

Quito, 21 de agosto de 2019

Master
Edison Cupueran
Director de la Escuela de Hotelería y Turismo
Presente

De mi consideración:

Para su conocimiento y fines consiguientes, me permito informarle que el Señor Bryan Alejandro Guevara Torres, estudiante de la carrera de Gestión Hotelera, ha concluido su disertación, cuyo tema es **“PROPUESTA DE PROYECTO DE TURISMO COMUNITARIO CON LA CREACIÓN DE UN ECOLODGE EN LA COMUNIDAD DE AMAZANGA. PASTAZA – ECUADOR”**.

Por la atención que se sirva dar al presente, le anticipo mi agradecimiento.

Atentamente,



Mgs. Angélica Viñan Zabala.
Directora Disertación

PARA GRADOS ACADÉMICOS DE INGENIERIA (TERCER NIVEL)

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

DECLARACIÓN y AUTORIZACIÓN

Yo, **BRYAN ALEJANDRO GUEVARA TORRES** C.I. **1720067659** autor del trabajo de graduación intitulado: **"PROPUESTA DE PROYECTO DE TURISMO COMUNITARIO CON LA CREACIÓN DE UN ECOLOGE EN LA COMUNIDAD DE AMAZANGA. PASTAZA – ECUADOR"**, previa a la obtención del grado académico de **INGENIERO EN GESTIÓN HOTELERA** en la Facultad de **Ciencias Humanas**:

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tiene la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, de conformidad con el artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de graduación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador a difundir a través de sitio web de la Biblioteca de la PUCE el referido trabajo de graduación, respetando las políticas de propiedad intelectual de Universidad.

Quito, 21 de Agosto de 2019


Bryan Alejandro Guevara Torres
C.I. 1720067659



Pontificia Universidad
Católica del Ecuador

Trabajo previo a la obtención del título de Ingeniería en Gestión Hotelera

TEMA:

**PROPUESTA DE PROYECTO DE TURISMO COMUNITARIO CON LA
CREACIÓN DE UN ECOLODGE EN LA COMUNIDAD DE
AMAZANGA. PASTAZA – ECUADOR**

AUTOR: BRYAN ALEJANDRO GUEVARA TORRES

DIRECTORA: ANGELICA VIÑAN ZABALA

QUITO- ECUADOR

AGOSTO, 2019

DEDICATORIA

Dedico la realización del presente proyecto a mi madre Katty Sylvana Torres Silva y a mi padre Mario Gonzalo Guevara Suasnavas, quienes han sido pilar fundamental en mi vida enseñándome valores y el camino correcto, apoyándome en cada momento y dándome fuerza ante cada dificultad que se presentaba durante el camino. Creyeron en mí de principio a fin y tuvieron las palabras correctas para motivarme siempre, gracias a ello he llegado a cumplir un gran anhelo en mi vida.

A mis hermanos Diana Carolina Torres Silva, Juan Carlos Cevallos Torres y a mi primo Jorge Abraham Benavides Guevara, quienes siempre me levantaron los ánimos cuando fallaba y estuvieron siempre ahí para ayudarme, no solo en el periodo de mi carrera universitaria sino a lo largo de mi vida

Bryan Alejandro Guevara Torres

AGRADECIMIENTOS

Agradezco en primer lugar a mis padres y a Mónica Burga que me brindaron la oportunidad de educarme en la Pontificia Universidad Católica y me apoyaron tanto en la parte económica como en lo emocional, así también por todas las cosas buenas que siempre me inculcaron desde pequeño y ayudaron para formarme como persona de bien.

Agradezco a mi directora Angelica Viñan Zabala por el tiempo y apoyo brindado durante la realización de este proyecto como a lo largo de la carrera, que siempre estuvo dispuesta ayudarme y acepto este reto conmigo.

También agradezco a todos los docentes que formaron parte de mi formación universitaria ya que siempre intentaron más que ser maestros ser amigos, lo que facilitaba para que puedan transmitir sus conocimientos, a su vez siempre me dieron consejos útiles tanto para mi vida personal como profesional.

Quiero hacer un agradecimiento especial a mis amigos que siempre supieron respaldarme en los malos momentos y festejar los buenos, dicen que verdaderos amigos son difíciles de encontrar, pero creo que yo los tengo y por eso les agradezco a Daniel Mejía, Jairo Torres, Freddy Donoso, Glorita Villacis, Nicole Monard, Genesis Velasco, Gabriela Loor y Esteban Cruz, quienes siempre estuvieron para motivarme en culminar la carrera y brindarme buenos consejos. Además de tener una huella especial en mi vida de las diversas anécdotas que hemos compartido tanto en la vida universitaria como fuera de ella.

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo desarrollar un proyecto turístico basado en la construcción de un ecolodge que potencialice el turismo y desarrollo socioeconómico de la comunidad Amazanga. Para lograr esto se plantea la identificación de las aptitudes turísticas del territorio de la comunidad de Amazanga, adicionalmente, se establece el diseño del modelo de gestión de la planificación para el desarrollo turístico del territorio de la comunidad, para finalmente, mediante un análisis económico y financiero determinar la factibilidad de construcción del ecolodge. Este conjunto de objetivos se plantea como alternativa de solución a la problemática detectada, considerando que la comunidad de Amazanga ubicada en la provincia de Pastaza, en la ciudad de Puyo, dentro de la cual se encuentra el bosque primario de Amazanga, presenta un limitado desarrollo turístico, pues su manejo y administración no es formal ni técnico (sin gestión turística), lo cual afecta al desarrollo de la población del sector, pues no es posible aprovechar eficientemente los recursos de los cuales dispone. Los principales resultados de la investigación entonces recaen sobre la identificación de las aptitudes turísticas, que desde el punto de vista general contribuyen al desarrollo del proyecto, pues tanto la comunidad como el Gobierno coinciden en la necesidad de generar alternativas económicas que mejoren la calidad de vida de la población, para esto a través del sector público se plasman directrices de cooperación, mediante las cuales se coloca como prioridad el desarrollo de la actividad turística, de forma complementaria, los habitantes de la comunidad Amazanga han mostrado su interés de brindar sus conocimientos para conjuntamente estructurar un servicio turístico de calidad. En conjunto estas actitudes hacen que la implementación del proyecto del ecolodge sea factible, puesto que en tanto la comunidad como el Estado están predispuestos para la generación de actividades productivas basadas en el turismo.

Palabras Clave: Actividad Turística, Aptitudes Turísticas, Ecolodge, Servicio Turístico de Calidad, Factibilidad.

ABSTRACT

This research aims to develop a tourism project based on the construction of an ecolodge that enhances tourism and socio-economic development of the Amazanga community. To achieve this, the identification of the tourist skills of the territory of the community of Amazanga is proposed, in addition, the design of the planning management model for the tourist development of the territory of the community is established, finally, through an economic analysis and Financial determine the feasibility of building the ecolodge. This set of objectives is proposed as an alternative solution to the problem detected, considering that the Amazanga community located in the province of Pastaza, in the city of Puyo, within which the primary forest of Amazanga is located, presents a limited development tourism, since its management and administration is neither formal nor technical (without tourism management), which affects the development of the population of the sector, since it is not possible to efficiently use the resources available to it. The main results of the research then fall on the identification of tourism skills, which from the general point of view contribute to the development of the project, since both the community and the Government agree on the need to generate economic alternatives that improve the quality of life of the population, for this through the public sector, cooperation guidelines are expressed, through which priority is given to the development of tourism activity, in a complementary way, the inhabitants of the Amazanga community have shown their interest in providing their knowledge to jointly structure a quality tourist service. Together these attitudes make the implementation of the ecolodge project feasible, since both the community and the State are predisposed for the generation of productive activities based on tourism.

Keywords: Tourist Activity, Tourist Skills, Ecolodge, Quality Tourist Service, Feasibility.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

ÍNDICE DE CONTENIDOS	vi
ÍNDICE DE TABLAS	ix
ÍNDICE DE FIGURAS	xi
CAPITULO I	1
INTRODUCCIÓN	1
1.1 Justificación	1
1.2 Planteamiento del problema.....	2
1.3 Objetivo General.....	6
1.4 Objetivos específicos	6
1.5 Marco teórico	6
1.5.1 Definiciones Generales	6
1.6 Marco Metodológico.....	13
1.7 Operacionalización	15
CAPÍTULO II	16
APTITUDES TURÍSTICAS DEL TERRITORIO DE LA COMUNIDAD DE AMAZANGA	16
2.1 Evaluación de la cadena de valor turístico.....	16
2.1.1 Planificación.....	16
2.1.2 Organización del producto – destino.....	24
2.1.3 Comunicación	24
2.1.4 Distribución (comercialización).....	24
2.1.5 Transporte (acceso, llegada al destino)	25
2.1.6 Consumo	25
2.2 Identificación del portafolio de productos turísticos del territorio	25

2.3. Análisis FODA	26
2.3.1 Actividades.....	27
2.3.2 Ubicación	27
2.3.3 Características	27
2.3.4 Factores	28
2.3.5 Diagnóstico	30
2.3.6 Diagnóstico de áreas e involucrados	33
2.3.7 Diagnóstico sistémico	36
CAPÍTULO III.....	38
MODELO DE GESTIÓN DE LA PLANIFICACIÓN PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO DEL TERRITORIO DE LA COMUNIDAD DE AMAZANGA.	38
3.1 Identificación de actores	38
3.2. Mesas de trabajo sectorial.....	39
3.3. Agenda de desarrollo turístico en base a los acuerdos establecidos en las mesas de trabajo	41
3.4 Condiciones básicas.....	44
3.5 Estrategias y componentes.....	44
3.6 Componentes del modelo.....	45
3.6.1 Oferta.....	45
3.6.1.1 Organización comunitaria.....	46
3.6.1.2 Desarrollo del producto	46
Demanda	48
Cálculo del tamaño de la muestra	49
Análisis e interpretación de resultados.....	50
3.6.2.1 Comercialización.....	62
3.6.2.2 Alianzas estratégicas.....	63

CAPÍTULO IV	64
FACTIBILIDAD ECONÓMICA Y FINANCIERA PARA LA CONSTRUCCIÓN DE UN ECOLOGEDGE.....	64
4.1 Estudio técnico.....	64
4.2 Capital de trabajo	68
4.3 Costos.....	69
4.6 Evaluación financiera.....	73
4.6.1 Indicadores financieros	75
4.6.1.1 TMAR.....	75
4.6.1.2 VAN.....	76
4.6.1.3 TIR.....	76
4.6.1.4 Periodo de recuperación	77
4.6.2 Punto de equilibrio	77
CAPÍTULO V.....	79
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	79
5.1 Conclusiones.....	79
5.2 Recomendaciones	81
BIBLIOGRAFÍA.....	82
ANEXOS.....	85
Anexo 1. Diseño de la encuesta	85
Anexo 2. Servicio de alojamiento.....	88
Anexo 3. Planimetrico Amazanga	91
Anexo 4. Comunidad Amazanga	92

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Operacionalización.....	15
Tabla 2. Matriz de articulación del PD y OT de la parroquia Tarqui.....	17
Tabla 3. Políticas de desarrollo territorial enfocadas en el turismo.....	19
Tabla 4. MATRIZ DE ARTICULACIÓN DEL PD y OT DE LA PARROQUIA TARQUI	22
Tabla 5. Relacionamiento/ 4 Calificación Vertical Horizontal	31
Tabla 6. Relacionamiento/ 4 Calificación Vertical Horizontal	32
Tabla 7. Diagnóstico de áreas e involucrados	33
Tabla 8. Diagnóstico sistémico.....	36
Tabla 9. Metodología para el diseño de la propuesta de turismo comunitario.....	40
Tabla 10. Agenda de desarrollo turístico.....	42
Tabla 11. Estrategias y componentes	44
Tabla 12. Número de turistas nacionales y extranjeros	48
Tabla 13. Edad.....	50
Tabla 14. Nacionalidad.....	51
Tabla 15. Actividad que se dedica.....	52
Tabla 16. Pregunta 2.....	53
Tabla 17. Pregunta 3.....	54
Tabla 18. Pregunta 4.....	55
Tabla 19. Pregunta 5.....	56
Tabla 20. Pregunta 6.....	57
Tabla 21. Pregunta 7.....	58
Tabla 22. Pregunta 8.....	59
Tabla 23. Pregunta 9.....	60
Tabla 24. Pregunta 9.....	61
Tabla 25. Estrategias de comercialización	62
Tabla 26. Canales de servicio.....	63
Tabla 27. Muebles y enseres.....	64
Tabla 28. Equipos de oficina	65

Tabla 29. Equipos de oficina	65
Tabla 30. Equipos actividades turísticas	66
Tabla 31. Maquinaria y equipos	66
Tabla 32. Infraestructura.....	67
Tabla 33. Inversión.....	68
Tabla 34. Capital de trabajo.....	68
Tabla 35. Costos	69
Tabla 36. Sueldos operativos.....	70
Tabla 37. Mantenimiento y reparación de activos.....	71
Tabla 38. Costo del servicio	71
Tabla 39. Ingresos	72
Tabla 40. Gastos administrativos	72
Tabla 41. Gatos de ventas.....	73
Tabla 42. Gato financiero	73
Tabla 43. Estado de Resultados.....	73
Tabla 44. Flujo de caja	74
Tabla 45. TMAR	75
Tabla 46. VAN	76
Tabla 47. TIR.....	77
Tabla 48. Periodo de recuperación	77

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Ubicación de la comunidad.....	3
Figura 2 Actividades económicas en la parroquia Tarqui	5
Figura 3 Estructura de los Actores claves	38
Figura 4 Mesa sectorial.....	39
Figura 5 Organización comunitaria	46
Figura 6 Edad	50
Figura 7 Nacionalidad	51
Figura 8 Actividad que se dedica	52
Figura 9 Pregunta 2	53
Figura 10 Pregunta 3	54
Figura 11 Pregunta 4	55
Figura 12 Pregunta 5	56
Figura 13 Pregunta 6	57
Figura 14 Pregunta 7	58
Figura 15 Pregunta 8	59
Figura 16 Pregunta 9	60
Figura 17 Pregunta 10	61

CAPITULO I

INTRODUCCIÓN

1.1 Justificación

La provincia de Pastaza cuenta con mucha riqueza natural y cultural por lo que tiene un gran potencial turístico que aún no ha sido aprovechado en su totalidad, sus distintas comunidades locales están interesadas en formar parte de este crecimiento para desarrollarse social y económicamente, como menciona Esteban Ruiz y María Vintimilla en su libro *Cultura comunidad y turismo*, “esta es una de las actividades económicas que más personas y recursos mueve a nivel mundial”(Ruiz&Vintimilla,2009), por tal motivo la comunidad Amazanga desea aprovechar sus actividades turísticas y culturales, a su vez incrementando sus ingresos en los hogares.

(Álvarez & Garcerán, 2003) afirma que el factor turismo ayuda a que tanto el hombre y la mujer tengan un trabajo lo que provoca que cada vez más hogares tengan ingresos duales, y por tanto mayores. Ya que no cuentan con ingresos propios en sus comunidades, sino que tienen que ir a trabajar en pueblos o ciudades cercanas a ellos, como es el caso de la comunidad Amazanga, por ello este proyecto tiene como fin ayudar al desarrollo socioeconómico de esta población por medio del turismo y a su vez fomentar el cuidado de la riqueza cultural y la biodiversidad de flora y fauna que existe en el sector ya que esta forma parte del atractivo turístico que tiene el lugar.

La comunidad Amazanga está conformada por pobladores Kichwas, los cuales están interesados en compartir sus conocimientos de la naturaleza y riqueza cultural, sin embargo, de acuerdo al diagnóstico sistémico turístico realizado en la comunidad se ha podido identificar que no existen proyectos de encadenamiento que se enfoquen en el desarrollo de turismo comunitario en el sector, haciendo que el potencial turístico no pueda ser aprovechado, he aquí la importancia de este estudio ya que generará y brindará la posibilidad de realizar un emprendimiento comunitario que permita a los pobladores de la comunidad, generar ingresos económicos a través de las actividades turísticas con el fin de mejorar su calidad de vida, y adicionalmente, desarrollar los procesos de organización y coordinación comunitario para que se pueda gestionar y coordinar esfuerzos de desarrollo

de la localidad de la mano con los gobiernos seccionales, esto permitirá realizar acciones conjuntas (sistema integrado de gestión turística) para brindar acceso a los servicios básicos a la comunidad. Los ingresos para esto se lograrán con la visita de turistas nacionales como extranjeros y mediante la captación de inversionistas del sector privado y público.

Para la atención que merecen los visitantes, se brindará capacitaciones a los pobladores de la comunidad sobre servicio al cliente, manejo de grupos y también asistencia técnica sobre las gestiones para el ecolodge. Los programas de asistencia turística serán desarrollados por la Academia, y puestos en marcha por estudiantes de los últimos años de carreras relacionadas con el turismo. De esta manera, se consigue que la comunidad siga incrementado sus conocimientos y consecuentemente, los estudiantes podrán adquirir experiencia para contribuir con la sociedad.

Es así como este proyecto llevará a la comunidad a tener un mejor manejo que promueva su cultura y conocimientos ancestrales tanto a los visitantes como internamente en la comunidad, los jóvenes nativos se interesarán por mantener y difundir sus tradiciones a lo largo del tiempo.

1.2 Planteamiento del problema

La comunidad de Amazanga se ubica en la provincia de Pastaza, en la ciudad de Puyo, en la vía a la parroquia Tarqui, en el sector de San Pablo, a 15 kilómetros del centro de Puyo o desde Tarqui en el km 4.5 vía a Puyupungo, en la cual se encuentra el bosque primario de Amazanga, mismo que presenta un limitado desarrollo turístico, pues su manejo y administración no es formal (sin manejo turístico) (Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia Tarqui, 2015, pág. 114), lo cual afecta al desarrollo de la población del sector, pues no es posible aprovechar eficientemente los recursos de los cuales dispone.

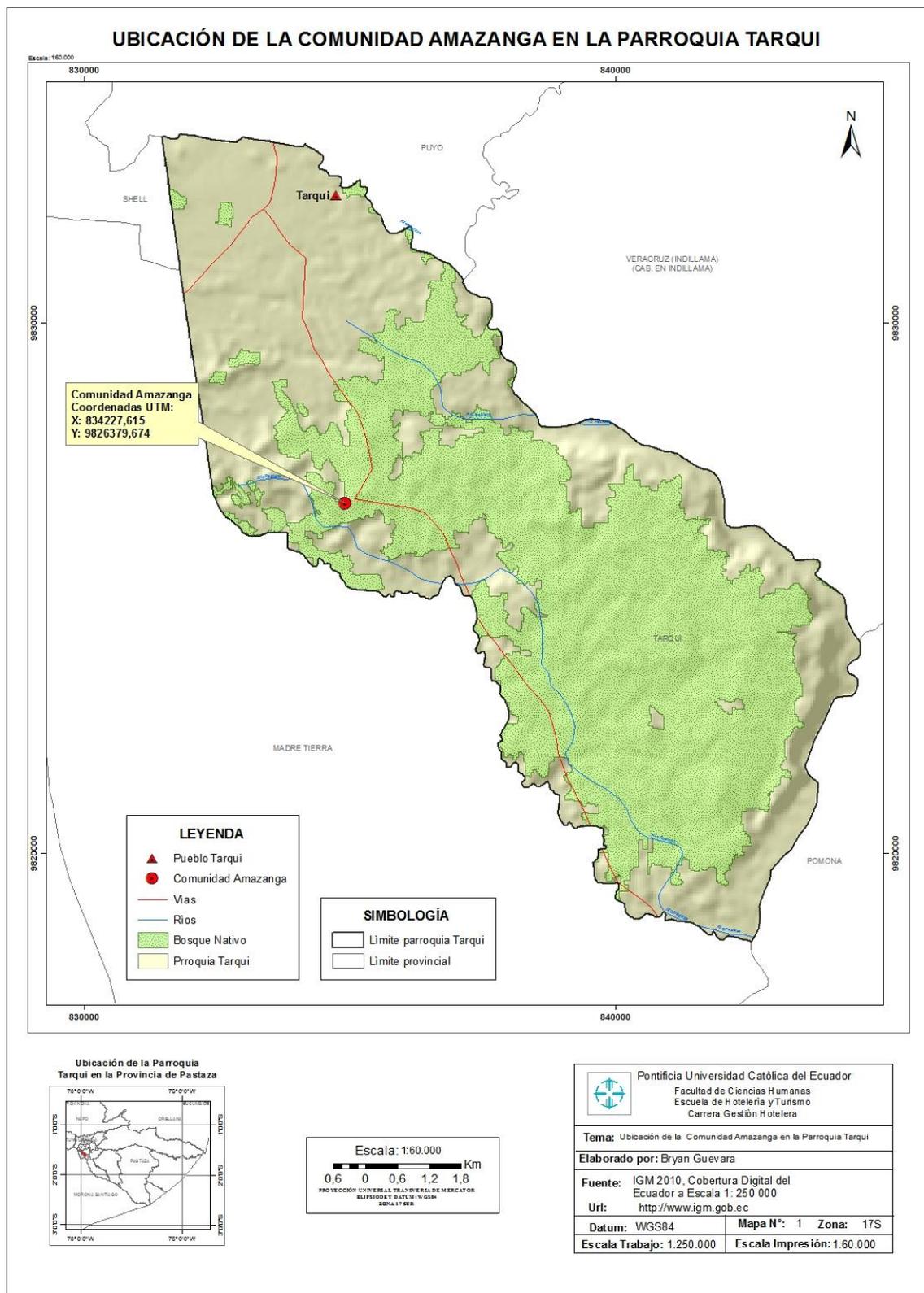


Figura 1 Ubicación de la comunidad

Esta limitante de gestión, administración y manejo, ha provocado que no exista la adecuada promoción y comercialización del potencial turístico que tiene la comunidad, provocando que no se generen ingresos necesarios para el sostenimiento de la colectividad, obteniendo recursos mínimos que no contribuyen a la formalización de la actividad turística (Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia Tarqui, 2015, pág. 44) .

Adicionalmente, en base a la información obtenida a través del diagnóstico de la comunidad, se pudo evidenciar la falta de promoción adecuada, lo que no ha permitido que inversionistas se interesen en contribuir para la implementación de infraestructura y equipamiento turístico para el desarrollo de la actividad, infligiendo así al desaprovechamiento del potencial natural y cultural que ofrece la comunidad como; playas de ríos y cascadas, bosque primario y secundario (Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia Tarqui, 2015, pág. 64), flora y fauna, adicionalmente las artesanías y tradiciones de la comunidad (Kichwa), son parte de los atractivos turísticos que pueden ser viabilizados mediante el proyecto de turismo comunitario. También, es importante destacar que a través del levantamiento de información que se realizó en la comunidad, se pudo establecer que la ausencia de infraestructura incide en la carencia de asistencia técnica y generación de políticas turísticas dentro de esta población generando una débil organización de la comunidad en cuanto a turismo se refiere.

Esta falta de una estructura formal para la gestión y administración de los atractivos turísticos mencionados anteriormente hace que el flujo de turistas no se incremente en razón de la capacidad de atención que tiene la comunidad, este es el resultado de la inexperiencia y la carencia de conocimientos técnicos que requiere la población para poder aprovechar eficientemente los recursos a su disposición.

Como se observa la Tabla 1, las actividades económicas relacionadas al turismo representan apenas el 1,2% en ingresos de la provincia de la parroquia Tarqui, en donde se encuentra ubicada la comunidad Amazanga.

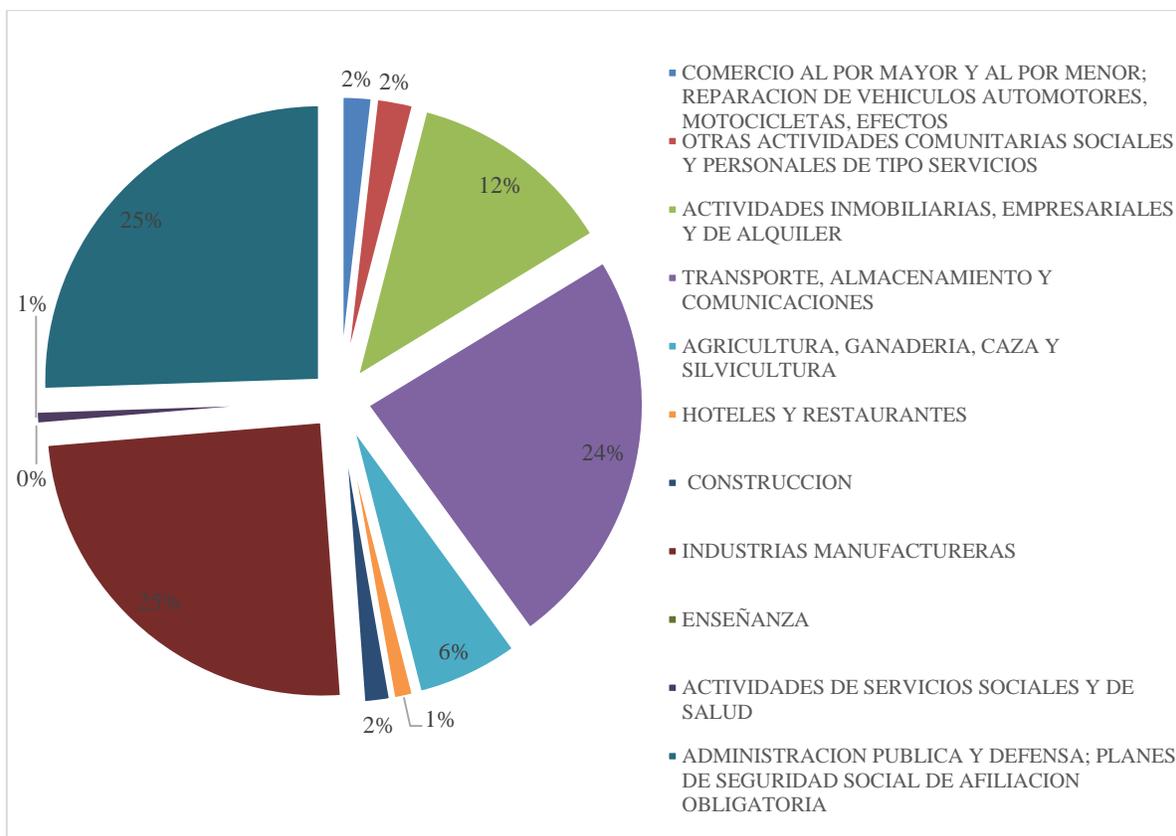


Figura 2 Actividades económicas en la parroquia Tarqui

Fuente: (Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia Tarqui, 2015)

La comunidad Amazanga de acuerdo al diagnóstico turístico realizado para el desarrollo del proyecto, cuenta con una variedad de recursos que pueden ser explotados para el beneficio de la misma, entre ellos, se destacan la elaboración de artesanías tanto en barro, arcilla y madera, también sus conocimientos ancestrales sobre medicina natural y rituales de sanación, los mismos que van acompañados con danzas típicas de su cultura. Además, es importante mencionar que la comunidad está totalmente alejada de cualquier contaminación, asentamientos humanos, minería o extracción del petróleo, asegurando de esta manera el disfrute de bosques primarios y secundarios, aguas puras y cristalinas, flora y fauna autóctona, el silencio y sonidos de la naturaleza.

Una vez analizados todos estos factores dentro de la comunidad, y con el enfoque en materia de turismo, se formula la siguiente interrogante: ¿A través de la implementación de una adecuada infraestructura y un correcto manejo turístico, se podrá impulsar el desarrollo de la comunidad de Amazanga?

1.3 Objetivo General

Desarrollar un proyecto turístico basado en la construcción de un ecolodge que potencialice el turismo y desarrollo socioeconómico de la comunidad Amazanga.

1.4 Objetivos específicos

- Identificar las aptitudes turísticas del territorio de la comunidad de Amazanga.
- Diseñar el modelo de gestión de la planificación para el desarrollo turístico del territorio de la comunidad de Amazanga.
- Analizar la factibilidad económica y financiera para la construcción de un ecolodge.

1.5 Marco teórico

1.5.1 Definiciones Generales

Para el desarrollo de este proyecto es necesario comprender varios conceptos fundamentales, entre ellos:

Turismo

De acuerdo, a la Organización Mundial del Turismo (2011), el turismo está integrado por las actividades que efectúan las personas en sus viajes y estancias en sitios diferentes a su contexto acostumbrado, dentro de un periodo de tiempo menor a un año, con propósitos de descanso, negocios u otros.

A esta definición se le añade la establecida por la Secretaría de Estado de Turismo de España (2016) que es un proceso socio - económico que incide significativamente en el desarrollo cultural y en el patrimonio de los pueblos, esto infiere el movimiento de personas para intercambiar experiencias, cultura, tradiciones, idiomas y demás rasgos sociales.

Puesto que el turismo tiene varios marcos referenciales es difícil encontrar una sola definición que integre todos los aspectos multidisciplinarios del mismo, sin embargo la que más se aproxima al criterio del proyecto es la proporcionada por Castaño (2005), quien establezca que el turismo es el ámbito espacial donde se ubican una serie de recursos diseñados en su conjunto para atraer y satisfacer diferentes necesidades y expectativas de los

consumidores turísticos que se desplazan, permanecen e interactúan en dicho lugar por un cierto período, como ya hemos señalado con anterioridad, que debe ser no inferior a 48 horas.

En definitiva, al realizar un análisis de las tres definiciones citadas, se puede establecer que en definitiva el turismo es el conjunto de actividades relacionadas con el bienestar, ocio, descanso que realizan las personas dentro de su territorio habitual de estancia o fuera de este. La actividad turística entonces implica la integración de un conjunto de empresas de productos y servicios orientadas hacia el aprovechamiento de los atractivos naturales y culturales de una sociedad.

Turismo Comunitario

Una de las ramificaciones del turismo es el turismo comunitario, siendo aquel en que las comunidades, de forma asociativa, pueden tener el control efectivo de sus actividades económicas asociadas a la explotación de las actividades turísticas, con el objetivo de mejorar su economía (Ballesteros y Solis, 2007, pág. 33).

Muchas veces el turismo comunitario es relacionado o confundido con el ecoturismo, por ello es necesario explicar estas dos actividades, para lo cual Coppin (1992) establece que ambos tipos de turismo se interesan por preservar el ambiente natural y cultural, sin embargo el ecoturismo sigue respondiendo a los gustos y necesidades de una población de visitantes que se han interesado por conocer lugares naturales e integrar su conservación y desarrollo, pero con menos énfasis de darle a la comunidad receptora su importante papel como participante activo, al ser el principal sujeto beneficiado (pág. 8).

Tanto el turismo como lo comunitario se basan para su desarrollo en una directriz social. Por una parte, el turismo y la unión con el visitante y, por otro, lo comunitario y las relaciones internas y capitales sociales que deben ser sostenibles dentro de una comunidad para estructurar un propósito común, para así hacer frente al desafío a la oferta turística competitiva, donde el conocimiento del turista será el elemento catalizador de la rentabilidad, mejora de servicios y desarrollo económico de una comunidad. El turismo comunitario, entonces no únicamente se asocia con los factores de la oferta turística de cada comuna, sino con la visión social, integrando la influencia de la comunidad en la práctica turística. Por lo cual, el turismo comunitario ofrece un abanico de posibilidades de desarrollo humano, las cuales, a través de un proceso de aprovechamiento eficiente, pueden mejorar la

calidad de vida de la comunidad y de la población en general. En la actualidad el turismo se ha convertido en una remembranza de las tradiciones, costumbres y experiencias culturales de una sociedad y que particularmente pueden ofrecer con mayor consistencia las comunidades, aquellas en donde el desarrollo del hombre ha sido ajeno, y en buena hora no ha generado impactos que distorsionen los atractivos turísticos (naturales y culturales) (Rodas, Ullauri y Sanmartín, 2015, pág. 15).

El ecoturismo es una realidad en varias regiones de nuestro país ya que el lucro queda en manos de las operadoras y empresas de turismo, pero nunca se reinvierte en la promoción cultural, la educación, y el fortalecimiento institucional. Sin embargo, el criterio de turismo comunitario involucra la participación activa de la población local y está relacionado con la microeconomía social y los recursos naturales.

Inversionistas e inversión Turística

Para todo proyecto un factor clave es la presencia de inversionistas que contribuyan al desarrollo del ejercicio, ya que en la mayoría de los casos los costos que llegan alcanzar son sumamente elevados como para solventarlos, mencionando a (Cadenas, Rosales y Morillo, 2013), definen la inversión como “(...) toda erogación de la estructura productiva del sector turístico para la prestación de servicios a visitantes, dentro del sistema turístico de un determinado destino, realizada en forma cooperativa, entre el sector público, privado y las organizaciones no gubernamentales (ONGs), minimizando impactos negativos socio-medioambientales(...). En palabras más simples es cuando una persona da dinero a cambio de una ganancia futura, esta entidad puede ser parte del sector público, privado o una ONG.

Programa de desarrollo turístico comunitario

Por medio de una investigación en los repositorios de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, y de las diferentes universidades del país, no se encontraron temas relacionados con el turismo en la comunidad de estudio. En la Pontificia Universidad Católica del Ecuador existe un estudio previo sobre análisis comparativo de tres proyectos de turismo comunitario en la amazonia, mientras en las universidades FLACSO y Universidad Estatal Amazónica hay estudios que analizan el turismo comunitario en la

economía y desarrollo en la región amazónica, estas investigaciones previas ayudarán a este proyecto con una radiografía de la situación en la que se encuentra el turismo comunitario en el sector, también con referencias estadísticas que pueden enriquecer a este estudio.

En materia de turismo comunitario Ecuador tiene ya varios proyectos funcionando en diversos pueblos ancestrales que existen a lo largo del país, (MINTUR, 2018) señala que en la región amazónica existen cerca de 40 proyectos de turismo comunitario. Donde los turistas pueden conocer sobre la cultura y tradiciones de los distintos pueblos, esta actividad ha tenido un incremento en el pasar de los años debido a la diversidad étnica que tiene el país como lo menciona (Ecuador Travel, 2019) Ecuador cuenta con pueblos milenarios que han conservado las costumbres y tradiciones. El turismo comunitario constituye una oportunidad para que la comunidad comparta con los visitantes sus tradiciones, sus costumbres y sus perspectivas sobre la vida y la naturaleza, enfatizando la diversidad de identidades existentes y haciendo del episodio turístico una experiencia más plena y profunda, lo cual ha causado gran interés en Amazanga por abrir sus puertas al resto del mundo, y transmitir su conocimiento ancestral sobre medicina natural y rituales de sanación, además de contar con fauna y flora endémica que se aprecia en las 33.000 hectáreas que forman parte de la selva de la comunidad.

Una de las grandes desventajas para que el pueblo Amazanga pueda recibir a estos visitantes, es que no cuentan con un establecimiento apropiado. Mediante la visita a la comunidad se pudo constatar la falta de equipamiento, de igual manera, que las viviendas de sus habitantes no son susceptibles a alojar más personas que sus propios miembros ya que carecen del espacio suficiente y estándares básicos de hospedaje, tales como falta de agua potable, carencia del servicio de internet, conectividad telefónica escasa y nula oferta gastronómica. Estos elementos son de suma importancia para el desarrollo del ejercicio según Beatriz Díaz Fernández en el libro diseño de productos y servicios turísticos señala que “(...) son elementos básicos para que la experiencia turística pueda desarrollarse en condiciones de calidad. La existencia de hoteles, de seguridad y sanidad, de información adecuada, etc., contribuyen a rentabilizar el destino turístico, puesto que conforman la mayor

parte de la experiencia del turista y, en consecuencia, su nivel de satisfacción estará, muy estrechamente vinculado a ella. (...)”. (Díaz, pág. 57, 2015)

La difusión del turismo es de suma importancia, ya que hoy en día para la actividad no se venden sólo los atractivos, sino experiencias como lo señala diario El Comercio (...) “el turismo comunitario ofrece experiencias y busca que los turistas convivan con los miembros de la comunidad, formen parte de sus costumbres, tradiciones y se sientan parte de la misma. (...) (El Comercio, 2014). Para ello algunas comunidades de la zona andina y pocas de la amazonia han realizado un buen uso del marketing por medio de redes sociales, medios de comunicación, publicidad en vallas, a través de agencias de viajes, entre otros. Mediante esta investigación se pudo constatar una falencia en este ámbito por parte de la comunidad y del CAPTUR de Pastaza, revisando la página oficial, la información acerca de la comunidad Amazanga es insuficiente, por no decir nula, derivando en la necesidad de un buen plan de marketing turístico.

La frase más utilizada del Marketing es “el cliente siempre tiene la razón”. En el presente proyecto, podría decirse que el mejor eslogan es: “la comunidad receptora siempre tiene la razón”.

Lo anterior no involucra que la necesidad de un mercado no es importante pues es imperativo la presencia de visitantes en un lugar turístico, de lo contrario no tendría sentido. El verdadero significado de la frase radica en que la sostenibilidad de un programa turístico tiene como principal razón el beneficio de sus propios promotores y luego exigir el respeto de los turistas el momento de visitarlos.

(Guevara y Campos, 2009) establece que el cliente siempre tiene la razón cuando actúa con un código de ética, y la comunidad de acogida tiene la razón cuando acepta los criterios relacionados con la calidad de sus servicios y la preservación de su entorno y sus valores.

En los últimos años apenas comienzan a aparecer nuevos enfoques de empresas que comercializan el turismo para que las reglas locales, tradiciones, costumbres y culturas sean respetadas con marcos referenciales éticos y conservacionistas.

En el lado opuesto, es necesario considerar, en este escenario de turismo comunitario, que el producto o servicio ofertado debe ser el mejor y satisfacer las necesidades del turista, por eso en el mundo tan competitivo de hoy en día el brindar un servicio de calidad es de suma importancia para impactar en la demanda, brindándoles una experiencia única, Claudia Hernández (2009, pág. 24) define al servicio de calidad como otra forma de pensar y actuar, ofreciendo al cliente más de lo que espera recibir cuando acude a nosotros. Para lograrlo, se debe tomar en cuenta ciertos factores como: la calidad de los productos o servicios, personal adecuado para el trabajo, capacitación constante del personal, establecer objetivos y visión concreta de la empresa y difundirla claramente a sus colaboradores, y fomentar el espíritu de servicio.

Las personas cuentan con cualidades específicas que las destacan en ciertos ámbitos laborales y en el sector turístico es importante tener ciertas aptitudes o capacitarse en las mismas, según Ramírez (2009, pág. 72), las personas que trabajan en el ámbito turístico tienen que ser pensantes y emotivos, pensantes ya que manejan aspectos políticos y estratégicos, deben saber manejar los cambios y emotivos por el carácter social al que están expuestos, a su vez al estar en contacto permanente con turistas deben ser activos.

Para la capacitación del personal nativo de la comunidad Amazanga, se ha considerado cuatro áreas principales:

1. Motivación y liderazgo
2. Atención al cliente,
3. Hospitalidad y gastronomía,
4. Manejo de grupos y primeros auxilios

Dichas capacitaciones permitirán al capital humano desarrollar las competencias necesarias para ofrecer un servicio de primer nivel, de acuerdo con Durón (2014, pág. 13), lo mejor es adoptar ventajas competitivas que llenen los vacíos del mercado. Se debe determinar qué valor agregado se puede brindar para tener influencia en el mercado.

El objetivo básico y prioritario de un proyecto turístico, además de ser un negocio rentable, debe ser mejorar la calidad de vida de sus pobladores, es necesario buscar nuevos modelos para predecir futuros acontecimientos, manejando varios escenarios donde los

aspectos demográficos y la capacidad de carga son vitales al igual que los aspectos relacionados con el medio ambiente, el empleo y la economía.

Analizado el conjunto de los elementos nombrados, surge la necesidad de la construcción de un ecolodge para el servicio de alojamiento de turistas, junto con un plan de marketing turístico adecuado para la promoción de la comunidad Amazanga, más la capacitación de los colaboradores nativos que van a ejercer las diferentes actividades recreativas y funcionales más la búsqueda de entidades que contribuyan con la inversión para ejercer el proyecto, (Guevara y Campos, 2009) señala que “(...) la inversión turística o formación bruta de capital, en relación con el turismo, es un elemento importante en el análisis, pues estas inversiones tienen influencia sobre el mercado inmobiliario y sobre el valor del suelo y otros efectos fiscales al generar impuestos e ingresos públicos.(...)”, siendo este un factor primordial para el desarrollo socioeconómico esperado para la comunidad.

Modelo de gestión turística comunitaria

Los modelos de gestión turística enfocados en el desarrollo comunitario, de forma general, se presentan como un elemento integrador base para poner en marcha el desarrollo en las comunidades en donde existan potencialidades turísticas. Para Hernández (2016) constituyen una caracterización simplificada de la realidad que instituye los factores más importantes e influyentes del contexto comunitario, y que pueden convertirse en una oferta diversificada de turismo. Mujica, Marín, y Smith (2014);, determinan que el modelo de gestión turística comunitaria es una estrategia de integración conjunta que direcciona el desarrollo de una comunidad de una manera justa y equilibrada dentro de los niveles sociales, generando instrumentos para el descubrimiento y la promoción de los atractivos naturales y culturales que puede ofrecer al público, productos y servicios turísticos sostenibles y sustentables, a través del uso de las tecnología de la información, para incrementar el alcance de la difusión. Adicionalmente, González y Rivas (2008) establece, que un modelo de gestión turístico comunitario es un instrumento que puede mejorar la organización de los actores del turismo comunitario y su aplicación necesita tener como fundamento, un amplio conocimiento de los factores que influyen en su sustentabilidad, lo cual conlleva a que la interacción entre los turistas, la comunidad y la naturaleza deban ser medidas para identificar

potencialidades y debilidades, que generan la pauta para mejorar constantemente el manejo turístico.

1.6 Marco Metodológico

Para el desarrollo del presente estudio se ha visto necesario emplear un enfoque de investigación mixto, es decir, cuantitativo y cualitativo con el objetivo de establecer una perspectiva integral del proyecto de turismo comunitario con la creación de un ecolodge en la comunidad de Amazanga. Pastaza – Ecuador. En el caso de la investigación cuantitativa esta se utiliza para el análisis del mercado turístico de la zona, buscando a través de esta base establecer las estrategias que le permitirán a la comunidad tener resultados eficientes una vez puesto en marcha el proyecto. Adicionalmente, la investigación cualitativa se emplea para establecer la perspectiva tanto de la comunidad como de los potenciales turistas, que están inmersos dentro del desarrollo turístico de la zona. Información que se levantara a través de encuestas y entrevistas.

En cuanto al alcance de la investigación, esta es de tipo descriptivo y explicativo. La parte descriptiva del proyecto se basa en el detalle de los componentes de la estructura turística del ecolodge, así como los elementos necesarios para potencializar su gestión. Así también mediante este tipo de estudio se describe a la comunidad, a los turistas potenciales, al Estado y la sociedad en general como actores de la actividad turística en Amazanga. En cuanto, a la investigación explicativa, esta es esencial para fundamentar la creación del ecolodge. Es decir, las causas y consecuencias de su aplicación y el alcance de la misma.

Para el presente proyecto se investigó en bibliotecas, bibliotecas virtuales, páginas de turismo, información sobre turismo comunitario obtenida en el lugar (insitu), reseñas de la comunidad Kichwa, inversión y marketing para tener una radiografía inicial de la situación actual del proyecto.

Adicionalmente, se realizará encuestas a viajeros para medir el interés que tienen en el turismo de naturaleza y aventura, y los resultados se analizarán para ver la aceptación que tiene.

Para el inicio del estudio se realizará dos tipos de diagnósticos: el diagnóstico de Actores Involucrados que analiza a los entes implicados en la viabilidad del proyecto se toma en cuenta dos aspectos principales: el nivel de interés de las entidades públicas, privadas, académicas y no gubernamentales sobre el proyecto y el poder de influencia que presentan sobre el mismo.

Se va a disponer de un método científico que según Galileo Galilei citado en (Instituto Latinoamericano de Comunicación Educativa, 2017) enfrenta problemas relativamente simples y uno por uno, en lugar de intentar contestar preguntas grandiosas y complejas, concentra su atención en unos cuantos hechos, específicamente los que pueden describirse en términos matemáticos. Mediante la recolección de datos sobre la comunidad Amazanga se organizan los puntos fuertes y las necesidades de esta con el objetivo de planificar un proyecto que sea llamativo a los inversionistas y beneficioso a los oriundos de la zona.

Para potencializar el proyecto turístico se utilizó el Diagnóstico Sistémico donde se recolectan datos de vital importancia para la fijación del punto de partida del plan estratégico utilizado, entre ellos, la infraestructura disponible, facilidades de transporte, actividades recreativas y de ocio, fauna y flora endémica del lugar. También recolecta antecedentes de la cantidad de visitantes tanto nacionales como extranjeros que recibe esta comunidad, el entorno social: las tradiciones que se practican y la conflictividad social de la colectividad, el entorno político: el nivel de organización y la existencia de una base política, el entorno económico: cantidad de empleos disponibles y las necesidades básicas insatisfechas y el entorno ambiental que engloba los recursos propios del sector y sus condiciones geográficas. De esta manera, se logra tener claro el plan de acción que permitirá el éxito del proyecto y el beneficio también para la comunidad.

1.7 Operacionalización

Tabla 1. Operacionalización

Objetivos	Variables	Indicadores	Metodología y Técnicas
<p>Objetivo General</p> <p>Desarrollar un proyecto turístico basado en la construcción de un ecolodge que potencialice el turismo y desarrollo socioeconómico de la comunidad Amazanga.</p>	<p>Diagnostico sistémico.</p> <p>Estrategias</p>	<p>Resultados del diagnóstico.</p> <p>Estrategias propuestas</p>	<p>Investigación descriptiva / explicativa</p>
<p>Objetivos Específicos</p> <p>Identificar las aptitudes turísticas del territorio de la comunidad de Amazanga.</p>	<p>Evaluación de la cadena de valor turística del territorio</p> <p>Diagnóstico de las actitudes turísticas</p> <p>Identificación del portafolio de productos turísticos del territorio</p> <p>Evaluación de las Facilidades Turísticas del Territorio</p> <p>Análisis FODA</p>	<p>Configuración de la cadena de valor</p> <p>Resultados del diagnóstico.</p> <p>Número de productos turísticos</p> <p>Numero de facilidades turísticas viables</p> <p>Numero de estrategias diseñadas en base al FODA</p>	<p>Investigación descriptiva</p>
<p>Diseñar el modelo de gestión de la planificación para el desarrollo turístico del territorio de la comunidad de Amazanga.</p>	<p>Identificación de actores</p> <p>Agenda de desarrollo turístico</p> <p>Estrategias y componentes</p>	<p>Número de actores identificados</p> <p>Número de mesas de trabajo programadas</p> <p>Número de estrategias aplicadas</p>	<p>Observación directa</p> <p>Encuestas</p>
<p>Analizar la factibilidad económica y financiera para la construcción de un ecolodge.</p>	<p>Análisis financiero</p>	<p>Indicadores de evaluación financiera</p> <p>VAN</p> <p>TIR</p>	<p>Informe económico - financiero.</p>

CAPÍTULO II

APTITUDES TURÍSTICAS DEL TERRITORIO DE LA COMUNIDAD DE AMAZANGA

2.1 Evaluación de la cadena de valor turístico del territorio

La cadena de valor turístico está conformada por siete eslabones que evidencian la estructura que actualmente tiene la comunidad para gestionar el turismo. Estas son; la planificación (gestión del territorio, recursos humanos, normativa legal y financiamiento), organización del producto-destino, comunicación, distribución (comercialización), transporte (acceso, llegada al destino y consumo). Estas dimensiones se desarrollan a continuación en base al esquema de la cadena de valor turístico.

2.1.1 Planificación

La actividad turística en la parroquia Tarqui no ha tenido una planificación adecuada, capaz de desarrollar las potencialidades que tienen los distintos destinos de la zona, como la comunidad Amazanga, que no ha podido dar a conocer de forma eficiente los atractivos que posee, haciendo que la población que ahí habita dependa de la agricultura, la caza y la pesca. En este sentido se puede definir que no existe planificación para el desarrollo turístico que en la actualidad suplas las necesidades y requerimientos de la comunidad. No obstante, para el desarrollo del Plan de Desarrollo Territorial por parte del Gobierno Descentralizado de la Parroquia Tarqui se plantea a la actividad turística como la base para el desarrollo de la población, por tanto, es importante analizar el plan de desarrollo económico productivo, que apunta hacia la sustentabilidad.

Consecuentemente, se tiene que uno de los ejes de acción de desarrollo del GAD es el turismo ecológico, a través del cual se busca sustituir a las actividades tradicionales económicas y productivas; abriendo paso hacia una económica sustentable capaz de incrementar progresivamente los ingresos de las comunidades en donde se integra Amazanga, que tiene potencialidades que bien administradas y gestionadas pueden llegar a convertirse en destinos turísticos emblemáticos.

Tabla 2. Matriz de articulación del PD y OT de la parroquia Tarqui

MATRIZ DE ARTICULACIÓN DEL PD y OT DE LA PARROQUIA TARQUI					
		OBJETIVOS	POLÍTICAS	PROGRAMAS	PROBLEMAS A SOLUCIONAR
PLAN: Desarrollo económico productivo sustentable.					
SISTEMAS RELACIONADOS CON EL DESARROLLO ECONÓMICO-PRODUCTIVO	<p>La parroquia Tarqui basa su economía en un manejo agropecuario sostenible, con turismo ecológico sustentable, con chacras de producción diversa basada en la seguridad alimentaria.</p>	<p>Cultivo de la caña de azúcar con estándares de calidad.</p>	<p>Propiciar el desarrollo de actividades turísticas dentro del territorio parroquial.</p>	<p>Capacitación y tecnificación en la producción agropecuaria.</p>	<p>Prácticas de cultivo poco eficientes y tradicionales.</p> <p>Producción individual de la caña de azúcar. Bajos precios al productor de caña de fruta. La caña se vende en Baños y no se identifica que es de Tarqui.</p> <p>Bajos niveles de productividad por Ha. De la caña.</p> <p>Monocultivo de caña sin recambios. Dependencia de intermediarios para la venta de la producción agrícola.</p> <p>Limitado número de Fuentes de trabajo. Desaprovechamiento de las agropotencialidades turísticas de la parroquia. Escasas fuentes de ingresos económicos.</p> <p>Desaprovechamiento de los recursos naturales y culturales para la realización de actividades turísticas. Falta de apoyo para la realización del turismo comunitario. Falta de centros de expendio de alimentos para los turistas.</p> <p>Proyectos turísticos comunitarios aislados sin suficiente promoción.</p> <p>Falta de apoyo para el incentivo del turismo Chacras dedicadas al monocultivo de productos alimenticios. Desaprovechamiento de las potencialidades turísticas culturales.</p>
		<p>La producción de la parroquia se complementa con actividades agrícolas diversas, fortalecidas en su cadena de valor con procesos de manufactura fomentando las actividades artesanales y mejorando los procesos.</p>			
		<p>Propiciar que las chacras y huertos familiares sean productivos y sostenibles.</p>	<p>Propiciar la aplicación de la zonificación de uso de suelo dada en el PD y OT para las actividades agro-productivas e industriales.</p>	<p>Fortalecimiento de chacras productivas en las comunidades de la parroquia</p>	
		<p>Se desarrolla en la parroquia alternativas de turismo comunitario, agroecológico, cultural y étnico.</p>	<p>Vigilar que ejecución de actividades de explotación extractiva, minera, manufacturera e industrial se realicen bajo la normativa ambiental vigente.</p>	<p>Creación de Microempresas y capacitación técnica para potencializar los recursos y la productividad, en las comunidades de Tarqui.</p>	

Fuente: (Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia Tarqui, 2015)

Se puede evidenciar que dentro de la planificación para el desarrollo político tanto de la parroquia como de la comunidad de Amazanga se ha considerado como factor clave al turismo y sus actividades derivadas. En consecuencia, se puede determinar que por parte del Estado se ha planteado la base para la organización comunitaria, que es el factor fundamental que encadena las potencialidades tanto naturales como culturales de la zona.

La capacitación también resalta como un elemento capaz de fomentar el crecimiento de la actividad turística, esto considerando que, aunque la comunidad de Amazanga tiene los conocimientos ancestrales, la falta de procesos administrativos y de gestión hace que estos no puedan ser transmitidos eficientemente hacia los turistas. Por lo tanto, al integrar a la capacitación como base para el turismo se identifica una planificación estructurada, pero que, sin duda, demuestra que es necesario aplicar proyectos ajustados a las necesidades reales de comunidad. Es aquí donde la gestión de los profesionales del turismo debe verse reflejada, pues mediante iniciativas como el ecolodge se busca aportar al desarrollo del turismo comunitario del Ecuador.

A. Gestión del territorio

La gestión del territorio se ha visto marcada por los procesos de planificación de desarrollo territorial que se ha implementado en los últimos 10 años, el cual se plasmó en el Plan nacional para el Buen Vivir, con el objetivo de descentralizar la administración y la capacidad de acción del Gobierno Central; así se tienen cuatro niveles de gestión, provincial, cantonal y parroquial. En este sentido a través del Plan de Desarrollo Territorial de la Parroquia Tarqui se han establecido las directrices para el manejo económico, político, social y cultural de las diferentes comunidades que conviven en esta parte del país. Dentro de esta configuración es importante establecer las políticas dispuestas para resolver los problemas que son recurrentes, sobre todo en territorio donde el desarrollo urbano es escaso.

Tabla 3. Políticas de desarrollo territorial enfocadas en el turismo

Directriz	Problemática	Políticas Propuestas
<p>Fomento Productivo</p>	<p>Tradicionalmente se ha entendido el fomento productivo como las actividades agrícolas y el fomento productivo es mucho más que la agricultura.</p> <p>Los encadenamientos productivos son un eje que no se ha trabajado históricamente.</p> <p>Actividades, como el turismo han sido relegadas a segundo plano por la hegemonía de otros sectores como el petrolero.</p>	<p>Realizar una planificación integral de la producción y el modelo de producción de todo el país.</p> <p>Definir la vocación productiva de cada localidad en el país.</p> <p>Mejorar las capacidades institucionales de los GAD en el tema de fomento productivo y en la planificación de encadenamientos productivos.</p> <p>Fortalecer el talento humano del país y mejorar e incrementar recursos para la formación del recurso humano para la producción no solo agrícola.</p> <p>Articular el desarrollo de actividades como el turismo que se proyectan como fuentes de ingresos sostenibles en el largo tiempo.</p>
<p>Patrimonio</p>	<p>No existe un inventario nacional de los bienes patrimoniales intangibles.</p> <p>No existen recursos adecuados para el cuidado y protección del patrimonio cultural.</p>	<p>Realizar un Programa Nacional para la realización de un inventario nacional de los bienes patrimoniales.</p> <p>Fomentar actividades turísticas comunitarias que generen recursos para la preservación de bienes patrimoniales.</p>

Fuente: (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo , 2015)

De acuerdo, a las políticas establecidas para el desarrollo territorial, existen dos directrices que son compatibles con el desarrollo de la actividad turística, estas son el fomento productivo y el patrimonio; en el caso de la primera, se han estructurado alternativas para integrar como parte funcional del aparato productivo nacional, al turismo, siendo esta una de las actividades de mayor producción a nivel nacional por su alto potencial de desarrollo, y para lo cual se ha dispuesto fomentar la sistematización de proyectos enfocados

en el potenciamiento de los territorios que posean capacidades y atractivos turísticos, y adicionalmente se plantea la descentralización para un mejor manejo económico de cada sección territorial. En este caso la parroquia Tarqui tiene un mayor nivel de desarrollo gracias a que la gestión política y social se enfoca en el mejoramiento de las condiciones de vida de la población, y por tanto se convierte en un factor positivo para el fortalecimiento de la actividad turística.

Otra de las políticas que da sustento al desarrollo de la actividad turística en la parroquia Tarqui, es la conservación y rescate del patrimonio, el cual forma parte fundamental de la cultura de la comunidad Amazanga, por lo tanto, se establece como eje para el potenciamiento de los productos turísticos que pueda llegar a estructurar tanto la comunidad como organizaciones privadas que buscan aprovechar los recursos disponibles en esta zona, como la flora, fauna y sobre todo la cultura que complementa perfectamente el atractivo para el turista.

B. Talento Humano

La comunidad de Amazanga cuenta con los conocimientos de la zona que por años han sido pasados de generación en generación, y lo cual hace que su cultura sea rica y milenaria, por lo tanto, el desarrollo se evidencia en las políticas planteadas para potenciar las capacidades de la población mediante la integración de la actividad turística como base para la gestión económica, política y social, pues esta se proyecta como el elemento clave que puede mejorar considerablemente la calidad de vida de la población. Para el desarrollo del talento humano las instancias públicas han establecido una matriz de socio – cultural, la cual es importante de analizar pues muestra la importancia que tiene para el Estado y para los demás sectores de la sociedad, el rescate y fortalecimiento de las culturas milenarias como la Kichwa, misma que habita la zona de Amazanga y que forma parte del patrimonio cultural del Ecuador, y que adicionalmente, constituyen la dimensión de interacción con el turista.

Dentro de las principales directrices de mejora planteadas para el desarrollo del talento humano a través de la cultura se presentan planes de rescate de las costumbres y

tradiciones de la comunidad Kichwa, que se convierten en la base para la construcción de proyectos turísticos como el ecolodge, que busca mejorar la visita del turista a través de la creación de un lugar que refleje su riqueza cultural, y que adicionalmente se convierta en modelo de gestión para la administración de las potencialidades

Tabla 4. MATRIZ DE ARTICULACIÓN DEL PD y OT DE LA PARROQUIA TARQUI

MATRIZ DE ARTICULACIÓN DEL Peyote DE LA PARROQUIA TARQUI					
	LINEAS ESTRATÉGICAS PARROQUIALES:	OBJETIVOS ESTRATÉGICOS PARROQUIALES	POLÍTICAS	PROGRAMAS	PROBLEMAS A SOLUCIONAR
SISTEMAS RELACIONADOS CON EL DESARROLLO SOCIO CULTURAL	PLAN: Desarrollo del sistema socio cultural				
	La parroquia ha fortalecido la vida de las comunidades indígenas y mestizas conservando sus tradiciones y costumbres ancestrales privilegiando el sistema educativo y la transmisión de saberes al resto de generaciones con integración familiar y participativa	Los habitantes de la parroquia tienen un sistema educativo mejorado con todos sus servicios y equipamiento, que cubre a toda la población, con niveles bajos de deserción escolar, elevando el nivel de rendimiento académico.	Promover en la población el mantenimiento de una buena higiene personal y laboral.	Fomento para la capacitación en turismo, artesanías, saberes ancestrales, concientización ambiental, gastronomía típica, lenguas nativas	Desempleo y poca generación de recursos y poca difusión de la riqueza cultural Kichwa de los habitantes de la Comuna San Jacinto.
		Las nacionalidades indígenas y población mestiza de la parroquia conservan sus tradiciones culturales ancestrales y su lengua, privilegiando su sistema educativo bilingüe y la difusión a la población el respeto a su cultural y tradiciones.	Apoyo a las actividades de las instituciones de Salud y Educación.	Fortalecimiento al sector educativo.	Desempleo y poca generación de recursos económicos.
		Se fortalecen los valores sociales y culturales en las familias.	Apoyo a la realización de actividades deportivas.	Fortalecimiento de la salud en los habitantes de la parroquia.	Baja calidad educativa.
		Se construyen espacios físicos y sociales apropiados para el desarrollo de actividades culturales, deportivas, sociales en los asentamientos poblados concentrados.	Apoyo a los grupos étnicos para la gestión de su desarrollo comunitario.	Recuperación de costumbres ancestrales Kichwa.	Salud deficiente e incremento de enfermedades Difícil acceso a medicinas en las comunidades.
		La población tiene un servicio de salud preventivo adecuado, funciona el sistema de salud en la parroquia, con infraestructura completa y equipada, con los recursos necesarios	Fortalecimiento de los valores sociales y culturales en las familias de la población.	Programa de fortalecimiento de valores sociales y familiares.	Población presenta enfermedades por tener bajos niveles nutricionales.
		Programa de fortalecimiento a los grupos vulnerables	Población con problemas alimentarios. Pérdida de identidad, costumbres y tradiciones.		
			Programa de fortalecimiento a los grupos vulnerables	Uso de los recursos naturales para caza, construcción de viviendas y creación de nuevas chacras sin control o planificación.	
				Pérdida de identidad, costumbres y tradiciones.	
				Reducida integración de la población mestiza a la cultura Kichwa de la zona.	
				Reducida expresión de valores familiares y culturales en la vida diaria.	
				Violencia familiar y alcoholismo.	

C. Normativa legal y financiación

La normativa legal está presente como parte de los requerimientos formales que se requieren para el desarrollo de productos y servicios turísticos, en este sentido para la implementación del ecolodge se tiene la Ley de Turismo.

Considerando la ley de turismo suscrita en el Decreto Ejecutivo 1424, publicado en el Registro Oficial 309 el 19 de abril del 2001, se toma como referencia los siguientes artículos para el fundamento legal del proyecto turístico (Ministerio de Turismo, 2010):

1) Art 8.- Para el ejercicio de actividades turísticas se requiere obtener el registro de turismo y la licencia anual de funcionamiento, que acredite idoneidad del servicio que ofrece y se sujeten a las normas técnicas y de calidad vigentes.

2) Art 9.- El Registro de Turismo consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos, sea persona natural o jurídica, previo al inicio de actividades y por una sola vez en el Ministerio de Turismo, cumpliendo con los requisitos que establece el Reglamento de esta Ley. En el registro se establecerá la clasificación y categoría que le corresponda.

3) Art 10.- El Ministerio de Turismo o los municipios y consejos provinciales a los cuales esta Cartera de Estado, les transfiera esta facultad, concederán a los establecimientos turísticos, Licencia única Anual de Funcionamiento, lo que les permitirá:

- Acceder a los beneficios tributarios que contempla esta Ley;
- Dar publicidad a su categoría;
- Que la información o publicidad oficial se refiera a esa categoría cuando haga mención de ese empresario instalación o establecimiento; Que las anotaciones del Libro de Reclamaciones, autenticadas por un Notario puedan ser usadas por el empresario, como prueba a su favor; a falta de otra; y,
- No tener, que sujetarse a la obtención de otro tipo de Licencias de Funcionamiento, salvo en el caso de las Licencias Ambientales, que por disposición de la ley de la materia deban ser solicitadas y emitidas.

En cuanto al financiamiento este puede ser obtenido a través de créditos públicos que ofrecen menores tasas de interés y que de acuerdo con las características del proyecto puede tener beneficios mayores, puesto que los beneficios que se obtendrán servirán para el desarrollo de la comunidad tanto a nivel económico como social. Por lo tanto, este es uno de los factores dentro de la cadena que pueden potenciar y viabilizar el desarrollo del ecolodge.

2.1.2 Organización del producto – destino

La fase de configuración del producto-destino incluye todas las acciones destinadas a configurar de manera integral los productos y servicios que el turista podrá adquirir y disfrutar en un lugar determinado. Trata de definir el valor que se va a ofrecer al turista una vez que este se encuentra en el destino turístico. La configuración del producto-destino turístico se define, según Pearce (1989), como una amalgama de productos y servicios, disponibles en una localización determinada, capaces de atraer visitantes desde cualquier lugar de origen y que ofrecen una experiencia integral a los consumidores.

2.1.3 Comunicación

Otro de los elementos importantes dentro de la cadena de valor turístico, es la comunicación, a través de la cual se puede dar a conocer los atractivos turísticos que posee la comunidad de Amazanga, no obstante, el factor comunicacional es una de las capacidades que no ha podido desarrollarse eficientemente, y esto se evidencia en el desconocimiento de la población local y por tanto de los turistas extranjeros que buscan alternativas para satisfacer sus requerimientos turísticos. Dentro de esta dimensión, entonces se puede establecer que la comunidad no cuenta con un plan de comunicación capaz de socializar las actividades, productos y servicios turísticos que se han desarrollado a partir de los recursos medioambientales y humanos que posee.

2.1.4 Distribución (comercialización)

La distribución de los productos y servicios turísticos de la comunidad Amazanga se realiza a través de medio digitales, pero en menor escala, también se emplea las fuentes de información estatales que funcionan como puntos de socialización en el área, pero no son lo

suficientemente eficientes para dar a conocer por completo las capacidades y potencialidades que tiene la comunidad.

2.1.5 Transporte (acceso, llegada al destino)

La comunidad de Amazanga al encontrarse dentro de un territorio rural, y que debido a esto goza de atractivos naturales como la flora y la fauna de la región amazónica, ha generado que, el transporte que se tiene a disposición es de tipo particular. Adicionalmente, a esto se debe establecer que el acceso a la zona se realiza a través de caminos de segundo y tercer orden, que requieren de vehículos especiales para el transporte de personas. En este sentido, al implementarse el proyecto del ecolodge se debe tener acercamientos con los gobiernos descentralizados para fomentar inversiones que mejoren la accesibilidad de los turistas.

2.1.6 Consumo

El consumo de los productos turísticos dentro de la comunidad de Amazanga es limitado, puesto que al no haber una oferta bien estructura y diversa para los diferentes gustos y preferencias del turista, el nivel de visita es bajo, por lo cual el objetivo tanto del sector público como privado debe estar orientado a incrementar la oferta turística para aprovechar eficientemente las potencialidades tanto del entorno como de la comunidad que tiene en su poder una valiosa fuente de conocimientos e información que puede ser potenciada mediante procesos técnicos de gestión turística.

2.2 Identificación del portafolio de productos turísticos del territorio

Los productos turísticos que ha logrado desarrollar la comunidad de Amazanga se basan principalmente en las características culturales que posee, por lo que a continuación se detallan los componentes del portafolio que puede ajustarse a los servicios que puedan llegar a ofrecer el ecolodge.

- Programa de fiestas celebración de los juegos cultural Del Carnaval. Donde todos juegan pintándose con colores de la selva. En la Comunidad Amazanga y en la ciudad, se realizan programas culturales.

- Días de la Semana Santa donde la comunidad practica la pesca artesanal, para el festejo que conlleva a una combinación de tradiciones mestizas y kichwas. El atractivo de esta práctica se encuentra en la forma artesanal, después se juntan en una casa y realizan una comida cultural típica de la selva. Las fechas son la primera semana de febrero.
- Festejos tradicionales de las nacionalidades indígenas por los días de la Naciones Indígenas, conformadas por las 7 diferentes nacionalidades en la región amazónica. Donde practican y comparten los juegos tradicionales indígenas.
- El día de las madres conocido a nivel mundial, también es festejado por la comunidad. Por lo que se desarrollan programas con danzas tradicionales realizadas por los esposos e hijos.
- Los hombres de la comunidad practican la pesca en los ríos de la zona, aplicando técnicas ancestrales que hacen de esta actividad un atractivo potencial.
- El día de difuntos, se reúnen las familias y preparan la tradicional colada, y esto se acompaña de rezos y bailes típicos para recordar a los familiares fallecidos.
- Del 4 al 6 de noviembre son los días de festividades de las comunidades, donde se celebra por la cosecha de la producción de la yuca, se practica de la caza y pesca tradicional, y se pasa el conocimiento hacia las nuevas generaciones. Todo esto es acompañado por danzas tradicionales, y amenizado por tambores y flautas.

2.3. Análisis FODA

El análisis de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la comunidad Amazanga, radica en la identificación de los parámetros en los cuales se desarrollará el ecolodge. Por tanto, forma parte importante del proyecto.

2.3.1 Actividades

La comunidad Amazanga se encuentra dentro de la reserva ecológica Llanganates, y está habitada por los Kichwas, los cuales se han dedicado a cultivar estas tierras y también a la avicultura, para sacar los productos básicos de consumo diario. Sus mujeres se dedican a realizar artesanías tanto en barro, arcilla y madera, las cuales venden como recuerdos a los visitantes que acuden al lugar atraídos por su naturaleza, cultura, y realizan las visitas a la selva por sus senderos.

Esta comunidad es especialista en medicina natural y rituales de sanación, los mismos que acompañan con danzas ancestrales.

2.3.2 Ubicación

Se encuentra en América del Sur, país Ecuador, en la Provincia de Pastaza, Cantón Pastaza, Parroquia Rural Tarquí, a 16 Km de la ciudad de Puyo.

2.3.3 Características

Amazanga se encuentra dentro del Parque Nacional Llanganates, en el año 1947 obtiene su personería jurídica la Gran Comuna San Jacinto en una extensión de 33.000 hectáreas en donde la comunidad Amazanga es parte de este centro y fue creado por Rafael Santi, Lucila Corivica Vargas Dahua, Flavio Enrique Santi y sus hermanos Richard; Eduardo, Byron y Rosa Santi en general 14 hijos de la Familia Santi que por conflictos internos entre indígenas y colonos obligaron a emigrar a la familia Santi a Río Chico, los cuales se agudizan con el avance de la frontera agrícola por parte de los colonos y la construcción de caminos de penetración, desatándose las luchas entre los Achuaras y Kichwas en el río Pindo donde murió un gran número de personas.

Ante la situación referida, la extracción de madera explotación petrolera, cacería indiscriminada y la contaminación de los ríos se desintegran las comunidades perdiendo su identidad cultural y emigrando a diferentes lugares en búsqueda de mejores condiciones de vida. La familia Santi decide salir de la Comunidad Río Chico y en noviembre de 1992 funda la Comunidad de Amazanga con el fin de rescatar sus costumbres y la cultura ancestral.

La comunidad está totalmente alejada de cualquier contaminación, asentamientos humanos, minería o extracción del petróleo, asegurando de esta manera el disfrute de bosques primarios y secundarios, aguas puras y cristalinas, flora y fauna autóctona, el silencio y sonidos de la naturaleza. Además, que es una selva virgen, es decir no está interferida por el hombre.

2.3.4 Factores

Político

Durante los últimos 30 años, el pueblo Kichwa se ha convertido en un referente local, regional e internacional por la lucha y reconocimiento de sus derechos que afirman simultáneamente la construcción de autonomía, autodeterminación, plurinacionalidad, interculturalidad, pluralismo jurídico al interior de su territorio acorde a la norma constitucional vigente; proceso en el cual ha sido fundamental fortalecer las prácticas culturales, cosmovisión, principios filosóficos y epistemológicos propios que fortalecen la agenda política del pueblo Kichwa de la provincia de Pastaza frente al Estado. De igual forma busca nuevas maneras de representación y administración del territorio, con la implementación de los planes de vida que pretenden convertirse en herramientas de construcción organizativa - política desde la perspectiva del Estado sin perder identidad, autonomía, autodeterminación y la implementación de la circunscripción territorial.

La comunidad de Amazanga cuenta con una directiva elegida por voto popular, la misma que está conformada por 5 miembros de la comunidad, quienes trabajan durante un año rigiéndose a los estatutos de la misma, bajo un plan de trabajo que debe ser presentado el día de su posesión, mediante una asamblea general a la cual deben acudir todos los socios de la comunidad.

Económico

Según un censo realizado en el 2014 la población total de Amazanga era de 91 personas incluidos hombres, mujeres y niños, basados en los datos de ese censo existen 15 hombres mayores de edad los cuales pueden trabajar legalmente, y 5 mujeres de la misma forma.

Las actividades económicas de la comunidad son básicamente la agricultura, la caza, la pesca y la elaboración de artesanías. En la agricultura podemos decir que la mayor parte de la comunidad se dedica al cultivo de productos como: yuca, plátano, papa china y caña de azúcar, los cuales son comercializados en Tarqui, representando este sector al 40% de ingresos de la comunidad. En lo que se refiere a la caza y pesca, son los hombres de la comunidad quienes se encargan de esta actividad, obteniendo una representación del 50% de su economía; finalmente la elaboración de artesanías es una actividad realizada generalmente por las mujeres de la comunidad, se fabrican una variedad de productos teniendo una participación del 10%.

Una de las actividades que se encuentra en peligro de desaparecer en la comunidad, es el uso y manejo de las plantas medicinales, que generalmente los antepasados lo utilizaban dentro de sus casas para la prevención y curación de enfermedades y que, por lo natural, lo suministraba el Yachak o curandero de la comunidad.

Social

La población Kichwa de la provincia de Pastaza, está dividida en asociaciones; estas asociaciones a su vez se dividen en comunidades que ocupan las cuencas de los ríos Curaray, río Arajuno, río Bobonaza, río Pindo, río Anzu y río Puyo.

Conforme ha ido avanzando el desarrollo institucional por parte del estado ecuatoriano una parte del territorio Kichwa se ha constituido en parroquias, algunas poblaciones, comunidades o parte de sus asociaciones se encuentran en las parroquias de: Puyo, Canelos, Fátima, Montalvo, Rio Corrientes, Sarayaku, Targuí, Teniente Hugo Ortiz y Veracruz del cantón Pastaza, otra parte de la población Kichwa se encuentra en la parroquia de: Mera, Madre Tierra del cantón Mera, en la parroquia Santa Clara, del cantón Santa Clara, la parroquia: Arajuno y Curaray del cantón Arajuno. La mayoría de las comunidades y asociaciones que se encuentran en estas parroquias se constituyen en comunidades que se encuentran en la zona de frontera con la colonización.

La estructura social de los kichwas de Pastaza, acorde a su proceso histórico como pueblo indígena, dependen de redes de linaje y parentesco ligado a diferentes aspectos como son: sexo y edad, en la mayoría de los casos la forma de gobierno se encuentra articulado por

alianzas matrimoniales “pacta china” que no es más que un sistema de redes parentales entre similares. El territorio, sus formas de organización espacial y de gobiernos se encuentran inmersos directa e indirectamente desde lo simbólico y material.

Tecnológico

Amazanga al ser una comunidad en desarrollo no cuenta con todas las facilidades tecnológicas que los ciudadanos estamos acostumbrados, pero si con unas básicas como son: luz eléctrica y alumbrado.

La comunidad tiene muy poca señal de redes telefónicas móviles, las cuales sólo llegan a puntos específicos dentro de la misma. En cuanto al abastecimiento de agua, la obtienen de cisternas que captan el agua lluvia y de pequeños riachuelos que recorren el área, los cuales han sido entubados y no tienen ningún tipo de tratamiento de potabilización.

En cuanto a marketing turístico no cuentan con una página web adecuada de la comunidad, sólo se puede obtener una breve reseña en la página del Ministerio de Turismo del Puyo.

Ambiental

La comunidad de Amazanga se encuentra en una selva virgen, es decir no está interferida por el hombre, por ello el medio ambiente juega un papel importante dentro de la actividad, ya que al ser un proyecto de turismo comunitario tenemos que ser amigables con el medio ambiente, y procurar causar el menor impacto posible, y fomentar a nuestros visitantes su cuidado.

Para no causar impactos ambientales, se debe seguir un plan de sostenibilidad y capacitación constante del personal para que puedan dar la correcta información a los turistas, fomentar el reciclaje, y usar productos biodegradables.

2.3.5 Diagnóstico

Identificación de fortalezas y oportunidades

Fortalezas

F1: Comunidad especializada en medicina natural y rituales de sanación.

F2: Se encuentra dentro de la reserva ecológica Llanganates

F3: Se encuentra fuera de las áreas de explotación de petróleo y minería

F4: Cuenta con selva virgen

Oportunidades

O1: Interés de los turistas por conocer nuevas culturas

O2: Crecimiento del turismo de naturaleza

O3: La comunidad está abierta hacer proyectos de sostenibilidad y sustentabilidad

O4: Facilidad en el transporte

Codificación

F= Fortaleza

O= Oportunidad

Tabla 5. Relacionamiento/ 4 Calificación Vertical Horizontal

	F1	F2	F3	F4	
O1	5	2	1	1	9
O2	3	5	3	5	16
O3	1	3	5	5	14
O4	0	3	1	1	5
T	9	13	10	12	

Estrategias

- Fomentar a la comunidad y a los turistas el cuidado del ecosistema presente, para de esta manera preservarlo para futuras generaciones.
- Utilizar productos que sean amigables con el medio ambiente en cada uno de los procesos de infraestructura, para de esta manera no afectar el entorno.

Identificación de debilidades y amenazas

Debilidades

D1: Falta de tecnología y medios de comunicación

D2: Falta de capacitación del personal para tratar con turistas

D3: Falta de información para el público por parte de las entidades gubernamentales de esta comunidad

D4: Falta de establecimientos turísticos dentro de la comunidad

Amenazas:

A1: Existencia de un Ecolodge fuera del territorio de la comunidad

A2: Existencia de comunidades no contactadas

A3: Existencia de empresas que desean realizar minería y tala de árboles dentro del parque

A4: Problemas económicos que se están dando con el actual gobierno, lo cual hace difícil la implementación de nuevos proyectos

Tabla 6. Relacionamiento/ 4 Calificación Vertical Horizontal

	D1	D2	D3	D4	
A1	1	5	3	5	14

A2	0	0	3	0	3
A3	2	0	1	0	3
A4	2	4	1	4	11
T	5	9	8	9	

Estrategias

- Brindar capacitaciones constantes a la gente de la comunidad sobre servicio al cliente y marketing para promocionar de una mejor manera la comunidad
- Buscar inversionistas extranjeros que estén interesados en el proyecto para sacar fondos para las diferentes actividades a realizar dentro de la comunidad.

2.3.6 Diagnóstico de áreas e involucrados

Tabla 7. Diagnóstico de áreas e involucrados

Actores e Involucrados	Interés 0, 1, 2, 3	Poder -3, -2, -1, 0, 1, 2, 3	Total	Motivo
Ministerio del Ambiente	3	3	9	Protección, reducción de la vulnerabilidad ambiental, manejo de desechos, manejo de la conflictividad socio ambiental.
GAD Provincial	3	3	9	Políticas de promoción y construcción, sistema de participación ciudadana, organización territorial, plan provincial de desarrollo.
GAD Cantonal	3	3	9	Gestión, Legislación, Fiscalización, régimen de uso de suelo y urbanístico, obras públicas.
IEPS - MIES	3	2	6	Fomentación del proyecto, inclusión económica de la población, protección de vulneración de los derechos.
MINTUR	3	2	6	Oferta, Participación, Desarrollo del destino.

Juntas parroquiales	2	2	4	Planificar el desarrollo parroquial y el ordenamiento territorial en coordinación con el Gobierno cantonal y Provincial. Planificar el equipamiento, infraestructura física y vialidad de la parroquia. Incentivar y promover el desarrollo de las actividades productivas comunitarias. Promover la organización como ciudadanos. Incentivar la preservación del entorno y medio ambiente.
Cámara de turismo	3	2	6	Promoción del destino.
Mesa de turismo	3	1	3	Promoción del Destino
Cámara de minería	3	-3	-9	Deseo de explotación de los recursos mineros del sector
Gremios Petroleros	3	-3	-9	Deseos de explotación petrolera.
Universidad estatal Amazónica	3	1	3	Investigación, Talento Humano
Corporación de Turismo Comunitario	3	1	3	Promoción del destino, lucha por mantenimiento de la diversidad étnica, cultural y biológica del país.
Asociación de Hoteleros	3	1	3	Infraestructura, Gestión de procesos hoteleros
Asociación de Guías	3	1	3	Talento humano, Capacitaciones
ONG Yasunidos	3	0	0	Interés de realización de proyectos en el sector
CONFENAIE	3	2	6	Aceptación para realizar proyectos en las comunidades, talento humano.

Estrategias

- Realizar un modelo de gestión adecuado basado en la visión del Suma Kausay o buen vivir, donde la meta social conduce a lo económico, lo cual demuestra las potencialidades de reflejar el interés en la inclusión, en la participación y en la inversión social, así como el fomento a la igualdad de género, protección de la pluriculturalidad e impulsar la integración de todos los elementos que confluyen en la sociedad, bajo los principios de reciprocidad y solidaridad.

Para ello se propondrán los siguientes puntos.

- Disponer de un método científico para organizar, planificar, gestionar y controlar el desarrollo del turismo en la comunidad de Amazanga
- Obtener un conocimiento de los hechos y un análisis real de la situación.
- Contribuir a la toma de decisiones con criterio sistemático, ajustado a las características específicas de la región, que facilite el avance progresivo hacia la autogestión del turismo comunitario por parte de los miembros de la comunidad, sin establecer contradicciones con sus creencias, valores y prácticas ancestrales.
- Vincular a los diferentes actores que intervienen a la consecución de objetivos comunes, por lo que contribuye a la integración de los mismos.
- Permitir un mejor aprovechamiento de los recursos culturales, naturales, físicos y humanos, en busca de una valorización de estos, y además desarrollar competencias técnicas y empresariales a los efectos de enfrentar eficazmente las presiones competitivas del mercado globalizado.
- Se propone, por tanto un modelo de gestión integrada y sostenible, el cual constituye un marco de referencia para la acción, en el que se establecen las posibles relaciones internas y externas del proceso de desarrollo del turismo comunitario basado en los criterios de sostenibilidad; en tal sentido el mismo se conforma por tres niveles: el primer nivel constituido por la organización hacia dentro de la comunidad indígena en función de la actividad turística; un segundo nivel que instaura las relaciones entre la comunidad con el objetivo de fortalecer su integración y su gestión; un tercer y último nivel que establece las relaciones desde la comunidad hacia el resto de los actores externos que actúan en el desarrollo del turismo comunitario en el territorio.
- Demostrar la importancia de la conservación del entorno natural y cultural que nos brinda este sector, mediante la presentación de este proyecto, para de esta manera lograr la conservación del mismo y que llegue a la prohibición de un posible permiso de intervención petrolera y minera, asegurando así el bienestar cultural, social y económico de la comunidad y su biodiversidad.

2.3.7 Diagnóstico sistémico

Tabla 8. Diagnóstico sistémico

		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Total	
S i s t e m a T u r í s t i c o	P r o d u c t o	Atractivos	Atractivos Culturales						x			8	
			Atractivos Naturales						x			8	
			Atractivos Programados			x							3
	F a c i l i d a d e s	Alojamiento		x									2
		Alimentación		x									2
		Transporte		x									2
		Guianza				X							4
		Información Turística				X							4
	I n f r a e s t r u c t u r a	Accesibilidad		x									2
		Señalización		X									2
		Servicios básicos		x									2
		Terminales	x										1
	A c t i v i d a d e s	Actividades turísticas							x				8
	P r o m o c i ó n y c o m e r c i a l i z a c i ó n	Página Web	x										1
		Imagen Corporativa	x										1
		Participación en ferias						x					6
		Viajes de prensa	x										1
		Viajes de familiarización	x										1
	V i s i t a n t e	Visitante	Turista Nacional			x							3
			Turista Internacional				x						4
Excursionista			x										1

Entorno	Entorno Social	Tradiciones y costumbres									x								8	
		Conflictividad social	x																	1
	Entorno Político	Nivel de organización											x							9
		Existencia de bases políticas	x																	1
	Entorno Económico	Empleo					x													4
		NBI					x													4
	Entorno Ambiental	Orografía		X																2
		Hidrografía									x									7
		Erupciones		X																2
		Fallas tectónicas	x																	1
	TOTAL																		3.39	
			<p>1. Atractivos culturales, al ser una comunidad Kichwa tiene muchas ceremonias, rituales y festividades que pueden interesar a muchos turistas.</p> <p>2. Atractivos naturales, al encontrarse en la amazonia consta con gran biodiversidad, perfecto para realizar senderismo, investigación y avistamiento.</p> <p>3. Al ser un proyecto nuevo genera empleo interno de la comunidad para el desarrollo socioeconómico del pueblo Kichwa que habita estas tierras.</p>																	

CAPÍTULO III

MODELO DE GESTIÓN DE LA PLANIFICACIÓN PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO DEL TERRITORIO DE LA COMUNIDAD DE AMAZANGA.

3.1 Identificación de actores

Dentro de la identificación de los actores de un modelo de gestión de la planificación para el desarrollo turístico, para poder presentar una sostenibilidad es necesario contar con los siguientes actores como son los políticos, económicos y sociales los actuales influyen para el desarrollo de la producción turística, la cual involucra tanto a nivel nacional, regional, local y supranacional, en base a ello alcanzar una adecuada coordinación y organización, con el propósito de definir y realizar objetivos lo cuales permitirán disminuir los impactos negativos que es inmiscuida dentro del sector de turismo.

Estructura de los Actores claves



Figura 3 Estructura de los Actores claves

Observación: Dentro de la estructura de los actores claves en primera instancia está, el Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia de Tarqui, la población del sector, los sitios turísticos, en base a ello generar un crecimiento económico y lograr el desarrollo social de dicha parroquia.

3.2. Mesas de trabajo sectorial

Se da conocer que las mesas de trabajo sectorial son consideradas como un espacio natural, en la cual se reúnen sectores gubernamentales y de producción que buscan como objetivo mejorar el aspecto social de una población.

Mesa sectorial para el proyecto de turismo comunitario con la creación de un ecolodge en la comunidad de Amazanga, Pastaza – Ecuador

De esta manera se define las personas que conforman o participan dentro de la mesa sectorial, mismas que están dispuestas a colaborar para el proyecto comunitario de turismo el mismo que estará enfocado a la creación de un ecolodge (alojamiento ecológico) a desarrollarse en la comunidad de Amazanga, bajo este parámetro se conforma bajo el siguiente esquema.



Figura 4 Mesa sectorial

Observación: Bajo el esquema anterior se podrá plantear una propuesta de turismo comunitario la cual contribuirá con el cuidado del medio ambiente, mejorar el factor económico de la comunidad de Amazanga con el objetivo de lograr un desarrollo social de dicha población.

Dentro de la mesa sectorial se define la metodología para el diseño de la propuesta de turismo comunitario con la creación de un ecolodge en la comunidad de Amazanga, para la cual se plantea realizar las siguientes fases.

Tabla 9. Metodología para el diseño de la propuesta de turismo comunitario

FASES	ACTIVIDADES	RESPONSABLES
Diagnostico turístico del sector.	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis del macro ambiente, microambiente. • Conocimiento de los lugares turísticos. • Competencia del sector. 	<ul style="list-style-type: none"> • GAD Tarqui. • Pobladores de la comunidad Amazanga. • Ministerio de Turismo.
Análisis de la Gestión turística.	<ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento de la demanda para visitar los lugares turísticos. • La oferta que se brinda dentro de la comunidad Amazanga. • Falta de estrategias de comercialización, carece de un plan de marketing. • Análisis de los emprendedores de la comunidad de Amazanga. 	<ul style="list-style-type: none"> • GAD Tarqui • Pobladores de la comunidad Amazanga. • Ministerio de Turismo.

FASES	ACTIVIDADES	RESPONSABLES
Formalización de un plan estratégico.	<ul style="list-style-type: none"> • Definir los pasos de un diseño de un Ecolodge, que permita demostrar el turismo, existente en la parroquia de Amazanga. • Identificar las competencias y funciones de los sectores involucrados dentro de la propuesta. • Realizar las actividades, las cuales estén vinculadas con el GAD de Tarqui. • Conocer el valor de inversión. • Definir la forma de financiamiento. • Presentar un cronograma de monitoreo y evaluación. 	<ul style="list-style-type: none"> • GAD Tarqui • Pobladores de la comunidad Amazanga • Ministerio de Turismo

3.3. Agenda de desarrollo turístico en base a los acuerdos establecidos en las mesas de trabajo

Una vez determina la fase para el desarrollo del modelo de gestión para la planificación para el desarrollo comunitario, es impórtate definir una agenda la cual estará establecido acorde a la mesa de trabajo.

Tabla 10. Agenda de desarrollo turístico

FASES	ACTIVIDADES	RESPONSABLES	RECURSOS	TIEMPO	MESES												
					1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
Diagnostico turístico del sector.	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis del macro ambiente, microambiente. • Conocimiento de los lugares turísticos. • Competencia del sector. 	<ul style="list-style-type: none"> • GAD Tarqui. • Pobladores de la comunidad Amazanga. • Ministerio de Turismo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Económicos • Materiales • Humanos. 	5 MES													
Análisis de la Gestión turística.	<ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento de la demanda para visitar los lugares turísticos. • La oferta que se brinda dentro de la comunidad Amazanga. • Falta de estrategias de comercialización, carece de un plan de marketing. • Análisis de los emprendedores de la comunidad de Amazanga. 	<ul style="list-style-type: none"> • GAD Tarqui • Pobladores de la comunidad Amazanga. • Ministerio de Turismo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Económicos • Materiales • Humanos 	3 MESES													

3.4 Condiciones básicas

Dentro de las condiciones es importante mencionar, que la comunidad Amazanga está conformada por pobladores Kichwas, los cuales están interesados en compartir sus conocimientos de la naturaleza y riqueza cultural, por lo que es importante realizar una propuesta de proyecto de turismo comunitario para la creación de un Ecolodge, y en base a ello también mejorar la situación social y económico del sector.

3.5 Estrategias y componentes

Para la creación de un Ecolodge en la comunidad de Amazanga, es necesario plantear estrategias que permita dar a conocer el servicio y producto y, en base a ello lograr un mayor número de visitas para el desarrollo del proyecto.

Tabla 11. Estrategias y componentes

ESTRATEGIAS	COMPONENETES/INDICADORES
Fomentar a la comunidad y a los turistas el cuidado del ecosistema presente, para de esta manera preservarlo para futuras generaciones.	<ul style="list-style-type: none">• Contribuir con el cuidado del medio ambiente.
Utilizar productos que sean amigables con el medio ambiente en cada uno de los procesos de infraestructura, para de esta manera no afectar el entorno.	<ul style="list-style-type: none">• Contribuir con el cuidado del medio ambiente
Brindar capacitaciones constantes a la gente de la comunidad sobre servicio al cliente y marketing para promocionar de una mejor manera la comunidad.	<ul style="list-style-type: none">• Incrementar el porcentaje de número de turistas que visiten la comunidad de Amazanga
Buscar inversionistas extranjeros que estén interesados en el proyecto para sacar fondos para las diferentes actividades a realizar dentro de la comunidad.	<ul style="list-style-type: none">• Porcentaje de inversión

<p>Realizar un modelo de gestión adecuado basado en la visión del Suma Kausay o buen vivir, donde la meta social conduce a lo económico, lo cual demuestra las potencialidades de reflejar el interés en la inclusión, en la participación y en la inversión social, así como el fomento a la igualdad de género, protección de la pluriculturalidad e impulsar la integración de todos los elementos que confluyen en la sociedad, bajo los principios de reciprocidad y solidaridad.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Presentar un crecimiento económico que permite mejorar el aspecto social. • Impulsar la integración de todos los elementos que influyen dentro d la sociedad.
--	--

3.6 Componentes del modelo

Dentro de los componentes del modelo se analiza la oferta, demanda, comercialización y alianzas estratégicas, que permitirán dar a conocer el nuevo producto y servicio de Ecolodge en la comunidad de Amazanga

3.6.1 Oferta

Es importante dar a conocer que dentro de la comunidad Amazanga existe una oferta turística amplia, variedad de recursos que pueden ser explotados para el beneficio de la misma, entre ellos, se destacan la elaboración de artesanías tanto en barro, arcilla y madera, también sus conocimientos ancestrales sobre medicina natural y rituales de sanación, los mismos que van acompañados con danzas típicas de su cultura, esta área natural está fuera de contaminación por lo que es un sitio ideal para realizar turismo comunitario, y de esta manera contribuir con el desarrollo de la población, a través de la mejora económica del sector.

3.6.1.1 Organización comunitaria

Para que exista un manejo eficiente de la creación de un Ecolodge en la comunidad Amazanga, es necesario definir el organigrama, es decir el recurso humano que permitirá brindar un producto y servicio de calidad.

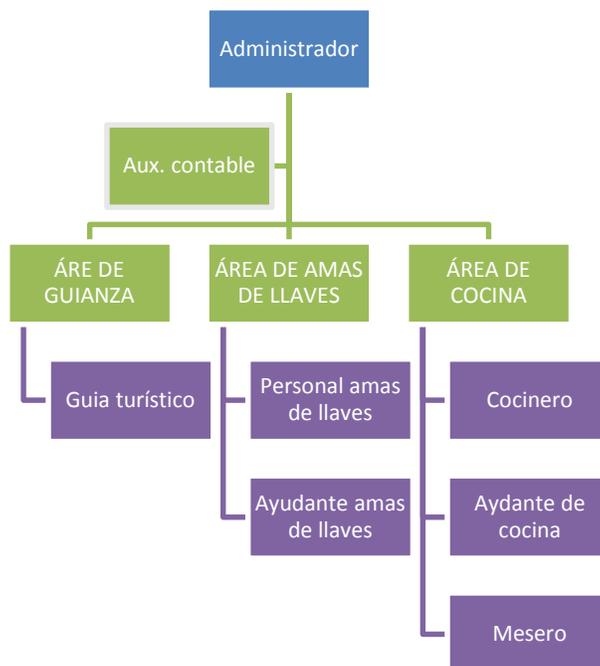


Figura 5 Organización comunitaria

Observación: De esta manera se contará con personal directo de la comunidad de Amazanga que corresponde a 15 trabajadores, bajo esta perspectiva se logrará mejorar sus ingresos económicos, y lo más importante brindar un servicio de calidad hacia el turística con el objetivo de fomentar el Ecolodge.

3.6.1.2 Desarrollo del producto

En el siguiente ítem se desarrolló el producto que se brindará en el Ecolodge en la comunidad de Amazanga, misma que estará enfocada a los turistas nacionales y extranjeros que visitan la provincia de Pastaza.



Servicio de alojamiento

- Pequeños alojamientos en el área natural, se dispondrá de 8 cabañas, 6 compartidas que alojarán 8 personas y 2 cabañas matrimoniales, misma que está fabricada con materiales que no afecte al medio ambiente y, puedan disfrutar los huéspedes en un lugar que tenga un confort para disfrutar en su esplendor de la naturaleza.



Servicio de gastronomía

- Dentro de la gastronomía se puede ofrecer platos exóticos como, el maito de pescadado, pincho de gusano Chontacuros, los caldos como el de Carachama, así como bebidas como la chicha de yuca o la chicha de chontaduro.



Servicios recreativos

- Conocer la flora y fauna del sector, caminata por los senderos, compartir sus conocimientos de la naturaleza con los pobladores Kichwas.

Servicio actividades especializadas

- Elaboración de artesanías tanto en barro, arcilla y madera, también sus conocimientos ancestrales sobre medicina natural y rituales de sanación

Servicio de aventura

- En la comunidad los turistas aprenden a utilizar las herramientas que usan para cazar, lo que se convierte en una experiencia única que se puede vivir dentro de un ambiente 100% natural.

Demanda

La demanda para la propuesta de proyecto de turismo comunitario con la creación de un Ecolodge en la comunidad de Amazanga, se considera a los turistas nacionales y extranjeros que visitan la provincia de Pastaza, datos de acuerdo al Ministerio de Turismo.

Tabla 12. Número de turistas nacionales y extranjeros

PROVINCIA	2014	2015	2016	2017	2018
PASTAZA (ESTRANJEROS)	7.269,00	5.780,00	3.338,00	2.647,00	2.204,00
PASTAZA (NACIONALES)	3.250,00	3.240,00	5.220,00	3.250,00	4.250,00
TOTAL	10.519,00	9.020,00	8.558,00	5.897,00	6.454,00

Fuente: (Ministerio de Turismo, 2018)

Observación: Una vez definida la población la cual corresponde al número de turistas nacionales y extranjeros que visitan la provincia de Pastaza que equivale a 6.454 en el año 2018, es importante realizar una investigación de campo para conocer la preferencia

del servicio y producto, de esta manera se aplica una encuesta y, en vista de no poder realizar a la totalidad de la población se utiliza el cálculo del tamaño de la muestra, que permite validar el número de encuestas para obtener datos valederos.

Cálculo del tamaño de la muestra

Para realizar el cálculo del tamaño de la muestra, para la propuesta de proyecto de turismo comunitario con la creación de un Ecolodge en la comunidad de Amazanga se emplea la siguiente fórmula.

$$n = \frac{Z^2 * P * Q * N}{Z^2 * P * Q + N e^2} \text{ (Martínez, 2011, pág. 350)}$$

Simbología;

n= tamaño de la muestra

z= nivel de confiabilidad (1,96)

p= probabilidad de ocurrencia (50%)

q= probabilidad de no ocurrencia (50%)

N= población: número de turistas nacionales y extranjeros que visitan la provincia de Pastaza que equivale a 6.454

e= error de la muestra (5%)

Desarrollo;

$$n = \frac{(1,96)^2(0,50)(0,50)(6.454)}{(1,96)^2(0,50)(0,50) + (6.454)(0,05)^2}$$

$$n = \frac{6.198,4216}{16,1374}$$

$$n = 384,10//$$

$$n = 384//$$

De esta manera se obtiene una muestra de 384, a los cuales se procederá a encuestar para conocer datos valederos para el estudio

Análisis e interpretación de resultados

1 ¿Datos personales?

a) Edad

Tabla 13.Edad

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA (%)
20-30 años	103	27
31-40 años	202	53
41-50 años	40	10
51-60 años	19	5
61 años en adelante	20	5
TOTAL	384	100

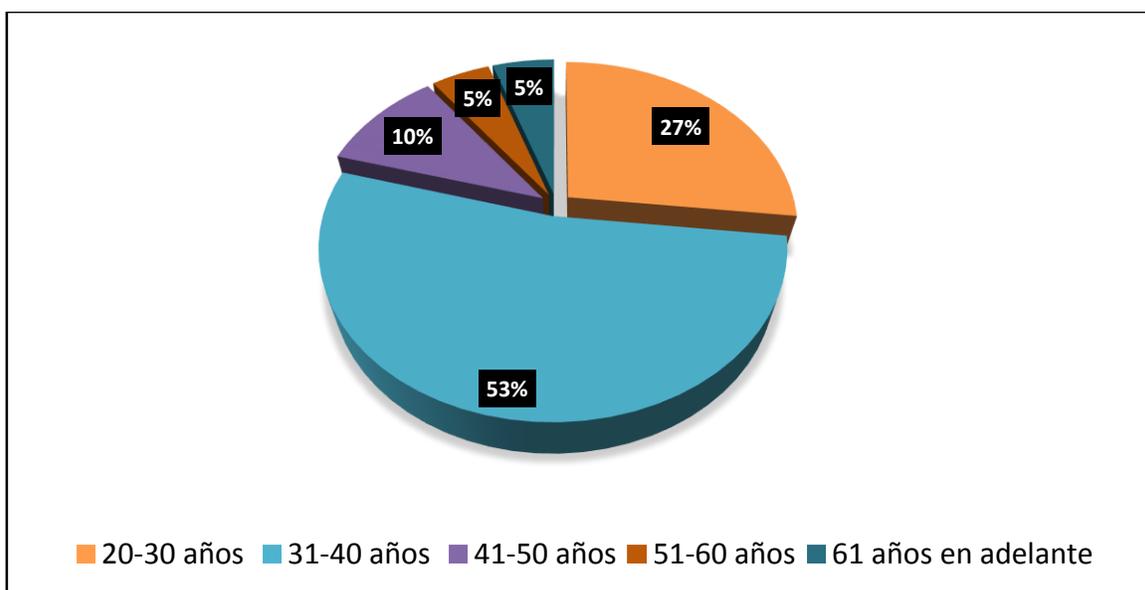


Figura 6 Edad

Análisis

Mediante la investigación de campo realizada se pudo conocer que la mayoría de encuestados presentan una edad de 31 a 40 años, seguido con el 47% de 20 a 30 años determinando de esta manera la edad de los turistas nacionales y extranjeros que realizan turismo en el país de Ecuador.

b) Nacionalidad

Tabla 14. Nacionalidad

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA (%)
Nacional	130	34
Extranjero	254	66
TOTAL	384	100



Figura 7 Nacionalidad

Análisis

Dentro del análisis de las encuestas también se planteó la interrogante de nacionalidad, conociendo de esta manera que el 66% de los turistas son extranjeros y el 34% corresponden a nacionales que visitan la provincia de Pastaza, los cuales podrían utilizar el nuevo servicio de un ecolodge en la comunidad de Amazanga.

c) Actividad que se dedica

Tabla 15 Actividad que se dedica

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA (%)
Empleado publico	134	35
Empleado privado	245	64
Otros	5	1
TOTAL	384	100

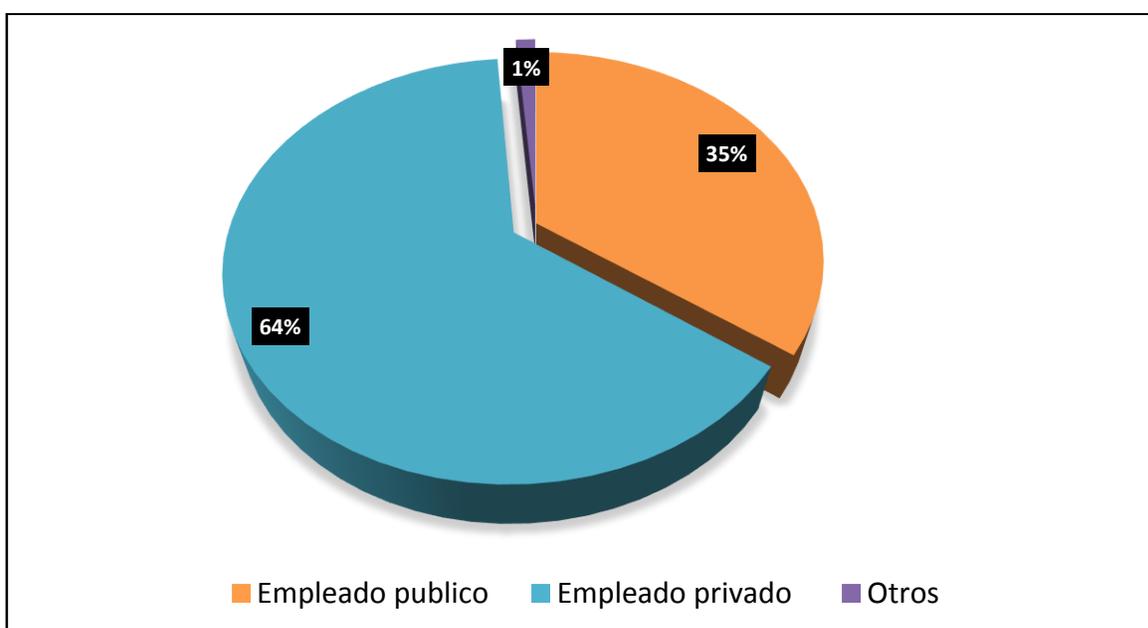


Figura 8 Actividad que se dedica

Análisis

Dentro la encuesta también se planteó la interrogante de la actividad que se dedica, en la que el 64% de los turistas encuestados menciona que son empleado privado seguido de empleados públicos con el 35%, de esta manera se pudo validar el tipo de turistas que podrían visitar el nuevo ecolodge en la comunidad de Amazanga.

2 ¿Qué tipo de turismo para usted es el más atractivo?

Tabla 16. Pregunta 2

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA (%)
Aventura	150	39
Agroturismo	54	14
Naturaleza	180	47
TOTAL	384	100

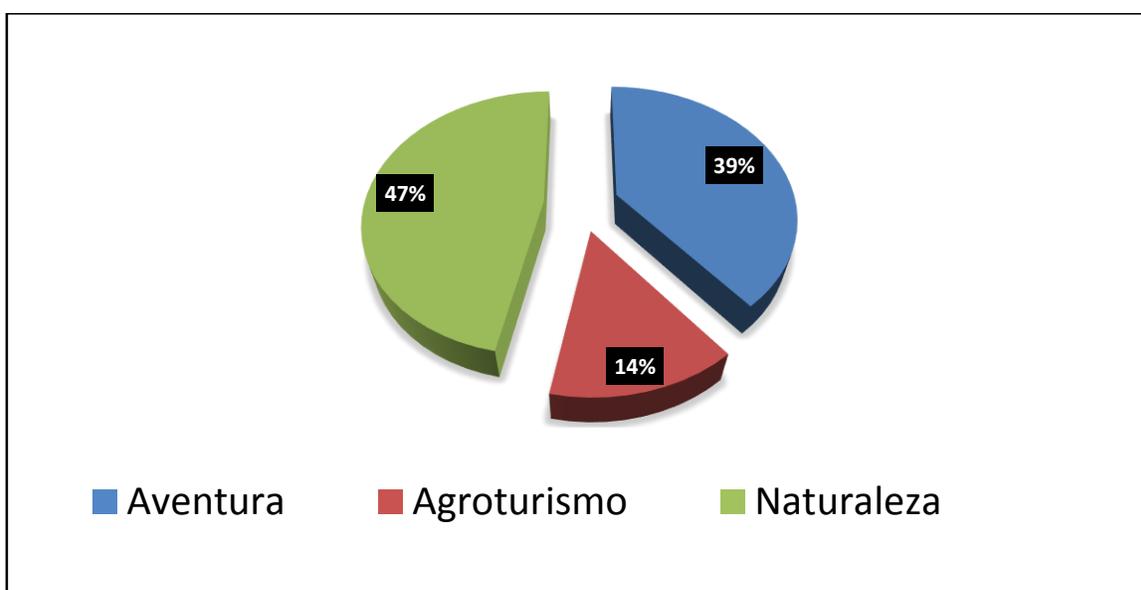


Figura 9 Pregunta 2

Análisis

Dentro de la interrogante planteada en la encuesta la cual se relaciona con el tipo de turismo para usted es el más atractivo, el 47% da conocer naturaleza, seguido con el 39% aventura y en menor porcentaje con el 14% agroturismo, bajo este panorama se aprecia que si existirá la acogida respectiva por parte de los turistas la creación de un ecolodge en la comunidad de Amazanga.

3 ¿Le agradaría que exista turismo comunitario con la creación de un ecolodge en la comunidad de Amazanga provincia de Pastaza?

Tabla 17. Pregunta 3

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA (%)
Si	302	79
No	82	21
TOTAL	384	100

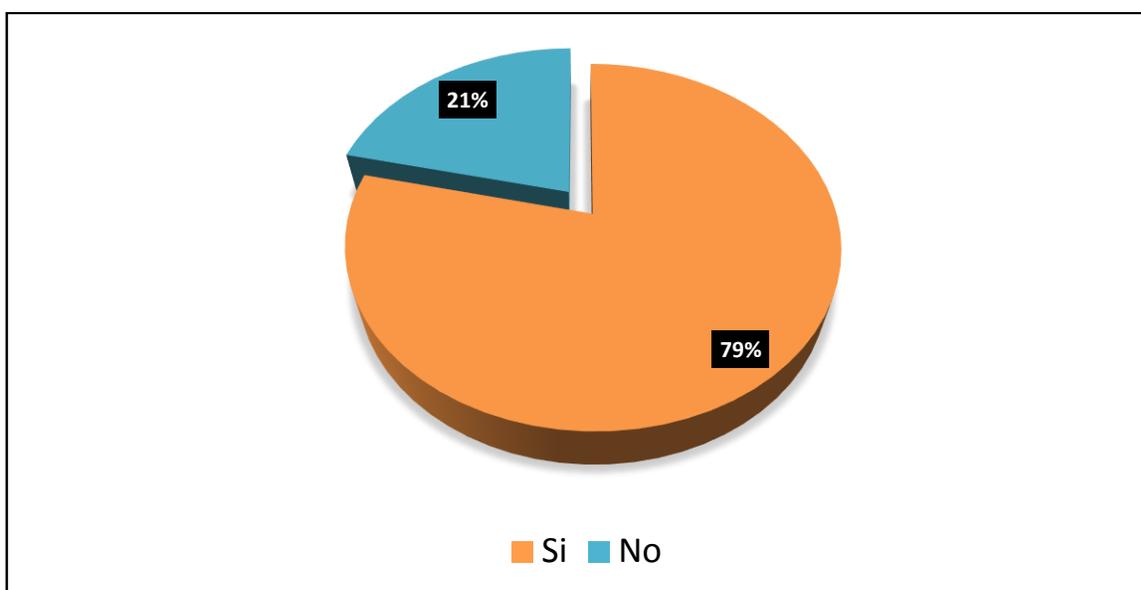


Figura 10 Pregunta 3

Análisis

Mediante la aplicación de la encuesta se pudo conocer en relación a la interrogante, le agradaría que exista turismo comunitario con la creación de un ecolodge en la comunidad de Amazanga provincia de Pastaza, en la que el 79% da conocer que SI, sin embargo, un 21% menciona que NO, se recibe esta perspectiva de negatividad tal vez por el desconocimiento del servicio, sin embargo, un porcentaje alto está de acuerdo con este tipo de producto y servicio.

4 ¿Cuál de los siguientes aspectos le llama la atención al visitar un sitio ecolodge?

Tabla 18. Pregunta 4

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA (%)
Medicinal	90	30
Gastronómico	55	18
Cultura	87	29
Flora y fauna	70	23
TOTAL	302	100,00

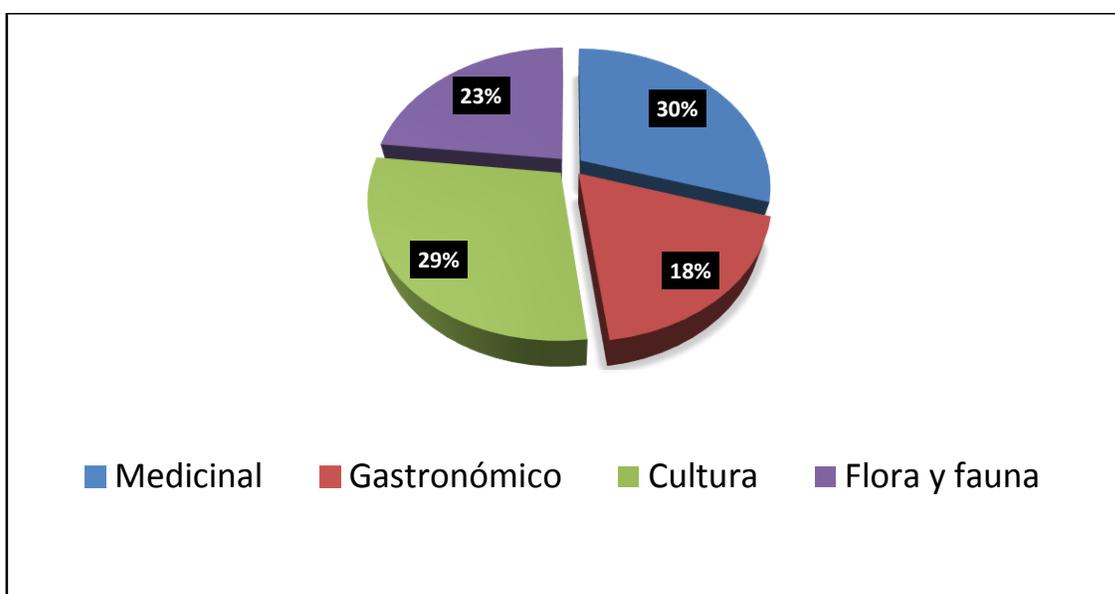


Figura 11 Pregunta 4

Análisis

De acuerdo a la interrogante ¿Cuál de los siguientes aspectos le llama la atención al visitar un sitio ecolodge? Planteada, se pudo conocer que el 30% visitaría por el aspecto medicinal, seguido por la cultura y en menores porcentajes con el 23% flora y fauna y el 18% da conocer gastronómico, parámetro a tomar en cuenta al definir el producto que se brindará tanto a turistas nacionales y extranjeros.

5 ¿De a conocer cuál de los siguientes servicios le agradaría utilizar en el nuevo ecolodge?

Tabla 19. Pregunta 5

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Alojamiento	14	5
Gastronomía	20	7
Servicios creativos	5	2
Actividades especializadas	5	2
Servicio de aventura	8	3
Paquete con todos los servicios	250	83
TOTAL	302	100,00

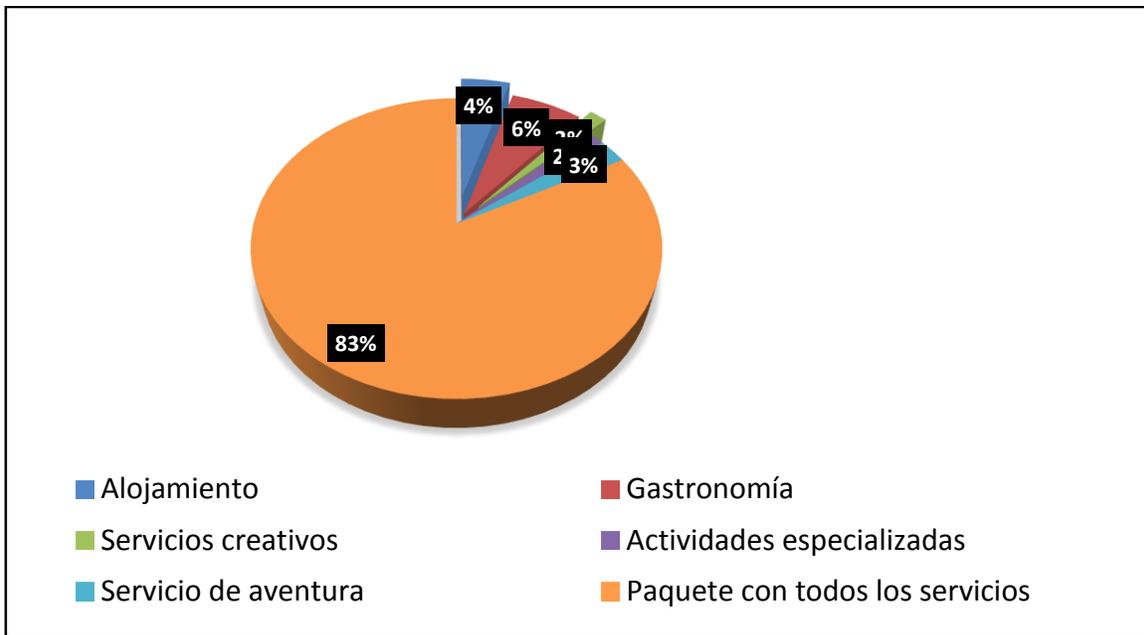


Figura 12 Pregunta 5

Análisis

De acuerdo a la interrogante planteada de cuál de los siguientes servicios le agradaría utilizar en el nuevo ecolodge el 83% de los encuestados mencionan que utilizaría un paquete con todos los servicios como es; alojamiento, gastronomía, servicios creativos, actividades

especializadas y servicio de aventura, por lo que el servicio de ecolodge, brindará este tipo de actividades.

6. ¿Si el nuevo lugar de ecolodge le ofrece un paquete completo de los servicios cual sería de su preferencia y, cuanto estaría dispuesto a pagar?

Tabla 20. Pregunta 6

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
a) Paquete turístico (Alojamiento, gastronomía, servicios creativos, actividades especializadas y servicio de aventura) de cuatros días tres noches a precio de \$400 a \$450	204	68
b) Paquete turístico (Alojamiento, gastronomía, servicios creativos, actividades especializadas y servicio de aventura) de tres días dos noches a precio de \$200 a \$250	98	32
TOTAL	302	100

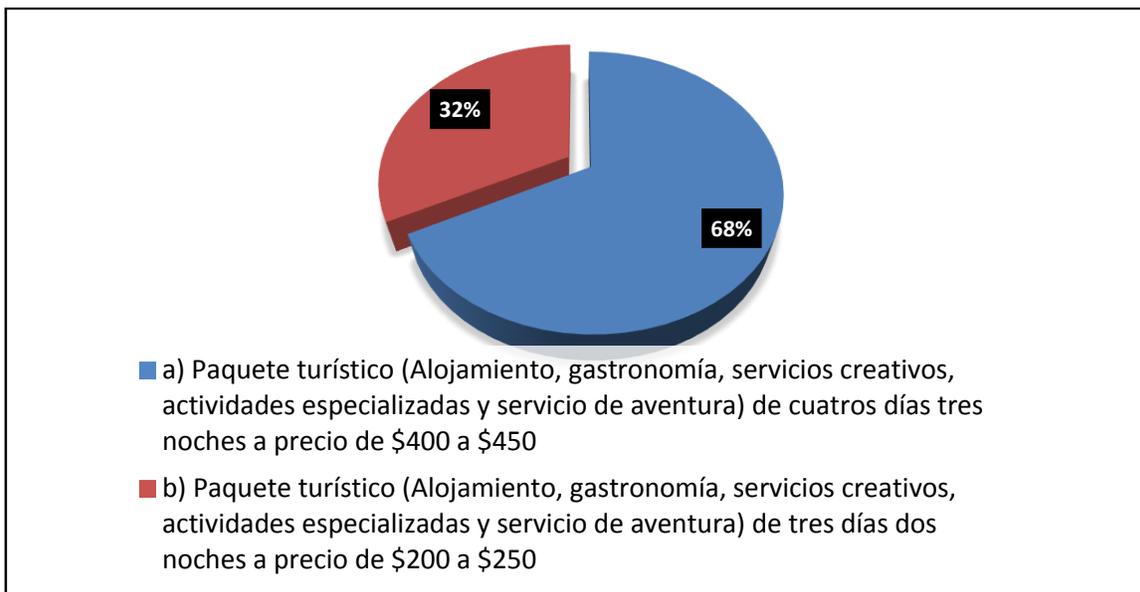


Figura 13 Pregunta 6

Análisis

Dentro de las preguntas de encuestas también se planteo si el nuevo lugar de ecolodge le ofrece un paquete completo de los servicios cual sería de su preferencia y, cuanto estaría dispuesto a pagar, de esta manera se determina que hay preferencia por el paquete A con el

66%, y el paquete B mencionan que utilizarían un 32%, bajo esta perspectiva se determina el tipo de servicio a brindar.

7. ¿Cada que tiempo le agradecería a usted realizar este tipo de turismo?

Tabla 21. Pregunta 7

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Trimestral	35	12
Semestral	234	77
De manera anual	33	11
TOTAL	302	100,00

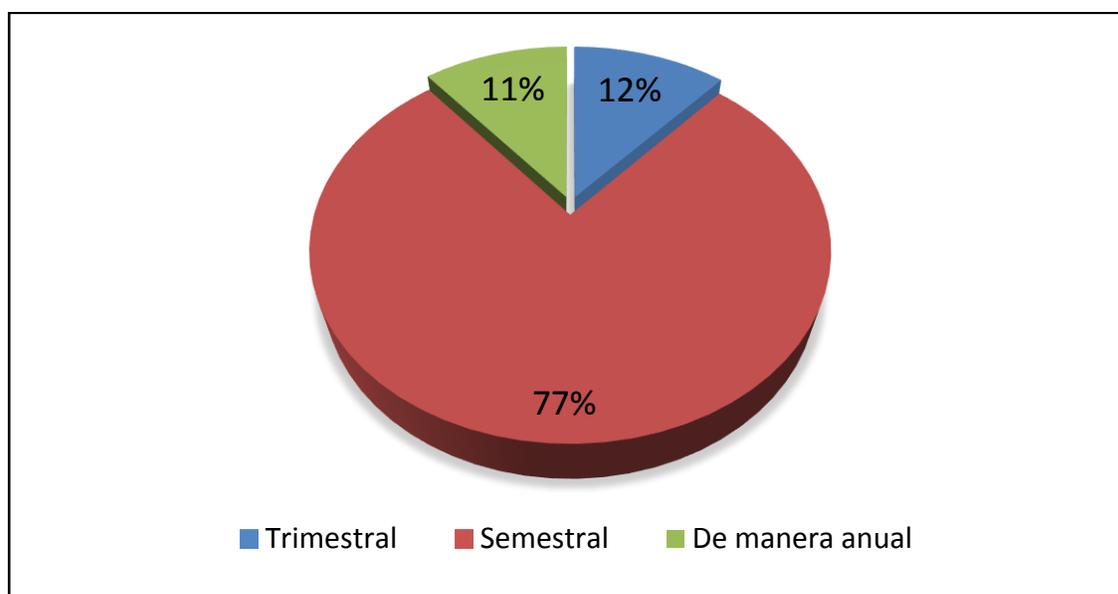


Figura 14 Pregunta 7

Análisis

A través de la investigación de campo en la que se planteó la interrogante de cada que tiempo le agradecería a usted realizar este tipo de turismo, en la que se pudo conocer que el 77% lo realizaría de forma semestral, seguido de forma trimestral con el 12% y, en menor porcentaje con el 11% de manera anual, bajo esta perspectiva se conocerá el tipo de frecuencia de uso del servicio.

8¿Qué tipo de cualidades usted toma en cuenta en un servicio?

Tabla 22. Pregunta 8

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Precio	99	33
Producto	50	17
Calidad	83	27
Variedad	70	23
TOTAL	302	100,00

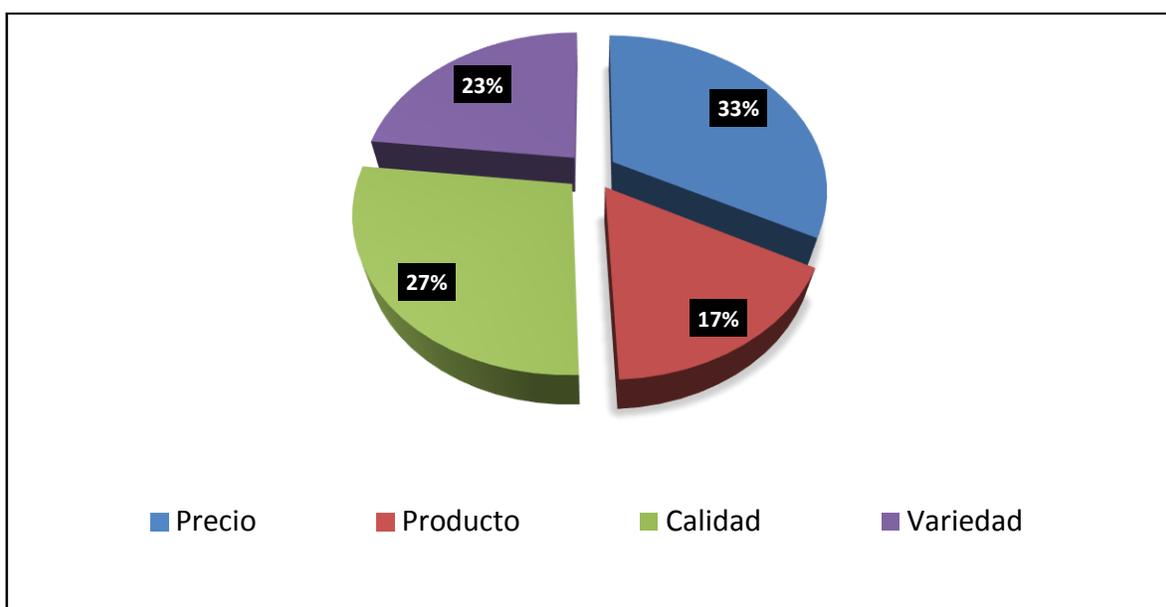


Figura 15 Pregunta 8

Análisis

Dentro de la interrogante también se planteó la pregunta que se relaciona al tipo de cualidades que usted toma en cuenta en un servicio en la que el 33% da conocer el precio, seguido por calidad con el 27% y en menores porcentajes con el 23% mencionan variedad y el 17% producto detalles a tomar en cuenta para satisfacer las exigencias de los turistas nacionales y extranjeros.

9¿A través de qué medios de comunicación, le gustaría informarse sobre el servicio?

Tabla 23. Pregunta 9

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Redes sociales	275	91
Página web	24	8
Publicidad tradicional	3	1
TOTAL	302	100,00

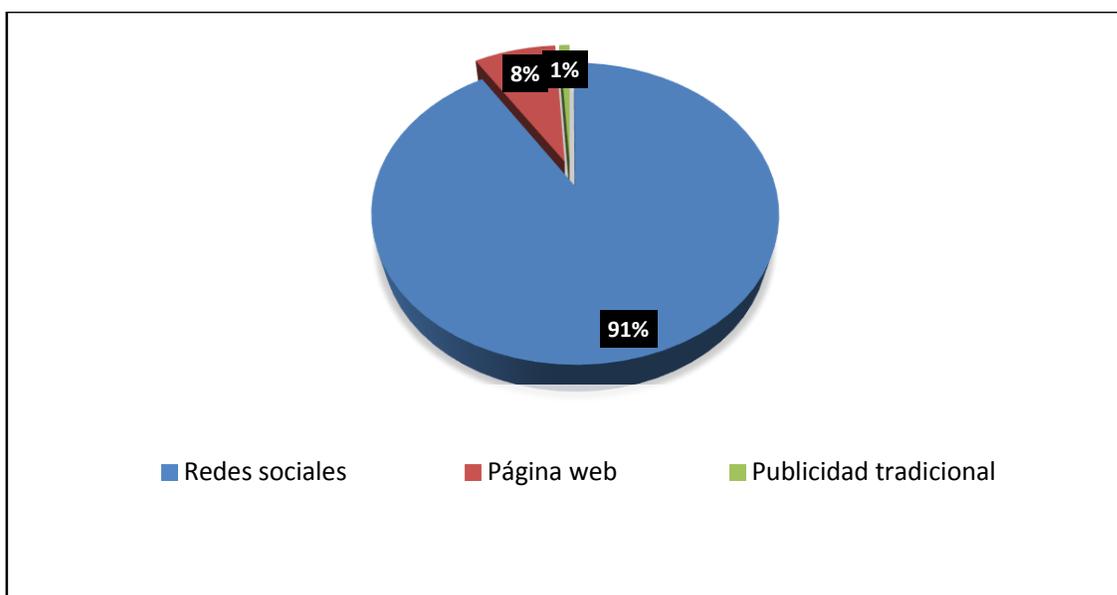


Figura 16 Pregunta 9

Análisis

De igual manera se planteó la interrogante, a través de qué medios de comunicación, le gustaría informarse sobre el servicio en la que el 91% da conocer mediante redes sociales, seguido en menor porcentaje con el 8% página web y, tan solo el 1% publicidad tradicional, de esta manera se determina el medio para difundir el nuevo servicio de ecolodge en la comunidad de Amazanga

10 ¿Le agradecería que exista un buzón de comentario digital, donde usted puede dar su punto de vista, sugerencias y, recomendar a los demás turistas que visiten el servicio de ecolodge?

Tabla 24. Pregunta 9

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Si	302	100
No	0	0
TOTAL	302	100



Figura 17 Pregunta 10

Análisis

También se planteó una interrogante que permitirá realizar un seguimiento al turista, le agradecería que exista un buzón de comentario digital, donde usted puede dar su punto de vista, sugerencias y, recomendar a los demás turistas que visiten el servicio de ecolodge, la cual respondieron de manera favorable en un 100%, dato importante que facilitará a la

organización dar seguimiento al cliente y cubrir sus expectativas brindando un servicio de calidad.

3.6.2.1 Comercialización

Para poder realizar la comercialización del producto y servicio que se brindará dentro de Ecolodge en la comunidad de Amazanga, se determina estrategias de publicidad y promoción como se refleja en la siguiente tabla.

Tabla 25. Estrategias de comercialización

ESTRATEGIA	ACCIÓN	VENTAJAS	RESPONSABLES	TIEMPO
Realizar publicidad en medios masivos.	Diseñar el formato de la publicidad con información del servicio y producto.	Conocimiento directo del producto Diseño visual	Administrador	2 MESES
	Contratar medio, periódico y radio.			
Diseño de una página web, donde los turistas puedan conocer las promociones	Contratar eventualmente un profesional en sistemas para el diseño de la página.	Mayor número de clientes Dar a conocer el servicio.	Administrador	3 MESES
	Determinar el tipo de promociones que se describirán en la página			

ESTRATEGIA	ACCIÓN	VENTAJAS	RESPONSABLES	TIEMPO
	Controlar el número de clientes potenciales que visitan la página web.			
	Evaluar el número de pedidos			

3.6.2.2 Alianzas estratégicas

Las alianzas que puede tener la comunidad Amazanga para dar a conocer el producto, es a través de un canal directo, es decir mediante un call center, de igual manera un canal indirecto como es las operadoras turísticas, como se refleja en el siguiente esquema.

Tabla 26. Canales de servicio



CAPÍTULO IV
FACTIBILIDAD ECONÓMICA Y FINANCIERA PARA LA CONSTRUCCIÓN DE
UN ECOLOGE

4.1 Estudio técnico

Dentro del estudio técnico se detalla los equipos y maquinarias necesarias para brindar un servicio de un ecolodge en la comunidad de Amazanga, valores que se visualiza en las siguientes tablas.

Tabla 27. Muebles y enseres

CANTIDAD	MUEBLES Y ENSERES	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
4	Escritorio para computadora	85,00	340,00
4	Sillas giratorias	65,00	260,00
6	Archivadores grandes	120,00	720,00
2	Camas Queen 2 plazas	600,00	1.200,00
8	Espejos	250,00	2.000,00
8	Escritorio	100,00	800,00
8	Sillones	70,00	560,00
2	Colchones Queen2 plazas	250,00	500,00
8	Veladores	50,00	400,00
8	Duchas	100,00	800,00
8	Lámparas	20,00	160,00
30	camas 1 plaza	250,00	7.500,00
30	colchones 1plaza	150,00	4.500,00
6	Literas	300,00	1.800,00
12	Colchón literas	150,00	1.800,00

CANTIDAD	MUEBLES Y ENSERES	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
24	sillas	15,00	360,00
8	closets	60,00	480,00
60	sabanas juego 1 plaza	10,00	600,00
60	almohadas	8,00	480,00
60	cobijas 1 plaza	10,00	600,00
60	sabanas juego 2 plazas	15,00	900,00
TOTAL			26.760,00

Tabla 28. Equipos de oficina

CANTIDAD	EQUIPOS DE OFICINA	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
3	Teléfono fijo	65,00	195,00
1	Datafast	350,00	350,00
3	Calculadora estándar	20,00	60,00
12	Cámaras de seguridad	33,00	396,00
2	Equipos de sonido	160,00	320,00
TOTAL			1.321,00

Tabla 29. Equipos de computación

CANTIDAD	EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
2	Computadora de escritorio	800,00	1.600,00
2	Impresora multifuncional	350,00	700,00
TOTAL			2.300,00

Tabla 30. Equipos actividades turísticas

CANTIDAD	EQUIPOS ACTIVIDADES TURISTICAS	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
40	Ponchos para agua	2,00	80,00
40	botas de caucho	8,00	320,00
5	Cuerdas	5,00	25,00
40	Linternas	8,00	320,00
TOTAL			745,00

Tabla 31. Maquinaria y equipos

CANTIDAD	MAQUINARIA Y EQUIPOS	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Cocina Industrial	950,00	950,00
1	Campana	1.100,00	1.100,00
8	TV 32	450,00	3.600,00
1	Frigorífico	600,00	600,00
1	Refrigerador	1.450,00	1.450,00
1	Horno	690,00	690,00
2	Mesa de Acero	325,00	650,00
1	Batidora	49,00	49,00
2	Licuada	72,00	144,00
1	Microondas	120,00	120,00
5	Secador de cabello	35,00	175,00
3	Plancha	50,00	150,00
3	Planchador	9,00	27,00

CANTIDAD	MAQUINARIA Y EQUIPOS	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Lavadora/Secadora	1.788,00	1.788,00
15	Calefón	600,00	9.000,00
1	Planta de energía	6.600,00	6.600,00
6	basureros reciclaje grande	10,00	60,00
10	basurero normal	4,00	40,00
15	salero, pimentero frasco salsas	4,00	60,00
28	focos ecológicos	8,00	224,00
2	Utensilios de cocina (juegos)	90,00	180,00
4	Vajilla (juegos) 48	120,00	480,00
3	Tabla de picar	18,00	54,00
2	Cernidores	6,00	12,00
4	Cubertería (Juego 48)	25,00	100,00
2	Juego de ollas	70,00	140,00
1	Olla de presión	43,00	43,00
6	Juego Sartenes	20,00	120,00
10	mesas 4 pax	360,00	3.600,00
TOTAL			32.206,00

Tabla 32. Infraestructura

CANTIDAD	INFRAESTRUCTURA	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Ecolodge	96.000,00	96.000,00
1	pozo séptico	600,00	600,00
6	senderos	400,00	2.400,00
1	cisterna	800,00	800,00
1	sistema de agua	1.200,00	1.200,00
1	sistema de potabilización	6.500,00	6.500,00

3	Motores eléctricos	650,00	1.950,00
TOTAL			109.450,00

Inversión

Dentro de un estudio financiero en primera instancia se determina el valor de inversión que deberá desembolsar para poner en marcha la creación de un ecolodge en la comunidad de Amazanga, valor que corresponde a \$381.411,07 donde se considera a los activos fijos, diferidos y capital de trabajo.

Tabla 33. Inversión

DETALLE	VALORES
Activos Fijos	172.782,00
Activos Diferidos	2.870,00
Capital de Trabajo	205.759,07
INVERSIÓN TOTAL	381.411,07

4.2 Capital de trabajo

El cálculo del capital de trabajo está realizado mediante el método de desfase, es decir que las cuentas principales como caja bancos, útiles de oficina, útiles de aseo, publicidad, sueldos y salarios operativos y costo de servicio, por los tres primeros meses del proyecto determinando así un valor de \$205.759,07.

Tabla 34. Capital de trabajo

CANTIDAD	CAPITAL DE TRABAJO	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
	CAJA BANCOS		8.697,87
	ÚTILES DE OFICINA		32,10
2	Agendas	5,00	10,00
2	Grapadora	2,00	4,00
2	Perforadora	2,00	4,00
10	Esferos	0,45	4,50
2	Sellos	3,00	6,00

10	lápices	0,30	3,00
3	borradores	0,20	0,60
	ÚTILES DE ASEO		288,00
12	Líquidos de limpieza presentación galón	6,00	72,00
12	desinfectantes naturales	8,00	96,00
12	Escobas	4,00	48,00
12	Dispensador Jabón Líquido 500ml A. Inox. Lujo rellenable	6,00	72,00
	PUBLICIDAD PREPAGADA		1.260,00
	Publicidad virtual		1.260,00
	SUELDOS Y SALARIOS PREPAGADOS		27.292,30
	Sueldos y Salarios		27.292,30
	COSTOS DEL SERVICIO		168.188,80
	Costo de servicio		168.188,80
	TOTAL, CAPITAL DE TRABAJO		205.759,07

4.3 Costos

Dentro de los costos del proyecto se detalla los sueldos operativos, mantenimiento y reparación de activos, así como los costos del servicio, valores que se refleja en la siguiente tabla por los cinco años del proyecto.

Tabla 35. Costos

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Sueldos operativos	89.683,71	97.025,70	98.624,68	100.250,02	101.902,14
Mantenimiento y reparación activos	21.770,53	22.129,31	22.494,00	22.864,70	23.241,51
Costo de servicio	672.755,20	745.388,00	825.862,48	915.025,23	1.013.814,29
TOTAL	784.209,44	864.543,01	946.981,16	1.038.139,95	1.138.957,94

Detalle de los costos

En las siguientes tablas de detallan cada uno de los costos que influyen para brindar un servicio de calidad.

Tabla 36. Sueldos operativos

CANT.	CARGO	INGRESOS	VALOR A PAGAR
		SBU	
13		2.682,00	5.864,00
2	Cocinero	500,00	1.000,00
2	Ayudante de cocina	394,00	788,00
2	Guía turístico	500,00	1.000,00
2	Mesero	394,00	788,00
3	Personal ama de llave	500,00	1.500,00
2	Ayudantes del ama de llaves	394,00	788,00
		3.932,00	7.114,00

CANT.	CARGO	PATRONAL	SECAP	IECE	XIII	XIV	VACACIONES	TOTAL, PROVISIONES	COSTO MANO DE OBRA	SUELDOS Y SALARIOS
		11,15%	0,50%	0,50%						AÑO 1
13		653,84	29,32	29,32	488,67	164,17	244,33	1.609,64	7.473,64	89.683,71
2	Cocinero	111,50	5,00	5,00	83,33	32,83	41,67	279,33	1.279,33	15.352,00
2	Ayudante de cocina	87,86	3,94	3,94	65,67	32,83	32,83	227,08	1.015,08	12.180,90
2	Guía turístico	111,50	5,00	5,00	83,33	32,83	41,67	279,33	1.279,33	15.352,00
2	Mesero	87,86	3,94	3,94	65,67	32,83	32,83	227,08	1.015,08	12.180,90
3	Personal ama de llave	167,25	7,50	7,50	125,00		62,50	369,75	1.869,75	22.437,00
2	Ayudantes del ama de llaves	87,86	3,94	3,94	65,67	32,83	32,83	227,08	1.015,08	12.180,90
		793,21	35,57	35,57	592,83	229,83	296,42	1.983,43	9.097,43	109.169,21

Tabla 37. Mantenimiento y reparación de activos

CONCEPTO	INVERSIÓN ACTIVOS FIJOS	PORCENTAJE MENSUAL	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
MUEBLES Y ENSERES	26760,00	1,0%	267,60	3.211,20
EQUIPOS DE OFICINA	1321,00	1,0%	13,21	158,52
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	2300,00	1,0%	23,00	276,00
EQUIPOS ACTIVIDADES TURISTICAS	745,00	1,0%	7,45	89,40
MAQUINARIA Y EQUIPOS	32206,00	1,0%	322,06	3.864,72
INFRAESTRUCTURA	109450,00	1,0%	1.094,50	13.134,00
SUBTOTAL	30381,00			20733,84
Imprevistos			5%	1.036,69
TOTAL				21.770,53

Tabla 38. Costo del servicio

COSTO DE SERVICIO					
PRODUCTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
a) Paquete turístico (Alojamiento, gastronomía, servicios creativos, actividades especializadas y servicio de aventura)	1.839	2.004	2.185	2.381	2.596
Costo	300,00	304,94	309,97	315,08	320,27
Total, costo paquete turístico A	551.616,00	611.170,23	677.154,12	750.261,85	831.262,52
b) Paquete turístico (Alojamiento, gastronomía, servicios creativos, actividades especializadas y servicio de aventura)	865	943	1.028	1.121	1.221
Costo	140,00	142,31	144,65	147,04	149,46
Total, costo paquete turístico B	121.139,20	134.217,78	148.708,36	164.763,39	182.551,77
COSTO TOTAL DE MATERIA PRIMA	672.755,20	745.388,00	825.862,48	915.025,23	1.013.814,29

4.4 Ingresos

Los ingresos del proyecto están realizado acorde a la capacidad instalada y utilizada, es decir el número de turista que visitaran en cada año, de la misma manera el precio se incrementa acorde a la tasa de inflación promedio que corresponde al 1,65% de manera anual, determinando así los siguientes ingresos por los cinco primeros años.

Tabla 39. Ingresos

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
a) Paquete turístico (Alojamiento, gastronomía, servicios creativos, actividades especializadas y servicio de aventura)	1839	2004	2185	2381	2596
Precio unitario	450,00	457,42	464,95	472,62	480,41
Total, ventas paquete A	827.42 4,00	916.75 5,34	1.015.73 1,18	1.125.3 92,77	1.246.89 3,78
b) Paquete turístico (Alojamiento, gastronomía, servicios creativos, actividades especializadas y servicio de aventura)	865	943	1028	1121	1221
Precio unitario	250,00	254,12	258,31	262,56	266,89
Total, ventas paquete B	216.32 0,00	239.67 4,60	265.550, 64	294.22 0,33	325.985, 30
INGRESOS TOTALES	1.043. 744,00	1.156. 429,94	1.281.28 1,82	1.419.6 13,10	1.572.87 9,08

4.5 Gastos

Los costos son cuentas que contribuyen a brindar un servicio de calidad, con el objetivo de cubrir las expectativas de los turistas que visiten el servicio de ecolodge en la comunidad de Amazanga, de esta manera se determina los gastos administrativos, ventas y financieros, valores que se visualiza en las siguientes tablas.

Tabla 40. Gastos administrativos

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gastos Sueldos Administrativos	19.485,50	21056,62	21403,63	21756,37	22114,91
Depreciación activos fijos	12.342,37	12.342,37	12.342,37	11.575,70	11.575,70
Amortización gastos de constitución	574,00	574,00	574,00	574,00	574,00
Gasto Útiles de Oficina	128,40	130,52	132,67	134,85	137,08

Gasto Útiles de Aseo	1.152,00	1170,98	1190,28	1209,90	1229,84
Gastos insumos médicos	945,00	960,57	976,40	992,49	1008,85
Gasto Servicios Básicos	8.946,00	9093,43	9243,29	9395,62	9550,46
Gasto Uniformes de Trabajo	945,00	960,57	976,40	992,49	1008,85
TOTAL, GASTOS ADMINISTRATIVOS	44.518,27	46.289,07	46.839,05	46.631,43	47.199,69

Tabla 41. Gatos de ventas

DETALLE	VALOR ANUAL	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gasto Publicidad	5.292,00	5.379,21	5.467,86	5.557,97	5.649,57
TOTAL, GASTOS DE VENTAS	5.292,00	5.379,21	5.467,86	5.557,97	5.649,57

Tabla 42. Gato financiero

DETALLE	VALOR ANUAL
Gastos Interés	26.041,48
TOTAL, GASTOS FINANCIEROS	26.041,48

4.6 Evaluación financiera

Para poder realizar una evaluación financiera, es necesario detallar los estados financieros como el balance de resultados o pérdidas o ganancias y, el flujo de caja valores que se refleja en las siguientes tablas.

Estado de Resultados

El estado de resultados permita validar si la empresa desde el primer año de funcionamiento genera una utilidad o pérdida, bajo este parámetro conocer si el proyecto tiene la acogida correspondiente para la permanecía de la organización en el tiempo.

Tabla 43. Estado de Resultados

	DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	Ingresos por ventas	1.043.744,00	1.156.429,94	1.281.281,82	1.419.613,10	1.572.879,08
(-)	Costos de Ventas	784.209,44	864.543,01	946.981,16	1.038.139,95	1.138.957,94
(=)	UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	259.534,56	291.886,93	334.300,66	381.473,15	433.921,14
(-)	Gastos de Ventas	5.292,00	5.379,21	5.467,86	5.557,97	5.649,57
(=)	UTILIDAD NETA EN VENTAS	254.242,56	286.507,72	328.832,79	375.915,18	428.271,57
(-)	Gastos Administrativos	44.518,27	46.289,07	46.839,05	46.631,43	47.199,69
(=)	UTILIDAD OPERACIONAL	209.724,29	240.218,65	281.993,75	329.283,75	381.071,89
(-)	Gastos Financieros	26.041,48	21.669,62	16.765,26	11.263,56	5.091,77
(=)	UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIONES	183.682,81	218.549,03	265.228,48	318.020,19	375.980,12
(-)	- 15% de Participación Trabajadores	27.552,42	32.782,36	39.784,27	47.703,03	56.397,02
(=)	UTILIDAD ANTES de IMPUESTOS	156.130,39	185.766,68	225.444,21	270.317,16	319.583,10
(-)	22 % Impuesto a la Renta	34.348,69	40.868,67	49.597,73	59.469,77	70.308,28
(=)	= UTILIDAD NETA	121.781,70	144.898,01	175.846,49	210.847,38	249.274,82

Estado de flujo de Caja

El estado de flujo de caja permitirá actualizar los datos obteniendo así un flujo generado el cual permitirá calcular los indicadores financieros para conocer la factibilidad del proyecto para su puesta en marcha dentro de un mercado latamente competitivo.

Tabla 44. Flujo de caja

	DESCRIPCION	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
A	INGRESOS OPERACIONALES	0,00	1.043.744,00	1.156.429,94	1.281.281,82	1.419.613,10	1.572.879,08
	Recuperación por ventas		1.043.744,00	1.156.429,94	1.281.281,82	1.419.613,10	1.572.879,08
B	EGRESOS OPERACIONALES	0,00	834.019,71	916.211,29	999.288,07	1.090.329,35	1.191.807,19
	Pago a proveedores		784.209,44	864.543,01	946.981,16	1.038.139,95	1.138.957,94
	Gastos de ventas		5.292,00	5.379,21	5.467,86	5.557,97	5.649,57
	Gastos de administración		44.518,27	46.289,07	46.839,05	46.631,43	47.199,69
C	FLUJO OPERACIONAL (A - B)	0,00	209.724,29	240.218,65	281.993,75	329.283,75	381.071,89
D	INGRESOS NO OPERACIONALES	381.411,07	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	Créditos a contratarse a largo plazo	228.846,64					

	Aportes de capital	152.564,43					
E	EGRESOS NO OPERACIONALES	381.411,07	61.935,67	123.836,77	135.586,69	151.317,67	169.108,47
	Pago de intereses		26.041,48	21.669,62	16.765,26	11.263,56	5.091,77
	Pago de créditos a largo plazo		35.894,19	40.266,05	45.170,40	50.672,10	56.843,90
	Pago de participación de utilidades trabajadores			27.552,42	32.782,36	39.784,27	47.703,03
	Pago de impuestos			34.348,69	40.868,67	49.597,73	59.469,77
	Capital de Trabajo	205.759,07					
	Adquisición de activos fijos	172.782,00					
	Otros egresos	2.870,00					
F	FLUJO NO OPERACIONAL (D - E)	0,00	-61.935,67	-123.836,77	-135.586,69	-151.317,67	-169.108,47
G	FLUJO NETO GENERADO (C - F)	0,00	147.788,62	116.381,88	146.407,06	177.966,09	211.963,42
H	SALDO INICIAL DE CAJA		-381.411,07	-233.622,45	-117.240,57	29.166,49	207.132,57
I	SALDO FINAL DE CAJA (G + H)	-381.411,07	-233.622,45	-117.240,57	29.166,49	207.132,57	419.095,99

4.6.1 Indicadores financieros

4.6.1.1 TMAR

Para calcular la Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento es, necesario utilizar la siguiente fórmula, tasa que permitirá el cálculo del Valor Actual Neto (VAN), misma que corresponde a un porcentaje de 11,83%.

$$i = \% \text{recursos terceros} (\% \text{interés}) + \% \text{recursos propios} (\% \text{inflación} + \% \text{riesgo} + \% \text{riesgo} * \% \text{inflación})$$

Tabla 45. TMAR

PRESTAMO	TASA ACTIVA	RECURSOS PROPIOS	RIESGO	INFLACION
60,00%	11,83%	40,00%	10,00%	1,65%
i=11,82% TASA MINIMA ACEPTABLE DE RENDIMIENTO				

4.6.1.2 VAN

Para el cálculo del Valor Actual Neto (VAN), se emplea la siguiente fórmula la cual permitirá conocer si el proyecto es factible para su implantación dentro de un mercado competitivo.

$$VAN = -I + \sum \frac{FNC}{(1+i)^n}$$

Tabla 46. VAN

AÑOS	FNC	(1+i) ^n	VALOR ACTUAL
0	-381.411,07		-381.411,07
1	147.788,62	1,12	132.162,85
2	116.381,88	1,25	93.072,66
3	146.407,06	1,40	104.704,94
4	177.966,09	1,56	113.817,97
5	211.963,42	1,75	121.227,99
TOTAL			183.575,34

Observación: De esta manera se obtiene un valor en dólares de \$183.575,34, demostrando de esta manera un Valor Actual Neto positivo demostrando que es factible implementar la nueva empresa.

4.6.1.3 TIR

La Tasa Interna de Retorno (TIR), es la tasa máxima que alcanzará el proyecto, la cual permite que el Valor Actual Neto (VAN) sea igual a cero, para su cálculo se emplea la siguiente fórmula, determinando así una tasa del 28,36% demostrando la factibilidad del proyecto.

$$TIR = \frac{FNC_1}{(1+k)^1} + \frac{FNC_2}{(1+k)^2} + \dots + \frac{FNC_n}{(1+k)^n} - \text{Inversión Inicial} = 0$$

Tabla 47. TIR

TIR =	28,36%
TASA DE DESCUENTO	VALOR ACTUAL NETO (VAN)
11,5%	187.954,49
20,0%	78.301,21
28,36%	0,00
31,03%	-20.478,97
37,08%	-60.603,86

4.6.1.4 Periodo de recuperación

El cálculo del Periodo de Recuperación permite conocer que la inversión se recupera en un cuarto año una vez iniciado el proyecto, valores que se refleja en la siguiente tabla

Tabla 48. Periodo de recuperación

AÑOS	FNC	FNC ACTUALIZADO	FNC ACTUALIZADO ACUMULADO
0	-381.411,07	-381.411,07	-381.411,07
1	147.788,62	132.162,85	-249.248,22
2	116.381,88	93.072,66	-156.175,55
3	146.407,06	104.704,94	-51.470,61
4	177.966,09	113.817,97	62.347,36
5	211.963,42	121.227,99	183.575,34

4.6.2 Punto de equilibrio

El punto de equilibrio permite validar un valor en dólares con respecto a las ventas y el número de unidades en paquetes que la empresa deberá vender para encontrar un punto donde ni pierde ni gane, para la cual se emplea los siguientes cálculos.

$$PE = \frac{\text{COSTOS FIJOS}}{\dots}$$

$$PE = \frac{97.622,28}{1 - \frac{762.438,91}{1043744,00}}$$

$$PE = \frac{97.622,28}{0,269515406}$$

$$PE = 362.214,10$$

$$PEQ = \frac{COSTOS FIJOS}{PVQ - CVU}$$

$$PEQ = \frac{97.622,28}{350,00 - 220,00}$$

$$PEQ = \frac{97.622,28}{130,00}$$

$$PEQ = 751$$

Observación: De esta manera se obtiene un punto de equilibrio cuando la empresa alcance ingresos de \$362.214,10, se deber brindar 751 servicios a los turistas que visiten la creación de ecolodge en la comunidad de Amazanga

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

De acuerdo, a los resultados obtenidos mediante la investigación, se han obtenido las siguientes conclusiones que establecen el alcance del estudio realizado bajo el contexto de la comunidad de Amazanga, Pastaza – Ecuador.

En primer lugar, se debe destacar el potencial turístico que posee el Ecuador, distribuido entre sus cuatro regiones (Costa, Sierra, Oriente e Insular), lo cual le ha hecho merecedor de reconocimiento a nivel, aunque se ha aprovechado tibiamente los atractivos, es cierto que aún existen lugares maravillosos por descubrir. Este es el caso de la comunidad Amazanga ubicada en la parroquia Tarqui en Pastaza, la cual mantiene vivas las tradiciones y costumbres Kichwas, y que han sabido vivir en armonía con la naturaleza siendo respetuosos con el medioambiente. Este conjunto de factores hace que Amazanga sea un punto turístico atractivo tanto para nacionales como para extranjeros. La relación que ha logrado construir la comunidad con su entorno, promueve la riqueza cultural ancestral y gastronómica, elementos que son esenciales para hacer de este lugar de la Amazonia del Ecuador un referente a nivel nacional e internacional. A raíz de estas características la investigación plantea a través del desarrollo de un ecolodge, la sistematización de los atractivos de la zona.

Lo que se persigue mediante el proyecto es realizar un modelo de gestión adecuado basado en la visión del Suma Kausay o buen vivir, donde la meta social conduce a lo económico, lo cual demuestra las potencialidades de reflejar el interés en la inclusión, en la participación y

en la inversión social, así como el fomento a la igualdad de género, protección de la pluriculturalidad e impulsar la integración de todos los elementos que confluyen en la sociedad, bajo los principios de reciprocidad y solidaridad. Consecuentemente, el propósito principal de la implementación del ecolodge es el de iniciar un efecto multiplicador que mejore las condiciones de vida de la comunidad, generando empleo digno y resaltando las capacidades y conocimiento que poseen los habitantes de la zona. En tal sentido, el planteamiento del proyecto se considera como integral al contempla todos los factores que intervienen en la sostenibilidad y sustentabilidad de la comunidad. De esta forma el ecolodge ofrecerá servicios de hospedaje, alimentación, caminatas, recorridos, convivencias y una experiencia única en un entorno natural.

Las aptitudes turísticas desde el punto de vista general contribuyen al desarrollo del proyecto, pues tanto la comunidad como el Gobierno coinciden en la necesidad de generar alternativas económicas que mejoren la calidad de vida de la población, para esto a través del sector público se plasman directrices de cooperación, mediante las cuales se coloca como prioridad el desarrollo de la actividad turística, de forma complementaria, los habitantes de la comunidad Amazanga han mostrado su interés de brindar sus conocimientos para conjuntamente con la estructuración de un servicio de turismo, hacer de esta zona del Ecuador, un punto atractivo para el turista, agregando valor a través del trato, la calidez y el respeto. En conjunto estas actitudes hacen que la implementación del proyecto del ecolodge sea factible, puesto que en tanto la comunidad como el Estado están predisuestos para la generación de actividades productivas basadas en el turismo.

Finalmente, para completar el proceso de diseño y estructuración del proyecto, es necesario, establecer si la implementación será factible tanto económica como financieramente, en tal sentido, mediante el estudio financiero se estableció que para la construcción de un ecolodge se tiene un el valor de inversión de \$ 381.411,07 dentro de la cual se considera a los activos fijos, diferidos y capital de trabajo, también se determina que los indicadores financieros como el Valor Actual Neto describe un valor positivo de \$ 183.575,34, y adicionalmente, se tiene una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 28,36%, al cual es mayor a la tasa de descuento que asciende a 11,82%. En conjunto estos resultados establecen que es posible

implementar el ecolodge, esto en consideración de los beneficios tanto económicos como sociales que generará el proyecto turístico en la comunidad de Amazanga.

5.2 Recomendaciones

- Para tener un mejor dimensionamiento de las capacidades turísticas del territorio de la comunidad de Amazanga, es necesario, que se establezca un estudio integral de la cadena de valor turística, la cual se desprende de la interacción que tienen los actores de la comunidad, en conjunto con el Estado y su entorno como tal. De esta forma, se puede establecer la factibilidad de emprender el proyecto de integración turística, en tal sentido con una verdadera base para la estructuración del ecolodge es posible establecer objetivos prácticos que puedan ser alcanzados en el corto, mediano y largo plazo.
- Se debe mantener una comunicación constante entre todos los actores de la comunidad, es decir, la población, el Estado y la empresa privada, con el objetivo de intercambiar datos e información que sea útil tanto para la planificación como puesta en marcha del proyecto del ecolodge. Esto debe concretarse a través de mesas de trabajo, en las cuales se definan objetivos y alcances que puedan traducirse en agendas de desarrollo conjunto. Con esto se hace partícipe a toda la sociedad y su contexto con el propósito de encaminar proyectos de desarrollo que vayan en beneficio de los sectores más vulnerables, y que mediante la actividad turística pueden encontrar una alternativa para alcanzar el bienestar.
- Se deben plantear escenarios económicos en los cuales se puedan analizar los diferentes contextos en los cuales pueda estar inmerso el proyecto, es decir, se debe establecer entornos optimistas y pesimistas, esto con el propósito de plantear alternativas que permitan hacer frente a las distintas amenazas, y consecuentemente, definir estrategias para aprovechar las probables oportunidades que deriven de la implementación del ecolodge.

BIBLIOGRAFÍA

- Adán, P., Arancibia, R., López, A., Ramirez, J. L., Sospedra, R., & Valladares, Á. (2015). *Business to social Marketing digital para empresas y personas*. México: Alfaomega.
- Amstrong, G., & Kotler, P. (2013). *Fundamentos de marketing*. México: PEARSON.
- Ballesteros, E., & Solis, D. (2007). *Turismo comunitario en Ecuador: desarrollo y sostenibilidad social*. Ecuador: Abya Yala.
- Castaño, J. (2005). *Psicología social de los viajes y del turismo*. México: Thomson.
- Claver, E., & Quer, D. (2000). *Estrategias de Internacionalización de la empresa*. España: Club Universitario.
- El Universo. (18 de Marzo de 2017). *El Universo*. Recuperado el 19 de Mayo de 2018, de <https://www.eluniverso.com/noticias/2017/03/18/nota/6093961/chef-quinonez-difundira-gastronomia-ecuatoriana>
- Fernandez, E. (10 de Diciembre de 2016). *Forbes Life*. Obtenido de <https://www.forbes.com.mx/forbes-life/gastronomia-mexicana-patrimonio-de-la-humanidad/>
- Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia Tarqui. (2015). *PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL DE LA PARROQUIA TARQUI*. Obtenido de <http://www.gadprtarqui.gob.ec/wp-content/uploads/2015/07/PDOT-PARROQUIA-TARQUI.pdf>
- Gonzales, A., & Moralejo, S. (Junio de 2008). *Scielo*. Obtenido de http://www.scielo.org.ve/scielo.php?pid=S1316-03542008000100006&script=sci_arttext

- González, R., & Rivas, H. (2008). *Modelo de gestión integral de destinos turísticos* . Ecuador : SERNATUR.
- Guevara, B. (2019). *Diagnóstico de la Comunidad Amazanga*. Ecuador: PUCE.
- Hernández, R. (2016). *Impactos económicos del turismo*. España: Canarias.
- Lerma, H. D. (2016). *Metodología de la Investigación*. Bogotá: ECOE EDICIONES.
- Martínez, C. (2011). *Estadística y Muestreo*. Colombia: Eco.
- Ministerio de Turismo. (2010). *Ley de Turismo* . Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/LEY-DE-TURISMO.pdf>
- MINTUR. (29 de Julio de 2015). *Ministerio de Turismo*. Recuperado el 27 de Mayo de 2018, de <https://www.turismo.gob.ec/el-encebollado-se-convierte-en-un-plato-patrimonial-de-la-alta-cocina-ecuatoriana/>
- MINTUR. (16 de Noviembre de 2016). *Ministerio de Turismo*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/se-presento-el-campeonato-mundial-del-encebollado-2017/>
- Mujica, M., Marín, F., & Smith, F. (2014). *Municipio innovador un modelo para el desarrollo local sostenible*. Uruguay: Mulciencias .
- Münch, L., & Ángeles, E. (2015). *Métodos y técnicas de investigación*. Mexico: Trillas.
- Niño, V. (2011). *Metodología dela investigación*. Bogotá: Ediciones de la U.
- O'Keefe, L. (19 de Enero de 2016). *Produce Business UK*. Recuperado el 19 de Mayo de 2018, de <http://www.producebusinessuk.com/supply/stories/2016/01/19/the-forgotten-country-why-ecuadorian-cuisine-deserves-its-share-of-glory>
- Organización Mundial del Turismo . (2011). *Introducción al Turismo* . España: OMT.
- Regalado, L. (2001). *METODOLOGÍA DE LA IVESTIGACIÓ*. Quito : ABYA-YALA.

- Rodas, M., Ullauri, N., & Sanmartín, I. (2015). *El Turismo Comunitario en el Ecuador*. Ecuador: Universidad del Azuay.
- RUA, Y. S. (2 de Febrero de 2017). *LA GASTRONOMÍA ESMERALDEÑA COMO IMAGINARIO COLECTIVO Y SU INCIDENCIA EN LOS CIUDADANOS COMPRENDIDOS EN LAS EDADES DE 18 A 30 AÑOS DE LA PARROQUIA ESMERALDAS, DEL CANTÓN ESMERALDAS, EN EL PERÍODO JUNIO-DICIEMBRE DE 2015*. Riobamba, Chimborazo , Ecuador: Universidad Nacional del Chimborazo .
- Secretaría de Estado de Turismo de España. (2016). *Turismo*. España: Sigittur.
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo . (2015). *Plan Nacional de Descentralización* . Obtenido de http://www.competencias.gob.ec/wp-content/uploads/2015/10/plan_nacional_descentralizacion.pdf
- Stacey, P., & Hallo, F. (4 de Marzo de 2016). *Valor Agregado*. Recuperado el 27 de Mayo de 2018, de <http://www.valoragregado.ec/articulos/ValorAgregado05%20-%20Art.%204%20Stacey%20y%20Hallo%20-%20Marketing%20digital.pdf>
- Valderrama, M. (2011). *Lineamientos para un programa de desarrollo de la gastronomía peruana*. Lima: CEPLAN.

ANEXOS

Anexo 1. Diseño de la encuesta

Objetivo: Conocer los gustos o preferencias de los turistas nacionales y extranjeros de un servicio de Ecolodge en la comunidad de Amazanga

1 ¿Datos personales?

a) Edad

b) Nacionalidad

Nacional

Extranjero

c) Actividad que se dedica _____

2 ¿Qué tipo de turismo para usted es el más atractivo?

Aventura

Agroturismo

Naturaleza

3 ¿Le agradaría que exista turismo comunitario con la creación de un ecolodge en la comunidad de Amazanga provincia de Pastaza?

Si

No

4 ¿Cuál de las siguientes aspectos le llama la atención al visitar un sitio ecolodge?

Medicinal

Gastronómico

Cultura

Flora y fauna

5 ¿De a conocer cuál de los siguientes servicios le agradaría utilizar en el nuevo ecolodge?

Alojamiento

Gastronomía

Servicios creativos

Actividades especializadas

Servicio de aventura

Paquete con todos los servicios

6. ¿Si el nuevo lugar de ecolodge le ofrece un paquete completo de los servicios cual sería de su preferencia y, cuanto estaría dispuesto a pagar?

a) Paquete turístico (Alojamiento, gastronomía, servicios creativos, actividades especializadas y servicio de aventura) de cuatros días tres noches a precio de \$400 a \$450

b) Paquete turístico (Alojamiento, gastronomía, servicios creativos, actividades especializadas y servicio de aventura) de tres días dos noches a precio de \$200 a \$250

7. ¿Cada que tiempo le agradaría a usted realizar este tipo de turismo?

Trimestral

Semestral

De manera anual

8¿Qué tipo de cualidades usted toma en cuenta en un servicio?

Precio

Producto

Calidad

Variedad

9¿A través de qué medios de comunicación, le gustaría informarse sobre el servicio?

Redes sociales

Página web

Publicidad tradicional

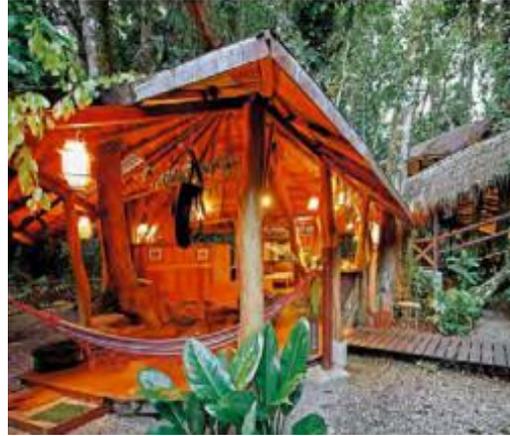
10 ¿Le agradecería que exista un buzón de comentario digital, donde usted puede dar su punto de vista, sugerencias y, recomendar a los demás turistas que visiten el servicio de ecolodge?

Si

No

Gracias por su atención

Anexo 2. Servicio de alojamiento



- Servicio de gastronomía



- **Servicios recreativos (flora y fauna)**



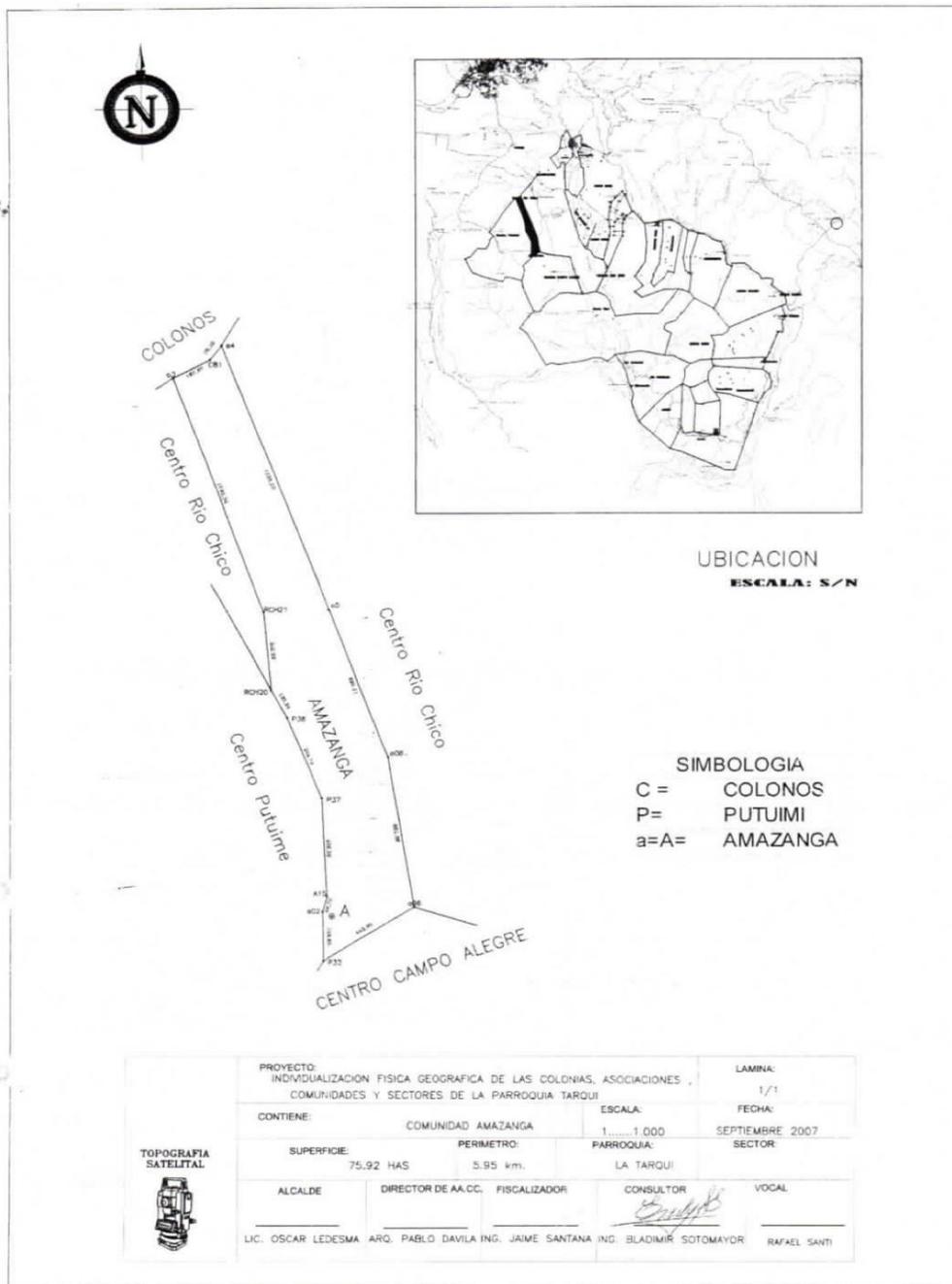
- **Servicio actividades especializadas**



- **Servicio de aventura**



Anexo 3. Planimétrico Amazanga



Anexo 4. Comunidad Amazanga





