



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
EMPRESARIALES**

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

TEMA:

**Diseño de producto de turismo comunitario para el sector
Chorreras, Cantón y Provincia de Pastaza**

AUTORA:

Mantilla González, María Alejandra

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de
Licenciada en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**

TUTORA:

Lcda. Inés Ramos Guachilema, Mgs.

Guayaquil, Ecuador

Guayaquil, a los 25 del mes de febrero del año 2022



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
EMPRESARIALES

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y
HOTELERAS**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo de titulación fue realizado en su totalidad por **Mantilla González, María Alejandra**, como requerimiento para la obtención del título de Licenciada en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras.

TUTORA

Lcda. Inés Ramos Guachilema, Mgs.

DIRECTORA DE LA CARRERA

Ing. Teresa Knezevich Pilay, Phd.

Guayaquil, a los 25 del mes de febrero del año 2022



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS,
ADMINISTRATIVAS Y EMPRESARIALES**

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

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Mantilla González, María Alejandra

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación: **Diseño de producto de turismo comunitario para el sector Chorreras, Cantón y Provincia de Pastaza**, previo a la obtención del título de Licenciado/a en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

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

Guayaquil, a los 25 del mes de febrero del año 2022

LA AUTORA

Mantilla González, María Alejandra



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
EMPRESARIALES**

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

AUTORIZACIÓN

Yo, Mantilla González, María Alejandra

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Diseño de producto de turismo comunitario para el sector Chorreras, Cantón y Provincia de Pastaza** cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 25 del mes de febrero del año 2022

LA AUTORA:

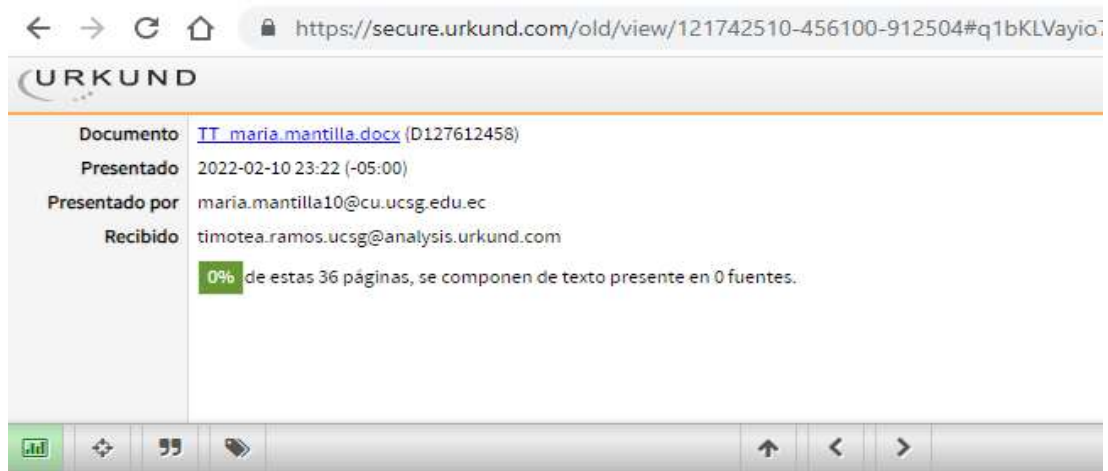
Mantilla González, María Alejandra

Certificación de Antiplagio

Certifico que después de revisar el documento final del trabajo de titulación denominado **Diseño de producto de turismo comunitario para el sector Chorreras, Cantón y Provincia de Pastaza presentado** por la estudiante **Mantilla, González, María Alejandra** fue enviado al Sistema Antiplagio URKUND, presentando un porcentaje de similitud correspondiente al (0%), por lo que se aprueba el trabajo para que continúe con el proceso de titulación.

Lcda. Inés Ramos Guachilema, Mgs.

TUTORA



The screenshot shows the URKUND web interface. At the top, there is a navigation bar with the URKUND logo. Below it, a table displays the following information:

Documento	TT_maria_mantilla.docx (D127612458)
Presentado	2022-02-10 23:22 (-05:00)
Presentado por	maria.mantilla10@cu.ucsg.edu.ec
Recibido	timotea.ramos.ucsg@analysis.urkund.com

Below the table, a green box indicates the similarity result: **0%** de estas 36 páginas, se componen de texto presente en 0 fuentes.

The bottom of the screenshot shows a standard browser toolbar with navigation and zoom icons.

Agradecimiento

A mi madre por su apoyo y a mi familia
por motivarme a cumplir mis sueños.

María Alejandra Mantilla

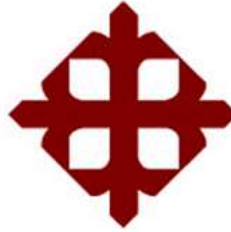
DEDICATORIA

Dedico esta tesis a Dios por su presencia en este arduo caminar de mi vida,
bendiciéndome y dándome fuerzas.

A mi Tutora Mgs Inés Ramos por su dirección sabia y positiva en todas las
etapas del Trabajo de Tesis.

A mi madre y a mi abuela por el apoyo incondicional para vencer las
dificultades y lograr el éxito de mis metas profesionales.

María Alejandra Mantilla



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y
HOTELERAS**

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

Lcda. Inés Ramos Guachilema, Mgs.

TUTORA

Ing. Teresa Knezevich Pilay, Phd.

DIRECTORA DE CARRERA O DELEGADO

Lcda. Aline Gutiérrez Northía, Mgs.

COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA

Ec. Shirley Segura Ronquillo, Mgs.

OPONENTE



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y
HOTELERAS**

Calificación

APELLIDOS Y NOMBRES	NOTA FINAL DE LA TUTORA
María Alejandra Mantilla González	

Lcda. Inés Ramos Guachilema, Mgs.

TUTORA

Índice General

Introducción	2
Objetivos	3
Objetivo General	3
Objetivos Específicos.....	3
Antecedentes	4
Planteamiento del Problema.....	5
Formulación del Problema	6
Justificación.....	7
Capítulo I.....	9
Marco Teórico.....	9
Modelos turísticos desde la teoría de los sistemas	10
El Sistema turístico	11
Tipos de demanda turística	12
Oferta turística.....	12
Promoción turística	14
Marco conceptual	17
Gastronomía	17
Marketing Mix	19
Capacitación.....	19
Antropología	19
Marco referencial	20
Sistema Turístico: caso de estudio Salinas de Guaranda.	20
Plan de Marketing Turístico para el posicionamiento de la Comuna Agua Blanca.	21
Turismo activo de naturaleza con turismo comunitario.....	22
Marco legal.....	24

Ley de Turismo	24
PLANDETUR (Plan Nacional de Turismo) 2030	24
Reglamento para Centros Turísticos Comunitarios	26
Reglamento de comidas y bebidas	26
Capítulo II	29
Marco Metodológico	29
Enfoque mixto	29
Diseño de la investigación	30
Alcance de investigación.....	31
Población.....	32
Muestra.....	32
Técnicas de recolección de datos	32
Instrumentos de medición	33
Encuesta	33
Análisis de los resultados	33
Observación.....	38
Entrevista.....	40
Capítulo III.....	42
Diagnóstico Turístico	42
Yanacocha	42
Indichuris	42
Superestructura.....	43
Directiva comunitaria.....	43
Atractivos turísticos	44
Infraestructura	45
Transporte y accesibilidad.....	45
Vías de acceso	46

Equipamiento turístico	47
Alojamiento.....	47
Alimentación	48
Senderos ecológicos	49
Capítulo IV	50
Diseño de Producto Turístico.....	50
Antecedentes	50
Objetivo general	51
Objetivos específicos.....	52
Análisis Interno.	52
Análisis externo.....	53
Producto Turístico para Comunidad Chorreras.....	57
Tour Comunidad Chorreras - Reserva “Vida Natural.....	57
Intervenciones, alianzas estratégicas e infraestructura.....	60
Plan de Marketing.....	61

Índice de Tablas

Tabla 1. <i>Modelo de los sistemas turísticos</i>	10
Tabla 2. <i>Pregunta 1. Edad</i>	33
Tabla 3. <i>Pregunta 2. Accesibilidad</i>	34
Tabla 4. <i>Pregunta 3. Recursos</i>	35
Tabla 5. <i>Pregunta 4. Acceso a personas con capacidades especiales</i>	35
Tabla 6. <i>Pregunta 5. Capacitación</i>	36
Tabla 7. <i>Pregunta 6. Imagen Corporativa</i>	37
Tabla 8. <i>Requisitos Generales Obligatorios para los establecimientos turísticos de alimentos y bebidas - bares 1 Parte 1</i>	38
Tabla 9. <i>Requisitos Generales Obligatorios para los establecimientos turísticos de alimentos y bebidas - bares 1 Parte 2</i>	
Tabla 10. <i>Requisitos Generales Obligatorios para los establecimientos turísticos de alimentos y bebidas - bares 1 Parte 3</i>	
Tabla 11. <i>Instituciones que han apoyado la Comunidad Chorreras</i>	43
Tabla 12. <i>Atractivos Turísticos Comunidad Chorreras</i>	58
Tabla 13. <i>Análisis FODA</i>	59
Tabla 14. <i>Tour Comunidad Chorreras - Día 1</i>	56
Tabla 15. <i>Tour Comunidad Chorreras - Día 2</i>	57
Tabla 16. <i>Plan de Marketing</i>	60
Tabla 17. <i>Tabla de frecuencia de género de las personas encuestadas.</i>	61
Tabla 18. <i>Plan de acción promocional</i>	64
Tabla 19. <i>Tabla de frecuencia de género de las personas encuestadas</i>	72

Índice de Figuras

Figura 1. Funcionamiento del sistema turístico. Adaptado de Franco (2019)	11
<i>Figura 2.</i> Demanda turística. <i>Adaptado de</i> Boullon, R. C. (2017).	12
Figura 4. <i>Mercado Turístico Adoptado de. SGL Comunicaciones. (2017)</i>	16
Figura 5. Gráfico de respuesta pregunta 1.....	34
<i>Figura 6.</i> Gráfico de respuesta pregunta 2	34
Figura 7. Gráfico de respuesta pregunta 3.....	35
Figura 8. Gráfico de Respuesta pregunta 5	36
Figura 9. Gráfico de respuesta pregunta 5.....	37
Figura 10. Gráfico de respuesta pregunta 6.....	37
Figura 11 . Mapeo de acceso a la Comunidad. Tomado de Ubicación Comunidad Chorreras: Parroquia Veracruz, Kilómetro 12/2 Vía Macas - Puyo, cruzando el puente del Río Puyo vía a la comunidad Chorreras. Adaptada imagen de Google.....	47
Figura 12 . Chozas de bambú para huéspedes	48
Figura 13. Plato típico Maito	48
Figura 14. Cascada "Vida Natural"	49
Figura 15. Organigrama Comunidad Chorreras	54

Resumen

El presente trabajo se realizó en la Comunidad Chorreras, parroquia Veracruz en la provincia de Pastaza, su objetivo principal es diseñar un plan de promoción del turismo comunitario en dicho contexto mediante un diagnóstico del sistema turístico, desarrollar una investigación de mercado con el fin de determinar la demanda actual y potencial de la comunidad. La metodología empleada para la investigación está encaminada a la revisión de la información para establecer las variables independientes y dependientes con las cuales se estructuraron las preguntas de las encuestas y entrevistas, con sus debidos cuestionarios para el levantamiento de información primaria. Se trabajó con una población de 211 moradores y 211 visitantes seleccionados aleatoriamente. En términos de resultados se tiene que la Comunidad Chorreras, puede ofertar servicios de turismo como; alojamiento, avistamiento de aves, visitas guiadas a ríos y cascadas, paseo en canoas. Con el diseño de producto de turismo comunitario se crearán políticas de organización dentro de la comunidad, imagen corporativa y administración financiera para el control y manejo de los ingresos y egresos, lo que permite integrar toda la gestión turística de la comunidad. Además, se crearán rutas de acceso y convenios con el transporte público para el acceso de turistas. Este producto de Turismo Comunitario fortalecerá la actividad turística y el desarrollo sostenible en la comunidad Chorreras. Este trabajo es un proyecto de investigación para promover las políticas turísticas a nivel provincial. En conclusión, los habitantes se encontrarán capacitados en temas generales para la atención a los turistas en la presentación de productos, así el proyecto se podría desarrollar con eficiencia.

Palabras Clave: Turismo comunitario, gastronomía, cultura, reserva, turistas

Abstract

The present work carried out in the Community Spouts, parish Veracruz in the county of Pastaza, its main objective is to design a plan of promotion of the community tourism in this context by means of a diagnosis of the tourist system, to develop a market investigation with the purpose of determining the current demand and potential of the community. The methodology used for the investigation is guided to the revision of the information to establish the independent variables and clerks with which the questions of the surveys and interviews were structured, with their due questionnaires for the rising of primary information. One worked with a population of 211 residents and 211 visitors selected aleatorily. In terms of results one has that the Community Spouts, it can offer services of tourism like; lodging, view of birds, visits guided to rivers and cascades, walk in canoes. With the design of product of community tourism they will be created political of organization inside the community, corporate image and financial administration for the control and handling of the revenues and expenditures, what allows to integrate the whole tourist administration of the community. Also, access routes and agreements will be created with the public transportation for the access of tourists. This product of Community Tourism will strengthen the tourist activity and the sustainable development in the community Spouts. This work is an investigation project to promote the tourist politicians at provincial level. In conclusion, the inhabitants will be qualified in topics generals for the attention to the tourists in the presentation of products, this way the project you could develop with efficiency.

Keywords: *community tourism, gastronomy, culture, reserve, tourists*

Introducción

El turismo constituye el mayor motor de crecimiento y desarrollo económico en el mundo, es el gran generador de empleo como lo señalan las estadísticas de la Organización Mundial del Trabajo (OMT), que hasta el año 2019 se determinan 1. 200 millones de nuevos empleos aportan al crecimiento del Producto Interno Bruto (PIB) en más del 4%.

El turismo en el Ecuador es una posibilidad del crecimiento de la economía reflejándose en el incremento del (PIB) en 2,2% en el año 2019, lo que ha evolucionado significativamente en todo el país; destacándose en áreas urbanas por los atractivos históricos, culturales, arquitectónicos, gastronómicos y de esparcimiento; y la rural por los atractivos de la naturaleza viva, fortalecimiento del ecoturismo, turismo rural, camping, avistamiento de aves, gastronomía, entre otros.

El Turismo Comunitario, sin duda es importante porque reduce el desempleo, provee de recursos económicos a los cantones, favoreciendo la diversificación productiva, crea empleos para los habitantes de sus comunidades, de tal manera, que reduce la pobreza, evita la emigración de sus habitantes desde su habitad natural hacia las ciudades en busca de mejores condiciones de vida, lo que contribuye significativamente al desarrollo local.

Los destinos turísticos se han incrementado y diversificado significativamente, van acorde a las necesidades e intereses personales, grupales, empresariales o corporativos, influenciados también por las tendencias actuales entre las cuales, se destaca el cuidado del ambiente para mitigar el calentamiento global, esta concepción ha favorecido al turismo de Ecuador, que se caracteriza por su mega biodiversidad y su amplia diversidad geográfica.

Esta va desde las hermosas playas que bordean la costa, hacia las alturas de la región andina, con sus majestuosos volcanes y nevados, que descienden a la llanura amazónica. El archipiélago de las Galápagos, laboratorio vivo de la evolución de las especies, además de su gastronomía y la calidez de sus habitantes. (Garcia N, Carreño A, y Doumet N, 2016. p19).

En la región amazónica se han implementado proyectos de turismo comunitario muy singulares y diversos; uno es el emprendimiento turístico de “Reserva Vida Natural” se encuentra ubicado en la Provincia de Pastaza-la comunidad Chorreras, actualmente en vías de desarrollo, que tiene como propósito, captar mayor afluencia

de turistas por su ubicación geográfica y por los encantos naturales; como la belleza paisajista, la confluencia de dos ríos, múltiples cascadas, flora y fauna endémica, y una oferta gastronómica amazónica. La potencialidad de la reserva requiere contar con el diseño de un producto turístico comunitario que le provea el conocimiento y las estrategias de promoción turística.

Las comunidades indígenas de la Amazonía son grupos sociales que comparten vínculos ancestrales, en Pastaza particularmente, estas culturas forman parte del Turismo Comunitario, que se ha convertido en una fuente importante de ingreso económico para la población. Estas comunidades están aprovechando sus recursos naturales, culturales y de cosmovisión para generar nuevas alternativas que conciben experiencias a los visitantes.

Es por ello que diseñar productos turísticos que contribuyan a estos fines, motivan a la investigadora a desarrollar el presente estudio, reconociendo la importancia del logro de una coherencia entre las potencialidades del contexto, la promoción del desarrollo turístico, sobre todo desde la perspectiva del comunitario y de naturaleza con la carencia de alternativas que dimensionen dichas opciones.

Objetivos

Objetivo General

- Diseñar un Producto de Turismo Comunitario para la Comunidad Chorreras, Cantón y Provincia de Pastaza que fortalezca el desarrollo del turismo comunitario en dicho contexto con un carácter sostenible.

Objetivos Específicos

- Diagnosticar el sistema turístico comunitario de la comunidad Chorreras, Cantón y provincia de Pastaza para caracterizar la oferta y analizar las variables del turismo comunitario.
- Desarrollar una investigación de mercado que determine la demanda actual y potencial de los partícipes del turismo comunitario en la comunidad Chorreras, Cantón y Provincia de Pastaza.

- Diseñar un producto de Turismo Comunitario para fortalecer la actividad turística y el desarrollo sostenible de la Reserva Vida Natural para la Comunidad Chorreras, Cantón y Provincia de Pastaza.

Antecedentes

El turismo comunitario nace como una alternativa para la reivindicación y autogestión de las comunidades, muchas de ellas se encuentran cerca de las reservas naturales o de zonas privilegiadas para el turismo. Según Cabanilla, 2018; se identificaron 231 emprendimientos de Turismo Comunitario, cifra que se ha incrementado en los últimos años en todos los sectores del país. (p11)

El turismo comunitario, según López & Sánchez Cañizares, 2022; “se está desarrollando en diferentes partes del Mundo como alternativa al turismo tradicional. Esta nueva forma de turismo favorece el contacto entre la comunidad local y los visitantes, los cuáles obtienen nuevas experiencias”. (p.13)

El turismo comunitario en el Ecuador surge como una nueva modalidad turística “marca internacional”. Esto debido a que se ha convertido en un elemento de creciente oferta y demanda turística con el propósito de la conservación ambiental y como una alternativa de desarrollo sustentable de la población, constituye una respuesta inmediata a la necesidad de combinar el crecimiento económico con la responsabilidad social, generando el empoderamiento de la comunidad con un objetivo integrador encaminado a la conservación ambiental, la sostenibilidad y el desarrollo de las economías locales y su beneficio social. (Lucas, C., Gladys, O., & Loor, C. 2019)

Algunos productos turísticos comunitarios han aportado al desarrollo local y nacional en Ecuador, como es el caso de: “Karanki Magdalena situado en las laderas del volcán Imbabura; Galápagos Kleintuors en el archipiélago; Salinerito de la provincia de Bolívar; Comunidad Yunguilla en Pichincha. Y en la provincia de Pastaza está Kapawi Eco Lodge de la comunidad shuar”. (Cabanilla, 2018; p16)

La comunidad Chorreras, está ubicada en la parroquia Veracruz, a 25 kilómetros de la cabecera cantonal Puyo. El acceso es carrosable o fluvial por el Río Puyo. “La Reserva de Vida Natural” ubicada en este sector, es administrada por los habitantes de la comunidad, y les propone a los turistas actividades deportivas y recreativas en el río; existen cascadas, senderos y oferta gastronómica.

La demanda se ha incrementado, pero sus condiciones y oferta turística no se han desarrollado, limitando los beneficios propios de la actividad turística. Por ello, es necesario diseñar un producto de Turismo Comunitario para el desarrollo sostenible de la Reserva Vida Natural en la Comunidad, Cantón y Provincia de Pastaza. (García, N., Carreño, A., & Doumet, N. (2016).

Es por ello que el presente trabajo tiene el objetivo de crear un producto de turismo comunitario para Chorreras, donde habitan 200 familias Kichwas, allí producen caña de azúcar, plátano, yuca y se dedican a la crianza de peces. Todas estas habilidades y formas de vida han estado descuidadas por los organismos gubernamentales, por ello, es importante conocer sus necesidades y capacitarlos en nuevas fortalezas para generar una política turística viable y eficiente.

Planteamiento del Problema

En Pastaza los proyectos turísticos están diseminados en el territorio provincial, algunos apoyados por fundaciones u organismos internacionales ligados con la conservación de la naturaleza, muy pocos han logrado el apoyo parcial de los organismos públicos. Estos emprendimientos ofrecen diversidad de productos, actividades y servicios que comparten con los turistas y a la vez, logran la sostenibilidad de sus servicios.

En el Gobierno Autónomo de Pastaza (GADMP) se ha limitado la atención al turismo comunitario debido a que las políticas no han prestado el desarrollo, viéndose restringido a eventos de capacitación ocasionales y de contenido no secuencial, como realización de ferias productivas y de turismo, y a la construcción parcial de carreteras y espacios comunales. El avance del turismo es lento por los cambios de política que se dan, donde se prioriza otros aspectos en los cambios institucionales y no al turismo.

En mayo del 2019 el GADMP, emite el *Reglamento de la Mesa de Turismo de la Provincia de Pastaza*, organismo considerado como una instancia de participación, coordinación, articulación y formulación de políticas y acciones destinadas a “promover el desarrollo del turismo de la provincia”. (Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincia de Pastaza, 2019) Un ente burocrático con exceso de delegados de instituciones que no tienen relación con el turismo.

La “Reserva Vida Natural” le da vida al pueblo de Chorrera, con los atractivos naturales, entre ellos, la flora, la fauna, senderos y ríos. El acceso puede hacerse a través de una canoa para que el turista se sienta cómodo y se considere parte de la comunidad. Aunque también, se puede cruzar por un puente o por el río.

Se llama Comunidad Chorreras porque son un grupo de doscientas personas que comparten las mismas culturas y tradiciones, además se han asentado en este territorio con sus familias, es decir, les unen además lazos de sangre. Dentro de esta comunidad está la Reserva “Vida Natural”, que contempla todo el territorio en mención, es por ello importante explicar que todo el conjunto de actividades comunitarias pertenece a la comunidad Chorreras del Cantón Pastaza, provincia de Pastaza.

Es indispensable desarrollar una investigación de campo que permita establecer si las características geográficas y ecológicas son propicias para implementar actividades turísticas en el contexto de análisis. De igual manera, determinar los factores que posibilitan el turismo comunitario y qué aspectos dificultan esta actividad; implica, además, conocer el interés de los habitantes de la comunidad, sus capacidades, habilidades y debilidades. Los resultados obtenidos en la investigación permitirán previo análisis proponer el desarrollo de un producto de turismo comunitario acorde a sus potencialidades, necesidades e intereses.

Para ello se plantea una metodología aplicada, para llegar a la obtención de resultados. Se inicia con la revisión de las teorías de turismo comunitario y sus gráficas de aplicación, los atractivos turísticos de la “reserva natural” y finalmente se diseña un producto turístico para la zona de estudio a partir de los objetivos planteados.

Formulación del Problema

¿Cuál es el producto turístico que debiera diseñarse, adecuado al turismo comunitario sostenible en la Comunidad Chorreras, cantón Pastaza, Provincia de Pastaza?

Justificación

El turismo comunitario pertenece a un proceso de cambios a nivel internacional, pues puede adaptarse a los procesos tecnológicos, sociales y va definiendo su gestión con actividades de acuerdo con las realidades de cada sector. Para Guillén. H, 2019; “Las experiencias locales agrupan iniciativas que han convertido al turismo comunitario en un campo estratégico de desarrollo social, económico y cultural, que parece encarar con éxito las demandas del mundo actual”. (pág. 9)

Pastaza, es considerada la provincia con mayor extensión territorial en el Ecuador, con 29.520 km² de superficie. Constituye gran parte de la cuenca amazónica, con exuberante biodiversidad, recursos naturales, y cuenta con la presencia de siete etnias con sus propias culturas; características idóneas para el turismo, particularmente del turismo comunitario.

Según, Roux, 2013; a veces resulta complejo vincular la dimensión cultural con las experiencias que perciben los visitantes. La presencia de grupos humanos en las comunidades les permite observar costumbres y modos de vida particulares a cambio de un aporte económico dependiendo de las actividades y los atractivos escénicos que pertenecen a la administración de las comunidades.

De este modo el turismo comunitario se concibe como un tipo de actividad solidaria, participativa, intercultural, orientada a la valoración y manejo del patrimonio natural y cultural, pero sobre todo se identifica como una oportunidad para concretar el principio de equidad en la distribución de los beneficios locales. (Guillén. H, 2019)

En el sector Chorreras se encuentra ubicada la comunidad Chorreras, para la cual se propone diseñar un producto de turismo comunitario, el cual serviría para sustentar económicamente y socialmente al sector, por lo que dotarlo de un carácter sostenible es imprescindible, generando así los aportes socioeconómicos necesarios para el desarrollo.

Los moradores de la comunidad Chorreras han sentido la necesidad de participar en las actividades turísticas, como una alternativa de desarrollo socio económico implementado desde su propio habitat, considerado como un elemento fundamental la riqueza natural y la biodiversidad de su entorno. Los comuneros están conscientes de esta fortaleza y del vasto conocimiento de la zona y sus características, por lo que se esfuerzan para implementar y desarrollar iniciativas, propuestas o emprendimientos encaminados a despertar el interés de los turistas nacionales e internacionales, para

que conozcan y disfruten de todo lo que se puede ofrecer desde este ecosistema natural y único, venerado como el pulmón del mundo.

El turismo comunitario puede ser una actividad rentable a partir de una correcta administración, ya que promueve las actividades culturales y por otra parte concientiza a la comunidad sobre el cuidado y conservación del medio ambiente. Su sentido dinamizador de las relaciones comunidad-visitantes-medioambiente, favorecen un pensamiento de convivencia hombre-naturaleza infinitamente necesario en el siglo XXI.

Capítulo I

Marco Teórico

La Organización Mundial del Turismo (2008), definió dicha actividad turística como el: Fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas, a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico. (p. 2)

Según el Ministerio de Turismo, (2010); “El turismo comunitario es un modelo de gestión, en el que la comunidad aprovecha su patrimonio cultural o natural para ofrecer un servicio turístico con la participación de la comunidad y la ejecución de acciones para fortalecer el desarrollo sostenible de la población”. (p.21).

El turismo comunitario se ha erigido como una categoría novedosa en el área de gestionar el turismo, pues las comunidades autóctonas y nativas de una región o lugar comparten sus hogares con los visitantes y permiten conocer a fondo sus costumbres, su dinámica vital, así como parte importante de sus conocimientos ancestrales (Vive Ecuador, 2022 p.1). Con esta visión el Estado genera una coherencia entre la realidad comunal y el visitante que practica turismo, ejerciendo el desarrollo del turismo como una estrategia para luchar contra la pobreza. (Guzmán, T. J., & Sánchez, C. S. 2009, p.35).

La Organización Internacional del Trabajo (OIT) viene desplegando importantes esfuerzos para afianzar la visión de este paradigma en las políticas y programas con sus constituyentes. En el marco de la Conferencia Internacional del Trabajo se analizaron y debatieron importantes temas relacionados con esta cuestión como son: la promoción de empresas sostenibles (2007), y la promoción del empleo rural para reducir la pobreza (2008), identificando los retos y las oportunidades inherentes al desarrollo turístico sostenible.

En respuesta a las aspiraciones formuladas por organizaciones indígenas y campesinas de América Latina, la OIT puso en marcha la Red de Turismo Sostenible (REDTURS) para contribuir a mejorar sus condiciones de vida y de trabajo, gracias al fomento de nuevas oportunidades de negocios. Su labor se ha centrado en aportar respuestas prácticas, tales como diseñar metodologías para impartir capacitación y

crear capacidad de gestión para negocios sostenibles; intercambiar experiencias con un valor práctico para las dichas organizaciones; apoyar la conformación de redes de negocios de base familiar, comunitaria y cooperativa; asesorar a los gobiernos y a otras instituciones en la aplicación de políticas de fomento de empresas sostenibles y “empleos verdes”. (Oficina Internacional del Trabajo [OIT] p.4)

El turismo sostenible es un reto de largo aliento, pues es necesario considerar las relaciones entre turismo, sociedad y desarrollo. (OIT p.5) Por ello en el turismo sostenible comunitario la comunidad ha emprendido o consolidado prácticas de autogestión relacionadas con la propiedad, el control y la administración de sus tierras y territorios, el manejo y aprovechamiento sostenible de los recursos naturales. (OIT, p.36).

Las políticas del Estado ecuatoriano para fortalecer el turismo están basadas en la protección de los recursos naturales y culturales. Por ejemplo, existe el *Reglamento para Centros Turísticos Comunitarios* (2010), que tiene como objetivo promover la oferta turística de las comunidades con el fin de integrar a la población rural de las regiones del país. El Estado comprende que esta actividad genera impactos económicos positivos y responde a la demanda, sobre todo para los extranjeros que buscan nuevas experiencias y conocer otras realidades. Además, se han delegado responsabilidades a los Gobiernos Autónomos Descentralizados para promover el sector turístico. En Pastaza, se creó *El Reglamento de la Mesa de Turismo de la Provincia* (2019), a fin de gestionar y avalar los proyectos turísticos en el uso correcto de los recursos; para generar empleo y promover este modelo que incluye a las poblaciones rurales y comunitarias.

Modelos turísticos desde la teoría de los sistemas

La Teoría de los Sistemas, según Alcívar y Paredes (2020), se basa en “El objetivo analizar varios elementos y tendencias identificables de los sistemas, es decir, cualquier entidad definida en la que sus partes se interrelacionen y la suma es mayor a la suma de sus partes” (p.12) se fundamenta en el estudio de los sistemas en general, desde una perspectiva interdisciplinaria, donde se afirma que todo sistema tiene una relación con su entorno, al ser una meta teoría puede diferenciar los tipos de sistemas, sin proponer nada específico.

Esta propuesta teórica se aplica al turismo, pues ha tenido una amplia aceptación para el análisis del fenómeno, además de una producción que ya existe. Los

modelos turísticos clasificados bajo esta perspectiva muestran sus elementos que hacen parte del sistema turístico y sus interrelaciones. En general los sistemas cumplen con las siguientes características: propósito o razón de ser, carácter de totalidad, las interrelaciones generan cambios en el sistema, entropía, adaptación frente a los cambios.

La experiencia de viaje del turista es el propósito de todo el sistema turístico, por el cual se articulan todos los componentes trabajados en armonía. Se han elegido seis modelos para abordar la teoría de los sistemas, se considera que estos modelos han sido completos y explican el fenómeno turístico de una forma comprensible y profunda.

Tabla 1*Modelo de los sistemas turísticos*

Modelo y año	Definición	Modelo y año	Definición
Fernández Fuster (1967)	El turismo es una corriente masiva desde su origen como mercado proveedor y un núcleo que recibe. (Franco, Velasquez, Maria, Ledys, & Yanelli, 2019) El fenómeno turístico está compuesto por aspectos psicológicos, sociológicos, políticos, económicos, entre otros, y por tanto el estudio del turismo debe instituir relaciones desde diferentes enfoques. (Panosso, 2008)	Jost Krippendorf (2001)	Este modelo critica a la sociedad industrial dividiendo del análisis de la sociedad, encuadra el ocio y los viajes de turismo. Es decir, está preocupado por los temas ambientales: contaminación, explotación, cultura.
Raymundo Cuervo (1967)	Presentación de un modelo que contiene las relaciones, servicios e instalaciones generadas por motivo de ciertos desplazamientos humanos.	Agustín Santana (1997)	Este sistema es abierto, flexible y dinámico, puede variar de acuerdo al entorno físico, socio cultural y económico. Estas variantes sirven para la investigación y mostrar las interconexiones entre los factores.
Salah – Eldin Abdel Whahab (2008)	Según (Panosso, 2008) este modelo se basa en el movimiento de personas, por ende, en el enfoque desde del comportamiento humano como autor del acto turístico. Además, estudia el espacio como elemento físico donde se lleva el acto de la estancia en el destino.		
Clare A. Gunn (2002)	Este modelo se basa en la planificación del destino. Trata de comprender las relaciones entre el propietario de las empresas turísticas (quienes no son los que controlan el destino en sí) y el mismo destino. “Cuando las relaciones son complementarias, el sistema funciona sin problemas; cuando no lo son, se descompone” (Gunn, 2002)		

Nota. Se consideran los modelos con más enfoque en el tema de este proyecto. Franco, I. V. (2019). *Modelos Turísticos desde la Teoría General de Sistemas.*

México: Tourist Models from the General Theory of Syst

El Sistema turístico

El sistema turístico está compuesto por un conjunto de elementos heterogéneos que están estrechamente vinculados entre sí y en constante dinamismo. Para Boullon, (2017), el turismo es: “la consecuencia de un fenómeno social cuyo punto de partida es la existencia del tiempo libre y el desarrollo de los sistemas de transporte”. (p.31) En el siguiente cuadro se muestran las partes del sistema turístico según el modelo oferta – demanda:

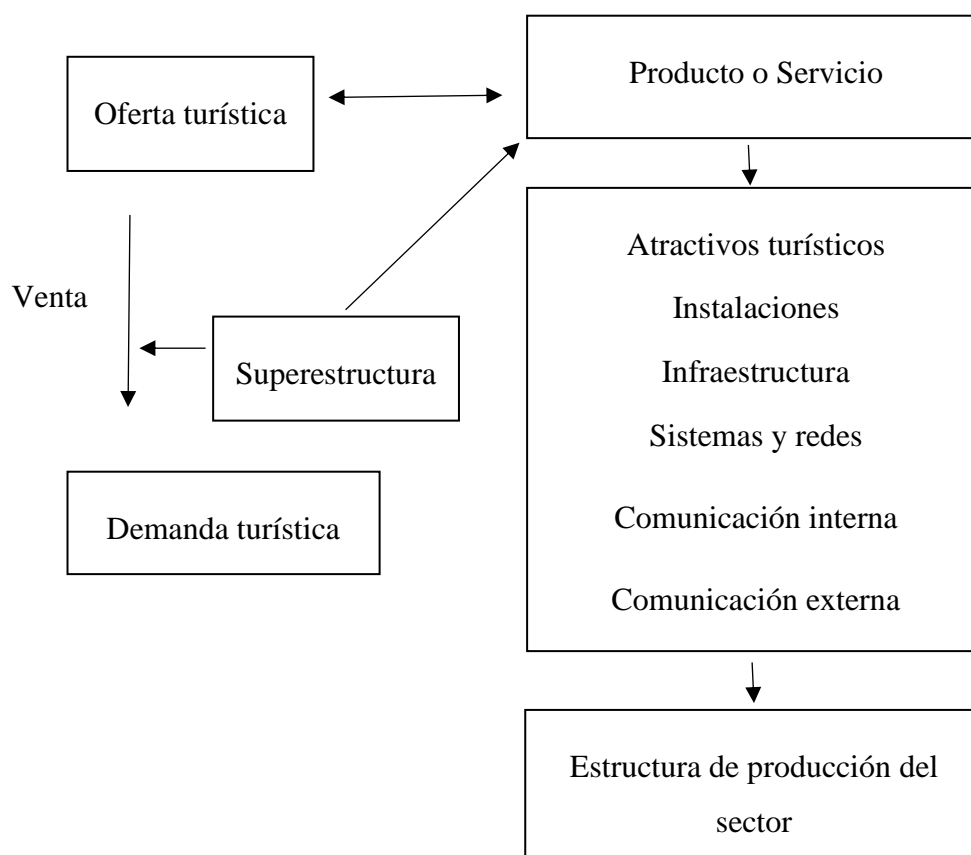


Figura 1. *Funcionamiento del sistema turístico. Adaptado de Franco (2019)*

- **Demanda turística:** Es el total de los turistas que visitan un lugar específico como una ciudad, un atractivo turístico y los ingresos que se generan a partir de los distintos servicios que ofrecen estos espacios. Es decir, la demanda turística es la cuantificación de las llegadas y salidas de turistas en el valor de dinero gastado.

Tipos de demanda turística

Todas las actividades económicas se evalúan de acuerdo con los ingresos o las ventas. Los visitantes o viajeros compran regalos, pagan hospedaje, viven experiencias, disfrutan costumbres y culturas, a la vez que planean retornar al lugar visitado. Para Panosso, (2008) “El consumo de lugares turísticos se manifiesta como una experiencia subjetiva del turista”. (p.13)

Esto depende del poder adquisitivo de los turistas, las fechas de feriado o vacaciones propuestas por cada país o ciudad, el clima, las condiciones económicas y sociales. Además, hay otros factores como el transporte, la accesibilidad, sobre todo el destino. “El consumidor y el cliente son personas distintas”. (Panosso, 2018. p.8) Por ejemplo, un joven que viaja solo es un consumidor, pero los padres son los clientes pues pagan el viaje, el cliente influye en la elección del consumidor debido a que él es quien costea el viaje. A continuación, se presenta la clasificación de la demanda turística, según deseo y disponibilidad:

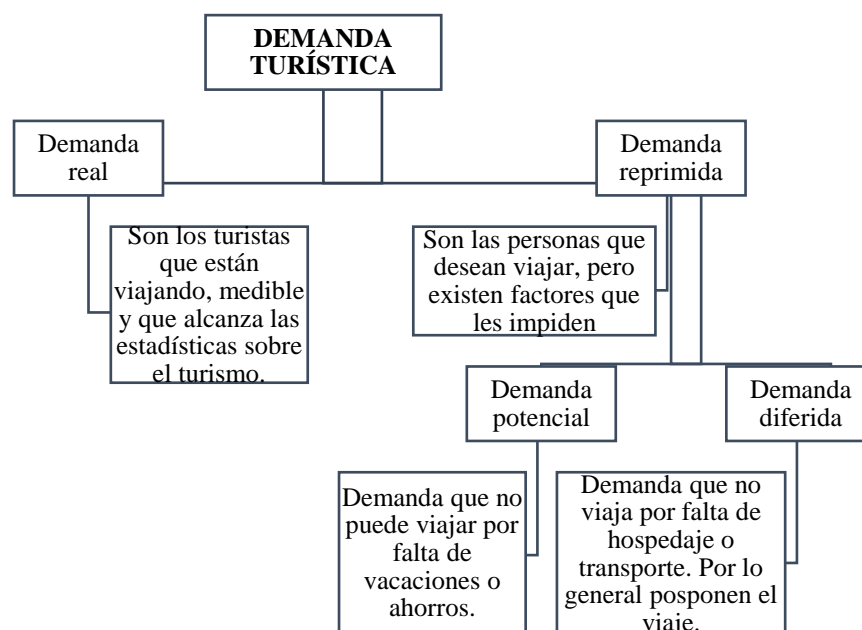


Figura 2. Demanda turística. *Adaptado de Boullon, R. C. (2017).*

Oferta turística

Según Socatelli (2015), la oferta turística es el conjunto de productos y servicios que cumplen con el objetivo de permitir el aprovechamiento de los atractivos turísticos de un espacio geográfico que cumpla con características destinadas a la

afluencia de visitantes. El producto turístico de un destino es regular a la disposición de los elementos que conforman su patrimonio y configuran los servicios que, oferta el mercado. El objetivo de dicho producto es atraer a los consumidores que visitarán este lugar, llamándose turistas. La oferta turística, además de conformarse por productos y servicios, está formada por los elementos del patrimonio turístico, planteados en la siguiente ilustración.

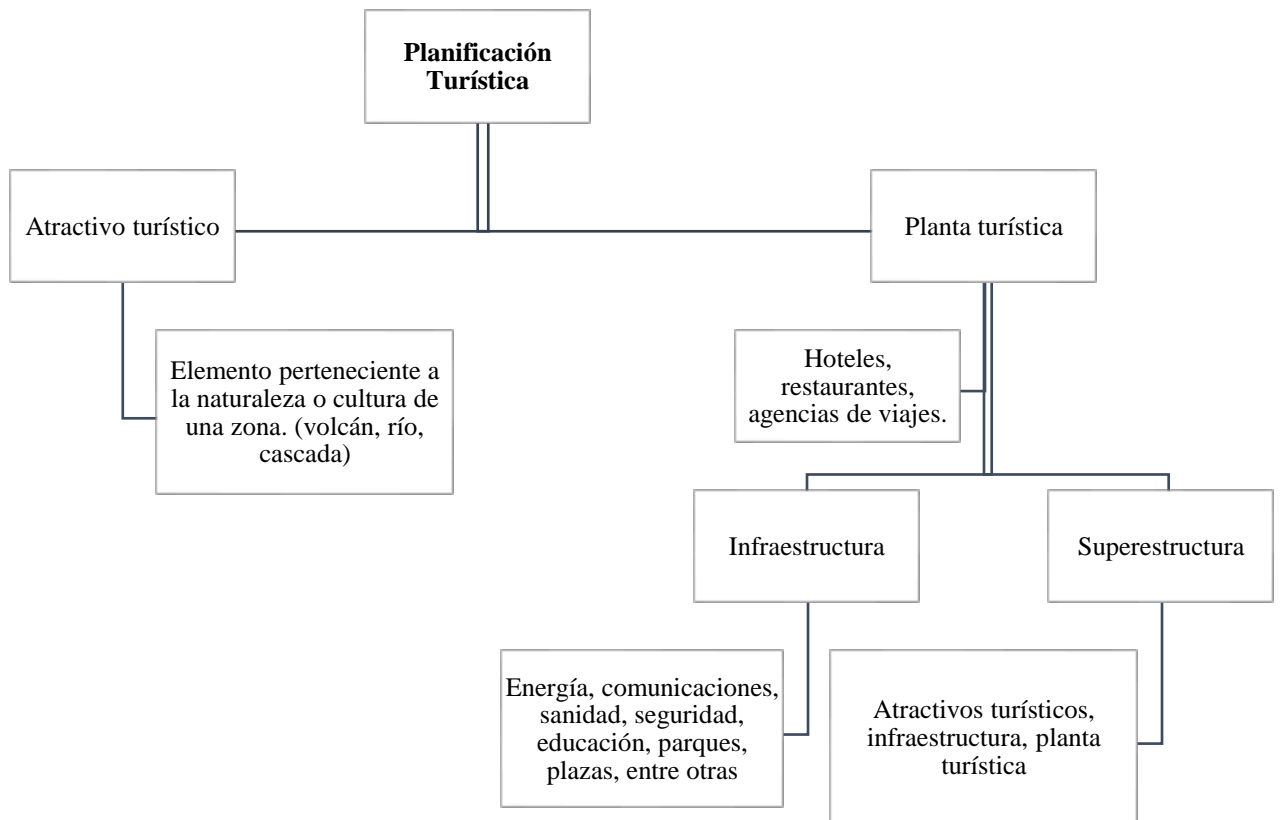


Figura 3. Oferta turística. Adoptado de Socatelli (2015)

Además de esto, se deben plantear los conceptos desde la perspectiva de marketing, considerando los siguientes elementos:

- *Oferentes:* agencias de viajes, hoteles, entre otros.
- *La cantidad de un producto:* suma de hoteles cinco estrellas en una playa o en una montaña.
- *La disposición para vender:* ofertas para el consumidor.
- *La capacidad de vender:* precio y periodo de tiempo para proveer al mercado (visita a las ballenas, tour en canoas, tours guiados, cabalgatas entre otros).
- *El puesto en el mercado:* agencia física o virtual de viajes.

- *El precio determinado:* precio que se le vende al turista los productos o servicios.
- *El periodo de tiempo:* tarifas de hoteles dependiendo las temporadas.
- *Las necesidades y deseos:* (alimentos, seguridad, servicios adicionales)

Promoción turística

Convertirse en un importante destino turístico es el deseo de muchas ciudades, especialmente de las pequeñas que no se benefician de una financiación promocional, pero se benefician de espacios naturales y riqueza histórica plantea Kotler, (2017). Para este autor, la promoción turística se entiende como una serie de actividades encaminadas a transmitir los atributos de un producto y atractivos turísticos. (p.12) En particular, implica persuadir a los turistas para que visiten un destino en particular.

Para Serra, (2017). “La promoción del turismo es una de las variables del marketing mix, y en particular este elemento se basa en, la comunicación, el envío de información de los vendedores a los potenciales compradores, cita el contenido creado, o la empresa u organización que lo vende”. (p.17)

En un enfoque similar, el marketing mix fue desarrollado por la organización, enfocándose en cuatro variables básicas de la situación actual de la organización para desarrollar estrategias específicas encaminadas a mejorar la posición de lo analógico. La importancia de la promoción turística es ayudar a los turistas a conocer más sobre los destinos que están visitando, así como sobre las personas que viven allí, sus costumbres, gastronomía típica y más.

Acerenza, (2016), plantea que la *Estrategia de Promoción Turística* desarrolla una comunicación eficaz, teniendo en cuenta las fuentes de promoción del destino turístico, el público objetivo en el mercado objetivo y el mensaje claro, específico y específico, entre otras actividades, otras acciones importantes a realizar. (p.3)

No obstante, abordando sobre esta cuestión Serra (2017), destaca a “La estrategia de promoción turística es una serie de actividades y tareas encaminadas a mejorar o mantener el estado del turismo en un entorno altamente competitivo”. (p.3) La promoción del turismo es parte del marketing turístico. Entendemos que esto es un brazo de marketing directo a áreas y organizaciones relacionadas con el turismo como actividad, utilizando métodos, urbanos o rurales, culturales o naturales. Es decir, estrategias para promover destinos y servicios relacionados con el turismo.

Oferta Turística.

La oferta turística es definida por Díaz y Márquez (2016), como los elementos integrados que atraen al visitante a un destino determinado y que pretenden satisfacer sus necesidades. Se debe tener en cuenta que las evaluaciones de los recursos, servicios y equipamiento y los instrumentos institucionales y empresariales sobre los que se desarrollan permitirán en suma implementar desde la base del conocimiento. (p. 44).

Demanda Turística. La demanda turística se define como, “el conjunto de turistas que de forma individual o colectiva están motivados por una serie de productos y servicios turísticos de tal manera que las necesidades de descanso, recreo, esparcimiento y cultura en su periodo vacacional queden satisfechas.” (Montaner Montejano, 2001). Por otra parte autores como Parrilla González y Pulido Fernández (2017), así como y Sáez cala, (2017); definen la demanda turística como “conjunto de servicios y productos que el mercado demanda a los agentes turísticos para satisfacer las necesidades de un determinado segmento de la población”.

Estudio de demanda actual y potencial

En tesis de Porra Rodríguez (2010), se declara la demanda turística como el conjunto de consumidores de una determinada oferta de servicios turísticos. Conjunto de bienes o servicios que los turistas están dispuestos a adquirir en un determinado destino. (p.17)

Basándonos en nuestra zona en particular se podría resumir en clientes o visitantes de distintas edades, sectores sociales, lugares de residencia (nacional y extranjeros) y género, interesados en los destinos de turismo comunitario; que es el tipo de turismo que satisface el deseo de conocer y comprender la historia del lugar y admirar sus atractivos culturales y naturales, como es el caso del sector Chorreras.

La experiencia recabada en la revisión bibliográfica (Richards, (2001), pero sobre todo por parte del conocimiento los establecimientos y lugares, en muchas ocasiones transmitido en boca y oídos de visitantes anteriores, se ha constatado que se suele viajar a Chorreras, cantón, provincia Pastaza en pareja, pero también y sobre todo, grupos de amigos y según estudios cada vez más son las mujeres las que demandan este tipo de turismo. Respecto a la duración de los viajes, cada vez más, se aprovechan los fines de semana y puentes de dos o tres días para viajar a destinos de este tipo aprovechando para hacer visitas a familiares, amigos, museos, recursos históricos monumentales, o por el entorno natural.

El cliente que accede al turismo comunitario tiene como principales rasgos los siguientes:

- Exigente en sus demandas en cuanto a la calidad del servicio
- Posee en su mayoría mayor poder adquisitivo
- Se interesa por una experiencia o un producto individualizado
- Posee una alta sensibilidad ambiental
- Aumento de visitantes en parejas o grupos de amigos
- Elevación de clientes de edad avanzada
- Demostración de un alto nivel cultural y/o profesional

A continuación, se presenta una ilustración sobre *Marketing Turístico*, para conocer los elementos que deberán ser evaluados para desarrollar este trabajo.

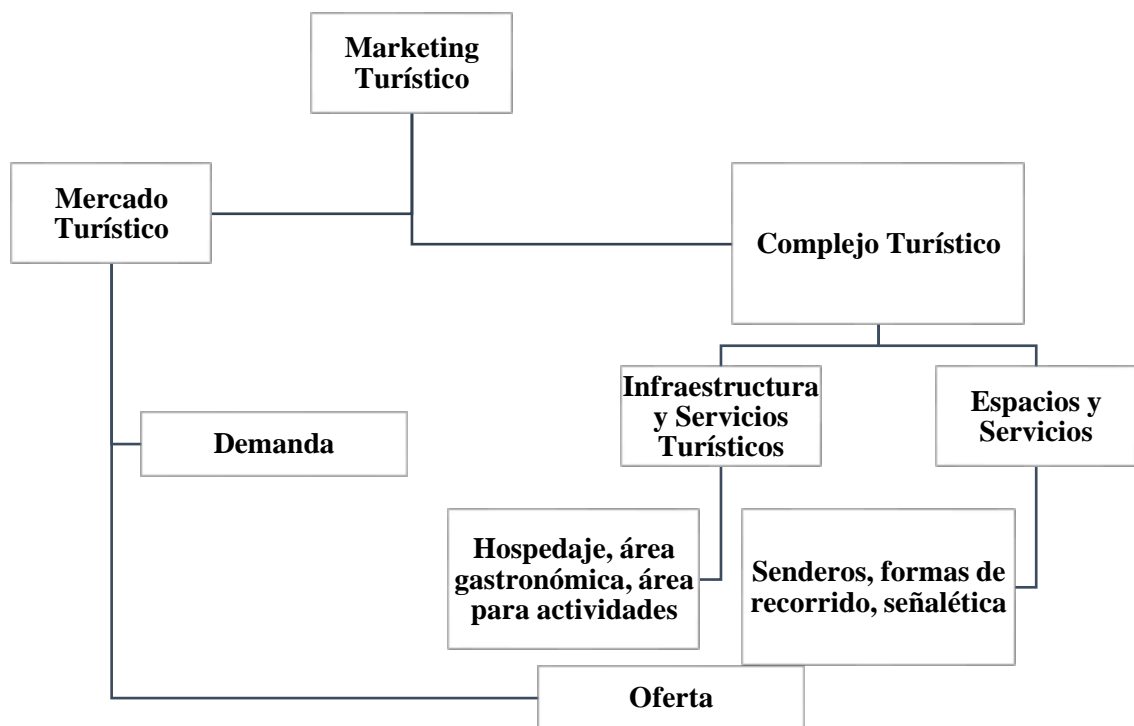


Figura 3. *Mercado Turístico Adoptado de. SGL*

En el cuadro se define lo que es un complejo turístico y de que forma el marketing puede servir para atraer a los visitantes. Pues un complejo turístico es un espacio diseñado para satisfacer las necesidades de los turistas, poniendo a disposición servicios turísticos como hospedaje, actividades, guías, entre otros. En algunos casos, sitios turísticos con presupuestos limitados pueden utilizar la co-publicidad, es

decir, la participación conjunta de capital público y privado de agencias de viajes que deseen financiar el turismo y negocios de viajes. O gestionar estrategias con los Gobiernos locales para activar la afluencia de turistas.

La noción como práctica del turismo ha evolucionado con el tiempo, y ahora se enfoca la importancia entre destino turístico – concepto, que lleva a la necesidad de una promoción para conocer este destino. El enfoque principal para fortalecer el marketing turístico es el ser humano, quien genera la interrelación entre recursos humanos, servicios y productos, además de que son ellos quienes dinamizan la economía generada por el turismo con el consumo de sus servicios.

Marco conceptual

Turista

La persona que se traslada de su país a otro y que lo hace con la finalidad de aumentar su conocimiento cultural, de aprender de otras culturas, entre otras cuestiones. Si lo que motiva el viaje o la visita a otro país es una cuestión de salud, por ejemplo, al individuo de todas maneras por cumplir con las mencionadas características de dejar su país más de 24 horas y de pernoctar en otro, también se lo llamará turista, aunque claro, su finalidad no sea la de aumentar su saber cultural. (Definición ABC, 2020).

Gastronomía

Es la disciplina que estudia la relación entre la cultura y la comida durante un período de tiempo determinado. El término nace de la unión de dos palabras griegas: *gastros* (estómago) y *nomos* (conocimiento). En un sentido estricto, su objeto es el arte culinario, la relación entre preparar, servir y consumir comida. (Museum Gastronomie, 2017).

Turismo

El turismo es una actividad que con el paso del tiempo ha ido evolucionando, el hombre la ha clasificado para un mejor estudio, en el presente trabajo de investigación se tuvo en cuenta las siguientes:

Tipos de turismo

▪ **Turismo Cultural:** para Galindo y Zenteno (2004), citado por Maldonado, (2018) “el turismo cultural es aquel que manifiesta un deseo de conocer y comprender los objetos, las obras, las manifestaciones artísticas, culturales y sociales de un destino, incluyendo la población local en la que se encuentre”. (p.40). A ello Maldonado (2018), plantea que, este tipo de turismo propone qué experiencias no deberías dejar de vivir es un Turismo de lo ya creado frente al turismo por crear. (p.45).

▪ **Turismo Rural:** de acuerdo con Tulik (1997), citado por Mora y Chiriboga (2017), es un nuevo modelo que provoca una experiencia inolvidable en turistas que buscan otras opciones de ocio, es decir, una alternativa vivencial (p.5); es decir, el turista es más amigo de la naturaleza y del entorno donde se encuentra el producto turístico.

▪ **Turismo Gastronómico:** Kivela y Crofts (2006), citado por Di Clemente, Hernández y López (2014), apuntan que la gastronomía juega un papel determinante en la manera de hacer experiencia del destino turístico por parte del viajero.

▪ **Turismo de Aventura:** explica Rivera Mateos (2010), citado por Moral, Caero, y Orgaz (2013), que la aventura suele desarrollarse en medios naturales poco alterados o de alto valor ecológico, en espacios naturales protegidos y en zonas de alta montaña o boscosas; (p.5) estaría a bien decir, que se relaciona con caminatas, cabalgatas, escalada y otras actividades que expresen eventos de emoción y sucesos para el disfrute experiencial.

▪ **Turismo ecoturismo:** según Nel-lo y Llanes (2016), el ecoturismo es más que un segmento de mercado turístico, es todo un modelo basado en la naturaleza, como una vía de generación de ingresos para el mantenimiento tanto de áreas naturales protegidas como de comunidades en las que se lleva a cabo. (p.46). El ecoturismo tiene lugar principalmente en espacios naturales protegidos, es el tipo de turismo idóneo y respetuoso para el desarrollo sostenible de las áreas naturales, su finalidad es ofrecer actividades sencillas y de calidad en espacios no masificados apuntan Blanco, Esteban, Curiel, (2016, p.27) se realiza en pos de la protección y preservación de la naturaleza.

▪ **Turismo comunitario sostenible:** nace desde la concepción turística en la que el centro de la actividad parte de la urgencia notoria de la fragilidad de los ecosistemas, lo que enmarca a uno de los ejes del turismo sostenible que es el proteger esos ecosistemas a través de la acción directa de la comunidad, y de quienes se benefician

directa e indirectamente del producto turístico. Por lo que la Organización Mundial del Turismo (2015), apunta a la necesidad como parte de la agenda “2030 el elaborar y poner en práctica políticas encaminadas a promover un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales”. (p.1)

Marketing Mix

Kotler y Armstrong (2008), afirman que el marketing mix son mecanismos del marketing tácticas y contables como: producto, precio, plaza y promoción, que los negocios deben emplear para alcanzar un efecto positivo en el mercado meta. (p.14). Para Kotler y Armstrong (2013), mencionan que posicionamiento es un planteamiento de una estrategia que va enfocado a las necesidades del público para que éste tome un lugar concreto y diferenciado. (p.24). Todo ello, en concordancia a los productos que son de competencia en la mente de los consumidores al que se dirige. (Carabaylo, 2019, p.2).

Capacitación

Es un proceso que posibilita al capacitando la apropiación de ciertos conocimientos, capaces de modificar los comportamientos propios de las personas y de la organización a la que pertenecen. La capacitación es una herramienta que posibilita el aprendizaje y por ello, contribuye a la corrección de actitudes del personal en el puesto de trabajo. (Jaureguiberry,sf).

Antropología

La antropología estudia la diversidad de las realizaciones socioculturales del ser humano, incluida la emergencia misma de los humanos en sus entornos ecológicos. La antropología no está limitada en su objeto específico. Toda realidad pertinente para la comprensión de lo humano puede formar parte de su campo de investigación. (Asociación de Antropología del Estado Español, 2020)

Marco referencial

La actividad turística comunitaria es una alternativa al turismo tradicional, que permite que las comunidades participen activamente en las decisiones y desarrollo de la conservación del patrimonio natural y común. El turismo comunitario es una alternativa novedosa para los turistas que buscan experiencias distintas. En opinión de Reyes, Ortega, y Machado, (2017) el turismo comunitario comenzó a configurarse con dinamismo porque buena parte de las reservas naturales del Ecuador se encuentran en manos de las comunidades indígenas, por lo que se ha fundamentado en la preocupación por el mantenimiento de la diversidad étnica, cultural y biológica, aunado a que su desarrollo se encuentra apoyado por actuales proyectos y leyes normativas. (p.35)

Sistema Turístico: caso de estudio Salinas de Guaranda.

Salinas de Guaranda, es una parroquia llena de atractivos turísticos y paisajes, que se encuentra en medio de un valle andino. Es un referente de turismo comunitario que tributa directamente a la economía popular y solidaria del Ecuador. Uno de los principales motivos de la visita por parte de los turistas nacionales y extranjeros es su producto de turismo comunitario.

La parroquia como destino turístico se destaca por ser un ejemplo de iniciativas comunitarias, entre las que destaca la producción de quesos de gran calidad, apetecidos en el mercado europeo. Tiene como otros atractivos una fábrica de chocolates, una asociación de artesanas, una planta de aceites esenciales, la embutidora FUNORSAL, la deshidratadora de hongos, y una hilandería trabajada con técnicas artesanales; todo lo cual de conjunto con los atractivos naturales: las vertientes de agua sal, los farrallones de Tigua, la roca del Sombrero Rumi, la cueva de las Tizas, el mirador del Mar de Nubes.

La administración de los emprendimientos turísticos comunitarios en Salinas de Guaranda es responsabilidad de La Fundación Grupo Juvenil de Salinas (FUGJS), organización que gestiona el buen manejo de los recursos naturales y su preservación como arte del producto turístico.

El trabajo de Escorza y Vargas (2015), refleja la importancia de turismo comunitario, pues Salinas de Guaranda se ha posicionado en el mercado nacional a través de la Corporación Salinas, como productor de quesos y chocolates de alta

calidad. El turismo en Salinas en la comunidad, emerge a la par del progreso de la experiencia salinera.

Escorza y Vargas (2015), realizaron este estudio a través de un muestreo proporcional con la población dividida en tres grupos (turistas, comuneros y empleados de la FUGJS) para conocer la situación actual de la gestión turística de Salinas. Se aplicaron encuestas a los turistas y comuneros, métodos de observación directa en la parroquia, entrevistas a los administradores del hostel y oficina de turismo en Salinas. A partir de la obtención de datos, se presentan acciones que solucionen problemas encontrados, basándose en nueve criterios que forman parte del Modelo de la Fundación Europea de la Calidad (EFQM), estas acciones se presentan en el trabajo de titulación en forma de un diseño adaptado a la realidad de la comunidad salinera.

Este estudio denotó que lo más emblemático de Salinas es la fábrica de quesos. Sin embargo, el trabajo propone una estrategia de promoción de Salinas y la implementación de programas de capacitación a los comuneros para mantener la limpieza y cuidado su comuna, para mejorar el promedio de 42 mil turistas anuales que llegan a este destino.

Plan de Marketing Turístico para el posicionamiento de la Comuna Agua Blanca.

La comuna “Agua Blanca”, está ubicada en la provincia de Manabí, en la parroquia Machalilla. Es uno de los lugares más importantes del cantón Puerto López. Los turistas visitan este lugar por la cercanía de la Playa “Los Frailes” y por la cantidad de atractivos naturales que existen. Una de las fortalezas de la comuna es que los comuneros se han organizado para gestionar el servicio hotelero y alimenticio dentro de este espacio. Su población es de 300 habitantes y más de 72 familias asentadas en la zona. Es la primera iniciativa ecoturística comunitaria de la costa ecuatoriana.

El atractivo turístico de “Agua Blanca” es el asentamiento de la cultura Manteña – Hualcavinga que posee una reserva de bosque seco tropical y húmedo, además se puede visitar el museo comunitario, los senderos ecológicos y la laguna de azufre. La comuna no es conocida por el turismo local ecuatoriano, por ello Palacios y Rodríguez (2017), elaboraron una estrategia de marketing turístico como fomento a la marca de destino en la Comuna “Agua Blanca”.

En este trabajo de Palacios y Rodríguez (2017), refleja la importancia de la promoción turística en el turismo comunitario, pues la estrategia de marketing

permitiría que la comuna se convierta en un importante y competitivo destino turístico. Además que sea generadora de ingresos económicos y divisas para el país.

Palacios y Rodríguez (2017), realizaron un estudio en base a una investigación de campo y documental. Recolectaron datos directamente de la realidad donde incurren los hechos, sin modificar las variables y seleccionaron la información por medio de la lectura y crítica de documentos bibliográficos. Se aplicaron encuestas y entrevistas a los 1.070 habitantes de la comuna (dueños de hoteles, restaurantes, empresarios).

Con los resultados se determinó que el Museo Arqueológico es uno de los lugares más visitados por los turistas, sin embargo todos los sitios de la comuna son recorridos por los turistas. La propuesta de Palacios y Rodríguez está enfocada en una guía turística que promocione cada zona de “Agua Blanca”, utilizando plataformas digitales como una página web, además el manejo y organización de las redes sociales para difusión de fotos y descripción del destino.

Turismo activo de naturaleza con turismo comunitario.

En la Amazonía ecuatoriana se asientan siete nacionalidades indígenas, quienes por su ubicación geográfica han generado formas de supervivencia, trabajo y alimentación. Muchas comunidades han apostado por el turismo comunitario para dinamizar el mercado interno y externo, además que este aporta la construcción de relaciones más equitativas y respetuosas, generadas a partir de la revalorización de prácticas, costumbres y saberes tradicionales.

Es importante reconocer que las comunidades necesitan del apoyo estatal o de organizaciones para gestionar sus recursos. Este apoyo puede ser económico o técnico, es decir, a través de financiamiento, capacitaciones o la creación de servicios donde los comuneros participen activamente en la gerencia, mano de obra o administración.

El caso de estudio de Guevara, (2019) propone la creación de un Ecolodge en la comunidad Amazanga, provincia de Pastaza. Esta comunidad tiene un bosque primario, como principal atractivo para los turistas nacionales y extranjeros. En la comunidad se elaboran artesanías tanto en barro, arcilla y madera, también conocimientos ancestrales sobre medicina natural y rituales de sanación, los mismos que van acompañados con danzas típicas de su cultura. La comunidad está 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.

Para este estudio, Guevara (2019) empleó un enfoque mixto (cuantitativo – cualitativo) con el objetivo de analizar el mercado turístico de la zona. La investigación cualitativa se empleó además a los comuneros a través de encuestas y entrevistas. Utilizó el Diagnóstico Sistémico donde se recolectan datos 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 estudio demostró que la comunidad cuenta con aptitudes turísticas que contribuyen a la construcción de este EcoLodge para desarrollar el turismo en la comunidad Amazanga. Además que los habitantes están dispuestos a combinar sus conocimientos con la parte técnica turísticos para trabajar en conjunto y generar actividades basadas en turismo comunitario.

Promoción turística. Los planes

Milian, Quintero y Rodríguez (2017), son del criterio que la la promoción turística es fundamental en este proyecto ya que se basará en promocionar el destino turísticamente, eligiendo las herramientas más acordes según las preferencias del consumidor o perfiles del cliente. La promoción turística debe lograr que los consumidores conozcan los atractivos y la infraestructura existente en la localidad que diferencie el destino de su competencia y que inspire confianza y credibilidad, además de influir en la elección del destino y la decisión de compra. (p.22)

El plan de promoción turística el es producto que aporta la investigadora en la presente tesis, de ahí la importancia en lograr clarificar el significado y los referentes en los que se sustenta el aporte de la investigación. El Plan de Promoción Turística constituye en opinión de Hoyos Macedo (2020), una importante herramienta de gestión para la toma de decisiones de sus autoridades; también permitiría disponer de recursos directos para el cumplimiento de los objetivos estratégicos, medir el desempeño y tomar acciones correctivas con el fin de promover el desarrollo turístico sustentable de la localidad.

Marco legal

Ley de Turismo

Art. 3.- Son principios de la actividad turística, los siguientes:

a) La iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional;

b) La participación de los gobiernos provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de la descentralización;

c) El fomento de la infraestructura nacional y el mejoramiento de los servicios públicos básicos para garantizar la adecuada satisfacción de los turistas;

d) La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país; y,

e) La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afroecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en esta Ley y sus reglamentos.

Esta ley tiene por objeto determinar el marco legal que regirá para la promoción, el desarrollo y la regulación del sector turístico; las potestades del Estado y las obligaciones y derechos de los prestadores y de los usuarios.

PLANDETUR (Plan Nacional de Turismo) 2030

El turismo se ha convertido en un poderoso instrumento de mucha efectividad en el área de la económica y social llegando a impulsar estos rangos en diversos países del mundo, ha posibilitado la generación de oportunidades de empleo y mejora de la calidad de vida de la población de los territorios turísticos mediante el impulso de emprendimientos infraestructura, generación de divisas por exportaciones, entre otros aspectos. Además, es un sector económico que promueve la innovación en el conocimiento y tecnología aplicada, respondiendo así a la acelerada globalización del mundo moderno.

El PLANDETUR 2030, proyecta que el país andino se beneficie con 5 ejes estratégicos, en un trabajo fusionado desde un enfoque sistemático y holístico, para lograr el objetivo de sostenibilidad, a partir del fortalecimiento del sector turístico a largo y corto plazo, también se considera que este plan contiene las actividades más importantes para que los gestores turísticos, se apoyen en el proceso de la toma de decisiones: (Ministerio de Turismo, 2020).

1. Destinos y Calidad: Sitúa a la innovación y diversificación de la oferta de productos turísticos a partir de las ventajas comparativas del destino Ecuador, a partir de la gestión de la calidad y la inversión en capital humano. Esta estrategia busca garantizar la experiencia turística del cliente con el fin de lograr mayor estadía en los destinos turísticos del país.

2. Conectividad: Orientado a optimizar la conectividad integral, (transporte, infraestructura, cobertura digital) de los destinos turísticos por medio de una política de atracción y apertura de rutas aéreas directas que permitan conectar al país con los principales mercados emisores de turistas en el mundo (Ministerio de Turismo, 2020).

3. Seguridad turística: Busca promover medidas de control y prevención dirigidas a los turistas y a los prestadores de servicios turísticos, estableciendo protocolos para fortalecer la vigilancia y la protección de los patrimonios/destinos/ atractivos turísticos.

4. Promoción y Mercadeo: Trata de adaptarse a las nuevas herramientas digitales con la información y promoción turística, hoy en día el consumidor se ha vuelto más exigente a la hora de elegir un destino, por tal motivo resultará imprescindible la incorporación de espacios virtuales en los que el turista interactúe con el destino y con otros usuarios.

5. Fomento a la inversión: Busca consolidar al emprendimiento como un elemento primordial de la agenda pública, privada y académica. Su influencia en la economía, cuya dinámica depende de las iniciativas empresariales, sin duda afectará la demanda turística agregada, la competitividad y la necesidad de innovar mediante el descubrimiento, evaluación y explotación de oportunidades de negocio, pero sobre todo en la creación de valor que provoque y fomente la empleabilidad, el crecimiento económico, la cohesión social y la protección del ambiente en los destinos receptores.

Reglamento para Centros Turísticos Comunitarios

Art. 1.- Este reglamento tiene como objeto normar el ejercicio de los centros turísticos comunitarios.

Art. 2.- Los centros de turismo comunitario podrán realizar una o más de las siguientes actividades: - Alojamiento. - Alimentos y bebidas. - Transportación turística. - Operación. - Organización de eventos. - Congresos. - Convenciones. Las actividades señaladas en el presente artículo se desarrollarán exclusivamente dentro de los límites de la jurisdicción territorial de la comunidad. La Gestión de la comunidad calificada como CTC se normará dentro de la organización comunitaria y promoverá un desarrollo local justo, equitativo, responsable y sostenible; basado en la revalorización de su identidad, costumbres, tradiciones; a través de un intercambio de experiencias con visitantes, con la finalidad de ofertar servicios de calidad y mejorar las condiciones de vida de las comunidades.

Art. 3.- Ámbito de aplicación. - El presente reglamento rige para todas las comunidades que ejerzan o estén interesadas en ejercer actividades turísticas, previstas en el presente reglamento.

Art. 4.- Personalidad jurídica. - Los Centros de Turismo Comunitarios, CTC deberán estar constituidos como personas jurídicas, debidamente reconocidas por la autoridad competente.

Esta ley es importante para la aplicación de este proyecto pues define como principios de la actividad turística la iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia y afroecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en la ley y sus reglamentos

Reglamento de comidas y bebidas

Art. 7.- Derechos y obligaciones de los prestadores de servicios de alimentos y bebidas. - Los prestadores de servicios turísticos de alimentos y bebidas gozarán de los siguientes derechos y obligaciones:

h) Respetar y cumplir los lineamientos establecidos para alimentación y otras normas, determinadas por la Autoridad Sanitaria Nacional o quien ejerza sus funciones;

i) Contar con por lo menos el 50% del personal que acredite su capacitación, Formación profesional o que posea certificación de competencias laborales para ofertar el servicio de alimentos y bebidas; j) Mostrar el listado de precios en un lugar visible para el usuario;

k) Determinar el precio final de los alimentos o bebidas dentro del menú pudiendo estar o no desglosado en el precio final;

l) Mantener la vajilla, cristalería, cubertería e implementos de cocina en estados óptimos de limpieza y desinfección, sin roturas o rayaduras;

m) Cumplir con lo establecido en el presente reglamento y demás normativa aplicable al sector;

n) Denunciar ante la autoridad competente, mediante los canales establecidos para el efecto, a los establecimientos turísticos de alimentos y bebidas que no cuenten con los permisos pertinentes;

o) Mantener las instalaciones, infraestructura, mobiliario, insumos y equipamiento del establecimiento en condiciones de limpieza y funcionamiento;

p) Utilizar mecanismos de desinfección para las instalaciones e implementos de cocina;

q) Diferenciar al personal que se encuentra en entrenamiento;

r) Garantizar la no acumulación de olores dentro del establecimiento;

s) Cumplir con los servicios ofrecidos al consumidor;

t) Otorgar información veraz del establecimiento al consumidor;

En este artículo se define una normativa que ofrezca mecanismos de mejoramiento y esclarecimiento de los servicios de alimentos y bebidas, para lo cual, el Ministerio de Turismo ha basado sus políticas públicas en sólidos pilares de calidad

y seguridad, que garanticen el bienestar del turista, con el objeto de consolidar el turismo ecuatoriano, en este caso el comunitario. Además, que la calidad es una prioridad en la política pública del Ministerio de Turismo, que se debe ver reflejada en la prestación de actividades, modalidades y servicios turísticos.

Capítulo II

Marco Metodológico

Metodología de la investigación

Hernández Escobar, y otros, (2018) definen a la metodología de la investigación como la actividad que se ocupa del estudio de cuestiones que posibilitan la aplicación del método científico de manera rigurosa, garantizando que las conclusiones de una investigación se obtengan realmente a partir de los datos obtenidos, es decir, que tengan carácter objetivo.(p.177) Es decir que es una herramienta que permitirá reconocer y aplicar técnicas adecuadas para poder recolectar aquellos datos que son de profundo interés para el investigador, además que los procesos que se lleguen a utilizar siempre van a depender del objetivo que tenga establecido el investigador.

Para realizar una correcta elaboración de un diagnóstico del atractivo turístico se debe elaborar un cuestionario de preguntas que será evaluado, a través de las técnicas propuestas, encuesta y entrevista herramientas que permitirán recabar la información que se necesita para conocer el estado actual del producto turístico. En la Reserva Vida Natural.

Enfoque – Mixto

La investigación se trabajó bajo el enfoque mixto ya que durante el proceso se recolectaron, analizaron y se vincularon datos cuantitativos y cualitativos en un mismo estudio para responder a el planteamiento de un producto de turismo comunitario.

Según, Barrantes, R. (2014) explica que la combinación de ambas estrategias ha cristalizado una perspectiva que se analiza y se practica de varias formas.” (p.177). Por otra parte, este enfoque puede encontrar algunos estudios donde se busca dar, una explicación de los hechos (enfoque cuantitativo) como una comprensión de estos (enfoque cualitativo).

Cuando se quiere validar una investigación mixta se necesita conocer primero qué variables estudiar a través de la muestra, lo que permite aclarar los hallazgos inesperados y/o posibles contradicciones.

La investigación mixta tiene ventajas ya que se puede compensar

Proporciona una comprensión más completa y exhaustiva de la investigación y que permita proporcionar un mejor enfoque y desarrollar los mejores instrumentos, de forma específica de acuerdo con el contexto de la investigación. Además de forma general el enfoque mixto puede ser complejo y el mismo requiere de más tiempo y recursos para planificar e implementar el tipo de investigación. En la presente investigación se trabajó con la entrevista a representantes políticos de la comunidad y se entrevistó a una parte de la población.

Diseño de la investigación

Hernández Sampieri, Fernández Collado, y Baptista Lucio (2006), indicaron que “el diseño se refiere al "abordaje" general que habremos de utilizar en el proceso de investigación.” (p.186)

Hernández Sampieri, Fernández Collado, y Baptista Lucio (2006), definen que existen diversas tipologías de los diseños cualitativos, que es difícil resumir en estas líneas, por lo que habremos de adoptar la más común y reciente, y que no abarca todos los marcos interpretativos, pero sí los principales. Tal tipología considera los siguientes diseños genéricos: a) teoría fundamentada, b) diseños etnográficos, c) diseños narrativos y d) diseños de investigación – acción. (p.189)

Para la presente investigación se asume un diseño de investigación descriptivo, sustentado en los planteamientos de Guevara Alban, Verdesoto Arguello, y Castro Molina, (2020). Este tipo de diseño se encarga de estudiar a la población mediante la puntualización de las características fundamentales que poseen, para así utilizar los criterios sistemáticos, los cuales permiten identificar el comportamiento de los objetos de estudio. Entre las características que presenta, se encuentra que la información debe de ser sistemática, precisa y verídica, no se infiere acerca del objeto y tiene características verificables y observables. (p.18)

Al no existir variables el investigar no posee control sobre lo que estudia, es decir que solo se debe limitar a recolectar la información que obtiene mediante los instrumentos de medición. Gracias a esta herramienta, se podrá elaborar de manera correcta el diseño de un producto de Turismo Comunitario, que será elaborado paso a paso, de manera detallada, para que sea de fácil comprensión y aplicación a todos los que tienen una relación directa con la comunidad.

El diseño de la presente investigación tiene como principal propósito el diseñar un producto de turismo comunitario para el Sector Chorreras, cantón Pastaza, provincia de Pastaza destinado a turistas locales, nacionales e internacionales, a través del cual se pueda promocionar turísticamente el establecimiento.

Para concretar este diseño de investigación se recurre además a la utilización de componentes de naturalmente la descripción que busca especificar las propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice. En concreto en la presente la investigación, la descripción permitió determinar el comportamiento de los visitantes que acceden al turismo comunitario en el Sector Chorreras, cantón Pastaza, provincia de Pastaza.

Se sustenta el diseño en el análisis bibliográfico ya que este se caracteriza por la utilización de los datos secundarios como fuente de información. (Hernández, et al., 2010). En este diseño de investigación se asume el análisis bibliográfico o documental ya que permitió establecer los constructos teóricos y conceptuales acerca del diseño de promoción turística aplicada al área de hotelería.

Finalmente destacar que el diseño de investigación se sustenta en estudio de campo. El mismo que se basa en la observación y el estudio del comportamiento del objetivo de investigación, como es el caso en cuestión. (Hernández, et. al. 2010). En el caso específico de la investigación, la investigación de campo permitió establecer la percepción de los turistas o viajeros transitorios acerca del servicio y atención brindada, con la finalidad de analizar los resultados y diseñar un plan de promoción turística.

Alcance de investigación

El alcance de la presente investigación radica en describir diferentes fenómenos asociados a la problemática de estudio y las formas en el que se manifiesta. En el caso específico de la investigación, se busca diseñar un plan de promoción turística con carácter sostenible para el Centro turístico Comunitario “Vida Natural” cito en el sector Chorreras, cantón y provincia Pastaza a través del análisis de la percepción de los turistas visitantes.

Población

La población para el presente estudio se encuentra conformada por los turistas que desarrollan el turismo comunitario en el sector Chorreras, Cantón y Provincia de Pastaza, constituirse estos como la fuente primaria para determinar las necesidades del producto turístico que se diseña. Se tienen en cuenta además a los moradores de la comunidad como gestores de los principales atractivos turísticos, lo que tributa a determinar las características reales del producto que se diseña.

Muestra

Para la determinación de la muestra, se aplicó la fórmula de muestreo finito, tomando como universo a los 211 turistas promedio mensual. Los individuos que conforman la muestra se seleccionaron de manera aleatoria.

$$n = (Z^2 * N * p * q) / (e^2 (N-1) + Z^2 * p * q)$$

En donde:

n= tamaño de la muestra

N= población o universo

Z= nivel de confianza

p = probabilidad a favor

q= probabilidad en contra

he= error muestral

$$n = ([1,96] ^2 * 211 * 0,5 * 0,5) / ([0,05] ^2 (211 - 1) + [1,96] ^2 * 0,5 * 0,5)$$

$$n = (3,84 * 211 * 0,25) / (0,025(273) + 3,84 * 0,25)$$

$$n = 263,04 / (0,025(273) + 0,96)$$

$$n = 137$$

Técnicas de recolección de datos

Como parte de la técnica de recolección de información, se diseñó una encuesta en aplicación de un cuestionario como instrumento que aporta información útil acerca del objeto de estudio, aplicado en la comunidad, teniendo en cuenta los datos tanto de

los turistas como sujetos que practican la actividad turística, para ello se procedió a la encuesta unipersonal.

Instrumentos de medición

Son aquellos que nos permiten realizar una medición para cuantificar los resultados y comportamientos, que serán objetos de estudio y a su vez su principal característica es que cuentan con validez y confiabilidad. Entre los instrumentos de investigación están: cuestionarios, entrevistas, pruebas, inventarios, observación directa, escalas de actitudes y técnicas socio métricas. (Mejía Mejía, 2016) Para este estudio se van a utilizar los siguientes instrumentos de medición: la encuesta, observación directa y la entrevista.

Encuesta

Se implementó el cuestionario para la aplicación de la encuesta de manera individual y sistemática en la medida del arribo de los turistas a la comunidad, sobre la base de la voluntariedad de responder las preguntas y atendiendo a la heterogeneidad de los encuestados para no generar sesgos en los resultados. Durante un período aproximado de 8 minutos se procedió a realizar la encuesta diseñada con anterioridad con el propósito de determinar las causales de la investigación y las necesidades turísticas que manifiestan los clientes consumidores del producto turístico.

Análisis de los resultados

Tabla 2. *Pregunta 1. Edad*

Alternativa	Número	Porcentaje
Menos de 18	0	0,00%
Entre 18 a 30	34	24,0%
De 31 a 50	74	54%
De 51 a 70	29	21%
Total	137	100%

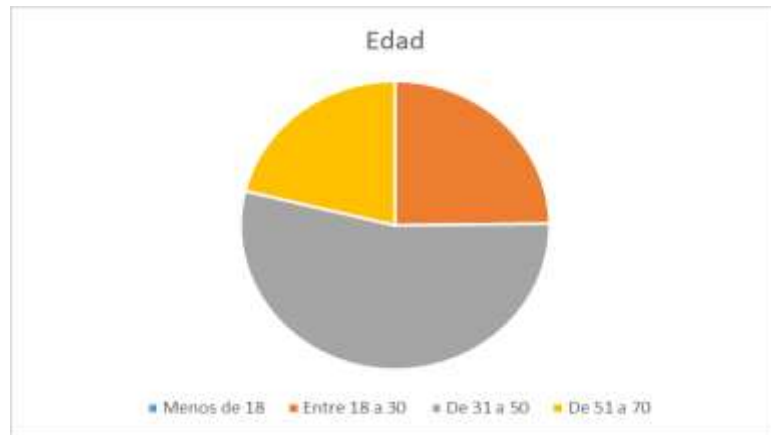


Figura 4. Gráfico de respuesta pregunta 1.

Tabla 3. Pregunta 2. Accesibilidad

Alternativa	Número	Porcentaje
Muy necesario	110	84%
Algo Necesario	20	14%
Poco Necesario	4	2%
Nada Necesario	1	1%
Total	137	100%

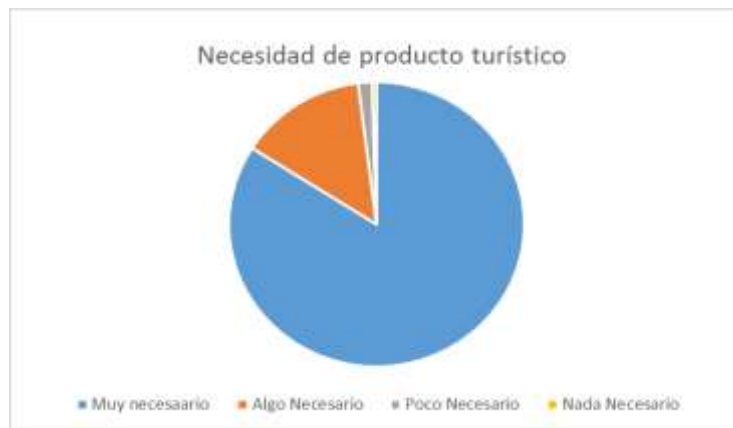


Figura 5. Gráfico de respuesta pregunta 2

Tabla 4.

Pregunta 3. Recursos

Alternativa	Número	Porcentaje
<i>Accesibilidad</i>	68	50%
<i>Señalética</i>	46	34%
<i>Financiamiento</i>	23	16%
Total	137	100%



Figura 6. Gráfico de respuesta pregunta 3

Tabla 5.

Pregunta 4. Acceso a personas con capacidades especiales

Alternativa	Número	Porcentaje
<i>Si</i>	106	78%
<i>No</i>	31	22%
Total	137	100%



Figura 7. *Gráfico de Respuesta pregunta 5*

Tabla 6.

Pregunta 5. Capacitación

Alternativa	Número	Porcentaje
Si	100	100%
No	0	0%
Total	211	100%



Figura 8. Gráfico de respuesta pregunta 5.

Tabla 7.

Pregunta 6. Imagen Corporativa

Alternativa	Número	Porcentaje
Si	100	100%
No	0	0%
Total	211	100%

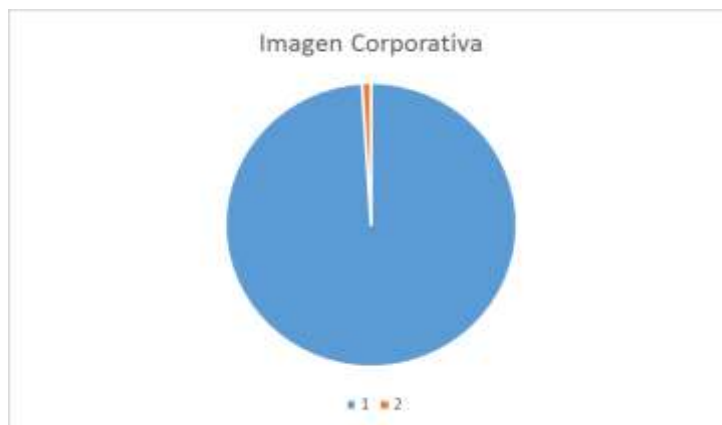


Figura 9. Gráfico de respuesta pregunta 6

Observación

De acuerdo con Arias (2020), este instrumento de medición sirve para: “Observar e identificar los aspectos del objeto evaluado, sus características, funcionamiento, comportamiento, entre otros; se puede utilizar en diversos estudios experimentales y no experimentales.” (p.20),

En esta investigación se aplicará la observación directa, la investigadora se pone en contacto personalmente con el hecho o evento que va a investigar, de tal manera que al recopilar los datos que se obtengan de la misma herramienta, estos permitan conocer si se cumplen todos los requerimientos para el estudio que se realiza.

La herramienta que se utiliza está indicada en el Anexo C del reglamento de alimentos y bebidas del Ecuador, el cual está dividido en: a) buenas prácticas de manufactura; b) servicios; e c) infraestructura. La aplicación de la herramienta será llevada a cabo la semana del 12 al 18 de julio del 2021, teniendo como duración un total de 120 minutos, para así lograr recopilar los datos necesarios para el trabajo. (Ministerio de Turismo, 2019).

Tabla 8.

Requisitos Generales Obligatorios para los establecimientos turísticos de alimentos y bebidas - bares I Parte 1

ANEXO C. REQUISITOS GENERALES OBLIGATORIOS PARA LOS ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS – BARES			
No.	Requisitos	Cumple	No cumple
1	Tener acceso universal el establecimiento e instalaciones, con facilidades para el uso de personas con discapacidad. (En caso de establecimientos existentes contar con ayudas técnicas o servicio personalizado que haya aprobado el curso de atención al turista con discapacidades emitido por la autoridad competente.		
2	Contar con manejo de desperdicios en contenedores con tapa, identificados por tipo de desperdicio		
3	Contar con sistema de iluminación de emergencia		
4	Identificar y señalar las zonas de evacuación, puntos de encuentro, salidas de emergencia, extintores y mangueras según las disposiciones de la autoridad competente.		
5	Debe contar con el siguiente equipamiento en áreas de preparación de alimentos y bebidas a. Dispensador de jabón con este elemento disponible.		

	b. Dispensador de toallas de mano desechables con este elemento disponible.
	c. Dispensador de desinfectante con este elemento disponible.
6	Contar con el suministro de agua permanente en el establecimiento.
7	Contar con alarma de incendios y/o detector de humo.
8	Los alimentos, deben estar sobre estanterías o repisas limpias y a una distancia mínima de 15 cm. del piso, 50 cm. entre hileras y 15 cm. de la pared. No deben estar en contacto con el piso (no se permite el uso de madera, no oxidadas), deben ser de material de fácil limpieza.
9	La vajilla, cristalería, cubertería e implementos de cocina deben estar sobre estanterías o repisas en buenas condiciones, limpios y a una distancia mínima de 15 cm. del piso, 50 cm. entre hileras y 15 cm. de la pared. No deben estar en contacto con el piso.
10	Exhibir en un lugar visible al consumidor el aforo permitido en el establecimiento.
11	Contar con sumideros en áreas de preparación.
12	Contar con suministro de energía eléctrica en el establecimiento.

Tabla 9.

Requisitos Generales Obligatorios para los establecimientos turísticos de alimentos y bebidas - bares 1 Parte 2

13	Contar con baños y/o baterías sanitarias en cumplimiento con el marco legal vigente.
14	Contar con menú de alimentos y bebidas que incluya precio con impuestos, exhibidos al público y legibles.
15	Contar con un botiquín de primeros auxilios con contenido básico, según lo establecido en este reglamento.
16	Los horarios de atención del establecimiento deben estar exhibidos en un lugar visible al consumidor.
17	Contar con bodega (s) y/o compartimentos específicos para el almacenamiento de utilería, productos de limpieza, menaje y licores, separada del área de preparación de alimentos y bebidas. Contar con vajilla, cubiertos y cristalería en óptimas condiciones (que no estén rotas, despostilladas, sin signos de deterioro, entre otras)
18	Contar con bodega (s) y/o compartimentos específicos para el almacenamiento de utilería, productos de limpieza, menaje y licores, separada del área de preparación de alimentos y bebidas.
19	Contar con vajilla, cubiertos y cristalería en óptimas condiciones (que no estén rotas, despostilladas, sin signos de deterioro, entre otras)
20	Contar con un registro documental de control de plagas.

21	Las áreas del establecimiento deben contar con sistemas de ventilación natural y/o forzada que permita el flujo de aire y la no acumulación de olores.
22	Contar con pisos o elementos antideslizantes en el área de producción (puede aplicar el uso de moquetas antideslizantes).
23	Todas las áreas de almacenamiento deben mantenerse limpias y protegidas contra ingreso de plagas.
24	El personal que manipula alimentos de manera directa e indirecta debe contar con un certificado médico actualizado que le habilita poder trabajar en dicha actividad, conforme a lo requerido por la autoridad competente.
25	Contar con un informativo del correcto lavado de manos en el área de producción
26	Exhibir en un lugar visible al consumidor el número del servicio integrado de seguridad ECU 911.
27	Focos y lámparas de techo deben aislarse con protectores en caso de rotura en áreas de producción.

Tabla 10.

Requisitos Generales Obligatorios para los establecimientos turísticos de alimentos y bebidas - bares I Parte 3

28	Contar con un plan de contingencia aprobado por la Autoridad Nacional en Gestión de Riesgos o la unidad respectiva de cada Gobierno Autónomo Descentralizado competente.
29	Las superficies donde se preparan los alimentos son de materiales de fácil limpieza y lavables, resistentes a la corrosión, sin daños evidentes. Está prohibido el uso de madera y cerámica.
30	Contar con un área específica de bar / cafetería. 30 contar con salidas de emergencia identificadas y habilitadas.
31	Contar con cámaras de seguridad interconectadas con el ECU 911.
32	Los pisos del área de producción deben ser de un material de fácil limpieza, antideslizantes y lavables (puede aplicar el uso de moquetas antideslizantes).
33	Mostrar registros visibles de limpieza diaria de baños y/o baterías sanitarias.
34	Contar con personal uniformado de servicio: no uso de joyas, uso de uniforme limpio, sin pintura de uñas

Nota. *Ministerio de Turismo (2021)*

Entrevista

Por otro lado, el método de la entrevista se aplicó sobre un cuestionario como instrumento en la cual se planificaron preguntas con el fin de apropiarnos de una

información importante sobre el tema en cuestión, además de entender las opiniones de los entrevistados en este caso los habitantes de la comunidad. La zona donde se desarrolló la investigación se muestra libre de Covid, elemento que propició la entrevista en el sitio.

Este modelo de instrumento, según Mejía (2016), busca “obtener información de los sujetos sobre el estudio que se realiza, proporcionada por los implicados, sobre sus opiniones, actitudes o sugerencias.” (p.8) Se realizó por tanto una entrevista a los comuneros para que opinen de acuerdo a su percepción del objeto de estudio. Ver Anexo 1

Capítulo III

Diagnóstico Turístico

Para este proyecto se realizó un diagnóstico turístico que evaluó la situación actual del turismo comunitario en el sector Chorreras, Cantón y Provincia de Pastaza. Se asume como diagnóstico “el acto o arte de conocer, se utiliza para determinar el grado de eficiencia en la Gestión de la Organización” (Pierre Thibaut, 2014).

En la provincia Pastaza de acuerdo con la Dirección de Desarrollo Sustentable se encontró que existen alrededor de 268 sitios turísticos debidamente registrados ante los entes correspondientes. También se encontró que existen 67 atractivos turísticos registrados. Dentro de estos, ocho organizaciones comunitarias están legalmente registradas. A continuación, se presentan otros proyectos similares de la provincia.

Yanacocha

El Centro de Rescate de Fauna Silvestre Yanacocha se encuentra ubicado en la Provincia de Pastaza, Cantón Pastaza, Parroquia Puyo, Barrio las América, kilómetro 3 vía Puyo – Tena, margen derecha. Para su funcionamiento cuenta con el aval del Ministerio del Ambiente y el Ministerio de Turismo de la República del Ecuador. Se dedica fundamentalmente a la conservación directa de la flora y fauna amenazada en la región Amazónica, albergando especies de gran importancia y en severo peligro de extinción en 8 hectáreas de jardines y de bosque primario y secundario, constituyéndose en un lugar especial en medio de la naturaleza. Yanacocha es un conjunto de proyectos agropecuarios y atractivos turísticos, donde el hombre puede disfrutar del contacto con los animales y las plantas silvestres, es útil para la observación y la investigación de la flora y la fauna.

Indichuris

Es un proyecto etno-ecológico de la comunidad Quichua de la provincia de Pastaza, se encuentra ubicado cerca del Puyo, en el kilómetro 35 de la vía a Pomona. Para ingresar a la comunidad se hace por un sendero rodeado de árboles como: heliconias y bromelias, se cruzan dos puentes hechos en latas de metal, ya que existen dos riachuelos. Se camina una distancia de 800 metros, el trayecto dura aproximadamente de 10 a 15 minutos, hasta que se llega a la

orilla del río Puyo donde está asentada la comunidad. También se pueden realizar caminatas para observación de flora y fauna del lugar como la guatusa, armadillos, boas, peces, aves, plantas medicinales etc.

Superestructura

La gobernanza o superestructura, está constituida por entidades públicas o privadas, ya sean nacionales, provinciales o cantonales que intervienen en el desarrollo del turismo en la comunidad. De acuerdo, con la política del GAD Municipal de Pastaza, para el desarrollo y beneficio de la población y de la comunidad se han establecido convenios y acuerdos con instituciones públicas y privadas que han contribuido al desarrollo del turismo comunitario durante los últimos años, entre ellos están:

Tabla 11.

Instituciones que han apoyado la Comunidad Chorreras

<i>INSTITUCIÓN</i>	<i>ACTIVIDADES</i>
<i>GADs Provincial De Pastaza</i>	Mantenimiento vial
<i>Ministerio De Agricultura Y Ganadería</i>	Capacitación y asistencia técnica en producción agroecológica.
<i>Municipio De Pastaza</i>	Capacitación en Turismo Comunitario
<i>Mies</i>	Capacitación en crianza de aves
<i>Universidad Técnica De Ambato</i>	Estudios sobre el uso de agua.
<i>Cámara De Turismo De Pastaza</i>	Socialización de patentes y permisos de funcionamiento.

Fuente: *Mantilla, María (2022)*

Directiva comunitaria

La directiva comunitaria en el contexto de estudio está conformada por una Asociación Agro-productiva, conformada por 20 miembros quienes son los que toman las decisiones para el bienestar de la población. La directiva está conformada por el presidente, la vicepresidenta, un secretario y cuatro vocales.

Atractivos turísticos

Según la Organización Mundial de Turismo “Un atractivo turístico se define como el conjunto de elementos materiales y/o inmateriales que son susceptibles de ser transformados en un producto turístico que tenga capacidad para incidir sobre el proceso de decisión del turista provocando su visita a través de flujos de desplazamientos desde su lugar de residencia habitual hacia un determinado territorio”. (Charles & Morcate, 2014)

La comunidad Chorreras posee interesantes atractivos turísticos, dimensionados por la presencia de una población Kichwa, que conserva su cultura, alimentación, vestimenta, lengua y forma de vida. Al turista estar en contacto con los convivientes se establece una armonía humana inigualable, donde se aprecian tradiciones y conocimientos ancestrales, además de disfrutar del paisaje selvático, fauna y flora de la zona. Para concreción de los atractivos turísticos comunitarios se destacan a continuación algunos de los más importantes denotados en el diagnóstico:

Tabla 12.

Atractivos Turísticos Comunidad Chorrera

<i>Atractivo</i>	<i>Descripción</i>
<i>Gringo Yaku</i>	Localizado en la Comunidad, a 5km de la carretera Puyo – Macas. Se realizan actividades de senderismo, hay un dique para balneario, giras de observación, paseos en canoa y observación de flora y fauna.
<i>Bosque protector “Gente”</i>	Se pueden realizar caminatas en más de 50 hectáreas de bosque, para observar alrededor de 300 especies nativas de plantas forestales y medicinales.
<i>Orquídea Lodge</i>	Una hostería de suites y cabañas en medio de asombrosos paisajes, senderos y cascadas con los mejores servicios. Confort, aventura y naturaleza se mezclan en el sector de Chorreras de la parroquia Veracruz

<i>Finca Guambula</i>	Hostería y complejo turístico.
<i>Dique de la Comunidad Chorrera</i>	Construido y administrado por la comunidad Chorreras, es un nuevo balneario de agua natural.
<i>Reserva “Vida Natural”</i>	La reserva permite el senderismo, las caminatas y actividades del turismo de aventura y ecológico. La cascada Vida Natural es un importante atractivo de ecoturismo y esparcimiento.

Nota. *Municipio del Cantón Pastaza (2021)*

Infraestructura

Blanco (2008) define la infraestructura turística como la dotación de bienes y servicios con que cuenta un territorio para sostener sus estructuras sociales y productivas y como tal condiciona el desarrollo turístico. Forman parte de esta infraestructura:

- Servicios básicos: agua, electricidad, teléfono, recolección de basura, red sanitaria, etc.
- Transportes: puertos, aeropuertos, autobús, taxi.
- Caminos: rutas existentes, estado.
- Servicios: comercio, salud, educación, comunicaciones, etc.

La infraestructura general es la base para que un destino se encuentre en condiciones que permitan a la población la facilidad de desarrollarse como una sociedad activa. Por su parte, la infraestructura turística como se mencionó permite el desarrollo turístico, es por ello que deben existir planes estratégicos y gestiones para que cada destino mantenga dicha infraestructura de modo que el turista disfrute y se sienta cómodo de acuerdo a las instalaciones o servicios que este requiera.

Transporte y accesibilidad

Para que los comuneros puedan salir a Puyo que es la cabecera cantonal y es donde se encuentran la mayoría de las actividades comerciales y administrativas, deben tomar el bus de la cooperativa “Río Tigre” que opera en dos horarios (06h00 y 13h00). Este servicio es utilizado por estudiantes y trabajadores que van a la ciudad.

Para llegar de Puyo hasta la Chorrera, se debe tomar un bus de la misma cooperativa en el Mercado Mariscal, hay dos frecuencias (07h00 y 14h00). O dirigirse al terminal terrestre, tomar un bus que viaja a la ciudad de Macas, quedarse en la carretera de ingreso a la comunidad y caminar durante 30 minutos.

Algunas familias que viven por el sector cuentan con medio de transporte o vehículos particulares que muchas veces hacen carreras desde y hacia la comunidad. El pasaje para ir desde y hacia la comunidad en la cooperativa “Río Tigre” tiene un valor de 0,35 centavos por persona.

Vías de acceso

Las vías permiten el desarrollo de las comunidades pues promueven el comercio de productos, la educación y cultura. La parroquia Veracruz, tiene una superficie de 181.3 km. Por este sector se atraviesa la provincia de Pastaza para dirigirse a la provincia de Morona. Para llegar a la comunidad Chorreras existe una sola vía de acceso, desde el kilómetro 12 de debe coger el desvío para ingresar a la carretera sin asfalto para llegar a la comunidad.



Figura 10 . *Mapeo de acceso a la Comunidad. Tomado de Ubicación Comunidad Chorreras: Parroquia Veracruz, Kilómetro 12/2 Vía Macas - Puyo, cruzando el puente del Río Puyo vía a la comunidad Chorreras. Adaptada imagen de Google*

Equipamiento turístico

Es el eje de funcionamiento de la actividad turística moderna. Está constituida por empresas o instalaciones que producen un conjunto de servicios de primera necesidad para el turista, vale decir, establecimientos de alimentación, hospedaje, agencias de viajes y empresas de transporte. (Organización Mundial de Turismo, 2019)

Alojamiento

Los comuneros cuentan con un espacio de camping y una cabaña de bambú para compartir con otros viajeros, construidas por los comuneros. Las instalaciones están adecuadas para ofrecer alimentación y hospedaje, pero también espacios para compartir la cultura de la comunidad. El valor por pasar la noche es de \$ 6.00 dólares por persona que incluye desayuno típico y caminatas nocturnas.



Figura 11 . *Choza de bambú para huéspedes*

Alimentación

Se ofrece comida típica como maito, caldo de carachama y la bebida tradicional *chicha*. Los precios oscilan entre \$ 3.00 y \$ 6.00 dólares. Todo es elaborado por las mujeres de la comunidad, usando productos de la zona, pescado y cultivos de la chacra.



Figura 12. Plato típico Maito

Senderos ecológicos

El sendero muestra una cantidad de flora y fauna de la selva amazónica. El recorrido dura entre 40 y 60 minutos. Además, se puede atravesar una cascada y darse un baño en el Río Bobonaza.



Figura 13. Cascada "Vida Natural"

Capítulo IV

Diseño de Producto Turístico

El diseño de producto turístico comunitario plantea un conjunto de atractivos, equipamientos y servicios; así como las infraestructuras de acceso y transporte que unen al destino con los mercados, ofreciendo beneficios que tengan la capacidad de atraer a determinados grupos que buscan satisfacción y creen expectativas de acuerdo a las necesidades que ejerzan dentro de su tiempo libre.

Antecedentes

La comunidad Chorrera ha desarrollado una política pública interna para mejorar la calidad de vida de sus habitantes. Las condiciones de ingreso económico de la comunidad están organizadas jurídicamente como asociación e impulsados por la Comunidad Chorreras, donde el turista nacional e internacional puede realizar caminatas, baños en aguas cristalinas, avistamiento de aves, actividades deportivas; además, de disfrutar la gastronomía de la zona, así como piezas elaboradas por las manos de mujeres artesanas que habitan en el sector.

A pesar de contar con esta riqueza natural, los dirigentes de la comunidad no han creado su marca o su propio producto de turismo comunitario, debido a la falta de interés de las autoridades y a la falta de conocimiento por parte de los habitantes. Para ello es necesario realizar un diagnóstico, para caracterizar la oferta y analizar las variables del turismo comunitario. Además, realizar una investigación de mercado que determine la demanda y potenciar los atractivos de la comunidad.

Se encuentra en proceso de crecimiento, es decir, se deben hacer adecuaciones, señalética y capacitación al personal que estará encargado de socializar con los visitantes. Esta propuesta permitirá fortalecer la actividad turística y el desarrollo sostenible del turismo comunitario en el sector Chorreras, Cantón y provincia Pastaza.

Misión

Rescatar, valorar, conservar tradiciones culturales y promover el desarrollo sostenible y desarrollo integral de las familias mediante el trabajo organizado para impulsar el turismo comunitario.

Visión

Ser una asociación potencial en turismo comunitario que reconozca a Pastaza como una provincia líder impulsar proyectos turísticos, contribuyendo al desarrollo de las comunidades.

<i>Valores corporativos</i>	<i>Atractivos turísticos del sector Chorreras</i>
▪ Honestidad	▪ Atractivos naturales
▪ Ayuda	▪ Aguas cristalinas
▪ Trabajo en equipo	▪ Caminatas en la selva
▪ Respeto al medio ambiente	▪ Gastronomía de la zona
▪ Comunicación	▪ Avistamiento de aves
▪ Respeto a los líderes	▪ Zona de camping
	▪ Zona de hospedaje rústico.

Público objetivo:

Según la investigación realizada, se ha determinado que el público objetivo posee las siguientes características:

- Edad: 15 a 75 años
- Composición familiar o grupos de amigos
- Visitantes nacionales o extranjeros
- Individuos que gusten de las actividades al aire libre y entornos naturales, tales como: Camping, Senderismo, Caminatas, Escaladas, Paseos, Avistamiento de especies exóticas, Disfrute de platos típicos, Adquisición de piezas de artesanía, Turismo de naturaleza, Turismo cultural y Ecoturismo

Definición de los objetivos del producto turístico

Objetivo general

- Diseñar un plan de promoción turística como producto de turístico mediante el cual se pueda hacer sostenible el turismo comunitario para el sector Chorreras, Cantón en la provincia Pastaza, que esté dirigido a los turistas nacionales y extranjeros que deseen disfrutar de los atractivos turísticos de dicho entorno.

Objetivos específicos.

1. Elaborar las acciones de un plan de promoción turística que visibilice y dimensione los atractivos existentes del turismo comunitario en el sector Chorreras, Cantón en la provincia Pastaza, con evidencia de las opciones en materia de alojamiento, actividades, gastronomía, cultura y naturaleza a turistas nacionales y extranjeros.

2. Cumplir con los requisitos de ley para el efectivo funcionamiento del plan de promoción turística que haga sostenible el turismo comunitario en el sector Chorreras, Cantón en la provincia Pastaza.

3. Iniciar procesos de socialización en diferentes medios del plan de promoción turística para la obtención de una respuesta previa de los clientes con respecto al producto turístico y su finalidad.

Análisis Interno.

Recursos tangibles

Activos y bienes de la comunidad:

La comunidad posee activos y bienes como son las instituciones, restaurantes, fábricas, alojamientos y otros que deben ser puestos a disposición de la estructura que viabiliza el ejercicio del turismo comunitario en el sector Chorreras, generando por tanto que estas sean fuente de sostenibilidad de la actividad, al ser propias de la dinámica comunitaria.

Financieros:

La comunidad Chorrera constituida jurídicamente como asociación, podrá acceder a algún crédito productivo otorgado por BanEcuador. El mismo que podrá ser liquidado con los ingresos de las actividades turísticas. Este crédito permitirá innovar y adecuar la zona con señalética, baterías sanitarias adecuadas y mantenimiento de la zona.

Organizacionales

La comunidad tiene su líder, elegido por la comunidad. Sin embargo, se deben establecer tareas de atención al usuario, limpieza y personal para la cocina.

Humanos

La comunidad deberá asignar al personal encargado de limpieza, atención, guianzas y cobro. Al ser un emprendimiento comunitario, la administración estará a cargo de los mismos socios de la comunidad Chorrera.

Empresariales

La Comunidad Chorreras, tendrá que asociarse jurídicamente para beneficiarse de la política pública del Estado y recibir créditos, asesoría tributaria y apoyo monetario.

Recursos intangibles

Imagen

Al finalizar este proyecto, la comunidad contará con una propuesta de imagen corporativa, la misma que será socializada con los socios y en caso de ser aceptada se dará una capacitación para el manejo en redes. Además, se solicitará al GAD parroquial o provincial el apoyo en este tema.

Conocimientos y experiencias

Los miembros de la comunidad poseen conocimientos culturales, de artes manuales, de costumbres de historia que son de valor para el ejercicio y complemento de un turismo comunitario, todo lo cual gestionado adecuadamente aporta las características necesarias y suficientes en la implementación de un plan de promoción turística.

Análisis externo.

Aspectos políticos y jurídicos

En proyecto contempla las normativas de la política turística internacional y la contextual para las buenas prácticas del turismo comunitario en Ecuador, lo que permite la correcta implementación de las normativas jurídicas que amparan el ejercicio del plan de promoción.

Aspectos sociales y económicos

Las condiciones sociales y económicas de la comunidad demandan mejoras que minimicen la ocurrencia de situación de pobreza o escasez en los moradores. Al finalizar el plan de promoción del turismo comunitario en el sector Chorreras, Cantón en la provincia Pastaza dinamiza las fuentes de ingreso a los habitantes de la

comunidad al lograr mejorías en la gestión de la actividad turística, unido a la generación de fuentes de empleo e ingresos a los moradores.

Aspectos ambientales

Tabla 13.

Análisis FODA

Comunidad Chorreras	FODA
<i>Fortalezas</i>	Servicios de alojamiento Servicios de provisión de alimentación y bebidas. Servicios de transporte de pasajeros. Servicios de agencias de viajes, tour de operadores y guías de turismo. Servicios culturales. Servicios recreativos y otros servicios de entretenimiento. Servicios turísticos diversos.
<i>Oportunidades</i>	Apoyo técnico del GAD Parroquial Recursos naturales Cercanía a la ciudad Fácil acceso
<i>Debilidades</i>	Falta de capacitación a los habitantes Falta de señalética Falta de baterías sanitarias Falta de organización
<i>Amenazas</i>	El clima El cambio de gobierno de turno Las leyes

Funciones de los miembros de la comunidad en el plan de promoción turística:

Presidente

- Coordina y ejecuta acciones en beneficio del proyecto turístico.
- Mantiene reuniones para analizar la situación del proyecto
- Se encarga de la logística y buen funcionamiento del espacio.
- Resuelve conflictos

Secretaria

- Agenda visitas, reservas y guianzas a los turistas
- Coordina con el personal la visita de turistas
- Rinde cuentas semanales al presidente
- Informa sobre conflictos y necesidades

Guías

- Receptan visitantes
- Guían a los visitantes y explican las rutas, accesos y prohibiciones.

Encargados de recepción

- Reciben y registran a los visitantes
- Informan a los guías la llegada de turistas.

Responsables de cocina

- Realizan las compras y ordenan los alimentos
- Guían a los ayudantes como preparar los alimentos
- Limpian y organizan la cocina.

Ayudantes de cocina

- Cocinan según las indicaciones del responsable de cocina
- Limpian y organizan la cocina

Responsable de cobranzas

- Lleva las cuentas y recibe los pagos
- Elabora un informe semanal de ingresos y egresos.
- Rinde cuentas a la comunidad y su directiva.

Organigrama

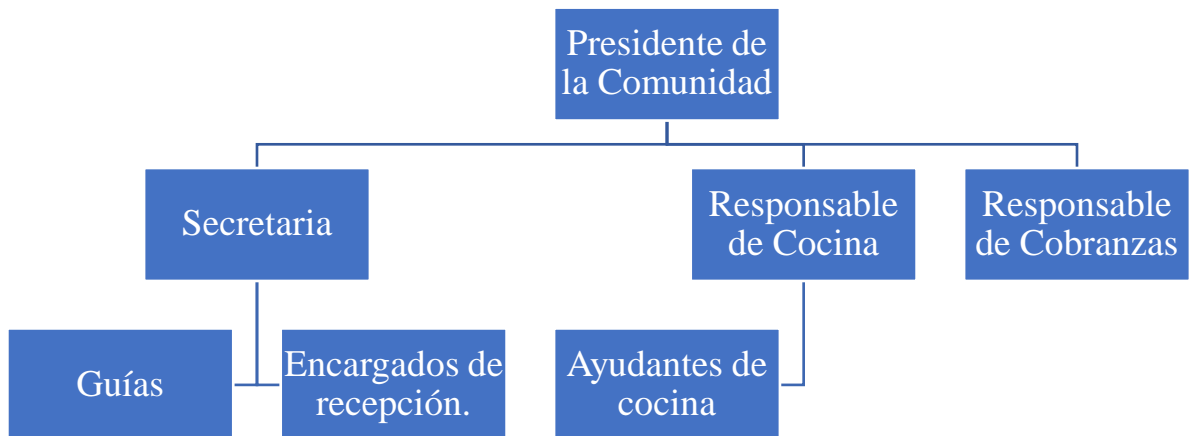


Figura 14. *Organigrama Comunidad Chorreras*

Caracterización del producto turístico

Dentro de lo que conlleva la elaboración del producto turístico comunitario, se mencionan tres partes: Tour Comunidad Chorreras y la Reserva “Vida Natural; las intervenciones necesarias y el plan de marketing resaltando el componente turístico y la potencialidad de enfocar la proyección y la viabilidad del producto.



COMUNIDAD CHORRERAS

SELVA AMAZONICA ECUATORIANA
RESERVA "VIDA NATURAL"

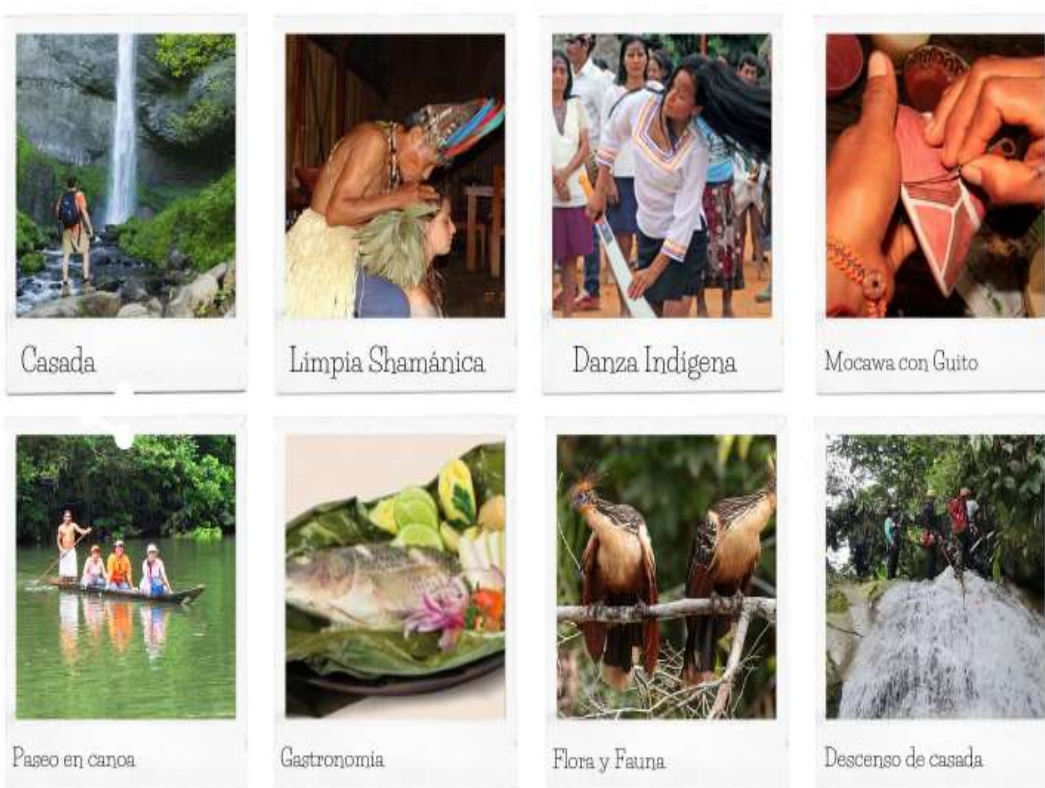


Figura 16. Caracterización del producto turístico comunidad Chorreras

Producto Turístico para Comunidad Chorreras

Itinerario turístico

Tour Comunidad Chorreras - Reserva “Vida Natural

2 días / 1 noche

Dirigido a turistas

- Hombres y mujeres.
- 15- 75 años de edad
- Que busquen naturaleza y aventura
- Nivel socio económico medio/alto
- Dispuestos a deportes extremos y recorrer largas distancias
- Apreciación al medio ambiente, aventura, cultura y experiencias amazónicas

Descripción general de los servicios turísticos.

- Hospedaje: Habitaciones dobles e individuales
- Tipo de transporte: fluvial y vial
- Alimentos y bebidas: incluyen en el tour
- Actividades: caminata, visita de cascada, convivencia con la comunidad
- Recomendaciones: Se sugiere llevar ropa deportiva, repelente, agua.
- Políticas de pago: al reservar el tour se solicita el 50% del valor total y al ingresar a la comunidad el resto, en efectivo.

Tabla 14.

Tour Comunidad Chorreras - Día 1

Hora	Actividad	Descripción
8:00 hrs	Desayuno en el restaurante de la comunidad	Se servirá desayuno continental.
9:00hrs	Caminata por el sendero ecológico, con destino a la cascada “Vida Natural”	Se observarán especies vegetales y animales silvestres. Un comunero será el guía.
9:45 hrs	Baño, fotografías y descanso en la cascada.	Los turistas podrán darse un baño en aguas cristalinas.
11:00 hrs	Retorno a la comunidad	
12:00 hrs	Elaboración de artesanías en barro y charla informativa sobre las actividades que realiza la comunidad	
13:00 hrs	Almuerzo Típico	Maitos de tilapia y bebida de chicha de yuca.
14:00 hrs	Descanso	
15:00 hrs	Viaje en canoa por el río Bobonaza	Observación de aves
18:00 hrs	Danza tradicional	
20:00 hrs	Descanso.	

Tabla 15.

Tour Comunidad Chorreras - Día 2

Hora	Actividad	Descripción
05:00	Toma de guayusa y cuentos ancestrales	Compartir con la comunidad de esta tradición a través de la toma de guayusa y el intercambio intercultural
8:00hrs	Desayuno en el restaurante de la comunidad	Se servirá desayuno típico
10:00 hrs	Limpia con shamanes de la comunidad con plantas medicinales y rezos espirituales	Ceremonia junto a la comunidad
12:00 hrs	Almuerzo general	
13:00 hrs	Despedida y movilización a la ciudad de Puyo.	Se traslada a los turistas al centro de la ciudad para que puedan volver a sus destinos o extender su estadía.

Plan de promoción del turismo comunitario en sector Chorreras, Cantón y provincia de Pastaza

Este plan se crea por lo importante que es el turismo comunitario como fuente de desarrollo comunal e impulso para el desarrollo económico del país. Se sustenta en la existencia real de una diversidad de atractivos turísticos que posee el sector Chorreras, Cantón en la provincia Pastaza.

Se reconoce que en cierta medida en el contexto existe una actividad de turismo comunitario que ya generan ingresos económicos, pero carece de la publicidad necesaria que posibilite atraer más el interés de los turistas nacionales e internacionales y de esta manera hacer que no solo sean conocidos por las personas aledañas al sector, si no por visitantes de múltiples países inclusive.

Esta propuesta dimensiona y visibiliza a partir de la promoción de dicho lugar antes mencionado, los atractivos turísticos para el respectivo mejoramiento económico comunitario, de modo que se pueda posicionar como destino turístico en el entorno ecológico, comunitario, de naturaleza y aventura, ya que realmente arrojó el

diagnóstico no es completamente conocido lo que minimiza la posibilidad de tener más ingresos para la comuna.

Chorreras, Cantón en la provincia Pastaza posee una rica flora y fauna donde se podrá disfrutar de tiempo libre, de distracción y relajación por medio de lo que es las caminatas, escaladas, paseos, avistamientos de especies exóticas, actividades culturales, encuentro con costumbres ancestrales y artes manuales y culinarias, que partiría desde la entrada de la comuna el realizar un viaje de experiencias de alto valor turístico para cualquier visitante.



TOUR 2 DIAS - 1 NOCHE



RESERVA VIDA NATURAL

La selva amazónica introducen a los turistas en un mundo diferente donde la naturaleza es el ingrediente principal.



DÍA 1

8:00 hrs Desayuno en la comunidad

9:00 hrs Caminata por el sendero ecológico, con destino a la cascada "Vida Natural"

9:45 hrs Baño, fotografías y descanso en la cascada.

11:00 hrs Retorno a la comunidad

12:00 hrs Elaboración de artesanías

13:00 hrs Almuerzo Típico

14:00 hrs Descanso

15:00 hrs Viaje en canoa Río Bobonaza

18:00 hrs Danza tradicional

19:00 hrs Cena típica

20:00 hrs Descanso.

DÍA 2

05:00 hrs Toma de guayusa, cuentos ancestrales y experiencia indígena

8:00 hrs Desayuno en el restaurante de la comunidad

10:00 hrs Limpia con Shamanes de la comunidad con plantas medicinales y rezos espirituales

12:00 hrs Almuerzo general

13:00 hrs Despedida y movilización a la ciudad de Puyo.

Figura 17. Tour comunidad Chorreras y Vida Reserva Natural

Intervenciones, alianzas estratégicas e infraestructura

Capacitaciones

Los moradores de la comunidad Chorreras deberán capacitarse en atención al cliente, idiomas y guías, con el objetivo de brindar un servicio de calidad a los turistas nacionales y extranjeros. Además, recibirán capacitación en educación financiera para el correcto manejo de los ingresos económicos.

Alianzas estratégicas

La comunidad firmará convenios con Agencias Turísticas para coordinar la visita de los turistas. El GAD cantonal deberá gestionar la colaboración de su Unidad de Comunicación para difundir los servicios de la comunidad. El GAD parroquial deberá mejorar el ingreso carretero a la comunidad.

Infraestructura

La Comunidad en Asociación Jurídica, realizará un crédito productivo con el Banco Ecuador, para mejorar las instalaciones y adecuar la señalética. El mismo será cancelado con los ingresos que generen las visitas turísticas.

Plan de Marketing


Plan de Marketing del producto turístico comunitario

La promoción de Chorreras, cantón en la provincia Pastaza como destino turístico brindaría a las diversas agencias u operadores turísticos de las ciudades y localidades cercanas una gran oportunidad para dar a conocer este lugar a los diferentes turistas tanto nacionales como internacionales.

Las diferentes actividades de ocio, culturales y de recreación que tiene lugar en la comunidad permitirán que el visitante recree una memoria y anhelo de querer volver a la comunidad Chorreras, por la placentera visita, lo que contribuye a una promoción individual y voluntaria, que constituye un plus en el alcance del objetivo del producto.

Tabla 16.

Plan de Marketing

<i>PRECIO</i>	<ul style="list-style-type: none">- Ingreso a la comunidad Chorreras: no aplica- Visita y guianzas a la cascada “vida natural”: \$3 c/c- Hospedaje en cabaña familiar con baño compartido: \$10 c/c- Camping en la comunidad: \$5 c/c- Experiencias culturales y culinarias en la comunidad (toma de guayusa): \$10 c/c- Limpia y purificación Shamánico: \$10c/C
<i>PRODUCTO</i>	Propuesta de Logo <div style="text-align: center;"><p>COMUNIDAD CHORRERAS UNA VISITA PARA VIVIR LA EXPERIENCIA</p></div>
<i>PROMOCIÓN</i>	<p>Para la promoción de la Comunidad se creará una página web para recepción de reservas, además un fan page para interactuar con usuarios e informar con mayor rapidez que está pasando en la comunidad.</p> <p>En restaurantes, cafeterías y hoteles de la ciudad de Puyo, se colocará información sobre las actividades turísticas que realiza la comunidad y se gestionarán alianzas con agencias para coordinar las visitas.</p>
<i>PLAZA</i>	Comunidad Chorreras, parroquia Veracruz, cantón de Pastaza.

Logotipo y Slogan

Refiere los elementos naturales que destacan en Chorreras, así como el buen complemento de los colores azul y verde que destacan la presencia de agua parte de la reserva natural que se encuentra en la comunidad. Estos aspectos realzan el valor de turismo de naturaleza, aventura y ecológico del destino en cuestión.

El slogan por su parte destaca que el vivir la experiencia de visitar Chorreras se convierte en una buena opción para los que gustan del turismo de naturaleza, ecológico y comunitario.

Portafolio de productos

Se consideran en este punto como parte del portafolio de productos a todas las actividades de ocio y recreación que se desarrollarán mediante la visita a Chorreras, Cantón, provincia Pastaza. En el siguiente cuadro se podrá apreciar el cronograma de las opciones y actividades.

Tabla 17.

Portafolio del producto turístico

<i>FULL DAY</i>	<ul style="list-style-type: none">- <i>Visita de un día, con recorrido guiado, comida típica, prenda de artesanía (souvenir) y actividad cultural autóctona de la comunidad.</i>- <i>Domingos de 9.00 am a 4.00 pm</i>- <i>El programa incluye:</i><ul style="list-style-type: none">✓ <i>salida desde Puyo 9H00</i>✓ <i>arribo – desayuno típico 9H30</i>✓ <i>Actividades 10H 00 (caminatas; avistamiento de flora y fauna; descenso de cascada; columpio extremo; baño en el río y otros).</i>✓ <i>comida típica 13H00 a 14H00 pm</i>✓ <i>actividad cultural (Danzas típicas; artesanías; limpia Shamanica 14H00 a 16H00</i>✓ <i>retorno 16H30</i>- <i>Los requisitos son estar en buen estado de salud, no poseer alergias al contacto con la naturaleza, una condición física favorable, medicamentos en caso de necesitarlos para afecciones de cada visitante, sea mayor de 10 años y agua para el día.</i>- <i>Precio: Según las actividades realizadas</i>
-----------------	---

NOTA: Los interesados en pernoctar para disfrutar de paseos nocturnos y limpiezas chamánicas pueden acceder a estos servicios de alojamiento, alimentación y atención por un coste adicional.

Canales de distribución

Los canales de distribución son entes que trabajan de forma integrada y en conjunto para dar a conocer el producto turístico al potencial visitante. Los canales de distribución deben ser definidos de manera muy específica y explícita, ya que su principal objetivo está radicado en dar a conocer las opciones y actividades componentes del producto turístico, en destaque del valor de los servicios con la finalidad de incrementar el volumen de ventas.

El especialista turístico sería el encargado de crear *city tours* en los cuales se logren incluir a Chorreras, Cantón provincia Pastaza como destino turístico a comercializar, para que estos tours entren las agencias de viaje y/u ofertarlos a través de páginas web siguiendo la lógica siguiente:

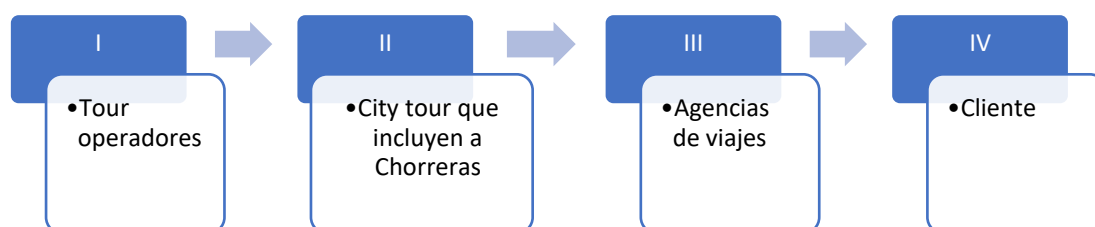


Figura. 18. Organigrama del canal de distribución del producto turístico

Estrategias promocionales

Estas constituyen el conjunto de acciones de comunicación que promueven el mensaje de la existencia del destino, los atractivos y producto turístico, generando motivación para la visita del cliente interesado. Para la cumplimentación de la estrategia promocional se determinan como principales opciones viables las siguientes:

Periódico: Es de gran dominio y demanda en la sociedad, por lo cual se puede llegar a diversos lectores, logrando dar a conocer el atractivo con sus respectivas cualidades y servicios. Los espacios a pactar donde se publicarán los anuncios serán cuadrangulares publicitarios de los diarios: El Telégrafo, Expreso y Diario de la ciudad de Guayaquil, durante los días viernes y sábado por 1 mes. Estos son los diarios más importantes de Guayaquil que tienen alcance nacional y los públicos meta de 15 a 45 años de amplios sectores sociales los que son consumidores de la publicación, lo que tributa a la efectiva publicidad del producto turístico.

Radio: Es el mecanismo de difusión más amplio y de inmediatez que con mayor frecuencia puede sistematizar un mensaje, para que sea fijado por potenciales visitantes. Con la utilización de la radio se podrá llegar a toda clase social, tratando de obtener el interés del público objetivo y la audiencia. El mensaje a propagar por medio de las cuñas radiales durará de 10 a 20 segundos, mínimo unas tres veces al día por dos meses, realizando un análisis de la aprobación del público con la trasmisión del siguiente texto radial:

“Comunidad Chorreras, un lugar donde lograr una visita para vivir la experiencia. Un paraje de ensueño, recóndito y acogedor, con aporte de recorridos, paseos, escaladas, camping y encuentro con la cultura comunitaria. Un turismo de naturaleza en medio del disfrute cultural, ecológico y comunitario. Viva la experiencia de esta inolvidable visita”. Interesados contacten a tour operadores en Pastaza a través de los teléfonos: 0958642358 / 2-589623. O acceder al sitio: <https://turismo.ec/tours-y-paquetes-turisticos-ecuador>

Redes sociales

Facebook: es una red social de alcance internacional, que genera acceso completo y rápido sobre la base de la vivencia de la experiencia de visitantes anteriores a Chorreras, cantón en la provincia Pastaza. Esto posibilita mediante el compartir publicación que los post lleguen rápidamente a todos los cibernautas interesados en el producto turístico.

Instagram: es una red social que básicamente disemina fotografías con las mejores vistas del destino turístico, esto motiva a los potenciales clientes a vivenciar los distintos lugares que se visualizan en los perfiles de los anteriores visitantes.

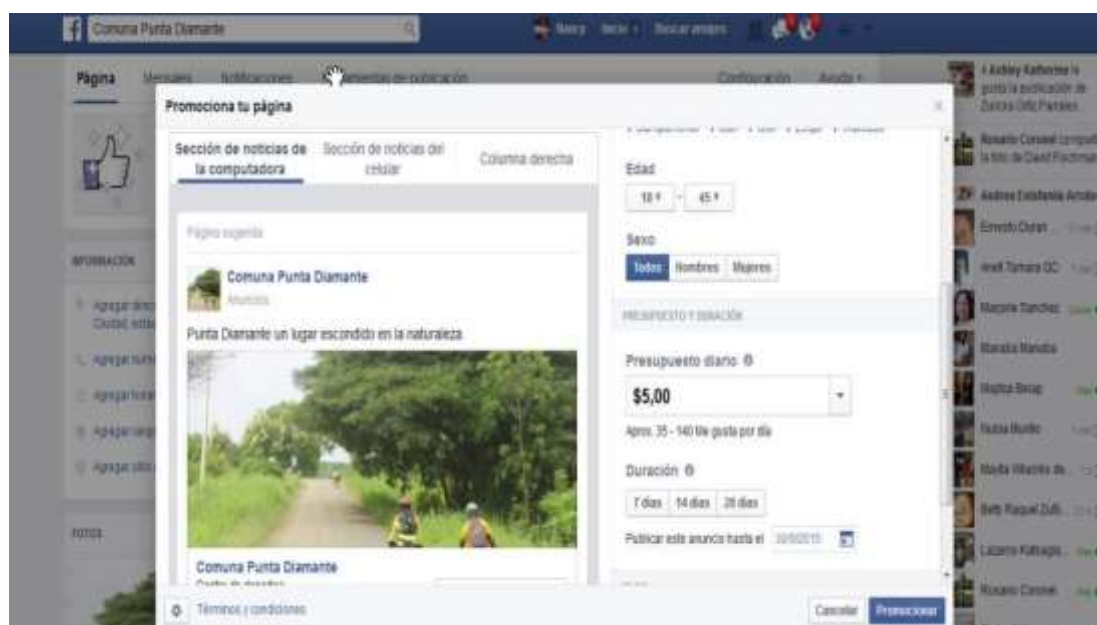


Figura 19. Ejemplo de post en Facebook del producto turístico

Producto a la gran demanda y visitas que tienen las publicaciones y anuncios en estas redes sociales, se gestionará el pago para que se mantengan por período de 3 meses visible en el internet.

Promoción de ventas

Los implementos a utilizarse serán los trípticos, de los mismos se distribuirán 5.000 unidades. Éstos han sido elaborados con fotos y una pequeña información del producto turístico y sus principales atractivos.

Relaciones públicas

Por medio de esta función se realizarán estrategias que contribuirán a tener una estrecha relación con el público, de esta manera se mantiene la información actualizada a disposición del cliente o potencial visitante.

Tabla. 15.

Estrategia de relaciones públicas

Objetivo	Estrategias	Responsable	Medios
Posicionar la imagen turística de la comunidad Chorreras, Cantón provincia Pastaza	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gestionar entrevistas en programas radiales para publicitar el producto turístico ▪ Gestionar reportajes en la prensa escrita, en la que se divulguen las actividades de la comunidad Chorreras ▪ Gestionar rueda de prensa para el lanzamiento de la marca turística y actividades de ocio, recorridos ecológicos, etc., a través de los medios de comunicaciones locales y nacionales. ▪ Gestionar reportajes sobre la belleza natural y el atractivo turístico de Chorreras y la Reserva “Vida Natural” 	Presidente de la comunidad Chorreras	Radio Diarios y prensa digital Revistas y periódicos

Tabla 18.*Plan de acción promocional*

Fecha	Acción	Logros
Enero 2021	<i>Anuncio publicitario en revistas</i>	<i>Promoción de los atractivos turísticos de la comunidad Chorreras, Cantón, Pastaza</i>
Febrero 2021	<i>Publirreportaje en revistas</i>	<i>Dar acceso a las novedades del atractivo turístico de la comunidad Chorreras, Cantón, Pastaza</i>
Marzo 2021	<i>Lanzamiento de la marca del producto turístico</i>	<i>Difusión dirigida a los diferentes grupos objetivos, promocionando las actividades ecoturísticas y comunitarias que se realizan en Chorreras, Cantón, Pastaza. Se sortearán entre los oyentes que llamen a la radio camisetas y gorras con logotipo de la marca del producto turístico</i>
		<i>Promocionar los nuevos atractivos turísticos de la comunidad Chorreras. Se sorteará un pase para una pareja para un full day.</i>

Oferta turística, promoción y comercialización de la Reserva Vida Natural de la Comunidad Chorreras

Reserva Vida Natural

Comunidad Chorreras

Oferta Turística

- Caminatas
- avistamiento de flora y fauna
- Descenso de cascada
- Columpio extremo;
- Baño en el río
- Actividad cultural :
 - Danzas típicas
 - Artesanías
 - Limpia Shamánica
 - Gastronomía típica
 - Alojamiento

Venacruz, a 25 kilómetros de la cabecera cantonal Puyo, provincia Pastaza

Figura 20. *Oferta turística de promoción y comercialización*

Conclusiones

* El turismo comunitario y con un carácter sostenible es una propuesta que se inserta en la agenda del turismo para el 2030, donde Ecuador y específicamente el sector Chorreras, Cantón en la provincia Pastaza puede convertirse en líder al posicionar el producto turístico que posee.

* La comunidad Chorreras, como sector comunitario posee un conjunto de atractivos, servicios y alternativas para el turismo comunitario, con opciones ecológicas, de aventura y naturaleza que dimensionan un turismo de calidad que al ser visibilizado y dimensionado mediante la adecuada gestión que se ejerce por un plan de promoción turística, revela mejoras en la afluencia de visitantes lo que redundará en beneficios socioeconómicos a la comuna.

* Se requiere a los habitantes de la comunidad Chorreras para la gestión desde la Presidencia comunal y en utilización de su infraestructura e instituciones, para mediar la actividad turística, genera una sostenibilidad a largo plazo del posicionamiento del producto turístico.

Recomendaciones

Implementar el producto turístico y vincular los operadores turísticos de oferta y demanda.

Concientizar a los pobladores y los entes políticos sobre los beneficios del proyecto para la comunidad Chorreras.

Gestionar con las entidades gubernamentales para generar convenios financieros o apoyos no económicos para proporcionar calidad a la oferta turística del cantón.

Poner en práctica el producto turístico con el fin de impulsar el nivel socioeconómico de la comunidad y el cantón. Pues la propuesta pretende que los sectores aledaños se beneficien de las visitas turísticas.

Referencias

- Alcívar, I., Jorge, M. (2020). *Modelo de gestión del turismo comunitario orientado hacia el desarrollo sostenible de la comunidad de Ligüiqui en Manta, Ecuador*. ROTUR, 1-12.
- Barrantes, R. (2014). *Investigación, Un camino al conocimiento, Un Enfoque Cualitativo, Cuantitativo y Mixto*. San José, Costa Rica, Editorial EUNED.
- Boullon, R. C. (2017). *Planificación del Espacio Turístico*. México: Trillas.
- Cabanilla, E. (2018). *El Turismo Comunitario en el Ecuador*. Quito: UIDE.
- Definición ABC. (2020). *Turista*. Recuperado de: <https://www.definicionabc.com/general/turista.php>
- Díaz-Solano, B.E., Márquez-Rodríguez, P.B. (2016) *Línea base de indicadores de competitividad turística como herramienta para la gestión de destinos*. Revista Iberoamericana de Turismo. Recuperado de: <https://doi.10.2436/20.8070.01.10>
- Franco, I. V. (2019). *Modelos turísticos desde la teoría general de sistemas*. México: Tourist Models from the General Theory of Systems.
- García, N., Carreño, A., Doumet, N. (2016). *Estrategias para el desarrollo turístico del cantón Bolívar post terremoto del 16 de abril (Ecuador)*. Bolívar: Dialnet.
- Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincia de Pastaza. (2019). *Reglamento de la Mesa de Turismo de la Provincia*. Puyo. Ecuador.
- Guillén, H, S. R. (2019). *El desarrollo del turismo comunitario en Ecuador: reflexiones necesarias*. Revista Universidad y Sociedad.
- Gunn, C. A. (s.f.). *Tourism planning: basics, concepts, cases*. Routledge.
- Guzmán, T. J., Sánchez, C. S. (2009). *Turismo comunitario y generación de riqueza en países en vías de desarrollo. Un estudio de caso en el Salvador*. REVESCO. El Salvador.

- Hoyos Macedo V. (2020). *Propuesta de un plan de promoción turística para lograr el fortalecimiento del turismo sostenible en el distrito de Santiago De Surco*. Tesis de Maestría. USMP, Lima – Perú.
- López, G. T., Sánchez Cañizares, S. (2022). *Turismo comunitario y generación de riqueza en países en vías de desarrollo. Un estudio de caso en El Salvador*. El Salvador: REVESCO.
- Lucas, C., Gladys, O., Loor, C. (2019). El emprendimiento social en el turismo comunitario de la provincia de Manabí. *Estudios Interdisciplinarios*, 20. Vol. 21, N°. 3. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7041198>
- Maldonado, C., Hernández, G. (2011). *Guía para la autogestión de sostenibilidad de destinos turísticos comunitarios*. Oficina Internacional del Trabajo.
- Milian Betancourt, A.C., Quintero Sanchez, W.V., Rodriguez Ramirez, O. A. (2017). *Propuesta De Plan De Promocion Turistica Para El Municipio De Moniquira (Boyaca)*. Tesis Universidad Agustiniana. Bogotá D.C.
- Ministerio de Salud Pública e Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2014). *Encuesta Nacional de Salud y Nutrición*. Quito: ENSANUT ECU 2012.
- Ministerio de Turismo. (2010). *Reglamento para Centros Comunitarios*. Quito. Ecuador. Recupetrado de: <https://www.gob.ec/regulaciones/reglamento-centros-turisticos-comunitarios>
- Montaner Montejano J. (2001). *Estructura del mercado turístico*. Librería IRATXE, Pamplona, España.
- Muzeum Gastronomie. (2017). Gastronomía. Recuperado de: <https://www.muzeumgastronomie.cz/es/node/75>
- Orgaz, A. F. (2013). *El turismo comunitario como herramienta para el desarrollo sostenible de destinos subdesarrollados*. Revista Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas, 79-91.
- Orgaz-Agüera, F. (2015). *La teoría del intercambio social como mecanismo para el desarrollo del turismo comunitario. Una revisión de la literatura*. Revista

Turismo y Desarrollo. 19. Recuperado de:
<https://www.eumed.net/rev/turydes/19/desarrollo.html>

Panosso N, A. (. (2018). *Teoría del turismo: conceptos, modelos y sistemas*. . México: Trillas.

Panosso, A. (2018). *Filosofía del turismo. Teoría y epistemología*. Trillas, Ed.

Parrilla González, J.A., Pulido Fernández, J.I. (2017). *Dinamismo económico del turismo a escala local. Una aproximación a través del análisis de clases latentes*. Cuadernos de Turismo, nº 40; pp. 521-545.

Porras Rodríguez, G. (2010). *Estudio de la oferta y la demanda turística en el Barranc de la Valltorta, Castellón*. Tesis. Universidad politécnica de Valencia. España. Recuperado de: <https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/9099/Estudio>

Rychards, G. (2001). El Desarrollo del Turismo Cultural en Europa, Estudios Turísticos.

Roux, F. (2013). *Turismo Comunitario, Conservación Ambiental y Defensa de los Territorios*. Quito: Federación Plurinacional de Turismo.

Sáez Cala, A. (2004). *Introducción a la estructura del mercado turístico*. Síntesis. España.

Sión de Josse, V. (2010). *Reglamento para los centros turisticos comunitarios*. eSilec Profesional.

Socatelli, M. (2015). *Mercadeo Aplicado al Turismo. La Comercialización de Servicios - Productos y Destinos Turísticos Sostenibles*. Costa Rica: Universidad Estatal a Distancia de Costa Rica.

Thibaut, J. (1959). *The social pshychology of groups*. New York: Willey.

Vive Ecuador. (2022). Turismo comunitario en Ecuador. Recuperado de: https://viveecuador.com/html2/esp/turismo_comunitario.htm

Apéndices

Apéndice A

ENTREVISTA PARA LOS HABITANTES DE LA COMUNIDAD CHORRERAS.

ACTIVIDADES AGROPRODUCTTIVAS

1. ¿Cuál es la principal actividad productiva de la comunidad?
2. ¿Cuáles son los beneficios de esta actividad?
3. ¿Cómo ha sido la evolución de esta actividad productiva en los últimos años?
4. ¿Cuántas familias se benefician con esta actividad?
5. Mencione otras actividades características del lugar
6. Describa los problemas de desempleo de su comunidad

TURISMO

8. ¿Desde qué fecha se establecieron legalmente como lugar turístico?
9. ¿Qué importancia tiene el turismo para la comunidad en relación con otras actividades?
11. ¿Han recibido incentivos económicos por parte de los GADs?
12. ¿Cuál es el producto o atractivo turístico más importante con el que cuenta su comunidad?
13. ¿Cuáles son las propuestas de Turismo Comunitario que se encuentran funcionando en la actualidad
14. ¿Qué tipo de promoción se realiza desde la comunidad para la actividad turística?
15. ¿Qué cantidad de población trabaja en actividades relacionadas con el turismo?

Cuestionario

Esta técnica de evaluación mide los aspectos cuantitativos y cualitativos. Es una herramienta de recolección de datos para obtener información de aquellos individuos o factores de difícil acceso o distancia. El cuestionario es un grupo de preguntas de distintos tipos, que experimenta sistemática y cuidadosamente los acontecimientos y aspectos pertinentes para una investigación o evaluación, ya que se lo puede aplicar en diversas formas: presencial, correo o videoconferencia.

Se realizará un análisis e interpretación de los resultados de las encuestas a través de un cuestionario a los operadores de turismo comunitario y demás personas que inciden con el desarrollo de este proyecto.

Tabla 19.

Tabla de frecuencia de género de las personas encuestadas.

Género	Número	Porcentaje
Femenino	88	44%
Masculino	112	56%

Apéndice B

Cuestionario:

1. ¿Piensa que es necesario diseñar un producto turístico accesible en la reserva “Vida Natural” en la comunidad Chorreras, ¿en el cantón Pastaza?
2. ¿Cree Ud. que el sector turístico está preparado para atender de forma adecuada a este segmento de la población?
3. . ¿En el acceso físico, cuál recurso considera usted que puede llegar afectar el pleno disfrute del valor paisajístico de la comunidad “Reserva Natural”?
4. ¿Está Ud. de acuerdo que se implemente un proyecto en la que resalte las facilidades para un turismo accesible y que las personas con capacidades especiales puedan disfrutar a plenitud de la naturaleza que brindan?
5. ¿En las comunidades están disponibles en recibir un diseño de que cambie sus métodos tradicionales de guianzas?
6. ¿Qué tan importante le parece contar con un guía que explique las tradiciones, costumbres e historia del lugar, con el fin de profundizar en el aprendizaje de la cultura de la comunidad visitada



Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



SENESCYT
Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Mantilla González, María Alejandra**, con C.C: # **1600413643** y autora del trabajo de titulación: **Diseño de producto de turismo comunitario para el sector Chorreras, Cantón y Provincia de Pastaza**, previo a la obtención del título de **LICENCIADO/A EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, 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 titulación 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 SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, a los 25 del mes de febrero del año 2022

Mantilla González, María Alejandra

C.C: 1600413643



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TEMA Y SUBTEMA:	Diseño de producto de turismo comunitario para el sector Chorreras, Cantón y Provincia de Pastaza.		
AUTORA	Mantilla González, María Alejandra		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	Ramos Guachilema, Inés Timotea		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Empresariales		
CARRERA:	Carrera de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras		
TÍTULO OBTENIDO:	Licenciada en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	25 de febrero del 2022	No. DE PÁGINAS:	75
ÁREAS TEMÁTICAS:	Responsabilidad social; Economía y relaciones Laborales Turismo Consciente		
PALABRAS CLAVE/ KEYWORDS:	<i>Turismo Comunitario, Gastronomía, Cultura, Reserva, Turistas</i>		
RESUMEN/ABSTRACT:	<p>El presente trabajo se realizó en la Comunidad Chorreras, parroquia Veracruz en la provincia de Pastaza, su objetivo principal es diseñar un producto de turismo comunitario mediante un diagnóstico del sistema turístico comunitario, desarrollar una investigación de mercado con el fin de determinar la demanda actual y potencial de la comunidad. La metodología empleada para la investigación está encaminada a la revisión de la información para establecer las variables independientes y dependientes con las cuales se estructuraron las preguntas de las encuestas y entrevistas, con sus debidos cuestionarios para el levantamiento de información primaria. Se trabajó con una población de 211 moradores. En términos de resultados se tiene que la Comunidad Chorreras, puede ofertar servicios de turismo como; alojamiento, avistamiento de aves, visitas guiadas a ríos y cascadas, paseo en canoas. Con el diseño de producto de turismo comunitario se crearán políticas de organización dentro de la comunidad, imagen corporativa y administración financiera para el control y manejo de los ingresos y egresos, lo que permite integrar toda la gestión turística de la comunidad. Además, se crearán rutas de acceso y convenios con el transporte público para el acceso de turistas. Este producto de Turismo Comunitario fortalecerá la actividad turística y el desarrollo sostenible de la Reserva Vida Natural. Este trabajo es un proyecto de investigación para promover las políticas turísticas a nivel provincial. En conclusión, los habitantes se encontrarán capacitados en temas generales para la atención a los turistas en la presentación de productos, así el proyecto se podría desarrollar con eficiencia.</p>		
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: +593-4 990359152	E-mail: maria_9mg@hotmail.com	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN	Nombre: Knezevich Pilay Teresa Susana		
	Teléfono: +593-4-2206950 ext. 5049		
	E-mail: teresa.knezevich@cu.ucsg.edu.ec		
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA			
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):			
Nº. DE CLASIFICACIÓN:			
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):			