA-DO-DA.....	112
Tabla 38. Estrategias para la Comunidad San Miguel De Llandia.....	114
Tabla 39. Cronograma de Ejecución.....	135
Tabla 40. Estimación Presupuestaria.....	136

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Señales Regulatorias.....	21
Figura 2. Señales Preventivas.....	22
Figura 3. Señales de Información.....	22
Figura 4. Señales para Trabajos en la Vía y Propósitos Especiales.....	22
Figura 5. Señalética para Áreas Naturales.....	23
Figura 6. Señalética para Observación de Aves.....	23
Figura 7. Señalética para Observación de Flora.....	24
Figura 8. Señalética para Senderos.....	24
Figura 9. Señalética para Mirador.....	24
Figura 10. Señalética para Vista Panorámica.....	24
Figura 11. Señalética para Bosque.....	24
Figura 12. Señalética para Cascada.....	25
Figura 13. Señalética para Agroturismo.....	26
Figura 14. Señalética para Turismo Comunitario.....	26
Figura 15. Señalética para Artesanías de la Amazonía.....	27
Figura 16. Señalética para Centro de Interpretación.....	27

Figura 17. Señalética para Pesca Deportiva.....	27
Figura 18. Señalética para Caminata.....	28
Figura 19. Señalética para Caminata en la Selva.....	28
Figura 20. Señalética para Rafting.....	28
Figura 21. Señalética para Camping.....	29
Figura 22. Señalética para Paseo a Caballo.....	29
Figura 23. Género.....	58
Figura 24. Edad.....	59
Figura 25. Residencia.....	60
Figura 26. Nivel de Estudios.....	61
Figura 27. Frecuencia con la que salen de viaje.....	62
Figura 28. Preferencia al momento de viajar.....	63
Figura 29. Ingresos Económicos de la Demanda.....	64
Figura 30. Actividades preferidas al momento de elegir un destino turístico..	65
Figura 31. Conoce la Comunidad San Miguel de Llandia.....	66
Figura 32. Frecuencia con la que visita San Miguel de Llandia.....	67
Figura 33. Frecuencia con la que visita San Miguel de Llandia.....	68
Figura 34. Importancia de la Infraestructura en el Sector Turístico.....	69
Figura 35. Medios de Transporte que usa para traslados.....	71

Figura 36. Referencias para escoger un destino turístico.....	72
Figura 37. Género.....	74
Figura 38. Edad.....	75
Figura 39. Nivel de Estudio.....	76
Figura 40. Implementación de actividades turísticas en la Comunidad.....	77
Figura 41. Promoción Turística para la Comunidad.....	78
Figura 42. Actual Promoción de la Comunidad.....	79
Figura 43. Capacitación Turística.....	80
Figura 44. Actividades que se deben implementar.....	82
Figura 45. Limitantes para el desarrollo turístico.....	83
Figura 46. Lugares más visitados en la comunidad.....	84
Figura 47. Chi Cuadrado.....	86
Figura 48. Mapa de Pastaza.....	90
Figura 49. Mapa de Teniente Hugo Ortiz.....	91
Figura 50. Mapa de la Comunidad San Miguel de Llandia.....	92
Figura 52. Croquis de la ruta “Excursión Cascadas Monterrey”.....	99
Figura 53. Croquis de la ruta “Vive El Agroturismo”.....	101
Figura 54. Croquis de la ruta “Anzú Extremo”.....	103

RESUMEN

El presente trabajo de titulación consiste en generar un Plan de Dinamización que permita fomentar Turismo Sostenible en la Comunidad San Miguel de Llandia ubicada en la Provincia de Pastaza. Para su realización se estableció un Diagnóstico Turístico desde el punto de vista de la demanda potencial y de los actores locales de tal forma de tener información veraz para poder establecer las medidas adecuadas con el fin de dinamizar la economía del lugar, para esto se planteó 8 objetivos que cubren las necesidades en un Sistema Turístico, los mismos que contienen estrategias y acciones que permitan a la Comunidad desarrollarse en el Aspecto Turístico. También se elaboró una guía de Capacitación para las personas de la Comunidad con el fin de que todas las personas estén informadas de los beneficios que se obtiene cuando se genera un Modelo de Turismo y a la vez conoce cuáles son sus responsabilidades al emprender un negocio eco amigable con el ambiente.

PALABRAS CLAVE:

- **TURISMO RURAL**
- **TURISMO SOSTENIBLE**
- **PROVINCIA DE PASTAZA**
- **COMUNIDAD SAN MIGUEL DE LLANDIA**

ABSTRACT

The present titulation work is to generate a Revitalization Plan that fosters Sustainable Tourism in San Miguel de Llandia located in the province of Pastaza. For its realization a Tourism Diagnosis was established from the point of view of potential demand and local actors in such a way to have accurate information to establish appropriate in order to boost the local economy measures, for this was raised in August objectives that meet the needs in a Tourist System, the same as contains strategies and actions that enable the Community to develop in the tourist aspect. A training guide was also developed for the people of the Community in order that all people are aware of the benefits you get when a tourism model is generated yet know what their responsibilities when undertaking an ecofriendly business with the environment.

KEY WORDS:

- **RURAL TOURISM**
- **SUSTAINABLE TOURISM**
- **PASTAZA PROVIDENCE**
- **SAN MIGUEL DE LLANDIA COMMUNITY**

GENERALIDADES

Planteamiento del problema

El turismo a nivel mundial se lo ha considerado como la mayor industria sin chimenea, por ser una fuente generadora de empleos estables y bien remunerados a través del desarrollo de proyectos que permiten aprovechar los recursos naturales y culturales de una zona con el objetivo de causar el menor impacto posible en la biodiversidad y generando un consumo responsable en los actores involucrados. Vilches, A., Gil Pérez, D., Toscano, J.C. y Macías, O.(2015).

Es por este motivo que muchos países han visto el turismo como una buena opción en la cual invertir y han buscado formas de dinamizarlo con el fin de desarrollar sitios atractivos para visitarlos, según datos de la OMT en los últimos años ha existido un crecimiento considerable de personas que desean viajar con fines recreativos buscando destinos nuevos que ofrezcan servicios de calidad además de ser amigables con el ambiente.

El Ecuador es un país que ha sufrido cambios en su matriz productiva con el propósito de mejorar la economía del país y en los últimos años gracias al ingreso monetario que ha proporcionado el petróleo y productos primarios como banano, cacao, camarón, rosas entre otros se ha logrado estabilizar la economía, sin embargo el gobierno desea promover el desarrollo sostenible del territorio impulsando al turismo como un sector clave SENPLANDES, (2014).

Para su manejo han implementado varias herramientas como planes de desarrollo, planes estratégicos y planes de dinamización que permitan generar proyectos, estrategias o acciones y a su vez constatar la viabilidad del mismo con el fin de mejorar la calidad de vida de las personas en el medio.

Sin embargo no todas las ciudades localizadas en las diferentes zonas a nivel nacional cuentan con estas herramientas, lo que ocasiona una desorganización para las autoridades competentes, ya que estos planes son fundamentales para atender las necesidades insatisfechas de la población además de promover los recursos del sitio, obtenido ingresos económicos para el lugar y generando fuentes de empleo para sus habitantes.

En la Provincia de Pastaza existen varios Planes de Acción que tiene como objetivo dinamizar los sectores productivos de la provincia, trabajando autoridades y comunidad por alcanzar mayores ingresos económico, sin embargo esta realidad no se presenta en las diferentes cantones y parroquias de Pastaza que todavía no han implementado estos instrumentos de planificación específicamente para el área de turismo lo que ocasiona que estos lugares no aprovechen los recursos naturales y culturales que poseen limitando su potencial a pocas actividades de tipo comercial.

Un claro ejemplo es la Parroquia Rural Teniente Hugo Ortiz, cuenta con Planes de Acción que ayudan a detectar a los sectores vulnerables y emprender acciones enfocándose en actividades agrarias y de comercio que ha permitido generar ingresos económicos para las distintas comunidades que lo

conforman, pero San Miguel de Llandia se ha beneficiado con los cambios en el sector agrícola que ha planteado el actual gobierno logrando un posicionamiento en el mercado y exportando sus productos, sin embargo esta comunidad en el sector turístico no se ha desarrollado aunque poseen un gran potencial de recursos naturales siendo escasas las actividades que con ese fin se realizan desaprovechando los beneficios que van ligados a la sostenibilidad que actualmente se está promoviendo y la oportunidad de generar una nueva fuente de ingresos económicos.

Esto se da porque posiblemente las directrices orientadas en el área de turismo dentro comunidad son muy limitadas y no se logrado identificar que actividades enmarcadas a esta área se pueden aplicar con el fin de aprovechar los recursos naturales existentes y promover un Turismo Sostenible creando conciencia en la población y los futuros turistas que van a visitar este lugar.

Formulación del problema

¿De qué manera un Plan de Dinamización incide en el fomento del Turismo Sostenible en la Comunidad San Miguel de Llandia?

Antecedentes

Según Pincay, L. (2013) en su tema “Plan de Dinamización para el Desarrollo Turístico Sostenible del Sendero La Entrada, Comuna La Entrada, Cantón Santa Elena, Año 2012-2013” de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, Facultad de Ciencias Humanas y Administrativas, tiene como objetivo general elaborar un Plan de Dinamización Turístico Sostenible que permita fortalecer el turismo de la Comuna La Entrada enfocándose en tres pilares fundamentales de la dinamización de esta forma generar estrategias, programas o acciones que contribuyan al desarrollo del lugar.

Como conclusión del tema plantea que un Plan de Dinamización con políticas y estrategias ayudan a preservar los recursos naturales así mismo los culturales del lugar, a mejorar la oferta de actividades turísticas incluido las complementarias, mejorar el equipamiento además de los servicios básicos de la Comuna, crear una imagen turística del sector así como capacitar a la población para ofrecer un mejor servicio a los turistas, “cada línea de acción presentada tiene con fin alcanzar un objetivo estratégico involucrando la participación de turistas, servidores turísticos asimismo la participación activa de los actores locales” de esta forma mejorar la economía local además de dinamizar el turismo de la zona de una forma sostenible y competitiva.

También se resalta evitar el desarrollo empírico de un destino en el área de turismo porque puede ser perjudicial para la comunidad, sin la adecuada planificación de los 3 factores de la Dinamización los impactos negativos van ser evidentes retrasando a una comunidad, generando pérdidas económicas en los negocios emprendidos, aparición de competencia desleal, servicios de baja de calidad, poco ingreso de turistas, entre otros, por eso se trata de minimizar estos efectos así también enfocarse que el turista ya no solo busca un destino con el fin de recrearse sino para satisfacer nuevas necesidades, por este motivo es importante generar estrategias como acciones para que el destino se vuelva atractivo para la demanda.

Además un plan de dinamización permite a los posibles inversionistas tener una herramienta que les oriente en que actividades pueden emprender negocios porque entrega información actualizada para generar un valor agregado en el lugar mediante estrategias, programas y acciones con el fin de proporcionar un valor a la parte ambiental fortaleciendo el concepto de sostenibilidad.

La tesis presentada por Sacatoro, L. (2013) con el tema “Plan de Dinamización Turística en la Comunidad de Malinguapamba, Parroquia Insiliví, Cantón Sigchos, Provincia de Cotopaxi”, en el año 2013 de la Universidad Técnica de Cotopaxi, Facultad de Ecoturismo tiene como objetivo “Diseñar un plan de dinamización turística para promover el desarrollo sostenible, con la participación activa de los miembros de la comunidad de Malinguapamba”.

Llegando a la siguiente conclusión “Finalmente se ha logrado la estructuración del Plan de Dinamización Turístico conformada por tres programas definidos de la siguiente forma; en la parte ambiental-cultural, turismo sostenible, marketing turístico; cada programa posee proyectos focalizados como delineados a cumplir con la misión y visión de la propuesta, es así que la comunidad para lograr el desarrollo turístico sostenible deberá ejecutar 12 proyectos en un tiempo estimado de cinco años a partir del año en curso (2013-2018) con un costo de \$ 71.290,00 dólares americanos.

Esta investigación también aporta que un factor primordial para generar Turismo Sostenible es la participación activa de la comunidad, en los últimos años la integración de la misma ha generado nuevas exceptivas en el enfoque turístico, además que para lograr una adecuada dinamización es importante contar con una planificación, organización, dirección y control en la ejecución de los programas así también de los proyectos estructurados de acuerdo a las estrategias establecidas tomando en cuenta todos los recursos que posee ya sean estos naturales o culturales, además de ofrecer seguridad al turista al momento de visitar el sitio.

Otro elemento que se explica es como el Buen Vivir debe intervenir en la dinamización de turismo en una comunidad rural ya que en la actualidad bajo los nuevos lineamientos otorgados por el Gobierno estos sitios son considerados estratégicos y su gestión debe enfocarse en aliviar la pobreza,

equidad, competitividad, la sostenibilidad entre otros, así cumplir con los objetivos del Buen Vivir contribuyendo al desarrollo económico del país.

El Proyecto de Ramos, J. (2012) con su tema “Propuesta de Dinamización Turística de la Comunidad Zapote de Picachos, Municipio de Tepic, Nayarit, a través de un Proyecto Etnoturístico” de la Universidad Autónoma de Nayarit, Unidad Académica de Turismo, tiene como objetivo general “Diseñar un proyecto etnoturístico en la comunidad indígena wixárika- huichol, de Zapote de Picachos, que coadyuve a mejorar la calidad de vida, procure conservar y restaurar sus recursos naturales; resguarde su patrimonio cultural; y proteja su connotación de pueblo original del estado de Nayarit y del Occidente de México.”

Al final obtiene como conclusión que la creación de varios programas que ayuden a integrar a la comunidad al sector turístico permitiendo dinamizar el lugar también promocionarlo con estrategias competitivas que sean atractivas para los visitantes utilizando los recursos que posee el sitio así como adecuándole con las necesidades básicas de esta forma desarrollar actividades turísticas no solo en su idioma nativa sino también en español e inglés, generando un valor agregado para el sector e ingresos económicos a la población, además de promover un desarrollo sostenible de los sitios naturales y del patrimonio cultural del estado de Nayarit.

También plantea la importancia de recuperar igualmente de valorizar los recursos que tiene un sector, fortaleciendo la cultura del lugar dando a conocer el idioma nativo, costumbres, tradiciones, leyendas o danzas que existan en la comunidad, además indicar la gastronomía típica porque los intereses de los turistas actuales va mucho más allá de solo conocer el lugar y disfrutar de la belleza de sus paisajes sino también convivir con los pobladores desde el matiz de su cultura.

Otro factor que resalta es generar un cambio ecológico desde las actividades básicas de la población como es la agricultura hasta el mismo comercio de manera que se cree conciencia al momento de realizar este tipo de acciones para que no se genere un impacto negativo en el ambiente y buscar la forma de aprovechar estas actividades para generar turismo alternativo bajo una propuesta comunitaria con conceptos de Sostenibilidad generando fuentes de empleo para la población de forma directa e indirecta que mejore la calidad de vida de las personas.

Estos proyectos servirán de guía al momento de dinamizar el Turismo en la Comunidad San Miguel de Llandia contribuyendo como pauta que permita generar una herramienta de planificación que posea estrategias bien delimitadas que aprovechen todos los recursos naturales del lugar y se de apertura al desarrollo de programas oportunos que formen acciones para el lugar.

También ayudará a que las autoridades a cargo y la comunidad tengan conocimiento sobre qué recursos turísticos posee la zona y cómo aprovecharlos de una forma sostenible para Dinamizar el Turismo del lugar, creando una nueva imagen enfocado al turismo, incrementando el ingreso de turistas, y trabajando en equipo entre los actores locales y prestadores de servicios con el fin mejorar la calidad de vida de los pobladores y sus ingresos económicos.

Justificación e importancia

La dinamización de las actividades turísticas es muy importante para la Comunidad porque es una guía que permite fomentar el Turismo Sostenible mejorando la calidad de vida de las personas y utilizando los recursos naturales o culturales que la misma posea.

En la parte práctica dinamizar el turismo es importante porque contribuye al desarrollo local a través del emprendimiento de proyectos de carácter público y privado mejorando la infraestructura de la zona y creando una nueva imagen del lugar, además permite proyectar al sector turístico desde la perspectiva de los inversionistas logrando identificar negocios que permitan aprovechar de una forma sostenible los recursos naturales y culturales con los que cuentan, de esta manera mejorar la economía local.

Otro factor importante es implementar actividades que vayan acorde a las necesidades de la demanda utilizando los recursos naturales existentes consiguiendo satisfacer a los turistas para que recomienden visitar este lugar.

En la parte social contribuirá a que la Comunidad San Miguel de Llandia sea un punto de vista estratégico para todas las personas que les gusta convivir con la naturaleza, lo cual permitirá que la comunidad participe de forma activa en las diferentes actividades turísticas generando una fuente de empleo que complemente las actividades diarias y mejorando sus ingresos económicos.

Además será una guía para que las autoridades locales, facilitando la creación de un modelo sostenible y sustentable donde se logre aprovechar los recursos del sector cuidando el ambiente y reduciendo el impacto que genera el Turismo, entregando programas puntuales sobre manejo del Turismo Sostenible y sus diferentes modalidades.

Por todas las razones antes mencionadas se justifica la realización de este proyecto habiendo determinado el elevado grado de importancia que tiene el mismo, porque permite diseñar una herramienta de planificación con el fin de dinamizar y fomentar el Turismo Sostenible en la comunidad San Miguel de Llandia, además aprovechar de una forma eficiente y productiva los recursos naturales y culturales que poseen las fincas del sector contribuyendo con el desarrollo local.

Objetivos

Objetivo General

Realizar un Plan de Dinamización para el fomento del Turismo Sostenible en la comunidad San Miguel de Llandia con el fin el de promover la actividad turística local.

Objetivos Específicos

- Estructurar la base del problema de la investigación para establecer una propuesta de solución.
- Recopilar información que ayude a la fundamentación teórica.
- Determinar la metodología de investigación para direccionar el tema de estudio.
- Realizar el diagnóstico del Sistema Turístico en la Comunidad San Miguel de Llandia e interpretar los resultados obtenidos.
- Realizar la Propuesta de un Plan de Dinamización para fomentar el Turismo Sostenible en la Comunidad San Miguel de Llandia.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1. Fundamentación Teórica

Plan de Dinamización como estrategia de sostenibilidad

Según lo define la Junta de Andalucía (2011) un “plan de dinamización es una recopilación de estrategias dirigido a destinos que se encontraran aún en fase de desarrollo turístico y cuyo objetivo era acelerar su crecimiento bajo la premisa fundamental de la sostenibilidad.”

Para Albacete Turístico (2008) “un plan de dinamización es un programa de actuación en destinos que se constituye a partir de la firma de un convenio de colaboración entre las Administraciones.”

Los planes de Dinamización Turística se basan en la convicción de que el trabajo en destinos debe ser ante todo liderado e impulsado desde la Administración Local, es decir, incorporando a las demás administraciones y agentes privados con el fin de conseguir un efecto dinamizador del conjunto del destino que suponga un compromiso con el mismo a largo plazo.

Un plan de dinamización es una ayuda para desarrollar un sector que desee progresar en ámbito del turismo y tiene apoyo local que le impulsa creando un compromiso de crecimiento hacia un desarrollo sostenible de un lugar con el fin de aprovechar al máximo los recursos turísticos que existen.

Las Estrategias según un Plan de Dinamización

Un plan de dinamización se elabora cuando existe una necesidad de mejorar un territorio aprovechando su lado sustentable para lo cual se deben elaborar estrategias que según Chandler, A. (1987) son “objetivos a largo plazo, que contienen acciones y la asignación de los recursos con el fin necesarios para conseguirlos, estas estrategias deben estar alineadas a la sostenibilidad de los recursos turísticos.”

Para Halten, K.J. (1987) una estrategia es “Es el proceso a través del cual una organización formula objetivos, y está dirigido a la obtención de los mismos. Estrategia es el medio, la vía, es el cómo para la obtención de los objetivos de la organización”. Las estrategias permiten desarrollar procedimientos con la finalidad de cumplir un objetivo, dentro de un plan de dinamización las estrategias son guías que permiten desarrollar un lugar basándose en principios de sostenibilidad.

Sostenibilidad de los Recursos Turísticos

Los recursos turísticos para Marín, H. (2012) los describe como “todo elemento natural, toda actividad humana o resultado de la misma que puede generar un desplazamiento por motivos, esencialmente, de ocio.”

Mientras que la Organización Mundial del Turismo (OMT) (2015) lo define de la siguiente forma “todos los bienes y servicios que, por intermedio de la actividad del hombre y de los medios con que cuenta, hace posible la actividad turística y satisfacen las necesidades de la demanda”

En si son los recursos turísticos poseen diferentes características que los hacen atractivos para ser visitados y conocidos, los podemos dividir en dos: naturales y culturales, los mismos que se pueden adecuar con actividades de ocio que satisfagan la necesidad de las personas por recrearse.

Recursos Naturales

Los recursos naturales aquellas condiciones o atributos que cuantitativa y cualitativamente conforman el espacio geográfico, lo diferencian y lo diversifican y tienen un gran papel al aportar al sector económico. Marín. H (2012). Los recursos naturales surgen de la naturaleza en forma directa, no existe intervención humana para modificar sus condiciones tales como: cascadas, ríos, flora y fauna.

Recursos Culturales

Los recursos culturales para la OMT, (2009) denomina a los recursos culturales como un conjunto de bienes materiales e inmateriales que están ubicados en un determinado territorio y han sido intervenidas por el ser humano para mejorar su gestión, y servicios.

Los recursos que de un lugar son muy importantes para el desarrollo turístico ya que se los puede considerar como la materia prima del turismo y donde se pueden generar diferentes actividades, sin embargo estos lugares deben tener cerca adecuaciones para ofrecer un servicio de excelencia todo esto se denomina infraestructura, Valencia, J.(2014) señala los elementos básicos para el desarrollo del turismo en la parte de infraestructura son: vías de comunicación, servicios básicos, hoteles, restaurantes, transporte, entre otros.

Los Destinos Emergentes como fuente de crecimiento económico para el Turismo

Este tipo de recursos pueden estar localizados en Destinos Emergentes que necesitan ser desarrollados para poder utilizarlos como una fuente ingreso económico a través del turismo, para la revista Gestión Turística de la Universidad Austral de Chile, (2012) los Destinos Emergentes “son lugares cuyo turismo no está desarrollado, ni condicionado para tal, tampoco supone impactos importantes en la economía local.”

Otro concepto lo entrega Montero, R. (2015) que menciona que un destino emergente es “un lugar que está atravesando por un proceso de transición asociado a cambios”, cambios asociados a la parte social, política, ambiental y económica del lugar y que necesitan de guías para poder estabilizarse durante el proceso.

No existe una definición clara sobre los destinos emergentes pero se puede concluir que son lugares en vías de desarrollo y parten con estudios desde cero para planificar estrategias y de esta forma acondicionar el turismo como fuente de crecimiento económico.

El Crecimiento Económico como efecto directo del Turismo

El crecimiento económico, para el Banco de Guatemala (2015) lo define como “los efectos directos sobre el bienestar de las personas donde se demuestra a través de una forma positiva la reducción de la pobreza aprovechando la sostenibilidad de un lugar identificando estrategias a corto, mediano y largo plazo para dar lugar a la inversión.”

Según González, J. (2015) “es el ritmo al que se incrementa la producción de bienes y servicios de una economía, y por tanto su renta, durante un período

determinado. Este período puede ser muy corto (un trimestre o un año); de esta forma, el énfasis se pone más en la expansión de la capacidad productiva de un país que en sus fluctuaciones a corto plazo, de las que se ocupa la teoría del ciclo económico.”

Este tipo de crecimiento es un indicador muy beneficioso porque permite trabajar al sector público y privado en beneficio de la comunidad identificando problemas económicos, sociales o medio ambientales y reestructurando y optimizando los recursos e incorporando factores que permitan aprovechar el lado turístico de un territorio, de esta forma se crea una apertura económica del lugar.

Planificación

Planificar según Fernandez, J.(2014) “es el proceso por el cual se obtiene una visión del futuro, en donde es posible determinar y lograr los objetivos, mediante la elección de un curso de acción.”

Planificar ayuda a tener en claro hacia dónde queremos llegar y de esta manera tomar las decisiones correspondientes, dentro de la misma se deben crear objetivos, estrategias y acciones que permitan encaminar una correcta administración.

Para la Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo del Ecuador (SENPLADES) (2012) “la planificación se va direccionada al desarrollo y es fundamental para el cambio, porque organiza la función pública, rescatar su eficiencia y legitimidad y orientar la actividad privada hacia objetivos nacionales. De esta forma existe una coordinación integral entre instituciones del Estado, gobierno central y organismos seccionales viabiliza la redistribución de la riqueza, que es indispensable para obtener una sociedad más justa que alcance

los objetivos del buen vivir, entendido como el desarrollo de capacidades humanas y la convivencia armónica con el ambiente.”

Es por este motivo que la planificación de forma general es importante para el desarrollo de un lugar ya que agrupa varios elementos que permiten mejorar la calidad de vida de las personas preocupándose en sus decisiones futuras para lo cual se establecen metas y proyectos que dinamicen la economía.

Planificación Turística

Navarro, E. (2009) define a la planificación como “el proceso que permite establecer una visión estratégica para un área que refleje los objetivos y aspiraciones de la comunidad, e implementándolo con la identificación de los criterios preferentes para el mejor uso del territorio según el estilo de desarrollo que se quiere aceptar.”

Para Valencia, J. (2014) es un “conjunto de acciones dirigidas a encauzar o modificar el proceso de desarrollo de un país, región o localidad, hacia unos fines determinados en consideración con la política turística nacional o regional en armonía con los planes nacionales, regionales o locales de desarrollo económico y social.”

La planificación turística tiene como fin dinamizar un sector en específico y establece una visión clara y objetiva de cómo conseguirlo se organiza a través de planes de esta manera se utiliza todos los recursos turísticos y se incorporan elementos que ayuden a determinar las necesidades del mercado tomando en cuenta los cambios sociales que pueden existir en la zona para mejorar la calidad de vida de las personas.

Planificación Ambiental

Salinas (1994) aporta que la Planificación Ambiental es un "El instrumento dirigido a planear y programar el uso del territorio, las actividades productivas, la organización de los asentamientos humanos y el desarrollo de la sociedad, en congruencia con el potencial natural de la tierra, el aprovechamiento sustentable de los recursos naturales y humanos y la protección y calidad del medio ambiente"

Ibama(1995) argumenta que "La planificación ambiental busca organizar las actividades socio-económicas en el espacio, respetando sus funciones ecológicas de forma que se promueva la sustentabilidad ambiental y el desarrollo sustentable."

En sí la planificación ambiental es una gestión que permite desarrollar la actividad turística de un sector ya que integra a la economía a la sociedad y a la parte ambiental de forma equilibrada orientando a un desarrollo sostenible con una dimensión ambiental amplia que a través de planes llegan a fortalecer la dinámica turística y la afluencia de turistas ya que coordina acciones en beneficio del territorio.

El Turismo Sostenible como vía de desarrollo de los recursos de una zona

Brundlandt (1990) Define al Turismo Sostenible como "aquél desarrollo que es capaz de satisfacer las necesidades actuales sin comprometer los recursos y posibilidades de las futuras generaciones. Intuitivamente una actividad sostenible es aquélla que se puede mantener."

Para el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (2008) Turismo Sostenible "Es aquel que atiende a las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras y al mismo tiempo protege y fomenta las

oportunidades para el futuro. Se concibe como una vía hacia la gestión de todos los recursos de forma que puedan satisfacerse las necesidades económicas, sociales y estéticas, respetando al mismo tiempo la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida."

En base a los autores mencionados anteriormente se puede concluir que el Turismo Sostenible es una forma que donde el ser humano vive en armonía con el planeta y que utiliza los recursos naturales con un fin de progreso pero sin desgastarlos o causar una alteración en el medio.

Además el mismo está compuesto por tres ejes fundamentales que son: social, económico y ambiental que contribuyen a la sostenibilidad y dinamización de la estructura de un territorio y las actividades que pueden generar para contribuir al avance de un sector.

Eje Social

Cardoso,C. (2012) define que el "enfoque social va muy ligado al económico siendo una fuente para generar empleos, desarrollando actividades turísticas, enseñando a valorar los recursos naturales y culturales con lo que cuentan y recuperando la industria artesanal de las Comunidades."

Para Torres, L. (2015) la dimensión social "es una de las determinantes de la sostenibilidad. En ella deben tenerse en cuenta las características, costumbres, cultura y necesidades económicas de la comunidad de acogida en la determinación de los objetivos de sostenibilidad que se establezcan en el destino."

Un destino en el cual se quiera aplicar este modelo de turismo tiene que tener un equilibrio entre residentes y turistas para que el lugar no sufra un

colapso de sus recursos, ya que estos servirán como fuente para generar empleos y a la vez ingresos para la comunidad.

Eje Económico

Para Cardoso, C. (2012) la parte económica “se conciben divisas por prestación de servicios además con contribuye a la inversión pública y privada para mejorar la calidad de vida del sector que a través de la economía local se aprovecha los recursos naturales y se solidariza con las generaciones futuras para que disfruten y aprovechen estas opciones para su bienestar en una realidad futura.”

Mientras que el Banco Interamericano de Desarrollo (2015) define que “la parte económica del turismo sostenible consiste en “generar nuevas y mejores oportunidades económicas para los pobladores de escasos recursos de las zonas rurales” con el fin de que emprendan negocios relacionados al turismo y aprovechen los recursos naturales con los que cuentan.”

El aporte económico es muy importante porque permite a las personas que vean el turismo como una fuente de ingreso conseguir los medios para aprovechar de forma sostenible los recursos naturales con los que cuentan de esta forma mejorar la economía local y su calidad de vida.

Eje Ambiental

Cardoso, C. (2012) aporta el siguiente concepto sobre el enfoque ambiental donde el mismo “refleja una inclinación hacia un desarrollo ecológicamente sostenible, haciendo hincapié en las condiciones ecológicas necesarias para mantener la vida humana a futuro.”

También en ese punto la Organización Mundial del Turismo (2009) señala que en el enfoque ambiental “es importante mantener la integridad física del lugar, los proceso ecológicos y sistemas de vida existentes en los lugares a

visitar de esta forma el objetivo no es solo hacer Turismo sino contribuir a que no se destruya el ambiente.”

Al momento de realizar turismo es fundamental cuidar los recursos naturales o culturales existentes porque de ellos depende que el atractivo exista es por este motivo que se debe desarrollar estrategias que permita aprovechar de una manera sostenible y sustentable el lugar donde se desea emprender este tipo de turismo.

Ecosistemas Integrales punto de partida para emprender Turismo Sostenible

Mantilla, E.(2005) puntualiza que “para existir un buen desarrollo de un lugar se necesita tomar en cuenta varios indicadores como los ecosistemas integrales que son componentes que permiten la valoración y características de los recursos naturales que puede tener un sector y pueden ser beneficiosos ya que es una mirada amplia al sector ambiental para tomar medidas en caso de existir cambios en el ambiente que se dinamiza.”

Maass, M. (1990) define a un ecosistema integral “como sistema, esto es, en un conjunto de elementos, componentes o unidades relacionadas entre sí. Cada uno de sus componentes puede estar en diferentes estados o situaciones; el estado seleccionado del sistema, en un momento dado, es producto de las interacciones que se dan entre los componentes.”

Los sistemas integrales permiten delimitar un punto de partida para emprender turismo sostenible y basarnos en sus principios fundamentales porque en estos lugares de la interrelación de la naturaleza con el los recursos a promocionarse de esta forma generar estrategias que permitan dinamizar el ambiente y proteger su recurso natural o cultural.

Las Actividades Turísticas dentro del Turismo Sostenible

La actividad turística según Rodríguez (2015) “comprende el desplazamiento del lugar habitual de residencia, la pernoctación por un período superior a 24 horas y menor a un año para el goce y disfrute de un destino turístico. Por lo tanto, esta actividad implica el uso y contratación de medios de transporte, alojamiento”.

Para la Carreto.J, (2006) define que las actividades turísticas son “la naturaleza de un resultado complejo de interrelaciones entre diferentes factores que hay que considerar conjuntamente desde una óptica sistemática, es decir, un conjunto de elementos interrelacionados entre sí que evolucionan dinámicamente.”

Para poder aplicar las Actividades Turísticas es importante apoyarse en las Facilidades Turísticas las mismas que tienen como fin complementar a los atractivos como Áreas de Recreación, Senderos, entre otras, por definición se entiende Señalética lo siguiente:

Según el Ministerio de Turismo,(MINTUR) (2009) es el empleo de signos gráficos para orientar el flujo de las personas en un espacio determinado, e informar de los ser vicios de que disponen; los identifica y regula, para una mejor y más rápida accesibilidad a ellos; y para una mayor seguridad en sus desplazamientos y acciones.

La Señalética permite al turista tener una comunicación visual que estudia las relaciones funcionales entre los signos de orientación en el espacio y el comportamiento que deberían tener las personas. Se aplica al servicio de los individuos, a su orientación en un espacio, a un lugar determinado, para la mejor y la más rápida accesibilidad a los servicios requeridos y para una mayor

seguridad en los desplazamientos y las acciones, a continuación se describe las características y los tipos de señalética.

Características de la Señalética

1. La señalética identifica, regular y facilitar el acceso a los servicios requeridos por los individuos en un entorno definido.
2. Es un sistema optativo de acciones, las necesidades particulares determinan el sistema.
3. El sistema debe ser creado o adaptado en cada caso particular.
4. Las señales son consecuencia de los problemas específicos.
5. Las señales deben ser normalizadas y homologadas por el diseñador del programa y producidas especialmente.
6. Se supedita a las características del entorno.
7. Aporta factores de identidad y diferenciación.
8. Refuerza la imagen pública.
9. Se prolonga en los programas de identidad más amplios.

Tipos de Señalización

Señales Regulatorias (Código R)

Regulan el movimiento del tránsito e indican cuando se aplica un requerimiento legal, la falta del cumplimiento de sus instrucciones constituye una infracción de tránsito.



Figura 1. Señales Regulatorias

Fuente: (Ministerio de Turismo, 2001)

Señales Preventivas (Código P)

Advierten a los usuarios de las vías, sobre condiciones inesperadas o peligrosas en la vía o sectores adyacentes a la misma.



Figura 2. Señales Preventivas

Fuente: (Ministerio de Turismo, 2001)

Señales de Información (Código I)

Informan a los usuarios de la vía de las direcciones, distancias, destinos, rutas, ubicación de servicios y puntos de interés turístico.



Figura 3. Señales de Información

Fuente: (MINTUR, 2015)

Señales para Trabajos en la Vía y Propósitos Especiales (Código T)

Advierten, informan y guían a los usuarios viales a transitar con seguridad sitios de trabajos en las vías y aceras además para alertar sobre otras condiciones temporales y peligrosas que podrían causar daños a los usuarios viales.



Figura 4. Señales para Trabajos en la Vía y Propósitos Especiales

Fuente: (Ministerio de Turismo, 2001)

Pictogramas Atractivos Naturales

Representan la riqueza y biodiversidad de un lugar, una región y un país. Se reconoce como atractivo natural los tipos de montañas, planicies, desiertos, ambientes lacustres, ríos, bosques, aguas subterráneas, fenómenos geológicos, costas o litorales, ambientes marinos, tierras insulares, sistemas de áreas protegidas, entre otros. En este atractivo no se evidencia una intervención humana o si la hay no es predominante, ejemplos de este grupo son:



Figura 5. Señalética para Áreas Naturales

Fuente: (Ministerio de Turismo, 2001)



Figura 6. Señalética para Observación de Aves

Fuente: (Ministerio de Turismo, 2001)



Figura 7. Señalética para Observación de Flora

Fuente: (Ministerio de Turismo, 2001)



Figura 8. Señalética para Senderos

Fuente: (Ministerio de Turismo, 2001)



Figura 9. Señalética para Mirador

Fuente: (Ministerio de Turismo, 2001)



Figura 10. Señalética para Vista Panorámica

Fuente: (Ministerio de Turismo, 2001)



Figura 11. Señalética para Bosque

Fuente: (Ministerio de Turismo, 2001)



Figura 12. Señalética para Cascada

Fuente: (Ministerio de Turismo, 2001)

Pictogramas Atractivos Culturales

Representa el conjunto de sitios y manifestaciones que se consideran de valor o aporte de una comunidad determinada y que permite al visitante conocer parte de los sucesos ocurridos en una región o país, reflejadas en obras de arquitectura, zonas históricas, sitios arqueológicos, iglesias, conventos, colecciones particulares, grupos étnicos, manifestaciones religiosas, artesanía, ferias y mercados, shamanismo, explotaciones mineras, centros científicos y técnicos, los símbolos que se encuentran este grupo son :



Figura 13. Señalética para Agroturismo

Fuente: (Ministerio de Turismo, 2001)

**Figura 14. Señalética para Turismo Comunitario**

Fuente: (Ministerio de Turismo, 2001)

**Figura 15. Señalética para Artesanías de la Amazonía**

Fuente: (Ministerio de Turismo, 2001)



Figura 16. Señalética para Centro de Interpretación

Fuente: (Ministerio de Turismo, 2001)

Pictogramas Actividades Turísticas

Representan las actividades turísticas que se producen por la relación oferta/d manda de bienes y servicios implantados por personas naturales o jurídicas que se dediquen de modo profesional a la prestación de servicios turísticos con fines a satisfacer necesidades del visitante-turista.

Dentro de este grupo están los siguientes símbolos:



Figura 17. Señalética para Pesca Deportiva

Fuente: (Ministerio de Turismo, 2001)



Figura 18. Señalética para Caminata

Fuente: (Ministerio de Turismo, 2001)

**Figura 19. Señalética para Caminata en la Selva**

Fuente: (Ministerio de Turismo, 2001)

**Figura 20. Señalética para Rafting**

Fuente: (Ministerio de Turismo, 2001)

**Figura 21. Señalética para Camping**

Fuente: (Ministerio de Turismo, 2001)



Figura 22. Señalética para Paseo a Caballo

Fuente: (Ministerio de Turismo, 2001)

Dentro de la actividad turística existen varios modelos de turismo que se pueden desarrollar respetando esta relación que existe entre los recursos y los turistas, entre los más importantes se encuentran:

Turismo Rural

La actividad turística se compone por varios indicadores que ayudan a aprovechar los recursos con los que cuenta la zona para desarrollar productos sostenibles mediante la aplicación del Turismo Rural que para la Organización Mundial del Turismo (2000) menciona que: “ es el conjunto de actividades que se desarrollan en un entorno rural, excediendo el mero alojamiento y que pueden constituirse, para los habitantes del medio, en una fuente de ingresos complementarios a los tradicionalmente dependientes del sector primario, convirtiéndose en un rubro productivo más de la empresa agropecuaria.”

Otro concepto de turismo rural entrega la Universidad de Especialidades Espíritu Santo (2008) “es una forma de emprendimiento comunitario que es identificar oportunidades de progreso dentro de una comunidad con el fin de expandirse dentro del mercado nacional e internacional.”

Es importante conocer que las actividades turísticas vinculadas al Turismo Rural también es el Ecoturismo que tiene como finalidad el disfrutar, apreciar y estudiar los atractivos naturales (paisaje, flora y fauna silvestres), lo importante de esta modalidad de turismo es reducir el impacto en el medio ambiente, participación activa de las comunidades locales, promover educación para la conservación y maximizar la economía del sector. (Ceballos, 1993)

Turismo de Aventura

El Turismo de Aventura también forma parte de las "actividades turísticas según la OMT (1996: 85) el Turismo de Aventura corresponde a "actividades turísticas que introducen un elemento de dificultad física y, en ocasiones, entrañan verdadero riesgo". Entre las actividades aludidas se encuentran por ejemplo: descenso de cursos de agua en balsas; Montañismo; pesca deportiva; caminatas en la naturaleza; etc.

Otro concepto podemos encontrar lo da Cardoso, C. (2012) donde lo conceptualiza como "un elemento de dificultad física y, en ocasiones, entrañan verdadero riesgo con el fin de interactuar con el ambiente."

El turismo de aventura es un factor clave que se puede aplicar al momento de fomentar turismo porque es una modalidad que llama la atención a los turistas y es una forma de generar ingreso a un lugar y mejorar la calidad de vida de las personas.

Agroturismo

Para el IICA (2008) el Agroturismo es el “que se realiza en explotaciones agrarias (granjas o plantaciones), y que complementa los ingresos de los pequeños agricultores a través de algunos servicios.”

T.P. Agro (2015) define al agroturismo como “una forma de turismo en la que la cultura rural es aprovechada económicamente para brindar diversas opciones de distracción y atraer turistas con la naturaleza, y principalmente con paisajes cultivados.”

Todas estas actividades están enfocadas al conservar el patrimonio natural de una zona específicamente si está ubicada en el área rural y facilitan la creación de estrategias ya que tiene como fin dar un contexto a la localidad que se desea aplicar.

Educación Ambiental

El Ministerio del Ambiente de Chile (2009) señala que “aa educación ambiental es un proceso permanente de carácter interdisciplinario destinado a la formación de una ciudadanía que forme valores, aclare conceptos y desarrolle las habilidades y las actitudes necesarias para una convivencia armónica entre los seres humanos, su cultura y su medio biofísico circundante.”

Capece.G, (1997) menciona que “la educación ambiental, por lo tanto, es la formación orientada a la enseñanza del funcionamiento de los ambientes naturales para que los seres humanos puedan adaptarse a ellos sin dañar a la naturaleza. Las personas deben aprender a llevar una vida sostenible que reduzca el impacto humano sobre el medio ambiente y que permita la subsistencia del planeta.”

En si la educación ambiental permite entender el desarrollo sostenible de un lugar para generar mejoras equitativas en el sector y a su vez mejorar la calidad

de vida de las personas, tomando muy en cuenta medidas que permitan proteger el medio ambiente e innovando tecnología que beneficie a la sociedad. La educación ambiental cuenta con una planificación ambiental la misma que da parámetros que facilitan su ejecución.

1.2. Fundamentación Conceptual

Es importante tener en claro los conceptos fundamentales aplicados en las variables de la investigación para poder desarrollar el tema con facilidad, entre los principales conceptos a identificar se tiene los siguientes:

Actividades Turísticas

Hartmann.R, (2014) cita que “la actividad turística es un resultado complejo de interrelaciones entre diferentes factores que hay que considerar conjuntamente desde una óptica sistemática, es decir, un conjunto de elementos interrelacionados entre sí que evolucionan dinámicamente.”

Agroturismo

La Secretaria de Turismo de México (2005) define como “la actividad turística en áreas agropecuarias con el aprovechamiento de un medio ambiente rural, ocupada por una sociedad campesina, que muestra y comparte no solo su idiosincrasia y técnicas agrícolas, sino también su entorno natural, cultural y socio-productivo”.

Crecimiento Económico

Según Uxó.J, (2015) el crecimiento económico es el ritmo al que se incrementa la producción de bienes y servicios de una economía, y por tanto su renta, durante un período determinado.

Destinos Emergentes

La Dirección Nacional de Desarrollo Turístico, Secretaría de Turismo de Argentina (2004) argumenta que un destino emergente son aquellos sitios que por sus características naturales y/o culturales presentan potencialidad para atraer turistas tanto nacionales como internacionales, pero que no han alcanzado aún este objetivo debido a problemas de competitividad, o bien a que la oferta turística carece de una puesta en valor adecuada o está desarticulada.

Ecosistemas Integrales

Según Universidad Pablo de Olavide en Sevilla (2014) un ecosistema integral es “recuperar la naturaleza a través de varios elementos que permitan apostar a un modelo de desarrollo y dejar que el entorno produzca intercambios entre sí con el fin de proteger los recursos del lugar.”

Educación Ambiental

Según el congreso realizado en Moscú Tesalonica (1987) “la educación ambiental es una herramienta para mejorar las relaciones de los seres humanos con su medio, y por lo tanto debe incidir en la prevención y resolución de problemas ambientales.” En este sentido es obvio que un correcto diseño de la intervención educativa requiere un conocimiento previo exhaustivo sobre la realidad ambiental en la que se va a trabajar. Este análisis preliminar debe identificar los diferentes problemas, las causas, consecuencias y procesos, así como la percepción que tiene la población sobre todos estos aspectos.

Eje Ambiental

Rodriguez M. (1995) menciona que la parte ambiental incluye el estudio del agua, el aire, el suelo y su interrelación, así como todas las relaciones entre estos elementos y cualesquiera organismos vivos. El conjunto, en un momento dado, de todas las condiciones externas e influencias a las cuales un sistema está sometido.

Eje Económico

Tapia,G. (2014) define que el turismo en el enfoque económico representa “un eficiente motor del desarrollo financiero, capaz de generar empleo, modernizar las infraestructuras, impulsar otras actividades productivas, revalorizar los recursos autóctonos o equilibrar balanzas de pagos nacionales.”

Eje Social

En su trabajo el Turismo Sostenible. Introducción y Marco Financiero Tapia,G. (2014) sostiene que “el turismo puede influir sobre la estructura de las sociedades anfitrionas, generando o incrementando la diferenciación social. Y es que los beneficios que se quedan en la zona de destino no se suelen repartir uniformemente, sino que tienden a ser monopolizados por un sector minoritario de la población.”

Estrategia

Koontz,H. (1991) Indica que “las estrategias son programas generales de acción que llevan consigo compromisos de énfasis y recursos para poner en práctica una misión básica. Son patrones de objetivos, los cuales se han concebido e iniciado de tal manera, con el propósito de darle a la organización una dirección unificada.”

Plan de Dinamización

Para Medina,N. (2008) un Plan de Dinamización es” una herramienta de cofinanciación de las estrategias turísticas que se desarrollan en cooperación con las distintas administraciones públicas con el objetivo de colaborar con las entidades locales y mejorar sus ofertas turísticas. Es un programa de actuaciones diseñado para potenciar destinos turísticos emergentes que se encuentran en fase de desarrollo.”

Planificación

Castellano,H. (2004) conceptualiza a la planificación como “un método bajo la forma de proceso, para la toma de decisiones entorno al mantenimiento de una realidad dada o a su transformación en otra más deseable, mediante la distribución de recursos entre fines múltiples, cumpliendo los siguientes requisitos: la minimización de costos, la maximación de beneficios y el mantenimiento de equilibrios dinámicos entre las fuerzas sociales que poseen los recursos, desean poseerlos o se ven afectados por el uso que de ellos se haga.”

Planificación Ambiental

Para Rodríguez,M. (1995) es un “proceso racional de toma de decisiones en el que intervienen los datos del medio ambiente. El proceso mediante el cual se intenta concretar, con respecto al sistema ambiental, sujeto del manejo, aquellas aspiraciones definidas como positivas por el sistema de valores más representativo de los intereses de la población afectada, con las intervenciones que se llevan a cabo en el sistema ecológico que integran la población en cuestión y su correspondiente sistema ambiental.”

Planificación Turística

Gunn,C. (1994) argumenta que “la planificación y gestión del turismo es un proceso para determinar una acción futura apropiada mediante una secuencia de alternativas. El desarrollo planificado y la ordenación integrada de los espacios turísticos deben garantizar de manera efectiva la inserción armónica del turismo en el medio local desde el punto de vista paisajístico, ambiental, económico y socio-cultural.”

Recursos Culturales

Domínguez,L. (2015) considera un "recurso cultural a todo vestigio del trabajo humano que constituya evidencia de la diversidad y variabilidad de las actividades y relaciones de individuos o sociedades y sus interrelaciones con el medio ambiente natural, en una perspectiva espacial y temporal".

Recursos Naturales

La Organización Mundial del Comercio (2010) define a los recursos naturales como “materiales existentes en el entorno natural escasos y económicamente útiles en la producción o el consumo, ya sea en estado bruto o tras haber sido sometidos a un mínimo proceso de elaboración”

Sostenibilidad de los Recursos

Según el Tecnológico de Monterrey (2010) la sostenibilidad de recursos comenzó a formularse en los años setenta bajo el término de “eco-desarrollo” y fue perfilándose a lo largo de las dos siguientes décadas. Se basa, en la constatación, corroborada por otra parte por el sentido común, de que en la naturaleza nada crece indefinidamente, sino que, al alcanzar determinados umbrales máximos, en todo proceso se produce el colapso y la degradación y las componentes degradadas o fragmentadas pasan a formar parte de nuevos procesos de desarrollo.

Turismo Aventura

La Secretaría de Turismo de México (2005) alude que “el turismo de aventura son aquellos viajes realizados por personas motivadas a experimentar desafíos impuestos por la naturaleza y alcanzar logros (sin considerar competencias deportivas).”

Turismo Rural

Para García, B. (2003) es “una economía basada en el aprovechamiento de recursos naturales y en la producción de bienes que se han convertido en propios del lugar. Se encuentra apartado de los centros urbanos y son lugares principalmente interiores. No está industrializado, y por ello conserva su identidad y su cultura casi intactas.”

Turismo Sostenible

Capace,G. (1997) En su libro Turismo Sostenido Y Sustentable. Una visión holística lo define como “la actividad económica productora de bienes y servicios que, respetando los límites físicos del espacio en que se desarrolla y los psíquicos de los habitantes y demás actores, son destinados a quienes deciden desplazarse temporal y voluntariamente fuera del lugar de residencia habitual sin incorporarse al mercado de trabajo del lugar de destino, con motivo o no de recreación.”

1.3. Definición nominal variable independiente

Plan de Dinamización

1.4. Definición conceptual variable independiente

Según la Organización Turismo de Iberia (2014) explica que el Plan de Dinamización “consiste en desarrollar productos que puedan impulsar el desarrollo sostenible de un lugar el mismo que tiene como fin que el turismo progrese a gran escala para beneficio de la comunidad y que ayude a la dinamización local.”

1.4.1. Definición operacional variable independiente

La variable Independiente Plan de Dinamización será analizada a través de las dimensiones:

- **Desarrollo de Productos**

En la revista Marketing El Producto y el Desarrollo de los autores David Pérez, Isabel Perez, (2006) citan al profesor José García Santesmases quien define al desarrollo de productos como “cualquier bien material, servicio o idea que posea un valor para el consumidor y sea susceptible de satisfacer una necesidad.”

- **Impulso de Desarrollo Sostenible**

Para Reyes Aida, Alvarez Carmen, Correon Hector, (2016) definen como “aquel desarrollo que permite satisfacer las necesidades de las generaciones presentes sin que por ello se vean comprometidas las capacidades de las generaciones futuras para satisfacer todas las necesidades.”

- **Progreso de Turismo a Gran Escala**

Gordon, B. (2002) explica que el turismo a gran escala “Es aquel que se realiza, de forma masiva, por todo tipo de personas, sin importar su nivel económico por lo que no es un tipo de turismo exclusivo. Es el más convencional, pasivo y estacional. Es normalmente menos exigente y especializado.”

- **Beneficio de la Comunidad**

La revista Red de Responsabilidad Social (2006) entrega el siguiente concepto “El beneficio de la comunidad va ligada a la responsabilidad social que es una filosofía que tiene como pilares fundamentales, valores éticos y morales y cuya principal incidencia se manifiestan en nuestros actos y de qué manera estos pueden afectar o dañar a otra persona o a un determinado entorno social.”

- **Ayuda a la Dinamización Local**

El Ilustre Ayuntamiento de Santa Ursula (2015) en una de artículos aporta el siguiente concepto “Consiste en la formulación de acciones y estrategias de

desarrollo que fortalezcan el tejido socioeconómico de la comunidad, para fomentar iniciativas innovadoras que impulse la economía local aprovechando los recursos con los que cuentan.”

1.5. Definición nominal variable dependiente

Turismo Sostenible

1.6. Definición conceptual variable dependiente

La Organización de Naciones Unidas (1987) define al Turismo Sostenible como el “desarrollo que satisface las necesidades de la generación presente (la sociedad, el ambiente y la economía), sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras de satisfacer sus propias necesidades.”

1.6.1. Definición operacional variable dependiente

La variable Turismo Sostenible, será analizada a través de las dimensiones:

- **Satisfacción en las necesidades de la Generación Presente.**

Carreto, J. (2006) conceptualiza a la satisfacción de las necesidades como “la acción de satisfacer la carencia de algo que es importante para el ser humano, las necesidades pueden ser absolutas que a medida que se satisfacen se van apagándose y relativas cuando su meta es elevar los sentimientos de una persona.”

- **Compromiso por parte de las Generaciones Futuras en la Satisfacción de Necesidades.**

El sitio web de la Organización de Naciones Unidas ONU,(1987) llega a la conclusión en la Asamblea General sobre Turismo Sostenible que el compromiso por parte de las generaciones futuras “Es una obligación, contrato,

deber, convenio, por ende es un tipo de acuerdo en el cual las partes asumen ciertas obligaciones o, adquieren responsabilidades, en este sentido el ser humano todos los días contrae responsabilidades desde la más simples hasta la más complejas con el compromiso y obligación de cumplirlas como consecuencia de su consentimiento.”

Se utilizaran los respectivos instrumentos o métodos para cada dimensión como son las siguientes.

Fuentes primarias

- Cuestionario Estructurado

Fuentes secundarias

- Documentos
- Bibliografía

1.7. Hipótesis

El diseño de un Plan de Dinamización incidirá significativamente en el fomento del Turismo Sostenible en la Comunidad San Miguel de Llandia.

1.8. Cuadro de Operacionalización de la (s) variable (s)

Tabla 1.

Cuadro de Operacionalización de la Variable Independiente

OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES				
1.1. Variable Independiente: Plan de Dinamización				
Conceptualización	Dimensión	Indicador	Ítems Básicos	Instrumentos
<p>Consiste en desarrollar productos que puedan impulsar el desarrollo sostenible de un lugar el mismo que tiene como fin que el turismo progrese a gran escala para beneficio de la comunidad y que ayude a la dinamización local. (Turismo Iberia , 2014)</p>	Desarrollo de productos	*Productos en desarrollo	¿Existe un producto de desarrollo? *si____ *no____	<p>Fuentes primarias</p> <p>Fichas de Observación</p>
	Impulso de desarrollo sostenible	*Desarrollo sostenible impulsado	¿El desarrollo sostenible tiene un apreciable impulso? *si____ *no____	
	Progreso de turismo a gran escala	*Elevada escala de progreso sostenible	¿La escala de progreso sostenible es? *alta____ *media____ *baja____	
	Beneficio de la comunidad	*Comunidad beneficiada	¿El beneficio que recibe la comunidad es? *alta____ *media____ *baja____	
	Ayuda a la dinamización local	*Administración local que recibe ayuda.	¿La ayuda que recibe la comunidad es? *alta____ *media____ *baja____	

Tabla 2.

Cuadro de Operacionalización de la Variable Dependiente

OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES				
1.2. Variable dependiente: Turismo sostenible				
Conceptualización	Dimensión	Indicador	Ítems Básicos	Instrumentos
<p>Desarrollo que satisface las necesidades de la generación presente (la sociedad, el medio ambiente y la economía), sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras de satisfacer sus propias necesidades". (Organización de Naciones Unidas (ONU), 1987)</p>	<p>Satisfacción de necesidades de la generación presente</p>	<p>Existencia de satisfacción en las necesidades de la generación presente</p>	<p><u>PREGUNTAS PARA LA ENCUESTA SEGÚN VARIABLE DEPENDIENTE</u></p> <p>¿Se satisface las necesidades de las generaciones presentes?</p> <p>*si____ *medianamente____ *no ____</p>	<p>Fuentes primarias</p> <p>Fichas de Observación</p> <p>Cuestionario Estructurado</p>
	<p>Generaciones futuras no comprometidas en su capacidad de satisfacción de necesidades,</p>	<p>Existencia de compromiso por parte de las generaciones futuras en la satisfacción de necesidades</p>	<p>¿Se compromete la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus necesidades?</p> <p>*si____ *medianamente____ *no ____</p>	<p>Fuentes secundarias</p> <p>Documentos</p> <p>Bibliografía</p>

CAPÍTULO II

METODOLÓGICA

2.1. Enfoque

Según Herrera, L. (2010) la investigación tendrá un enfoque cuantitativo ya que se recopilará datos con base a unos cálculos y un estudio estadístico para establecer patrones de comportamientos, además que se va aplicar en un estudio de caso específico y se obtendrá una perspectiva externa de la realidad interna del sector, también será cualitativo ya que se empleará preguntas de investigación sin medida alguna para conocer información relevante para el estudio.

2.2. Modalidad de la investigación

Para la presente investigación se utilizará la modalidad de estudio de campo que apoyado en Herrera, L. (2010) permite tener contacto directo con la realidad de la comunidad y ver sus necesidades como conocer sus fortalezas para obtener información que ayude a cumplir con los objetivos de la investigación.

También se usará la investigación documental- bibliográfica que permitirá profundizar y ampliar criterios que están dentro del estudio, esta información se recopilara de documentos o fuentes primarias y a su vez de libros, revistas y otras publicaciones o fuentes secundarias.

2.3. Niveles o Tipos de investigación

La investigación será de tipo cuantitativa como se menciona en la metodología de Hueso, A. (2012), se examinará a través de datos numéricos todos los elementos que intervienen el problema, para que la información que sea recolectada y analizada pueda entregar resultados claros que sean fáciles de interpretar y a la vez entregar una conclusión que ayude a la ejecución del proyecto.

Se ocupará un tipo de investigación exploratorio como sustenta Herrera, L. (2010) el mismo que servirá para sondear problemas y tener profundidad además que permitirá recolectar datos para identificar problemas reales.

De la misma forma se empleará la investigación descriptiva que ayudará a delimitar el problema de la investigación, establecer características demográficas, identificar formas de conducta, explorar gustos de la demanda y cosas similares que contribuyan al estudio.

2.4. Diseño de la investigación

El estudio transaccional o transversal sirve como pauta para el diseño del presente proyecto, basado en los autores Hernandez, Fernández, Baptista (1991); para el estudio se recopilará los datos únicamente en un solo periodo de tiempo en la Comunidad San Miguel de Llandia, con el propósito de describir la variables Plan de Dinamización y Turismo Sostenible para analizar su incidencia e interrelación y tener una idea clara de lo que está pasando en el sector.

2.5. Población y Muestra

Para realizar el análisis de investigación se empleó el método probabilístico aleatorio simple, mismo método indicará el número apropiado de encuestas a aplicarse.

2.5.1. Población

La población que se tomó en cuenta como participantes del proyecto es el total de fincas que existen en la Comunidad San Miguel de Llandia ascendiendo a un numero de 10 fincas dato entregado por el GAD Parroquial Teniente Hugo Ortiz, y la segunda Población que se identificó como la demanda son las personas económicamente activas que viven en la ciudad del Puyo siendo un total de 10.173 personas, dato entregado por el INEC.

2.5.2. Muestra

Para el cálculo de la muestra se tomó la población de la comunidad San Miguel de Llandia. El dato fue obtenido del INEC Pastaza. Para calcular la muestra se utilizó como referencia la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2(N.P.Q)}{(N-1)(E^2) + Z^2(P.Q)}$$

Tabla 3.
Muestra

DATOS	
n= tamaño de la muestra	n=?
P= probabilidad de éxito	P= 0,50
Q= probabilidad de fracaso	Q= 0,50
N= universo	N= 10.173
E= error	E= 0.08
Z= nivel de confianza (95%)	Z= 1,96

Fuente: Instituto Nacional de Estadista y Censos de Pastaza

$$n = \frac{Z^2(N.P.Q)}{(N-1)(E^2) + Z^2(P.Q)}$$

$$n = \frac{1,96^2(10.173 .0,5.0,5)}{(10.173 - 1)(0,08^2) + 1,96^2(0,5.0,5)}$$

$$n = \frac{3,8416(2.543,25)}{(10.172)(0,0064) + 3,8416(0,25)}$$

$$n = \frac{9.770.15}{65,1008 + 0.9604}$$

$$n = \frac{9.770,15}{66,0612}$$

$$n = 148$$

2.6. Técnicas de recolección de datos

Para desarrollar la presente investigación se utilizó las siguientes fuentes que a continuación se describe:

Fuentes primarias: se utilizó una visita de campo para poder recopilar información a través de encuestas los pobladores del sector.

Fuentes secundarias: se recurrió a investigaciones realizadas anteriormente con propósitos diferentes en donde se tomó en cuenta los libros, revistas y enciclopedias.

Según Biblioteca Universidad Alcalá (2015) las fuentes primarias de investigación son “libros, revistas científicas, periódicos, documentos oficiales de instituciones públicas, informes técnicos y de investigación de instituciones públicas o privadas, patentes, normas técnicas” que permitan desarrollar el proyecto.

Las fuentes secundarias “contienen información organizada, elaborada, producto de análisis, extracción o reorganización que refiere a documentos primarios originales como enciclopedias, antologías, directorios, libros o artículos que interpretan otros trabajos o investigaciones”.

De estas fuentes se obtendrá la información respectiva para respaldar la investigación que se realizará en la Comunidad.

Técnicas

Basado en Herrera, L. (2010) se utilizará la técnica de la encuesta sirve para recolectar datos en forma masiva, la información se obtiene directamente de los hechos que refleja la comunidad, las preguntas son puntuales para obtener información confiable y variada.

2.6.1. Instrumento

Según Herrera, L. (2010) para la técnica de la encuesta se usará un cuestionario estructurado el mismo que tendrá indicaciones generales, un objetivo general y varios específicos que revelen el fin de levantar la información y preguntas puntuales que pueden ser abiertas permitiendo al encuestado a expresar su opinión o cerradas que indican al encuestado las opciones que puede basarse su respuesta con el propósito de obtener información confiable y directa de la población.

2.6.2. Validez y confiabilidad

El instrumento de la presente investigación fue validado por medio de un juicio de expertos de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE- Sede Latacunga, para lo cual se seleccionó un número impar de expertos para la validación, dos de estos conocedores del problema investigado en las áreas de Turismo y Marketing además de un experto en el área metodológica, quienes evaluaron a través de un instrumento de validación el cuestionario.

Este instrumento de validación permitió examinar por una lado la congruencia y redacción de las preguntas, así como también cuan la precisa o confusa eran los ítems del cuestionario aplicado a la muestra en estudio.

2.7. Técnicas de análisis de datos

Sabino, C. (2000) indica que una vez recolectados los datos, esta información no servirá tal y como está para llegar a alguna conclusión o respuesta a las preguntas del estudio, es necesaria que esta sea tratada. A esta etapa de la investigación se le denomina procesamiento de los datos, y comprende la selección, ordenación y clasificación de los datos obtenidos para permitir su posterior análisis.

Para la tabulación y análisis respectivo de las encuestas se utilizará el programa estadístico Statistical Product and Services Solutions (SPSS) ya que permite manejar una gran cantidad de datos con sencillez y confiabilidad al momento de obtener resultados.

2.8. Técnicas de comprobación de hipótesis

Para la comprobación de hipótesis se utilizará la técnica del chi-cuadrado que según el Tecnológico de Chihuahua (2012) “son un grupo de contrastes de hipótesis que sirven para comprobar afirmaciones acerca de las funciones de probabilidad de las variables aleatorias.

Se aplican en dos situaciones básicas:

- a) Cuando se quiere comprobar si una variable, cuya descripción parece adecuada, tiene una determinada función de probabilidad. La prueba correspondiente se llama chi-cuadrado de ajuste.
- b) Cuando desea averiguar si dos variables (o dos vías de clasificación) son independientes estadísticamente. En este caso la prueba que aplicará es la del chi-cuadrado de independencia o chi-cuadrado de contingencia.”

CAPÍTULO III

DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN TURÍSTICA EN LA COMUNIDAD SAN MIGUEL DE LLANDIA

3.1. Prospectiva del Territorio

La comunidad San Miguel de Llandia se encuentra ubicado en la Parroquia Rural Teniente Hugo Ortiz vía al Tena, una pequeña parroquia muy emprendedora y deseosa de salir adelante en el sector turístico.

Para obtener un panorama de la prospectiva del territorio se realizó procesos participativos tanto de los miembros de la Junta Parroquial como con los habitantes locales donde se logró recopilar información base para el diagnóstico turístico de la misma.

También se alcanzó a conocer las principales necesidades existentes y se sondeó el interés por participar en actividades relacionadas con el turismo, dejando en claro estos puntos se determina lo siguiente:

San Miguel de Llandia, presenta una dinámica económica fundamentada en la agricultura, seguida por otras actividades como: trabajos eventuales, amas de casa, negocios propios, entre otros.

Si se considera al rubro de mayor importancia en ingresos económicos que es la agricultura se lo puede desglosar que el cultivo de papa china abarca a próximamente un 60% de los cultivos, seguido por la caña de azúcar por un 35%, el cultivo de té con un 3%, la naranjilla con un 1 % y el cacao con el 1%.

Otro punto importante es la ubicación de la misma ya que de todas las otras comunidades que pertenecen a la parroquia, San Miguel de Llandia se encuentra ubicada en la primera línea vía al Tena siendo de fácil acceso para cualquier visitante y posee una buena infraestructura vial.

También posee varias fincas que al interior se encuentran recursos naturales como bosques primarios, ríos, cascadas, flora y fauna propia de la amazonia que lo convierte en un sitio atractivo para visitarlo.

Sin embargo a pesar de poseer los recursos para iniciar proyectos enfocados al turismo, la comunidad no se ha desarrollado por falta de planificación y desarrollo de los técnicos en esta área, desaprovechando este gran potencial, otro factor es que la población ha basado su producción para la exportación y para el consumo propio velando sus intereses personales y no pensando en unificar dichas riquezas naturales para beneficio de la colectividad.

Todos estos factores han contribuido a que no se desarrolle el ámbito turístico, es por este motivo que es necesario crear estrategias que permitan aprovechar al máximo todos los recursos existentes y de esta forma poder presentar un modelo que permita desarrollarlos y mejorar la calidad de vida de sus habitantes.

3.1.1. Levantamiento de Fichas Jerárquicas para el inventario de los atractivos

La información que se ha tomado como base para el levantamiento de fichas jerárquicas de los atractivos turísticos de la Comunidad San Miguel de Llandia fue a través del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia Teniente Hugo Ortiz

Dentro de la comunidad San Miguel de Llandia existen varios atractivos de tipo natural que pueden ser aprovechados y a la generar actividades a su alrededor que generen ingresos para la comunidad, aquí se puede destacar los atractivos localizados en los Anexos.

3.1.2. Análisis de la oferta e Infraestructura

En la Comunidad San Miguel de Llandia la oferta que existe es aceptable pues cuenta con los principales requisitos para poder convertirse en un destino de visita por parte de los turistas.

Según la encuesta realizada a los propietarios de las diferentes fincas y autoridades involucradas se puede apreciar que la comunidad se encuentra ubicada en una zona bastante transitada por las diferentes personas que circulan desde la ciudad del Puyo hasta la ciudad del Tena, en cuanto a infraestructura vial las vías de acceso son de primera orden y los caminos para ingresar a los atractivos naturales son de tercer orden pero se encuentran en buen estado lo que facilita su circulación.

Para trasladarse al lugar existe una cooperativa de buses que llega hasta la comunidad dos veces al día en la mañana a las 5h30 y en la tarde a las 14h00 a un precio muy cómodo de 0,50 centavos, además están los buses interprovinciales que viajan con destino al Tena o sus alrededores y pasan cada 5 o 8 minutos por la entrada principal, lo que facilita a las personas que no cuentan con transporte propio para llegar a este hermoso territorio.

En el ámbito de la infraestructura básica San Miguel de Llandia cuenta con los servicios básicos como: agua, luz, teléfono, internet, cobertura de celular en todas las fincas que la integran, tienen señalética principal muy bien ubicada al ingreso de la comunidad para poder identificarla en el camino principal, sin embargo se necesita trabajar en la señalética turística del lugar ya que no posee ningún rotulo para identificar los atractivos o senderos que existe al interior de la misma.

La seguridad existente está a cargo de la Policía Nacional que realiza varios patrullajes pero la misma no es muy frecuente, por lo que se necesita intensificar las rondas de patrullaje para prevenir cualquier inconveniente, a pesar de que el sector es muy tranquilo si se lo desea promocionar es importante velar por la seguridad del turista.

Otro punto en el que se debe trabajar es en el sistema de recolección de desechos orgánicos y no orgánicos, las fincas producen una cantidad importante de desechos orgánicos que son utilizados por humus para la fertilización de la tierra y producción de los diferentes productos agrícolas y los desechos no orgánicos son recolectados por el camión de la basura, en este punto hay que crear una conciencia ambiental en todos los turistas que visitan el lugar para no contaminar el lugar ni los ríos y se pueda disfrutar de la naturaleza existente.

Por ser una comunidad pequeña los servicios complementarios como asistencia médica se puede localizar a 15 minutos en la Parroquia Teniente Hugo Ortiz, si se requiere de un tratamiento más especializado se puede acudir a la ciudad del Puyo al hospital general o las diferentes clínicas privadas. De igual forma si los turistas necesitan una institución financiera para obtener dinero se encuentran en la ciudad del Puyo.

Algo que es significativo resaltar es que una de las fincas principales cuenta con una cabaña con capacidad para 8 personas para hospedaje y un pequeño comedor que puede atender hasta 15 personas, este lugar puede ser ocupado por turistas que visiten el lugar, además que queda muy cerca del Río Llandia y de los cultivos agrícolas de las fincas.

En conclusión como oferta turística se posee varios atractivos de tipo natural que pueden ser aprovechados por los locales para captar a los turistas, además están las fincas que tienen sembrado una variedad de los diferentes productos que se cosecha en la zona y serían muy útiles para que los paseantes visiten y vivan de cerca como es la producción de los mismos.

Es aquí donde interviene la información turística que se debe proporcionar a través de la promoción de San Miguel de Llandia, buscando convenios con operadoras nacionales que ayuden difundir este lugar como punto de visita para turistas nacionales y extranjeros.

3.1.3. Análisis de la demanda

Para que un sitio sea considerado turístico es necesario que exista la demanda del mismo, esta puede ser real cuando son datos exactos de las personas que ingresan al sitio frecuentemente o potencial cuando se sondea las posibles personas que gracias a su perfil serian candidatas para visitar la zona.

El tipo de demanda que frecuenta los lugares de tipo rural como playas, riveras de rio o bosques en el Ecuador son en su generalidad nacional que aprovechan la cercanía a los mismos para su recreación, por este motivo se tomó en cuenta a la ciudad del Puyo como posible demanda potencial debido a la cercanía con San Miguel de Llandia, las personas que viven en el Puyo en su mayoría poseen un nivel socio económico medio y les gusta salir la mayor parte de los fines de semana a lugares a recrearse.

Tomado en cuenta estas características Llandia ofrece una alternativa excelente para que las personas puedan despejarse sin una mayor inversión y ofrece opciones para cualquier target de personas, además las actividades planificadas fácilmente se puede realizar en un día haciendo un lugar que las personas puedan visitarlo continuamente. Otro grupo importante son los extranjeros que llegan a la Ciudad del Puyo y buscan lugares diferentes que involucren a la sostenibilidad en su desarrollo como, agroturismo, turismo rural y turismo de aventura.

Actualmente los turistas se guían mucho por los comentarios de terceras personas o sitios en internet para escoger un lugar donde pasar sus vacaciones, es por este motivo que se debe desarrollar estrategias que involucren la atención al cliente de esta forma las personas que visiten el lugar se lleven una linda experiencia y se genera publicidad de boca en boca siendo muy útil para conseguir una aceptación en el mercado la misma que puede reforzar con el uso de las redes sociales para promocionar los atractivos de la comunidad.

3.1.4. Análisis de la competencia

Todo territorio cuando desarrolla actividades turísticas puede tener competencia directa o indirecta, especialmente cuando se desea enfocar hacia la sostenibilidad y dado que es una tendencia mundial la mayor parte de lugares desean aplicar sus principios, es por este motivo que la competencia es un indicador permite a la comunidad a buscar la mejora continua y entregar un valor agregado que permita diferenciarlo de los demás sitios.

En el caso de San Miguel de Llandia no existe una competencia directa u oferta similar sobre la estrategia que se desea desarrollar abarcando la actividad prioritaria de la zona y entregando paquetes atractivos para la demanda.

Sin embargo al ser un sitio natural da paso a la competencia indirecta de otros sectores con similares recursos naturales y servicios diferentes que puede ser muy atractivo para los turistas que llegan al Oriente, como competencia indirecta tenemos a las diferentes parroquias cercanas que poseen similitudes en cuanto recursos naturales sin embargo San Miguel de Llandia resalta sobresalientemente su desarrollo en la agricultura como una fortaleza para marcar la diferencia de los otros lugares.

Como conclusión la competencia para el desarrollo de Llandia es muy importante porque a través de ella se puede aprender que factores están utilizando para captar a los turistas y aplicar un benchmarking de los productos que apliquen similitud o específicamente en la atención del cliente para que los turistas visiten el lugar y lo recomienden.

3.1.5. Análisis de las tendencias

Las tendencias son marcadas por los “hábitos vacacionales de la demanda, en este punto se pueden crear alianzas con la competencia con el fin de atraer turistas hacia un mismo sector”. Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura IICA, (2008)

En el caso de San Miguel de Llandia las principales tendencias que rigen el mercado se inclinan hacia una mayor conciencia ambiental, produciendo una búsqueda del bienestar físico y mental de las personas por lo cual han buscado en el Ecoturismo y Turismo Rural una forma de satisfacer sus necesidades; según varias importantes revistas de nivel nacional e internacional revelan que las tendencias de visita para los sitios ubicados en la Amazonia son de tipo natural, buscando la convivencia ancestral combinado con la aventura y apreciación de la flora y fauna típica del lugar.

Por ejemplo la BBC de Londres ha dedicado varios artículos a la fauna y flora del Oriente Ecuatoriano y a su vez motivando a los miles de lectores a visitarlos y disfrutar de los hermosos lugares que el Ecuador ofrece. La British Broadcasting Corporation BBC, (2001).

De la misma forma varios periódicos locales como el Universo ha dedicado artículos donde indican que el Ecoturismo y Turismo Rural son puntos estratégicos que se están desarrollando en el país y es una de las principales motivaciones de la demanda para salir y visitar nuevos lugares. El Universo, (2014)

Tomando en cuenta las opiniones de estas importantes revistas se puede concluir que actualmente está en auge el Turismo Sostenible y sus componentes como el Ecoturismo, el Agroturismo, Turismo Rural y de Aventura, estos datos nos dan una pauta de la cual es la identidad que se puede generar para la Comunidad de tal forma que sobresalga de los demás poblados y las turistas visiten específicamente San Miguel de Llandia.

3.1.6. Matriz FODA de la Comunidad San Miguel de Llandia

Una vez obtenidas las conclusiones sobre la Comunidad San Miguel de Llandia se puede plantear una matriz FODA, la misma que permite obtener una radiografía turística de la zona, tomando en cuenta puntos clave en el ámbito social, económico, ambiental y turístico con el fin de obtener información relevante para generar estrategias que permitan establecer una dinamización del Turismo Sostenible en la zona.

Tabla 4.

Matriz FODA de la Comunidad San Miguel de Llandia

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Ubicación geográfica privilegiada cercana a la carretera principal Puyo-Tena. • Oferta académica pertinente con los requerimientos locales. • Variedad de atractivos naturales como cascadas, ríos, flora, fauna. • Alto potencial de desarrollo para productos en la línea de agroturismo. • Importante producción de papa china, panela y té verde. • Facilidad de acceso a los diferentes atractivos turísticos. • Servicios básicos principales para desarrollar actividades con fines turísticos. • Cercanía al centro de la capital de provincia de Pastaza. 	<ul style="list-style-type: none"> • Escasa presencia activa de los actores locales de gobernanza en el sector turístico. • Desconocimiento y no aplicación de competencias. • Inexistencia de liderazgo con visión de desarrollo sostenible. • No existe espacio de concertación técnica. • Falta de capacitación de talento humano. • Ineficiente estructura organizacional. • Gestión de los Destinos posicionados en el mercado turístico. • Falta de servicios complementarios (restaurantes, hoteles, centros de información turística) para el desarrollo turístico de la parroquia. • Deficiente servicio en la recolección de los desechos y muy mala disposición final de los mismos, lo cual afecta el entorno natural y turístico.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Apoyo del gobierno al sector turístico. • Creciente interés por el agroturismo. • La base legal nacional aporta al desarrollo del turismo. • Corriente turística. • Infraestructura que permite conectividad local e internacional. • Mejoramiento de la vía de acceso pavimentado de segunda orden a la parroquia. • La ubicación cercana de la Universidad Estatal Amazónica. 	<ul style="list-style-type: none"> • Cercanía de destinos turísticos establecidos. • Constantes afectaciones por fenómenos naturales como inundaciones y deslizamientos de tierra. • No existe apoyo al sector privado para el desarrollo turístico. • Cumplimiento del ciclo de vida de productos turísticos. • Falta de comunicación de los directivos de la Junta parroquial con el GAD municipal. • Peligro de contaminación por el uso indiscriminado de productos químicos de algunos productores.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

4.1. Resultados de las encuestas aplicadas a la Comunidad San Miguel de Llandia

La investigación aplicada a demanda turística se realizó a las personas que estaban ubicados en los lugares más cercanos de la Comunidad San Miguel de Llandia como la ciudad del Puyo.

Las encuestas fueron destinadas a la demanda potencial turista en el sector del Puyo, la misma se realizó en una en una semana aprovechando la disponibilidad de tiempo de las personas, obteniendo información precisa y veras para desarrollar el proyecto.

ENCUESTA APLICADA A LA DEMANDA

A continuación se presenta la tabulación e interpretación de la encuesta aplicada a la demanda.

Datos informativos de los encuestados

Pregunta 1: ¿Cuál es su género?

Tabla 5.

Género

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Masculino	76	51.4
	Femenino	72	48.6
	Total	148	100.0

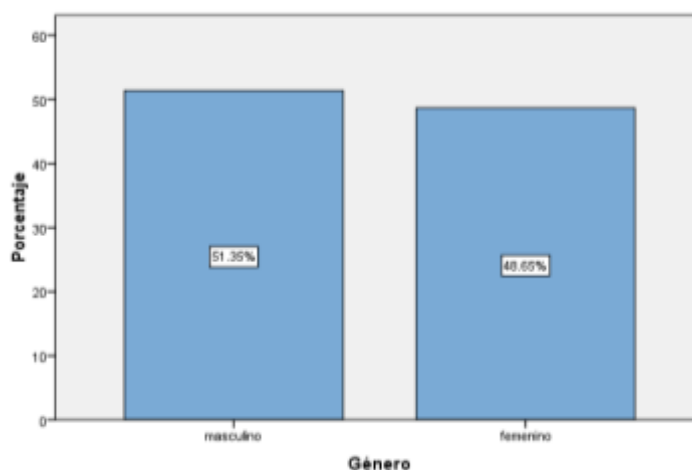


Figura 23. Género

Análisis: Del 100% de las encuestas el 51,35% son personas de género masculino y el 48,65% son personas de género femenino.

Interpretación: En la Ciudad del Puyo se aplicó la encuesta donde la mayoría a las personas que contestaron fueron de género masculino esto quiere decir que son ellos los que generalmente aportan al ingreso económico del hogar.

Pregunta 2: ¿Cuál es su edad?

Tabla 6.
Edad

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	20-30	75	50.7
	31-40	50	33.8
	41-60 o más	23	15.5
	Total	148	100.0

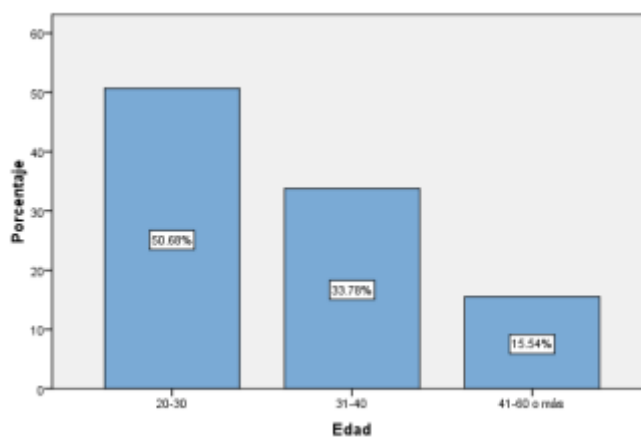


Figura 24. Edad

Análisis: Del 100% de las encuestas realizadas el 50,68% son personas que van entre los 20 a los 30 años, el 33,78% va entre los 31 a 40 años y el 15,54% va entre los 41 a 60 años.

Interpretación: Según la encuesta realizada en la ciudad del Puyo la mayoría de las personas entrevistadas van en un rango desde los 20 a 30 años donde se puede determinar que es un sector importante con motivaciones para viajar y conocer nuevos destinos con fines turísticos y de recreación.

Pregunta 3: ¿Dónde reside?

**Tabla 7.
Residencia**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Mera	6	4.1
	Puyo	138	93.2
	Shell	4	2.7
	Total	148	100.0

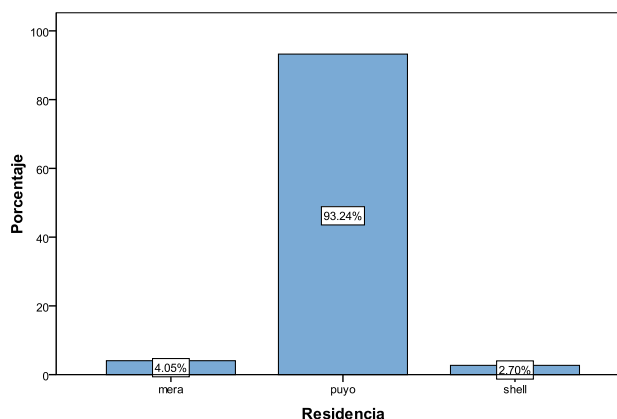


Figura 25. Residencia

Análisis: Del 100% de las encuestas realizadas el 4,05% son personas que residen en la parroquia Mera, el 93,24% residen en la Ciudad del Puyo y el 2,70% reside en la parroquia Shell.

Interpretación: La mayor parte de personas encuestadas residen en la ciudad del Puyo la misma es considerada como demanda potencial debido a la cercanía con la ubicación de la Comunidad San Miguel de Llandia.

Pregunta 4: ¿Cuál es su nivel de estudios?

Tabla 8.
Nivel de Estudios

Válidos		Frecuencia	Porcentaje
Primaria		7	4.7
Secundaria		44	29.7
Superior		97	65.5
Total		148	100.0

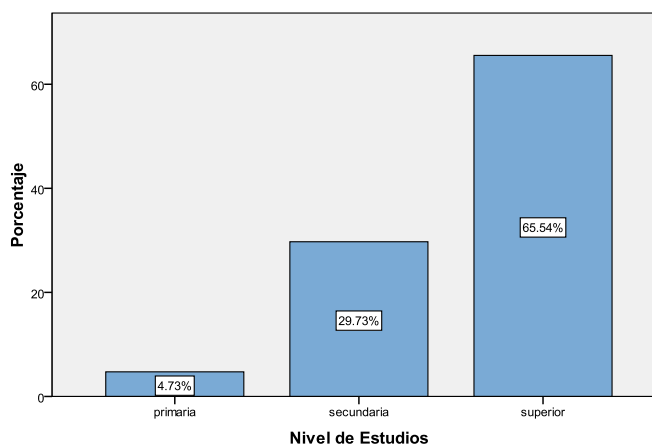


Figura 26. Nivel de Estudios

Análisis: Del 100% de las encuestas realizadas el 4,79% son personas que tienen un nivel de estudios primario, el 29,73% han terminado la secundaria y el 65,54% tienen estudios superiores.

Interpretación: La mayoría de los encuestados tiene un nivel de estudios superior, es por esta característica que las personas dentro de este rango buscan lugares que puedan satisfacer sus necesidades especialmente de recreación pero a la vez están conscientes de las nuevas tendencias del mercado que les hace buscar destinos que cumplan con estas características.

Cuestionario Estructurado para los encuestados

Pregunta 5: ¿Con qué frecuencia le gusta salir de viaje?

Tabla 9.
Frecuencia con la que salen de viaje

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Cada fin de semana	35	23.6
	Feridos importantes del país	61	41.2
	Vacaciones escolares	48	32.4
	Nunca	4	2.7
	Total	148	100.0



Figura 27. Frecuencia con la que salen de viaje

Análisis: Del 100% de las encuestas el 23,65% prefiere salir de viaje cada fin de semana, el 41,22% prefiere salir de viaje en los feriados importantes del país, el 32,43% le gusta salir de viaje en la época de vacaciones escolares y el 2,70% no prefiere salir de vacaciones.

Interpretación: En la Ciudad del Puyo la mayor parte de las personas prefiere salir de viaje en los diferentes feriados importantes del país o en las vacaciones escolares y también ven como una opción los fines de semana para viajar a lugares cercanos, este indicador permite determinar que la Comunidad sí contará con visitantes debido a las características cercanas a al Puyo.

Pregunta 6: ¿Cuándo sale fuera de su ciudad usted prefiere viajar?

Tabla 10.
Preferencia al momento de viajar

Válidos		Frecuencia	Porcentaje
Solo		20	13.5
Familiares		30	20.3
Amigos		74	50.0
Tour Organizado		24	16.2
Total		148	100.0



Figura 28. Preferencia al momento de viajar

Análisis: Del 100% de las encuestas el 13,51% prefiere viajar solo, el 20,27% le gusta viajar con su familia, el 50% con amigos y el 16,22% en un tour organizado.

Interpretación: Al momento de viajar la gran mayoría de personas buscan viajar acompañados específicamente con amigos debido a la mayor apertura que tienen para realizar actividades de recreación y aventurarse en el lugar de destino, otro grupo prefiere viajar con sus familiares cuando salen de la ciudad de esta forma comparten tiempo calidad entre ellos, algunos prefieren confiar en tours organizados y viajar con otras personas para conocer amigos y un grupo minoritario prefiere ir solo y descubrirse en el viaje.

Pregunta 7: ¿En qué rango de ingresos económicos que encuentra usted?

Tabla 11.
Ingresos económicos de la demanda

Válidos		Frecuencia	Porcentaje
	Menos de 360	52	35.1
	De 361 hasta 500	59	39.9
	De 501 hasta 700	24	16.2
	De 701 hasta 1000	11	7.4
	Más de 1000	2	1.4
	Total	148	100.0



Figura 29. Ingresos económicos de la demanda

Análisis: Del 100% de las encuestas el 35,14% tiene un ingreso económico menor a \$360 dólares %, el 39,86% tiene un ingreso económico entre \$361 y \$500 dólares, el 7,43% tiene un ingreso de \$701 hasta \$1000 dólares y un 1,35% tiene un ingreso económico de más de \$1000 dólares.

Interpretación: La mayor parte de personas que se encuentran en la demanda potencial tiene un ingreso económico entre los \$361 hasta los \$700 dólares significa que sí pueden costear alternativas de actividades dedicadas al turismo.

Pregunta 8: ¿Cuál es su actividad preferida al momento de elegir un destino turístico?

Tabla 12.

Actividades preferidas al momento de elegir un destino turístico

	Frecuencia	Porcentaje
Válidos Observar flora y fauna	42	28.4
Gastronomía local	48	32.4
Disfrutar el paisaje y naturaleza	40	27.0
Hacer deporte (inc. Deportes extremos)	11	7.4
Involucrarse con la comunidad	7	4.7
Total	148	100.0

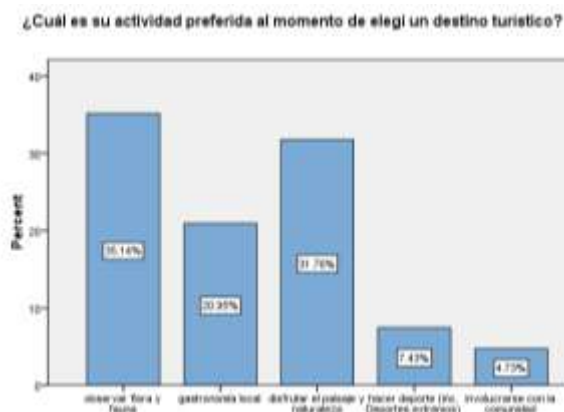


Figura 30. Actividades preferidas al momento de elegir un destino turístico

Análisis: Del 100% de las personas encuestadas el 35,14% prefiere al momento de salir observar la flora y la fauna del lugar, el 20,95% prefiere degustar la gastronomía local, el 31,76% prefiere disfrutar del paisaje y de la naturaleza, el 7,43% le gusta realizar deportes incluidos los de tipo extremo y el 4,73% prefiere convivir con la comunidad del lugar donde visitan.

Interpretación: En su mayoría las personas prefieren actividades de tipo natural como observar la flora, la fauna, disfrutando del paisaje y la naturaleza del lugar, también les gusta degustar la gastronomía local, esto sirve como referencia para proponer actividades aceptadas por la demanda.

Pregunta 9: ¿Conoce usted la Comunidad San Miguel de Llandia en la Parroquia Teniente Hugo Ortiz?

Tabla 13.
Conoce la Comunidad San Miguel de Llandia

		Frecuencia	Porcentaje
Validos	Si	96	64.9
	No	52	35.1
	Total	148	100.0

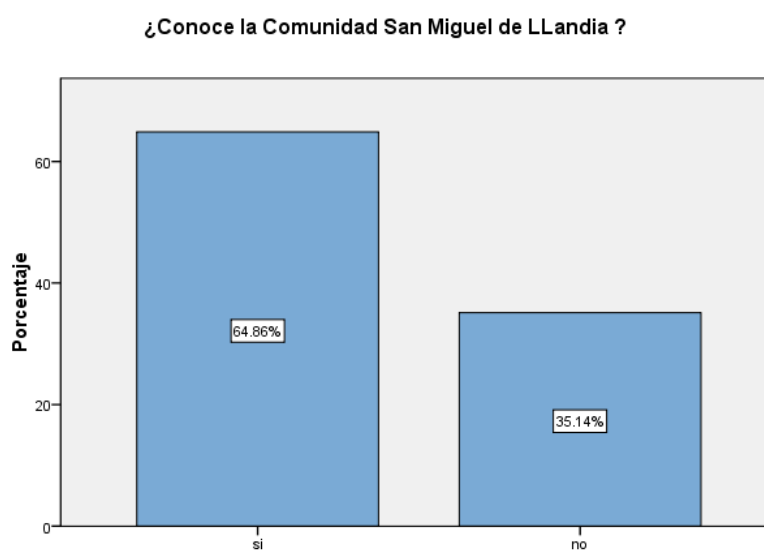


Figura 31. Conoce la Comunidad San Miguel de Llandia

Análisis: Del 100% de encuestas el 52% si conoce la Comunidad San Miguel de Llandia y el 48% no conoce la Comunidad.

Interpretación: La mayor parte de personas encuestadas conoce la Comunidad San Miguel de Llandia que es de gran ayuda para la propuesta de cualquier actividad sería muy fácil llegar al lugar.

Pregunta 10: En caso de ser su respuesta positiva, ¿con cuánta frecuencia visita el lugar?

Tabla 14.
Frecuencia con la que visita San Miguel de Llandia

		Frecuencia	Porcentaje
Validos	Poco	41	27.7
	Ocasionalmente	66	44.6
	Siempre	41	27.7
	Total	148	100.0

En caso de ser su respuesta positiva, ¿con cuánta frecuencia visita el lugar?

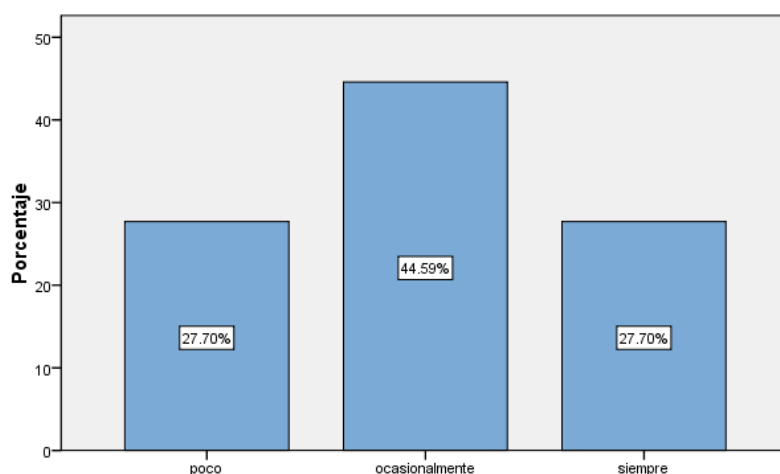


Figura 32. Frecuencia con la que visita San Miguel de Llandia

Análisis: Del 100% de las encuestas el 27,70% visita muy poco la comunidad, el 44,59%, visita ocasionalmente la comunidad y el 27,70% visita siempre la comunidad San Miguel de Llandia.

Interpretación: La mayor parte de personas visita ocasionalmente la Comunidad San Miguel de Llandia esto puede ser una oportunidad junto a las personas que visitan regularmente el lugar para generar actividades que permitan desarrollar el lugar en la parte turística.

Pregunta 11: Indique ¿cuál de los siguientes lugares le gusta visitar cuando sale de viaje?

Tabla 15.

Lugares de preferencia al salir de viaje

	Frecuencia	Porcentaje
Cascadas	77	52.0
Riveras de ríos	64	43.2
Fincas agrícolas	7	4.7
Válidos	Total	148
		100.0

Indique ¿cuál de los siguientes lugares le gusta visitar cuando sale de viaje?

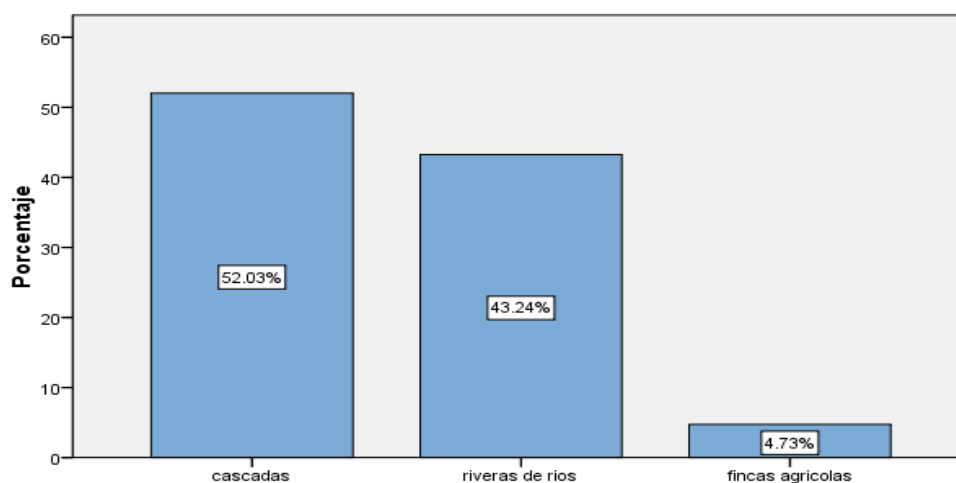


Figura 33. Frecuencia con la que visita San Miguel de Llandia

Análisis: Del 100% de las encuestas el 52,03% cuando sale le gusta visitar lugares donde exista cascada, el 43,24% le gusta ir a lugares donde tengan riveras de ríos y el 4,73% le gusta ir a lugares con fincas agrícolas.

Interpretación: A la mayoría de los encuestados les gusta salir a lugares naturales como cascadas y riveras de ríos, esto es muy favorable porque en la Comunidad existen varios lugares con similares características que se puede aprovechar para que las personas visiten en Llandia.

Pregunta 12: A su criterio ¿Califique en escala del 1 al 5 la importancia de la infraestructura turística dentro de un sector turístico?

Tabla 16.
Califique la importancia de la infraestructura en el sector turístico

		Frecuencia	Porcentaje
Validos	Alimentación	38	25.7
	Servicios Básicos	29	19.6
	Vías de Acceso	35	23.6
	Hospedaje	22	14.9
	Áreas de Recreación	24	16.2
	Total	148	100.0

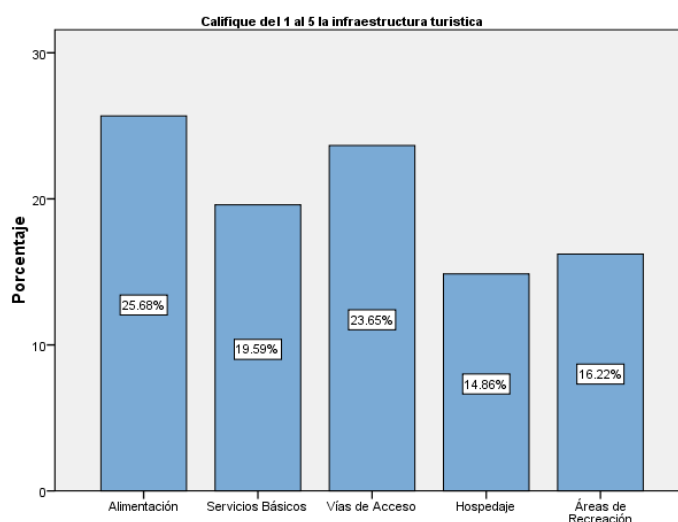


Figura 34. Califique la importancia de la infraestructura en el sector turístico

Análisis: Del 100% de encuestados el 25,68% piensa que la alimentación es lo más importante que debe existir en lugar, seguido del 23,65% que piensa que es muy importante contar con excelentes vías de acceso, el 19,59% piensa que los servicios básicos dentro de la comunidad es lo más importante y el 16,22% opina que lo más importante es contar con áreas de recreación y por último el 14,86% piensa que el hospedaje es necesario en un lugar a visitar.

Interpretación: De acuerdo a las prioridades de las personas, para que un lugar pueda desarrollarse desde el punto de vista turístico debe contar primordialmente con lugares de alimentación donde puedan encontrar diferentes tipos de comida y bebidas, muchas de las personas no les gusta viajar con alimentos y buscan lugares donde abastecerse para sus salidas, las vías de acceso en buen estado es otro importante punto de esta forma facilita al turista su traslado ya sea en transporte público o privado, seguido de lugares para recrearse donde puedan disfrutar a plenitud del paisaje, realizar diversas actividades y encontrar un momento de relax, el hospedaje no le consideran muy necesario cuando los lugares son cercanos a su hogar, la mayoría de las personas regresan al finalizar el día a sus respectivos hogares.

Pregunta 13: ¿Qué medios de transporte prefiere al momento de trasladarse a un destino turístico?

Tabla 17.

Medios de transporte que usa para trasladarse algún destino turístico

		Frecuencia	Porcentaje
Validos	Transporte publico	28	18.9
	Transporte privado	120	81.1
	Total	148	100.0

¿Qué medios de transporte prefiere al momento de trasladarse a un destino turístico?

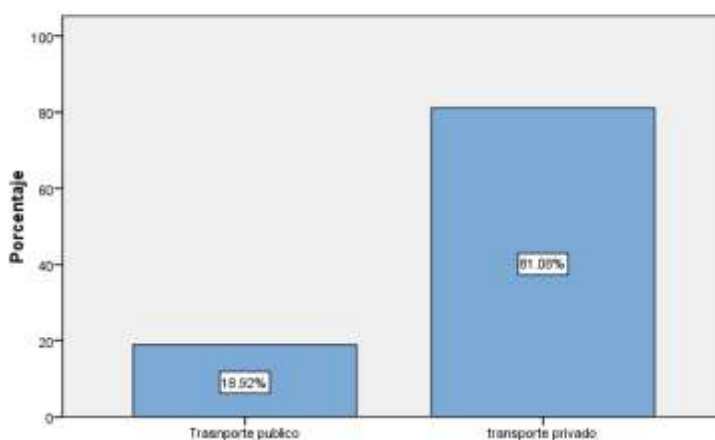


Figura 35. Medios de transporte que usa para trasladarse algún destino turístico

Análisis: Del 100% de las personas encuestadas el 18,92% usa transporte público para trasladarse a un destino turístico y el 81,08% utiliza transporte privado.

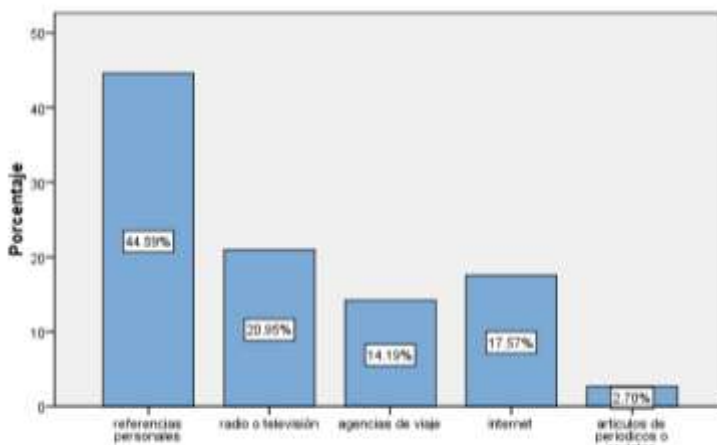
Interpretación: Como la mayor parte de personas usa transporte privado para llegar a destinos turísticos, motiva a las autoridades a mantener en buen estado las vías de acceso y sobre todo buscar la forma señalar correctamente los tramos para que los turistas puedan acceder a la comunidad sin perderse, visitar la misma y en lo posterior recomendar que visiten Llandia

Pregunta 14: Cuando usted viaja ¿cómo selecciona el lugar turístico de su preferencia?

Tabla 18.
Referencias para escoger un destino turístico

	Frecuencia	Porcentaje
Válidos Referencias personales	66	44.6
Radio o televisión	31	20.9
Agencias de viaje	21	14.2
Internet	26	17.6
Artículos de periódicos o revistas	4	2.7
Total	148	100.0

¿Cuándo usted viaja cómo selecciona el lugar turístico de su preferencia?



¿Cuándo usted viaja cómo selecciona el lugar turístico de su preferencia?

Figura 36. Referencias para escoger un destino turístico

Análisis: Del 100% de las encuestas el 44,59% viaja a un lugar de acuerdo a las referencias personales adquiridas por otras personas, el 20,95% planifica sus viajes de acuerdo a las referencias que dan en televisión y radio, el 17,195 escoge según las opciones que entrega el internet, el 14,19% acude a una agencia de viajes para que le asesoren para visitar un destino y el 2,70% escoge su lugar a visitar leyendo en revistas o periódicos.

Interpretación: La mayor parte de personas viajan a un destino gracias a las referencias personales, es aquí la importancia de tratar bien a todos los turistas que llegan a la comunidad, también nos indica que una forma para poder promocionar Llandia, otra sería el uso de redes sociales o páginas de internet.

ENCUESTA APLICADA A LA PARTICIPANTES

La investigación aplicada a los participantes se realizó en base a las fincas existentes en la Comunidad San Miguel de Llandia, tomando en cuenta a los propietarios que deseen participar en proyectos de tipo turístico como parte del desarrollo local.

En base a esto tenemos los siguientes participantes:

Datos informativos de los participantes

Pregunta 1: ¿Cuál es su género?

Tabla 19.

Género

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Masculino	4	40.0
	Femenino	6	60.0
	Total	10	100.0

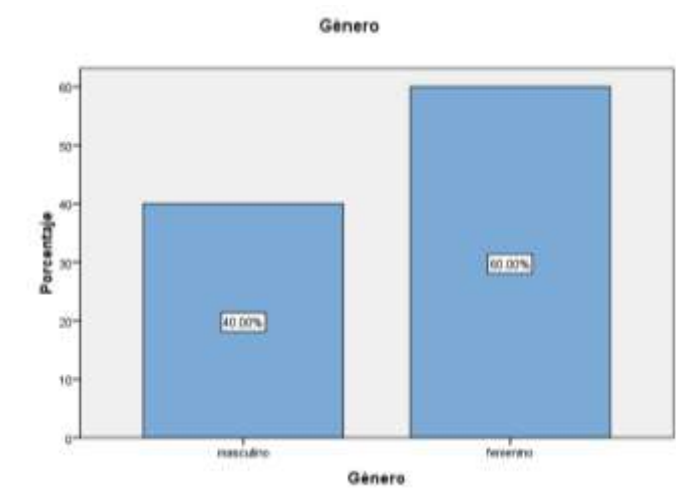


Figura 37. Género

Análisis: Del 100% de las encuestas aplicadas a los participantes el 40% son personas de género masculino y el 60% son personas de género femenino.

Interpretación: En la Comunidad San Miguel de Llandia la mayoría de personas que participaron en la encuesta son género femenino debido a que ellas poseen más tiempo libre y están motivadas a participar en actividades que promuevan el desarrollo de proyectos turísticos en la zona, y a su vez generarles un ingreso económico que les permita mejorar su calidad de vida.

Pregunta 2: ¿Cuál es su edad?

Tabla 20.
Edad

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	20-30 años	1	10.0
	31-40 años	5	50.0
	41-60 o más años	4	40.0
	Total	10	100.0

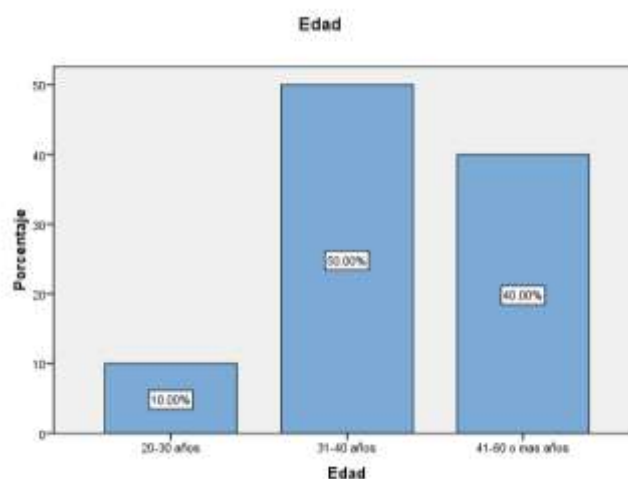


Figura 38. Edad

Análisis: Del 100% de las encuestas a los participantes el 10% van de una edad entre 20 a 30 años, el 50% va desde los 31 a los 40 años y del 40% van de una edad de 41 hasta 60 o más años.

Interpretación: La mayor parte de los participantes tiene una edad entre los 31 hasta los 40 años, en esta edad las personas son económicamente activas y están competentes para poder participar en actividades que ayuden a desarrollar Turismo Sostenible en la comunidad.

Pregunta 3: ¿Cuál es su nivel de estudios?

Tabla 21.

Nivel de Estudios

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Primaria	3	30.0
	Secundaria	5	50.0
	Superior	1	10.0
	Ninguna	1	10.0
	Total	10	100.0

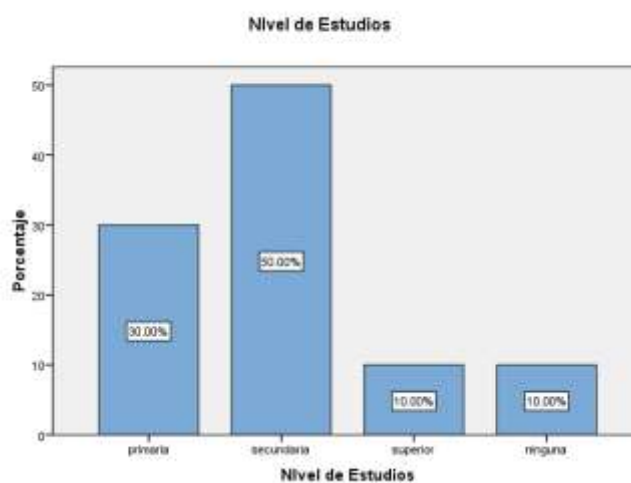


Figura 39. Nivel de Estudio

Análisis: Del 100% de las encuestas a los participantes el 50% tienen un nivel de estudios secundarios y el 30 % tiene primaria, el 10 % tiene superior y el otro 10% no tiene preparación académica.

Interpretación: La mayor parte de los participantes tienen educación secundaria esto da una ventaja competitiva al momento de capacitar a los locales en las diferentes estrategias de desarrollo local, incluso pueden contribuir con ideas para consolidar un mejor progreso local.

Cuestionario Estructurado a los Participantes

Pregunta 4: ¿Considera usted, que la implementación de actividades con fines turísticos en la Comunidad San Miguel de Llandia ayudará al desarrollo económico de la localidad?

Tabla 22.

Implementación de actividades turísticas en la Comunidad

Válidos	Si	Frecuencia	Porcentaje
		10	100.0



Figura 40. Implementación de actividades turísticas en la Comunidad

Análisis: Del 100% de las encuestas a los participantes consideran que es importante implementar actividades turísticas en la comunidad.

Interpretación: La totalidad de los participantes considera que es importante generar actividades turísticas, aprovechar las características establecidas, con el fin de mejorar la calidad de vida local y dinamizar la economía.

Pregunta 5: ¿Qué tipo de promoción considera que sería la más apropiada para dar a conocer la Comunidad San Miguel de Llandia?

Tabla 23.

Promoción Turística para la Comunidad

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Televisión	1	10.0
	Internet	4	40.0
	Ferias turísticas	5	50.0
	Total	10	100.0

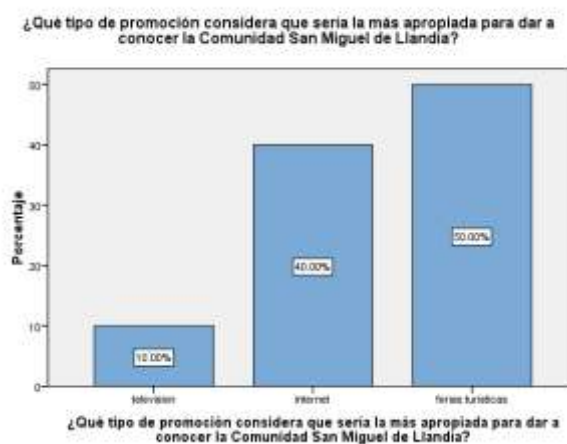


Figura 41. Promoción Turística para la Comunidad

Análisis: Del 100% de las encuestas a los participantes el 50% piensa que mediante ferias turísticas se puede promocionar a la comunidad, el 40% piensa que el internet es una buena forma de publicidad y el 10% piensa que el uso de televisión es una buena forma de llegar a las personas para promocionar el lugar.

Interpretación: La gran mayoría de participantes piensa que mediante las ferias turísticas que desarrolla el Ministerio de Turismo o el GAD Provincial de Pastaza a nivel local o nacional pueden contribuir para llegar directamente hacia los diferentes turistas potenciales logrando que lo visiten y fomentando el turismo en la comunidad.

Pregunta 6: ¿Tiene conocimiento de qué actualmente se está promocionando la Comunidad San Miguel de Llandia?

Tabla 24.

Actual Promoción de la Comunidad

		Frecuencia	Porcentaje
Validos	Si	4	40.0
	No	6	60.0
	Total	10	100.0

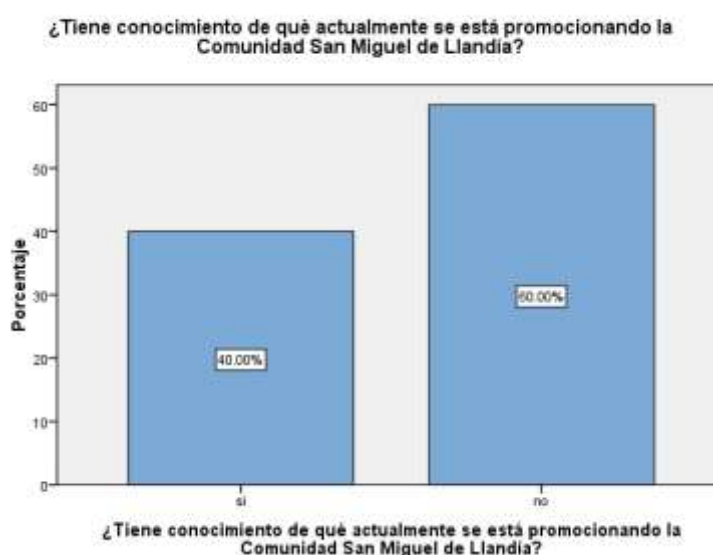


Figura 42. Actual Promoción de la Comunidad

Análisis: Del 100% de las encuestas a los participantes el 60% no sabe que se promociona la comunidad y el 40% si tiene conocimiento de que se está promocionado San Miguel de Llandia.

Interpretación: La mayor parte de los participantes desconoce que la comunidad se esté promocionada y una minoría tiene conocimiento de varios programas de tipo local que maneja instituciones como el ECORAE o GAD Provincial que se han realizado para dar a conocer el lugar en otros sectores aledaños.

Pregunta 7: ¿Le gustaría formar parte de programas que permitan desarrollar actividades turísticas dentro de la Comunidad San Miguel de Llandia con el fin de mejorar la dinámica local y utilizar los recursos naturales con los que cuentan?

Tabla 25.

Capacitación turística

Válidos		Frecuencia	Porcentaje
	Si	10	100.0

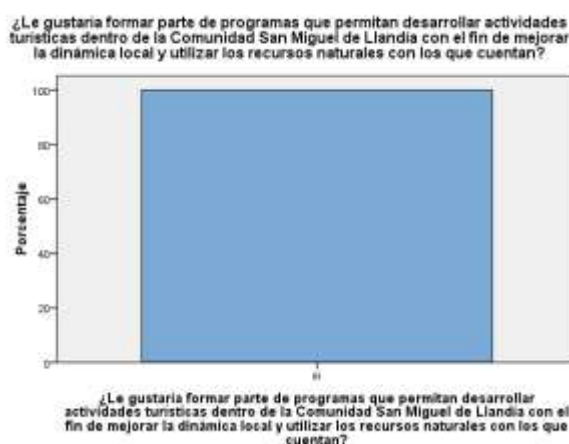


Figura 43. Capacitación Turística

Análisis: Del 100% de las encuestas a los participantes desean formar parte de programas que permitan desarrollar actividades turísticas para Llandia.

Interpretación: Toda la comunidad tiene la predisposición para asistir y capacitarse en los diferentes proyectos que se desea plantear para el desarrollo de las distintas fincas, estos programas que les permitirá generar actividades turísticas y mejorar su nivel de vida.

Pregunta 8: A su criterio califique en escala del 1 al 5 la infraestructura turística con la que cuenta la Comunidad San Miguel de Llandia

Tabla 26.

Infraestructura turística

		Respuestas		Porcentajes de Casos
		N	Porcentaje	
Infraestructura Turística	Deficiente	16	26.7%	160.0%
	Regular	10	16.7%	100.0%
	Bueno	14	23.3%	140.0%
	Muy bueno	9	15.0%	90.0%
	Excelente	11	18.3%	110.0%
Total		60	100.0%	600.0%
		a. Grupo		

MULTIPLE RESPUESTA DE GRUPOS (Variables)

Infraestructura Turística y Hospedaje

Infraestructura Turística y Alimentación

Infraestructura Turística y Recreación

Infraestructura Turística y Vías

Infraestructura Turística y Servicios Implementación Actividades

Análisis: Del 100% de las encuestas a los participantes el 26,7% piensa que la infraestructura turística en la comunidad es deficiente, el 16,7% opina que es regular, el 23,3% dice que es buena, el 15% opina que es muy buena y el 18,3% cree es que es excelente.

Interpretación: La mayor parte de los participantes opina que la infraestructura turística de San Miguel de Llandia es deficiente entendiéndose por infraestructura al conjunto entre Hospedaje, Alimentación, Recreación, Vías y Servicios Complementarios, si bien es cierto que tienen vías de acceso aceptables, es importante cubrir con el resto de características e implementar lo necesario de esta forma se trabajara en las necesidades existentes para recibir a los turistas.

Pregunta 9: A su criterio ¿Qué actividades serían importantes implementar para captar la atención de los turistas hacia la Comunidad San Miguel de Llandia?

Tabla 27.
Actividades que se deben implementar

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Caminatas	1	10.0
	Cabalgatas	4	40.0
	Camping	1	10.0
	Visitas guiadas por las fincas	4	40.0
	Total	10	100.0



Figura 44. Actividades que se deben implementar

Análisis: Del 100% de las encuestas a los participantes el 10% opina que se debe implementar actividades como caminatas, el 40% cabalgatas, el 10% áreas para camping y el otro 40% visitas guiadas por las fincas.

Interpretación: Los participantes piensan que la implementación de actividades como cabalgatas y visitas guiadas por las fincas existentes son acciones que tendrían una mayor acogida por los turistas y que les gustaría a los turistas, aparte de ser una forma de interactuar con el ambiente aprovechando los recursos de la zona.

Pregunta 10: ¿Cuál de los siguientes aspectos considera que es un limitante para el desarrollo turístico de la comunidad?

Tabla 28.

Limitantes para el desarrollo turístico

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Escasa planificación y difusión turística	5	50.0
	Limitada inversión turística	2	20.0
	Escasos técnicos en turismo	3	30.0
	Total	10	100.0

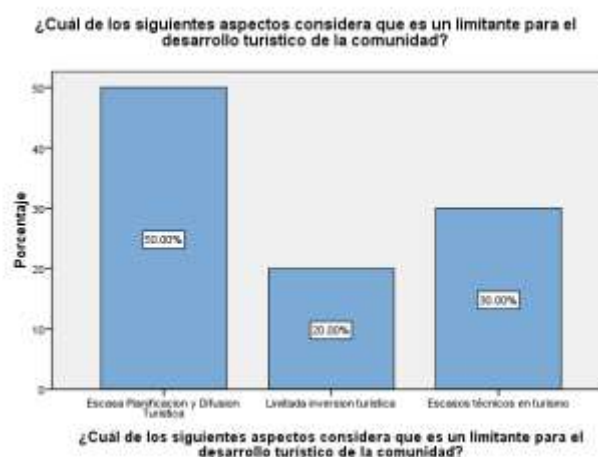


Figura 45. Limitantes para el desarrollo turístico

Análisis: Del 100% de las encuestas a los participantes el 50% opina que unos de los limitantes para desarrollar el turismo en la zona es la escasa planificación, el 20% opina que es falta de inversión y el 30% el no poseer con los suficientes técnicos en turismo.

Interpretación: La mayor parte de los participantes cree que al no tener una adecuada planificación de la zona se ha limitado a San Miguel de Llandia para desarrollar en el aspecto turístico, esto va de la mano con los escasos técnicos en turismo y la falta de inversión para desarrollar proyectos que realcen el turismo en la zona.

Pregunta 11: A su criterio ¿Cuál de los siguientes lugares es más concurrido por los visitantes que llegan a San Miguel de Llandia?

Tabla 29.
Lugares más visitados en la comunidad

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	La cascada Monterey	4	40.0
	Riveras del Río Llandia	2	20.0
	Fincas Agrícolas	4	40.0
	Total	10	100.0



Figura 46. Lugares más visitados en la comunidad

Análisis: Del 100% de los participantes el 40% piensa que la Cascada Monterey es un lugar muy concurrido por los visitantes de Llandia, el 20% opina que son las riveras del río Llandia y el otro 40% las fincas agrícolas.

Interpretación: Los participantes en su mayoría piensan que los lugares más visitados por los turistas son la cascada Monterey y las fincas agrícolas que puede ser un producto estrella seguido de las riveras del río Anzú y Llandia.

4.2. Verificación de Hipótesis

Tabla 30.

Resumen de procesamiento de casos

	Casos					
	Validos		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
¿Con qué frecuencia le gusta salir de viaje? **	148	100.0%	0	.0%	148	100.0%
¿Conoce la Comunidad San Miguel de Llandia?						

Cruce de preguntas: ¿Con qué frecuencia le gusta salir de viaje? **
¿Conoce la Comunidad San Miguel de Llandia? Tabulación cruzada

Tabla 31.

Cruce de Variables

¿Con qué frecuencia le gusta salir de viaje? * ¿Conoce la Comunidad San Miguel de Llandia?		¿Conoce la Comunidad San Miguel de Llandia?		Total
		Si	No	
¿Con qué frecuencia le gusta salir de viaje?	Cada fin de semana	20	15	35
	Feridos importantes del país	42	19	61
	Vacaciones escolares	31	17	48
	Nunca	3	1	4
Total		96	52	148

Tabla 32.
Pruebas de Chi-cuadrado

	Valor	Gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	1.523 ^a	3	.677
Razón de verosimilitud Asociación lineal por lineal N de casos válidos	1.516	3	.679
Chi-cuadrado de Pearson	.518	1	.472
Razón de verosimilitud Asociación lineal por lineal N de casos válidos	148		

a. 2 casillas (25,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 1,41.

Tabla 33.
Chi-cuadrado

Categoría	Frecuencia Observada	Frecuencia Esperada	$\frac{(F_o - F_e)^2}{F_e}$
¿Con qué frecuencia le gusta salir de viaje?	96	50	42,32
¿Conoce la Comunidad san Miguel de Llandia?	52	50	0,08
Total	148	100	42,40

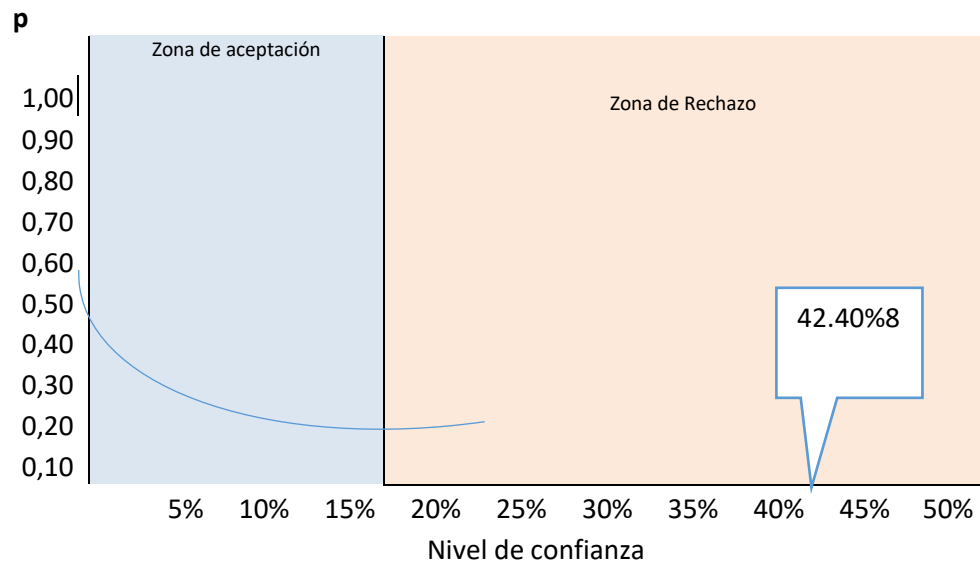


Figura 47. Chi-Cuadrado

4.3. Análisis General del Diagnóstico

Una vez analizado las encuestas realizadas y los resultados obtenidos, se puede tener un diagnóstico general de cómo se encuentra la Comunidad San Miguel de Llandia con el fin de establecer una propuesta acorde a las necesidades existentes.

Para poder tener una expectativa completa de la Comunidad se basó las encuestas desde dos puntos de vista el primero de la demanda potencial que debido a las características del lugar en su mayoría son nacionales y segundo los actores locales que desean participar en emprendimientos turísticos.

Se puede concluir que la mayor parte de personas entrevistadas como demanda potencial son hombres y van en un rango entre los 20 y 30 años de edad, poseen un ingreso económico medio alto y su principal motivación al viajar son los principales feriados del país con un 41,2% para salir de su zona de confort y el 23,60% de salir los fines de semana para trasladarse a lugares cercanos, este punto es muy importante porque dada la cercanía del lugar hacia la ciudad del Puyo se puede aplicar actividades llamativas para que lo visiten los fines de semana, también nos permite tener una percepción clara que el tiempo de visita hacia la comunidad debe ser corto por lo que se puede establecer paquetes principalmente de un día.

Otro punto importante es apreciar que a la mayoría de las personas buscan lugares tranquilos y naturales para despejar su mente esto significa el 28,40%, características que encajan perfectamente con la comunidad y que al momento de viajar la preferencia del 50% es hacerlo con amigos y el 20,30% con la familia, este indicador nos ayuda a establecer actividades recreativas que llamen la atención a estos segmentos.

En cuanto al desarrollo de la localidad se estableció que los principales limitantes es la escasa planificación y difusión de las actividades en un 50% y la escasa presencia de técnicos en el área de turismo en un 30% los mismos que sirven de guía para desarrollar proyectos en la zona, otro punto

es que toda la comunidad en un 100% desea participar activamente de cualquier tipo capacitación con el fin de desarrollarse en el sector turístico.

La comunidad en la actualidad cuenta con una infraestructura deficiente porque no posee lugares de alimentación o recreación, sin embargo en el resto de componentes de la infraestructura son aceptables permitiendo implementar actividades recreativas que permita desarrollar Turismo Sostenible y de esta forma promocionar el lugar con el fin que de los turistas conozcan y se dinamice la economía del sector.

CAPÍTULO V

PROPUESTA

El Plan de Dinamización para fomentar Turismo Sostenible en la Comunidad San Miguel de Llandia, tiene como bases un diagnóstico, cuyo resultado permitió conocer el estado de los diferentes recursos naturales de la zona, además se conoció las necesidades específicas de la población y lo que se está desarrollando actualmente en el lugar con el fin de plantear estrategias que permitan establecer parámetros en la comunidad y de esta forma lograr una dinamización en los aspectos social, ambiental , social y económico.

Posteriormente se realizó la Guía Metodológica para la Identificación, Organización y Formación de Zonas Rurales en Turismo Sostenible que permitan a la comunidad desarrollarse y capacitarse en el ámbito del Turismo Sostenible y de esta forma obtener buenos resultados en cualquier tipo de emprendimiento que deseen empezar y sobre todo mejorar su estilo de vida actual.

5.1. Datos Informativos

Título: Plan de Dinamización para Fomentar Turismo Sostenible en la Comunidad San Miguel de Llandia

Macro localización:

Provincia: Pastaza

Cantón: Pastaza

La Provincia de Pastaza está ubicada en la Amazonia Ecuatoriana, es la más grande del Ecuador con una extensión de 29.773,70 Km², recibe su nombre por el Río Pastaza principal afluente de la zona, limita al norte con las Provincia de Napo y Orellana, al sur con Morona Santiago, al este con Perú y al Oeste con Tungurahua.

Conformada por 4 cantones que son Arajuno, Mera, Pastaza y Santa Clara; el cantón Pastaza está compuesto por una parroquia urbana que es la ciudad del Puyo además de cabecera cantonal y 14 parroquias rurales que son: Canelos, Diez de Agosto, Fátima, Montalvo (Andoas), Pomona, Río Corrientes, Río Tigre, Sarayacu, Simón Bolívar, Tarqui, Teniente Hugo Ortiz, Veracruz, El Triunfo, Chuwitayu.



Figura 48 Mapa de Pastaza

Fuente: (GAD Parroquial Teniente Hugo Ortiz, 2015)

Meso localización:

Parroquia: Teniente Hugo Ortiz

La parroquia Rural Teniente Hugo Ortiz está ubicada en el Cantón Pastaza en el km 18 vía al Tena, limita al norte con la Parroquia San José del Cantón Santa Clara, al sur Parroquia Fátima, Diez de Agosto, El Triunfo, al este Parroquia El Triunfo y al oeste Parroquia Mera del Cantón Mera, tiene una extensión de terreno 10.497,36 Ha.

La parroquia está formada por 11 comunidades que son: San Pablo de Allisungo, Llandia, Boayacu, Gavilán del Anzú, San Miguel de Llandia, La Mariscal, La Unión de Llandia, Allisungo, Palma Roja, El Dorado y el Casco Parroquial.



Figura 49. Mapa de Teniente Hugo Ortiz

Fuente: (GAD Parroquial Teniente Hugo Ortiz, 2015)

Micro localización:

Comunidad: San Miguel de Llandia

La Comunidad se encuentra ubicada en el km 21 vías al Tena, al norte el Bellandia al este San José, al oeste Llandia y al sur la Cabera Parroquial, tiene una extensión de 656 ha. Aproximadamente, su población en su mayoría son mestiza pero existe un grupo minoritario del pueblo shuar.

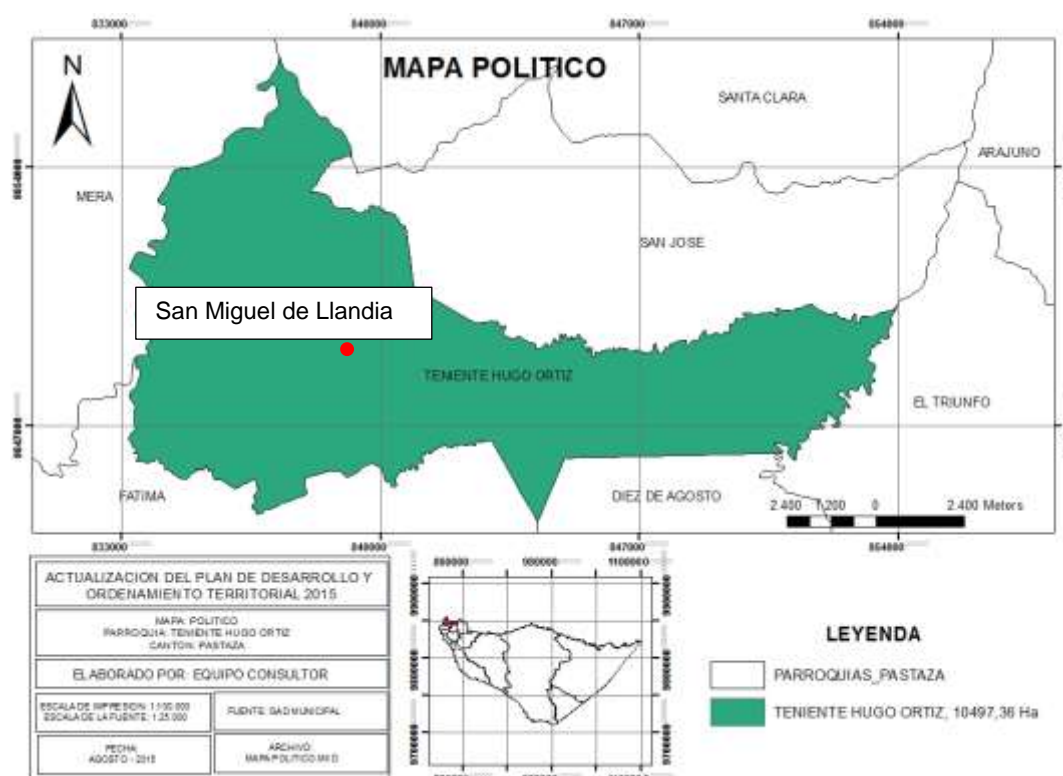


Figura 50. Mapa de la Comunidad San Miguel de Llandia

Fuente: (GAD Parroquial Teniente Hugo Ortiz, 2015)

5.1.1. Antecedentes de la propuesta

Una vez tabulados los diferentes resultados de la investigación realizada en la Comunidad San Miguel de Llandia que pertenece a la Parroquia Rural Teniente Hugo Ortiz del Cantón Pastaza, se determina que la falta de una guía para la localidad si afecta en el aprovechamiento de los diferentes recursos naturales con los que cuenta el sector, esto ha generado que no se desarrolle ningún proyecto de relevancia en el sector turístico desperdiciando la oportunidad de obtener ingresos a través del turismo.

La Amazonia Ecuatoriana se ha destacado por diversidad en flora y fauna, además de contar con pueblos ancestrales que mantienen viva e intacta su cultura, todos estos factores han contribuido para que varias zonas desarrollen diferentes tipos de turismo enfocados en los ejes de Turismo Sostenible dando apertura a las diferentes Comunidades a enfocar sus actividades diarias en generar un Turismo consiente y amigable con el ambiente.

Esto se encuentra respaldado por los cambios que se están desarrollando en la matriz productiva del país y en su marco político se ha establecido que el Turismo Sostenible es un eje fundamental para mejorar el país.

La comunidad de San Miguel de Llandia no se queda atrás al ser un lugar privilegiado por ubicación y fácil acceso, además posee los servicios básicos necesarios para desarrollar acciones de tipo recreativo que se recopilen en proyectos que permitan dinamizar la economía local a través del turismo.

Y lo más importante la mayoría de pobladores dueños de las diferentes fincas de la zona está de acuerdo con la realización de un Plan de Dinamización que permita fomentar Turismo Sostenible en base a diferentes estrategias que contribuyan aprovechar los atractivos naturales de la zona.

5.1.2. Justificación

La creación de este Plan contribuirá al adelanto de este lugar además que tendrá como beneficiarios a la comunidad ya que ayudará a generar empleos, mejorar su economía y crear emprendimientos dentro de las fincas ubicadas en el sector con una visión de Sostenibilidad aprovechando los recursos naturales que esta zona tiene y así San Miguel de Llandia se convierta en un punto de visita por los turistas que viajan a la Provincia de Pastaza.

Por eso el Plan de Dinamización Turístico para fomentar Turismo Sostenible, se basa en los tres ejes fundamentales, que son el económico, social y ambiental, creando una armonía combinada con estabilidad en las acciones propuestas para poder aplicarlas en la comunidad, los mismos están enfocados en los lineamientos del Plan Nacional del Buen Vivir y basados en la Actividad Turística.

5.1.3. Objetivos

Objetivo General

Realizar la propuesta de un Plan de Dinamización para el fomento del Turismo Sostenible en la comunidad San Miguel de Llandia con el fin el de promover la actividad turística local.

Objetivo Específicos

- Identificar los lineamientos que permitan desarrollar el Plan de dinamización turística.
- Elaborar una propuesta en base a los diferentes componentes del mercado turístico.
- Realizar un boceto del entregable para la capacitación en Identificación, Organización y Formación de Zonas Rurales en Turismo Sostenible.

5.1.4. Fundamentación de la propuesta

La parroquia Teniente Hugo Ortiz es considerada como un lugar Agro productivo por sus extensas tierras fértiles, compuesta de 9 caseríos principales, este sector está dedicado al cultivo y exportación de la papa china y la panela pero también posee un gran potencial turístico con los múltiples recursos naturales y culturales que allí se localizan.

Bajo este contexto la comunidad que resalta por estas características es San Miguel de Llandia donde sus principales fuentes de ingreso son el cultivo de papa china, naranjilla, caña de azúcar y sus derivados como la panela líquida, granulada y en bloques, además de actividades pecuarias, este lugar tiene una gran ventaja ya que está atravesada por dos principales ríos como son el Anzú y el Llandia, los mismos que proveen de agua y hacen que el lugar resalte por su verde vegetación, en el lado turístico el caserío cuenta con un potencial como la cascada Monterrey, Río Anzú, Río Llandia, un dique en construcción cercano al lugar, y centrales paneleras entre los principales aparte de un sin número de lugares donde se puede apreciar la flora y la fauna de la zona.

5.2. Diseño de la propuesta

5.2.1. Identidad del territorio

La identidad territorial es el reconocimiento colectivo que se da por parte de los actores locales y demanda potencial, esto se logra a través de una imagen que capture la esencia del lugar y globalice la idea que se desea proyectar.

5.2.2. La marca principal que defina el producto turístico

Para poder definir un producto turístico es necesario evaluar distintos factores como los recursos con los que cuenta la zona, el equipamiento, la infraestructura, las actividades recreativas que pueden desarrollarse en el lugar, después de obtener los resultados de la encuesta aplicada en San Miguel de

Llandia se puede concluir que la zona se puede desarrollar Turismo Sostenible y sus líneas afines como Ecoturismo, Turismo Rural y Turismo de Aventura.

Es por este motivo que se debe buscar una marca que englobe todos estos conceptos con el fin que se pueda utilizar en los diferentes medios de promoción y a su vez las personas puedan identificar fácilmente la zona con visualizarlo identificando qué tipo de actividades pueden realizar y que atractivos van encontrar.

Al describir a San Miguel de Llandia lo que más resalta es su abundante vegetación, sus ríos, cascadas, productos que se siembran y cosechan en la zona, unificando todos estos elementos el resultado es la siguiente imagen, la misma que refleja lo más sobresaliente de la Comunidad y es atractivo visualmente.

Sobresale el color verde porque su significado es orgánico y crecimiento y en la Comunidad los principales cultivos agrícolas encajan con estas características se resaltó la Caña de Azúcar, La Papa China y el Té Verde.

Otro factor de relevancia es la Cascada al ser una de las características de San Miguel de Llandia, se ocupó el color marrón para definir constancia combinado con el azul del agua y la vegetación de la zona.

La tipografía es imprenta para denotar claridad y precisión en el mensaje y el color negro aporta elegancia y formalidad, en si la marca describe la Sostenibilidad del lugar.



Figura 51. Marca Turística de la Comunidad San Miguel de Llandia

5.2.3. La puesta en valor de los atractivos inventariados

Para poder generar un valor a los atractivos turísticos es importante implantar material de difusión que puedan ser entregado fácilmente, para San Miguel de Llandia se utilizó la creación de una página en una red social muy conocida que permita llegar a las diferentes personas y puedan conocer las diferentes actividades que pueden realizar al momento de visitar el lugar.

5.2.4. Los productos turísticos diseñados

Tomando en cuenta los atractivos potenciales que tiene la Comunidad se ha desarrollado varias alternativas de actividades recreativas que pueden realizar los diferentes turistas que llegan a la misma.

Tabla 34.
Paquete Turístico para la Comunidad San Miguel de Llandia

Paquete: Excursión Cascadas Monterrey			
Duración : 1 día (Full Day)	Carácter: Natural	Dificultad: Medio	
Idioma de Guianza: Español	Estilo: Circuito		
Centro de Operaciones: San Miguel de Llandia			
Itinerario Técnico			
Día	Hora	Actividades	
1	07h00	Traslado a la Comunidad desde la parte externa de la Universidad Estatal Amazónica.	
	07h20	Llegada a Comunidad San Miguel de Llandia.	
	07h30	Desayuno en la casa de Hospedaje ubicada a la entrada de la comunidad.	
	08h15	Traslado a la Entrada de la Finca Monterrey aproximadamente 15 minutos en carro, durante el recorrido se podrá apreciar los diferentes cultivos de la zona.	
	08h30	Reunión en la entrada de la Finca Monterrey, indicaciones generales. **Durante el recorrido el guía local explicara los diferentes tipos de flora y fauna que se observaran, será una dinámica interactiva, se recomienda a los turísticas llevar ropa ligera y botas.	
	9h30	Después de una hora de caminata se llega a la Cascada Monterrey. *En la cascada se dará tiempo a los turistas para que puedan recrearse nadando o a su vez explorando las diferentes zonas cercana	
	11h30	Salida a las riveras del Río Anzú	
	11h50	Llegada al Río Anzú después de una caminata de 20 minutos. **En este hermoso lugar los turistas recibirán un pequeño box lunch y podrán realizar actividades como fotografía panorámica o refrescarse en las orillas del río.	
	12h30	Salida de la Finca Monterrey *La salida se lo realizara por el segundo secundario, tiempo estimado 2 horas hasta regresar al punto de origen.	
	14h00	Llegada a la entrada de la Finca Monterrey y traslado a la casa de hospedaje, donde les recibirán con un rico almuerzo. **Fin de los Servicios**	
	Incluye:	Desayuno típico de la zona, box lunch, guía local	
	No incluye:	Lo no especificado en el programa.	
	Requisitos para la visita:	Ropa cómoda y ligera, documentos personales, protector solar, loción anti-mosquitos, gafas, cámara fotográfica, terno de baño, toalla, pocho de aguas, gorra y bebidas.	
	Restricciones para la visita:	Objetos de valor	
Precio:	Adultos	\$ 30.00 dólares	
	Niños menores de 12 años	\$ 25.00 dólares	
	Tercera edad	\$ 25.00 dólares	

Circuito “Excursión Cascadas Monterrey” (Finca Monterrey, Cascada Monterrey, Río Anzú)



Figura 52. Croquis de la ruta “Excursión Cascadas Monterrey”

Tabla 35.

Tabla de Costos del Paquete Turístico “Excursión Cascadas Monterrey” en base a un grupo de 10 personas

ACTIVIDAD	NÚMERO	PRECIO UNIT.	PRECIO TOTAL
Buseta de Traslado. Precio por viajes	4	30.00	120.00
Desayuno	10	3.00	30.00
Box Lunch	10	2.00	20.00
Almuerzo	10	3.50	35.00
Guía por 1 día	10		50.00
COSTO NETO			255.00
MARGEN DE UTILIDAD DEL 20%			51.00
PRECIO TOTAL			306.00
PRECIO POR PERSONA			30,00

El precio por personas de USD 30.00 por persona para niños y tercera edad existirá un descuento del 15% precio final USD 25.00

Tabla 36.

Paquete Turístico para la Comunidad San Miguel de Llandia

Paquete: "Vive El Agroturismo"		
Duración : 1 día (Full Day)	Carácter: Natural	Dificultad: Fácil
Idioma de Guianza: Español		Estilo: Recorrido
Centro de Operaciones: San Miguel de Llandia		
Itinerario Técnico		
Día	Hora	Actividades
1	07h40	Traslado a la Comunidad desde la parte externa de la Universidad Estatal Amazónica.
	08h00	Llegada a Comunidad San Miguel de Llandia.
	08h15	Actividades en las diferentes fincas y recolección de alimentos. Tour para conocer y recolectar productos de la zona. *Los productos recolectados si el turista desea comprarlo lo deberá negociar directamente con el propietario de la finca.
	12h30	Traslado a la casa de hospedaje y charla sobre Sostenibilidad y cuidado del medio ambiente.
	13h00	Almuerzo típico de la zona.
	14h00	Traslado al Rio Llandia aproximadamente a 5 minutos
	14h05	Visita al Río Llandia *En el rio Llandia se podrá realizar actividades como nadar, o pasear en las boyas en el pequeño dique.
	16h30	Fin de los servicios
	Incluye:	Almuerzo y guía local
	No incluye:	Lo no especificado en el programa.
Requisitos para la visita:	Ropa cómoda y ligera, protector solar, loción anti-mosquitos, gafas, cámara fotográfica, terno de baño, toalla, pocho de aguas, gorra y bebidas.	
Restricciones para la visita:	Objetos de valor	
Precio:	Adultos	\$ 27.00 dólares
	Niños menores de 12 años	\$ 23.00 dólares
	Tercera edad	\$ 23.000 dólares

Recorrido “Vive El Agroturismo” (San Miguel de Llandia, Fincas Agrícolas, Río Llandia)



Figura 53. Croquis de la ruta “Vive El Agroturismo”

Tabla 37.

Tabla de Costos del Paquete Turístico “Vive El Agroturismo” en base a un grupo de 10 personas

ACTIVIDAD	NÚMERO	PRECIO UNIT.	PRECIO TOTAL
Buseta de Traslado. Precio por viajes	4	30.00	120.00
Desayuno	10	3.00	30.00
Almuerzo	10	3.50	35.00
Guía por 1 día	10		40,00
COSTO NETO			225.00
MARGEN DE UTILIDAD DEL 20%			45.00
PRECIO TOTAL			270.00
PRECIO POR PERSONA			27.00

El precio por personas de USD 27.00 por persona para niños y tercera edad existirá un descuento del 15% precio para este segmento USD 23.00.

Tabla 38.

Paquete Turístico para la Comunidad San Miguel de Llandia

Paquete: "Anzú Extremo"		
Duración : 1 día (Full Day)	Carácter: Natural	Dificultad: Difícil
Idioma de Guianza: Español		Estilo: Circuito
Centro de Operaciones: San Miguel de Llandia		
Itinerario Técnico		
Día	Hora	Actividades
1	06h40	Traslado a la Comunidad desde la parte externa de la Universidad Estatal Amazónica.
	07h00	Llegada a Comunidad San Miguel de Llandia.
	07h30	Desayuno en la casa de Hospedaje ubicada a la entrada de la comunidad.
	08h15	Traslado a la Entrada de la Finca Monterrey aproximadamente 15 minutos en carro, durante el recorrido se podrá apreciar los diferentes cultivos de la zona.
	08h30	Reunión en la entrada de la Finca Monterrey, indicaciones generales *caminata por el sendero pasando la cascada Monterrey tiempo estimado en el recorrido una hora.
	09h30	Llegada a las riveras del Rio Anzú, donde se podrá practicar rafting o a su vez práctica de pesca deportiva. (Incluye Equipos)
	11h30	Salida a las riveras del Rio Anzú *Box lunch y retorno a la entrada de la Finca Monterrey en caballos para acortar el camino
	12h00	Llegada a la entrada de la Finca Monterrey y traslado a la casa de hospedaje.
	12h20	Almuerzo típico de la zona **Fin de Servicios**
		Incluye:
	No incluye:	Lo no especificado en el programa.
	Requisitos para la visita:	Ropa cómoda y ligera, protector solar, loción anti-mosquitos, gafas, cámara fotográfica, terno de baño, toalla, pocho de aguas, gorra y bebidas.
	Restricciones para la visita:	Objetos de valor
	Precio:	Adultos \$ 40.00 dólares Niños menores de 12 años \$ 35.00 dólares Tercera edad \$ 35.00 dólares

Recorrido “Anzú Extremo” (San Miguel de Llandia, Fincas Agrícolas, Río Llandia)



Figura 54. Croquis de la ruta “Anzú Extremo”

Tabla 39.

Tabla de Costos del Paquete Turístico “Excursión Cascadas Monterrey” en base a un grupo de 10 personas

ACTIVIDAD	NÚMERO	PRECIO UNIT.	PRECIO TOTAL
Buseta de Traslado. Precio por viajes	4	30.00	120.00
Desayuno	10	3.00	30.00
Box Lunch	10	1.50	15.00
Almuerzo	10	3.00	30.00
Guía por 1 día	10		40,00
Equipo de Rafting	10	8,00	80.00
Caballos	10	3.00	30.00
COSTO NETO			345.00
MARGEN DE UTILIDAD DEL 20%			69.00
PRECIO TOTAL			414.00
PRECIO POR PERSONA			40,00

El precio por personas de USD 40,00 por persona para niños y tercera edad existirá un descuento del 15% el precio para estos grupos será de USD 35.00

5.2.5. La promoción

La promoción turística es muy significativa porque mediante ella se logra dar a conocer la Comunidad y los diferentes productos turísticos diseñados en base a la identidad del territorio y los atractivos que poseen.

Para que exista una buena promoción turística es importante tener en claro dos puntos:

1. Sensibilizar a los actores locales como a la demanda con la identidad territorial del lugar que se desea promocionar.
2. Escoger adecuadamente los instrumentos para llegar a la demanda ya que no todos los medios tienen la misma influencia sobre la sociedad.

En el caso de la Comunidad San Miguel de Llandia y basado en las encuestas realizadas el principal medio que las personas consideran al momento de escoger un destino turístico son las referencias personales.

Por este motivo es muy importante capacitar a la comunidad para que reciban de una forma cordial a las personas que visitan el lugar transmitiendo un mensaje positivo y logrando que más personas frecuenten la zona.

Otro medio que se puede utilizar para la promoción son las redes sociales y páginas web, para la comunidad es necesario contar con una página atractiva con información detallada de las actividades que se pueden realizar y de los lugares que se puede conocer, es por este motivo que se creó un perfil en la red social Facebook para llegar a las personas de forma rápida y gratuita.

La utilización de trípticos también es una forma de captar la atención de los turistas los mismos deben ser entregados en lugares donde exista mayor afluencia de turistas como las agencias de viaje o a su vez en ferias de turismo.

5.2.6. Todos los componentes de la oferta

Objetivos y Áreas de acción

A. Objetivos Recurso

Los objetivos de recurso engloban a todos los bienes y servicios que posee la comunidad de San Miguel de Llandia, los mismos que serán utilizados con fines turísticos.

Bajo este contexto los objetivos de recurso son los siguientes:

OBJETIVO: CREAR RUTAS TURÍSTICAS

Estrategias:

- Trazar rutas turísticas al interior de la Comunidad
- Crear convenios con la academia y GAD Parroquial para ofrecer pasantías en el área de ecoturismo.

Acciones:

- Inventario actualizado de los atractivos.
- Participación de la Academia conjunto a los Técnicos para trazar las rutas.
- Creación de un tríptico con las rutas turísticas finales.

Responsables:

- GAD Parroquial Teniente Hugo Ortiz
- Presidente de la Comunidad San Miguel de Llandia
- Representantes de la Academia
- Técnicos en Turismo

OBJETIVO: IMPLEMENTAR SEÑALETICA TURÍSTICA

Para poder implementar este tipo de señalética es necesario crear varias estrategias que permita su aplicación.

Estrategias:

- Ubicar puntos estratégicos para la señalización turística.

Acciones:

- Adquirir el material que será colocado como guías de señalización.
- Ubicar los senderos

Responsables:

- GAD Parroquial Teniente Hugo Ortiz
- Presidente de la Comunidad San Miguel de Llandia
- Técnicos en Turismo

OBJETIVO: IMPLEMENTAR FINCAS AGRO TURÍSTICAS**Estrategias:**

- Aprovechar las características Agro turísticas de la zona y el creciente interés por parte de la demanda en practicar este tipo de turismo.

Acciones:

- Apoyar a los actores locales para que puedan implementar sus fincas con fines turísticos.

- Dar a conocer a los turistas locales las características Agro turísticas que se pueden desarrollar en la Comunidad San Miguel de Llandia.

Responsables:

- GAD Parroquial Teniente Hugo Ortiz
- Presidente de la Comunidad San Miguel de Llandia
- MAGAP Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca.
- Técnicos en Turismo

OBJETIVO: PROMOCIONAR LA COMUNIDAD SAN MIGUEL DE LLANDIA A NIVEL PROVINCIAL Y NACIONAL.**Estrategias:**

- Actualizar la página web existente de la parroquia.
- Aprovechar la corriente turista que tiene la zona a través de la Infraestructura existente, la cual permite la conectividad local e internacional.

Acciones:

- Entregar información sobre el tipo de actividades recreativas que se puede practicar en los sitios turísticos de la Comunidad San Miguel de Llandia.
- Adecuar el área de hospedaje que tiene la comunidad para poder recibir a turistas.
- Crear convenios con el sector privado para inviertan en el mejoramiento de infraestructura de la comunidad.

Responsables:

- GAD Parroquial Teniente Hugo Ortiz
- Presidente de la Comunidad San Miguel de Llandia
- Sector Privado.
- Técnicos en Turismo

B. Objetivos de Oferta

La oferta está compuesta por todos los actores locales que van a prestar diferentes servicios a las personas que van a visitar la Comunidad San Miguel de Llandia, entre los principales objetivos tenemos:

OBJETIVO: CAPACITAR A LA COMUNIDAD SOBRE EL TURISMO SOSTENIBLE Y ATENCIÓN AL CLIENTE**Estrategias:**

- Planear un programa de capacitación al talento humano gracias al apoyo del Gobierno en el ámbito de Turismo Sostenible.
- Generar una Guía Sobre Identificación, Organización y Formación en Turismo Sostenible.
- Capacitar al Talento Humano de la Comunidad en el Área de Turismo Sostenible y Atención al Cliente

Acciones:

- Instruir a la comunidad sobre los atractivos turísticos existentes en la y las ventajas y cuidados que deben tener al momento de la promoción de los mismos.
- Asignar tareas específicas a los miembros de la comunidad con el fin de organizarles y de esta forma tener calidad en el servicio ofertado.

- Capacitar a la comunidad en temas de turismo comunitario y hospedaje rural para que puedan emprender micro emprendimientos.

Responsables:

- GAD Parroquial Teniente Hugo Ortiz
- Presidente de la Comunidad San Miguel de Llandia
- Representantes de la Academia
- Técnicos en Turismo
- Sector Privado

C. Objetivos de Demanda

Los objetivos de la demanda son los diferentes medios para captar la atención de los turistas y de esta forma visiten la comunidad, entre ellos tenemos:

OBJETIVO: VELAR POR LA SEGURIDAD DEL TURISTA**Estrategia:**

- Crear convenios con la Policía Nacional para que visite frecuentemente la comunidad.

Acciones

- Organización de Operativos comunidad y Policía Nacional para proteger al turista
- Capacitación a los pobladores para tratar bien a los turistas que ingresan a la parroquia.

Responsables:

- GAD Parroquial Teniente Hugo Ortiz
- Presidente de la Comunidad San Miguel de Llandia

- Representantes de la Policía Nacional
- Técnicos en Turismo

OBJETIVO: SELECCIONAR PERSONAL ESPECIALIZADO EN EL ÁREA DE TURISMO SOSTENIBLE

Estrategia:

- Buscar personal capacitado en el área de Turismo Sostenible para aprovechar la corriente turística que ya existe y disminuir el impacto en el factor ambiental.

Acciones

- Contratar personal especializado en Turismo Sostenible y Manejo de áreas rurales para que contribuya a mejorar el área de turismo.

. Responsables:

- GAD Parroquial Teniente Hugo Ortiz
- Presidente de la Comunidad San Miguel de Llandia
- Representantes de la Academia.
- Técnicos en Turismo

D. Objetivos de Servicio Comunitario

OBJETIVO: FORTALECIMIENTO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

Estrategias:

- Capacitación a los pobladores para tratar bien a los turistas que ingresan a la parroquia.
- Mejorar la Estructura Organizacional y la Capacitación de competencias en base al Turismo Sostenible.

- Actualizar el Plan de Desarrollo Local para la incorporación de los Productos Turísticos con visión Sustentable.

Acciones:

- Realizar reuniones periódicas para planificación turística.
- Destinar recursos económicos para técnicos en turismo.
- Generar un programa para la protección ambiental en áreas vulnerables.
- Establecer sanciones a quienes destruyen los recursos naturales de la Comunidad.

Responsables:

- GAD Parroquial Teniente Hugo Ortiz
- Presidente de la Comunidad San Miguel de Llandia
- Técnicos en Turismo

Tabla 37
Estrategias FO-FA-DO-DA De La Comunidad San Miguel De Llandia

ESTRATEGIAS FO-FA-DO-DA DE LA COMUNIDAD SAN MIGUEL DE LLANDIA	
FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Ubicación geográfica privilegiada cercana a la carretera principal Puyo-Tena. • Variedad de atractivos naturales como cascadas, ríos, flora, fauna. • Alto potencial de desarrollo para productos en la línea de agroturismo. • Importante producción de papa china, panela y té verde. • Facilidad de acceso a los diferentes atractivos turísticos. • Oferta académica pertinente con los requerimientos locales. • Servicios básicos principales para desarrollar actividades con fines turísticos. • Cercanía al centro de la capital de provincia de Pastaza 	<ul style="list-style-type: none"> • Escasa presencia activa de los actores locales de gobernanza en el sector turístico. • Desconocimiento y no aplicación de competencias. • Inexistencia de liderazgo con visión de desarrollo sostenible. • No existe espacio de concertación técnica. • Falta de capacitación de talento humano. • Ineficiente estructura organizacional. • Gestión de los Destinos posicionados en el mercado turístico. • Falta de servicios complementarios (restaurantes, hoteles, centros de información turística) para el desarrollo turístico de la parroquia. • Deficiente servicio en la recolección de los desechos y muy mala disposición final de los mismos, lo cual afecta el entorno natural y turístico.



OPORTUNIDADES	Estrategias FO (Ofensivas)	Estrategias DO (Adaptativas)
<ul style="list-style-type: none"> • Apoyo del gobierno al sector turístico. • Creciente interés por el agroturismo. • La base legal nacional aporta al desarrollo del turismo. • Corriente turística. • Infraestructura que permite conectividad local e internacional. • Mejoramiento de la vía de acceso pavimentado de segunda orden a la parroquia. • La ubicación cercana de la Universidad Estatal Amazónica 	<ul style="list-style-type: none"> • Generar un Programa de Gestión Comunitaria y Organización para que los actores locales puedan trabajar en base a las líneas estratégicas dadas por el Gobierno Nacional aprovechando las condiciones de la ubicación geográfica. • Aprovechar la corriente turista que tiene la zona a través de la infraestructura la cual permite la conectividad local e internacional para visitas a los destinos exclusivos turísticos dentro de la provincia. • Crear convenios con la academia y el Junta parroquial para ofrecer pasantías en el área de ecoturismo. • Aprovechar las características Agro turísticas de la zona y el creciente interés por parte de la demanda en practicar este tipo de turismo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Planear un programa de capacitación al talento humano gracias al apoyo del gobierno en el ambiente de Turismo Sostenible. • Buscar personal capacitado en el área de Turismo Sostenible para aprovechar la corriente turística que ya existe y disminuir el impacto el factor ambiental. • Fortalecer la base turística interna teniendo como guía la base nacional entregada por el Gobierno.
AMENAZAS	Estrategias FA (defensivas)	Estrategias DA (supervivencia)
<ul style="list-style-type: none"> • Cercanía de destinos turísticos establecidos. • Constantes afectaciones por fenómenos naturales como Inundaciones y deslizamientos de tierra. • No existe apoyo al sector privado para el desarrollo turístico. • Cumplimiento del ciclo de vida de productos turísticos. • Falta de comunicación de los directivos de la Junta Parroquial con el GAD municipal. • Peligro de contaminación por el uso indiscriminado de productos químicos de algunos productores. 	<ul style="list-style-type: none"> • Actualizar el Plan de Desarrollo Local para la innovación de los productos turísticos. • Crear condiciones necesarias para que el sector privado pueda invertir en el desarrollo del sector turístico, especialmente en el área de Turismo Sostenible con las decisiones acertadas de la organización de los actores locales. • Dar a conocer los atractivos turísticos a los pobladores de San Miguel de Llandia. 	<ul style="list-style-type: none"> • Generar por medio de la capacitación del talento humano una reestructuración del ciclo de vida de los productos turísticos ya que establecerían estrategias para mantenerlos en el mercado. • Buscar nueva visión turística que impulse el desarrollo de Turismo Sostenible dentro de la Comunidad. • Mejorar la estructura organizacional y la capacitación de competencias en base al Turismo Sostenible.

Tabla 38.
Estrategias para la Comunidad San Miguel De Llandia

Objetivo	Estrategia	Cronograma		Recurso	Responsables	Presupuesto
		Inicio	Finalización			
1. <i>Crear Rutas Turísticas</i>	1.1. Trazar Rutas Turísticas al interior de la Comunidad	16-12-16	31-03-16	Humanos Materiales Económicos	GAD Parroquial Teniente Hugo Ortiz Presidente de la Comunidad San Miguel de Llandia Representantes de la Academia Técnicos en Turismo	4.000
	1.2. Crear convenios con la Academia y GAD Parroquial para ofrecer pasantías en el Área de Ecoturismo.	01-12-16	31-03-17	Humanos Materiales	GAD Parroquial Teniente Hugo Ortiz Presidente de la Comunidad San Miguel de Llandia Representantes de la Academia	100
2. <i>Implementar Señalética Turística</i>	2.1. Ubicar puntos estratégicos para la Señalética Turística	02-12-16	15-02-17	Humanos Materiales Económicos	GAD Parroquial Teniente Hugo Ortiz Presidente de la Comunidad San Miguel de Llandia Técnicos en Turismo	10.000
3. <i>Implementar Fincas Agroturísticas</i>	3.1. Aprovechar las características Agroturísticas de la zona y el creciente interés en practicar este tipo de turismo.	02-01-17	31-03-17	Humanos Materiales Económicos	GAD Parroquial Teniente Hugo Ortiz Presidente de la Comunidad San Miguel de Llandia MAGAP Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca Técnicos en Turismo	30.000

CONTINÚA



4. <i>Promocionar la Comunidad San Miguel de Llandia a nivel Provincial y Nacional</i>	4.1. Actualizar la página web existente de la Parroquia.	03-12-16	17-12-16	Humanos Materiales Económicos	GAD Parroquial Teniente Hugo Ortiz Presidente de la Comunidad San Miguel de Llandia Técnicos en Turismo Mercadólogo Sector Privado	800
	4.2. Aprovechar la corriente turística que tiene la zona a través de la infraestructura existente.	01-12-16	30-06-17	Humanos Materiales Económicos	GAD Parroquial Teniente Hugo Ortiz Presidente de la Comunidad San Miguel de Llandia Técnicos en Turismo Mercadólogo Sector Privado	6.000
5. <i>Capacitar a la Comunidad sobre Turismo Sostenible y Atención al Cliente</i>	5.1. Planear un Programa de Capacitación en el ámbito de Turismo Sostenible.	01-12-16	15-12-16	Humanos Materiales Económicos	GAD Parroquial Teniente Hugo Ortiz Presidente de la Comunidad San Miguel de Llandia Técnicos en Turismo Sector Privado	1.000
	5.2. Generar una Guía Sobre Identificación, Organización y Formación en Turismo Sostenible.			Humanos Materiales Económicos	GAD Parroquial Teniente Hugo Ortiz Presidente de la Comunidad San Miguel de Llandia Técnicos en Turismo Sector Privado	800

CONTINÚA



	5.3. Capacitar al Talento Humano de la Comunidad en el Área de Turismo Sostenible y Atención al Cliente	03-01-16	31-03-16	Humanos Materiales Económicos	GAD Parroquial Teniente Hugo Ortiz Presidente de la Comunidad San Miguel de Llandia Técnicos en Turismo Sector Privado	3.000
6. Velar por la seguridad del turista	6.1. Crear convenios con la Policía Nacional para que visiten frecuentemente la Comunidad.	01-11-16	30-06-17	Humanos Económicos	GAD Parroquial Teniente Hugo Ortiz Presidente de la Comunidad San Miguel de Llandia Representantes de la Policía Nacional	800
7. Seleccionar personal especializado en el área de Turismo Sostenible	7.1. Buscar personal capacitado en el área de Turismo Sostenible	01-11-16	30-11-16	Humanos Económicos	GAD Parroquial Teniente Hugo Ortiz Presidente de la Comunidad San Miguel de Llandia	200
8. Fortalecimiento de la Actividad Turística	8.1. Fortalecer la Base Turística Interna teniendo como Guía la Base Nacional entregada por el Gobierno 8.2. Mejorar la Estructura Organizacional y Capacitación de Competencias en Turismo Sostenible. 8.3. Actualizar el Plan de Desarrollo Local para la incorporación de los Productos Turísticos con visión Sustentable.	01-12-16	30-06-17	Humanos Materiales Económicos	GAD Parroquial Teniente Hugo Ortiz Presidente de la Comunidad San Miguel de Llandia Técnicos en Turismo	3.300
TOTAL DE LA INVERSION						60.000

5.2.7. Guía Metodológica para la Identificación, Organización y Formación de Zonas Rurales en Turismo Sostenible

Título: Guía Metodológica para la Identificación, Organización y Formación de Zonas Rurales en Turismo Sostenible

Provincia: Pastaza

Cantón: Pastaza

Parroquia: Teniente Hugo Ortiz

Organización: Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Teniente Hugo Ortiz.

Entidad Ejecutora: Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Teniente Hugo Ortiz.

PRESENTACIÓN

Actualmente la palabra sostenibilidad está abarcando la mayor parte de proyectos que se desarrollan en el Ecuador, siendo este marco uno de los más grandes e importantes en el cual desean invertir las empresas para obtener rentabilidad y de esta forma desarrollar lugares nuevos generando un cambio positivo en las personas y creando conciencia ambiental.

El mercado turístico está formado por personas que desean interactuar con respeto e imparcialidad con personas de distintos puntos geográficos donde el ámbito ambiental es el producto estrella para llegar a desarrollar negocios que permiten a la población generar fuentes de empleo y a su vez mejorar sus ingresos económicos dinamizando la economía local.

El Ecuador es un país que ha vivido una transformación en el sector turístico dando prioridad a comunidades pequeñas para que desarrollen proyectos enfocados en la Sostenibilidad de los mismo y generando estrategias que les permita desarrollar diferentes formas de Turismo como: el Ecoturismo, Agroturismo, el Rural o de Aventura, de esta forma aprovechar la riqueza local y mejorar la calidad de vida de las personas.

La Amazonia Ecuatoriana es uno de los lugares donde se puede encontrar un sin número de fortalezas y oportunidades y a su vez debilidades y amenazas, lo importante es saber identificarles oportunamente con el fin crear acciones que permitan crear más “industrias sin chimeneas”.

El fin de esta guía metodológica es proveer de una herramienta para las pequeñas comunidades que desarrollan actividades de campo y a su vez poseen atractivos naturales o culturales que pueden ser promocionados a nivel local o internacional, a su vez será una herramienta muy útil para emprender una actividad turística sostenible.

INTRODUCCIÓN

Cuando un lugar con importantes atractivos naturales desea emprender en la industria del turismo es importante que tenga en cuenta cómo puede desarrollar actividades causando el mínimo impacto en la parte natural del mismo ya que la destrucción de la flora o fauna del lugar puede causar pérdidas significativas del entorno.

Y el primer punto que se debe tener en claro es ¿qué significa la Sostenibilidad?

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT) es “aquél que conduce a la gestión de todos los recursos de tal forma que permita satisfacer todas las necesidades económicas, sociales y estéticas, mantener la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que apoyan la vida”.

Esta guía metodológica tiene como finalidad servir de manual para los locales que deseen emprender un negocio específicamente turístico, donde se pueda trabajar conjuntamente con las autoridades, entregando recomendaciones útiles y fáciles de adaptarlas a cualquier comunidad con fin de mejorar los ingresos económicos locales.

Esta guía está dividida en varios procesos necesarios para desarrollar un destino, abarcando temas útiles para las personas que participen y a su vez que sea fácil de socializarlo con otras personas.

Con la implementación de esta Guía la comunidad conseguirá:

- Mejorar la Imagen de la Comunidad al existir un respeto por el ambiente cuidando la flora y la fauna de la zona.
- Acceder a nuevos mercados que les permitan combinar la actividad local.
- Mejorar la competitividad ofreciendo productos distintos y afines con las tendencias actuales del mercado.
- Trabajar en equipo locales y autoridades para obtener resultados positivos.

TURISMO SOSTENIBLE

El turismo en los últimos años se ha convertido en una industria demasiado rentable para las personas que lo han aplicado porque les ha permitido desarrollar lugares y promocionar los productos emblemáticos de un pueblo, creando un valor agregado y atractivo para las personas que día a día buscan satisfacer sus necesidades de recreación.

A través del tiempo se ha visto que las personas buscan actividades recreativas relacionadas con el sol y la playa saturando lugares con este tipo de características, sin embargo desde hace un tiempo atrás y debido al exceso de contaminación que se ha generado en el planeta las personas han creado conciencia cambiando sus necesidades y orientándolas hacia una cultura verde, donde les permiten cumplir con sus actividades recreacionales pero a su vez generar el menor impacto posible en un lugar.

Es por este motivo que muchos países han desarrollado competencias perfiladas a la sostenibilidad del lugar y sobre todo aprovechar los recursos naturales con los que se cuenta, ofreciendo opciones distintas a la demanda que con el pasar de los días genera nuevas expectativas de los lugares que elige ya sea para vacacionar o trabajar.

En el Ecuador el Turismo Sostenible se está desarrollando en cada una de las regiones buscando la forma de dar a conocer nuevos lugares y causar el menor impacto sobre el mismo y sobre todo aprovechar los perfiles que se destacan de una zona.

Es ahí donde se decidió aprovechar el punto más fuerte de los negocios como es el sector Agrícola, siguiendo los pasos de países del primer mundo como España que ha desarrollado modelos de turismo sostenible muy atractivos para los turistas nacionales o extranjeros, permitiendo mejorar la economía local y dando a conocer no solo los productos de la zona sino la gastronomía, artesanía y cultura de la misma.

La amazonia ecuatoriana se ha caracterizado por la abundante vegetación y gran variedad de flora y fauna que existe siendo uno de los lugares más reconocidos del país, y debido a sus características muy generosas desde hace muchos años atrás se han invertido en turismo dando buenos resultados en los lugares que han emprendido este tipo de negocios.

Y todavía existen pequeñas comunidades que tienen los suficientes recursos no solo naturales sino también culturales que se pueden promocionar para ofrecer alternativas distintas a una creciente demanda que llega a estos lugares buscando nuevas experiencias.

En base a estos antecedentes surge una pregunta ¿Cómo se puede aplicar un modelo de Turismo Sostenible en la comunidad que vivo?

El primer paso es identificar si el sector que se desea aplicar cuenta con atractivos llamativos para los turistas los mismos pueden ser cascadas, ríos, culturas ancestrales, productos de carácter agrícola que se cultivan para consumo.

El segundo punto es ver la ubicación de la comunidad si se encuentra en una carretera principal, si cuenta con los servicios básicos, vías de acceso y sobre todo la disposición de las personas para poder capacitarse y saber que trabajar en turismo va más de allá de vender un lugar sino también en la atención que se le da al turista.

Una característica de las zonas rurales es el perfil agrícola que tiene, el mismo que varía de una región a otra es por este motivo en la costa se destaca el cultivo de Café, de plátano, cacao, frutas, en la sierra las legumbres y frutas y en la amazonia la yuca, papa china, caña de azúcar, té verde entre otros productos haciendo del país un lugar muy rico donde se puede generar actividades para todo tipo de personas y gustos.

Es por este motivo que el Turismo Sostenible encaja perfecto al momento de desarrollar una comunidad con las características antes mencionadas, ya que de esta forma se permite desarrollar necesidades para la generación presente sin comprometer a las futuras.

Al interior del Turismo Sostenible intervienen varios subtipos de turismo que aplicados a un lugar pueden crear una identidad de imagen que ayude a promocionar el mismo.

Modalidades de turismo enfocados a la sostenibilidad de un lugar

Turismo Rural

Para la Organización Mundial del Turismo (2000): “es el conjunto de actividades que se desarrollan en un entorno rural, excediendo el mero alojamiento y que pueden constituirse, para los habitantes del medio, en una fuente de ingresos complementarios a los tradicionalmente dependientes del sector primario, convirtiéndose en un rubro productivo más de la empresa agropecuaria.”

Agroturismo

T.P. Agro (2015) define al agroturismo como “una forma de turismo en la que la cultura rural es aprovechada económicamente para brindar diversas opciones de distracción y atraer turistas con la naturaleza, y principalmente con paisajes cultivados.”

Turismo de Aventura

Según la OMT (1996: 85) el Turismo de Aventura corresponde a "actividades turísticas que introducen un elemento de dificultad física y, en ocasiones, entrañan verdadero riesgo". Entre las actividades aludidas se encuentran por ejemplo: descenso de cursos de agua en balsas; Montañismo; pesca deportiva; caminatas en la naturaleza; entre otras.”

PREGUNTAS PARA DISCUTIR EN CLASES

¿Qué otras modalidades de turismo podemos incluir?

Principios Del Turismo Sostenible

Según (Heras, 2004) describe los principios de turismo sostenible a los siguientes:

- Que busca establecer modelos de desarrollo turístico sostenibles y específicos para cada zona de destino, para lo que se han de tener en cuenta sus variables sociales, económicas y medioambientales.
- Que denuncia los impactos negativos que el turismo conlleva o puede conllevar en las sociedades anfitrionas, así como la imagen distorsionada que los visitantes pueden hacerse de la realidad que han ido a conocer.
- Que valora y reclama la responsabilidad de turistas, tour-operadores, anfitriones e instituciones públicas a la hora de favorecer modelos turísticos sostenibles.

La Calidad y el Turismo Sostenible

La calidad es un tema muy subjetivo sin embargo en el sector turístico la calidad es importante para poder crecer como negocio y de esta forma abrirse hacia nuevos campos, los turistas cada vez tienen un nivel más alto de exigencias y buscan lugares donde puedan satisfacer sus necesidades y crear experiencias positivas.

La calidad en el servicio turístico atrae a los clientes, especialmente cuando buscan servicios complementarios, el turismo sostenible tiene como finalidad cuidar el medio ambiente y al momento de buscar calidad en este sector del turismo hablamos de una forma donde cuidar el ambiente apenas sea un factor que influya para que un destino crezca.

El cliente siempre está dispuesto a pagar el valor que compense la atención recibida y en un ambiente rural se habla de aspectos mucho más allá de la comodidad que se encuentra en establecimientos de lujo en la ciudad, para obtener una fidelidad en los clientes se debe generar un valor

agregado a la comunidad que se desea desarrollar de esta forma convertirlo en un negocio rentable.

Para que exista calidad en el establecimiento que se desea crear es importante tener en cuenta los siguientes puntos que menciona (Solsona, 2015):

- La optimización de los procesos de gestión para maximizar los resultados.
- La mejora continua, de modo que se logre una adaptación constante a un mercado cambiante.
- Disminuir costes, especialmente aquellos que son resultado de servicios mal prestados o errores cometidos en los procesos de producción del servicio.
- Asegurar la supervivencia del establecimiento.
- Fomentar la creatividad y la iniciativa de las personas.
- Crear un espíritu de equipo y un buen clima laboral, porque no sólo es necesario dar un buen trato a los clientes, sino que estos se sentirán más a gusto si encuentran un ambiente de compañerismo entre las personas que trabajan en el establecimiento.

Si se toma en cuenta estos consejos se creara un excelente ambiente en la comunidad y se lograra aplicar correctamente en los diferentes servicios complementarios que se puede desarrollar en base al turismo sostenible. Un punto muy importante es mantenerse informado constantemente sobre las necesidades y expectativas del cliente, evaluando la satisfacción de los mismo una vez que haya finalizado el servicio de esta forma se obtendrá información verídica y se podrá realizar mejoras continuas.

SERVICIOS COMPLEMENTARIOS DEL TURISMO SOSTENIBLE

Atención Al Cliente

Los clientes son el elemento más importante para desarrollar un destino, sin ellos simplemente el hecho de dar a conocer sus atractivos no tiene ningún sentido, es por este motivo que la atención que se les brinda debe ser la mejor tratando de complacer sus necesidades que van mucho más allá del hospedaje y la alimentación.

Cuando se habla de turismo el cliente busca experiencias que le generen vivencias que pueda recordar siempre, que las pueda compartir con otras personas y si este proceso se ve interrumpido por una mala atención no solo se perderá ese proceso sino que causara un impacto totalmente negativo sobre el lugar, un cliente insatisfecho es una pésima carta de presentación del lugar hacia otras personas, es decir un cliente que no está contento hablara pesimamente del lugar a más de nueve personas y una persona satisfecha apenas recomendará el lugar a tres personas o menos.

Es por este motivo que hay que tener en cuenta que elementos se necesita para una excelente atención al cliente, según (Ondas Saustales Colombia, 2015) son:

Actitud Positiva del Personal

La buena voluntad y las ganas de servir que tenga el personal, ayudarán a mantener un ambiente positivo en su negocio.

Para una comunidad se pueda desarrollar es importante que las personas que les reciban sean siempre positivos y tratar en lo mínimo comentar aspectos negativos del lugar o quejarse de las variaciones como el clima, política o asuntos sin relevancia, ya que esto puede distraer al turista y contagiarle una actitud negativa del lugar y automáticamente empezara a ver fallas o defectos de todo el recorrido y la experiencia será totalmente negativa.

Ser Cortez

Es uno de los aspectos fundamentales del negocio, que le permitirán diferenciarse del resto de sus competidores. El momento crucial en que el trato debe ser amistoso, es cuando el turista entra en contacto con el personal de servicio. El respeto y la cortesía cobran real importancia, ya que es la primera impresión que se llevará el turista de su negocio.

Este punto es muy importante al momento de desarrollar un lugar si bien es cierto la cortesía es fundamental no se debe confundir con el exceso de confianza con el cliente, debe existir un espacio donde la persona local no se vuelva muy familiar con el turista sino que sea imparcial con todo el grupo que llega, de esta forma no existirá tratos preferenciales para nadie y todas las personas se sentirán a gusto.

Preocuparse de la Comunicación no Verbal

Cuando hablamos de comunicación no verbal nos referimos a todos los gestos corporales que sirven para expresar un mensaje. Es por esto que es importante cuidar la forma en que se para, los gestos de la cara, si sonríe o no, el movimiento de sus manos, entre otras gesticulaciones y posturas corporales que deben ser amables.

Muchas de las veces los prestadores de los servicios no tienen un buen día y esto automáticamente se transmite en la comunicación corporal o a su vez tiene muchas preocupaciones, sin embargo es importante que la persona que va a recibir a los turistas deje de lado sus problemas personales para que el grupo no se vea afectado por los mismos, si los turistas ven que se guía esta con una mala gana o que se encuentra ausente simplemente harán lo mismo y no se aprovechara la visita, siendo una experiencia negativa para ellos.

Dar un Trato Personalizado

Llamar al cliente por su nombre demuestra un reconocimiento e identificación de cada turista, lo cual lo hará sentir más cercano y acogido por parte de los empleados.

Es importante cuando llega un grupo realizar dinámicas de integración con los turistas antes de iniciar las actividades, hay que tomar en cuenta que muchas de las veces las personas que llegan a un lugar no se conocen y mediante estas dinámicas permite desarrollar un ambiente manejable para trabajar y permite al guía memorizar los nombres de los integrantes del grupo con el fin de que la persona se sienta importante y colabore de forma positiva en las actividades programadas.

Dar Buenas Recomendaciones

Muchas veces los turistas están indecisos al momento de elegir cierto servicio o producto, por lo cual es importante conocer para poder sugerirle, determinados servicios que les podrían ser útiles. Al realizar esto demostramos una vez más preocupación por el turista.”

Los locales deben tener conocimiento de todos productos diseñados que ofrecen, de esta forma puedan ayudar al turista a elegir la mejor opción para el basándose en los gustos y preferencias del mismo e incluso motivándole a participar de nuevas experiencias con el fin de que la persona se sienta satisfecho de la visita y pueda recomendar a más personas.

Personal Uniformado

Es necesario que nuestro personal este bien informado con respecto a todos los servicios o productos que ofrecemos, ya que así estarán capacitados para responder cualquier duda o consulta de los turistas.”

En una comunidad es importante que todas las personas que participan en el desarrollo local tengan una prenda que los identifiquen del resto de las personas que visitan el lugar, con el fin de brindar asistencia a los turistas en las diferentes actividades.

Debido al tipo de clima que posee la amazonia lo ideal sería una camiseta cómoda con el logotipo propuesto para que todos los integrantes del proyecto.

Consejos útiles para lograr una excelente atención a los clientes

Una vez analizado varios factores que influye la atención al cliente es importante tener en cuenta los siguientes tips que nos propone (Rivas, 2012) con el fin de lograr experiencias positivas en los turistas.

- Al primer contacto con el cliente saludarlo de inmediato en los primeros 10 o 15 segundos.
- Tenemos que escuchar y prestar atención cuando nos habla el cliente.
- Escuchar bien el nombre del cliente (no hacer que el cliente repita varias veces su nombre)
- Siempre dar una sonrisa sutil al cliente. (con profesionalismo y respeto)
- Si es un cliente fidelizado o de la casa, debemos aprender o estar informados de sus gustos y preferencia. (es importante tener una base de datos de nuestros clientes fidelizados)
- Comunicación frecuente y honesta con el cliente.
- Trato profesional, digno y respetuoso.
- Poner en práctica lo aprendido, escuchar y aprender.
- Atención postventa, para mejorar los servicios prestado y corregir de inmediato las deficiencias. (preguntar o hacer encuestas referente al servicio comprado)
- Un servicio y atención al cliente de calidad es sinónimo de generación de ingresos y aumento de ventas.
- Un buen servicio y atención de calidad es que gana el cliente, ganas tú, el empleador, ganamos todos, gracias a una actitud y aptitud positiva.
- El cliente nunca espera, por lo tanto un servicio y atención de calidad tampoco.

PREGUNTAS PARA DISCUTIR EN CLASES

¿Ha realizado alguna consulta escrita a los clientes sobre cómo percibió la atención entregada?

¿Qué tipo de turista llega con frecuencia a la comunidad?

Hospedaje Rural

Alojarse en un medio rural permite al turista tener un contacto directo con la naturaleza y así disfrutar de la tranquilidad además de conocer la cultura local y olvidarse del stress que provoca la ciudad, los hospedajes en zonas alejadas permite al turista descubrir paisajes bellos, recorrer senderos naturales y sobre todo experimentar como es la vida de campo mediante actividades agro turísticas, elaborando sus propios alimentos, educándose en la parte ambiental y creando una conciencia sostenible.

El hospedaje rural se puede dar de dos formas la primera es convivir con las personas de la comunidad mismo adecuando sus hogares para recibir turistas generando una experiencia única y diferente para los turistas, es importante que las personas que adoptan esta modalidad tengan una actitud positiva y estén abiertos a recibir de la mejor forma a las personas que llegan, este modalidad principalmente se da con personas extranjeras que buscan conocer profundamente a las comunidades locales.

Y la segunda opción es adaptar una cabaña para recibir a los turistas la misma no tiene que poseer lujos extravagantes pero si debe ser encantador y transmitir un ambiente de tranquilidad para que el turista pueda descansar y sobre todo llevarse un bonito recuerdo del lugar.

Tipos de Hospedaje Rural

Según (Solsona, 2015) los hospedajes rurales pueden ser:

Casa Rural: alojamiento en habitaciones en vivienda habitada por los propietarios. En la mayor parte de los casos incluye servicios de alojamiento y desayuno. Es frecuente que existan servicios o espacios comunes (sala de

estar, comedor, baños). Normalmente estos establecimientos sirven como complemento de la economía doméstica. Pueden ser viviendas en núcleos urbano-rurales o en explotaciones agrarias o ganaderas.

Casa Rural de Alquiler: se caracterizan por la inexistencia de servicios complementarios, sólo alojamiento. La casa queda a entera disposición del usuario. Es similar a un alquiler convencional. Pueden ser viviendas en núcleos urbano-rurales o en el campo.

Hotel Rural: Normalmente pequeños establecimientos hoteleros de carácter familiar, gestionados de forma muy similar a los hoteles convencionales. Es frecuente que estos hoteles se distingan por la originalidad de los edificios en los que se erigen, en muchos casos se trata de edificios característicos de la arquitectura y cultura tradicional rehabilitados.

Albergue Rural: Alojamientos en los que se dan ciertas peculiaridades: habitaciones compartidas por grupos, normalmente hay una orientación hacia una filosofía ecológica, cte. Se suelen ofrecer cierta variedad de servicios y actividades complementarias. Se intenta implicar al cliente en la vida diaria del establecimiento. Como en casos anteriores, se pueden dar en los propios núcleos urbano-rurales o en el campo. Orientado principalmente a grupos.

Camping Rural: zonas adaptadas para la instalación de pequeños campamentos en tiendas, caravanas, etc., en instalaciones o terrenos anejos a la casa rural o de campo, casa que está habitada por el propietario de la explotación agrícola o ganadera.

Aquí también se puede crear un restaurante comunitario con la principal característica que las personas que participan en la cocción de los alimentos pertenecen a la comunidad especialmente las mujeres ayudándoles a generar un ingreso extra a sus actividades y crear una dinámica entre los locales y los turistas ofreciéndoles la oportunidad de degustar productos característicos de la zona.

PREGUNTAS PARA DISCUTIR EN CLASES

¿Cómo puedo contribuir para mejorar los servicios complementarios en la comunidad?

¿Qué otras actividades se puede desarrollar para mejorar los ingresos económicos de la comunidad?

La Asociatividad Y la Cooperación

En un mundo lleno de negocios es importante saber trabajar en equipo porque todos los días surge competencia con ideas innovadoras que pueden desplazar la idea desarrollar la comunidad, la Asociatividad engloba el compañerismo y apoyo para consolidar una idea creando una necesidad de sobresalir pero sin competir con los elementos internos.

Cuando una comunidad sabe trabajar en equipo logra cumplir sus metas y sobre todo logra darse a conocer en el medio porque todos los elementos participantes buscan el mismo fin sin egoísmo y saben que deben sacrificarse por el bien de todos, es aquí donde las personas que llevan la delantera en desarrollar este tipo de proyectos ven la necesidad de capacitar a todas las personas en los temas más relevantes para que cada miembro de la comunidad este en la capacidad de cumplir un sin número de tareas rotativas logrando siempre un resultado positivo.

Para (Ondas Australes Colombia, 2015) se puede obtener muchos logros mediante la asociación y cooperación empresarial por ejemplo:

- Reducir costos: El trabajo en asociaciones permite obtener mejores precios al negociar con proveedores.
- Incrementar la capacidad de producción.
- Establecer marcas que identifiquen la producción de empresas asociadas: Al asociarse, es posible crear una marca y una imagen que los distinga del resto de los competidores de otras regiones o países.

- Posicionar a su localidad a nivel regional y nacional con estrategias promocionales conjuntas.
- Podrá competir mejor.
- Podrá discutir sus problemas generales con otros que sufren lo mismo y buscar soluciones comunes. (Es claro, dos o más cabezas, piensan mejor que una).

PREGUNTAS PARA DISCUTIR EN CLASES

¿Cuáles son los beneficios de la cooperación y Asociatividad?

¿Usted participa de alguna asociación productiva?

¿Qué logros ha alcanzado trabajando asociativamente?

Competencia

La competencia de un lugar no siempre debe ser visto como algo negativo muchas de las veces la competencia nos ayuda a mejorar como comunidad los puntos débiles con el fin de lograr la excelencia y que la zona sea atractiva para los turistas.

Una buena forma de prepararse como comunidad para enfrentar a la competencia es investigar y conocer el mercado que se encuentra alrededor de lugar, verificar si ofrecen productos similares, comparar precios y características, un buen competidor obtiene información detalla viviendo los productos vecinos, es decir es muy importante las personas que están al frente del proyecto visitar las otras poblaciones y ver qué es lo que les hace atractivos y tomar apuntes que sirvan para poder aplicarnos en la comunidad.

Muchas de las veces la competencia no puede ser directa sino indirecta porque no ofrece lo mismos productos que el lugar donde viven, es ahí donde se puede generar estrategias que ayude a los microempresarios turísticos a crear alianzas para vender varios productos y que los turistas no solo se queden en una zona sino que recorran una variedad de lugares, de esta forma se refuerza las falencias de la comunidad y se crean fortalezas.

PREGUNTAS PARA DISCUTIR EN CLASES

¿Qué entiende por competencia?

¿Conoce el tipo de servicio que la competencia de su localidad ofrece?

¿Le gustaría formar alianzas con su competencia para mejorar su forma de trabajo

Referencias

- Heras, P. d. (2004). Manual del turismo sostenible "Como conseguir un turismo social, económico y ambientalmente responsable. Madrid: MundiPrensa.
- La Organización Mundial del Turismo (OMT) . (15 de mayo de 2016). Organizacion Mundial de Turismo . Obtenido de <http://sdt.unwto.org/es/content/definicion>. Consultado el 15-07-2016.
- Organización Mundial del Turismo (OMT). (30 de abril de 2016). Obtenido de <http://wwwgeo-turismo.blogspot.com/2009/09/el-sistema-turistico.html> Consultado el 15-07-2016.
- Ondas Saustales Colombia. (2015). Atencion al Cliente. Cree Turismo, 3.
- Rivas, F. O. (14 de Noviembre de 2015). El Valor De La Atención Y Servicio Al Cliente, En El Turismo Y Hotelería. Obtenido de <http://frankchigne.blogspot.com/2012/11/el-valor-de-la-atencion-y-servicio-al.html> Consultado el 18-07-2016
- Solsona, J. (2015). Calidad en la Gestion de Alojamientos Turisticos Rurales. Gestion Turistica N.5, 2.
- T.P. Agro. (20 de abril de 2016). T.P. Agro. Obtenido de <http://www.tpagro.com/espanol/agroturismo/agroturismo.htm> Consultado el 14-07-2016

5.2.9. Estimación presupuestaria y posibles vías de financiación

Para poder llevar a cabo el Plan de Dinamización necesitamos una inversión a próximamente de USD. 60.000,00 dólares que se desglosa en los siguientes valores:

Tabla 40.

Estimación Presupuestaria

DESCRIPCIÓN	TOTAL
Crear Rutas Turísticas	4.100
Implementar Señalética Turística	10.000
Implementar Fincas Agro turísticas	30.000
Promocionar la Comunidad San Miguel de Llandia a nivel Provincial y Nacional	6.800
Capacitar a la Comunidad sobre Turismo Sostenible y Atención al Cliente	4.800
Velar por la seguridad del turista	800
Seleccionar personal especializado en el área de Turismo Sostenible	200
Fortalecer de la Actividad Turística	3.300
TOTAL DE LA INVERSIÓN	USD. 60.000

Como posibles vías de financiamiento tenemos al GAD Teniente Hugo Ortiz y también la empresa privada por medio de auspicios.

5.2.10. Conclusiones y recomendaciones de la propuesta

- Para que exista un desarrollo de una comunidad es importante identificar todos componentes que intervienen en el mismo, de esta forma se optimiza recursos y se asignan tareas competentes a cada uno de los actores que intervienen con el fin de dinamizar el turismo en la Comunidad.
- El turismo sostenible es la mejor propuesta para desarrollar turismo en las zonas rurales, es importante crear conciencia verde en los

locales y turistas que visitan la zona para no producir un impacto contra el productor y terminar alterando el lugar.

- La Guía Metodológica será de mucha ayuda para capacitar a la comunidad en el tema de Sostenibilidad, temas que serán de gran ayuda para poder emprender micro negocios relacionados al turismo.
- Para poder desarrollar adecuadamente las diferentes estrategias de Sostenibilidad en la Comunidad San Miguel de Llandia se recomienda trabajar conjuntamente con el GAD Parroquial los mismos que pueden contribuir con los recursos necesarios y material para la capacitación de los locales, así como también con la promoción y difusión de los atractivos y rutas propuestas.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

- Al estructurar la base del problema permitió tener una idea general desde el aspecto macro al micro sobre el objeto de la investigación de esta forma se determinó la problemática existente en la Comunidad

San Miguel de Llandia y por qué no se ha desarrollado Turismo Sostenible.

- La recopilación de la fundamentación teórica permitió conocer todos los conceptos necesarios relacionados con la Dinamización del Turismo Sostenible para sustentar la investigación en el marco teórico y conceptual del trabajo, en el marco legal es importante investigar las leyes puntuales que permitan la viabilidad del tema de esta forma contribuya al desarrollo de la Comunidad.
- Al determinar una metodología que permita desarrollar el tema contribuye de gran manera al avance de la propuesta porque se indica los pasos exactos que el investigador debe tener en cuenta al momento de recolectar la información, de esta forma se obtiene datos puntuales y se descarta la información irrelevante.
- El Diagnóstico de la Comunidad San Miguel de Llandia fue como realizar una radiografía del lugar permitiendo obtener un FODA del lugar que se respaldó con la información obtenida en el trabajo de campo la misma que fue tabulada obteniendo resultados veraces por consecuencia se logró percibir cuáles son las necesidades prioritarias y trabajar en ellas para poder dinamizar el turismo en la zona.
- Para poder dinamizar el Turismo en San Miguel de Llandia se utilizó la Metodología del IICA que permitió plantear 8 objetivos que engloban estrategias y acciones que contribuyan a la mejora del lugar, además se entregó una Guía Metodológica que permita capacitar a las personas de la comunidad con el fin de que se animen a trabajar en equipo para poder cumplir los objetivos planteados y el lugar se vuelva turístico pero conservando los principios de sostenibilidad.

RECOMENDACIONES

- Es necesario buscar fuentes confiables al momento de recolectar los conceptos de la fundamentación teórica porque los términos de Dinamización turística posee muy poca información, y la Sostenibilidad requiere que se enfoque adecuadamente en el cuidado del ambiente, los mismos serán una guía para éxito del trabajo de investigación.
- Se recomienda a la GAD Provincial la actualización de inventarios de atractivos turísticos, ya que su último registro fue hace seis años, y estado de conservación de los atractivos cambia es importante tener en cuenta estos detalles para que la comunidad tenga información actualizada de los recursos que poseen.
- Para poder desarrollar temas comunitarios es importante reunirse con la comunidad para explicarles los beneficios que tiene cuando se trabaja en equipo de tal forma tener el apoyo de todos para poder realizar las diferentes actividades que se necesita al momento de obtener un diagnóstico.
- Las autoridades de la Comunidad deben tener pleno conocimiento de la propuesta que se desea desarrollar con el fin de conseguir el apoyo necesario para poner en marcha propuesta y además buscar el apoyo monetario en caso de ejecutar la misma.

BIBLIOGRAFÍA

Barrera.J (2003).Manual de turismo rural para micro pequeños y medianos empresarios rurales.Argentina:Artes Gráficas Sagrhel.

Boullón, R. (1985). Planificación del Espacio Turístico . México, D.F.: Trillas.

Capace, G. (1997). Turismo Sostenible y Sustentable, una visión holística . Buenos Aires: CID.

Cárdenas, F.(1986)."Producto Turístico. Aplicación de la estadística y del muestreo para su diseño". México, D.F.: Editorial Trillas.

Castellano, H. (2004). Planificación: herramientas para enfrentar la complejidad, la incertidumbre y el conflicto. Caracas: Universidad Central de Venezuela.

Cedeño Villacís, Mónica Sofía; Alminate Vásquez, Rodny Bladimir. (2013). Plan de desarrollo local de la parroquia Teniente Hugo Ortiz, cantón Pastaza, provincia Pastaza. Quito: Universidad Central del Ecuador.

Chandler, A. (1987). La mano visible. La revolución en la dirección de la empresa norteamericana, Ministerio de Trabajo y Seguridad Social. Madrid: Harvard University.

David Pérez, Isabel Perez. (2006). El Producto Concepto y Desarrollo.España: Escuela de Negocios EOI, 7.

GAD Parroquial Teniente Hugo Ortiz. (2015). Mapas de Pastaza.Ecuador: Ordenamiento Territorial de la Parroquia Teniente Hugo Ortiz.

García, B. (2003). Conceptos previos sobre turismo rural. España: TURNET.

García, M. (2000). Turismo y medio ambiente en ciudades históricas. Anales de Geografía de la Universidad Complutense.

Gunn, C. (1994). Planificación Turística Conceptos Basicos. New York: Taylor & Francis.

Hartmann, R. (2014). Conceptos Básicos en la Actividad Turística. Alemania: Conceptos Básicos en la Actividad Turística.

Heras, P. d. (2004). Manual del turismo sostenible "Como conseguir un turismo social, económico y ambientalmente responsable. Madrid: MundiPrensa.

Hernandez, Fernández, Baptista. (1991). Metodología de la Investigación . México: Mcgraw - Hill Interamericana De México, D.F., S.A.

Herrera . (2004). Tutoria de la investigacion científica. Quito: ISBN.

Herrera, L. (2010). Tutoría de la Investigación Científica. Ambato: Gráficas Corona Quito.

Hueso, A. (2012). La investigación Cuantitativa. Metodología y Técnicas Cuantitativas de Investigación. México, D.F: Trillas

Instituto Ecuatoriano Forestal y de Áreas Naturales y Vida Silvestre. (1996). Determinación De La Capacidad De Carga Turística En Los Sitios De Visita Del Parque Nacional Galápagos. Parque Nacional Reserva Marina de Galapagos Ecuador.

Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA). (2008). Guía Para La Elaboración Del Plan De Desarrollo Turístico De Un Territorio. Costa Rica : IICA.

Torres, J. (2008). Juegos tradicionales del Ecuador. Ecuador: Solano.

Koontz, H. (1991). Administración una perspectiva global. New York: Editorial McGraw Hill.

Maass, M. (1990). Principios Generales sobre el Manejo de Ecosistemas. Michoacán: Centro de Investigaciones de Ecosistemas UNAM.

Mantilla, E. (2005). Medición de la sostenibilidad ambiental. Colombia: Universidad Cooperativa de Colombia .

Ministerio de Turismo. (2001). Ley De Turismo . Quito: Revista de Turismo.

- Ministerio de Turismo. (2007). PLANDETUR2020. Quito.Revista de Turismo.
- Ministerio de Turismo. (2009). Reglamento General de Actividades Turísticas . Quito.Revista de Turismo.
- Moreda, C. y. (1996). El uso de información privilegiada una perspectiva ética.Argentina: Scripta theologica.
- Ondas Saustales Colombia. (2015). Atencion al Cliente.Colombia: Cree Turismo, 3.
- Organización especializada de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO). (1990). Modulo para la formacion de profesores de ciencias y supervisores para las escuelas secundarias.Argentina: Programa Internacional de Eduacion Ambiental, 16.
- P. J. Brunet Estarellas, F. Almeida García, M. Coll López y O. Monteserín Abella. (2005). Los planes de excelencia y dinamización turística (PEDT), un instrumento de cooperación a favor del desarrollo turístico. España: Boletín de la A.G.E. N.º 39 .
- Perelló, A. (1991). Perelló.D (1991). Desarrollo y promoción de productos turísticos. Centro de Estudios Turísticos. Cuba: Universidad de La Habana
- Pincay, L. (2013). Plan de Dinamización para el Desarrollo Turístico Sostenible del Sendero La Entrada, Comuna La Entarda, Cantón Santa Elena. Santa Elena : Universidad Estatal Península de Santa Elena .
- Plan de ordenamiento territorial de la provincia del Guayas. (2012).Ecuador:Prefectura del Guayas.
- Plan de ordenamiento territorial de la provincia del guayas 2012 - 2021. (s.f.).Ecuador:Prefectura del Guayas.
- PLAN TUR 2020. (2004). Gerencia nacional de Planificación, Ministerio de Turismo. Ecuador:Ministerio de Turismo.

PLANDETUR 2020. (2007). Gerencia nacional de Planificación, Ministerio de Turismo. Ecuador:Ministerio de Turismo.

Ramos, J. (2012). Propuesta de Dinamización Turística de la Comunidad Zapote de Picachos, Municipio de Tepic, Nayarit, a través de un Proyecto Etnoturístico . Mexico : Univerisidad Autónoma de Nayarit .

Reyes Aida, Alvarez Carmen, Correón Hector. (2016). Impulso del desarrollo sustentable mediante el avance tecnológico y la participación de la sociedad civil.México, D.F.: Congreso Iberoamericano de Ciencia, Tecnología Sociedad e Innovación, 2,3.

Rodríguez, M. (1995). Glosario de términos en salud ambiental.Mepetec. México: Centro Panamericano de Ecología Humana y Salud (ECO).

Rodríguez, M. (1995). Glosario de términos en salud ambiental.Mepetec. México: Centro Panamericano de Ecología Humana y Salud (ECO).

Sacatoro, L. (2013). Plan De Dinamización Turística En La Comunidad De Malinguapamba, Parroquia Isinliví, Cantón Sigchos,Provincia De Cotopaxi. Latacunga: Universidad Técnica de Cotopaxi.

Solsona, J. (2015). Calidad en la Gestión de Alojamientos Turísticos Rurales. Gestión Turística N.España:Síntesis.

Tacón, A. (2004). Manual de Senderos y uso Público . Valdivia : CIPMA .

Tapia, G. (2014). TURISMO SOSTENIBLE. INTRODUCCIÓN Y MARCO FINANCIERO. Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires.

Tesalónica . (1987). Congreso Internacional de Educación y Formación sobre Medio Ambiente. Moscú: Organización de las Naciones Unidas (ONU).

Universidad Austral de Chile. (2012). Caracterización de un turista en un destino emergente.Chile: Gestión turística.

Universidad Interamericana para el Desarrollo . (2015). Turismo de Aventura. Turismo de Aventura.Argentina:Gestión Turística.

Yanez, M. (2010). Negociación más Ley de Regulación y Control del Poder de Mercado, Chile: el mejor camino, E+E ESPA E y Empresa.

LINKOGRAFÍA

Albacete Turístico.(12 de junio de 2008). Ayuntamiento de Albacete. Recuperado el 02 de febrero de 2015, Obtenido de http://www.albaceteturistico.es/index.php?option=com_content&task=view&id=599&Itemid=648

Asociación de Monitores Medioambientales Almijara. (17 de julio de 2008). Recuperado el 03 de mayo de 2016, Turismo Sostenible. Obtenido de <http://www.turismo-sostenible.org/docs.php?did=1>

Banco de Guatemala.(15 junio de 2015). Banco de Guatemala. Recuperado el 06 de julio de 2015, Obtenido de <http://www.banguat.gob.gt/inveco/notas/articulos/envolver.asp?karchivo=5901&kdisc=si>

Banco Interamericano de Desarrollo. (16 de agosto de 2015). Banco Interamericano de Desarrollo. Recuperado el 09 de septiembre de 2015, Obtenido de <http://www14.iadb.org/es/proyectos/project-information-page,1303.html?id=PE-M1048>

Barrera. (15 de agosto de 2006). Recuperado el 21 de Marzo de 2015, de http://www.iica.int/Esp/Programas/agronegocios/Documentos%20Comercio%20Agronegocios%20e%20Inocuidad/El%20agroturismo%20como%20diversificaci%C3%B3n%20de%20la%20actividad_e.pdf

Brundlandt, K. (01 de abril de 1990). Desarrollo Sostenible. Recuperado el 03 de agosto de 2015, Obtenido de <http://ccqc.pangea.org/cast/sosteni/soscast.htm>

Cabrero, J. (10 de octubre 2012). Diseño de la Investigación. Recuperado el 03 de septiembre de 2015, Obtenido de http://www.aniorte-nic.net/apunt_metod_investigac4_4.htm

Caja de Herramientas Comunitaria. (01 de noviembre de 2014). Caja de Herramientas Comunitaria. Recuperado el 01 de diciembre de 2015, Obtenido de <http://ctb.ku.edu/es/tabla-de-contenidos/estructura/estrategia-planificacion/desarrollar-un-plan-de-accion/principal>

Cardoso, L. C. (16 de julio de 2012). Universidad Autónoma del Estado de México. Recuperado el 02 de junio de 2015, Obtenido de <http://www.uaemex.mx/plin/psus/rev11/1a.htm>

Carreto, J. (10 de octubre de 2006). Liderazgo y Mercadeo.com. Recuperado el 15 de mayo de 2015, Obtenido de http://www.liderazgoymercadeo.com/mercadeo_tema.asp?id=107

Ceballos, H. (12 de agosto de 1993). Ecoturismo . Recuperado el 15 de diciembre de 2015, Obtenido de <http://www.kuyima.com/seco/concepts.html>

Chamorro, C. (13 de septiembre de 2008). Universidad de Valencia . Recuperado el 15 de diciembre de 2015, Obtenido de <http://www.citma.gva.es/documents/92720197/161377283/Plan+de+dinamizaci%C3%B3n+tur%C3%ADstica.pdf/50fd1c86-e09c-441c-b040-28f4c2892bac;jsessionid=918E67EF1D884E9DCA7D8E82AD52F9CB.node1>

Diputacion Badajoz. (13 de enero 2014). Diputacion Badajoz. Recuperado el 12 de septiembre de 2015, Obtenido de <http://www.dip-badajoz.es/diputacion/delegaciones/dlocal/index.php?id=proyecto&menu=proyecto6>

Dirección Nacional de Desarrollo Turístico, Secretaría de Turismo de Argentina. (13 de septiembre de 2004). Programa de fortalecimiento a destinos turísticos emergentes. Recuperado el 12 de diciembre de 2015, Obtenido de <http://mingaonline.uach.cl/pdf/gestur/n12/art05.pdf>

Domínguez., M. L. (15 de septiembre de 2015). Monografías. Recuperado el 14 de mayo de 2015, Obtenido de <http://www.monografias.com/trabajos12/lins/lins.shtml>

Ecoxport. (09 de julio de 2010). Eco Deportes. Recuperado el 12 de septiembr de 2015, Obtenido de [http://www.ecoxport.com/Eco Deportes /ciclismo-de-montana-2.html](http://www.ecoxport.com/Eco%20Deportes/ciclismo-de-montana-2.html)

Ecuador en Acción. (09 de agosto de 2014). Ecuador en Acción. Recuperado el 16 de julio de 2015, Obtenido de [http://ecuadorenaccion .wordpress.com/ecuador-2/](http://ecuadorenaccion.wordpress.com/ecuador-2/)

El Universo. (01 de mayo de 2014). El Universo. Recuperado el 12 de agosto de 2015, Obtenido de 5 Lugares para el ecoturismo: <http://www.eluniverso.com/2011/02/27/1/1430/5-lugares-ecoturismo.html>

Escalada, Maria . (13 de enero de 2003). Recuperado el 15 de septiembr de 2015, Obtenido de www.dspace.espol.edu.ec

Esteves, R. (04 de noviembre de 2011). Recuperado el 19 de septiembre de 2015, Obtenido de <http://www.ecointeligencia.com/2011/03/que-es-la-huella-ecologica/>

Fernandez, J. (09 de agosto de 2014). Sabios.com. Recuperado el 12 de agosto de 2015, Obtenido de [http://www.aulafacil .com/administracionempresas/Lecc-13.htm](http://www.aulafacil.com/administracionempresas/Lecc-13.htm)

Geografía del Turismo. (15 de agosto 2009). Recuperado el 03 de septiembre de 2015, Glosario de terminos basicos. Obtenido de <http://sashabesoainm.blogspot.com/2009/11/glosario-de-terminos-basicos.html>

Gestión de Destinos Turísticos. (15 de agosto de 2011). Gestión de Destinos Turísticos. Recuperado el 12 de septiembre de 2015, Obtenido de [http://cloudtourism.pbworks.com/w/page/16041347/1-8%20El%20Sistema %20Tur%3%ADstico%3A%20Definici%3%B3n,%20composici%3%B3n,](http://cloudtourism.pbworks.com/w/page/16041347/1-8%20El%20Sistema%20Tur%3%ADstico%3A%20Definici%3%B3n,%20composici%3%B3n)

Ibama. (15 de septiembre 1995). Recuperado el 12 de noviembre de 2015, Obtenido de [http:// www.gobernabilidad. cl/modules.php?name =News&file =print&sid =796](http://www.gobernabilidad.cl/modules.php?name=News&file=print&sid=796)

Ilustre Ayuntamiento de Santa Ursula. (15 de agosto de 2015). Dinamización y fomento de iniciativas de ámbito. Recuperado el 08 de agosto de 2015, Obtenido de <http://www.santaursula.es/ayto/index.php?id=450>

INEC,2010. (s.f.).(02 de enero de 2001) Recuperado el 3 de 05 de 2015, de <http://www.inec.gob.ec/estadisticas/>

Instituto Brasileño del Medio Ambiente y de los Recursos Naturales Renovables IBAMA. (06 de julio 2016). Unidades de Conservacion en el Brazil. Recuperado el 15 de agosto de 2015, Obtenido de <http://uc.socioambiental.org/es/gest%C3%A3o/instrumentos-de-gesti%C3%B3n>

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC). (07 de julio 2010). Ecuador en Cifras. Recuperado el 09 de septiembre de 2015, Obtenido de [http://www. ecuadorencifras .gob .ec/wp-content/descargas /Manu- lateral/Resultados -provinciales /pastaza.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manual/Resultados-provinciales/pastaza.pdf)

Jorge Torres . (2008). Juegos tradicionales del Ecuador.

Junta de Andalucía 2011. (s.f.). Consejería de Turismo . Obtenido de <http://www.juntadeandalucia.es/turismoycomercio/opencms/organigrama/consejero/viceconsejeria/turismo/planificacion-turistica/instrumentos-intervencion-turistica/plan-dinamizacion.html>

K.J. Halten. (1987). Pensamiento Estrategico y Competitivo: Las Estrategias Competitivas. Obtenido de [http://www.geocities .ws/yamelisquivera /plan/plana1.htm](http://www.geocities.ws/yamelisquivera/plan/plana1.htm)

La British Broadcasting Corporation (BBC). (02 de Febrero de 2001). Ecuador Mainlands Animals. Recuperado el 30 de mayo de 2015, Obtenido de [http://www .bbc.com/travel/ story/20120606- unmissable- south-america ?OCID=twtvI&utm _source=buffer&buffer_share=10c95](http://www.bbc.com/travel/story/20120606-unmissable-south-america?OCID=twtvI&utm_source=buffer&buffer_share=10c95)

La Organización Mundial del Turismo (OMT) . (09 de marzo de 2015). Organización Mundial de Turismo . Recuperado el 12 de noviembre de 2015, Obtenido de <http://sdt.unwto.org/es/content/definicion>

La Red de Responsabilidad Social . (17 Noviembre de 2006). La Red de Responsabilidad Social . Recuperado el 15 de noviembre de 2015, Obtenido de http://www.comunidadandina.org/atrc/41/Presentaciones_CALIDAD/6_Calidad%20y%20responsabilidad%20social_V%C3%A1squez.pdf

Ley de Turismo. (04 de agosto de 2008). Recuperado el 12 de enero de 2015, Obtenido de <file:///F:/Ley-de-Turismo-MINTUR.pdf>

Marín, H. (02 de julio de 2012). Introducción a los Recursos Turísticos. Recuperado de 15 de agosto de 2015, Obtenido de http://www.um.es/aula_senior/saavedrafajardo/apuntes/2012/turismo/recursos.pdf

Medina Nolgate . (17 de julio de 2008). Plan de dinamización de un producto turístico . Recuperado el 12 de junio de 2015, Obtenido de <http://www.medinanogalte.com/medinanogalte/index.php?seccion=pdpt>

Moncayo. (2 de septiembre de 2009). Recuperado el 13 de noviembre de 2015, Obtenido de <https://jorgepaguay.files.wordpress.com/2011/10/>

Mad/blogs/tu-tribuna/mercados-emergentes-destino-para-nuestros-productos

Nilton. (9 de mayo de 2010). Apertura Económica en Colombia. Recuperado el 10 de agosto de 2015, Obtenido de <http://nilton-apertura-economicaencolombia.blogspot.com/2010/05/definicion-y-beneficios-de-la-apertura.html>

Organización de Naciones Unidas (ONU). (15 de agosto 1987). Organización de Naciones Unidas (ONU). Recuperado el 12 de noviembre de 2015, Obtenido de <http://www.unesco.org/new/es/education/themes/leading-the-international-agenda/education-for-sustainable-development/sustainable-development/>

Organización Mundial de Turismo (OMT). (5 de marzo de 2014). Organización Mundial de Turismo. Recuperado el 04 de mayo de 2015, Obtenido de <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>

Organizacion Mundial de Turismo. (01 de noviembre de 2012). Entender el turismo: Glosario Básico. Recuperado el 13 de julio de 2015, Obtenido de <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>

Organización Mundial del Comercio. (05 de febero de 2010). Recuperad el 25 de diciembre de 2015, Obtenido de https://www.wto.org/spanish/res_s/booksp_s/anrep_s/wtr10-2b_s.pdf

Organización Mundial del Turismo (OMT). (02 de agosto de 2009). Recuperado el 24 de diciembre de 2015, Obtenido de <http://wwwgeo-turismo.blogspot.com/2009/09/el-sistema-turistico.html>

Plan ordenamiento territorial bucay. (30 de julio de 2012). Plan ordenamiento territorial bucay. Recuperado el 12 de julio de 2015, Obtenido de www.municipiobucay.gob.ec

Prefectura de Pastaza. (03 de julio de 2014). Pasataza.gob. Recuperado el 12 de junio de 2015, Obtenido de <http://www.pastaza.gob.ec/pastaza/teniente-hugo-ortiz>

Recursos Culturales. (05 de junio de 2005). Recursos Culturales. Recuperado e 15 de julio de 2015, Obtenido de <http://www.recursosculturales.com/>

Regional Atractivos. (05 de mayo de 2010). Regional Atractivos. Recuperado el 07 de agosto de 2015, Obtenido de <http://regionalatractivos.blogspot.com/2010/04/definicion-atractivos-naturales.html>

RIVAS, F. O. (14 de Noviembre de 2012). EL VALOR DE LA ATENCIÓN Y SERVICIO AL CLIENTE, EN EL TURISMO Y HOTELERÍA. Recuperdo el 13 de mayo de 2015, Obtenido de <http://frankchigne.blogspot.com/2012/11/el-valor-de-la-atencion-y-servicio-al.html>

Rodriguez, M. (03 de enero de 2015). Eumed.net. Recuperado el 01 de enero de 2016, Obtenido de http://www.eumed.net/libros-gratis/2012a/1157/la_actividad_turistica_y_producto_turistico.html

Salinas. (15 de mayo de 1994). Recuperado el 06 de enero de 2015, Obtenido de <http://www.gobernabilidad.cl/modules.php?name=News&file=print&sid=796>

Secretaria de Turismo de México. (17 de febrero 2005). Secretaria de Turismo de México. Recuperado el 25 de febrero de 2015, Obtenido de <http://www.sectur.gob.mx/>

SENPLADES. (07 de julio de 2012). Planificación. Gob. Recuperado el 15 de junio de 2015, Obtenido de http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/01/matriz_productiva_WEBtodo.pdf

Tecnológico de Chihuahua . (16 de junio de 2012). Estadística Basica . Recuperado el 15 de mayo de 2015, Obtenido de <http://www.itch.edu.mx/academic/industrial/estadistica1/cap04.html>

Turismo Iberia . (15 de noviembre de 2014). mancomunidadesiberia. Recuperado el 19 de octubre de 2015, Obtenido de <http://www.mancomunidadesiberia.com/queturismo.htm>

Universidad Pablo de Olavide en Sevilla. (03 de enero de 2014). Universidad Pablo de Olavide en Sevilla. Recuperado el 15 de noviembre de 2015, Obtenido de <http://bitacora.citythinking.net/2011/06/un-ecosistema-integral-para-la-upo.html>

Valencia, A. J. (16 de noviembre de 2014). Recuperado el 12 de octubre de 2015, Obtenido de <http://www.boletin-turistico.com/diccionarioturismo/Diccionario-1//INFRAESTRUCTURA-TUR%C3%8DSTICA-817/>

ANEXOS



ESPE
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,
ADMINISTRATIVAS Y DEL COMERCIO**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA
Y HOTELERA**

CERTIFICACIÓN

Se certifica que el presente trabajo fue desarrollado por la Srta. Raquel
Alexandra Martínez Silva

En la ciudad de Latacunga, a 16 días del mes de Agosto de 2016

ING. MAYRA QUIÑONEZ

DIRECTOR DEL PROYECTO

Aprobado por:

ING. CARLOS ALBÁN

DIRECTOR DE LA CARRERA

DR. JUAN CARLOS DÍAZ

SECRETARIO ACADÉMICO