

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

DECLARACIÓN y AUTORIZACIÓN

Yo, **CARLOS MANUEL SALINAS APONTE** C.I. **1714680095** autor del trabajo de graduación intitulado: **“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN PRODUCTO TURÍSTICO COMUNITARIO SOSTENIBLE EN TERRITORIO INDÍGENA DE LA NACIONALIDAD ACHUAR DEL ECUADOR (NAE) DE LA PROVINCIA DE PASTAZA”**, previa a la obtención del grado académico de **LICENCIADO EN ECOTURISMO Y GUÍA DE TURISMO NACIONAL** en la Facultad de **Ciencias Humanas**:

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

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

Quito, Mayo de 2015



Carlos Manuel Salinas Aponte

C.I. 1714680095

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS
ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO**

Quito, 30 de Abril de 2015

Yo, Mgtr. Katalina Almeida Ferri, directora de esta disertación, certifico que el Sr. Carlos Manuel Salinas Aponte con CI 1714680095 ha realizado con mi dirección este trabajo titulado "PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN PRODUCTO TURÍSTICO COMUNITARIO SOSTENIBLE EN TERRITORIO INDÍGENA DE LA NACIONALIDAD ACHUAR DEL ECUADOR (NAE) DE LA PROVINCIA DE PASTAZA" de conformidad con las disposiciones del Reglamento de Grados de la PUCE. Autorizo la presentación del informe debidamente revisado y encuadernado para la calificación respectiva.


Mgtr. Katalina Almeida Ferri.
CI 1707293120

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS
ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO
CARRERA DE ECOTURISMO**

**Disertación de Grado previa la obtención del Título de Licenciado en Turismo con
mención en Ecoturismo**

**PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN PRODUCTO TURÍSTICO
COMUNITARIO SOSTENIBLE EN TERRITORIO INDÍGENA DE LA
NACIONALIDAD ACHUAR DEL ECUADOR (NAE) DE LA PROVINCIA DE
PASTAZA**

**Carlos Manuel Salinas Aponte
(DIRECTORA: Mgtr. Katalina Almeida Ferri)**

Quito, 2015

DEDICATORIA

A mi madre, a mi padre. Ellos me lo han dado todo.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco al tiempo por la oportunidad de vivirlo.

A mi familia por su amor, sus virtudes y constancia.

A todos los maestros quienes me enseñaron el camino.

A mis amigos y a mis compañeros por su bondad y confianza.

Gracias por creer siempre en mí.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CAPÍTULO I.....	1
1. INTRODUCCIÓN.....	1
1.1. JUSTIFICACIÓN.....	2
1.2. PLANTEAMIENTO Y DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA.....	3
1.3. OBJETIVOS.....	5
1.3.1. Objetivo General.....	5
1.3.2. Objetivos Específicos.....	5
1.4. MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL.....	5
1.5. ANTECEDENTES O MARCO REFERENCIAL.....	21
1.6. HIPÓTESIS.....	22
1.7. VARIABLES E INDICADORES.....	22
1.8. PROCEDIMIENTO-MARCO METODOLÓGICO.....	23
CAPÍTULO II.....	24
2. Descripción de la Zona de Estudio.....	24
2.1. Caracterización Ecológica-Ambiental.....	24
2.1.1. Preámbulo.....	24
2.1.2. Clima.....	25
2.1.3. Geomorfología.....	25
2.1.4. Formación Vegetal.....	26
2.2. Caracterización Socio-Cultural.....	28

2.2.1. Ubicación y Jurisdicción Territorial	28
2.2.2 Demografía	29
2.2.3. Identidad Cultural	30
2.2.4. Educación	35
2.2.5 Salud y Atención Médica	36
2.2.6 Servicios Básicos	39
2.2.7 Seguridad Alimentaria y Nutrición.....	40
2.3. Descripción y Análisis de Recursos Turísticos	41
2.3.1 Descripción Recursos Turísticos Zona 1 Kapawari - Pukuam.	42
2.3.2. Descripción Recursos Turísticos Zona 2 Tsunkintsa – Sawastian	49
2.4 Análisis FODA	59
2.4.1 Análisis FODA de la Zona de estudio del Territorio de la Nacionalidad Achuar del Ecuador	60
CAPÍTULO III	65
3. Modalidades Turísticas para la zona de estudio en territorio Achuar	65
3.1. Turismo Comunitario	65
3.2. Ecoturismo – Turismo de Naturaleza.	65
3.3. Turismo Científico – Antropológico.	66
3.4. Programas de Voluntariado y Pasantías.	66
3.5 Alternativas de Oferta Complementaria.	66
3.5.1 Actividades Relacionadas con los Recursos Turísticos Naturales y Culturales de la zona 1: Kapawari – Pukuam.	66
3.5.2 Actividades Relacionadas con los Recursos Turísticos Naturales y Culturales de la zona 2: Tsunkintsa – Sawastian.	74

CAPÍTULO IV	85
4. ESTUDIO DEL MERCADO.	85
4.1. La Oferta.....	86
4.1.1. Oferta Turística Competidora en la Amazonía del Ecuador de Ecoturismo y Turismo Comunitario.	87
4.1.2. Análisis de la Oferta Competidora.	98
4.2. DEMANDA.....	103
4.2.1. Introducción del Estudio de Demanda Turística	104
4.3. Evaluación de la Competencia.	120
4.4. Demanda Insatisfecha.....	122
CAPÍTULO V	124
5. FACTIBILIDAD ECONÓMICA FINANCIERA.....	124
5.1. Costos de Inversión del Proyecto en Infraestructura.	124
5.1.1. Extensión Pista de Aterrizaje.....	124
5.1.2. Construcción y Montaje de Infraestructura Turística Básica.	125
5.2. Cotización de Recursos.	126
5.2.1. Costos de Capacitación, Legalización de Funcionamiento y Publicidad.	126
5.2.2. Costos Vehículos y Equipo.	127
5.2.3. Costo de Materiales para Operación Turística.	127
5.2.4. Costos Recursos Humanos.	129
5.2.5. Resumen de Costos por Categoría.....	129
5.3. COSTOS POR PRODUCTO/PAQUETE TURÍSTICO.	130

5.3.1. Costos Paquete 3 Días/4 Noches.	130
5.3.2. Costos Paquete 4 Noches/5 Días.	131
5.4. Evaluación Económica – Financiera.	132
5.4.1. Punto de Equilibrio.....	132
5.4.2. Cálculo Punto de Equilibrio Paquete 4 Noches/ 5 Días.	132
5.4.3. Cálculo Punto de Equilibrio Paquete 3 Noches /4 Días.	133
5.5. Financiamiento de la Inversión Inicial.	133
5.6. Alternativas Económicas – Financieras.....	137
5.6.1. Escenario 1. Crecimiento en ventas desde el segundo año de operación en 8,9%. (Anexo 87).....	137
5.6.2. Escenario 2. Agotar la Capacidad Instalada en 10 años. (Anexo 88).....	137
5.6.3. Escenario 3. Agotar la Capacidad Instalada en 5 años. (Anexo 89).....	138
5.6.4. Escenario 4. Incremento del Tamaño del Grupo. (Anexo 90).....	138
5.6.5. Flujo de Ingresos y Egresos Acumulados y Capacidad Ocupada.	139
5.7. Financiamiento de la Inversión Inicial Completa.....	140
CAPITULO VI.....	144
6. Propuesta de Producto Turístico para el Territorio de la Nacionalidad Achuar del Ecuador.....	144
6.1. Componentes del Producto Turístico Achuar.....	144
6.2. Clasificación del Producto Turístico Achuar por Tipos de Producto/Paquete. ..	146
6.4. Diseño de Productos/Paquetes de Turismo Comunitario para las Zonas de Estudio de la Nacionalidad Achuar del Ecuador.	146
6.5. Matriz de Crecimiento – Participación (BCG).....	155

6.6. Segmentación del Producto Turístico desarrollado para las Comunidades de la Nacionalidad Achuar del Ecuador según los lineamientos del PLANDETUR 2020.	158
6.7. Canales de Distribución para la Propuesta de Producto Turístico Achuar.....	158
CAPÍTULO VII.....	161
7. Conclusiones y Recomendaciones.....	161
7.1. Conclusiones.....	161
7.2. Recomendaciones	162
BIBLIOGRAFÍA	164
ANEXOS.....	167

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Variables e Indicadores	22
Tabla 2. Enfermedades comunes, causa y curación tradicional	38
Tabla 3. Ponderación de Criterios para Análisis de Recursos.....	42
Tabla 4. Valoración para la Comunidad Achuar de Kapawari.....	43
Tabla 5. Valoración Lago Pitiur	43
Tabla 6. Valoración Cascada Tuna.....	44
Tabla 7. Valoración Río Kapawari	45
Tabla 8. Valoración Lugar de Cacería.....	45
Tabla 9. Valoración Elementos Culturales	46
Tabla 10. Valoración Comunidad Pukuam	46
Tabla 11. Valoración Lugar de Cacería Pukuam.....	47
Tabla 12. Resumen de la Valoración de Inventario para la zona 1: Kapawari – Pukuam. .	48
Tabla 13. Resumen de Porcentajes Zona 1	48

Tabla 14. Ranking Zona 1	49
Tabla 15. Valoración Comunidad Tsunkintsa	50
Tabla 16. Valoración Cascada Tuna (Tsunkintsa).....	50
Tabla 17. Valoración Fosa Machin.....	51
Tabla 18. Valoración Río Wasaga (Tsunkintsa).....	52
Tabla 19. Valoración Comunidad Saum	52
Tabla 20. Valoración Bosque Saum – Tsunkintsa.....	53
Tabla 21. Valoración Cascada Yaguan.....	53
Tabla 22. Valoración Barranco Saum.....	54
Tabla 23. Valoración Comunidad Sawastian	55
Tabla 24. Valoración Río Wasaga (Sawastian).....	55
Tabla 25. Valoración Comunidad Waruints	56
Tabla 26. Valoración Comunidad Yamaran	57
Tabla 27. Resumen de la Valoración de Inventario para la zona 2: Tsunkintsa – Sawastian	57
Tabla 28. Resumen de Porcentajes Zona 2.....	58
Tabla 29. Ranking Zona 2	58
Tabla 30. Análisis FODA de la Zona de estudio.....	60
Tabla 31. Actividades Recurso # 1: Comunidad de Kapawari.....	67
Tabla 32. Actividades Recurso # 2: Lago Pitiur.....	68
Tabla 33. Actividades Recurso # 3: Cascada Tuna (Kapawari)	69
Tabla 34. Actividades Recurso # 4: Río Kapawari	70
Tabla 35. Actividades Recurso # 5: Lugar de Cacería (Kapawari).....	70
Tabla 36. Actividades Recurso # 6: Comunidad de Pukuam	72
Tabla 37. Actividades Recurso # 7: Lugar de Cacería (Pukuam)	73

Tabla 38. Actividades Recurso # 1: Comunidad de Sawastian	74
Tabla 39. Actividades Recurso # 2 Bosque de Sawastian	75
Tabla 40. Actividad Recurso # 3 Río Wasaga.....	76
Tabla 41. Actividad # 4 Río Wasaga Sawastian – Tsunkintsa	77
Tabla 42. Actividades Recurso # 5 Comunidad de Tsunkintsa.....	78
Tabla 43. Actividad # 6 Cascada Tuna (zona 2).....	79
Tabla 44. Actividades Recurso # 7: Fosa Machín	80
Tabla 45. Actividades Recurso # 8 Comunidad Saum	81
Tabla 46. Actividad # 9 Cascada Yaguan.....	82
Tabla 47. Actividad Recurso # 10 Barranco Saum	83
Tabla 48. Tarifas Liana Lodge	92
Tabla 49. Tarifas Tapir Lodge.....	94
Tabla 50. Tarifas Yacuma Lodge	96
Tabla 51. Butterfly Lodge/Cabañas Aliñahui.....	98
Tabla 52. Número de Encuestas realizadas según lugar.....	109
Tabla 53. Nivel de Noción relacionado con Productos de Turismo Comunitario.....	111
Tabla 54. Resumen de procesamiento de los Casos	113
Tabla 55. Costo Excluido Transporte desde Quito.....	120
Tabla 56. Capacidad, Paquetes y Tarifas de la competencia.....	121
Tabla 57. Costos de Extensión de Pista con maquinaria propia.....	124
Tabla 58. Costos de Extensión de Pista con maquinaria alquilada	125
Tabla 59. Costos Construcción de Paraderos Turísticos	125
Tabla 60. Costos Infraestructura Física Básica	126
Tabla 61. Costos de Capacitación, Legalización de Funcionamiento y Publicidad	126

Tabla 62. Costos Vehículos y Equipo	127
Tabla 63. Costo de Materiales para Operación Turística	127
Tabla 64. Costos Recursos Humanos	129
Tabla 65. Resumen de Costos por Categoría.....	129
Tabla 66. Costos Paquete 3 noches/4 días	130
Tabla 67. Costos Paquete 4 noches/ 5 días	131
Tabla 68. Costos Fijos y Variables	132
Tabla 69. Punto de Equilibrio (Paquete 4noches/5 Días).....	132
Tabla 70. Punto de Equilibrio (Paquete 3noches/4 Días).....	133
Tabla 71. Matriz de Crecimiento – Participación en el mercado del Producto Achuar	157

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Sistemas Ecológicos del Ecuador.....	27
Figura 2. Valoración de la Competencia	121
Figura 3. Cálculo Demanda Insatisfecha	122
Figura 4. Relación de Turistas, Demanda y Oferta	122
Figura 5. Cálculo de Intereses para la Inversión Inicial	136
Figura 6. Pagos Anuales por Financiamiento.....	136
Figura 7. Comportamiento del Financiamiento para Inversión Inicial.....	136
Figura 8. Flujo de Ingresos y Egresos Acumulados y Capacidad Ocupada	139
Figura 9. Flujo de Ingresos y Egresos Acumulados	139
Figura 10. Cálculo de Interés para Inversión Inicial Completa.....	142
Figura 11. Pagos Anuales por Financiamiento de Inversión Inicial.....	142
Figura 12. Comportamiento del Financiamiento para Inversión Inicial Completa	143

CAPÍTULO I

1. INTRODUCCIÓN

La presente disertación de Tesis, fue elaborada a partir del Convenio de Cooperación entre la Nacionalidad Achuar del Ecuador (NAE) y la Escuela de Hotelería y Turismo de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, el Convenio inició sus actividades en el mes de Abril del año 2008 y finalizó en Diciembre del mismo año. De la misma manera, este estudio es considerado como el Componente Turístico del convenio: “Conservación de la Biodiversidad en Territorios Indígenas de la Cuenca Baja del Río Pastaza”, dirigidos por la Fundación Ecuatoriana de Estudios Ecológicos y el Centro de Estudios Ambientales en América Latina de la Universidad de Texas.

Este convenio tuvo como objetivo realizar diversos estudios para dos zonas pertenecientes a la NAE: ZONA 1 KAPAWAR/PUKUAM y ZONA 2 TSUNKINTSA / SAWASTIAN para el desarrollo de un “Diagnóstico de Potencialidades Turísticas” de las áreas en cuestión. Este trabajo se desarrolló con el fin de conocer si las actividades turísticas pueden ser una alternativa de subsistencia para las comunidades en cuestión y a la vez para promover la protección de los recursos naturales y culturales de la Nacionalidad Achuar del Ecuador.

Este componente se dividió en cuatro fases: Inventario y Calificación de Recursos Turísticos, Sondeo de Mercado, Factibilidad Económica y Financiera y la propuesta del Diseño de uno o varios Productos de Turismo Comunitario potencialmente ejecutables en el área de estudio.

El equipo de trabajo que cooperó en este proyecto fueron:

Coordinador del Proyecto e Investigador Principal: Mgtr. Katalina Almeida.

Investigadores: Lic. Luis Ponce, Lic. Alejandro Terán.

Estudio de Factibilidad Económica y Financiera: Ing. Jaime Carrasco

Becarios: Sr. Carlos Salinas, Lic. Diego Núñez.

La información y los datos que contiene esta disertación fueron obtenidos a través del estudio realizado en el ya mencionado convenio, respetando la propiedad intelectual de los involucrados en cuestión.

1. 1 Justificación

La necesidad de adoptar maneras alternativas de desarrollo en las comunidades del Ecuador, sobre todo en aquellas que se ven desprovistas de sistemas económicos adecuados que les permita optimizar su calidad de vida, sugiere métodos que puedan ser llevados a cabo por los integrantes que componen dicho sector, una de estas alternativas es el turismo comunitario.

A nivel general se han adoptado nuevas formas de pensamiento como es la conservación del medio ambiente y la sostenibilidad, que permite a las familias aumentar su nivel de ingresos sin impactar de manera severa al medio en donde se desenvuelven sus actividades cotidianas. Así, el turismo comunitario es una herramienta adecuada para promover e implementar esta innovadora modalidad económica.

Muchas nacionalidades indígenas ecuatorianas, sobre todo las comunidades amazónicas, se han visto envueltas progresivamente en el deseo de participar activamente en lo que a turismo se refiere, muchas veces con la desventaja de no contar con la experiencia y/o los medios necesarios para poder arrancar con dichas actividades; pero el potencial turístico natural y cultural, refiriéndonos al potencial existente en la zona a trabajar, permitiría que la misma se proyecte en un camino de desarrollo alternativo de conservación y autenticación de sus recursos naturales y ancestro-culturales, para el mejoramiento de su calidad de vida y para el reconocimiento a nivel nacional e incluso internacional, tanto de sus valores naturales como de sus valores culturales. La Nacionalidad Achuar del Ecuador, por propia iniciativa entre sus comunidades y dirigentes, ha sentido el deseo de participar en esa alternativa de desarrollo y es una de las razones primordiales que justifican el impulso de esta tesis.

Son por estos motivos que la creación de un producto turístico, y basado en la sostenibilidad, es una manera eficiente de desarrollo económico enfocado a logros financieros dentro de la comunidad; además de ser una actividad que beneficia y aporta a la conservación del medio ambiente y a la concientización de los habitantes del lugar y sus visitantes.

1.2 Planteamiento y delimitación del problema

La existencia de varias etnias autóctonas y únicas en el mundo, acentuadas en territorio ecuatoriano, nos lleva a reflexionar en una forma de conservar tanto su cultura, como su originalidad y su trascendencia histórica. A partir de este pensamiento, se debe tener muy claro que es necesario adoptar las estrategias adecuadas y necesarias para la implementación de programas o proyectos que nos permitan cumplir ciertos parámetros acordes a la situación de las comunidades y a su potencial progreso.

El Territorio de la Nacionalidad Achuar del Ecuador: NAE (Anexo 1: Mapa del Territorio de la NAE), goza de una importante conservación biológica y cultural ya que no se ha visto colonizada y contaminada (o en menor grado) por actividades industriales o extractivas, permaneciendo como un tesoro de la conservación, resaltando la megadiversidad biológica, la variedad en aspectos de índole geográfica, además de su riqueza cultural y tradicional; gracias a estos recursos las organizaciones correspondientes al territorio Achuar se han visto comprometidas a emprender varios proyectos que ayuden a dicha conservación (Fundación Pachamama, 2007).

“La NAE representa a los aproximadamente 6.000 indígenas Achuar que viven en los territorios de la cuenca alta del Río Pastaza, en las provincias ecuatorianas de *Pastaza* y *Morona Santiago*. Existen también indígenas Achuar viviendo en la parte peruana de su territorio, pero ellos tienen su propia organización que los representa. En la parte ecuatoriana del territorio Achuar existen actualmente (año 2007) un total de 64 comunidades, también llamadas *centros*. Estas comunidades se agrupan en *asociaciones*, o grupos de comunidades. Al momento (año 2007) existen en el territorio Achuar ecuatoriano 10 asociaciones”. (NAE, 2007).

En los últimos años esta comunidad se ha consolidado como una nacionalidad indígena del Ecuador y que tras varios tipos de asociaciones, en el 2005 finalmente la NAE fue reconocida por la “CONDENPE” (Consejo de Desarrollo de las Nacionalidades y Pueblos del Ecuador) como “Nacionalidad Indígena” gozando de los derechos establecidos por el gobierno ecuatoriano sobre nacionalidades indígenas (CONDENPE, 2007).

Los problemas más frecuentes que afectan a la nacionalidad Achuar es la presión a la que se ven enfrentadas por parte de organizaciones petroleras o madereras, cuya actividad concluiría en la devastación de su medio ambiente y por lo tanto la posible desaparición de su integridad como nacionalidad. Es por eso que actualmente se busca los mecanismos legales para detener dichas actividades y conservar el medio donde se desarrolla su vida cotidiana. Además existen alianzas entre las comunidades de la nacionalidad Achuar (NAE, FINAE) y nacionalidad Shuar (FICSH, FIPSE) que son los encargados de manejar diversos asuntos relacionados a la protección y defensa de sus territorios ancestrales, sobre todo, cuando empresas de índole mencionadas anteriormente quieren aprovechar estos territorios para la extracción de sus recursos naturales (NAE, 2007).

La NAE, que se autodefine como “una entidad autosuficiente y sin fines de lucro, fundada para fortalecer la identidad, el idioma, las costumbres, la cosmovisión y las leyes propias de los indígenas de la etnia Achuar en Ecuador”, es la encargada de llevar a cabo diversos proyectos para su comunidad como: Aerolíneas al servicio de sus habitantes, una emisora de radio, el complejo turístico Kapawi; y proyectos que aún se están ejecutando como: Protección y Conservación de la biodiversidad en territorios indígenas de la cuenca baja del río Pastaza, Titularización del territorio Achuar, Protección de la selva tropical Pastaza-Morona Santiago. Además de estos proyectos, la NAE se ha propuesto firmar un convenio con diferentes organizaciones entre ellas la Pontificia Universidad Católica del Ecuador para la evaluación, inventariado y creación de un “Producto Turístico” que vincule sus atractivos naturales y culturales enfocados a la Auto sostenibilidad y al Turismo Comunitario y que puedan ser ejecutados posteriormente por actores sociales pertenecientes a la nacionalidad Achuar del Ecuador (NAE, 2007).

Dadas estas premisas, ¿Es realmente posible proponer la creación de un producto turístico de la Nacionalidad Achuar, que se establezca bajo normas sostenibles y que mejore la calidad de vida de sus habitantes?, ¿Existe el potencial natural y cultural para la creación de un producto enfocado en el turismo de naturaleza y turismo comunitario?

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo General

Elaborar una propuesta de Producto Turístico Comunitario que se sustente en los principios, valores y cultura Achuar y que estribe en fundamentos de “sostenibilidad, autogestión y conservación”.

1.3.2 Objetivos Específicos

- Analizar los recursos turísticos de la zona que fueron previamente inventariados.
- Definir las modalidades turísticas del sector en estudio, así como las actividades turísticas potencialmente ejecutables en cada recurso turístico.
- Analizar Sondeos de Mercado: Oferta, Demanda, Canales de Distribución, Segmentación de Mercado.
- Analizar las variables del Estudio Económico – Financiero.
- Integrar los Recursos Turísticos Naturales y Culturales de forma que se puedan enfocar como un Producto Turístico para la zona en cuestión.

1.4 Marco Teórico y Conceptual

Para la creación de un producto turístico, debemos delimitar las ciencias y teorías a las cuales esta obligadamente subordinado, así pues, empezaremos por las ramas superiores que se subdividen concatenadas entre sí, hasta llegar a nuestro objeto de estudio, las cuales mencionadas brevemente son: **La Administración**, de la cual nace la **Teoría de la Economía**, de la misma que, la **Disciplina del Marketing** (en el caso que nos concierne al Marketing Turístico) es uno de los elementos primordiales utilizados, para el enfoque hacia la **Creación de Productos**. Ahora bien lo que compete a la realización de esta tesis es “la creación de un producto turístico sostenible”, entonces no se debe dejar de lado la **Teoría del Turismo** que a la vez abarca temas como el **Ecoturismo**, **Turismo Sostenible** y **Turismo Comunitario**, finalmente se hará mención a la clasificación de un producto turístico según su estructura, componentes o contenido y según el público al cual va dirigido.

Thompson desde su enfoque despliega que **la Administración**, es “el proceso de planificar, organizar, dirigir y controlar el uso de los recursos y las actividades de trabajo con el propósito de lograr los objetivos y metas de la organización de manera

eficiente y eficaz”, a la vez concluye entonces, que, administrar cualquier tipo de empresa u organización, es proyectarse hacia el cumplimiento de objetivos claros y concretos anticipándose premeditadamente a ellos mediante la utilización correcta y eficaz de los recursos y esfuerzos, así como la ejecución de las actividades planificadas para alcanzar los objetivos establecidos (Thompson, 2008).

Dada esta premisa que por sí misma contiene a la teoría económica, lo que sigue es el acercamiento al enfoque de la misma.

Según Samuelson y Nordhaus la **Economía** comprende las formas de administrar los recursos y bienes escasos de una sociedad para promover diversos productos y mercancías que posteriormente serán utilizados por los individuos para satisfacer sus necesidades; por otra parte, Simón Andrade desde su punto de vista, afirma que la economía se enfoca a “la recta y prudente administración de los bienes y recursos”; añade Gregory Mankiw que además la economía es el proceso en el cual el hombre gestiona sus recursos. Dadas estas deducciones Thompson concluye que existen dos acercamientos hacia la comprensión de la teoría económica; el primero se refiere a “la recta y prudente administración de los recursos escasos de una sociedad, familia o individuo para la satisfacción de sus necesidades materiales”; el segundo se relaciona a:

“la manera o modo en que la sociedad gestiona sus recursos escasos para satisfacer las necesidades materiales de sus miembros y la transformación de los recursos naturales en productos y servicios finales que son distribuidos y/o usados por los individuos que conforman la sociedad. Además, la economía explica el cómo los individuos y organizaciones logran sus ingresos y como los invierten” (Thompson, 2008).

Ahora bien, concernientes en la creación de un producto turístico no se puede visualizar correctamente el objeto de estudio sin un acercamiento preliminar de la relación del Marketing para la creación de productos.

Figuerola, caracteriza desde un enfoque subjetivo que el **Marketing Turístico** se refiere a la materialización del consumo de un producto o servicio, en donde, estas interrelaciones económicas no ocurrirían sin la existencia del turista, cuya razón para optar por las diversas actividades turísticas es la relajación, disfrute o la satisfacción

por participar en manifestaciones recreativas, de esta forma el turismo nace como una alternativa para ocupar ese deseo de viajar, conocer o recrearse ante lo inusual o desconocido, a la vez se crean diversas barreras como elementos limitantes, que surgen por diversos temores, condicionamientos materiales y sociales, dificultades de orden laboral o institucional y que afectan la actividad del turismo y que modifican la actitud del turista, mencionando solo algunos están, por ejemplo, la existencia de prejuicios triviales o supersticiones; equilibrio político y social; el grado de libertad individual; el impacto de los medios de comunicación; el nivel económico; el desarrollo tecnológico entre muchos otros. Se afirma que el turismo tiene un impacto positivo sobre el individuo y que es un ejercicio agradable y reconfortante, no obstante no deja de ser una actividad a la cual no se pueda acceder tan “fácilmente” debido a las múltiples limitaciones en las que se halla el común de las personas, sin embargo, el individuo como “turista potencial” estará dispuesto a sacrificar bienes, tiempo y dinero por ver realizadas sus aspiraciones y deseos mediante la práctica del turismo.(Figuerola, 1990, 37-39).

Dada esta condición, el marketing a nivel turismo es la herramienta para acercar el producto existente o potencial hacia el mercado disponible a través de una serie de métodos y técnicas adecuadas al cumplimiento de los objetivos institucionales y comerciales en los cuales la empresa u organización basan sus esfuerzos (Figuerola, 1990); o visto desde la perspectiva de Serra a nivel de un análisis más general de marketing:

“El marketing es, pues, tanto una filosofía como una técnica. Es, por una parte, una forma de pensar y entender la relación de intercambio de la empresa con sus mercados que debe extenderse a todo el personal y actividades de la empresa y generar valores y actitudes positivas hacia el cliente. Es, por otra parte, un conjunto de instrumentos y técnicas (que pueden llegar a elevados niveles de sofisticación) que permiten ejecutar aquellas acciones que nos conduzcan a la consecución de los objetivos comerciales que la dirección de la empresa se ha fijado” (Serra, 2003, 37).

Figuerola puntualiza la utilización de técnicas de marketing en turismo para cubrir con los siguientes objetivos los cuales serían imprescindibles en la elaboración de un plan

general de marketing, la empresa lograría optimizar sus recursos para la obtención de grandes beneficios y logros, a continuación:

- Eliminar sorpresas desagradables, riesgos inútiles y fracasos absurdos, generar confianza empresarial. Ofrecer seguridad de que se va por el camino correcto, aplicando los medios y factores más eficaces.
- Determinar una política empresarial coherente con las circunstancias y diseñada no solo para un plazo corto, sino para épocas más lejanas.
- Impedir políticas de inversión y de financiaciones irracionales o improvisadas.
- Conseguir fijar objetivos previos, alcanzables periódicamente en el tiempo y detectar las causas de posibles desviaciones.
- Incrementar los rendimientos del mercado, a los excedentes netos de la explotación turística (Figuerola, 1990, 136).

En la guía para la estructuración de Productos de la Master Ana García Pando, se da un acercamiento a la conceptualización de un “**Producto/Paquete**” afirmando que el mismo es: un elemento tangible, es decir, la agrupación de uno o un conjunto de patrimonios transformados en recursos a los que se añade una oferta de servicios básicos y/o complementarios y que se presenta a la demanda con un precio definido y con una forma de adquirirlos. (García Pando, 2006).

A continuación se resumen dichas características sugeridas por Ana Pando necesarios para identificar y crear dicho Producto Turístico:

Producto Turístico

El empaquetado de la oferta turística de un área de estudio, figura la creación de productos innovadores que aún no existan en el mercado y que generalmente deben cumplir con las características siguientes:

- Combinación de Servicios Turísticos
- Venta de Forma Conjunta
- A precio global
- Nueva forma de “envasado” y presentación de un producto al mercado.

Muchas razones pueden existir para crear nuevos productos según la oferta turística de un área, pero las razones más frecuentes son:

- Captar nuevos mercados
- Captar nuevos segmentos de demanda
- Servir de recordatorio sobre la zona o el recurso para la demanda que ya lo conoce.
- Diversificar la oferta turística actual.
- Generar repetición de visitas de clientes habituales con propuestas novedosas sobre los mismos recursos.

El empaquetado genera en el potencial comprador, una percepción de abundancia y variedad, así el destino se presenta como una opción atractiva al presentarlo como una propuesta activa en vez de pasiva.

Las ventajas del empaquetado además influyen sobre una zona en general y sobre las empresas relacionadas en particular al facilitar:

- Colaboración entre varias empresas
- Refuerza y mejora la imagen del destino
- Da a conocer servicios, actividades, lugares menos conocidos
- Ayuda a incrementar los ingresos en temporada baja
- Despierta el interés del público
- Estímulo para los mercados de proximidad
- Sirve como soporte para una campaña.

La cooperación entre las empresas es fundamental al empaquetar un producto, hay que tener claridad en las reglas así como la voluntad de cumplirlas, ya que se adquiere un compromiso colectivo con el cliente, sea esta una operadora o consumidor final. Las dificultades que se presentan al empaquetar un destino pueden ser que:

- Requiere un esfuerzo organizativo
- Exige un diseño cuidadoso y bien estudiado
- Supone un coste: Diseño y Promoción

- Implica tareas y actuaciones de promoción para el lanzamiento del producto
- Exige el cumplimiento de todas las actuaciones con el nivel de calidad y servicios comprometido
- Requiere responsabilidad, cumplimiento de acuerdos y profesionalidad.

Clasificación por Tipos de Producto/Paquete

Las clasificaciones que se presentan a continuación no son estrictas ni excluyentes, son una herramienta que contempla los factores necesarios al momento de diseñar el producto y la relación entre sus componentes. Así tenemos que basando este estudio en la Guía para la estructuración de productos turísticos de la master Ana García Pando (2006) la clasificación que se puede dar a los productos es la siguiente:

Según su Estructura:

Se clasifican en cerrados, semicerrados, abiertos.

➤ **Cerrados**

Se trata de la forma tradicional de crear productos, se reúne un grupo de turistas y se maneja de forma conjunta, permite prever los servicios y necesidades, etc. Esto significa que todos los cronogramas, actividades, número de turistas, servicios, duración de actividades, alimentación, tiempo libre, ida y regreso del viaje están contemplados con anterioridad. Esta forma clásica del turismo cuenta con una organización responsable y a cargo de todo el paquete.

Para turistas que optan por organizar el viaje por su cuenta este tipo de producto no resulta muy atractivo a menos que se ofrezca un valor muy claro y de gran significancia, algo que ciertamente no podría experimentar si realiza la visita por su cuenta.

Por otro lado, los paquetes cerrados resultan muy atractivos y ventajosos para las personas que cuentan con poco tiempo y que requieren o desean experimentar lo más representativo en pocos días o para organizar visitas en grupo que de manera individual resultarían muy costosas.

➤ **Semicerrados**

Los productos semicerrados se caracterizan por incluir algunos servicios pero otros no. Este tipo de paquetes está pensado para estancias en lugares donde el visitante tiene gran variedad de opciones de actividades o servicios de las cuales poder elegir según su criterio o conveniencia. Se hace el esfuerzo por atraer estancias pero el turista no se ve obligado a consumir los servicios, sino que se incluyen con un precio ventajoso una o dos actividades y se presenta el amplio abanico de oferta que se puede elegir en el destino.

Este tipo de producto sirve para crear fidelidad y repetición en visitantes de proximidad siempre y cuando, el destino tenga variadas ofertas y atractivos.

➤ **Abiertos**

Este tipo de productos es propio de destinos altamente desarrollados con gran variedad y diversidad de oferta, con gran nivel de profesionalismo y con flujo de visitas continuos y con un determinado nivel y estructura de gastos. Y lo que representa es que el cliente va consumiendo servicios a su voluntad.

Según Componente o Contenido:

Se clasifican en Combinados y Temáticos.

➤ **Combinados**

Aparte de los servicios básicos combinan diferentes actividades. Estas actividades deben ser compatibles con el tipo de público, que estén distribuidas de acuerdo a requerimientos de tiempo, de participación, de organización, de esfuerzo físico, de condiciones atmosféricas, etc. Es muy importante no sobrecargar el paquete con demasiadas actividades que hagan que el turista pase su visita ocupado en recorrer cada sitio sin tiempo para disfrutar la visita o que no se pueda cumplir la agenda.

Este tipo de productos, transmiten una sensación de seguridad en el visitante, además ofrece variedad sobretodo en lugares poco conocidos, así el visitante de proximidad tiene la seguridad que no se va a pasar el día buscando los lugares y que va a disfrutar de diversas actividades durante su estancia.

Para este tipo de productos, el inventario es necesario para identificar toda la gama de actividades posibles en el área e incluso se puede definir actividades según la época del año, lo que puede inducir repetición.

➤ **Temáticos**

Significa que las actividades a realizarse están basadas en un tema. Es una forma muy sofisticada de turismo ya que se necesita de un “hilo conductor” que relacione todas las actividades, o la mayoría de ellas, para crear un ambiente acorde al tema del producto de una manera creativa y amena y que sirva para instruir al turista.

Para la creación de un producto turístico temático se necesita contemplar una serie de reglas básicas:

- El tema debe ser atractivo, sencillo y de interés para el público en general. No se trata de banalizar la historia o sus personajes, la geología, el arte, etc. sino de presentarlos de forma que motive un desplazamiento por motivos de ocio. Un inventario bien elaborado puede servir de punto de partida para seleccionar los temas, así mismo, las fichas que se relacionan entre sí, sirven para encontrar algún hilo conductor.
- La tematización debe ser clara y fácilmente perceptible, las actividades deben estar relacionadas con el tema, es trabajar en la teatralización, la atmósfera, los accesorios, las comidas, el lugar de pernoctación, etc. En fin es crear la atmósfera necesaria para que el visitante se sienta transportado hacia el tema del producto.

Existen tres temas de tematización:

1. Tema circular, diferentes fases del mismo tema en diferentes períodos del año.
2. Tema general, un tema concreto y la misma ruta a lo largo de todo el año, las variaciones no tienen que ver con la época del año.

3. Tema Puntual, es tomar provecho de los acontecimientos, circunstancias o momentos puntuales para crear productos temáticos, por ejemplo la época de la cosecha del maíz, o bien, tematizar un determinado aspecto dentro de un producto temático.

Según Público:

Se dividen en Generales y Para Segmentos.

➤ **Generales**

Son los que van dirigidos hacia todo tipo de público, indiferenciado y no especializado. Las actividades que se ofrecen no deben tener exigencias de forma física, técnicas, etc. y si es el caso, se debe procurar advertirlo claramente en la publicidad.

➤ **Para Segmentos**

El segmento se refiere a cierto tipo de público que tiene características comunes entre sí, por ejemplo: edad, sexo, nivel económico, ocupación, aficiones, etc. Así el producto dirigido a segmentos se caracteriza por especializarse en áreas puntuales que puedan satisfacer las necesidades y cumplir con las expectativas de sus clientes. Las actividades cumplen con condiciones a las cuales el turista está adaptado con anterioridad, por ejemplo el tener conocimiento de aves para el Birdwatching o experiencia en buceo o andinismo, etc. incluso la alimentación puede ser adaptada según los requerimientos del visitante.

Josep Ejarque define 9 etapas en el proceso necesario para la **Creación de un Producto-Destino Turístico:**

Primera Etapa: Definición del Producto

Definir conceptualmente el producto, esto se refiere a que pueda ser aceptado, vendido e introducido en el mercado. El proceso es afín al que se realiza en el marketing de cualquier otro tipo de producto que pueda ser consumido. La definición de lo que se pretende vender puede tener dos fases. Primeramente se debe concretar la idea, convertirla de lo que en un inicio fue un concepto impreciso, en un concepto concreto, sin olvidar el tipo de público al que este dirigido. La segunda fase contempla el posicionamiento del producto dentro del mercado, esto se refiere a que tipo de segmento

o segmentos está dirigido el producto, entonces se tendrá que investigar y definir qué tipo de demandas o necesidades busca el consumidor ser satisfechas, en otras palabras es encontrar un mercado objetivo (Ejarque, 2005, 68).

Segunda Etapa: El análisis del mercado

En esta etapa es fundamental conocer que es lo que el cliente quiere, conocer sus exigencias y necesidades. Inevitablemente en esta etapa y debido a que existen diferentes grupos de clientes, se debe segmentar el mercado (Ejarque, 2005, 68). Roberto Boullón en su libro “Marketing Turístico” propone un método para segmentar el mercado, según el autor la segmentación se define como la división de la totalidad del mercado de acuerdo con sus manifestaciones más visibles como son: el nivel socioeconómico, la edad y el sexo y el lugar de residencia; aunque en el Turismo pueden extenderse hacia el tamaño y composición del grupo, el estilo de vida, razones motivacionales y comportamiento (Boullón, 2004, 54).

Consecutivamente se deberá analizar la competencia, cualquiera que sea el producto, ineludiblemente siempre existirá un competidor, y el producto nuevo deberá superar las expectativas del consumidor referente a otros productos que éste ya conoce, todos estos procesos nos permiten delimitar el valor real de venta del producto (Ejarque, 2005, 69).

Tercera Etapa: Análisis interno

Es estudiar los vínculos y situaciones internas presentes dentro de un destino, que obviamente influirán en el resultado del producto que se anhela crear. Los vínculos son ante todo los elementos ambientales y geográficos, la creación del producto debe ser coherente con los recursos existentes. También se debe tomar en cuenta los vínculos de carácter económico y social, como son la disponibilidad de medios y el entorno humano y cultural que caracteriza al territorio y que lo potencializa para transformarlo en oferta turística. Muy importantes son también, los vínculos de carácter político, las fuerzas políticas del territorio a menudo priman sobre los intereses del destino, en este sentido, hay que estar siempre atento a conseguir la correspondencia necesaria entre la estrategia

de dirección turística que se desea seguir para promoción de un área y la situación política vigente (Ejarque, 2005, 69).

Cuarta Etapa: El análisis de los elementos que constituyen el producto

Con las etapas anteriores se puede decir que nuestro producto obtenido es un producto en bruto, en esta etapa es el momento de diseccionar a nuestro producto, para esto se debe analizar todos y cada uno de los elementos que lo conforman. El objetivo es obtener una visión clara y concisa de los puntos fuertes y débiles del producto, de modo que se pueda enfatizar los primeros y se trate de corregir y mejorar las debilidades (Ejarque, 2005, 70).

Quinta Etapa: La definición de los objetivos

Cualquier proyecto resulta inútil si no se determina con claridad a dónde se pretende llegar y los objetivos que se fijan para un producto. Pero cuando hablamos de objetivos nos referimos a objetivos económicos y al número de turistas que se desea atraer hasta el destino, se necesita fijar el plazo de tiempo en que se pretende alcanzar dichos objetivos, desde el punto de vista de la gestión de destinos, el período mínimo que hay que contemplar es de tres años, que es el plazo medio que transcurre desde que se planifica un producto turístico hasta que se obtengan los primeros resultados, al mismo tiempo es el plazo necesario para poder evaluar los resultados y valorar la validez del producto (Ejarque, 2005, 70).

Sexta Etapa: El posicionamiento en el mercado

Es en este punto, cuando nos preguntamos si debemos lanzar un destino más al mercado o construir y crear un producto nuevo, la respuesta dependerá de si se quiere atraer un segmento nuevo de clientes, en cuyo caso se deberá crear un producto nuevo y diferente de lo que ya se conoce y existe; para que el turista elija un destino en lugar de otro resulta obvio que se den estas condiciones, pero sin embargo no es así ya que son muchos los productos, no solo turísticos, que se exhiben al mercado como una oferta

más y que ni siquiera intentan diferenciarse de la competencia y que en algunos casos logran tener éxito.

El “valor agregado” dentro de un destino, muchas veces es el factor determinante para el éxito de un producto, por ejemplo el concepto del *value of time* en donde el turista tiene la certeza de que obtiene mucho a cambio del poco tiempo empleado en el destino, y que puede satisfacer sus expectativas en función a su tiempo disponible. Otro concepto válido es el *value of Money*, es decir establecer una relación calidad/precio que el turista considere favorable a sus intereses. El valor agregado dentro de un destino debe reflejar sobretodo seguridad para el turista y para los operadores, además los intermediarios turísticos que proponen o programan un destino deben exigir un mínimo de calidad y satisfacción para con sus clientes. Así pues el destino debe desplegar una gran capacidad profesional en todas sus áreas. Para asegurar constantemente la calidad se necesita crear un organismo de gestión, promoción y control del destino turístico, puede ser simplemente una oficina de turismo o un organismo más complejo como una *destination management organization (DMO)*, con un equipo profesional y competente que asegura en todo momento un servicio de ayuda para operadores e información para el turista. En una situación como la actual, en donde se encuentra mucha competencia entre diversos destinos, este tipo de organismo de promoción e información que beneficia al turismo, tiene que tener una mentalidad abierta colaboración para el buen desempeño del sector (Ejarque, 2005, 71).

Séptima Etapa: La Política de Marketing

La función del organismo gestor del destino o del DMO es la de integrar todos los diferentes elementos, recursos y atractivos, junto con la oferta de servicios, el producto e introducirlo en el mercado, la oferta de un destino tiene que ser coherente con el mercado al que se dirige. Para un destino nuevo que intenta entrar en el mercado todo el sistema cuenta, todos los elementos como hoteles, museos, servicios tendrán que responder a una estrategia unitaria. Existen responsabilidades para el funcionamiento y gestión del sistema, entre ellas figura establecer una tabla que abarque los precios mínimos y máximos de servicios, hoteles o restaurantes; también la de fijar normas de calidad de los servicios y determinar la política de venta general del destino. El gestor es

el encargado de desempeñar una función activa sobretodo decisiva al momento de diseñar, planificar y desarrollar estrategias generales para el destino (Ejarque, 2005, 72).

Octava Etapa: La Organización Interna del Destino Turístico

La organización interna de un destino significa conseguir que el cliente obtenga lo que desea y busca, pero encaminándolo para que visite lo que se quiere que visite y no viceversa, es decir inducir al cliente para que compre lo que se desea que éste compre y cuando se quiera que lo haga (Ejarque, 2005, 73).

Novena Etapa: La Formación Profesional

Todo el proceso relacionado con la creación de un destino-producto turístico debe ser realizado por técnicos y personal de elevada profesionalidad ya que no se puede improvisar, si la profesionalidad y formación no existen un destino se ve enfrentado a una constante improvisación y a una falta de visión que afectará a todo el sistema turístico. La hospitalidad en el destino y la promoción y la coordinación de todos los servicios tienen que estudiarse y planificarse de modo organizado, sistemático y profesional. Pero la formación y educación, deben ir en todos los sentidos cuando hablamos de turismo, ya sea desde comerciantes, policías, hoteleros, e incluso los mismos habitantes de un territorio, ya que el turista percibe el trato, la cordialidad y carácter de un destino, y muchas veces depende de esto el éxito o fracaso del mismo (Ejarque, 2005, 74).

El fenómeno del **Turismo** a lo largo de sus décadas, ha sido definido por varios autores y tendencias del pensamiento (filosóficas, económicas, socioculturales, políticas, etc.), teniendo varias explicaciones y referencias sobre el tema y creando cierta incertidumbre en su interpretación como tal. Según sus explicaciones y conjeturas más conocidas y aceptadas a nivel general, de lo que a Turismo se refiere, La Organización Mundial del Turismo (OMT) define de la manera siguiente “Las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros motivos” (Serra, 2003, 21).

La Tourism Society sostiene que el turismo son cualquiera de las actividades que involucren un desplazamiento por un período de tiempo de las personas hacia lugares fuera de los cotidianos de donde viven y trabajan, además de las actividades realizadas por los individuos en dichos lugares a donde se han desplazado (Serra,2003,21).

Jafari define “Turista” como “la persona que se encuentra lejos de su hábitat habitual”. (Serra 2003). Pero enfocándonos de una manera distinta Francisco Muñoz de Escalona propone que:

“Turista es quien se ausenta algún tiempo, generalmente corto, de donde vive todo el año cuando se lo permiten sus obligaciones negociadas, para descansar, distraerse, divertirse, practicar deportes y conocer otros pueblos y otras costumbres o para estar pasajeraamente en lugares que por algún motivo llaman su atención, lo que implica afrontar gastos en servicios de transporte, refección, alojamiento, guías, museos, visitas, fiestas, espectáculos, recreo, deportes y otros atractivos similares, sin olvidar la compra de tornaviajes, los llamados souvenirs por quienes gustan de galicismos. El conjunto de actividades que realizan los turistas suele tener claras características eutrapélicas” (MUÑOZ DE ESCALONA, 2007).

Antoni Serra reflexiona sobre una serie de cuestiones acerca de las definiciones puntualizadas sobre Turismo que es conveniente resaltar:

- El turismo no implica obligadamente alojamiento en el sitio visitado, los visitantes de un día son considerados como personas que hacen turismo, aunque la diferencia se da en que se llama “Turista” a aquel que pernocta en el destino y “Excursionista” al visitante que llega y se marcha durante el mismo día.
- Siempre que se produce desplazamiento fuera de los lugares de residencia se puede considerar como turismo, no se restringe el hecho de los viajes por motivo de negocios, eventos, visitas a familiares, etc. Esto quiere decir que Turista no es solo aquel individuo que se desplazada por motivos de ocio o placer.

- El turismo incluye variadas actividades de ocio y recreación a nivel individual, pero no se puede sostener que ocio y turismo sean sinónimos porque el ocio y recreación por parte del individuo son realizables en su lugar habitual de residencia.
- El turismo está vinculado al desplazamiento por medio de transporte, de hecho el transporte es una de las funciones fundamentales para que se produzca el turismo, mas, esto no incluye a los desplazamientos que ocurren en la cotidianidad como el transporte escolar, el trayecto al trabajo, ir al mercado etc.
- No se puede hablar de “Turismo Virtual” al hecho de experimentar en realidad virtual la visita a un lugar determinado, por concepto no es turismo. Podríamos llamarlo en todo caso una actividad de ocio que impacta positiva o negativamente en el turismo (Serra, 2003,22).

El turismo además se divide en diversas modalidades de las cuales según la visión y el propósito que concierne esta tesis se orientara hacia el Ecoturismo, el Turismo Sostenible y el Turismo Comunitario.

Ceballos-Lascuarin en un acercamiento a lo que a **Ecoturismo** se refiere propone la siguiente concepción la cual a la vez es aceptada por la UICN (La Unión Mundial para la Naturaleza) y que expresa lo siguiente:

“Aquella modalidad turística ambientalmente responsable consistente en viajar o visitar áreas naturales relativamente sin disturbar con el fin de disfrutar, apreciar y estudiar los atractivos naturales (paisaje, flora y fauna silvestres) de dichas áreas, así como cualquier manifestación cultural (del presente y del pasado) que puedan encontrarse ahí, a través de un proceso que promueve la conservación, tiene bajo impacto ambiental y cultural y propicia un involucramiento activo y socioeconómico benéfico de las poblaciones locales” (Rhodes, 2004).

Otra aproximación, esta vez propuesta en el libro de Martha Honey “Ecotourism and Sustainable Development” se ha vuelto un concepto muy utilizado para definir ecoturismo:

“Ecoturismo es el viaje a áreas frágiles, prístinas, y normalmente protegidas que se esfuerzan por ser de bajo impacto y (normalmente) de pequeña escala. Ayuda a educar a los viajeros; provee de fondos para conservación; directamente beneficia el desarrollo económico y el fortalecimiento político de comunidades locales; y promueve el respeto por las diversas culturas y los derechos humanos” (Rhodes, 2004).

El enfoque que nos dan ambos autores nos acercan a entender, que el ecoturismo es una actividad relacionada con la visita a lugares que no han sido afectados gravemente por actividades devastadoras contra el medio ambiente y que además aportan a su conservación, además de contribuir al desarrollo de los asentamientos humanos existentes en aquellas zonas y a la información y educación ambiental que reciben sus visitantes.

Ahora bien, desde la perspectiva de la OMT en la Agenda 21 para Viajes y Turismo y basado en el Informe de Brundtland define al **Turismo Sostenible** como aquel que “satisface las necesidades de los turistas actuales y de las regiones de destino, al mismo tiempo que protege y garantiza la actividad de cara al futuro. Se concibe como una forma de gestión de todos los recursos de forma que las necesidades económicas, sociales y estéticas puedan ser satisfechas al mismo tiempo que se conservan la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que soportan la vida”(OMT, Agenda para planificadores locales,1999,18). De una manera más resumida la WWF pretende que el turismo debería ser “ambientalmente sostenible, económicamente viable y socialmente equitativo”. La OMT sostiene también que los principios básicos en que se sustenta el turismo sostenible son:

- Los Recursos naturales y culturales se conservan para su uso continuado en el futuro, al tiempo que reportan beneficios;
- El desarrollo turístico se planifica y gestiona de forma que no cause serios problemas ambientales o socioculturales;
- La calidad ambiental se mantiene y mejora;
- Se procura mantener un elevado nivel de satisfacción de los visitantes y el destino retiene su prestigio y potencial comercial; y
- Los beneficios del turismo se reparten ampliamente entre toda la sociedad (Wikipedia, 2008).

Después del acercamiento a las modalidades de turismo antes expuestas, y con referencia al **Turismo Comunitario**, el Ministerio de Turismo del Ecuador describe a esta actividad como la modalidad de turismo en donde los miembros de comunidades rurales, (en este caso comunidades de la Nacionalidad Achuar del Ecuador) son los encargados de guiar a los turistas, además de compartir sus costumbres y de convivir en sus hogares tradicionales, esta modalidad permite tener un contacto más cercano con la gente y conocer más a fondo su diario vivir y su cultura milenaria, además, el dinero recaudado luego se re-invierte para beneficio de la comunidad (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2008).

1.5 Antecedentes o Marco Referencial

“La Nacionalidad indígena Achuar está compuesta por unas 6.000 personas (año 2007) cuyo territorio se extiende tanto por suelo ecuatoriano como peruano. Su territorio en Ecuador tiene una extensión de 681.218 hectáreas” (NAE, 2007).

Asentados en una zona, donde no llegó la conquista española, ni la colonización occidentalista, debido a su profunda ubicación en la selva, es de imaginar que el estado ambiental y cultural se mantiene intacto, conservando sus rasgos prístinos y sus actividades tradicionales como lo eran en la antigüedad. Los Achuar han desarrollado una economía de subsistencia que fue su forma de vida durante cientos de años., así tenemos actividades como la caza, la pesca, recolección de frutos y plantas silvestres y el cultivo de chacras, este último se ha ido generalizando y los excedentes de su producción son llevados al mercado para la venta o el intercambio. (Condenpe, 2007).

Los pueblos indígenas orientales, incluyendo a la Nacionalidad Achuar también han optado por utilizar productos traídos de la ciudad, entre ellos medicinas, linternas, pilas, ropa, ollas de metal, utensilios de cocina, encendedores, armas de fuego, materiales de educación , etc. (NAE, 2007). El buen estado de conservación ambiental y cultural de la nacionalidad indígena Achuar, potencializa la posibilidad de realizar proyectos enfocados al Turismo Comunitario ramas que en los últimos años se han venido desarrollando con etnias similares, y obteniendo en muchos casos, resultados favorables para la comunidad y para el entorno de la misma, sin vincular actividades devastadoras como son la extracción de recursos no renovables (petróleo, minería) o la

deforestación, y que permiten, sobretodo, conservar y difundir el legado ancestro cultural y ambiental de las nacionalidades indígenas ecuatorianas, mejorando su calidad de vida y fortaleciendo su propia identidad.

Los Territorios de la Nacionalidad Achuar, en donde se efectuarán los estudios, son las comunidades:

- Zona 1: Kapawari/Pukuam. (Anexo 2)
- Zona 2: Tsunkintsa/Sawastian (Anexo 3)

1.6 Hipótesis

El análisis de los componentes potencialmente turísticos ambientales y socioculturales que ocurren en la Nacionalidad Indígena Achuar, nos permiten tener la posibilidad de planificar y crear un producto turístico de calidad acorde con las necesidades del mercado y basados en el turismo comunitario y en la sostenibilidad.

1.7 Variables e Indicadores

Tabla 1. Variables e Indicadores

HIPOTESIS	VARIABLES	INDICADORES	TECNICAS
Estos análisis e investigaciones contribuirán al diseño de productos turísticos y a la planificación de los mismos.	Independiente Estudios preliminares en base al inventariado de la zona	Número de atractivos turísticos evaluados.	Informes basados en el inventariado previo.
	Independiente Sondeos de mercado para determinar la demanda.	Número segmentos turísticos analizados como posibles mercados metas.	Encuestas y tabulación de las mismas.

	Dependiente Diversificación y estructuración de la oferta.	Número de productos similares analizados.	Estudio de productos similares, empresas que operan en la zona.
	Dependiente Factibilidad económica	Análisis de Indicadores Económicos y Financieros.	Estudio del desarrollo económico, social y medio ambiental.
	Dependiente Creación de uno o varios productos turísticos coherentes para la zona de estudio.	Número de productos diseñados en base al análisis de investigaciones previas.	Guía Para La Estructuración De Productos Turísticos

Fuente: Almeida et al. (2008)

1.8 Procedimiento-Marco Metodológico

- Salidas de Campo.
- Observación directa.
- Inventariados.
- Fichas de diferentes categorías, propuestas en la Metodología de Ana García Pando. (Inventarios, Productos, Oferta, etc.).
- Estudios de Oferta y Demanda. (entrevistas, encuestas, análisis SPSS, etc.).
- Análisis Económicos y Financieros.
- Elaboración de Productos Turísticos según las modalidades más adecuadas.
- Investigación Bibliográfica.

CAPÍTULO II

2. DESCRIPCIÓN DE LA ZONA DE ESTUDIO

Para la describir la zona de estudio, se ha propuesto destacar dos tipos de descripción que van acorde a las características más sobresalientes y de mayor valor y potencial que engloban las zonas del presente estudio, esto se refiere principalmente a sus elementos Ambientales y a sus elementos Socio-culturales, obviamente dentro de una perspectiva relacionada con la Nacionalidad Achuar del Ecuador. Dentro de cada una de las descripciones, serán definidas las características más relevantes para cada entorno. A continuación.

2.1 Caracterización Ecológica-Ambiental

2.1.1 Preámbulo

Mittermeier (et al., 1992), afirma que existen alrededor de 170 países en el mundo, de todos estos, sólo 17 son considerados como megadiversos. Aproximadamente del 60 al 70% de la diversidad del planeta se distribuyen entre estos países. De entre ellos, el Ecuador es el más pequeño con tan solo 283.561 km², aun así, gracias a su privilegiada ubicación geográfica, en donde convergen la Cordillera Real de los Andes, la Amazonía y la Cuenca del Pacífico, el territorio del Ecuador, se ha constituido como una franja, en donde ocurre gran diversidad biológica además de la exquisita variedad de ecosistemas que coexisten en un territorio relativamente pequeño; si se relaciona el número de especies de vertebrados por cada 1.000 km², el Ecuador gozaría del índice más alto de diversidad de todo el planeta (Ecociencia, 2006).

Según Myers (1988), la Amazonía ecuatoriana, está dentro de la cuenca del río Amazonas, que se constituye como una de las mayores áreas tropicales silvestres del planeta. La riqueza biológica que forma parte de la Amazonía, es sin duda una de las más importantes de todo el mundo, y es por esto que consta como uno de los diez “Hot Spots” de biodiversidad de los trópicos (Ecociencia, 2006).

Vázquez y Ulloa (1997), mantienen que la gran diversidad de la Amazonía, se debe principalmente a la gran precipitación no estacional, a la cercanía al pie de monte

andino, a la complejidad de los suelos, a la abundancia de ríos y a una particular historia biogeográfica, las mismas que vinculadas, crean un complejo y variado conjunto de hábitats. (Ecociencia, 2006).

“En ésta región se encuentran unas 8200 especies de plantas vasculares, de las cuales un 15% son endémicas (Cabarle *et al.*, 1989), y en el caso de la fauna, cerca de la mitad de las especies de mamíferos del Ecuador se encuentran en la Amazonía (Tirira, 1999), en relación a los anfibios y reptiles, constituyen por sí mismos, un magnífico ejemplo de la gran diversidad presente en la región, dominada por diferentes tipos de climas y hábitats, logrados mediante factores históricos, geográficos y la evolución en diversos modos reproductivos (Caldwell, 1996; Duellman, 1988). Las aves se encuentran conformadas por más de 1.000 especies y constituyen los ecosistemas más diversos de Sudamérica (Stotz *et al.*, 1996)” (Ecociencia, 2006).

2.1.2 Clima

Según Descola (1996), el clima del área de estudio se caracteriza por ser de tipo ecuatorial, la temperatura varía desde los 20 a los 24° C, tiene una precipitación anual de 2.000 a 4.000 mm. Con rangos altitudinales inferiores a los 1000 m.s.n.m. La humedad relativa varía poco; sin embargo tiende a bajar en los meses más calurosos (mínimo de 85 %) y a subir en los meses menos calientes (máximo de 90 %). (Ecociencia, 2006).

2.1.3 Geomorfología

Cuesta (*et al.*, 2006) afirma que los territorios de la Amazonía central y sur del Ecuador están dominados por terrazas aluviales asociadas con los valles de inundación de ríos de aguas blancas y negras, además de un relieve homogéneo asociado con el cono de esparcimiento del Pastaza. En los estudios de Descola (1996) se puede distinguir dentro de este gran ecosistema, cinco grandes ecosistemas geomorfológicos y/o pedológicos:

- 1) La región de las mesetas, producida por la erosión del cono de deyección.
- 2) La región de las colinas producida por la disección de los sedimentos del terciario.

- 3) La llanura de esparcimiento del Pastaza.
- 4) Las llanuras y terrazas aluviales recientes parcialmente pantanosas.
- 5) Los valles no aluviales (Ecociencia, 2006).

Descola (1996), afirma también que la región de mesas está constituida por unas cimas redondeadas alargadas y casi horizontales que dominan los valles en un centenar de metros. Según el grado de disección y meteorización, estas mesetas presentan dos tipos de aspectos: una superficie algo ondulada y convexa hacia arriba, con laderas de una superficie máxima de 40 % , y otra superficie más disecada y terminada en punta, con laderas cuyas pendientes pueden alcanzar los 70 %. Entre los valles principales (Bobonaza, Capahuari, Conambo y Corrientes), las mesetas son cortadas por una multitud de arroyos de agua clara, que han ahondado su lecho de unos cinco a diez metros de profundidad, al fondo de quebradas estrechas. La naturaleza de los suelos varía según el tipo de material volcánico a partir del cual han evolucionado. En las areniscas volcánicas, el suelo es *oxic dystropepts* arcilloarenosos, compacto y de color café cuya profundidad puede alcanzar hasta cinco metros. (Ecociencia, 2006).

Por los estudios de Descola (1996), se puede conocer además que al este y sureste de la zona de las mesas y generalmente más debajo de los 300 metros de altitud, se extiende un mar de colinas con cumbres aplanadas, las desnivelaciones no exceden los 50 metros y las pendientes poco acentuadas rara vez pasan los 30 %. Allí también los suelos son unos *oxi dystropepts* rojos y compactos, provenientes de una intensa fertilización del sustrato sedimentario arcilloso. Por lo general estos suelos tienen un pH muy ácido, son pobres en calcio y en potasio y poseen una fuerte toxicidad aluminica. Son suelos muy mediocres cuya fertilidad potencial agrícola es mínima. (Ecociencia, 2006).

2.1.4 Formación Vegetal

Según Cañadas (1983), el área del presente estudio, correspondiente al territorio Achuar, comprende parte del dominio amazónico, correspondiendo a la zona de vida de bosque húmedo Tropical (bhT), esta zona es notablemente varias veces más extensa que cualquier otra existente en el Ecuador, representada por el 31,95 % del territorio nacional. (Ecociencia, 2006).

Sierra (*et al.*, 1999) propone que el tipo de formaciones vegetales que predomina en esta región, al igual que en la mayor parte de la Amazonía del Ecuador, corresponde al bosque siempre verde de tierras bajas de la Amazonía (BSVTB–OR), seguido en menor escala por el bosque inundado de tierras bajas de palmas e inundable por aguas negras (PALMAS) por debajo de los 600 m.s.n.m (Sierra, 1999).

En la actualidad, se cuenta con un estudio sobre Mapas Ecológicos del Ecuador Continental, elaborado por el departamento de geografía de la Universidad de Texas y varios investigadores de Ecociencia. El documento refleja una clasificación ecosistémica predicativa de la amazonia ecuatoriana, basada en la clasificación e interpretación de imágenes satelitales y al modelamiento de factores ambientales (geoformas) y biogeográficos (barreras de dispersión). (Ecociencia, 2006), como se muestra en la figura 1.

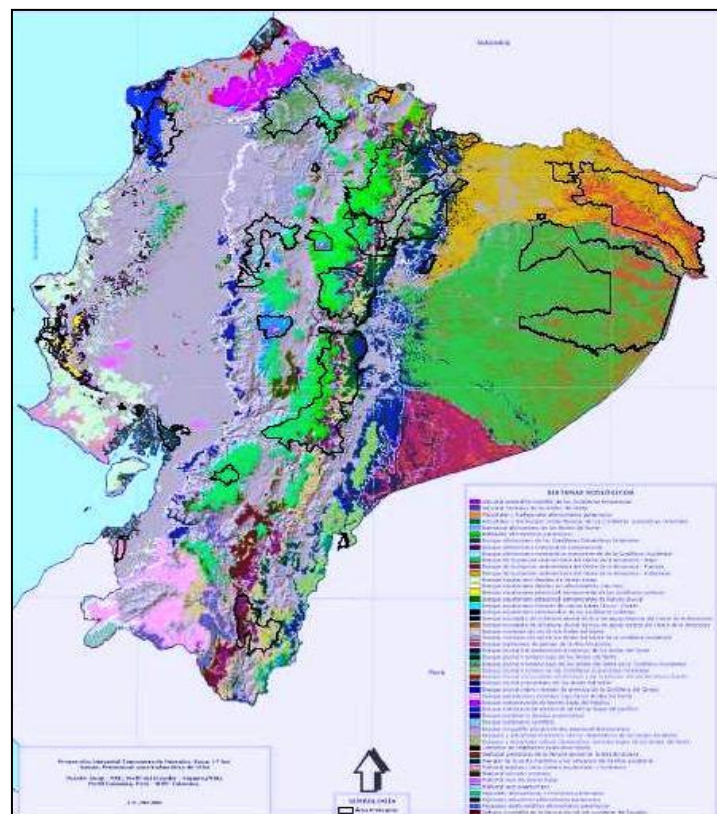


Figura 1. Sistemas Ecológicos del Ecuador (Peralvo, *et al.*, 2016)

Según Peralvo (*et al.*, 2006), el área de estudio acorde al mapa mostrado, se encuentra en dos sistemas ecológicos:

- 1) Bosque de la planicie sedimentaria del Oeste de la Amazonia – Napo, conformada por un área potencial de 3.017.125 ha, con una remanencia de 2.904.125 ha, que equivale al 96.25 % del área potencial.
 - 2) Bosque de la planicie sedimentaria del Oeste de la Amazonia – Pastaza con un área potencial correspondiente de 596.875 ha, cuya remanencia corresponde al 541.700 ha, que equivale al 90.76%.
- (Ecociencia, 2006).

Así Peralvo (*et., al* 2006) concluye que estos dos sistemas se han considerado como una de las zonas más diversas de la Amazonía, sus suelos son predominantemente franco arcilloso (arcillas rojas) y ácidos. Es una topografía de planicie ligeramente disectada hasta fuertemente disectada. Sus bosques son altos con un dosel cerrado de 25-35 m, multiestratificado. Las raíces tablares en esta área son muy frecuentes. (Ecociencia, 2006).

2.2 Caracterización Socio-Cultural

2.2.1 Ubicación y Jurisdicción Territorial

La nacionalidad Achuar está distribuida en dos países: en el Perú, en el departamento de Loreto, provincias Alto Amazonas y Loreto, en Ecuador, Provincias de Pastaza, cantón Pastaza y Morona Santiago, cantón Taisha. (Ecociencia, 2007). Su territorio abarca 1.017.000 ha. pero aún el 13% no se ha llegado a legalizar; los títulos de propiedad se entregan colectivamente a cada comunidad o inclusive se entregan hasta a dos comunidades juntas, según la SIISE 2002 la propiedad individual está claramente delimitada para asegurar su orden y respeto. (Ecociencia, 2007).

Según los estudios de Descola (1989) y Duche (2006) los territorios de la Nacionalidad Achuar ocupan un gran territorio de la Amazonía ecuatoriana así tenemos que abarcar más de dos grados de latitud (1° 40' hasta 3° 30' sur) y más de dos grados de longitud (75° y 77° 30' oeste), hacia el sur de la unión de los ríos Pastaza y Copataza, en las estribaciones de los Andes, hasta el límite con el Perú, 200 Km. más abajo, hasta la confluencia del río Tigre con el Corrientes, en territorio peruano. Los asentamientos Achuar en territorio ecuatoriano tienen una extensión de 675 000 hectáreas que son atravesadas por el río Pastaza el cual se constituye el eje principal como vía fluvial,

provisión de agua, pesca, espacio de ritualidad, greda y demás materiales, etc. (Ecociencia, 2007)

Limites Naturales del Territorio de la Nacionalidad Achuar:

- Norte: el Río Copataza y el Río Ishpingo.
- Sur: el Río Morona.
- Este: las estribaciones de la cordillera de los Andes y los Ríos Guabaime, y su afluente, el Río Wampimi, que luego desemboca en el río Panki.
- Oeste: el Río Tigre después de su confluencia con el Río Conambo en la frontera con el Perú.

Limites Colindantes del Territorio de la Nacionalidad Achuar según Descola (1989) y Duche (2006):

- Norte: Territorio Shiwiar.
- Sur: Frontera con el Perú.
- Este: Frontera del Perú y parte del territorio Achuar.
- Oeste: existe una falla tectónica (cordillera del Cutucu) de unos 60 kilómetros de largo que los separa de la nacionalidad Shuar. (Ecociencia, 2007).

2.2.2 Demografía

Se considera que la población Achuar es el fruto de la interrelación entre su propia cultura además de las nacionalidades Shiwiar, Andoas, Sápara y Kichwua. La población Achuar asciende a 5 359 habitantes, conformado por 628 familias con un promedio de ocho personas por cada una, estos datos según Rodríguez (2006) los mismos que fueron obtenidos de un taller realizado en Sharamentsa en año 2006. Tiene una densidad poblacional total de 0.0080 habitantes por kilómetro cuadrado y de 0.016 habitantes por Km² en las zonas pobladas de las comunidades. (Ecociencia, 2007).

Según Bustamante (2007) el 35,12% está en la provincia de Pastaza, el mayor porcentaje se concentra en Morona Santiago con el 64,88%. Se calcula que el 50,2% son hombres y el 49,8% son mujeres, siendo una población muy joven, el 75% de la población es menor de 26 años, con un promedio de edad de 18 años, siendo el mayor número de personas las que tienen 14 años de edad. La tasa de dependencia familiar es

bastante alta debido a que el 63,6% son hijos e hijas y los mayores de 45 años representan el 5,6%, dando una relación de 2,25 por cada uno. Las familias monogámicas ocupan el 79,5%, el 9,4% son

poligámicas y el resto 11,1% son solteros; la práctica de la poligamia tiende a disminuir debido a la influencia del mundo occidental sobre todo por las relaciones con el exterior y la introducción del cristianismo. La migración se principalmente por jóvenes que buscan nuevas fronteras de trabajo, educación y salud, las ciudades receptoras son principalmente Macas y Puyo, la migración hacia el exterior no existe, el proceso migratorio interno es muy dinámico debido a las constantes interrelaciones entre comunidades. (Ecociencia, 2007).

2.2.3 Identidad Cultural

La identidad cultural de la nacionalidad Achuar germina de su ancestral permanencia en un territorio determinado y de los elementos simbólicos que distinguen de la naturaleza y la convivencia social, de hecho, el campo simbólico tiene mayor importancia que los campos socioeconómicos y políticos dentro de su estructura social. Es así que su interpretación del mundo circundante así como sus valores y prácticas sociales se sustentan a través de sus creencias mitológicas, cantos mágicos, sueños, etc. en donde su propia ideología es fundamental sobre las condiciones de vida y la toma de decisiones, aunque actualmente, debido a conflictos de territorio (el cual es la base material de su desarrollo cultural) ocurre una transición de sus creencias ancestrales hacia la política para la defensa y apropiación de la tierra en donde se desenvuelve su vida cotidiana (Ecociencia, 2007).

Según Seymour (1988), el pueblo Achuar está conformado por los antiguos habitantes del río Pastaza, los cuales eran incluidos como parte de los Maynas o Jíbaros. En la actualidad son considerados como Nacionalidad Indígena del Ecuador por la evidente movilidad y asentamiento en territorios reclamados antes del conflicto fronterizo con el Perú, este problema los obligó a asentarse en territorios permanentes quedando fragmentada gran parte de su población en ambos lados de la frontera de dichos países, aunque es preciso considerar que se ha mantenido una constante comunicación entre sus pueblos colindantes, lo que ha llevado a un proceso de constitución de la “Confederación Transnacional de la Nacionalidad Achuar”. El pueblo Achuar también

mantiene relaciones entre otras nacionalidades de la región amazónica como los Kichwuas, Andoas, Muratos, Sáparas y de distinta manera con los Shiwiar a quienes consideraban sus enemigos. (Ecociencia, 2007).

Descola (1988) sostiene que de estas relaciones interculturales surge una especie de sincretismo en donde se ven influenciadas su lengua, sus prácticas y sus valores culturales sobre todo en sus miembros jóvenes los cuales en la actualidad llegan a dominar hasta tres formas de idioma; no obstante, se mantiene un fuerte sentido de identidad cultural que se refleja en el uso de su lengua original así como en el sistema de educación bilingüe, en el sistema de ocupación de territorio y recursos, en las relaciones socioeconómicas basadas en la reciprocidad y por ende en los nexos familiares que los obliga a mantener relaciones de ayuda y participación en labores cotidianas como mingas, construcción de viviendas, trabajo en los huertos y el intercambio de productos y servicios. A pesar de que se pretende posicionar a dicho pueblo como una sólida nacionalidad indígena a partir del primer encuentro continental de los pueblos indios de América de 1991 (una nación unida por su historia, cultura, territorio, lengua y objetivos de progreso) aún siguen vivos diversos conflictos internos entre familias que incluso llegan a enfrentamientos bélicos (Ecociencia, 2007).

Al momento está constituida por 64 comunidades reconocidas por el Congreso, máximo órgano de dirección de la nacionalidad, y más de media docena de nuevos asentamientos que serán sujetos de aprobación o rechazo en el próximo Congreso. Este mismo organismo, que se reúne cada tres años, con la representación de todas las comunidades de la NAE, con lo que se constituye en el rector y guardián del desarrollo y conservación de la cultura y sus recursos. Mientras tanto, la Asamblea, que se realiza cada año con la concurrencia de los miembros del Consejo de Gobierno, representantes de las Asociaciones y de las comunidades, es la que resuelve todos los asuntos que se pongan en su conocimiento, a más de diseñar y /o aprobar los planes y proyectos para las comunidades. (Ecociencia, 2007).

El Consejo de Gobierno está representado por un presidente, un vicepresidente y 8 dirigentes, y es el órgano ejecutor de las resoluciones del Congreso y la Asamblea. Esta estructura, representada a nivel de Asociaciones y comunidades, la maneja la NAE en su territorio, con su propia visión y modelo de desarrollo, con un marco jurídico propio

y las instituciones necesarias creadas para hacerlo, en base a sus prácticas tradicionales y a las ordenanzas que las organizaciones regionales y nacionales indígenas sugieren. (Ecociencia, 2007).

Citando a Descola (1989), la familia es el eje primordial del pueblo Achuar, con un promedio de 8 personas en la familia nuclear y polígama. La familia dentro de su vivienda es la célula orgánica mínima de la sociedad en donde su jefe está cargo de los demás miembros sean adultos, solteros o no; es debido destacar que la autoestima y orgullo del hombre Achuar no le permite habitar la casa de otro por mucho tiempo ya que es considerado como debilidad, es por eso que el hombre Achuar debe construir su propia vivienda, labrar su propio huerto y mantener sus relaciones entre la sociedad de manera autónoma. Cada hogar y su vivienda tiene una sobresaliente capacidad de autoabastecimiento, gracias a sus conocimientos heredados de la antigüedad son capaces de construir sólidas viviendas con su respectivo huerto de cultivos, los hombres son conocedores de la caza y pesca además de utilizar la flora existente del lugar para la magia la curación y el shamanismo, la palabra y el canto son fundamentales para la difusión de la cultura y las costumbres; la mujer cumple un rol importante en la sociedad por su conocimiento de la huerta y preparación de alimentos, también se encarga de tejer redes sociales y reproducción de la cultura y es la encargada de la crianza y manutención de los hijos y de la comunidad. La jerarquía del pueblo Achuar se da en torno a sus roles y funciones, el padre es la máxima autoridad dentro del hogar y posee la autoridad suficiente para organizar las labores, decidir sobre el matrimonio de sus hijos y sobre los premios y castigos. Es una sociedad donde los hombres priman sobre las mujeres, aunque la jerarquización se construye también en el diario convivir de la sociedad y se da por las habilidades que posee cada elemento de la misma, siendo así que destaca de cada persona sus propias habilidades para la caza, el cultivo del huerto, la crianza de los hijos, etc. En todo el proceso es importante la oralidad y uso de la palabra que transmite las tradiciones y relaciones entre los miembros de la comunidad, todos son responsables del status familiar Achuar. Además, se considera adulta a un persona al cumplir los 14 años de edad, es entonces cuando los jóvenes asumen otras responsabilidades como participar en las mingas, ayudar en el huerto, repartir chicha y en las relaciones de reciprocidad entre su pueblo. Sin lugar a dudas son los ancianos los que conservan el mayor conocimiento de los hechos pasados, es por eso que concretan reuniones familiares en donde se habla sobre los hechos pasados,

los problemas, los sueños, así como la transmisión de las tradiciones de la sociedad. (Ecociencia, 2007).

Según Narváez (2006), actualmente muchos individuos de la cultura Achuar se declaran católicos o evangélicos practicantes, pero siguen conservando también sus antiguas creencias presentes en la cotidianidad de su vida, uno de sus rituales es el de buscar en la profundidad de la selva al espíritu guerrero de Arutam o las actividades que realiza el shaman buscando plantas medicinales, él es el conocedor del poder de las plantas medicinales y las rituales como el tabaco, ayahuasca, yagé, floripondio utilizadas en sus curaciones y búsqueda de poder. (Ecociencia, 2007).

Su espiritualidad va íntimamente relacionada con la salud, en que cada persona debe mantener una armonía con la selva, la comunidad y su familia y es por eso que están en constante comunicación con los espíritus del bosque a través de rituales, cantos y el uso de amuletos, el shaman además de ser un curandero también es considerado como una persona poderosa capaz de hacer daño, aunque últimamente se da un cambio de paradigmas reconociendo el valor de las personas estudiadas o letradas por su conocimiento del mundo exterior y su aporte a la comunidad. (Ecociencia, 2007).

Sus deidades más destacadas son:

- Nungui: diosa de la tierra y de la chacra en donde cada planta tiene su propio espíritu.
- Tsunki: dios del agua que le da belleza y fecundidad al huerto.
- Amazant: dios de la cacería, es el dueño de los animales y las plantas de la selva.
- Arutam o Etsa: es la máxima deidad es el que provee de la fuerza para la existencia de cualquier ser del bosque. Narváez afirma que “Los Achuar consideran al bosque el lugar donde siempre han vivido y especialmente el sitio en donde se encuentra el Arutam, ser que les provee de Kakaram que es la fuerza o energía que les da vida”.

(Ecociencia, 2007).

Son estas creencias y deidades las que ayudan al pueblo Achuar a entender el mundo que los envuelve, su mitología es la que da el sentido a su forma de pensar y actuar con la selva, con sus coterráneos y extraños y es la que pone límites y horizontes en su vida

diaria y su forma del manejo de sus recursos, oportunidades y ocasiones. (Ecociencia, 2007).

La manera que busca el pueblo Achuar para conservar sus tradiciones es la revalorización de su propia cultura a través del énfasis en la recuperación de sus conocimientos ancestrales por medio de la enseñanza a los jóvenes, haciéndolos responsables de las tareas que antiguamente se acostumbraba, así las mujeres deben ser trabajadoras, sumisas y cariñosas y proveer de alimentos de la chacra y preparar la chicha; los hombres deben ser solidarios, amables, defender a su familia y ayudar espontáneamente en el trabajo así como ser buenos cazadores, pescadores y artesanos. En este ámbito se trata también de continuar el uso de sus propios símbolos con los cuales se identifican como las coronas de plumas, la pintura en el rostro, la música y cantos tradicionales, la persona Achuar debe ser consiente que su cultura y su territorio son los valores que le da el derecho a cada familia a solventar y proteger su espacio, su desarrollo y trascendencia y a utilizar su conocimiento y prácticas de reciprocidad entre su sociedad. (Ecociencia, 2007).

Uno de los mayores problemas que enfrenta el pueblo Achuar y la mayoría de nacionalidades indígenas del país es la progresiva intromisión de las costumbres occidentales, causada en cierta forma por la economía globalizada, en este caso se considera de mayor valor a los elementos externos a lo tradicional, perdiendo la importancia que tienen las costumbres y elementos propios de la cultura ancestral y haciendo que muchos adolescente y adultos opten por migrar fuera de la selva hacia las ciudades para adquirir costumbres y materiales ajenos a su entorno. Bustamante (2006) sostiene que un 55,4 % de padres de familia inmigrantes tienen una escasa habilidad para conversar (por desconocimiento) sobre la historia, mitos y leyendas Achuar lo que junto con el desinterés de los jóvenes acrecientan el riesgo de la reproducción de la cultura y sus tradiciones. (Ecociencia, 2007).

Algunos de Principios de acción que guiarán a la conservación y al desarrollo de su nacionalidad son:

- Mantener la autonomía de gobierno
- Ejercer los derechos colectivos consagrados en la Constitución
- Defender su territorio

- No permitir la explotación petrolera en su territorio
 - Titular y administrar su territorio en una sola unidad
 - Administrar su patrimonio cultural e histórico
 - Mantener y difundir su identidad milenaria expresada en el idioma, costumbres, ciencia y tecnología ancestrales
 - Coordinar y dirigir las acciones de sus comunidades
 - Impulsar la formación y capacidad de los Achuar de cada comunidad
 - Promover la unidad y solidaridad entre los miembros de las comunidades
 - Tener representantes oficiales en organismos públicos y privados a nivel local, provincial, regional, nacional e internacional
 - Fortalecer la educación y la salud intercultural
 - Promover la participación de todos los habitantes en la toma de decisiones y en la distribución de beneficios
 - Rendir cuentas de todas las actividades que se realicen en la comunidad, en las asociaciones y en la nacionalidad
 - Respetar tanto a la naturaleza como a los espíritus que existen en ella
- (Ecociencia, 2007).

2.2.4 Educación

La nacionalidad Achuar considera que la educación es el único medio para poder lograr el progreso de su gente, es así que existe un 100% de asistencia escolar, considerando a una población de 5 a 12 años en lugares donde existen escuelas en funcionamiento. También se han hecho los esfuerzos pertinentes para que los jóvenes puedan acceder a la educación secundaria y superior además del equipamiento didáctico necesario para una eficiente impartición de enseñanza (en la medida de lo posible) en el proceso educativo. (Ecociencia, 2007).

El análisis de las encuestas realizadas por Bustamante (2006) a 297 Achuar da como resultado que:

- 52,76% de la población asiste o tiene educación primaria, siendo mayor el número de mujeres.
- 24.51% asiste o tiene educación secundaria.
- 3.54% tiene educación superior o preparación técnica, en este caso es mayor el número de varones.
- 7.09% ha sido alfabetizado.
- 12.11% no tiene ningún tipo de educación formal, en este caso la mayoría son adultos mayores de 30 años y niños menores de 5. Este porcentaje es ligeramente inferior según los datos del INEC (2001) al promedio provincial que alcanza el 13,2% y del cantón el 20,5% en Pastaza y 14,8 en Taisha. (Ecociencia, 2007)

Las escuelas funcionan de manera bilingüe unidocente, son construidas en mingas por los padres de familia y pobladores del sector la mayoría de veces en condiciones precarias debido a la falta de materiales didácticos y la escasa preparación en dicho ámbito por parte de los profesores del lugar, más aún, los padres de familia son muy dinámicos y colaboran de manera activa y espontánea en los programas y diligencias que la escuela organiza. (Ecociencia, 2007)

2.2.5 Salud y Atención Médica

La AIDSESEP (1995) afirma que: “el concepto de salud indígena dice que es un estado de normalidad y equilibrio dinámico de la persona consigo misma, con los demás miembros de la familia o del grupo social y con su medio ambiente o los espíritus o fuerzas naturales que rigen en la naturaleza”; la enfermedad ocurre cuando este equilibrio se desestabiliza, según Lacaze (2001) el tratamiento se enfoca más en las causas que provocan este desequilibrio que en el problema de la enfermedad en sí misma, son los dirigentes de la salud, en este caso los shamanes, los que mantienen este tipo de creencias y la diseminan a lo largo de su territorio, no obstante la gran adaptación del pueblo Achuar a la selva y su gran conocimiento sobre plantas medicinales y alimentos en general hacen que se conserven relativamente saludables y de no ser así pueden acudir a su conocimiento para tratar las diversas enfermedades que ocurren en la zona, además debido a su baja densidad poblacional es probable que las enfermedades no se diseminen. (Ecociencia, 2007).

El sedentarismo, la introducción de ganado, la fragmentación del bosque, el crecimiento poblacional y la pérdida de conocimientos de cultivo ha incidido sobre la salud del pueblo Achuar, principalmente en los niños que se ven afectados por casos de desnutrición y parasitosis, estos hechos, conjuntamente con la falta de saneamiento y agua potable pone en alto riesgo la salud de los miembros de la zona. (Ecociencia, 2007)

Por estas razones, la NAE ha emprendido puntuales acciones para detener o contrarrestar el avance de las enfermedades en su territorio, una de las cuales es lograr la ejecución de todos los programas nacionales del Ministerio de Salud Pública del Ecuador con cobertura para todo el territorio Achuar y además, fortalecer las prácticas de medicina tradicional haciéndose participe de los objetivos del milenio de “salud para todos”, con el reconocimiento de la Organización Mundial de la Salud. OMS y de la Constitución del Estado, que la reconoce como derecho ancestral y práctica necesaria en la lucha contra las enfermedades, estas acciones son necesarias sobre todo para las comunidades en donde la medicina occidental es escasa o su acceso es muy costoso. Con esto se ha logrado la concreción de acuerdos con las Direcciones Provinciales de Salud para coordinar la capacitación y revalorización de los principales agentes tradicionales de la salud indígena: los shamanes y en los casos de enfermedad sean ellos los primeros en acudir al tratamiento de las mismas. (Ecociencia, 2007).

Se considera que la medicina tradicional podría solucionar los siguientes problemas:

- Ruptura de dependencia hacia fuera, con la recuperación de capacidades propias para encontrar respuestas socio-culturales y de sus recursos tradicionales de salud, para conservar y curar las enfermedades de la comunidad. No demanda infraestructura, ni personal ni medicina externa.
- Revalorización de la medicina tradicional con lo que se forma capital social
- Evitar el uso indiscriminado de los fármacos comerciales, muchos de los cuales tienen efectos secundarios con consecuencias inhabilitantes (Ecociencia, 2007)

Aún dada la premisa de revalorización de la medicina tradicional, muchos optan por la medicina occidental, es así que también se promueve la creación de centros de salud para las comunidades aunque solo un 30% de ellas cuenten con cierto tipo de equipamiento médico rudimentario y en un 80% de las comunidades existen promotores de la salud capacitados por las Direcciones de Salud provinciales; en caso de emergencia mayor existe un servicio de socorro aéreo financiado por el Ministerio de Salud Pública del Ecuador, que traslada a los pacientes a ciudades como Puyo o Taisha en donde existen hospitales para ser tratados. (Ecociencia, 2007).

Los estudios de la DNSP (2000) estiman que la población indígena de la Amazonía tiene un promedio de vida 15 años menor que el promedio de vida nacional, una mortalidad infantil que va de 1,5 a 3 comparada con las cifras de la tasa nacional, estadísticas que no se pueden corroborar por la falta de monitoreo de esta zona.

Las enfermedades más comunes son:

Tabla 2. Enfermedades comunes, causa y curación tradicional

	Principales Enfermedades	Causa	Curación tradicional
Mujeres	-Paludismo -Anemia -Posparto -Tuberculosis -Hemorroides	- Moscos - Frutos - Insalubridad - Mala alimentación	-Plantas Medicinales - Guayusa - Chircasni
Hombres	-Paludismo -Gastritis -Llagas -Dolor de Huesos	-Consumo de agua sin hervir	- papaya - Chuchuyusa -Crear centros de ayuda comunitaria
Niños /as	- Parásitos - Desnutrición -Caries -infección vías respiratorias	- Desaseo - Mala alimentación	- Paico - Tilo - Leche, papaya

Fuente: Taller de Sharamentsa (Ecociencia, 2007).

2.2.6 Servicios Básicos

Debido a que el territorio Achuar se encuentra en una zona remota y de difícil acceso, la infraestructura básica es muy precaria, según estudios realizados por Bustamante (2007) el 92% de las comunidades no cuentan con sistemas de provisión de agua potable ni entubada, el 10,1% se abastece de pozos, el 1,5% de agua lluvia y el 80% directamente de los ríos. Uno de los problemas mayores de las comunidades es el sistema de eliminación de excretas que presenta condiciones muy inconsistentes o inexistentes. Solo en la comunidad de Sharamentsa ubicada en la Provincia de Pastaza y la comunidad de Wuanpuik, auspiciados por la Fundación Indiohilfe existe un sistema de agua entubada, letrinas, sistema de manejo de desechos sólidos y energía eléctrica; todas las comunidades han priorizado la necesidad de agua segura y letrinización ya que son elementos que mejoran la calidad de vida de sus individuos. (Ecociencia, 2007).

Estudios de Bustamante (2007) arrojan que el 14% de las familias Achuar cuentan con energía eléctrica producida por paneles solares, plantas generadoras o baterías, además Hidalgo (*et al*, 2007) sostiene que el pueblo Achuar espera que la SILAE (servicio de iniciativas locales para la Amazonía ecuatoriana) concrete tres proyectos de electrificación rural ubicados en Montalvo, Río Tigre y en territorio de la Fenash, con los que se beneficiará la población Achuar, Shiwiar, Sápara, Kichwua y Andoa (Ecociencia, 2007).

La infraestructura escolar básica se ha logrado principalmente por el trabajo conjunto de los miembros de cada comunidad y se la ha mantenido mediante autogestión aunque el nivel de educación sigue siendo muy deficiente debido a que la educación es unidocente y a la falta de material didáctico y técnico. (Ecociencia, 2007).

La comunicación entre comunidades y hacia el exterior de las mismas está respaldada por un servicio de radios UHF para lo cual se han creado casetas de transmisión de las cuales existe un responsable para cada una, el 75% de las comunidades cuenta con este servicio aunque el 40% de los radios están en mal estado y no existen los recursos

necesarios para renovarlos, además la antena de la NAE ubicada en la ciudad del Puyo debido a su estado no permite la comunicación con las comunidades por lo cual se emplea la antena de AEROTSENTSAK que es una empresa aérea propiedad de la NAE y que se ubica en Shell Mera para dicho efecto. (Ecociencia 2007)

2.2.7 Seguridad Alimentaria y Nutrición

Los Achuar se han sustentado milenariamente a través de un sistema agro silvestre que se desenvuelve en la selva de su territorio. No obstante, los diversos conflictos con el Perú y el traspaso del nomadismo al sedentarismo, han influido de forma tal, que se han visto obligados a adaptarse a territorios delimitados y las consecuentes restricciones acordes a movilidad y cobertura, afectando sobre todo la obtención de sus recursos de caza y recolección. Esto afecta primordialmente a la calidad de vida, ya que el estado de la tierra en esta zona no permite una mayor producción, además del agotamiento de los recursos circundantes en su ámbito de influencia. (Ecociencia, 2007).

Los problemas más relevantes son sobre todo, la inexistencia de una eficiente preparación y desarrollo de tecnologías para el manejo apropiado y sostenible de los recursos naturales, de los cuales siguen dependiendo irremediablemente, los cuales en primera instancia se manifiestan con la disminución de provisiones de alimentos y parasitosis. El crecimiento de población y la acelerada conformación de nuevas comunidades agravan la situación territorial y por ende los espacios para cacería, pesca, recolección y tierras para agricultura, debido a esto, en las zonas de mayor crecimiento y en donde se realizan actividades relacionadas con el turismo, se han implementado propuestas para minimizar los problemas de territorio como: zonificación de la tierra y los posibles usos y manejo de los recursos. En cada caso se trata de mantener sus costumbres y tradiciones y también desarrollar alternativas productivas que ayuden a disminuir la dependencia de caza, pesca y recolección. (Ecociencia, 2007).

Aun así, el pueblo Achuar sigue manteniendo destrezas de cacería, pesca, recolección y cultivo lo cual le ha permitido subsistir a lo largo del tiempo en la Amazonía, entre sus alimentos más conocidos están: sardina, bagre, bocachico, mota, caracoles, cangrejos, barbudo, tilapia, raya, guanta, guatusa, armadillo, ardillas, ranas, tortugas de tierra y agua, caimanes mono, pava, perdiz, sajino, paujil, trompetero, tucán, lora, papagayo,

danta, entre otras. Esto además de los vegetales que se producen en la chacra como la yuca, camote, ají naranjilla, piña, papaya, banano, cebolla y papa china. (Ecociencia, 2007).

2.3 Descripción y Análisis de Recursos Turísticos

Para la descripción y análisis de los recursos turísticos de las dos zonas de estudio, se ha utilizado las Fichas de Inventario de recursos realizadas por Diego Núñez en su trabajo de tesis: “Diagnóstico e Inventariado de Potencialidades Turísticas de dos zonas de la Nacionalidad Achuar del Ecuador, Zona 1 Kapawari – Pukuam y Zona 2 Tsunkintsa – Sawastian”, en base a la metodología sugerida por Ana García Pando en el documento: Guía para la Estructuración de Productos Turísticos. Este inventariado, resultado del trabajo de campo, ha sido la base para el análisis de los recursos turísticos, y consecuentemente será de gran utilidad para la elaboración del Producto Turístico de la zona de estudio.

Cada recurso está analizado con su correspondiente valoración real y potencial, esto de acuerdo, a que según la Guía para la Estructuración de Productos Turísticos de Ana García Pando, cada criterio recibe una valoración de acuerdo a su importancia o relevancia. Así mismo, existen varios criterios propuestos por dicha autora, que se utilizan para determinar el valor real y potencial de un recurso, así tenemos que, existen criterios de: Unicidad, Valor Intrínseco, Notoriedad, Concentración de Oferta y “Carácter Quiteño” el mismo que para este caso de estudio, ha sido transformado a “Carácter Amazónico”. Los criterios de mayor peso son Unicidad, Valor Intrínseco y Notoriedad. Para calcular el Valor Potencial se calcula de acuerdo a los criterios de Unicidad, Valor Intrínseco, y en este caso, Carácter Amazónico. En lo concerniente al Valor Real Hoy, resulta de la combinación de este Valor Potencial con el Grado de Aprovechamiento, derivado de la Notoriedad y Concentración de Oferta (García Pando, 2006).

Cada criterio tiene la siguiente ponderación y cada recurso se califica/valora del 1 al 5 según su relevancia, en donde 1 es el menos relevante y 5 es el más relevante, según este valor se podrá definir el porcentaje correspondiente.

Tabla 3. Ponderación de Criterios para Análisis de Recursos

CRITERIO	PORCENTAJE
UNICIDAD	30
VALOR INTRÍNSECO	25
NOTORIEDAD	25
CONCENTRACIÓN DE OFERTA	10
CARÁCTER AMAZÓNICO	10

Fuente: Almeida et al. (2008)

2.3.1 Descripción Recursos Turísticos Zona 1 Kapawari - Pukuam.

Se describen a continuación ocho elementos identificados para la Zona 1 Kapawari - Pukuam

2.3.1.1 Comunidad Kapawari (Anexo 4)

Se encuentra entre las coordenadas S 2° 4' 16" W 77° 11' 21", en la Provincia de Pastaza, cantón del mismo nombre en la parroquia Montalvo, al norte del Territorio Achuar junto a las orillas del Río Kapawari. Está a una altura de 344 m.s.n.m. Fue fundada en 1960 y pertenece a la ACAP (Asociación de Centros Achuar de Pastaza). Para poder llegar al lugar, el único medio de transporte en la actualidad, es por vía aérea, en avioneta.

Kapawari está a unos 115 km aproximadamente desde el aeropuerto de la Shell – Puyo, el tiempo estimado en llegar a la comunidad por vía aérea, es de unos 50 minutos. No se conoce con exactitud la extensión del territorio de la comunidad de Kapawari, además, existen conflictos de territorio con la comunidad Kichwa Teresa Mama los cuales se esperan ser resueltos con prontitud. La pista existente en la comunidad tiene unos 600 metros de largo por 30 de ancho, es de tierra endurecida y césped, en donde, pueden aterrizar avionetas que no superen las 6000 libras ya sean mono o bimotor.

La comunidad de Kapawari consta de aproximadamente 48 personas, entre hombres, mujeres y niños. Sus habitantes se desenvuelven en 6 casas de vivienda tradicional y 4

casas que despliegan características occidentales, producto de la aculturización. Existen además 3 aulas para impartir clases de educación básica dirigida a los niños Achuar, una casa dispuesta para una Radio UHF, una cancha de vóley y dos de fútbol.

Tabla 4. Valoración para la Comunidad Achuar de Kapawari

CRITERIO	VALORACIÓN	PORCENTAJE
UNICIDAD	5	30
VALOR INTRÍNSECO	3	15
NOTORIEDAD	4	20
CONCENTRACIÓN DE OFERTA	1	2
CARÁCTER AMAZÓNICO	4	8
	TOTAL	75

Fuente: Almeida et al. (2008)

2.3.1.2 Lago Pitiur. (Anexo 5)

Las coordenadas en que se encuentra este recurso son S 2° 1' 57" W 77° 14' 4" Está ubicado a una distancia aproximada de 7.5 km desde la comunidad de Kapawari, el recorrido hay que realizarlo por medio de senderos y se tarda alrededor de 5 horas, caminando, hasta llegar a este punto.

El lago Pitiur es una formación lacustre que tiene una forma "C", de alrededor de 100 m. de ancho y 2 km. de largo. Existe abundante vegetación en su alrededor y se caracteriza por la presencia principalmente de caimanes, además existe el "wanchichi" que es un pez de dientes muy afilados.

Tabla 5. Valoración Lago Pitiur

CRITERIO	VALORACIÓN	PORCENTAJE
UNICIDAD	2	12
VALOR INTRÍNSECO	3	15
NOTORIEDAD	1	5

CONCENTRACIÓN DE OFERTA	1	2
CARÁCTER AMAZÓNICO	5	10
	TOTAL	44

Fuente: Almeida et al. (2008)

2.3.1.3 Cascada Tuna (Zona 1). (Anexo 6)

Sus coordenadas son S 2° 2' 22" W 77° 12' 23". Se encuentra a una distancia de 4.6 km. desde Kapawari y a dos horas y treinta minutos desde el lago Pituir.

Es una caída de agua de 3 metros de altura, la coloración de sus aguas son más bien oscuras, cascada en lengua Achuar se pronuncia "Tuna".

Tabla 6. Valoración Cascada Tuna

CRITERIO	VALORACIÓN	PORCENTAJE
UNICIDAD	1	6
VALOR INTRÍNSECO	2	10
NOTORIEDAD	1	5
CONCENTRACIÓN DE OFERTA	1	2
CARÁCTER AMAZÓNICO	3	6
	TOTAL	29

Fuente: Almeida et al. (2008)

2.3.1.4 Río Kapawari. (Anexo 7)

Las coordenadas que se tomaron para este punto son: S 2° 3' 58" W 77° 10' 30". Este recurso se encuentra en las cercanías de la comunidad de Kapawari, no es muy caudaloso pero puede usarse como vía fluvial para pequeñas embarcaciones como canoas, tiene un ancho aproximado de 30 metros, está rodeado de abundante vegetación, se puede observar gran variedad de aves, además es apto para actividades recreativas como natación y pesca principalmente de un pez localmente llamado "carachama".

Tabla 7. Valoración Río Kapawari

CRITERIO	VALORACIÓN	PORCENTAJE
UNICIDAD	2	12
VALOR INTRÍNSECO	3	15
NOTORIEDAD	2	10
CONCENTRACIÓN DE OFERTA	1	2
CARÁCTER AMAZÓNICO	4	8
	TOTAL	47

Fuente: Almeida et al. (2008)

2.3.1.5 Lugar de Cacería Kapawari. (Anexo 8)

Se encuentra entre las coordenadas S 2° 2' 24" W 77° 12' 12". A una distancia de 4.39 km desde la comunidad de Kapawari, esta zona está cerca de la "Cascada Tuna" y es muy apreciada debido a que en esta zona ocurren gran variedad de especies animales que son utilizadas como alimento por los Achuar, es una zona que podría conservarse para la observación de estas especies ya que la intensidad de la cacería perturba el bosque y degenera la abundancia de animales.

Tabla 8. Valoración Lugar de Cacería

CRITERIO	VALORACIÓN	PORCENTAJE
UNICIDAD	2	12
VALOR INTRÍNSECO	3	15
NOTORIEDAD	1	5
CONCENTRACIÓN DE OFERTA	1	2
CARÁCTER AMAZÓNICO	5	10
	TOTAL	44

Fuente: Almeida et al. (2008)

2.3.1.6 Elementos culturales de la Nacionalidad Achuar (Anexo 9)

Se puede tomar en cuenta como recurso turístico los elementos culturales de la nacionalidad Achuar como la vistosidad de sus viviendas, sus trajes típicos, la gastronomía del lugar, sus técnicas de cultivo, el mismo lenguaje Achuar, las ceremonias, las épocas de cultivo, artesanías, tejidos, manualidades, etc. El objetivo es aprovechar sus elementos culturales más representativos de manera que las actividades turísticas que se realicen en el lugar resulten más atractivas para el turista, al incluir dichos elementos culturales.

Tabla 9. Valoración Elementos Culturales

CRITERIO	VALORACIÓN	PORCENTAJE
UNICIDAD	5	30
VALOR INTRÍNSECO	4	20
NOTORIEDAD	5	25
CONCENTRACIÓN DE OFERTA	3	6
CARÁCTER AMAZÓNICO	5	10
	TOTAL	91

Fuente: Almeida et al. (2008)

2.3.1.7 Comunidad Pukuam (Anexo 10)

Esta comunidad Achuar está ubicada en las coordenadas S 2° 6' 3" W 77° 9' 20" a 337 m.s.n.m. Se encuentra en la Provincia de Pastaza, cantón del mismo nombre, parroquia Montalvo. Fue fundada en el año 2000, comunidad perteneciente a la ACAP (Asociación de Centros Achuar de Pastaza). Desde Kapawari son 4.36 km aproximados que hay que caminar para poder acceder a esta comunidad por medio de un sendero, el trayecto se demora alrededor de una hora y media.

Tabla 10. Valoración Comunidad Pukuam

CRITERIO	VALORACIÓN	PORCENTAJE
-----------------	-------------------	-------------------

UNICIDAD	5	30
VALOR INTRÍNSECO	3	15
NOTORIEDAD	4	20
CONCENTRACIÓN DE OFERTA	1	2
CARÁCTER AMAZÓNICO	5	10
	TOTAL	77

Fuente: Almeida et al. (2008)

2.3.1.8 Lugar de Cacería Pukuam. (Anexo 11)

Las coordenadas de este lugar son S 2° 7' 53" W 77° 9' 58". Hay que realizar un recorrido a pie, de una duración de 2 horas y 45 minutos aproximadamente, desde la comunidad de Pukuam para llegar a este lugar.

Existe gran variedad de especies de flora y fauna en dónde se pueden destacar animales como monos chorongo, machines, osos perezosos, tigrillos y por supuesto gran variedad de aves.

Como existe incidencia de cacería, se podría establecer límites de control que permitan la óptima conservación de la zona.

Tabla 11. Valoración Lugar de Cacería Pukuam

CRITERIO	VALORACIÓN	PORCENTAJE
UNICIDAD	2	12
VALOR INTRÍNSECO	3	15
NOTORIEDAD	1	5
CONCENTRACIÓN DE OFERTA	1	2
CARÁCTER AMAZÓNICO	4	8
	TOTAL	42

Fuente: Almeida et al. (2008)

Tabla 12. Resumen de la Valoración de Inventario para la zona 1: Kapawari – Pukuam.

RECURSO	CRITERIOS				
	Unicidad	Valor Intrínseco	Notoriedad	Concentración de	Carácter Amazónico
	VALORACIÓN (1 AL 5)				
Comunidad de Kapawari	5	3	4	1	4
Lago Pitiur	2	3	1	1	5
Cascada Tuna	1	2	1	1	3
Río Kapawari	2	3	2	1	4
Lugar de cacería (Kapawari)	2	3	1	1	5
Elementos Cultura Nacionalidad Achuar	5	4	5	1	5
Comunidad Pukuam	5	3	4	3	5
Lugar de cacería (Pukuam)	2	3	1	1	4

Fuente: Almeida et al. (2008)

Tabla 13. Resumen de Porcentajes Zona 1

RECURSO	CRITERIOS					
	Unicidad	Valor Intrínseco	Notoriedad	Concentración de	Carácter Amazónico	TOTAL
	PORCENTAJES					
	30	25	25	10	10	100
Comunidad de Kapawari	30	15	20	2	8	75
Lago Pitiur	12	15	5	2	10	44
Cascada Tuna	6	10	5	2	6	29
Río Kapawari	12	15	10	2	8	47
Lugar de cacería (Kapawari)	12	15	5	2	10	44
Elementos Cultura Nacionalidad Achuar	30	20	25	6	10	91
Comunidad Pukuam	30	15	20	2	10	77
Lugar de cacería (Pukuam)	12	15	5	2	8	42

Fuente: Almeida et al. (2008)

2.3.1.11 Ranking Zona 1

Se utilizó el siguiente Ranking para categorizar según su importancia turística a cada uno de los elementos estudiados. De esta manera se enfocarán los esfuerzos en los más representativos.

Tabla 14. Ranking Zona 1

RECURSO	PORCENTAJE	RANKING
Elementos Culturales Achuar	91	1
Comunidad Pukuam	77	2
Comunidad Kapawari	75	3
Río Kapawari	47	4
Lago Pitiur	44	5
Lugar de cacería (Kapawari)	44	6
Lugar de cacería (Pukuam)	42	7
Cascada Tuna	29	8

Fuente: Almeida et al. (2008)

2.3.2 Descripción Recursos Turísticos Zona 2 Tsunkintsa – Sawastian

Se describen a continuación doce elementos identificados para la Zona 2 Tsunkintsa – Sawastian.

2.3.2.1 Comunidad Tsunkintsa. (Anexo 12)

La comunidad Achuar de Tsunkintsa se encuentra entre las coordenadas S 2° 39' 46'' W 77° 06' 38''. Para acceder a este territorio se necesita tomar un vuelo en avioneta desde el aeropuerto de Shell – Puyo, el viaje dura alrededor de 50 minutos, la distancia aproximada entre la Shell y la comunidad de Tsunkintsa es de 110 Km. La pista de aterrizaje compuesta de tierra endurecida y césped tiene una longitud de 600 metros aproximados por 40 de ancho, es considerada como una pista corta, en donde pueden aterrizar o despegar avionetas tipo Cessna o Islander que tienen un peso de 1636 kilos aproximadamente, las condiciones de la pista dependen del factor climático, es así que se puede restringir los despegues o aterrizajes de las avionetas.

La comunidad de Tsunkintsa pertenece a la Asociación del mismo nombre y su titulación fue efectuada en el año de 1997. Sus habitantes no sobrepasan las 60 personas entre adultos y niños. Existen en la actualidad unas 14 viviendas tradicionales de la cultura, así como 2 casas de tipo más bien occidentalizado construidas con madera,

además cuentan con 2 aulas de educación básica para niños de edades oscilantes entre los 7 y 13 años. Dichas aulas son aprovechadas también por niños de comunidades cercanas como Saum y Yamaran. La comunidad cuenta además con espacios deportivos y una casa comunal, en donde se efectúan reuniones y se realizan celebraciones.

Tabla 15. Valoración Comunidad Tsunkintsa

CRITERIO	VALORACIÓN	PORCENTAJE
UNICIDAD	5	30
VALOR INTRÍNSECO	3	15
NOTORIEDAD	4	20
CONCENTRACIÓN DE OFERTA	1	2
CARÁCTER AMAZÓNICO	5	10
	TOTAL	77

Fuente: Almeida et al. (2008)

2.3.2.2 Cascada Tuna Zona 2. (Anexo 13)

Este recurso se encuentra entre las coordenadas S 2° 40' 00" – W 77° 07' 19". Se recorre por medio de caminatas un sendero de un kilómetro y medio aproximadamente, desde la comunidad de Tsunkintsa. El recorrido estimado es de 30 minutos.

Corresponde a una caída de agua de 6 metros de altura por 3 de ancho, en dónde se forma una fosa de unos 10 metros de diámetro. El agua cristalina y la disposición de la fosa, son muy adecuados en el momento de tomar un baño refrescante.

Tabla 16. Valoración Cascada Tuna (Tsunkintsa)

CRITERIO	VALORACIÓN	PORCENTAJE
UNICIDAD	1	6
VALOR INTRÍNSECO	2	10
NOTORIEDAD	1	5

CONCENTRACIÓN DE OFERTA	1	2
CARÁCTER AMAZÓNICO	3	6
	TOTAL	29

Fuente: Almeida et al. (2008)

2.3.2.3 Fosa Machin (Anexo 14)

Se encuentra ubicada entre las coordenadas S 2° 40' 09" - W 77° 05' 44". Se accede por medio de un sendero desde Tsunkintsa hasta la fosa, el tiempo estimado en llegar es de 45 minutos aproximadamente. En resumen, es una fosa que se crea a partir de un brazo del Río Wasaga, el lugar presenta un fuerte caudal y tiene un diámetro de alrededor de 100 metros. Los habitantes del sector realizan faenas de pesca en este sitio, además se dice que se pueden avistar boas en la cercanía del lugar.

Tabla 17. Valoración Fosa Machin

CRITERIO	VALORACIÓN	PORCENTAJE
UNICIDAD	1	6
VALOR INTRÍNSECO	3	15
NOTORIEDAD	1	5
CONCENTRACIÓN DE OFERTA	1	2
CARÁCTER AMAZÓNICO	3	6
	TOTAL	34

Fuente: Almeida et al. (2008)

2.3.2.4 Río Wasaga (Tsunkintsa). (Anexo 15)

Su ubicación es S 2° 39' 32" - W 77° 06' 50". Desde la comunidad de Tsunkintsa hacia el recurso existen 300 metros aproximadamente, se camina 10 minutos y se da con las orillas del Río Wasaga. Tiene un ancho de unos 50 metros y es adecuado para la navegación fluvial, en sus orillas se distingue una exuberante vegetación.

Tabla 18. Valoración Río Wasaga (Tsunkintsa)

CRITERIO	VALORACIÓN	PORCENTAJE
UNICIDAD	1	6
VALOR INTRÍNSECO	3	15
NOTORIEDAD	1	5
CONCENTRACIÓN DE OFERTA	1	2
CARÁCTER AMAZÓNICO	4	8
	TOTAL	36

Fuente: Almeida et al. (2008)

2.3.2.5 Comunidad Saum. (Anexo 16)

La comunidad de Saum se encuentra asentada entre las coordenadas Sur 2° 41' 38", Oeste 77° 05' 16". Pertenece a la Asociación de Tsunkintsa, titulada en el año de 1982. Su principal acceso es desde la comunidad de Tsunkintsa por medio de senderos, se toma alrededor de una hora y 45 minutos en llegar a la comunidad. También existe una pista de aterrizaje con características similares a la pista de Tsunkintsa.

La comunidad de Saum tiene una población de 30 individuos aproximadamente. Existen 6 casas de tipo vernáculo, además de 2 casas tipo occidental y un aula de clases.

En los alrededores de la comunidad, ocurren gran variedad de aves. Los pobladores de esta zona practican también la ganadería, lo cual interfiere en gran magnitud con el entorno del bosque.

Tabla 19. Valoración Comunidad Saum

CRITERIO	VALORACIÓN	PORCENTAJE
UNICIDAD	5	30
VALOR INTRÍNSECO	3	15
NOTORIEDAD	4	20

CONCENTRACIÓN DE OFERTA	1	2
CARÁCTER AMAZÓNICO	5	10
	TOTAL	77

Fuente: Almeida et al. (2008)

2.3.2.6 Sendero (Bosque) Saum – Tsunkintsa (Anexo 17)

Comprende las coordenadas S 2° 39' 46" - W 77° 06' 38" hasta S 2° 41' 38" - W 77° 05' 16" correspondientes a un recorrido por sendero. Existe vegetación exuberante, se pueden avistar varias especies de aves y mariposas, además de variedad de serpientes y en las orillas del río Wasaga se puede divisar tortugas charapas.

Tabla 20. Valoración Bosque Saum – Tsunkintsa

CRITERIO	VALORACIÓN	PORCENTAJE
UNICIDAD	2	12
VALOR INTRÍNSECO	3	15
NOTORIEDAD	1	5
CONCENTRACIÓN DE OFERTA	1	2
CARÁCTER AMAZÓNICO	4	8
	TOTAL	42

Fuente: Almeida et al. (2008)

2.3.2.7 Cascada Yaguan. (Anexo 18)

Su ubicación es S 2° 41' 27" - W 77° 04' 57". Desde Saum se camina alrededor de 20 minutos hasta llegar al recurso. La cascada Yaguan tiene una altura de unos 20 metros y alrededor de 10 de ancho. A partir de la misma, se forma una poza profunda de forma circular.

Tabla 21. Valoración Cascada Yaguan

CRITERIO	VALORACIÓN	PORCENTAJE
UNICIDAD	2	12

VALOR INTRÍNSECO	3	15
NOTORIEDAD	1	5
CONCENTRACIÓN DE OFERTA	1	2
CARÁCTER AMAZÓNICO	4	8
	TOTAL	42

Fuente: Almeida et al. (2008)

2.3.2.8 Barranco Saum. (Anexo 19)

Sus coordenadas son S 2° 41' 38" - W 77° 05' 16". Este barranco rodea a la comunidad de Saum, tiene unos 80 metros de profundidad aproximadamente, al fondo del mismo se encuentra el río Wasaga, se puede distinguir gran variedad de aves en su alrededor.

Tabla 22. Valoración Barranco Saum

CRITERIO	VALORACIÓN	PORCENTAJE
UNICIDAD	1	6
VALOR INTRÍNSECO	2	10
NOTORIEDAD	1	5
CONCENTRACIÓN DE OFERTA	1	2
CARÁCTER AMAZÓNICO	3	8
	TOTAL	31

Fuente: Almeida et al. (2008)

2.3.2.9 Comunidad Sawastian. (Anexo 20)

La comunidad de Sawastian está ubicada en las coordenadas Sur 2° 38' 33", Oeste 77° 09' 21". Se llega a través de un sendero desde la comunidad de Tsunkintsa, el trayecto dura alrededor de 2 horas y 30 minutos a pie. Sawastian cuenta con una pista de aterrizaje la cual es una de las más grandes de la zona, además, el Río Wasaga colinda con dicha comunidad.

La comunidad de Sawastian cuenta con un número de habitantes de 80 personas aproximadamente, dentro de 12 familias. Existen 12 casas tradicionales en donde se

pueden distinguir sus respectivos cultivos en chacras por cada uno. Hay también 4 construcciones con características occidentales, de las cuales 2 son utilizadas como aulas de clases, 1 como lugar para eventos y la última que estaba destinada como iglesia pero que ahora está abandonada.

En sus alrededores se puede apreciar gran variedad de aves en sus alrededores, pero lo más sobresaliente es que mantienen muy bien conservados sus recursos culturales.

Tabla 23. Valoración Comunidad Sawastian

CRITERIO	VALORACIÓN	PORCENTAJE
UNICIDAD	5	30
VALOR INTRÍNSECO	3	15
NOTORIEDAD	4	20
CONCENTRACIÓN DE OFERTA	1	2
CARÁCTER AMAZÓNICO	5	10
	TOTAL	77

Fuente: Almeida et al. (2008)

2.3.2.10 Río Wasaga (Sawastian). (Anexo 21)

Sus coordenadas son S 2° 38' 33" - W 77° 09' 21". Está prácticamente al borde de la comunidad de Sawastian. Tiene un ancho de unos 50 metros aproximadamente y es navegable. Existe una tarabita para cruzar de extremo a extremo. Está rodeado por abundante vegetación y se puede divisar gran cantidad de aves.

Tabla 24. Valoración Río Wasaga (Sawastian)

CRITERIO	VALORACIÓN	PORCENTAJE
UNICIDAD	2	12
VALOR INTRÍNSECO	3	15
NOTORIEDAD	1	5

CONCENTRACIÓN DE OFERTA	1	2
CARÁCTER AMAZÓNICO	4	8
	TOTAL	42

Fuente: Almeida et al. (2008)

2.3.2.11 Comunidad Waruints. (Anexo 22)

Esta comunidad se encuentra entre las coordenadas Sur 2° 38' 28", Oeste 77° 09' 31" y pertenece a la Asociación de Wampuik. Para llegar a este destino se toma una ruta a pie por un sendero desde la comunidad de Sawastian, el transcurso toma alrededor de una hora y 30 minutos.

La comunidad está compuesta por unas 40 personas aproximadamente, en la actualidad existen 8 casas construidas con técnicas tradicionales, además de dos construcciones tipo occidental que sirven como aula de clases y como bodega. Cuentan también con una pista de aterrizaje en medio de la comunidad, con una longitud de unos 700 metros.

Está rodeada de abundante vegetación y se pueden observar varias de especies de aves y algunos mamíferos como monos ardilla, además el Río Wasaga puede considerarse como uno de sus recursos más destacables.

Tabla 25. Valoración Comunidad Waruints

CRITERIO	VALORACIÓN	PORCENTAJE
UNICIDAD	5	30
VALOR INTRÍNSECO	3	15
NOTORIEDAD	4	20
CONCENTRACIÓN DE OFERTA	1	2
CARÁCTER AMAZÓNICO	5	10
	TOTAL	77

Fuente: Almeida et al. (2008)

2.3.2.12 Comunidad Yamaran (Anexo 23)

Se ubica entre las coordenadas Sur 2° 37' 32", Oeste 77° 10' 33". Está comunidad es como un barrio aledaño a la Comunidad de Waruints. Para llegar se toma un sendero por 45 minutos a pie desde la comunidad de Sawastian. En la actualidad, se está construyendo una pista de aterrizaje cercana a la comunidad.

La comunidad de Yamaran, cuenta con una población aproximada de 30 personas. Existen 5 casas tradicionales que poseen sus propias chacras de cultivo.

Yamaran está rodeada por vegetación exuberante, el avistamiento de aves es muy frecuente, además, a través del Río Wasaga se puede navegar en canoa a remo hasta la comunidad de Saum, atravesando las comunidades de Sawastian y Tsunkintsa.

Tabla 26. Valoración Comunidad Yamaran

CRITERIO	VALORACIÓN	PORCENTAJE
UNICIDAD	4	24
VALOR INTRÍNSECO	3	15
NOTORIEDAD	2	10
CONCENTRACIÓN DE OFERTA	1	2
CARÁCTER AMAZÓNICO	4	8
	TOTAL	59

Fuente: Almeida et al. (2008)

Tabla 27. Resumen de la Valoración de Inventario para la zona 2: Tsunkintsa – Sawastian

RECURSO	CRITERIOS				
	Unicidad	Valor Intrínseco	Notoriedad	Concentración de	Carácter Amazónico
	VALORACIÓN (1 AL 5)				
Comunidad Tsunkintsa	5	3	4	1	5
Cascada Tuna (Tsunkintsa)	1	2	1	1	3

Fosa Machin	1	3	1	1	3
Río Wasaga (Tsunkintsa)	1	3	1	1	4
Comunidad Saum	5	3	4	1	5
Sendero (Bosque) Tsunkintsa – Saum	2	3	1	1	4
Cascada Yaguan	2	3	1	1	4
Barranco Saum	1	2	1	1	3
Comunidad de Sawastian	5	3	4	1	5
Río Wasaga (Sawastian)	2	3	1	1	4
Comunidad Waruits	5	3	4	1	5
Comunidad Yamaran	4	3	2	1	4

Fuente: Almeida et al. (2008)

Tabla 28. Resumen de Porcentajes Zona 2

RECURSO	CRITERIOS					
	Unicidad	Valor Intrínseco	Notoriedad	Concentración de	Carácter Amazónico	TOTAL
	PORCENTAJES					
	30	25	25	10	10	100
Comunidad Tsunkintsa	30	15	20	2	10	77
Cascada Tuna (Tsunkintsa)	6	10	5	2	6	29
Fosa Machin	6	15	5	2	6	34
Río Wasaga (Tsunkintsa)	6	15	5	2	8	36
Comunidad Saum	30	15	20	2	10	77
Sendero (Bosque) Tsunkintsa – Saum	12	15	5	2	8	41
Cascada Yaguan	12	15	5	2	8	41
Barranco Saum	6	10	5	2	8	31
Comunidad de Sawastian	30	15	20	2	10	77
Río Wasaga (Sawastian)	12	15	5	2	8	41
Comunidad Waruits	30	15	20	2	10	77
Comunidad Yamaran	24	15	20	2	8	59

Fuente: Almeida et al. (2008)

Tabla 29. Ranking Zona 2

RECURSO	PORCENTAJE	RANKING
Comunidad Tsunkintsa	77	1
Comunidad Saum	77	2
Comunidad Sawastian	77	3
Comunidad Waruits	77	4
Comunidad Yamaran	59	5
Sendero (bosque) Tsunkintsa – Saum	42	6

Cascada Yaguan	42	7
Rio Wasaga Sawastian	42	8
Río Wasaga Tsunkintsa	36	9
Fosa Machin	34	10
Barranco Saum	31	11
Cascada Tuna	29	12

Fuente: Almeida et al. (2008)

2.4 Análisis FODA

El análisis FODA es una herramienta básica al momento de requerir los insumos necesarios en el proceso de la Planeación Estratégica. Su importancia radica en proporcionar la información necesaria en la implantación de acciones correctivas y la generación de nuevos o mejores procesos de perfeccionamiento dentro de los proyectos. (IPN, 2002. Pág. 2).

En el análisis FODA se consideran 4 factores fundamentales que son: Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas. Las Oportunidades y Amenazas son relativas al Medio Ambiente Externo de la Empresa u Organismo, en cuanto que las Fortalezas y Debilidades corresponden al Medio Ambiente Interno. (IPN, 2002, Pág. 3).

Dentro de las Oportunidades y Amenazas pueden considerarse eventos ajenos a la institución como la dinámica política, crecimiento poblacional, inversión extranjera, factores económicos y sociales, etc. Dentro de las Fortalezas y Debilidades se puede resaltar por ejemplo el grado de profesionalismo, el nivel tecnológico, la capacidad de inversión, administración y organización, operaciones, finanzas, entre otros factores internos de la institución. (IPN, 2002, Pág. 5)

Una vez dadas las premisas anteriores correspondientes al Análisis FODA, se realizará dicho análisis para la zona de estudio en cuestión del Proyecto “Diagnóstico de Potencialidades Turísticas del Territorio Achuar”.

2.4.1 Análisis FODA de la Zona de estudio del Territorio de la Nacionalidad Achuar del Ecuador

Tabla 30. Análisis FODA de la Zona de estudio

Fortalezas	Oportunidades
<p>F1 Ubicación geográfica privilegiada del sector, al encontrarse en la Amazonía ecuatoriana, por su megadiversidad, es atrayente para el turista.</p> <p>F2 Recursos Naturales de flora y fauna relativamente conservados.</p> <p>F3 Se mantiene la herencia Histórico - Cultural de la cultura Achuar.</p> <p>F4 Existe gran potencial para elaborar circuitos turísticos en el área.</p> <p>F5 Existe interés por parte de los habitantes del sector para efectuar actividades turísticas.</p> <p>F6 Experiencias únicas dentro de la zona.</p> <p>F7 Se puede implementar varias modalidades turísticas dentro del área de estudio.</p>	<p>O1 Nuevas tendencias globales del turista al consumo de productos de ecoturismo y turismo cultural.</p> <p>O2 Existen empresas e instituciones interesadas en invertir e implementar actividades económicas alternativas relacionadas con la conservación y sostenibilidad a través del ecoturismo y turismo comunitario.</p> <p>O3 La competencia actual no está muy bien posicionada dentro del mercado relacionado al turismo cultural y natural.</p> <p>O4 Crecimiento del interés de la demanda potencial para visitar zonas remotas en la Amazonía.</p> <p>O5 Otros estudios y proyectos en marcha, relacionados a actividades alternativas de desarrollo. (Cultivo peces, apicultura, silvicultura, etc.)</p> <p>O6 En la actualidad hay organismos que apoyan la iniciativa del turismo comunitario como la FEPTCE.</p>
Debilidades	Amenazas
<p>D1 Los habitantes del sector no cuentan con experiencia en actividades relacionadas con turismo.</p> <p>D2 Falta de infraestructura adecuada para servicios turísticos.</p> <p>D3 No existen productos concretos para visitas de turistas dentro del área.</p> <p>D4 Problemas relacionados con zonas de cacería debido a agotamiento de recursos.</p> <p>D5 Pérdida de la cultura por influencias externas.</p>	<p>A1 Competencia de productos similares incluso dentro del territorio de la cultura Achuar.</p> <p>A2 Clima impredecible e inclemente.</p> <p>A3 Conflictos entre dirigencias indígenas y el estado.</p> <p>A4 Sistema organizativo precario por parte de los dirigentes de la cultura Achuar (NAE).</p> <p>A5 Conflictos territoriales con otras nacionalidades de la Amazonía.</p> <p>A6 Algunas empresas o instituciones se retiran o paran sus estudios o proyectos</p>

<p>D6 Desorganización dentro de las comunidades.</p>	<p>por conflictos con sus habitantes.</p>
<p>D7 Acceso sumamente dificultoso y/o caro.</p>	

Fuente: Almeida et al. (2008)

2.4.1.1 *Análisis Fortalezas vs. Oportunidades*

- Dentro del área de estudio se debe cultivar una visión que permita dar a conocer los recursos con que cuenta el territorio, tanto en su ubicación geográfica privilegiada y relativamente conservada así como en los recursos naturales y culturales con que cuenta, ya que en los tiempos presentes las tendencias del turista son las de preferir productos turísticos que aporten y promuevan la conservación de la naturaleza y la cultura de los sectores que se utilizan para actividades de recreación y descanso. Una de las formas de llegar al interés del turista sobre todo al turista internacional, es adoptar una política de preservación de recursos a través del ecoturismo o turismo comunitario como una actividad económica alternativa que pueda contribuir a la mejora de la calidad de vida de los involucrados en dichas actividades. (F1, F2, F3, F6 – O1, O4).
- El área en cuestión es apta para elaborar diversos circuitos turísticos relacionados a la naturaleza y cultura que se encuentran dentro de territorio amazónico además se pueden especializar dichas actividades en diferentes modalidades turísticas dependiendo de los recursos con los que se cuenta, así por ejemplo se puede optar por el turismo de naturaleza, turismo cultural, investigación científico – biológica, estudios antropológicos, voluntariados y pasantías, etc. Con estos antecedentes se puede solicitar la ayuda tanto técnica como de inversión de instituciones que pueden dar este tipo de ayuda, un claro ejemplo son los trabajos que han venido efectuando Ecociencia, CESLA y la Universidad de Texas a favor de las nacionalidades indígenas del Ecuador que se asientan en territorios de la Amazonía. Otra organización que apoya estas iniciativas sobre todo en territorios indígenas es la FEPTCE (F4, F7 – O2, O6).

- Así mismo, los habitantes del territorio en estudio, tienen la voluntad de experimentar con estas alternativas de desarrollo y conservación a través de actividades turísticas y otras actividades como la silvicultura, cultivo de peces, etc. Con los aportes de los diferentes organismos se debe también capacitar y profesionalizar a los habitantes de las zonas en donde se implementarían estas actividades, ya que son ellos los que eventualmente se responsabilizarían de administrar y hacer operable su territorio. (F5 – O2, O5, O6).
- Con los recursos con los que cuenta el área de estudio además de las diferentes modalidades de turismo potencialmente realizables y la voluntad de los habitantes para iniciar actividades turísticas, se debe iniciar una operación en dónde se pueda superar o por lo menos emparejarse con los niveles de la competencia, se debe tomar las acciones pertinentes para dicho cometido. (F2, F3, F4, F5, F6, F7 – O3).

2.4.1.2 Análisis Fortalezas vs. Amenazas

- Los habitantes o comunidades interesadas en la actividad turística, deben crear alianzas con los emprendimientos existentes dentro del territorio Achuar, hay que evitar crear competencia dentro de la misma nacionalidad para evitar conflictos, mejorar la organización y comunicación entre dirigentes y con las comunidades entre sí, puede ayudar a resolver los problemas e intereses de las partes involucradas e incluso se puede fortalecer y mejorar las iniciativas que ya existen dentro del territorio, siempre y cuando los beneficios sean distribuidos equitativamente entre la nacionalidad. (F5 –A1, A4).
- La implementación de una actividad turística en la zona, podría beneficiar a comunidades en conflicto, siempre y cuando se concreten acuerdos de colaboración entre las partes afectadas, al mismo tiempo se lograría brindar propuestas laborales a la población del área en cuestión. (F4, F7 – A5).
- Si fuera el caso de que los territorios incluidos dentro del estudio estén operando en actividades turísticas, se debe tratar de conservar las actividades existentes, los conflictos entre dirigencias indígenas y el estado, obviamente afectarían la normal operación turística en el sector, pero se deben buscar los medios necesarios para poder cumplir con el trabajo ya que es el trabajo el que daría el progreso en el territorio Achuar del presente estudio. (F4, F5, F7 – A3).

- El clima característico de la Amazonía del Ecuador se destaca por sus constantes precipitaciones a lo largo del año, esto ayuda en gran parte a la megadiversidad que ocurre en dicho territorio. En caso de problemas climáticos, se debe procurar contar con soluciones alternativas en caso de que el clima afecte la operación, principalmente a los vuelos en la entrada y salida de visitantes. (F1, F4, F7 – A2).

2.4.1.3 Análisis Debilidades vs. Oportunidades

- Para aprovechar eficientemente las oportunidades de inversión de los organismos que se interesan en invertir en proyectos turísticos, o la ayuda de las instituciones que apoyan estas iniciativas, se necesita que los habitantes de las comunidades de la nacionalidad Achuar correspondientes al estudio, estén bien capacitadas en actividades turísticas, lo que facilitaría la implementación de proyectos en el sector. (D1 – O1, O4)
- Se necesita que el área de estudio disponga de la debida infraestructura turística para alojamiento, alimentación, entre otras facilidades. Además de un programa bien establecido en lo que se refiere a viajes, recorridos, visitas que se representa al producto en sí. Para la inversión en infraestructura y para el desarrollo del producto, la nacionalidad Achuar se puede sustentar en la ayuda que prestan los organismos interesados o comprometidos en colaborar con el desarrollo de comunidades indígenas. Una vez que se disponga de una buena infraestructura para recibir a los visitantes, así como contar con una buena variedad de productos turísticos, se puede empezar a recibir a los turistas interesados en visitar esta zona. (D2, D3 - O1,O2,O4,O6)
- Se debe tener un muy buen nivel organizativo de las comunidades que forman parte de este proceso, solo así se puede mantener una operación sin mayores percances, se deben conservar tanto los recursos naturales como los recursos culturales ya que son el atractivo fundamental de la zona en cuestión, solo así se podrá hacer frente a la competencia y se podrá captar el mayor número posible de visitantes. (D4, D5, D6 – O3, O4).
- Buscar la manera más adecuada para que los costos del transporte no resulten tan caros, tener acuerdos con las aerolíneas, buscar ayuda del estado. (D7, O4)

2.4.1.4 Análisis Debilidades vs. Amenazas

- El profesionalismo, los recursos para operación, los paquetes turísticos, la conservación de los recursos naturales y culturales deben estar muy bien definidos dentro del área del territorio Achuar, se debe tener en cuenta que los productos turísticos implementados en esta zona, no deben competir con otros productos que de igual forma pertenecen a la nacionalidad Achuar, se debe llegar a un acuerdo común que no cree conflictos entre las comunidades y que al contrario, se cosechen beneficios al implementar actividades de turismo en su territorio. (D1, D2, D3, D4, D5 – A1).
- La organización de las comunidades y de las nacionalidades, así como su oportuna resolución de cualquier tipo de conflicto, será un paso importante para poder lograr el progreso de su territorio así como la mejora de la calidad de vida de sus pobladores. Una vez sin conflictos, y con un pueblo organizado, se pueden empezar proyectos para mejorar la calidad de vida de sus pobladores, así como la conservación del medio ambiente y de la cultura. (D6, D7 – A3, A4, A5, A6, A7).

CAPÍTULO III

3. MODALIDADES TURÍSTICAS PARA LA ZONA DE ESTUDIO EN TERRITORIO ACHUAR

Una modalidad turística está entendida como una diversificación de las actividades de turismo, esto principalmente se entiende como la agrupación de actividades similares en un solo destino. Es así que existen varias modalidades turísticas según la forma en que fueron empaquetados los atractivos o recursos o según las personas que optan por realizar estas actividades (segmentos).

En este Capítulo se analizarán las Modalidades Turísticas que se adecuan tanto al área de estudio como a la realidad cultural del territorio Achuar, las cuales se las describe a continuación.

3.1 Turismo Comunitario

El turismo comunitario es una modalidad de manejo del turismo que toma en cuenta tres aspectos fundamentales:

- Sensibilidad espacial con el entorno natural y las particularidades culturales.
- La búsqueda de sostenibilidad integral social y natural.
- El control efectivo del negocio turístico por parte de las comunidades.

Es así que el turismo comunitario se destaca por poseer una visión que fusiona los elementos medioambientales y socioculturales con la particularidad de que son las mismas comunidades las que se encargan de llevar a cabo la organización y gestión de sus recursos con fines turísticos. (Ruiz y Solís, 2007, pág. 11,12).

3.2 Ecoturismo – Turismo de Naturaleza

Honey (1999) ha establecido una descripción muy aceptable y muy utilizada de lo que comprende el ecoturismo – turismo de naturaleza y se refiere a la visita a áreas frágiles y comúnmente protegidas, las visitas se caracterizan por ser de bajo impacto y de pequeña escala. Este tipo de viajes ayudan a educar a los viajeros, provee de fondos para la conservación, beneficia de forma directa el desarrollo económico y el

fortalecimiento político de las comunidades locales y promueve el respeto por la diversidad de culturas y los derechos humanos. (Allan Rodhes).

3.3 Turismo Científico – Antropológico

Al hablar de turismo científico, nos referimos a la potencial creación de una estación científico – cultural, la cual este dirigida hacia el estudio e investigación de las culturas indígenas de la Amazonía ecuatoriana, con un carácter que englobe sobre todo, los elementos socio culturales y antropológicos y que sirvan de aporte científico para la sociedad en general.

3.4 Programas de Voluntariado y Pasantías

Los programas de voluntariado y pasantías, están enfocados a estudiantes o individuos que requieran experiencia en los ámbitos de turismo, conservación y cultura. Esta modalidad puede ser implementada en la zona de estudio del territorio de la Nacionalidad Achuar desde una perspectiva de aporte educativo hacia la sociedad, sobre todo dirigida a instituciones que requieran de pasantías para sus estudiantes.

3.5 Alternativas de Oferta Complementaria

La oferta complementaria del turismo, son todos los servicios que no estén incluidos dentro de características del hospedaje y de la alimentación. Más claramente, son todos los servicios, actividades y elementos que hacen de un destino su razón de ser, es así, que en el caso de este estudio, la oferta complementaria para el territorio de la Nacionalidad Achuar serían las actividades relacionadas con la visita a zonas naturales, observación de flora y fauna, experiencias vividas dentro de la selva amazónica y las experiencias culturales que pueden ser apreciadas. Las actividades o alternativas que pueden ser experimentadas dentro de la zona, se detallan a continuación, tomando en cuenta cada uno de los recursos turísticos más destacables que fueron inventariados.

3.5.1 Actividades Relacionadas con los Recursos Turísticos Naturales y Culturales de la zona 1: Kapawari – Pukuam

Para poder describir las siguientes actividades de los recursos disponibles de la zona de estudio, es necesario utilizar la Ficha Base para la Elaboración de un Producto Turístico de la Máster Ana García Pando (Anexo 24), esta ficha consecuentemente nos permitirá agrupar los recursos sueltos para poder incluirlos en un circuito y posteriormente darle

un valor como “Producto Turístico”. (García Pando, 2006). Hay que señalar que para este análisis de recursos, en la ficha base, se suprimió el coste/precio de cada actividad, ya que en el capítulo correspondiente al Análisis Económico Financiero se contemplan todos estos elementos.

En este capítulo se señalan las actividades potencialmente realizables, de acuerdo a los recursos del territorio de la Nacionalidad Achuar del presente estudio. Luego, en el capítulo correspondiente al Diseño del Producto Turístico se podrá agrupar estas actividades de la manera más conveniente posible para obtener los mejores resultados en el diseño de un producto turístico para la Nacionalidad Achuar.

Tabla 31. Actividades Recurso # 1: Comunidad de Kapawari

Actividades Recurso # 1: Comunidad de Kapawari	Consiste en: (actividad principal)	<ul style="list-style-type: none"> - Bienvenidas. - Interacción con la comunidad. - Participación costumbres locales (chacra, gastronomía, herramientas de cacería, artesanías, danza, música, visita a viviendas tradicionales, etc.). - Conversaciones (historias, mitos, leyendas, etc.). - Celebraciones culturales (ceremonias, ritos shamánicos, medicina tradicional, pintura facial, etc.).
	La realiza empresa:	- Proyecto Achuar
	# máximo de pax:	- 10 pax.
	# mínimo de pax:	- 3 pax.
	Lugar de realización:	- Comunidad Kapawari
	Servicios que ofrece:	<ul style="list-style-type: none"> - Hospedaje - Actividades culturales

	Recomendaciones: (Edad, estado físico, otras).	<ul style="list-style-type: none"> - De 18 a 50 años. - Actividades que no requieren un mayor esfuerzo físico. - Acatar las normas de la comunidad y de los guías. - Contar con los materiales necesarios para las actividades por cada Pax. - Responsabilidad y respeto con el ecosistema y con la comunidad.
	Estado Actual:	<ul style="list-style-type: none"> - Los servicios básicos e instalaciones para actividades turísticas son muy precarios o inexistentes. - Falta de experiencia y conocimiento de los habitantes, en lo que a turismo se refiere (cultura turística, sensibilidad turística, no existe un buen nivel de profesionalismo).
	Estado Deseado:	<ul style="list-style-type: none"> - Contar con los servicios e infraestructura necesaria, para una adecuada operación turística. - Tener miembros de la comunidad capacitados y comprometidos en lo referente a operación turística. - Actitudes enfocadas al crecimiento positivo de las actividades turísticas. - Mantener conservados los recursos naturales y culturales.

Fuente: Almeida et al. (2008)

Tabla 32. Actividades Recurso # 2: Lago Pitiur

Actividades Recurso # 2: Lago Pitiur	Consiste en: (actividad principal)	<ul style="list-style-type: none"> - Caminatas por senderos. - Observación Flora y Fauna. - Observación de Aves. - Observación de Reptiles acuáticos (caimanes). - Paseos nocturnos en canoa.
	La realiza empresa:	- Proyecto Achuar.
	# máximo de pax:	- 10 pax.
	# mínimo de pax:	- 3 pax.
	Lugar de realización:	- Lago Pitiur

	Servicios que ofrece:	<ul style="list-style-type: none"> - Servicio de Guías. - Servicios de Canoas. - Equipos (chalecos salvavidas).
	Recomendaciones: (Edad, estado físico, otras).	<ul style="list-style-type: none"> - De 18 a 50 años de edad. - Buen estado físico. - Contar con los equipos necesarios personales por cada pax. - Acatar las recomendaciones e indicaciones que el guía disponga a los pax. - Responsabilidad y respeto con el ecosistema.
	Estado Actual:	<ul style="list-style-type: none"> - Recurso conservado, lago muy vistoso, flora exuberante propia de la Amazonía, fauna potencialmente visible.
	Estado Deseado:	<ul style="list-style-type: none"> - Mantener conservado el recurso. - Implementación de un sistema de senderos que sean óptimos para operaciones turísticas (limpios, señalizados, de bajo impacto, etc.). - Contar con un buen servicio para transporte fluvial.

Fuente: Almeida et al. (2008)

Tabla 33. Actividades Recurso # 3: Cascada Tuna (Kapawari)

Actividades Recurso # 3: Cascada Tuna	Consiste en: (actividad principal)	<ul style="list-style-type: none"> - Caminatas por senderos. - Observación Flora y Fauna. - Observación de aves. - Observación de mamíferos (monos, tapir, saínos, etc.). - Baños en cascada.
	La realiza empresa:	<ul style="list-style-type: none"> - Proyecto Achuar.
	# máximo de pax:	<ul style="list-style-type: none"> - 10 pax.
	# mínimo de pax:	<ul style="list-style-type: none"> - 3 pax.
	Lugar de realización:	<ul style="list-style-type: none"> - Cascada Tuna (Kapawari).
	Servicios que ofrece:	<ul style="list-style-type: none"> - Servicio de Guías.
	Recomendaciones: (Edad, estado físico, otras).	<ul style="list-style-type: none"> - De 18 a 50 años de edad. - Buen estado físico. - Contar con los equipos necesarios personales por cada pax. - Acatar las recomendaciones e indicaciones que el guía disponga a los pax. - Responsabilidad y respeto con el ecosistema.

	Estado Actual:	<ul style="list-style-type: none"> - Recurso conservado de paisajes llamativos, se puede observar gran variedad de fauna y flora de la Amazonía, lugar apto para refrescarse.
	Estado Deseado:	<ul style="list-style-type: none"> - Mantener conservado el recurso. - Implementación de un sistema de senderos que sean óptimos para operaciones turísticas (limpios, señalizados, de bajo impacto, etc.).

Fuente: Almeida et al. (2008)

Tabla 34. Actividades Recurso # 4: Río Kapawari

Actividades Recurso # 4: Río Kapawari	Consiste en: (actividad principal)	<ul style="list-style-type: none"> - Paseos en canoa. - Pesca. - Baños en río. - Observación flora y fauna.
	La realiza empresa:	<ul style="list-style-type: none"> - Proyecto Achuar.
	# máximo de pax:	<ul style="list-style-type: none"> - 10 pax.
	# mínimo de pax:	<ul style="list-style-type: none"> - 3 pax.
	Lugar de realización:	<ul style="list-style-type: none"> - Río Kapawari.
	Servicios que ofrece:	<ul style="list-style-type: none"> - Servicio de Guías. - Servicio de transporte en canoa. - Equipos (chaleco salvavidas).
	Recomendaciones: (Edad, estado físico, otras).	<ul style="list-style-type: none"> - De 18 a 50 años de edad. - Buen estado físico. - Contar con los equipos necesarios personales por cada pax. - Acatar las recomendaciones e indicaciones que el guía disponga a los pax. - Responsabilidad y respeto con el ecosistema.
	Estado Actual:	<ul style="list-style-type: none"> - Recurso fluvial conservado, gran cantidad de flora y fauna.
Estado Deseado:	<ul style="list-style-type: none"> - Mantener conservado el recurso. - Contar con un buen servicio de transporte en canoas. 	

Fuente: Almeida et al. (2008)

Tabla 35. Actividades Recurso # 5: Lugar de Cacería (Kapawari)

Actividades Recurso # 5: Lugar	Consiste en: (actividad principal)	<ul style="list-style-type: none"> - Caminatas por senderos. - Observación flora y fauna. - Observación de aves. - Observación de mamíferos.
---	---------------------------------------	--

La realiza empresa:	- Proyecto Achuar.
# máximo de pax:	- 10 pax.
# mínimo de pax:	- 3 pax.
Lugar de realización:	- Lugar de Cacería.
Servicios que ofrece:	- Servicio de guías.
Recomendaciones: (Edad, estado físico, otras).	<ul style="list-style-type: none"> - De 18 a 50 años de edad. - Buen estado físico. - Contar con los equipos necesarios personales por cada pax. - Acatar las recomendaciones e indicaciones que el guía disponga a los pax. - Responsabilidad y respeto con el ecosistema.
Estado Actual:	- Relativamente conservado aunque con intervenciones de cacería por parte de la nacionalidad Achuar de donde se proveen de alimentos.
Estado Deseado:	<ul style="list-style-type: none"> - Minimizar el impacto de la cacería. - Proponer, implementar un sistema que permita mantener conservado el recurso.

Fuente: Almeida et al. (2008)

Tabla 36. Actividades Recurso # 6: Comunidad de Pukuam

Actividades Recurso # 6: Comunidad de Pukuam	Consiste en: (actividad principal)	<ul style="list-style-type: none"> - Bienvenidas. - Interacción con la comunidad. - Participación costumbres locales (chacra, gastronomía, herramientas de cacería, artesanías, danza, música, visita a viviendas tradicionales, etc.). - Conversaciones (historias, mitos, leyendas, etc.). - Celebraciones culturales (ceremonias, ritos shamánicos, medicina tradicional, pintura facial, etc.).
	La realiza empresa:	- Proyecto Achuar
	# máximo de pax:	- 10 pax.
	# mínimo de pax:	- 3 pax.
	Lugar de realización:	- Comunidad Kapawari
	Servicios que ofrece:	<ul style="list-style-type: none"> - Pernoctación - Actividades Culturales
	Recomendaciones: (Edad, estado físico, otras).	<ul style="list-style-type: none"> - De 18 a 50 años. - Actividades que no requieren un mayor esfuerzo físico. - Acatar las normas de la comunidad y de los guías. - Contar con los materiales necesarios para las actividades por cada Pax. - Responsabilidad y respeto con el ecosistema y con la comunidad.
	Estado Actual:	<ul style="list-style-type: none"> - Los servicios básicos e instalaciones para actividades turísticas son muy precarios o inexistentes. - Falta de experiencia y conocimiento de los habitantes, en lo que a turismo se refiere (cultura turística, sensibilidad turística, no existe un buen nivel de profesionalismo).

	Estado Deseado:	<ul style="list-style-type: none"> - Contar con los servicios e infraestructura necesaria, para una adecuada operación turística. - Tener miembros de la comunidad capacitados y comprometidos en lo referente a operación turística. - Actitudes enfocadas al crecimiento positivo de las actividades turísticas. - Mantener conservados los recursos naturales y culturales.
--	-----------------	--

Fuente: Almeida et al. (2008)

Tabla 37. Actividades Recurso # 7: Lugar de Cacería (Pukuam)

Actividades Recurso # 7: Lugar de Cacería (Pukuam)	Consiste en: (actividad principal)	<ul style="list-style-type: none"> - Caminatas por senderos. - Observación flora y fauna. - Observación de aves. - Observación de mamíferos.
	La realiza empresa:	- Proyecto Achuar.
	# máximo de pax:	- 10 pax.
	# mínimo de pax:	- 3 pax.
	Lugar de realización:	- Lugar de Cacería (Pukuam).
	Servicios que ofrece:	- Servicio de guías.
	Recomendaciones: (Edad, estado físico, otras).	<ul style="list-style-type: none"> - De 18 a 50 años de edad. - Buen estado físico. - Contar con los equipos necesarios personales por cada pax. - Acatar las recomendaciones e indicaciones que el guía disponga a los pax. - Responsabilidad y respeto con el ecosistema.
	Estado Actual:	- Relativamente conservado aunque con intervenciones de cacería por parte de la nacionalidad Achuar de donde se proveen de alimentos.
Estado Deseado:	<ul style="list-style-type: none"> - Minimizar el impacto de la cacería. - Proponer, implementar un sistema que permita mantener conservado el recurso. 	

Fuente: Almeida et al. (2008)

3.5.2 Actividades Relacionadas con los Recursos Turísticos Naturales y Culturales de la zona 2: Tsunkintsa – Sawastian

Tabla 38. Actividades Recurso # 1: Comunidad de Sawastian

Actividades Recurso # 1: Comunidad de Sawastian	Consiste en: (actividad principal)	<ul style="list-style-type: none"> - Bienvenidas. - Interacción con la comunidad. - Participación costumbres locales (chacra, gastronomía, herramientas de cacería, artesanías, danza, música, visita a viviendas tradicionales, etc.). - Conversaciones (historias, mitos, leyendas, etc.). - Celebraciones culturales (ceremonias, ritos shamánicos, medicina tradicional, pintura facial, etc.).
	La realiza empresa:	- Proyecto Achuar
	# máximo de pax:	- 10 pax.
	# mínimo de pax:	- 3 pax.
	Lugar de realización:	- Comunidad de Sawastian
	Servicios que ofrece:	<ul style="list-style-type: none"> - Pernoctación - Actividades Culturales
	Recomendaciones: (Edad, estado físico, otras).	<ul style="list-style-type: none"> - De 18 a 50 años. - Actividades que no requieren un mayor esfuerzo físico. - Acatar las normas de la comunidad y de los guías. - Contar con los materiales necesarios para las actividades por cada Pax. - Responsabilidad y respeto con el ecosistema y con la comunidad.

	Estado Actual:	<ul style="list-style-type: none"> - Las viviendas tradicionales Achuar de la comunidad, mantienen sus características propias en un estado relativamente conservado. - Los servicios básicos e instalaciones para actividades turísticas son muy precarios o inexistentes. - Falta de experiencia y conocimiento de los habitantes, en lo que a turismo se refiere (cultura turística, sensibilidad turística, no existe un buen nivel de profesionalismo).
	Estado Deseado:	<ul style="list-style-type: none"> - Contar con los servicios e infraestructura necesaria, para una adecuada operación turística. - Tener miembros de la comunidad capacitados y comprometidos en lo referente a operación turística. - Actitudes enfocadas al crecimiento positivo de las actividades turísticas. - Mantener conservados los recursos naturales y culturales.

Fuente: Almeida et al. (2008)

Tabla 39. Actividades Recurso # 2 Bosque de Sawastian

Actividades Recurso # 2: Bosque de Sawastian	Consiste en: (actividad principal)	<ul style="list-style-type: none"> - Caminatas por senderos de bosque. - Observación Flora y Fauna. - Observación de aves.
	La realiza empresa:	- Proyecto Achuar.
	# máximo de pax:	- 10 pax.
	# mínimo de pax:	- 3 pax.
	Lugar de realización:	- Bosque de Sawastian.
	Servicios que ofrece:	- Servicio de Guías.

	Recomendaciones: (Edad, estado físico, otras).	<ul style="list-style-type: none"> - De 18 a 50 años de edad. - Buen estado físico. - Contar con los equipos necesarios personales por cada pax. - Acatar las recomendaciones e indicaciones que el guía disponga a los pax. - Responsabilidad y respeto con el ecosistema.
	Estado Actual:	<ul style="list-style-type: none"> - Bosque relativamente conservado. - Deficiente sistema de senderos.
	Estado Deseado:	<ul style="list-style-type: none"> - Mantener conservado el recurso. - Implementación de un sistema de senderos que sean óptimos para operaciones turísticas (limpios, señalizados, de bajo impacto, etc.).

Fuente: Almeida et al. (2008)

Tabla 40. Actividad Recurso # 3 Río Wasaga

Actividad Recurso # 3 Río Wasaga	Consiste en: (actividad principal)	<ul style="list-style-type: none"> - Navegar por aguas del río. - Baños a orillas del río. - Observación de flora y fauna - Observación de paisajes fluviales. - Pesca.
	La realiza empresa:	<ul style="list-style-type: none"> - Proyecto Achuar.
	# máximo de pax:	<ul style="list-style-type: none"> - 10 pax.
	# mínimo de pax:	<ul style="list-style-type: none"> - 3 pax.
	Lugar de realización:	<ul style="list-style-type: none"> - Río Wasaga (Yamaran – Sawastian).
	Servicios que ofrece:	<ul style="list-style-type: none"> - Servicio de guía. - Servicio de transporte en canoa. - Equipo (chalecos salvavidas).
	Recomendaciones: (Edad, estado físico, otras).	<ul style="list-style-type: none"> - De 18 a 50 años de edad. - Buen estado físico. - Contar con los equipos necesarios personales por cada pax. - Acatar las recomendaciones e indicaciones que el guía disponga a los pax. - Responsabilidad y respeto con el ecosistema.

	Estado Actual:	- Río de paisajes y bosques muy vistosos, se puede observar gran variedad de flora y fauna.
	Estado Deseado:	- Mantener el recurso conservado.

Fuente: Almeida et al. (2008)

Tabla 41. Actividad # 4 Río Wasaga Sawastian – Tsunkintsa

Actividades Recurso # 4 Río Wasaga (Sawastian – Tsunkintsa)	Consiste en: (actividad principal)	<ul style="list-style-type: none"> - Navegar por aguas del río. - Baños a orillas del río. - Observación de flora y fauna - Observación de paisajes fluviales. - Pesca.
	La realiza empresa:	- Proyecto Achuar.
	# máximo de pax:	- 10 pax.
	# mínimo de pax:	- 3 pax.
	Lugar de realización:	- Río Wasaga (Sawastian – Tsunkintsa).
	Servicios que ofrece:	<ul style="list-style-type: none"> - Servicio de guía. - Servicio de transporte en canoa. - Equipo (chalecos salvavidas).
	Recomendaciones: (Edad, estado físico, otras).	<ul style="list-style-type: none"> - De 18 a 50 años de edad. - Buen estado físico. - Contar con los equipos necesarios personales por cada pax. - Acatar las recomendaciones e indicaciones que el guía disponga a los pax. - Responsabilidad y respeto con el ecosistema.
	Estado Actual:	- Río de paisajes y bosques muy vistosos, se puede observar gran variedad de flora y fauna.
Estado Deseado:	- Mantener el recurso conservado.	

Fuente: Almeida et al. (2008)

Tabla 42. Actividades Recurso # 5 Comunidad de Tsunkintsa

Actividades Recurso # 5 Comunidad de Tsunkintsa.	Consiste en: (actividad principal)	<ul style="list-style-type: none"> - Bienvenidas. - Interacción con la comunidad. - Participación costumbres locales (chacra, gastronomía, herramientas de cacería, artesanías, danza, música visita a viviendas tradicionales, etc.). - Conversaciones (historias, mitos, leyendas, etc.). - Celebraciones culturales (ceremonias, ritos shamánicos, medicina tradicional, pintura facial, etc.).
	La realiza empresa:	- Proyecto Achuar
	# máximo de pax:	- 10 pax.
	# mínimo de pax:	- 3 pax.
	Lugar de realización:	- Comunidad de Sawastian
	Servicios que ofrece:	<ul style="list-style-type: none"> - Pernoctación - Actividades Culturales
	Recomendaciones: (Edad, estado físico, otras).	<ul style="list-style-type: none"> - De 18 a 50 años. - Actividades que no requieren un mayor esfuerzo físico. - Acatar las normas de la comunidad y de los guías. - Contar con los materiales necesarios para las actividades por cada Pax. - Responsabilidad y respeto con el ecosistema y con la comunidad.

	Estado Actual:	<ul style="list-style-type: none"> - Las viviendas tradicionales Achuar de la comunidad, mantienen sus características propias en un estado relativamente conservado. - Los servicios básicos e instalaciones para actividades turísticas son muy precarios o inexistentes. - Falta de experiencia y conocimiento de los habitantes, en lo que a turismo se refiere (cultura turística, sensibilidad turística, no existe un buen nivel de profesionalismo).
	Estado Deseado:	<ul style="list-style-type: none"> - Contar con los servicios e infraestructura necesaria, para una adecuada operación turística. - Tener miembros de la comunidad capacitados y comprometidos en lo referente a operación turística. - Actitudes enfocadas al crecimiento positivo de las actividades turísticas. - Mantener conservados los recursos naturales y culturales.

Fuente: Almeida et al. (2008)

Tabla 43. Actividad # 6 Cascada Tuna (zona 2)

Actividades Recurso # 6 Cascada Tuna	Consiste en: (actividad principal)	<ul style="list-style-type: none"> - Caminata por senderos de bosque. - Observación Flora y Fauna. - Observación de aves. - Baños en la cascada.
	La realiza empresa:	- Proyecto Achuar.
	# máximo de pax:	- 10 pax.
	# mínimo de pax:	- 3 pax.
	Lugar de realización:	- Cascada Tuna.
	Servicios que ofrece:	- Servicio de guías.

	Recomendaciones: (Edad, estado físico, otras).	<ul style="list-style-type: none"> - De 18 a 50 años de edad. - Buen estado físico. - Contar con los equipos necesarios personales por cada pax. - Acatar las recomendaciones e indicaciones que el guía disponga a los pax. - Responsabilidad y respeto con el ecosistema.
	Estado Actual:	<ul style="list-style-type: none"> - Bosque relativamente conservado. - Deficiente sistema de senderos.
	Estado Deseado:	<ul style="list-style-type: none"> - Mantener conservado el recurso. - Implementación de un sistema de senderos que sean óptimos para operaciones turísticas (limpios, señalizados, de bajo impacto, etc.).

Fuente: Almeida et al. (2008)

Tabla 44. Actividades Recurso # 7: Fosa Machín

Actividad Recurso # 7: Fosa Machín	Consiste en: (actividad principal)	<ul style="list-style-type: none"> - Caminata por senderos de bosque. - Observación Flora y Fauna. - Observación de aves. - Pesca. - Campamento.
	La realiza empresa:	- Proyecto Achuar.
	# máximo de pax:	- 10 pax.
	# mínimo de pax:	- 3 pax.
	Lugar de realización:	- Fosa Machín.
	Servicios que ofrece:	- Servicio de guías.
	Recomendaciones: (Edad, estado físico, otras).	<ul style="list-style-type: none"> - De 18 a 50 años de edad. - Buen estado físico. - Contar con los equipos necesarios personales por cada pax. - Acatar las recomendaciones e indicaciones que el guía disponga a los pax. - Responsabilidad y respeto con el ecosistema.
	Estado Actual:	<ul style="list-style-type: none"> - Bosque relativamente conservado. - Deficiente sistema de senderos. - No existe un área para campamento.

	Estado Deseado:	<ul style="list-style-type: none"> - Mantener conservado el recurso. - Implementación de un sistema de senderos que sean óptimos para operaciones turísticas (limpios, señalizados, de bajo impacto, etc.). - Adecuar una efectiva área para poder realizar campamentos.
--	-----------------	---

Fuente: Almeida et al. (2008)

Tabla 45. Actividades Recurso # 8 Comunidad Saum

Actividades Recurso # 8: Comunidad de Saum.	Consiste en: (actividad principal)	<ul style="list-style-type: none"> - Bienvenidas. - Interacción con la comunidad. - Participación costumbres locales (chacra, gastronomía, herramientas de cacería, artesanías, danza, música visita a viviendas tradicionales, etc.). - Conversaciones (historias, mitos, leyendas, etc.). - Celebraciones culturales (ceremonias, ritos shamánicos, medicina tradicional, pintura facial, etc.).
	La realiza empresa:	- Proyecto Achuar.
	# máximo de pax:	- 10 pax.
	# mínimo de pax:	- 3 pax.
	Lugar de realización:	- Comunidad de Saum.
	Servicios que ofrece:	<ul style="list-style-type: none"> - Pernoctación - Actividades Culturales
	Recomendaciones: (Edad, estado físico, otras).	<ul style="list-style-type: none"> - De 18 a 50 años. - Actividades que no requieren un mayor esfuerzo físico. - Acatar las normas de la comunidad y de los guías. - Contar con los materiales necesarios para las actividades por cada Pax. - Responsabilidad y respeto con el ecosistema y con la comunidad.

	Estado Actual:	<ul style="list-style-type: none"> - Los servicios básicos e instalaciones para actividades turísticas son muy precarios o inexistentes. - Falta de experiencia y conocimiento de los habitantes, en lo que a turismo se refiere (cultura turística, sensibilidad turística, no existe un buen nivel de profesionalismo). - Actitud negativa de los habitantes ante actividades turísticas.
	Estado Deseado:	<ul style="list-style-type: none"> - Contar con los servicios e infraestructura necesaria, para una adecuada operación turística. - Tener miembros de la comunidad capacitados y comprometidos en lo referente a operación turística. - Actitudes enfocadas al crecimiento positivo de las actividades turísticas. - Mantener conservados los recursos naturales y culturales.

Fuente: Almeida et al. (2008)

Tabla 46. Actividad # 9 Cascada Yaguan

Actividad Recurso # 9: Cascada Yaguan	Consiste en: (actividad principal)	<ul style="list-style-type: none"> - Caminata por senderos de bosque. - Observación Flora y Fauna. - Observación de aves. - Baños en la cascada.
	La realiza empresa:	- Proyecto Achuar.
	# máximo de pax:	- 10 pax.
	# mínimo de pax:	- 3 pax.
	Lugar de realización:	- Cascada Yaguan.
	Servicios que ofrece:	- Servicio de guías.

	Recomendaciones: (Edad, estado físico, otras).	<ul style="list-style-type: none"> - De 18 a 50 años de edad. - Buen estado físico. - Contar con los equipos necesarios personales por cada pax. - Acatar las recomendaciones e indicaciones que el guía disponga a los pax. - Responsabilidad y respeto con el ecosistema.
	Estado Actual:	<ul style="list-style-type: none"> - Recurso poco conservado. - Sistema inadecuado de senderos. - Desperdicios orgánicos a lo largo de sendero.
	Estado Deseado:	<ul style="list-style-type: none"> - Mejorar la limpieza e imagen del recurso, potenciarlo y conservarlo. - Implementación de un sistema de senderos que sean óptimos para operaciones turísticas (limpios, señalizados, de bajo impacto, etc.).

Fuente: Almeida et al. (2008)

Tabla 47. Actividad Recurso # 10 Barranco Saum

Actividad Recurso # 10: Barranco Saum	Consiste en: (actividad principal)	- Rapeling en Barranco
	La realiza empresa:	- Proyecto Achuar.
	# máximo de pax:	- 10 pax.
	# mínimo de pax:	- 3 pax.
	Lugar de realización:	- Barranco Saum.
	Servicios que ofrece:	<ul style="list-style-type: none"> - Servicio de Guías. - Equipo necesario para realizar el rapel.

	<p>Recomendaciones: (Edad, estado físico, otras).</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Total prudencia por parte de los visitantes para realizar el rapel, se recomienda edades de 18 a 30 años. - Respetar las normas de seguridad. - Buen estado físico. - Contar con los equipos necesarios personales por cada pax. - Acatar las recomendaciones e indicaciones que el guía disponga a los pax. - Responsabilidad y respeto con el ecosistema.
	<p>Estado Actual:</p>	<ul style="list-style-type: none"> - La vegetación existente en las paredes del barranco pueden dificultar los descensos del rapel
	<p>Estado Deseado:</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Contar con todas las normas de seguridad pertinentes para poder realizar dicha actividad. - Contar con equipamiento en óptimo estado. - Contar con personal experimentado para dicha actividad.

Fuente: Almeida et al. (2008)

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO DEL MERCADO

Para López Aurelio, 2004, el Mercado tiene varios niveles de interpretación, desde el Agente de Bolsa, pasando por el experto en Marketing hasta el ama de casa, sin embargo todas sus percepciones tienen una base común en la Economía. Es así, que para que exista un Mercado se necesitan 3 condiciones:

- a) Que exista una necesidad.
- b) Que exista un deseo de satisfacerla.
- c) Que exista capacidad adquisitiva

El mismo autor contempla el mercado desde 3 puntos de vista: Económico, Físico y de Marketing que a continuación se describen:

- **Punto de Vista Económico:** la agrupación entre la oferta y la demanda es la que fija el precio de los productos o servicios en un momento o período determinado. En otras palabras, basta con que haya un acuerdo con la cosa vendida, la fecha de entrega y el precio fijado para que la compraventa exista. No es necesario que se entregue el producto o servicio vendido, ni que se pague el precio convenido en el mismo momento en que se haya llegado a un acuerdo, sin embargo, el precio ya ha sido fijado. (López, 19).
- **Punto de Vista Físico:** son aquellos lugares o sitios en donde se realizan todo tipo de transacciones. Comúnmente son llamados Mercados, Ferias, Salones, etc., aunque más específicamente son Puntos de Venta o de Exhibición de determinados sectores o productos. (López, 25).
- **Punto de Vista de Marketing:** el Marketing, se enfoca más en las personas, sus deseos, preferencias, necesidades y gustos, así el mercado entendido como un conjunto de personas es el campo de trabajo del Marketing y esta herramienta se encarga de satisfacer las necesidades y deseos de las personas. (López, 25).

Dados estos criterios, es preciso dar inicio al análisis de los elementos fundamentales del Mercado, como lo son el estudio de la Oferta y Demanda que concretará el objeto de esta Tesis el cual es la Creación de un producto Turístico para el territorio de la Nacionalidad Achuar del Ecuador. A continuación.

4.1 La Oferta

Francois Vellas (2004, pág. 85), sostiene que la oferta en el turismo se destaca principalmente por los servicios de alojamiento y productos turísticos que se direccionan hacia el mercado y que son las bases primordiales de la industria turística. De ahí que, su importancia, su calidad, su adaptación a la demanda establecen directamente la formación y el crecimiento de los flujos turísticos. Estos servicios presentan 3 características básicas:

- La producción de servicios turísticos es en gran medida, de tipo temporal, esto implica gran flexibilidad de las estructuras y de la gestión de la oferta.
- Estos servicios turísticos necesitan de una fuerte e intensa mano de obra para ser producidos. Este hecho agrava la problemática de la temporalidad en las actividades de turismo ya que los empleos prevalecerían solo en ciertas épocas del año.
- Los productos y servicios turísticos no pueden ser almacenados. Un producto o servicio que no fue utilizado durante cierto período, no puede ser utilizado en otro período, la no utilización es siempre costosa.

-

El estudio del mercado competidor, es fundamental para la implementación y la entrada de un nuevo producto en el mercado. Es entonces que, es necesario conocer las estrategias comerciales que desarrolle la competencia para confrontarla de manera eficaz en el ámbito comercial del mercado. Además, conocer las estrategias de la competencia permite aprovechar sus ventajas y evitar sus desventajas. Estar siempre informados sobre los precios en que venden sus productos, promociones, descuentos, publicidad, canales de distribución y demás, facilita la determinación de las propias variables útiles para la elaboración de un nuevo producto. (Sapang, Chain, 1994).

Desde un enfoque basado en el Marketing, la oferta es una estrategia concreta de venta que se caracteriza por ofrecer incentivos para el consumo de productos, así estos incentivos están determinados por descuentos, gratuidades o de ofrecer ventajas incrementadas por el hecho de adquirir un determinado producto durante el tiempo de duración de la oferta. (García Pando, 2006).

Sapang Chain (1994) propone 3 aspectos metodológicos para ser utilizados en el análisis de la creación e introducción en el mercado de un nuevo producto:

- a) El consumidor y las demandas del mercado.
- b) La competencia y las ofertas del mercado.
- c) Comercialización del producto.

Para el caso de este capítulo, se procede a un estudio de oferta que se destaca por poseer características similares, al producto a ser desarrollado para la Nacionalidad Achuar del Ecuador. Es decir, el estudio de empresas competidoras, que ofertan servicios turísticos desde la perspectiva del Turismo Comunitario y Ecoturismo y que se desarrolla en la Amazonía del Ecuador, específicamente en las Provincias de Pastaza, Sucumbíos, Orellana y Napo.

4.1.1 Oferta Turística Competidora en la Amazonía del Ecuador de Ecoturismo y Turismo Comunitario

Existen varios emprendimientos de empresas que relacionan sus actividades con el ecoturismo y el turismo comunitario y que se encuentran ubicadas dentro de la zona amazónica del territorio ecuatoriano. La presencia de estas empresas, son de gran importancia para el presente estudio, ya que se constituyen como la competencia directa si la relacionamos con el Producto Turístico Achuar, el cual poseería características equivalentes a los productos identificados dentro de la amazonia y que obviamente compartiría atractivos y actividades similares al de la oferta. Es así que se ha identificado y se ha descrito la oferta siguiente dentro del territorio amazónico ecuatoriano:

4.1.1.1 Cotococha Amazon Lodge – Provincia de Pastaza

Hospedaje y Restauración

Cuenta con 17 cabañas de construcción tradicional (1 simple, 3 dobles, 13 triples) con los servicios básicos (baño, agua caliente). Hay que destacar que para la iluminación se utilizan lámparas de aceite. Cuenta con un área de restauración con una capacidad de 35 personas. Se puede optar por comida nacional, internacional, dietas especiales y comida vegetariana. Existe un área de bar con capacidad para 15 personas además de un área para encender fogatas.

Sitios Naturales

Río Napo, Mariposario, playa Misahualli, cueva de Jumandy, cascada de Latas, bosque primario, fauna y flora, lago Cotococha, río Arajuno, río Anzu, río Jatunyacu o Alto Napo.

Manifestaciones Culturales y Folklor

Presencia de manifestaciones culturales relacionadas a la cultura Kichwa como: Idioma tradicional Kichwa, medicina ancestral, técnicas de caza y pesca, cerámica, chicha.

Oferta Complementaria

- Caminatas.
- Rafting, tubing, kayaking.
- Recorridos en canoa y balsa.
- Lavado de oro.
- Observación flora y fauna.
- Pesca.
- Practica con cerbatana.

Tarifas

- **Estándar**
Todas las comidas y guía en ingles
3 días / 2 noches: **US\$ 155**
4 días / 3 noches: **US\$ 260**
5 días / 4 noches: **US\$ 369**

- **Bronce**
Transfer Quito – Cotococha Lodge – Quito o Baños, todas las comidas con guías en inglés (solo durante excursiones).
3 días / 2 noches: **US\$ 222**
4 días / 3 noches: **US\$ 329**
5 días / 4 noches: **US\$ 429**

- **Silver**

Transfer Quito – Cotococha Lodge – Quito o Baños, todas las comidas con guías en inglés (todo el paquete).

3 días / 2 noches: **US\$ 330**

4 días / 3 noches: **US\$ 470**

5 días / 4 noches: **US\$ 596**

- **Gold**

Transporte privado 4x4 Quito – Cotococha Lodge - Quito o Baños. Todas las comidas y excursiones con guía en inglés todo el paquete.

3 días / 2 noches: **US\$ 516**

4 días / 3 noches: **US\$ 728**

5 días / 4 noches: **US\$ 899**

- **Normal**

Todas las comidas y excursiones incluidas SIN guía en inglés.

3 días / 2 noches: **US\$ 110**

4 días / 3 noches: **US\$ 180**

5 días / 4 noches: **US\$ 230**

El programa incluye:

- Hospedaje en habitaciones con baño privado y agua caliente.
- Visitas y excursiones detalladas.
- Guía nativo en español.
- Alimentación (desde la cena del primer día hasta el desayuno del último día).
- Impuestos hoteleros y de ley.

El programa no incluye:

- Bebidas (deben ser canceladas directamente en el lodge en efectivo).
- Propinas.
- Extras.

4.1.1.2 Cabañas Jamu – Provincia de Sucumbíos

Hospedaje y Restauración

Existen 9 cabañas de construcción tradicional cada una con dos habitaciones con una capacidad de 32 personas, se utiliza velas para la iluminación. Se cuenta con un comedor para alimentación de visitantes.

Sitios Naturales

Reserva Cuyabeno, río Cuyabeno, río hormiga, laguna Grande, laguna Patococha, laguna

Caimancocha, bosque primario, bosque inundado, observación de caimanes, aves, peces, monos.

Manifestaciones Culturales y Folklore

Presencia de manifestaciones culturales relacionados con la nacionalidad Siona – Secoya del Ecuador. Elaboración de Wasabe, convivencias con la comunidad.

Oferta Complementaria

- Caminatas.
- Recorridos en canoa y balsa.
- Elaboración de cerámica y chicha de yuca.
- Observación flora y fauna.
- Pesca.

Tarifas

Paquete 3 noches 4 días

- Habitación Múltiple (5 personas). **US\$ 175.**

- Habitación Doble con baño privado y agua fría. **US\$ 200.**
- Habitación Doble con baño privado y agua caliente. **US\$ 210.**

Paquete 4 noches 5 días

- Habitación Múltiple (5 personas). **US\$ 215.**
- Habitación Doble con baño privado y agua fría. **US\$ 240.**
- Habitación Doble con baño privado y agua caliente. **US\$ 250.**

El programa incluye:

- Transporte privado del Lago Agrio- Puente Cuyabeno- Lago Agrio.
- Transporte en canoa en la Reserva Faunística Cuyabeno.
- Guía naturalista (inglés -español).
- Alojamiento.
- Alimentación completa (Agua, té, café incluido).
- Excursiones y actividades en canoa y a pie.
- Botas de caucho y poncho de agua.

Nuestros precios no incluyen:

- Transporte Quito - Lago Agrio - Quito (Bus \$16 - Avión \$122).
- Entrada en la reserva (\$20 extranjero - \$5 nacional).
- Visita a la comunidad (\$2casabe - \$2shaman).
- Bebidas alcohólicas.
- Propina.

4.1.1.3 Liana Lodge – Provincia de Sucumbíos

Hospedaje y Restauración

8 cabañas distribuidas en 12 habitaciones dobles, 1 triple, 1 de 4 camas, 1 de 5 camas.

Para albergar un total de 35 visitantes. Agua caliente y baño privado. Existe restaurante y servicio de bar en complejo principal, además se cuenta con un área de recepción.

Sitios Naturales

Río Arajuno, Río Rodriguez, Río Cosano, Isla Anaconda, observación de flora y fauna.

Manifestaciones Culturales y Folklore

Presencia de manifestaciones culturales relacionadas con la nacionalidad Kichwa del Ecuador. Artesanías, chicha, idioma kichwa.

Oferta Complementaria

- Caminatas.
- Visita centro de rescate Amazónico
- Chacras.
- Tubbing.
- Recorridos en canoa.
- Construcción de balsa
- Lavado de oro.
- Observación flora y fauna.
- Pesca.
- Práctica con cerbatana.

Tabla 48. Tarifas Liana Lodge

Paquetes	Precio Número de Pasajeros (US\$)		
	10 a 30 Pasajeros	1 a 5 Pasajeros	6 a 9 Pasajeros
2 noches / 3 días	95	92	86
3 noches / 4 días	153	148	137
4 noches / 5 días	210	203	189
5 noches / 6 días	264	257	238
6 noches / 7 días	319	309	287
7 noches / 8 días	372	362	336

Precios desglosados: Noche: 19 \$, Desayuno: 6 \$, Almuerzo: 8.50 \$, Cena: 9.50 \$,

Tour:

2 noches/ 3 días: 21 \$, desde 3 noches/4días : 19.30 \$ por día, medio tour: 9.65 \$

Fuente: Liana Lodge. (2008)

4.1.1.4 Tapir Lodge – Provincia de Sucumbíos

Hospedaje y Restauración

1 bungaló con 6 habitaciones dobles con baños privados, dos de las cuales pueden ser usadas como habitaciones triples. Torre de 15 metros con 4 habitaciones. Torre de 6 habitaciones equipadas también con camas twin size, baños privados, hamaca y balcón. El piso 6 de esta torre puede ser utilizado como cuarto triple o cuádruple. Agua caliente y electricidad (110 - 115 V). Zona de restaurante, comida típica e internacional. Con capacidad para 32 personas. Existen paneles solares y biodigestores para desechos.

Sitios Naturales

Río Cuyabeno, Laguna Grande, flora y fauna, observación de monos, aves, caimanes.

Manifestaciones Culturales y Folklore

Presencia de manifestaciones culturales de las nacionalidades Siona y Cofán, idiomas, shamanismo, medicina natural, artesanías, etc.

Oferta Complementaria

- Caminatas.
- Recorridos en canoa y balsa.
- Observación de aves.
- Observación de flora y fauna.
- Pesca de pirañas.
- Elaboración de casabe.
- Visita familia Cofán.
- Camping.

Tabla 49. Tarifas Tapir Lodge

Paquetes	Precio Nacionales US\$	Precio Extranjeros US\$
3 noches/4días	300	440
4 noches/5 días	375	550
6 noches/7 días	525	770

Fuente: Tapir lodge. (2008)

4.1.1.5 La Selva Jungle – Lodge – Provincia de Orellana

Hospedaje y Restauración

Existen 18 cabañas, alcanzando una acomodación máxima múltiple de 50 visitantes y 40 en acomodación doble. También se cuenta con un área de restauración.

Sitios Naturales

Laguna Mandicocha, Laguna Garzacochoa, Lago Challuacochoa, flora, fauna, saladero de loros.

Manifestaciones Culturales y Folklor

Manifestaciones culturales relacionadas con la nacionalidad Kichwa del Ecuador. Convivencias con la comunidad, chicha, idioma.

Oferta Complementaria

- Caminatas.
- Kayaking.
- Recorridos en canoa y balsa.
- Elaboración de chicha de yuca.
- Observación flora y fauna.
- Pesca de pirañas.
- Práctica con cerbatana.
- Torre de observación.

- Visita mariposario.

Tarifas

Paquete 3 noches 4 días: **US\$ 487,90.**

Paquete 4 noches 5 días: **US\$ 582, 40.**

El Paquete incluye:

- Asistencia en los aeropuertos en Quito y Coca.
- Transporte fluvial y terrestre desde el Coca al muelle.
- Excursiones.
- 3 comidas diarias
- Alojamiento en la hostería en cabañas privadas con baño y mosquitero en cada cama.
- Guía naturalista y guía nativo.

El Paquete no incluye:

- Transporte Aéreo Quito-Coca-Quito, US\$ 130.00 por persona (84 US\$ por niño).
- Entrada al Parque Nacional Yasuní US\$ 25.00.

4.1.1.6 Yacuma Jungle Lodge – Provincia de Napo

Hospedaje y Restauración

Cuenta con una infraestructura compuesta por 15 cabañas (bungalós) cada una con dos habitaciones dobles. Agua y baño privado. Existe una espaciosa área para restauración. Se proveen de energía a través de paneles solares, además hay tratamiento de agua.

Sitios Naturales

Río Napo, isla de aves, laguna Escondida, bosque primario, flora y fauna (monos, loros, oropéndolas), cueva de los Tutapishco.

Manifestaciones Culturales y Folklor

Manifestaciones culturales relacionadas con la nacionalidad Kichwa del Ecuador. Idioma, costumbres, medicina indígena, shamanismo.

Oferta Complementaria

- Caminatas.
- Recorridos en canoa y balsa.
- Lavado de oro.
- Observación de aves.
- Observación de flora y fauna.
- Pesca.

Tabla 50. Tarifas Yacuma Lodge

Duración	Número de Pasajeros (Precio US\$)							
	2	3	4	5	6	7 a 10	+ 11	SS
3 días	305	280	260	240	220	210	200	60
4 días	360	340	320	300	280	270	260	90
5 días	420	400	380	360	340	330	320	120

Fuente: Yacuma Jungle Lodge. (2008)

Salidas en Fechas preestablecidas:

- 4 días: Viernes hasta Lunes: US\$ 225 por persona.
- 5 días: Lunes hasta Viernes US\$ 280 por persona.

Tours privados. Salida cualquier momento.

Niños menores de 12 años 50% de descuento.

Niños menores de 4 años gratis.

Precios incluyen:

- Impuestos
- 3 comidas
- Guía nativo y traductor.
- Entrada a la comunidad Chontayacu.
- Excursiones y visitas.

Precios no incluyen:

- Vuelo de regreso al Tena.
- Transporte público o privado Quito – Tena – San Pedro y retorno.
- Bebidas alcohólicas.
- Propinas.
- Extras.

4.1.1.7 Butterfly Lodge / Cabañas Aliñahui – Provincia de Napo**Hospedaje y Restauración**

Dispone de 10 cabañas (simples, dobles y triples), acomodando a un total de 50 turistas. Agua y baño privado. Área de restaurante, desayuno y cena tipo buffet. Energía a través de paneles solares.

Sitios Naturales

Río Shingui, río Napo, Aves, Flora, Misahualli, cascada Latas, río Umbuni, río Arajuño, bosque primario y secundario.

Manifestaciones Culturales y Folklore

Manifestaciones culturales relacionadas con la nacionalidad Kichwa del Ecuador. Idioma, costumbres, artesanías.

Oferta Complementaria

- Caminatas.
- Tubbing.
- Recorridos en canoa y balsa.
- Observación flora y fauna.
- Pesca.
- Torre de 30m observación de aves.
- Visita a Estación Biológica Jatun Sacha.
- Visita Granja de mariposas.
- Visita centro de rescate Amazónico.
- Grupo de música folclórico Kichwa.
- Jardín Botánico Ishpingo.

Tabla 51. Butterfly Lodge/Cabañas Aliñahui

Paquetes	Precio por Número de Pasajeros		
	1 - 3	4 – 7	Más de 8
Magic Forest (2 noches / 3 días)	145	135	125
Enchanted Waterfalls (2 noches / 3 días)	145 *	135	125
Wildlife (2 noches / 3 días)	145*	135	125
Tropical Experience (3 noches / 4 días)	165*	150	135
Amazon Adventure (3 noches / 4 días)	165*	150	135
Birders (3 noches / 4 días)	165*	150	135
Sharing Cultures (4 noches / 5 días)	215*	195	175
Extreme Jungle (5 noches / 6 días)	265*	195	175
Botanical Gardens (5 noches / 6 días)	265*	240	215
*No incluye valor de la Canoa: US\$ 40.			

Fuente: Butterfly Lodge/Cabañas Aliñahui (2008)

4.1.2 Análisis de la Oferta Competidora

4.1.2.1 Hospedaje y Alimentación

La infraestructura vernácula o tradicional propia de las culturas indígenas de la Amazonía del Ecuador, es la característica fundamental en cada una de las empresas

identificadas y descritas anteriormente. La utilización de materiales acordes al medio ambiente de los alrededores, evita el impacto visual en el sector, y contrario a esto, ayudan a mantener la armonía del paisaje natural inherente a la Amazonía.

Se puede apreciar además, la utilización de formas de energía alternativa, como son los paneles solares, lámparas de aceite y velas cuyo fin principal es la de proveer de energía eléctrica e iluminación a los visitantes. También se le da importancia al tratamiento de desechos orgánicos por medio de biodigestores y al tratamiento del agua utilizada.

El número de cabañas varía según la empresa. Aun así, se mantiene un rango de capacidad de alojamiento aproximado de 30 a 35 visitantes en cada lugar. En este punto se destaca que La Selva Jungle Lodge, tiene una capacidad de alojamiento de 50 visitantes. En la mayoría de los casos los servicios básicos con que se cuenta son baño y agua caliente. También se destaca servicios de restauración y en algunos casos servicio de bar.

4.1.2.2 Emprendimientos y Relación con la comunidad

En este espacio, se detalla la relación que tiene cada uno de los emprendimientos con la localidad local de influencia. Es importante destacar la forma de administración de los lodges así como el grado de participación de los pobladores y su potencial beneficio a partir de estas iniciativas.

Se han identificado dos grupos principales: Empleadores y Sociedades.

Empleadores:

A este primer grupo pertenecen: Cotococha Lodge, Cabañas Jamu, La Selva Jungle Lodge y Liana Lodge. Todos los mencionados, nacieron con la idea de crear un negocio basado en el ecoturismo. No se ha descuidado el aporte hacia las diferentes comunidades que comparten el territorio con cada uno de los lodges. Esto se refiere a que se brindan beneficios como empleo de guías nativos y ayudantes de cocina, se alquilan lanchas de las comunidades para recorridos, se aporta de manera económica por permitir conocer las construcciones indígenas de las zonas y por la participación en

las diversas costumbres locales, etc. Jamu por ejemplo, tiene un contrato con la comunidad Siona – Secoya con la figura de comodato.

Sociedades:

Nacen a partir del interés de la empresa privada y la comunidad local.

Yacuma Jungle Lodge en conjunto con la comunidad Kichwa de Chontayacu y Pamir Travels Group. Yacuma, además de brindar oportunidades de trabajo y generar beneficios económicos a alrededor de 15 familias, tiene previsto para el futuro que el Lodge sea administrado y operado por los mismos pobladores de la comunidad, para este fin existe una constante capacitación a la población en diferentes áreas relativas a la operación turística.

Tapir Lodge fue creado en sociedad con la comunidad Siona. Ambas partes obtienen beneficios económicos y los habitantes de la comunidad son incluidos en actividades de ecoturismo.

4.1.2.3 Oferta Complementaria en base a Atractivos Naturales y Culturales

Las actividades principales que se realizan en esta área de estudio, van estrechamente ligadas a la interacción con la naturaleza. Así pues, se ofrecen caminatas por senderos de bosque primario o secundario, la observación de aves (en algunos lugares existen torres de observación para tal efecto), visita a saladeros de monos, recorridos en canoa para visualización de reptiles, visita a mariposarios, centros de rescate, áreas para campamentos, etc.

En el ámbito cultural se destaca las visitas a casas tradicionales indígenas, así como convivir con la comunidad y compartir sus costumbres como la elaboración de chicha, cerámicas, ritos shamánicos, técnicas de caza y pesca tradicional, etc.

4.1.2.4 Tarifas

Todos los servicios que se incluyen en las tarifas de cada una de las empresas identificadas son:

- Hospedaje en habitaciones con baño privado y agua caliente.
- Visitas y excursiones detalladas.
- Guía nativo en español con la opción de un guía bilingüe (inglés).
- Alimentación.
- Impuestos hoteleros y de ley.

Estos servicios no varían de uno a otro Lodge.

Los programas por lo general no incluyen:

- Bebidas alcohólicas
- Propinas
- Extras

En todos los destinos se da la opción de realizar el viaje por tierra o directamente en vuelo nacional, lo cual no se incluye en el programa. Excepto en Tapir Lodge que si incluye el vuelo Quito – Lago Agrio – Quito.

Los paquetes más ofertados ya sea por precio o por experiencias son los de 4 días/ 3 noches y los de 5 días/4 noches.

Los precios en 6 de los 7 lodges mantienen un relativo promedio de entre 200 y 300 dólares americanos.

La Selva Jungle Lodge se encuentra en un rango de presupuesto alto por su infraestructura y servicios complementarios, su promedio es de 400 y 500 dólares americanos para sus paquetes de 4 y 5 días respectivamente.

Liana por su parte es considerado de rango de presupuesto bajo oscila entre 150 y 210 en sus programas de 4 y 5 días.

Tapir Lodge se encuentra en un rango de presupuesto intermedio variando sus precios entre 300 y 370 en programas de 4 y 5 días.

No todos los paquetes ofrecen programas superiores a los 5 días ni inferiores a los 4 días, únicamente Tapir, Liana, Cotococha y Aliñahui, aquí los precios aumentan debido al mayor número de días del programa.

4.1.2.5 Canales de Distribución de la Oferta

Dentro del Marketing, un canal de distribución es el puente que conecta al producto con el consumidor final, cuyo objetivo claro es el de poner el producto o servicio a disposición del cliente, en la cantidad demandada, en el momento que se necesite y en el lugar donde se apetezca ser adquirido. Además, el producto o servicio debe ser presentado de manera atractiva, de forma tal, que el cliente se sienta estimulado hacia su consumo. Esta labor puede desarrollarse por parte de los mismos proveedores o bien, contar con la ayuda de terceros (García, Jesús, 2008, pág. 54).

De acuerdo al antecedente planteado en el párrafo anterior podemos definir que para el presente estudio, se han identificado variadas maneras de hacer llegar el producto hacia el consumidor final, por medio de canales directos y canales indirectos dependiendo de cada una de las empresas identificadas y analizadas.

Así tenemos que Tapir Lodge utiliza un canal directo conjuntamente con NomadTreck, sus paquetes son comercializados como Nomadtrek S.A & Tapir Lodge Team, con sus recursos asumen la distribución de sus productos. También han participado en ferias internacionales como ITB. Ofrecen precios especiales cuando son contactados directamente. Cotococha Lodge, de igual manera, utiliza canales directos a través de su persona jurídica que es Napo River Lodge Cia. Ltda. Al tener una certificación Smart Voyager referidas a las “Buenas Prácticas Ambientales”, refuerza su estrategia de comercialización en el mercado.

Una de las herramientas más utilizadas por las diferentes empresas del presente estudio y por los consumidores en sí, y que sin duda muestra gran efectividad y variadas facilidades de uso a la hora de ofertar o comprar un paquete turístico ha sido el Internet. Así pues, el Internet juega un papel importante en todos los emprendimientos analizados, ya que por este medio se pueden comercializar los paquetes las 24 horas del día, brindando gran variedad de productos que pueden ser flexibles a los deseos o necesidades del cliente, el costo de la página web es asumible y se puede ofrecer

facilidades u opciones de pago, dependiendo de cada una de las empresas. Esta útil herramienta es utilizada por todas las empresas analizadas en el presente estudio. También existen algunos buscadores relacionados al turismo que facilitan la búsqueda si se requiere de algún producto en especial: eco-indextourism.org, surtrek.ec, expedia.es, sunshinetravelec.com, ecuador2amazon.com, y por ejemplo Liana Lodge inclusive tiene recomendaciones especiales en guías como Lonely Planet, Know How Reisen, Reisehandbuch Ecuador, Guide du Routard.

El canal indirecto se da sobre todo por intermedio de las agencias de viajes que se encargan de ofertar productos de otras empresas en este caso los Lodges que fueron descritos anteriormente, cobrando un porcentaje de comisión por la venta del producto. Pero la efectividad del Internet es un tanto mejor.

También se dan a conocer los lugares turísticos a través de comunicación comercial afiches, brochures, kits de información impresa y pagina web.

4.2 Demanda

Según Kotler, Cámara y Grande, 1996, la demanda de un producto turístico está definido por: “El volumen de compras realizado por un grupo determinado de consumidores, en un área geográfica definida, en cierto período y en un entorno dado, como resultado de un determinado nivel de esfuerzo de Marketing”. (Rey, 78, 2004). Ahora bien, la demanda está referida por todos los individuos (consumidores) que conforman un mercado y que según los precios de los productos o servicios, tendrían o no la posibilidad de consumirlos. De aquí nace la “Ley de la Demanda Decreciente”, que se refiere a que si el precio de un producto o servicio crece y todo lo demás se mantiene constante, los compradores tienden a comprar menos. Y cuando el precio baja y lo demás se mantiene constante la cantidad demandada aumenta. Esto hace que el consumidor, al subir el precio de un producto habitual, lo “sustituya” por otro que satisfaga las mismas necesidades que el que subió de precio. Así mismo, si el producto o servicio sube exageradamente, simplemente se dejaría de consumirlo (López, 21, 2004). Aun así, el precio, no es el único factor que determina la demanda, ya que tenemos otros factores importantes como se muestra a continuación:

- Nivel de Ingresos: si aumentan los ingresos, la gente tiende a comprar más de lo que compraba, otras personas adquieren cosas que antes no compraba como artículos suntuarios, vacaciones, etc. Y otras dejan de comprar cosas que de acuerdo al crecimiento de sus ingresos las consideraba baratas o de baja calidad.
 - Volumen de la Población: mientras más personas existen en un territorio determinado, consumirán más productos que en un territorio donde haya menor población.
 - Productos o Servicios Análogos o Sustitutivos: si un producto o servicio es más barato que otro que ofrece las mismas características o satisfacciones, el consumidor optará por el de menor precio.
 - Gustos, Preferencias, Deseos del Consumidor: esto se da en mayor medida en países desarrollados, en donde las personas por su nivel de vida, caprichos, necesidades alimentarias, religión, cultura, tradición, etc. Se enfocan al consumo de determinados productos de acuerdo a sus necesidades.
 - Necesidades provocadas por el medio ambiente.
- (López, 22, 2004).

4.2.1 Introducción del Estudio de Demanda Turística

4.2.1.1 Sondeo de Mercado

Para el Sondeo del Mercado se utilizó las recomendaciones propuestas por la Máster Ana García Pando las cuales son enfocarse en el estudio y análisis de los tipos de público dispuestos a consumir los bienes y servicios en relación a sus motivaciones, lugar de procedencia, niveles de gasto, así como de otros factores determinantes en el desarrollo de un nuevo producto turístico. (García Pando, 2006). Además se obtuvo estudios anteriores de entidades relacionadas con el turismo del Ecuador como lo son el Ministerio de Turismo del Ecuador y CAPTUR. La información provista de dichas entidades, concierne a visitas de turistas extranjeros, tipos de turismo, turismo comunitario, turismo de naturaleza, etc. La información requería ser actualizada por lo que los datos tomados en cuenta van desde el año 2004 hasta el 2007. El análisis de este estudio delimitará las claves para la elaboración de un Producto Turístico relacionado al territorio Achuar del Ecuador propuesto en la presente tesis.

4.2.1.2 Diseño de Encuesta

Para el diseño de la encuesta efectuada en el sondeo del mercado, se contó con el estudio del Sistema Turístico realizado por la Máster Katalina Almeida, en donde se toma en cuenta aspectos necesarios que debe contener una encuesta como lo son: edad, sexo, lugar de residencia, duración de la visita, aspectos relacionados a preferencia de destinos, nivel de gastos, conocimiento de productos similares, etc. En este punto se debe entrar a los diferentes enfoques que tiene el consumidor al momento de decidir por la compra de un producto para el diseño adecuado de la encuesta.

Para Bigné, 2000, el comportamiento del turista o consumidor puede ser tomado desde distintos enfoques:

- Enfoque Económico: en donde el individuo actúa de forma racional para satisfacer sus necesidades y lograr el máximo de utilidad.
- Enfoque Motivacional: el cual supone que el ser humano actúa estimulado por necesidades, las cuales son sensaciones o carencias de algo.
- Enfoque Psicológico: relaciona las variables económicas con las psicológicas y sociales. El Enfoque Psicológico va dirigido hacia la toma de decisión del turista, la misma que se ve afectada por factores internos y externos.

En los Factores Externos del Enfoque Psicológico que influyen en el comportamiento del turista se puede apuntar:

- La cultura como conjunto de creencias, valores, costumbres y elementos materiales aprendidos, los cuales regulan el modelo de consumo de una sociedad.
- La clase social a la que pertenece el consumidor, en toda sociedad, es un factor primordial que modela el comportamiento del mismo.
- Grupos de influencia o referencia, familia, amigos, entorno social, grupos religiosos, etc.

En cuanto a los Factores Internos cabe mencionar:

- Factores personales que influyen en la toma de decisiones como la edad, género, ocupación, situación económica, estilo de vida, etc.
- Aprendizaje a través de la experiencia, información recibida, influencia de otras personas, esto provoca respuestas distintas o similares.
- La motivación da fuerza, sentido y activa el comportamiento del consumidor, pueden existir diversos motivos que generan el consumo de un determinado producto.
- Percepción y conocimiento, esto se refiere al grado de atención e interés que el turista presta ante la información. La información puede proceder de distintos medios como agencias de viajes, medios de comunicación, experiencia personal, etc.
- Las creencias y actitudes son ideas descriptivas que una persona tiene sobre determinada cosa o lugar, es la imagen que el consumidor percibe del producto.

En base a las reflexiones expuestas anteriormente se obtuvo un modelo de encuesta que estaría enfocado a un segmento más bien de carácter internacional, por lo que fue necesario que la encuesta sea presentada en el idioma inglés.

Es muy importante señalar que los primeros modelos de encuesta se fueron corrigiendo a medida que se presentaban inconvenientes con las preguntas o con la traducción incorrecta de la misma. Por ejemplo la primera encuesta, recalando que fue una encuesta piloto, fue realizada a 20 estudiantes extranjeros de la PUCE, en ese momento hubo correcciones de traducción sobre todo. También se cambió el orden de las preguntas para mantener una secuencia lógica y se aumentaron otras preguntas según sugerencia de la Máster Andrea Muñoz quien es profesora de la PUCE en las asignaturas de Biología y Estadística.

Una vez realizados los cambios mencionados, se realizó una segunda encuesta piloto, con el objetivo de obtener un mayor número de encuestados, es así, que se la realizó en la ciudad de Baños de Agua Santa que se encuentra en la provincia de Tungurahua, para llegar se viaja vía terrestre alrededor de 4 horas desde la ciudad de Quito, y se caracteriza por ser un destino importante de turistas extranjeros debido a la variedad de atractivos que ofrece al mercado. De este estudio se obtuvieron 80 encuestas, las mismas fueron presentadas nuevamente a la Máster Andrea Muñoz y al Doctor Rodrigo

Sierra (representante de la Universidad de Texas), otra vez hubo correcciones aunque mínimas y por recomendación del Dr. Sierra, se incluyó un saludo en la encuesta, el cual explicaba los motivos del estudio, daba tranquilidad a los encuestados y presentaba información para que el público pueda conocer mejor acerca de la veracidad de este trabajo. (Anexo 25).

4.2.1.3 Tamaño de la Muestra

Para determinar el tamaño de la Muestra, o sea el número apropiado de encuestas que se debería realizar para obtener resultados más precisos, se utiliza una herramienta estadística representada por la siguiente fórmula:

$$n = (z^2 \times p \times q) / E^2$$

En donde:

z = Es un Valor preestablecido de **1,96**. Correspondiente a un nivel de confianza de 95%

p = Es la Probabilidad de Éxito de las respuestas, en este caso **0,5**.

q = Es el Valor que resulta de **p - 1**, es decir en este caso **0,5**

e = Error. Tomando un nivel de Error de **0,05** es decir +/- **5%**, el mismo que es un nivel de Error bastante aceptable.

n = Es el resultado de la operación de las variables que se expusieron anteriormente y es el que nos permite conocer cuántas encuestas se necesitan.

De acuerdo a esta herramienta estadística, el tamaño de la muestra fue de 384 individuos.

Una vez determinado el número de encuestas, además de haber consolidado un modelo definitivo de la misma, se procedió a buscar los lugares más convenientes en donde poder aplicarla. Estos lugares debieron destacarse por tener una afluencia importante de visitantes extranjeros, es así que para este fin, se concibió la idea de realizar las encuestas en:

- **Aeropuerto Mariscal Sucre, Quito.**

Se obtuvo los permisos necesarios para poder aplicar las mismas, dentro de las instalaciones de Salida Internacional del Aeropuerto Mariscal Sucre, en las zonas de pre embarque utilizadas por las aerolíneas de: KLM, Continental, LAN, Delta, American Airlines e Iberia. Para la realización de este fin se ocupó el mes de Agosto del 2008.

- **Escuelas de Español, Quito.**

Se solicitó un permiso para realizar las encuestas a los alumnos extranjeros de las Escuelas de Español: EF, Quito, Columbus, Atahualpa y La Lengua.

- **Agencias de Viajes, Quito.**

Las agencias de Viaje Native Sun Tours y Middle Word Touring, facilitaron una base de datos de turistas que habían visitado el Ecuador, además se dejaron algunas encuestas en sus oficinas por si algún cliente se interesaba en contestarlas.

- **Sector de la Mariscal, Quito.**

El sector de la Mariscal se caracteriza por tener gran acogida de los extranjeros así que, se realizaron encuestas en ciertos restaurantes como: Magic Bean, Dragon Fly y Coffe Tree.

- **Encuestas vía Internet.**

Se realizaron encuestas vía Correo Electrónico, dirigidas a personas relacionadas al turismo y que hayan visitado el Ecuador.

A pesar de que el Tamaño de la Muestra indicaba 125 individuos encuestados para una mayor precisión en los resultados, se obtuvieron un total de 384 encuestas, lo cual permite un análisis de resultados mucho más exactos.

El siguiente cuadro expone el número de encuestas realizadas en cada lugar mencionado anteriormente:

Tabla 52. Número de Encuestas realizadas según lugar

LUGAR	NÚMERO DE ENCUESTAS
Aeropuerto Mariscal Sucre	235
Escuelas de Español	28
Agencias de Viajes	35
Sector La Mariscal	45
Vía Internet	41
TOTAL	384

Fuente: Almeida et al. (2008)

4.2.1.4 Análisis de Resultados de la Encuesta

Edad por Rangos (Anexo 26)

Los rangos de edad comprendidos entre las edades de 15 a 24 años (22, 4%) y de 25 a 34 años (22,7%) son los grupos más importantes de este estudio, juntos representan el 44,1 % del total de los encuestados de la presente investigación.

Género (Anexo 27)

De las personas encuestadas, el 42,4% correspondieron al género masculino, mientras que el 53,3 al género femenino. Un porcentaje del 7,3% no respondió.

País de Residencia (Anexo 28)

Los segmentos de mayor representación a nivel de procedencia de los turistas encuestados son: USA con el 26%, Reino Unido 9%, Canadá 7%. Además Suiza, Alemania y Francia cada cual con un 4%, Holanda 3% y Australia e Italia con menos del 2%.

Nivel Educativo (Anexo 29)

En lo concerniente al nivel educativo de los encuestados, el segmento de mayor representación es el correspondiente a Universidad con el 49,2% seguido de Post Grado con 25,8%, y finalmente Colegio con el 14,8%.

Salario Anual (Anexo 30)

El conjunto que más destaca en este punto es el del nivel de ingresos de menos de 35000 dólares al año con un 41,4%, le sigue el de 35000 a 50000 con 19,5%, y de 50000 a 65000 con el 10,4%.

Información acerca del Ecuador (Anexo 31)

Es muy importante en el tema turístico, la manera en que el turista obtuvo información acerca del país. Esto, para establecer los canales de promoción y distribución más adecuados. En este punto se destaca que el 27,6% de los turistas conocieron el Ecuador a través de información provista por amigos, seguido por Internet con 22.1% y guías de viaje/guías especializadas con el 12%.

Acompañantes de viaje (Anexo 32)

En este punto se destaca que el 27,9% de los encuestados lo viajaron con Amigos, el 23,4% con su conyugue/pareja y el 19,5% con Familia.

Lugares de Hospedaje (Anexo 33)

La mayoría de los turistas, en su visita al Ecuador se hospedaron en: Hostal 38,8%, Residencia 22,7%, hotel de 4 a 5 estrellas 18,2% y hotel de 3 o menos estrellas 12,5%.

Tiempo de Estadía en el Ecuador (Anexo 34)

El tiempo de estadía es importante para determinar cualidades del producto final, es así que el período más representativo fue el de 16 a 30 días con 33,9%, de 7 a 15 días 30,2% y más de 30 días 29,9%. Estos porcentajes permiten tener una visión más objetiva al momento de delimitar el tiempo de duración en un paquete turístico.

Nivel de Gasto durante visita (Anexo 35)

Para delimitar las tarifas referenciales en un producto turístico se debe determinar el nivel de gasto del turista durante su visita, excluyendo el gasto por el ticket aéreo al Ecuador, tenemos que el 32,6% de los visitantes gastaron menos de 1000 USD, un 27,1% de 1000 a 2000 USD, 20,3% más de 3000 USD y un 17,2% de 2000 a 3000 USD.

Medio de Transporte utilizado en la visita (Anexo 36)

Terrestre 88,3%; Aéreo 9,9%.

Medio de Transporte Terrestre utilizado en la visita (Anexo 37)

Público 50,5%; Turístico 38%.

Nivel de Satisfacción de la visita (Anexo 38)

El hecho de que el 94,5% de los encuestados estuvieron satisfechos con su visita al Ecuador, refleja que la imagen de los productos turísticos nacionales se está fortaleciendo a nivel mundial.

Tabla 53. Nivel de Noción relacionado con Productos de Turismo Comunitario

Destino	He visitado el lugar	He leído/escuchado acerca del lugar	No sé nada acerca del lugar
Ricancie (Kichwua)	8,9%	12%	76,3%
Wao Lodge (Huao)	2,1%	10,2%	83,9%
Yaupi Lodge (Shuar)	1,3%	10,9%	84,1%
Kapawi (Achuar)	8,6%	15,9%	72,4%
Cultura Achuar	3,4%	10,4%	82,8%
Cultura Shiwiar	1%	9,4%	85,9%

Fuente: Almeida et al. (2008)

Motivación de Viaje (Anexo 39)

La motivación del turista es uno de los factores más importantes, después del precio, al momento de decidirse por un viaje. El presente estudio indica que la motivación del 32% de los encuestados es el conocer nuevas culturas, el 22,9% se inclina al cambio de ambiente. Después motivos de descanso y el conocer otra gente cada uno con el 12, 8%.

Tipo de Destinos de Interés en el Ecuador (Anexo 40)

En este punto, ocurre que el destino Amazonía se destaca por ser el de mayor proyección según los estudios de la encuesta con un 24,2% de interés por parte de los turistas, seguido por destinos de playa y andes cada uno con un 22,7%, Galápagos con un 15,4%.

Actividades Naturales (Anexo 41)

En este punto nos referimos a la oferta complementaria relativa a actividades naturales. En primer lugar tenemos visitar áreas naturales con el 75% de la preferencia del turista, seguido por el 15,4% que se inclina a la observación de flora y fauna y por último el 5,2% que preferiría una actividad más especializada como lo es la observación de aves (Birdwatching).

Actividades Culturales (Anexo 42)

Las actividades culturales de mayor preferencia por parte de los encuestados son: Visitar lugares culturales con el 44,5%, Aprender sobre nuevas culturas con el 37% y Visitar lugares arqueológicos con el 16,4%.

Otras Actividades (Anexo 43)

Expediciones a la Amazonía ocupó el 61,7%, montañismo el 18,8% y rafting el 10,4%.

Servicios básicos necesarios en un viaje (Anexo 44)

El poder contar con agua caliente es lo más necesario para un turista en un viaje con un 39,6% de los encuestados, le sigue tener electricidad con 30,2%, medios de comunicación como radio UHF con el 7,3% y contar con una ventilación adecuada el 6,8%.

Tipo de alimentos durante el viaje (Anexo 45)

El 79,7% preferiría comida típica de la zona durante su visita, el 7,6% comida vegetariana, el 6,5% comida internacional y el 4,4% comida de campamento.

Intención de Visita a lugares remotos en la Amazonía (Anexo 46)

En los resultados de este estudio, la intención de visita a lugares remotos en la Amazonía demostraron que un 69,5% estarían dispuestos a hacerlo, mientras un 26,8% respondió que tal vez sí lo haría.

Tarifa que un turista estaría dispuesto a pagar por un viaje a un lugar remoto de la Amazonía (Anexo 47)

El mayor número de turistas encuestados representados por el 54,4%, respondieron que estarían dispuestos a pagar menos de 700 USD, seguido por el 31,5% que pagarían de 750 a 950 USD.

4.2.1.5 Análisis Tablas de Contingencia

Las Tablas de Contingencia para todos los casos, se elaboraron a partir de las 384 encuestas realizadas para el presente estudio con el 100% de casos Válidos.

Tabla 54. Resumen de procesamiento de los Casos

Casos					
Válidos		Perdidos		Total	
N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
384	100.0%	0	.0%	384	100.0%

Fuente: Almeida et al. (2008)

Edad por Rangos

- 363 personas de todos los rangos de edad estuvieron satisfechos con su visita al Ecuador frente a 17 personas que no lo estuvieron (Anexo 48: Edad por rangos vs Está satisfecho con el viaje).
- En el rango de edad de 15 a 24 años: Conocer nuevas culturas 30 personas, Cambio de ambiente 17 personas, Conocer otra gente 18 personas, Experimentar actividades únicas 15 personas. En el rango de edad de 25 a 34 años: Conocer nuevas culturas 28 personas, Cambio de ambiente 22 personas, Descanso 16 personas (Anexo 49: Edad por Rangos vs Cual es su principal motivo de viaje).
- En el tipo de destino que preferirían en el Ecuador, el rango de edad de 15 a 24 años prefiere visitar: Playa 26 personas, Amazonía 20 personas, Andes 16 personas, Galápagos 15 personas. En el rango de edad de 25 a 34 años: Playa 24 personas, Andes y Amazonía cada uno 17 personas, Galápagos 15 personas (Anexo 50: Edad por Rangos vs Qué tipo de destino le interesa en el Ecuador).

- Tomando en cuenta todos los rangos de edad, la principal actividad natural que les gustaría realizar es Visitar áreas naturales con 288 personas, observación de flora y fauna 59 personas, Birdwatching 20 personas (Anexo 51: Edad por Rangos vs Qué actividades naturales le gustaría realizar).
- En cuestión de actividades culturales tenemos que a 171 personas le gustaría visitar lugares culturales y a 142 personas le interesa Conocer sobre nuevas culturas (Anexo 52: Edad por Rangos vs Qué actividades culturales le gustaría realizar).
- 237 personas de los encuestados están interesados en realizar expediciones a la Amazonía (Anexo 53: Edad por Rangos vs Qué otras actividades le gustaría realizar).
- En cuanto a los servicios con que a un visitante de la Amazonía le gustaría contar son: Agua caliente con 152 personas y Electricidad 116 personas (Anexo 54: Edad por Rangos vs Con qué servicios le gustaría contar).
- En cuestión de alimentación a 306 personas de todos los encuestados le gustaría Comida Típica (Anexo 55: Edad por Rangos vs Qué tipo de alimentación le gustaría).
- El rango de edad de 15 a 24 años que Definitivamente Sí visitaría un destino remoto en la Amazonia son de 55 personas, y que Tal vez Sí lo hicieran 29 personas. El rango de Edad de 25 a 34 años que Definitivamente Sí 60 personas y que Tal vez Sí lo hicieran 21 personas. El rango de Edad de 35 a 44 años que Definitivamente Sí lo hicieran 18 personas. (Anexo 56: Edad por Rangos vs Visitaría destinos remotos en la Amazonía).
- 209 personas de todos los rangos de edad pagarían por una visita a la Amazonía menos de 700 USD. 121 personas pagarían de 750 a 950 USD (Anexo 57: Edad por Rangos vs Cuánto pagaría).

Género

- De acuerdo al nivel de satisfacción de visita al Ecuador según género de los encuestados, respondieron positivamente 180 personas de género femenino ante 158 del género masculino. 3 personas del género masculino y 11 de género femenino respondieron que no estuvieron satisfechos con su visita al Ecuador. (Anexo 58: Género vs Está satisfecho con el viaje).

- Según motivaciones de viaje, el motivo más destacable entre ambos géneros es el de Conocer Nuevas Culturas (68 mujeres, 49 hombres), seguido por Cambio de Ambiente (50 mujeres, 32 hombres). En los motivos relativos a Descanso y Conocer otra Gente cada uno estuvo empatado a 49 personas entre hombres y mujeres. (Anexo 59: Género vs Cuál es su principal motivo de viaje).
- Según el tipo de destino que le gustaría visitar en el Ecuador, 42 mujeres frente a 46 hombres optaron por Amazonía; 44 mujeres frente a 39 hombres prefirieron playa; 47 mujeres frente a 31 hombres Andes; y finalmente 30 mujeres frente a 26 hombres les gustaría visitar Galápagos. (Anexo 60: Género vs. Qué tipo de destino le interesa en el Ecuador).
- Entre ambos géneros, las Actividades Naturales más interesantes van relacionadas con Visitar Áreas naturales con 288 personas y Observación Flora y Fauna con 59 personas. (Anexo 61: Género vs Que actividades naturales le gustaría realizar).
- Entre ambos géneros, las Actividades Culturales más representativas son: Visitar Lugares Culturales con 171 personas y Aprender Nuevas Culturas 142 personas. (Anexo 62: Género vs Que actividades culturales le gustaría realizar).
- Según los servicios básicos más importantes que se deberían considerar en un viaje de este tipo, 81 mujeres y 58 hombres requerirían de Agua Caliente, 55 mujeres y 53 hombres exigirían Electricidad. Y, 28 personas entre hombres y mujeres optaron por un medio básico de comunicación como lo es el Radio UHF. (Anexo 63: Género vs Con qué servicios básicos le gustaría contar).
- La gran mayoría de los encuestados, 306 personas entre hombres y mujeres optarían por un tipo de alimentación relacionado a platos típicos tradicionales de la zona. (Anexo 64: Género vs Qué tipo de alimentación le gustaría).
- En lo que relata a la intención de visita, tenemos que 138 mujeres y 110 hombres Definitivamente Sí visitarían un lugar remoto en la Amazonía; y, 47 mujeres y 48 hombres Tal vez Sí visitarían un lugar remoto en la Amazonía.(Anexo 65: Género vs Visitaría destinos remotos en la Amazonía).

- Menos de 700 USD es el nivel de gasto que 107 mujeres y 90 hombres estarían dispuestos a pagar por un viaje a un lugar remoto en la Amazonía; 62 mujeres y 47 hombres estarían dispuestos a pagar por un viaje de este tipo de 750 a 950 USD. (Anexo 66: Género vs Cuánto pagaría).

Nivel Educativo

- Según el grado de satisfacción de visita al Ecuador, en lo que concierne a lo más destacable en nivel educativo, tenemos que positivamente respondieron 177 personas de universidad, 94 de post grado y 55 de colegio. 17 personas en total, respondieron que no estuvieron satisfechos con el viaje realizado al Ecuador. (Anexo 67: Nivel Educativo vs Está Satisfecho con el Viaje).
- Según motivaciones de viaje y tomando en cuenta todos los niveles educativos de los encuestados, tenemos que 123 personas se inclinan por Conocer nuevas culturas, seguido por 88 personas que optan por Cambio de ambiente y empatados en tercer el lugar con 49 personas están motivos de Descanso y Conocer otra gente. (Anexo 68: Nivel Educativo vsCuál es su principal motivo de viaje).
- En lo que respecta a los tipos de destinos de preferencia dentro del Ecuador de todos los niveles educativos, 93 personas se inclinan por Amazonía, empatan en segundo lugar Andes y Playa con 87 personas cada una y Galápagos con 59 personas. (Anexo 69: Nivel Educativo vs Qué tipo de destino le interesa en el Ecuador).
- Visitar áreas naturales se convierte en la actividad principal elegida por los encuestados de todos los niveles educativos con 288 personas. (Anexo 70: Nivel Educativo vs Qué actividades naturales le gustaría realizar).
- En lo referente a las actividades culturales, tenemos que 171 personas prefieren visitar lugares culturales y 142 prefieren aprender sobre nuevas culturas. (Anexo 71: Nivel Educativo vs Qué actividades culturales le gustaría realizar).
- Cuando se preguntó sobre otras actividades que les gustaría realizar a los encuestados, se obtuvo que a 237 personas les gustaría realizar expediciones

a la Amazonía. (Anexo 72: Nivel Educativo vs Qué otras actividades le gustaría realizar).

- El Agua Caliente es sin duda uno de los mayores requisitos por parte de los encuestados de todos los niveles educativos con 152 personas, seguido por Electricidad 116 personas. (Anexo 73: Nivel Educativo vs Con qué servicios le gustaría contar).
- 306 de los encuestados se inclinan por la comida típica del lugar en un viaje como estos. (Anexo 74: Nivel Educativo vs Qué tipo de alimentación le gustaría).
- Según intención de visita a un lugar remoto en la Amazonía tenemos que Definitivamente Sí lo harían: 121 personas de Universidad, 79 de Post grado y 43 de colegio. Tal vez Sí lo harían: 59 de Universidad, 17 de Post grado y 13 de Colegio. (Anexo 75: Nivel Educativo vs Visitaría destinos remotos en la Amazonía).
- En lo respectivo al precio que se pagaría por una visita a un lugar remoto en la Amazonía tenemos: 116 personas de Universidad, 42 de Post Grado y 32 de Colegio pagarían menos de 700 USD. 50 personas de Universidad, 35 de Post Grado y 22 de Colegio pagarían de 750 a 950 USD. (Anexo76: Nivel Educativo vs Cuánto pagaría).

Salario Anual

- 149 personas encuestadas que su salario anual es de menos de 35000 USD respondieron que su visita al Ecuador fue satisfactoria al igual que 71 personas del rango que se encuentra de 35000 a 50000 USD anuales. (Anexo 77: Salario Anual vs Está satisfecho con el viaje).
- Los encuestados con ingresos menores a los 35000 USD anuales optarían por: 52 personas Conocer nuevas culturas, 31 personas cambio de ambiente y 25 personas Conocer otra gente. De 35000 a 50000 USD: 24 personas Conocer nuevas culturas, 19 personas Cambio de ambiente y 19 personas Descanso (Anexo 78: Salario Anual vs Cuál es su principal motivo de viaje).
- Los destinos de interés en el Ecuador por parte de los encuestados con ingresos de menos de 35000 USD anuales son: Playa 41 personas, Amazonía 36 personas, Andes 34 personas. De 35000 a 50000 USD anuales son: Playa

y Andes con 21 personas cada uno, Amazonía 14 personas (Anexo 79: Salario Anual vs Qué tipo de destino le interesa en el Ecuador).

- Visitar Áreas Naturales se convierte en la actividad preferida por todos los encuestados con 288 personas del total de los encuestados (Anexo 80: Salario Anual vs Qué actividades naturales le gustaría realizar).
- De todos los encuestados 171 personas se inclinan por Visitar lugares culturales, seguido por 142 que preferirían Aprender sobre nuevas culturas (Anexo 81: Salario Anual vs Qué actividades culturales le gustaría realizar).
- 273 personas de todos los encuestados optarían por expediciones en la Amazonía (Anexo 82: Salario Anual vs Qué otras actividades le gustaría realizar).
- 152 personas de los encuestados optan por Agua Caliente, seguido por Electricidad con 116 personas (Anexo 83: Salario Anual vs Con qué servicios le gustaría contar).
- En cuanto a alimentación tenemos que a 306 personas le gustaría comida típica. (Anexo 84: Salario Anual vs Qué tipo de alimentación le gustaría).
- Los encuestados con ingresos de menos de 35000 USD anuales que respondieron que Definitivamente Sí visitarían destinos remotos en la Amazonía son 107 personas, que Tal vez Sí lo harían 47 personas. En el segmento de 35000 a 50000 USD, 52 personas respondieron que Definitivamente Sí y 18 personas que Tal vez Sí lo harían (Anexo 85: Salario Anual vs Visitaría destinos remotos en la Amazonía).
- Los encuestados que tienen un nivel de ingresos de menos de 35000 USD anuales pagarían por una visita a la Amazonía: 113 menos de 700 USD, 40 personas de 750 USD a 950 USD. Las personas con un nivel de ingresos de 35000 a 50000 USD anuales: 33 personas pagarían menos de 700 USD y 37 personas de 700 a 950 USD. (Anexo 86: Salario Anual vs Cuánto pagaría).

4.2.1.6 Mercado Meta

Según el análisis de la Demanda correspondiente al presente estudio, demuestra que los resultados arrojados van enfocados hacia el siguiente mercado meta, que sería el más adecuado para el tipo de Producto Turístico que se ha elaborado para la presente Tesis. A continuación se puntualizan los detalles:

- En primera instancia, sabemos que el rango de edad más representativo que estaría dispuesto a visitar un destino remoto en la Amazonía del Ecuador, incluyendo género femenino y masculino (en proporciones no muy desiguales), oscila entre los 15 y 34 años de edad, en segundo lugar estaría el rango de edad que oscila entre los 35 y 64 años de edad. Una vez dispuesta esta información, se puede promover, que para el Tipo de Producto Turístico, el rango de edad adecuado estaría entre los 18 y 50 años de edad. Esta decisión, se basa en que la zona para el efecto de la operación turística, requiere de un considerable esfuerzo físico por parte de los visitantes, debido a lo agreste del territorio y es necesario contar con ciertas habilidades para que no exista la sorpresa de ciertos inconvenientes. Es por eso también que se descarta la posibilidad de que niños, personas de la tercera edad, mujeres embarazadas y discapacitados puedan acceder a estas actividades, por los motivos dispuestos anteriormente.
- Otro de los factores importantes en este caso, radica en las motivaciones y preferencias que el turista tenga al realizar sus planes de viaje y tiempo libre. Es así que en el estudio de la demanda, el principal impulso del turista para realizar un viaje, radica en conocer acerca de nuevas culturas, seguido por un cambio de ambiente, además de conocer otra gente, descanso y experimentar actividades únicas. Además, hay acogida por parte de los turistas en el hecho de poder visitar áreas naturales, en dónde se puede realizar otras actividades, como observación de flora y fauna y otras más especializadas como por ejemplo birdwatching. También, el turista se ve pre-dispuesto a conocer sitios culturales y a convivir con otras culturas. Un punto importante a destacar, son las actividades relacionadas con expediciones en la Amazonía, también realizar actividades de montaña pero ese punto no corresponde al área de estudio, pero se da el caso del rafting que se puede implementar en la oferta del producto. Es así que en este ámbito, el Producto del presente estudio, para el caso Achuar, debe estar dirigido principalmente a público que esté interesado en el Turismo Cultural, Turismo de Naturaleza, Aventura, Conservación y Científico, todos estos elementos enfocados desde el punto de vista del Turismo Comunitario.
- En cuanto a lo concerniente al nivel educativo de los potenciales turistas que optarían por consumir el Producto, tenemos que, según el análisis de la demanda, serían los universitarios los más interesados en visitar la zona, en segundo lugar las personas de post grado y por último los jóvenes que cursan la

preparatoria. Por ende el Producto Turístico debe ir más bien enfocado a universitarios, pero sin dejar de tomar en cuenta la posibilidad de proyectarse también a colegiales y en menor grado a las personas de post grado.

- Es primordial recalcar que el nivel de ingresos es fundamental para la oferta del Producto, es así, que la mayoría de las personas están dispuestas a pagar por el mismo, menos de 700 USD por paquete, este rubro corresponde principalmente a la mayoría de los universitarios, colegiales y algunas personas de post grado, el otro rubro aunque un tanto menos significativo es el que va desde 700 a 950 USD el cual corresponde a algunos universitarios y personas de post grado. Se debe relacionar estos valores para alcanzar la mayor rentabilidad y accesibilidad del Producto, el segmento principal estaría conformado principalmente por universitarios en su mayoría.
- Por último, el Producto tiene que proyectarse hacia países del exterior principalmente, el estudio de demanda realizado, nos indica que los segmentos de mayor importancia según lugar de residencia fueron los siguientes: USA 26%, Gran Bretaña 9%, Canadá 7%, Suiza, Alemania y Francia cada uno con un 4%, Holanda 3% y Australia e Italia con menos del 2%.

4.3 Evaluación de la Competencia

Con la información disponible del Estudio de Oferta, la siguiente tabla muestra la clasificación en dos grupos de los oferentes, se considera el paquete 4 días 3 noches y la organización ascendente en función del precio del paquete.

El primer grupo corresponde a las entidades de: Liana Lodge, Butterfly Lodge / Cabañas Aliñahui, Cabañas Jamu y Cotococha, Amazon Lodge y el segundo se conforma por: Tapir Lodge, Yacuma Jungle Lodge y La Selva Jungla. Para homogenizar la comparación se han excluido los valores de pasaje aéreo de Tapir Lodge e impuesto al valor agregado de Yacuma Jungle Lodge.

Tabla 55. Costo Excluido Transporte desde Quito

Transporte	Costo USD
Avión Quito – Coca – Quito	130

Bus – Quito – Lago Agrio – Quito	16
----------------------------------	----

Fuente: Almeida et al. (2008)

Tabla 56. Capacidad, Paquetes y Tarifas de la competencia

	Oferente	Capacidad # Turistas	Paquete 3D/2N	Paquete 4D/3N	Paquete 5D/4N	Paquete 6D/3N	Paquete 7D/5N
Primer Grupo	Liana Lodge	35	95	153	210	264	319
	Butterfly Lodge / Cabañas Aliñahui	32	145	165	215	265	
	Cabañas Jamu	32		175	215		
	Cotococha Amazon Lodge	35	110	180	230		
Segundo Grupo	Tapir Lodge	30		300	550	770	
	Yacuma Jungle Lodge	60	290,18	339,29	392,86		
	La Selva Jungle	50		487,9	582,4		

Fuente: Almeida et al. (2008)

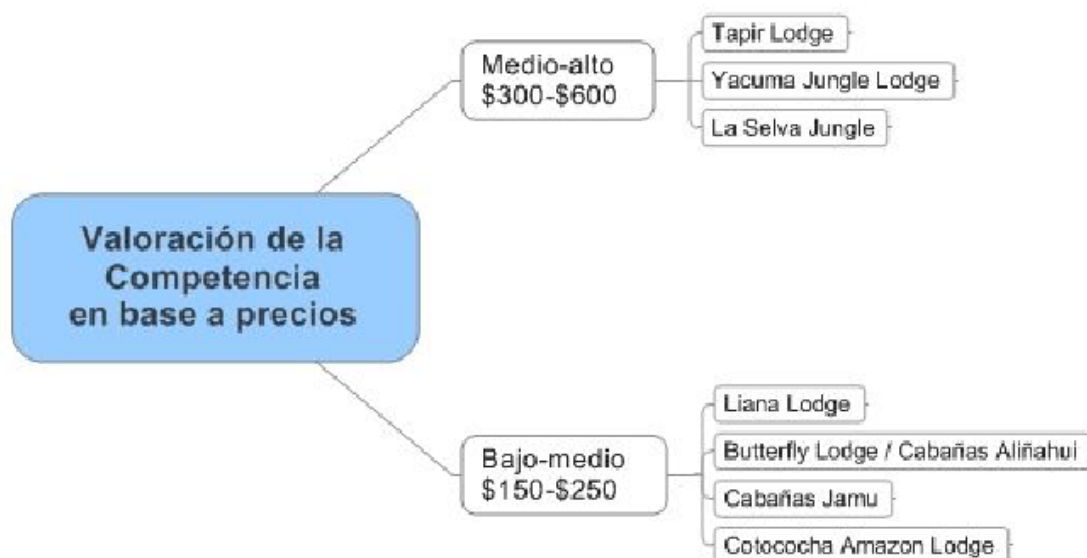


Figura 2. Valoración de la Competencia. Fuente: Informe de Factibilidad Económica Achuar, Ing. Jaime Carrasco

4.4 Demanda Insatisfecha

Relacionando la demanda en el segmento de interés y la oferta identificada, podemos calcular el cupo de la competencia y la demanda por satisfacer.

Años	Turistas Proyectados	Qué tipo de destino le interesa en Ecuador	Qué actividades culturales le gustaría realizar	Cupo de la Competencia	Demanda por satisfacer	% relativo
2008	1025423	259173	96834	14248	82586	85%
2009	1117120	282349	105493	14248	91245	86%
2010	1217016	307598	114927	14248	100679	88%
2011	1325846	335104	125204	14248	110956	89%
2012	1444408	365070	136400	14248	122152	90%
2013	1573571	397716	148597	14248	134349	90%
2014	1714285	433281	161885	14248	147637	91%
2015	1867582	472026	176361	14248	162113	92%
2016	2034588	514236	192132	14248	177884	93%
2017	2216527	560221	209313	14248	195065	93%

Figura 3. Cálculo Demanda Insatisfecha. Fuente: Informe de Factibilidad Económica Achuar, Ing. Jaime Carrasco

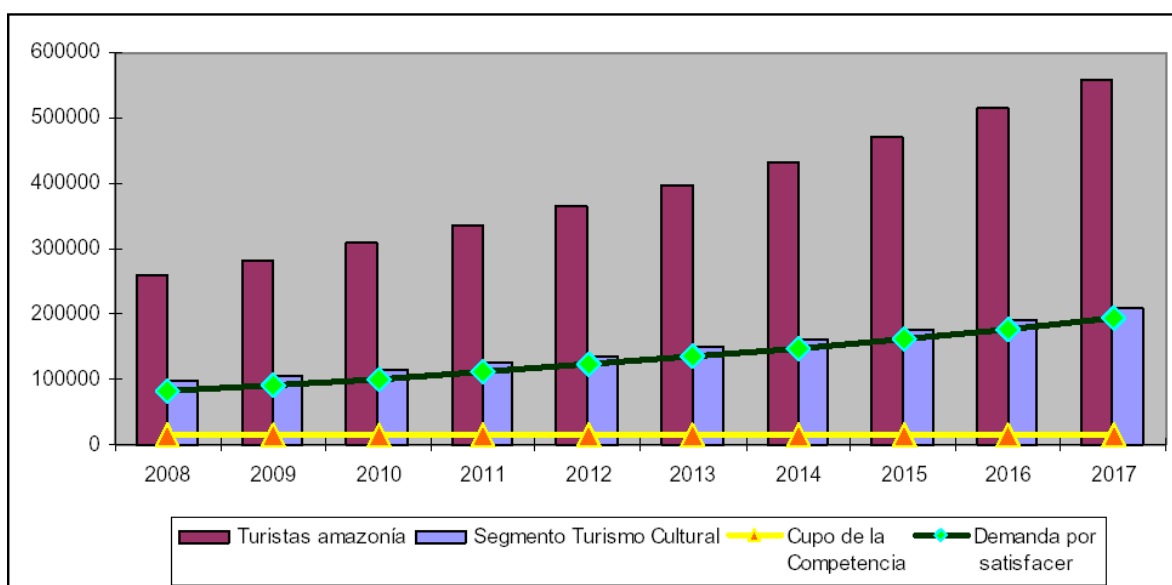


Figura 4. Relación de Turistas, Demanda y Oferta. Fuente: Informe de Factibilidad Económica Achuar, Ing. Jaime Carrasco

Esta figura permite apreciar una tendencia ascendente de la demanda, la misma que en la actualidad no puede ser satisfecha totalmente y la oportunidad de emprender un proyecto que colabore con la disminución de ese impacto.

CAPÍTULO V

5. FACTIBILIDAD ECONÓMICA FINANCIERA

El estudio de Factibilidad Económica Financiera, fue elaborado por el Ingeniero Jaime Carrasco, quien se especializa en esta área concretamente, y quien gracias a las investigaciones realizadas con anterioridad, relatadas en el Estudio de Oferta y Demanda, hace posible una visión objetiva de la realidad de la capacidad Económica y Financiera, necesarias para lograr cristalizar la idea de un Producto Turístico en el sector Achuar que se propone en la presente tesis. Los costos necesarios para la creación del producto turístico así como los resultados del estudio realizado por el Ing. Carrasco se desglosan a continuación.

5.1 Costos de Inversión del Proyecto en Infraestructura

5.1.1 Extensión Pista de Aterrizaje

Para la extensión de la pista de aterrizaje se han contemplado 2 opciones que cumplirían con este objetivo:

5.1.1.1 Adquisición de maquinaria, contratación de personal para extender la pista y mantener su funcionalidad de manera constante

Tabla 57. Costos de Extensión de Pista con maquinaria propia

Descripción	Cantidad	Valor unitario	TOTAL
Tractor D4K Nuevo	1	114.000,00	114.000,00
Sueldo mensual Operador	4	800,00	3.200,00
Sueldo Mensual Ayudante	4	300,00	1.200,00
Mantenimiento	1	4.000,00	4.000,00
Ropa de Trabajo	2	50,00	100,00
Alimentación diaria de operador y ayudante	88	20,00	1.760,00
Jornal por día, acarreo de ripio	88	20,00	1.760,00
Transporte Aéreo (entrada y salida)	4	1.187,00	4.748,00
Combustible por galón	1000	1,00	1.000,00
Transporte en Helicóptero	10	2.500,00	25.000,00

TOTAL	156.768,00
--------------	-------------------

Fuente: Informe de Factibilidad Económica Achuar, Ing. Jaime Carrasco.

Tabla 58. Costos de Extensión de Pista con maquinaria alquilada

Descripción	Cantidad	Valor unitario	TOTAL
Alquiler de maquinaria y prestación de servicio (12 semanas a \$60/h)	12	60,00	28.800,00
Incluyendo Sueldo Operador, combustible, lubricantes, repuestos por hora (40 horas semanales por 12 semanas)			
Transporte Aéreo Ingreso/Salida	4	1.187,00	4.748,00
Alimentación Operador/Ayudante (diario)	88	20,00	1.760,00
Jornal Diario (acarreo de ripio)	88	20,00	1.760,00
Transporte en Helicóptero	10	2.500,00	25.000,00
TOTAL			62.068,00

Fuente: Informe de Factibilidad Económica Achuar, Ing. Jaime Carrasco.

5.1.2 Construcción y Montaje de Infraestructura Turística Básica

En un principio, se contempla la construcción de tres paraderos para hospedaje ubicados en Sawastian, Tsunkintsa y Saum respectivamente (Sierra, Eduardo). El costo de cada paradero se detalla a continuación.

Tabla 59. Costos Construcción de Paraderos Turísticos

COSTOS CONSTRUCCIÓN DE PARADEROS TURÍSTICOS (USD)	
Cuatro cabañas sin baños (\$ 10.800,00 c/u. x 4)	43.200,00
Baterías Sanitarias (\$800,00 c/m2 x 26 m2)	20.800,00
Módulo de servicio (\$300,00 c/m2 x 60 m2)	18.000,00
Varios (jardinería, veredas, etc.)	800,00
Sistema de Ozonificación del Agua (12 personas)	6.500,00
Sistema de Energía Fotovoltaica (300 W.)	5.000,00
TOTAL	94.300,00

Fuente: Informe de Factibilidad Económica Achuar, Ing. Jaime Carrasco.

Tabla 60. Costos Infraestructura Física Básica

Infraestructura Física	Cantidad	Costo	TOTAL
Paraderos (Sawastian, Tsunkintsa, Saum)	3	94.300,00	282.900,00
Administrativos y de Dirección Técnica de la Obra			84.870,00
TOTAL			367.770,00

Fuente: Informe de Factibilidad Económica Achuar, Ing. Jaime Carrasco.

5.2 Cotización de Recursos

5.2.1 Costos de Capacitación, Legalización de Funcionamiento y Publicidad

Tabla 61. Costos de Capacitación, Legalización de Funcionamiento y Publicidad

Recurso	Costo USD Unidad/Día	Cantidad	# de Días	TotalUSD
CAPACITACIÓN				
1 Guía Nativo por cada comunidad integrante en Operación Turística	82,00	3	15	3.690,00
1 Encargado de Cocina por cada Infraestructura existente	82,00	3	15	3.690,00
1 Encargado de limpieza y mantenimiento por Infraestructura existente	82,00	3	15	3.690,00
Taller de Capacitación por comunidad involucrada en la Operación Turística	400,00	3	1	1.200,00
Total Costo de Capacitación				12.270,00
LEGALIZACIÓN DE FUNCIONAMIENTO				
Constitución de compañía limitada	400,00	1		400,00
Constitución de sociedad anónima	800,00	1		800,00
Total Costo de Funcionamiento				1200,00
PUBLICIDAD				10.000
TOTAL				23.470,00

Fuente: Informe de Factibilidad Económica Achuar, Ing. Jaime Carrasco

5.2.2 Costos Vehículos y Equipo

Tabla 62. Costos Vehículos y Equipo

Recurso	Costo USD Unidad/Día	Cantidad	Total USD
VEHÍCULOS			
Van Toyota Hiace turismo diesel (15 pax.)	39.990,00	1	39.990,00
Canoa artesanal para Turismo. (20 pax.)	600,00	1	600,00
Motor fuera de borda, pata corta, 75 hp.	4.556,63	1	4.556,63
Total Costo Vehículos			45.146,63
EQUIPOS			
Cocina eléctrica	721,99	4	2.887,96
Refrigeradora	324,99	3	974,97
Estación de radio	425,00	3	1.275,00
Total Costo Equipos			5.137,93
TOTAL COSTO VEHÍCULOS Y EQUIPO			50.284,56

Fuente: Informe de Factibilidad Económica Achuar, Ing. Jaime Carrasco.

5.2.3 Costo de Materiales para Operación Turística

Tabla 63. Costo de Materiales para Operación Turística

Recurso	Costo USD Unidad	Cantidad	Total USD
HOSPEDAJE			
Cama de 1 plaza	446,99	18	8.045,82
Colchones de 1 plaza	1.214,99	18	21.869,82
Almohadas	20,99	18	377,82
Juegos de sábana de 1 plaza	59,99	18	1.079,82
Cubrecama	114,99	18	2.069,82
Mosquiteros	16,39	18	295,02
Total Hospedaje			33.738,12
BAÑOS			
Cortinas de baño	6,92	12	83,04

Alfombras de baño	18,99	12	227,88
Basureros pequeños	18,99	30	569,70
Total Baños			880,62
COCINA			
Juego de vajilla 16 personas	125,99	3	377,97
Juego de cubiertos 16 personas	189,99	3	569,97
Juego de vasos 4 personas	23,99	12	287,88
Juego de 12 ollas	698,99	3	2.096,97
Parrilla para asar	200,00	3	600,00
Recipiente para líquidos 1,5 litros	35,99	3	107,97
Escurridor	12,99	3	38,97
Juego utensilios de cocina	18,99	3	56,97
Dispensador de agua fría	256,99	3	770,97
Ventilador para cocina	49,26	3	147,78
Basureros grandes.	128,99	6	773,94
Total Cocina			5.829,39
ESPACIOS COMUNES			
Contenedor para separación de basura	50,00	9	450,00
Botiquín	10,00	6	60,00
Total espacios Comunes			510,00
IMPLEMENTOS PARA OPERACIÓN TURÍSTICA			
Linternas	73,57	9	662,13
Binocular	100,44	8	803,52
Pistola Antiofídica	22,00	4	88,00
Machetes	6,78	9	61,02
Bote Inflable	78,24	2	156,48
Guía de aves	90,42	3	271,26
Guía de mamíferos	62,57	3	187,71
Walkie Talkie (pares)	102,35	3	307,05
Aislantes inflables	133,86	15	2.007,90
Carpa 5 personas	94,14	3	282,42
Hamacas campamento	75,00	15	1.125,00

Sleeping	14,73	15	220,95
Fundas térmicas	4,46	15	66,90
Chaleco salvavidas Stearns.	105,83	20	2116,60
Galón de Combustible para Canoa	13,00	15	195,00
Total Operación Turística			8.551,94
TOTAL MATERIALES OPERACIÓN TURÍSTICA			49.520,07

Fuente: Almeida et al. (2008)

5.2.4 Costos Recursos Humanos

Tabla 64. Costos Recursos Humanos

Categoría	Cantidad	Salario Medio Mensual	Décimo Cuarto	Décimo Tercero	Fondos de Reserva	TOTAL USD
Administrativos	1	350	200	350	350	1.250,00
Administrador, ventas	1	350	200	350	350	5.100,00
Servicios	1	200	200	200	200	800,00
Limpieza y Mantenimiento	1	200	200	200	200	3.000,00
TOTAL		6.600,00	4.800,00	6.600,00	6.600,00	24.600,00

Fuente: Informe de Factibilidad Económica Achuar, Ing. Jaime Carrasco

5.2.5 Resumen de Costos por Categoría

Tabla 65. Resumen de Costos por Categoría

RESUMEN DE COSTOS POR CATEGORÍA	
Construcción	375.570,00
Capacitación	12.270,00
Legalización de Funcionamiento	1.200,00
Publicidad	10.000,00
Equipo	5.137,93
Materiales Operación Turística	49.510,07
TOTAL	453.688,00

Fuente: Informe de Factibilidad Económica Achuar, Ing. Jaime Carrasco

5.3 Costos por Producto/Paquete Turístico

De acuerdo al estudio de la oferta de productos similares al que se propone en el presente estudio, se ha optado por presentar 2 productos/paquetes turísticos. La limitación de la capacidad en transporte aéreo (5 Pax.), terrestre y fluvial, además de la capacidad de manejo de grupos (8 – 10 Pax.), han sido los referentes para el tamaño y el precio de los paquetes.

5.3.1 Costos Paquete 3 Días/4 Noches

Tabla 66. Costos Paquete 3 noches/4 días

CONCEPTO	1PAX	2PAX	3PAX	4PAX	7PAX	8PAX	9PAX
	Valor USD						
Transporte terrestre Quito - Puyo – Quito.	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00
Transporte Terrestre Puyo – Shell – Puyo.	8,00	4,00	2,67	2,00	2,29	2,00	1,78
Transporte Aéreo Shell – Sawastian – Shell.	1176,00	588,00	392,00	294,00	336,00	294,00	261,33
Impuesto DAC aeropuerto Shell	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00
Subtotal Transporte	1197,00	605,00	407,67	309,00	351,29	309,00	276,11
Alojamiento / Alimentación	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00
Actividades Culturales Achuar	155,00	77,50	51,67	38,75	44,29	38,75	34,44
Honorarios Guía naturalista	420,00	210,00	140,00	105,00	60,00	52,50	46,67
Honorarios Guía nativo	360,00	180,00	120,00	90,00	51,43	45,00	40,00
SUBTOTAL 1	1115,00	647,50	491,67	413,75	335,72	316,25	301,11
UTILIDAD	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00
NAE	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00
SUBTOTAL 2	1145,00	677,50	521,67	443,75	365,72	346,25	331,11
COMISIONES (10%)	114,50	67,75	52,17	44,38	36,57	34,63	33,11
TOTAL PAQUETE (sin Transporte)	1259,50	745,25	573,84	488,13	402,29	380,88	364,22
TOTAL PAQUETE (con Transporte)	2456,50	1350,25	981,5	797,13	753,57	689,88	640,33

Fuente: Informe de Factibilidad Económica Achuar, Ing. Jaime Carrasco.

5.3.2 Costos Paquete 4 Noches/5 Días

Tabla 67. Costos Paquete 4 noches/ 5 días

CONCEPTO	1PAX	2PAX	3PAX	4PAX	7PAX	8PAX	9PAX
	Valor USD						
Transporte terrestre Quito - Puyo – Quito.	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00
Transporte Terrestre Puyo – Shell – Puyo.	8,00	4,00	2,67	2,00	2,29	2,00	1,78
Transporte Aéreo Shell – Sawastian – Shell.	1176,00	588,00	392,00	294,00	336,00	294,00	261,33
Impuesto DAC aeropuerto Shell	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00
Subtotal Transporte	1197,00	605,00	407,67	309,00	351,29	309,00	276,11
Alojamiento / Alimentación	235,00	235,00	235,00	235,00	235,00	235,00	235,00
Actividades Culturales Achuar	215,00	107,50	71,67	53,75	30,71	26,88	23,89
Honorarios Guía naturalista	525,00	262,50	175,00	131,25	75,00	65,63	58,33
Honorarios Guía nativo	450,00	225,00	150,00	112,50	64,29	56,25	50,00
SUBTOTAL 1	1425,00	830,00	631,67	532,50	405,00	383,76	367,22
UTILIDAD	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00
NAE	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00
SUBTOTAL 2	1455,00	860,00	661,67	562,50	435,00	413,76	397,22
COMISIONES (10%)	145,50	86,00	66,17	56,25	43,50	41,38	39,72
TOTAL PAQUETE (sin transporte)	1600,50	946,00	727,84	618,75	478,50	455,14	436,94
TOTAL PAQUETE (con transporte)	2797,50	1551,00	1135,50	927,75	829,79	764,13	713,06

Fuente: Informe de Factibilidad Económica Achuar, Ing. Jaime Carrasco

Los cálculos realizados contemplan la contratación de los servicios de transporte aéreo, terrestre y fluvial de la zona. Las tablas muestran que el mejor precio para los dos paquetes es el que corresponde a un grupo de 4 turistas para aprovechar la capacidad del transporte aéreo y terrestre.

Para poder competir por precio se recomiendan los precios de \$490 para el paquete de 3n4d y de \$620 para el paquete de 4n5d con un grupo de mínimo 4 turistas; si se alcanza un grupo de 9 turistas se optimiza la utilización de los guías y se disminuye costos. La utilidad calculada es de 14,4% y 14,9% para los precios de los paquetes.

5.4 Evaluación Económica – Financiera

5.4.1 Punto de Equilibrio

Tabla 68. Costos Fijos y Variables

Costos Fijos	Anual	% Relativo	Costos Variables Unitarios		%Relativo
Remuneraciones	6600,00	10%	Guías	160,00	67%
Bonificaciones	11400,00	17%	Cocinero	80,00	33%
Aporte Patronal	735,90	1%	TOTAL	240,00	
Fondos de Reserva	6600,00	10%			
Amortización	240,00	0%			
Depreciación	39.677,13	61%			
TOTAL	65.253,03				

Fuente: Informe de Factibilidad Económica Achuar, Ing. Jaime Carrasco.

5.4.2 Cálculo Punto de Equilibrio Paquete 4 Noches/ 5 Días

Punto de equilibrio = $CF / (P - CuV)$

Tabla 69. Punto de Equilibrio (Paquete 4noches/5 Días)

172	43	83%
No. Turistas	No. Viajes	Capacidad

Fuente: Informe de Factibilidad Económica Achuar, Ing. Jaime Carrasco

El cálculo del Punto de Equilibrio contempla las siguientes condiciones:

- Duración del Tour: 4 Noches / 5 Días.
- Precio del Tour: 620 USD.
- Tamaño del Grupo: 4 turistas.
- No se consideran Turistas Nacionales.
- Capacidad Instalada Máxima: 52 tours por 5 = 260 turistas por año.

5.4.3 Cálculo Punto de Equilibrio Paquete 3 Noches /4 Días

Punto de equilibrio = CF/ (P – CuV)

Tabla 70. Punto de Equilibrio (Paquete 3noches/4 Días)

176	44	85%
No. Turistas	No. Viajes	Capacidad

Fuente: Informe de Factibilidad Económica Achuar, Ing. Jaime Carrasco

El cálculo del Punto de Equilibrio contempla las siguientes condiciones:

- Duración del Tour: 3 Noches / 4 Días.
- Precio del Tour: 490 USD.
- Tamaño del Grupo: 4 turistas.
- No se consideran Turistas Nacionales.
- Capacidad Instalada Máxima: 52 tours por 5 = 260 turistas por año.

Para alcanzar el punto de equilibrio se necesitan entre 8 a 9 meses de operación. Si se venden continuamente en forma alternada Paquetes de 5d4n y 4d3n; se invierten 9 días; la capacidad máxima sería de 40 tours de \$1.110 al año.

5.5 Financiamiento de la Inversión Inicial

El financiamiento de la Inversión Inicial no contempla los pagos al Recurso Humano (ver Tabla 5.8. Tabla costos recursos humanos).

Se estipulan las siguientes condiciones:

- Capital a Préstamo: 453.688,00 USD. (Ver Tabla 5.9. Resumen de Costos por Categoría).
- Plazo: 60 meses.
- Tasa de Interés: 11,83% (Tasa máxima para el segmento comercial PYMES).
- Frecuencia de Pago: Mensual.
- Tiempo de Gracia 12 meses.

Nº Cuota	Deuda	Amortización	Interés	Total Cuota
1	453.688,00	0,00	4.472,61	4.472,61
2	453.688,00	0,00	4.472,61	4.472,61
3	453.688,00	0,00	4.472,61	4.472,61
4	453.688,00	0,00	4.472,61	4.472,61
5	453.688,00	0,00	4.472,61	4.472,61
6	453.688,00	0,00	4.472,61	4.472,61
7	453.688,00	0,00	4.472,61	4.472,61
8	453.688,00	0,00	4.472,61	4.472,61
9	453.688,00	0,00	4.472,61	4.472,61
10	453.688,00	0,00	4.472,61	4.472,61
11	453.688,00	0,00	4.472,61	4.472,61
12	453.688,00	0,00	4.472,61	4.472,61
13	453.688,00	9.451,83	4.472,61	13.924,44
14	444.236,17	9.451,83	4.379,43	13.831,26
15	434.784,33	9.451,83	4.286,25	13.738,08
16	425.332,50	9.451,83	4.193,07	13.644,90
17	415.880,67	9.451,83	4.099,89	13.551,72
18	406.428,83	9.451,83	4.006,71	13.458,54
19	396.977,00	9.451,83	3.913,53	13.365,36

20	387.525,17	9.451,83	3.820,35	13.272,19
21	378.073,33	9.451,83	3.727,17	13.179,01
22	368.621,50	9.451,83	3.633,99	13.085,83
23	359.169,67	9.451,83	3.540,81	12.992,65
24	349.717,83	9.451,83	3.447,63	12.899,47
25	340.266,00	9.451,83	3.354,46	12.806,29
26	330.814,17	9.451,83	3.261,28	12.713,11
27	321.362,33	9.451,83	3.168,10	12.619,93
28	311.910,50	9.451,83	3.074,92	12.526,75
29	302.458,67	9.451,83	2.981,74	12.433,57
30	293.006,83	9.451,83	2.888,56	12.340,39
31	283.555,00	9.451,83	2.795,38	12.247,21
32	274.103,17	9.451,83	2.702,20	12.154,03
33	264.651,33	9.451,83	2.609,02	12.060,85
34	255.199,50	9.451,83	2.515,84	11.967,68
35	245.747,67	9.451,83	2.422,66	11.874,50
36	236.295,83	9.451,83	2.329,48	11.781,32
37	226.844,00	9.451,83	2.236,30	11.688,14
38	217.392,17	9.451,83	2.143,12	11.594,96
39	207.940,33	9.451,83	2.049,95	11.501,78
40	198.488,50	9.451,83	1.956,77	11.408,60
41	189.036,67	9.451,83	1.863,59	11.315,42
42	179.584,83	9.451,83	1.770,41	11.222,24
43	170.133,00	9.451,83	1.677,23	11.129,06
44	160.681,17	9.451,83	1.584,05	11.035,88
45	151.229,33	9.451,83	1.490,87	10.942,70
46	141.777,50	9.451,83	1.397,69	10.849,52
47	132.325,67	9.451,83	1.304,51	10.756,34
48	122.873,83	9.451,83	1.211,33	10.663,16
49	113.422,00	9.451,83	1.118,15	10.569,99
50	103.970,17	9.451,83	1.024,97	10.476,81
51	94.518,33	9.451,83	931,79	10.383,63
52	85.066,50	9.451,83	838,61	10.290,45
53	75.614,67	9.451,83	745,43	10.197,27
54	66.162,83	9.451,83	652,26	10.104,09
55	56.711,00	9.451,83	559,08	10.010,91
56	47.259,17	9.451,83	465,90	9.917,73
57	37.807,33	9.451,83	372,72	9.824,55
58	28.355,50	9.451,83	279,54	9.731,37
59	18.903,67	9.451,83	186,36	9.638,19
60	9.451,83	9.451,83	93,18	9.545,01
TOTAL		453.688,00	163.250,17	616.938,17

Figura 5. Cálculo de Intereses para la Inversión Inicial. Fuente: Informe de Factibilidad Económica Achuar, Ing. Jaime Carrasco

PAGOS ANUALES		
AÑO	Interés	Total
1	53.671,29	53.671,29
2	47.521,46	160.943,46
3	34.103,63	147.525,63
4	20.685,81	134.107,81
5	7.267,99	120.689,99

Figura 6. Pagos Anuales por Financiamiento. Fuente: Informe de Factibilidad Económica Achuar, Ing. Jaime Carrasco

La figura anterior muestra el desglose de intereses a pagar por el préstamo de \$453.688,00 a una tasa activa máxima para el segmento comercial PYMES del 11,83% a cinco años plazo.



Figura 7. Comportamiento del Financiamiento para Inversión Inicial. Fuente: Informe de Factibilidad Económica Achuar, Ing. Jaime Carrasco

5.6 Alternativas Económicas – Financieras

5.6.1 Escenario 1. Crecimiento en ventas desde el segundo año de operación en 8,9%. (Anexo 87).

- Inversión Inicial de 453.688,00 USD.
- Se inicia con la ocupación del 20% de la capacidad instalada (14 viajes, 58 turistas en el primer año).
- El incremento anual de ventas es igual a la tasa de crecimiento promedio anual 0,089 de afluencia de turistas.
- Tamaño del grupo: 4 turistas, Paquete 4 noches/5días.
- Precio del producto \$620; no incluyen los costos de transporte: Transporte terrestre Quito - Puyo - Quito, Transporte terrestre Puyo - Shell - Puyo, Transporte aéreo Shell - Sawastian - Shell, Impuesto DAC aeropuerto Shell (alrededor de \$309,00).

Conclusión: Los 10 años no son suficientes para lograr recuperar la inversión. A partir del año 7 se disminuye la cantidad de egresos anuales.

5.6.2 Escenario 2. Agotar la Capacidad Instalada en 10 años. (Anexo 88)

- Inversión inicial de \$453.688,00
- Se inicia con la ocupación del 20% de la capacidad instalada (14 viajes, 58 turistas en el primer año).
- El incremento anual de ventas (18%) agota la capacidad instalada máxima en los 10 años.
- Tamaño del grupo: 4 turistas; Paquete: 4n5d
- Precio del producto \$620; no incluyen los costos de transporte: Transporte terrestre Quito - Puyo - Quito, Transporte terrestre Puyo - Shell - Puyo, Transporte aéreo Shell - Sawastian - Shell, Impuesto DAC aeropuerto Shell (alrededor de \$309,00).

Conclusión: Los 10 años no son suficientes para lograr recuperar la inversión. A partir del año 4 se disminuye la cantidad de egresos anuales.

5.6.3 Escenario 3. Agotar la Capacidad Instalada en 5 años. (Anexo 89)

- Inversión inicial de \$453.688,00
- Se inicia con la ocupación del 20% de la capacidad instalada (14 viajes, 58 turistas en el primer año)
- El incremento anual de ventas (46%) agota la capacidad instalada máxima en los 5 primeros años.
- Tamaño del grupo: 4 turistas; Paquete: 4n5d
- Precio del producto \$620; no incluyen los costos de transporte: Transporte terrestre Quito - Puyo - Quito, Transporte terrestre Puyo - Shell - Puyo, Transporte aéreo Shell - Sawastian - Shell, Impuesto DAC aeropuerto Shell (alrededor de \$309,00).

Conclusión: La recuperación de la inversión se realiza en los 7 primeros años de operación. A partir del año 8 se obtienen utilidades. Las instalaciones físicas (la ampliación de la estructura física y sus costos directos e indirectos ascienden a \$23.439,00) y los medios de transporte deben modificar sus capacidades para satisfacer el 50% adicional requerido.

5.6.4 Escenario 4. Incremento del Tamaño del Grupo. (Anexo 90)

- Inversión inicial de \$756.776,00 (Ampliación de pista \$62.068, ampliación de infraestructura física \$389.610,00).
- Se inicia con la ocupación del 20% de la capacidad instalada (14 viajes, 58 turistas en el primer año).
- El incremento anual de ventas (18%) agota la capacidad instalada máxima en los 10 primeros años.
- Tamaño del grupo: 10 turistas; Paquete: 4n5d.
- Precio del producto \$620; no incluyen los costos de transporte: Transporte terrestre Quito - Puyo - Quito, Transporte terrestre Puyo - Shell - Puyo, Transporte aéreo Shell - Sawastian - Shell, Impuesto DAC aeropuerto Shell (alrededor de \$309,00).

Conclusión: La recuperación de la inversión se realiza en los 7 primeros años de operación. A partir del año 8 se obtienen utilidades.

5.6.5 Flujo de Ingresos y Egresos Acumulados y Capacidad Ocupada

AÑO	INGRESOS	EGRESOS	ING. ACUM.	EGR. ACUM.	ING. -EGR. ACUM.	% CAP. OCUP.
0		756.776,00	0,00	756.776,00	-756.776,00	
1	89.280,00	53.423,73	89.280,00	810.199,73	-720.919,73	20%
2	105.400,00	58.701,03	194.680,00	868.900,76	-674.220,76	24%
3	130.200,00	66.201,16	324.880,00	935.101,93	-610.221,93	29%
4	155.000,00	73.767,81	479.880,00	1.008.869,73	-528.989,73	35%
5	186.000,00	82.946,78	665.880,00	1.091.816,51	-425.936,51	42%
6	223.200,00	93.311,85	889.080,00	1.185.128,36	-296.048,36	50%
7	274.598,00	106.270,75	1.163.678,00	1.291.399,11	-127.721,11	60%
8	335.456,58	120.907,45	1.499.134,58	1.412.306,56	86.828,02	71%
9	413269,351	138773,933	1.912.403,93	1.551.080,49	361.323,44	85%
10	502427,133	158337,943	2.414.831,06	1.709.418,43	705.412,63	100%

Figura 8. Flujo de Ingresos y Egresos Acumulados y Capacidad Ocupada. Fuente: Informe de Factibilidad Económica Achuar, Ing. Jaime Carrasco

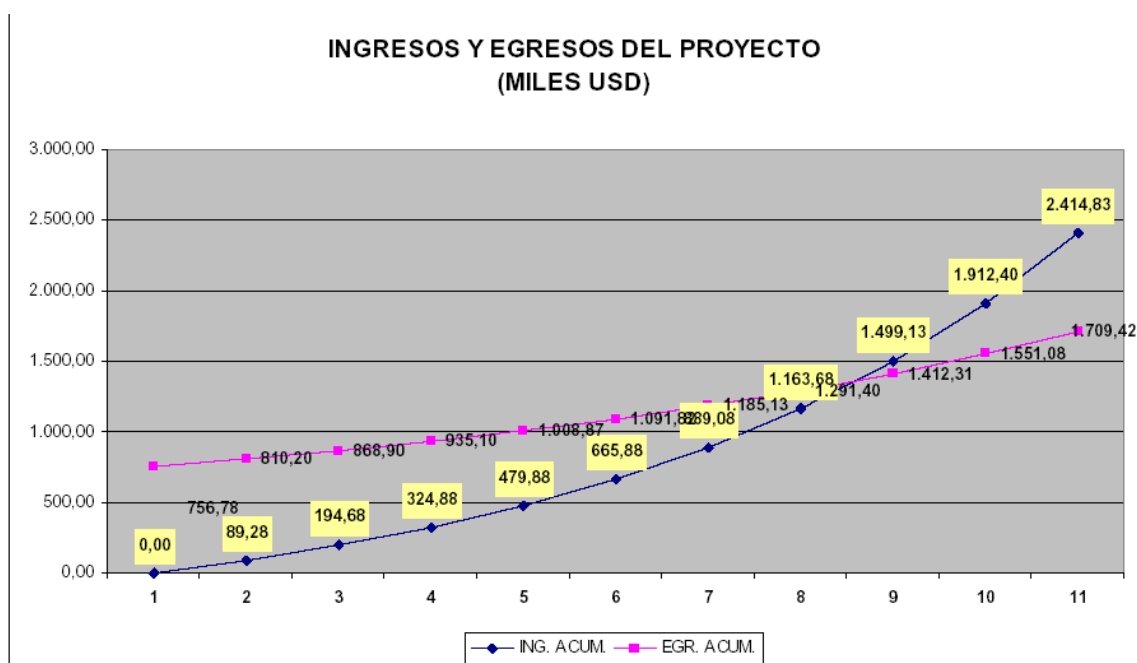


Figura 9. Flujo de Ingresos y Egresos Acumulados. Fuente: Informe de Factibilidad Económica Achuar, Ing. Jaime Carrasco

5.7 Financiamiento de la Inversión Inicial Completa

Se estipulan las siguientes condiciones:

- Capital a Préstamo: 756.776,00 USD.
- Plazo: 60 meses.
- Tasa de Interés: 11,83% (Tasa máxima para el segmento comercial PYMES).
- Frecuencia de Pago: Mensual.
- Tiempo de Gracia 12 meses.

Nº Cuota	Deuda	Amortización	Interés	Total Cuota
1	756.776,00	0,00	7.460,55	7.460,55
2	756.776,00	0,00	7.460,55	7.460,55
3	756.776,00	0,00	7.460,55	7.460,55
4	756.776,00	0,00	7.460,55	7.460,55
5	756.776,00	0,00	7.460,55	7.460,55
6	756.776,00	0,00	7.460,55	7.460,55
7	756.776,00	0,00	7.460,55	7.460,55
8	756.776,00	0,00	7.460,55	7.460,55
9	756.776,00	0,00	7.460,55	7.460,55
10	756.776,00	0,00	7.460,55	7.460,55
11	756.776,00	0,00	7.460,55	7.460,55
12	756.776,00	0,00	7.460,55	7.460,55
13	756.776,00	15.766,17	7.460,55	23.226,72
14	741.009,83	15.766,17	7.305,12	23.071,29
15	725.243,67	15.766,17	7.149,69	22.915,86
16	709.477,50	15.766,17	6.994,27	22.760,43
17	693.711,33	15.766,17	6.838,84	22.605,00
18	677.945,17	15.766,17	6.683,41	22.449,58
19	662.179,00	15.766,17	6.527,98	22.294,15
20	646.412,83	15.766,17	6.372,55	22.138,72
21	630.646,67	15.766,17	6.217,13	21.983,29
22	614.880,50	15.766,17	6.061,70	21.827,86
23	599.114,33	15.766,17	5.906,27	21.672,44
24	583.348,17	15.766,17	5.750,84	21.517,01
25	567.582,00	15.766,17	5.595,41	21.361,58
26	551.815,83	15.766,17	5.439,98	21.206,15
27	536.049,67	15.766,17	5.284,56	21.050,72
28	520.283,50	15.766,17	5.129,13	20.895,29
29	504.517,33	15.766,17	4.973,70	20.739,87
30	488.751,17	15.766,17	4.818,27	20.584,44
31	472.985,00	15.766,17	4.662,84	20.429,01
32	457.218,83	15.766,17	4.507,42	20.273,58
33	441.452,67	15.766,17	4.351,99	20.118,15
34	425.686,50	15.766,17	4.196,56	19.962,73
35	409.920,33	15.766,17	4.041,13	19.807,30
36	394.154,17	15.766,17	3.885,70	19.651,87
37	378.388,00	15.766,17	3.730,28	19.496,44
38	362.621,83	15.766,17	3.574,85	19.341,01
39	346.855,67	15.766,17	3.419,42	19.185,59
40	331.089,50	15.766,17	3.263,99	19.030,16

41	315.323,33	15.766,17	3.108,56	18.874,73
42	299.557,17	15.766,17	2.953,13	18.719,30
43	283.791,00	15.766,17	2.797,71	18.563,87
44	268.024,83	15.766,17	2.642,28	18.408,44
45	252.258,67	15.766,17	2.486,85	18.253,02
46	236.492,50	15.766,17	2.331,42	18.097,59
47	220.726,33	15.766,17	2.175,99	17.942,16
48	204.960,17	15.766,17	2.020,57	17.786,73
49	189.194,00	15.766,17	1.865,14	17.631,30
50	173.427,83	15.766,17	1.709,71	17.475,88
51	157.661,67	15.766,17	1.554,28	17.320,45
52	141.895,50	15.766,17	1.398,85	17.165,02
53	126.129,33	15.766,17	1.243,43	17.009,59
54	110.363,17	15.766,17	1.088,00	16.854,16
55	94.597,00	15.766,17	932,57	16.698,74
56	78.830,83	15.766,17	777,14	16.543,31
57	63.064,67	15.766,17	621,71	16.387,88
58	47.298,50	15.766,17	466,28	16.232,45
59	31.532,33	15.766,17	310,86	16.077,02
60	15.766,17	15.766,17	155,43	15.921,59
TOTAL		756.776,00	272.310,08	1.029.086,08

Figura 10. Cálculo de Interés para Inversión Inicial Completa. Fuente: Informe de Factibilidad Económica Achuar, Ing. Jaime Carrasco

PAGOS ANUALES		
AÑO	Interés	Total
1	89.526,60	89.526,60
2	79.268,34	268.462,34
3	56.886,69	246.080,69
4	34.505,04	223.699,04
5	12.123,39	201.317,39

Figura 11. Pagos Anuales por Financiamiento de Inversión Inicial. Fuente: Informe de Factibilidad Económica Achuar, Ing. Jaime Carrasco

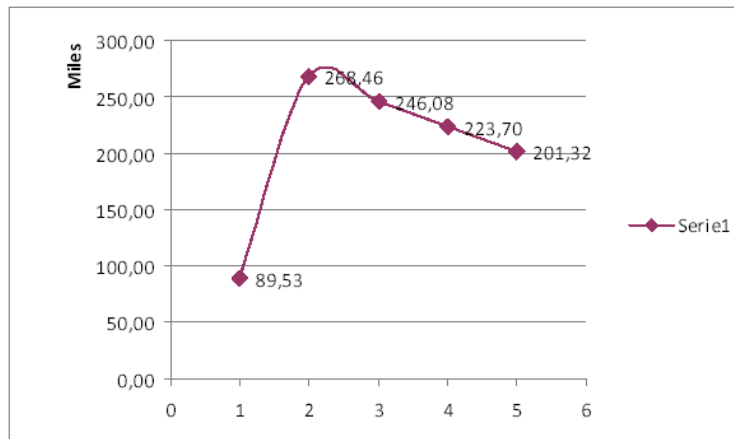


Figura 12. Comportamiento del Financiamiento para Inversión Inicial Completa. Fuente: Informe de Factibilidad Económica Achuar, Ing. Jaime Carrasco

5.8 Alternativas de Inversión. (Anexo 91)

Una vez que se han utilizado el método del Flujo Neto de Caja (Método estático porque no toma en cuenta el tiempo. En los cálculos, no se considera el momento en que se produce la salida o la entrada de dinero), se utilizará métodos dinámicos como el Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR). (Anexo: Tabla Cálculos de TIR, VAN y FNCxUI para las alternativas propuestas).

Conclusión: Ninguna de las alternativas es aceptada porque la TIR es menor que la tasa de interés fijada para los préstamos; el VAN es negativo exceptuando la alternativa que agota la capacidad instalada en 5 años; que es inviable por el volumen de ventas que se debería cumplir. El Flujo Neto de caja por unidad de inversión (FNCxUI) nos demuestra que por cada dólar invertido, se estaría perdiendo hasta 45 centavos.

CAPITULO VI

6. PROPUESTA DE PRODUCTO TURÍSTICO PARA EL TERRITORIO DE LA NACIONALIDAD ACHUAR DEL ECUADOR

6.1 Componentes del Producto Turístico Achuar

6.1.1 Actividad Principal

Las actividades principales para el Producto Turístico a desarrollarse en esta zona en especial, se fundamentan en las experiencias relacionadas a la Interacción Cultural. Esto vinculando el Turismo con las actividades cotidianas, festivas, religiosas, etc., que son inherentes a las costumbres de la Nacionalidad Achuar, además de incluir en las operaciones turísticas, actividades relacionadas con la naturaleza, biodiversidad, paisajes, recorridos por senderos, fluviales, etc. Así, el Turismo Comunitario es el más idóneo a ejecutarse en la zona, para el desarrollo sustentable de las comunidades de la Nacionalidad Achuar del Ecuador que fueron objeto del presente estudio.

6.1.2 Servicio de Alojamiento

Para el producto Turístico de la Nacionalidad Achuar, específicamente en las comunidades de Sawastian, Tsunkintsa y Saum, se pretende construir una infraestructura de 3 “paraderos” para alojamiento, los mismos que contarán con las siguientes características: (ver Anexo:)

- Capacidad de Alojamiento para un total de 18 turistas.
- Alojamiento para personal de servicio.
- Servicios Higiénicos para turistas.
- Servicios Higiénicos para personal de servicio.
- Área Social y de Recreación.
- Cocina.
- Área de bodega y servicios.
- Área de Máquinas.

Para el futuro y según el crecimiento de la demanda, se contempla la ampliación de estos paraderos, de modo que Sawastian se convierta en un lodge el cual pueda albergar a un total de 18 visitantes. En el caso de Tsunkintsa y Saum, se pretende que su ampliación tenga la capacidad de recibir a 8 turistas cada uno.

6.1.3 Servicio de Restauración

Así mismo, en cada paradero se contempla el servicio de restauración el cual estará a cargo de personal perteneciente a la Nacionalidad Achuar del Ecuador. También se puede optar por consumir refrigerios fríos así como enlatados a manera de campamento o excursión.

6.1.4 Actividades complementarias

Las actividades complementarias a realizarse en el territorio de las comunidades Achuar, que son parte de esta propuesta, se enfocan principalmente en el ámbito de interacción cultural principalmente y de actividades relacionadas con el medio ambiente. Así tenemos:

- Interacción con las comunidades.
- Participación en costumbres étnicas de la cultura Achuar.
- Visitas guiadas hacia los principales recursos turísticos de la zona de estudio.
- Birdwatching.
- Recorrido por senderos hacia zonas aptas para observación de flora y fauna.
- Recorridos en canoas.
- Recorridos nocturnos.
- Voluntariados.
- Estación de Estudios Antropológicos.

6.1.5 Transporte

El servicio de transporte debe contar con transporte terrestre desde Quito hasta la ciudad del Puyo y posteriormente a la Shell en donde los pasajeros se embarcan en una avioneta para poder llegar a las comunidades Achuar en donde empiezan todas las actividades relacionadas con los atractivos pertenecientes a la zona de estudio. El medio de transporte es principalmente por canoa de remos, a través de los circuitos fluviales

existentes en la zona como el Río Huasaga, además gran parte de la movilización es por medio de caminatas a través de senderos.

6.2 Clasificación del Producto Turístico Achuar por Tipos de Producto/Paquete

6.2.1 Según Estructura: El Producto es Cerrado

Debido a lo remoto de la zona de estudio de la Nacionalidad Achuar, el producto debe incluir con absolutamente todos los servicios necesarios para la comodidad del visitante, esto incluye el transporte, servicio de alojamiento, servicio de alimentación, guías, cronogramas y actividades dentro del sector y prestación del equipamiento necesario para dichas actividades.

6.2.2 Según contenido: El Producto es Combinado

Aparte de los servicios básicos se incluyen las diversas actividades realizables en el sector, como son las caminatas por senderos, visitas a comunidades Achuar del sector, observación de flora y fauna, experiencias dentro de las comunidades, paseos en canoa por sistemas fluviales, etc.

6.2.3 Según público: El Producto es Para Segmentos

Principalmente debido a que la experiencia de la visita en sí requiere de buen estado físico para poder cumplir sin mayor percance todas las actividades que ofrece el sector, pero además debido a que la lejanía de la zona exige transporte aéreo (avioneta) esto hace que el producto tenga un costo relativamente alto y por tanto esté dirigido a segmentos con un buen nivel económico. (Ver Mercado Meta Capítulo IV).

6.4 Diseño de Productos/Paquetes de Turismo Comunitario para las Zonas de Estudio de la Nacionalidad Achuar del Ecuador

Para el diseño de los Productos/Paquetes propuestos en el presente estudio, fueron absolutamente necesarias las investigaciones preliminares de la presente Tesis, concretados en: Inventariados (Capítulo II), Actividades por Tipo de Atractivos (Capítulo III) y Estudio de Mercado (Capítulo IV).

Una vez con la información dispuesta gracias a las investigaciones realizadas, la Máster Ana García Pando (2006), en su Guía para la Estructuración de Productos Turísticos,

plantea algunos preceptos para poder definir o delimitar un Producto Turístico, a continuación:

- Agrupar servicios sueltos.
- Incorporar nuevos o diferentes servicios a los productos que ya existen para hacerlos más atractivos.
- Diversificar la oferta de productos para diferentes segmentos.
- Diversificar la duración de los productos acorde a las exigencias o expectativas del cliente.

También se recomienda que al momento de seleccionar los componentes y la estructura del producto, se debe que tomar en cuenta:

- Tiempo y esfuerzo acorde a las actividades programadas y al tipo de público que están dirigidas y su procedencia.
- Duración de las actividades en relación al tiempo de desplazamiento.
- Interés de las actividades en relación al público objetivo. Hay que cuidar el no especializar demasiado un producto y dirigirlo a un público que no esté interesado.

También es necesario identificar, todos los prestadores de servicios involucrados, con los que hay que acordar el diseño del producto.

6.4.1 Ficha Base para la Elaboración de Productos/Paquetes Turísticos

Se decidió que el producto turístico propuesto en este estudio, se ejecute en la Zona 2 (Tsunkintsa – Sawastian) del territorio evaluado, debido principalmente a que existe un mejor acceso al mismo, además de que sus pobladores tienen un poco más de experiencia y disposición a actividades turísticas, además cuentan con los recursos necesarios para implementar un producto turístico de calidad.

La herramienta utilizada en el Diseño de los Paquetes Turísticos del presente estudio, fue la Ficha Base para Elaboración de Productos de la Máster Ana García Pando. (Anexo 24). Esta ficha, nos permite conocer las características más relevantes de un

recurso potencialmente turístico que puede ser utilizado en el diseño de un Paquete Turístico. Es así que se describen detalles como: ubicación, tiempos estimados de recorrido, implementos necesarios en el recurso, capacidad física del visitante, actividades que pueden realizarse, entre otras. Los Recursos Turísticos previamente inventariados, fueron sometidos a esta forma de “agrupación” mediante esta herramienta por fichas, las mismas que están detalladas en el Capítulo III de este estudio y que serán necesariamente citadas en cada uno de los Paquetes Turísticos que se presentan a continuación:

6.4.2 Paquete de 3 Noches/4 Días

6.4.2.1 Recursos Turísticos a utilizarse para el Paquete de 3 Noches/4 Días

- Comunidad de Sawastian. (Actividad # 1, Cap. III).
- Bosque de Sawastian. (Actividad #2, Cap. III).
- Trayecto mediante Río Wasaga, Sawastian – Tsunkintsa. (Actividad # 4, Cap.III).
- Comunidad de Tsunkintsa (Actividad # 5, Cap.III).
- Cascada Tuna (Actividad # 6, Cap.III).
- Fosa Machín (Actividad # 7, Cap.III).

6.4.2.2 Cronograma de Actividades del Paquete de 3 Noches/4 Días

PRIMER DÍA

08h00

Encuentro en la ciudad del Puyo, Provincia del Pastaza para trasladarse hacia el aeropuerto de Shell en donde se embarcará para partir hacia la Comunidad Achuar de Sawastian.

09h00 – 10h00

Vuelo en avioneta desde el aeropuerto de Shell hacia la comunidad Achuar de Sawastian.

10h30 – 11h30

Ubicación y organización de pasajeros en habitaciones. Normas y recomendaciones de estadía.

11h30 – 12h30

Bienvenidas. Interacción y charlas con la comunidad.

12h30 – 14h30

Almuerzo y descanso.

14h30 – 16h30

Costumbres dentro de la vivienda Achuar: Preparación de chicha, pintura facial, elaboración de artesanías como collares, pulseras, cerámicas, etc., prácticas con cerbatana.

17h00 – 18h00

Reseñas históricas y exposición de restos arqueológicos de los asentamientos de la Nacionalidad Achuar del Ecuador.

19h00

Cena y descanso.

SEGUNDO DÍA**05h00 – 07h00**

Observación de aves amazónicas en los alrededores del bosque de Sawastian.

08h00 – 09h00

Desayuno.

09h30 – 11h00

Recorrido en canoa desde Sawastian a Tsunkintsa a través del Río Wasaga. Observación de paisajes fluviales, observación flora y fauna a lo largo del trayecto.

11h30 – 13h30

Manifestaciones culturales por parte de la Comunidad Achuar de Tsunkintsa. Danza, música y vestimenta tradicional.

13h30 – 15h30

Almuerzo y Descanso.

15h30 – 18h30

Visita a la Cascada Tuna. Caminatas, observación flora y fauna, reconocimiento plantas útiles de la zona, baños y descanso en cascada.

19h30

Cena y Descanso.

TERCER DÍA

08h00 – 09h30

Desayuno.

09h30 – 12h30

Recorrido hacia Fosa Machin, lugar en donde se realiza pesca artesanal con herramientas rupestres utilizadas por la Nacionalidad Achuar.

12h30 – 13h00

Descanso.

13h00 – 14h30

Almuerzo.

15h00 – 16h30

Recorrido desde Tsunkintsa a Sawastian en canoa tradicional. Observación de paisajes fluviales, observación flora y fauna durante el trayecto.

16h30 – 19h00

Tarde libre.

19h00

Cena y descanso.

CUARTO DÍA

07h00 – 08h30

Desayuno.

08h30 – 09h30

Vuelo desde Sawastian al aeropuerto de Shell.

10h00

Fin del Tour.

6.4.3 Paquete 4 Noches/5 Días

6.4.3.1 Recursos a utilizarse para el Paquete Turístico de 4 Noches/5 Días

- Comunidad Achuar de Sawastian. (Actividad # 1, Cap. III).
- Bosque de Sawastian. (Actividad #2, Cap. III, Pág.).
- Trayecto mediante Río Wasaga, Sawastian – Tsunkintsa. (Actividad # 4, Cap.III).
- Comunidad de Tsunkintsa (Actividad # 5, Cap.III).
- Cascada Tuna (Actividad # 6, Cap.III).
- Fosa Machín (Actividad # 7, Cap.III).
- Comunidad Saum (Actividad Recurso #8, Cap.III).
- Cascada Yaguan (Actividad Recurso # 9, Cap.III).

6.4.3.2 Cronograma de Actividades del Paquete Turístico de 4 Noches/5 Días

PRIMER DÍA

08h00

Encuentro en la ciudad del Puyo, Provincia del Pastaza para trasladarse hacia el aeropuerto de Shell en donde se embarcará para partir hacia la Comunidad Achuar de Sawastian.

09h00 – 10h00

Vuelo en avioneta desde el aeropuerto de Shell hacia la comunidad Achuar de Sawastian.

10h30 – 11h30

Ubicación y organización de pasajeros en habitaciones. Normas y recomendaciones de estadía.

11h30 – 12h30

Bienvenidas. Interacción y charlas con la comunidad.

12h30 – 14h30

Almuerzo y descanso.

14h30 – 16h30

Costumbres dentro de la vivienda Achuar: Preparación de chicha, pintura facial, elaboración de artesanías como collares, pulseras, cerámicas, etc., prácticas con cerbatana.

17h00 – 18h00

Reseñas históricas y exposición de restos arqueológicos de los asentamientos de la Nacionalidad Achuar del Ecuador.

19h00

Cena y descanso.

SEGUNDO DÍA

05h00 – 07h00

Observación de aves amazónicas en los alrededores del bosque de Sawastian.

08h00 – 09h00

Desayuno.

09h30 – 11h00

Recorrido en canoa desde Sawastian a Tsunkintsa a través del Río Wasaga. Observación de paisajes fluviales, observación flora y fauna a lo largo del trayecto.

11h30 – 13h30

Manifestaciones culturales por parte de la Comunidad Achuar de Tsunkintsa. Danza, música y vestimenta tradicional.

13h30 – 15h30

Almuerzo y Descanso.

15h30 – 18h30

Visita a la Cascada Tuna. Caminatas, observación flora y fauna, reconocimiento plantas útiles de la zona, baños y descanso en cascada.

19h30

Cena y Descanso.

TERCER DÍA

08h00 – 09h30

Desayuno.

09h30 – 12h30

Recorrido hacia Fosa Machin, lugar en donde se realiza pesca artesanal con herramientas rupestres utilizadas por la Nacionalidad Achuar.

12h30 – 13h00

Descanso.

13h00 – 14h30

Almuerzo.

15h00 – 17h00

Caminata por medio de senderos hasta la Comunidad de Saum, en este lugar se compartirán relatos, leyendas y tradiciones correspondientes a la cosmovisión de la cultura indígena Achuar, además de participar en dichas tradiciones.

17h00 – 19h00

Tiempo libre, descanso.

19h00

Cena y Pernoctación.

CUARTO DÍA

08h00 – 09h30

Desayuno.

10h00 – 12h00

Visita a la Cascada Yaguan. Baños en la cascada.

12h00 – 13h00

Preparación de objetos personales para caminata hacia la comunidad de Tsunkintsa.

13h00 – 14h30

Almuerzo.

15h00 – 16h00

Caminata por medio de senderos hacia la comunidad de Tsunkintsa.

16h00 – 19h00

Tiempo libre.

19h00

Cena y Pernoctación.

QUINTO DÍA

07h00 – 08h30

Desayuno.

09h00 – 10h30

Regreso en canoa a la comunidad de Sawastian, observación de Flora y Fauna.

10h30 – 11h30

Refrigerio.

12h00 – 13h00

Vuelo de retorno hacia el aeropuerto de Shell.

13h00 – 14h00

Transportación terrestre desde Shell hasta Puyo y fin del Tour.

6.5 Matriz de Crecimiento – Participación (BCG).

La matriz de crecimiento – participación es una técnica concebida en la década de los sesentas por la Boston Consulting Group y su objetivo es identificar los “tipos” de negocios de una empresa y su nivel de participación en el mercado y según estas características destinar el nivel de recursos y esfuerzos para cada uno de ellos. (Ayala, 2009).

La matriz de Crecimiento – Participación estriba en dos dimensiones fundamentales:

Índice de crecimiento de la Industria. Que indica la tasa de crecimiento anual del mercado de la industria a la que pertenece la empresa.

Participación relativa en el mercado. Que se refiere a la participación en el mercado de la **Unidad Estratégica de Negocios (UEN)**, con relación a su competidor más importante.

Las **UEN** se refieren a la diversificación que una empresa tiene de sus negocios, la idea es la de ubicar cada UEN en una matriz de dos x dos, en donde cada UEN se ubique de acuerdo a sus características en función de su participación y crecimiento en el mercado. (Ayala, 2009).

Según el tipo de UEN, se ha designado nombres y sus características, a continuación:

ESTRELLAS

- Alta participación relativa en el mercado.
- Mercado de alto crecimiento.
- Consumidoras de grandes cantidades de efectivo para financiar su crecimiento.
- Utilidades significativas.

INCÓGNITAS

- Baja participación en el mercado.
- Mercados de creciendo rápido.
- Demandan grandes cantidades de efectivo para financiar su crecimiento.
- Generadores débiles de efectivo.
- La empresa debe evaluar si sigue invirtiendo en este negocio.

VACAS LECHERAS

- Alta participación en el mercado.
- Mercado de crecimiento lento.
- Generan más efectivo del que necesitan para su crecimiento en el mercado.
- Pueden usarse para crear o desarrollar otros negocios.
- Márgenes de utilidad altos.

PERROS

- Baja participación en el mercado.
- Mercados de crecimiento lento.
- Pueden generar pocas utilidades o a veces pérdidas.
- Generalmente deben ser reestructuradas o eliminadas.

Una vez proporcionados estos preceptos, el Producto Turístico Achuar tendría una Matriz de Crecimiento – Participación de la siguiente manera:

Tabla 71. Matriz de Crecimiento – Participación en el mercado del Producto Achuar

		ALTA	BAJA
		% de crecimiento en el mercado	ALTO
BAJO	<p>VACAS LECHERAS</p> <p>TURISMO DE NATURALEZA Y TURISMO DE AVENTURA</p>		<p>PERROS</p> <p>VOLUNTARIADOS, PASANTÍAS</p>
Participación relativa en el mercado			

Fuente: Almeida et al. (2008)

6.6 Segmentación del Producto Turístico desarrollado para las Comunidades de la Nacionalidad Achuar del Ecuador según los lineamientos del PLANDETUR 2020.

Acorde a los lineamientos con los que el PLANDETUR 2020 delimita un producto turístico, el Producto Turístico que se propone en el actual estudio se dispondría en las siguientes categorías:

Turismo Comunitario

- Turismo Comunitario.

Turismo Cultural

- Shamanismo.
- CAVE (científico, académico, voluntario y educativo).

Ecoturismo y Turismo de Naturaleza

- Reservas y Bosques Privados.
- Ríos, lagos, lagunas y cascadas.
- Observación de Flora y Fauna.

Turismo de Salud

- Medicina Ancestral.

6.7 Canales de Distribución para la Propuesta de Producto Turístico Achuar.

La función primordial de un canal de distribución consiste en hacer llegar el “producto”, desde el productor hasta el consumidor final, para ello son necesarias las funciones de intermediación. A través de intermediarios el producto se traslada como desplazándose por los eslabones de una cadena hasta llegar al cliente final. (López, 2008, Pág. 167).

Los intermediarios pueden ser de dos clases:

- **Distribuidores:** los que adquieren la propiedad del producto para trasladarlo a otro eslabón del canal y
- **Agentes:** los que facilitan que la propiedad del producto se traslade de uno a otro eslabón de la cadena.

Para un bien intangible, como es el caso de servicios, la propiedad podrá adquirirse y una vez adquirida podrá utilizarse, pero no trasladar algo que no tiene existencia material, en realidad lo que se adquiere es un derecho de uso. En este punto es preciso citar a Josep Chias con su acertado enunciado: “No existe un canal de Distribución, sólo un canal de Ventas”. (López, 2008, Pág. 167).

La OMT tiene su propia concepción de un canal de distribución de servicios turísticos dividida en: detallistas y mayoristas de servicios turísticos.

Las “agencias detallistas” son las encargadas de suministrar al público información sobre posibles viajes, hoteles, servicios turísticos, tarifas y condiciones del servicio. Las mismas están autorizadas por los suministradores a vender al público los servicios al precio de la tarifa, este es el caso en que el agente actúa como intermediario y la remuneración está basada en comisiones. Y las “mayoristas” son intermediarios entre el detallista y el suministrador de las prestaciones, en tanto que el “touroperador” prepara antes de que la demanda haya sido formulada los productos/paquetes turísticos destinados a ser vendidos, bien directamente en sus propias oficinas, bien por medio de detallistas. (López, 2008, Pág. 168).

6.7.1 Modalidades de Distribución

Las Agencias de Viajes, es seguramente la forma más común de distribución de productos turísticos, y las distintas modalidades que destacan, acorde a los estudios de López Aurelio son:

a) Agencias Mayoristas: son las que crean y organizan toda clase de servicios o combinaciones de los mismos, contratando servicios generalmente en grandes cantidades y revendiéndolos a través de empresas más pequeñas como las detallistas,

generalmente las legislaciones reguladoras del sector competente, prohíben a los mayoristas vender al detalle.

b) Touroperadores: son las empresas que organizan “productos/paquetes” turísticos, todo incluido, pudiendo prestar ellos mismos parte o todos los servicios de un paquete ofertado, ya sea por poseer en propiedad, arrendamiento o por acuerdos, empresas dedicadas a servicios turísticos como hoteles, transporte, servicio de guías, etc., y que pueden venderlas directamente al usuario o a través de minoristas, o las dos a la vez.

c) Agencias Minoristas: son las que comercializan las ofertas de las agencias mayoristas o que proyectan, organizan toda clase de servicios sueltos, vendiéndolos directamente al cliente pero que no pueden venderlas a otras agencias.

d) Venta por Catálogo: mediante catálogos de gran calidad, muy llamativos y con información muy precisa para llegar hasta el cliente final.

e) Venta Directa: seguramente, la venta directa es la más practicada y la de mayor participación en el mercado, a través de las reservas de plazas, hoteles, prestación de servicios In situ, etc.

f) Internet: la prestación de servicios turísticos gracias a la evolución tecnológica alrededor del mundo, permiten que muchos usuarios puedan acceder fácilmente a información sobre paquetes turísticos que se ofertan en todo el planeta. El internet es una herramienta muy poderosa que no puede dejarse de lado.

Una ventaja de la Nacionalidad Achuar del Ecuador, es que cuenta con su propia Agencia de Viajes: CEKSA, la cual se encargaría de la distribución y promoción de un nuevo producto en territorio de dicha nacionalidad, además sería necesario crear una página Web en donde se detalle las características, recursos y servicios que se incluyen en los Productos/Paquetes Turísticos Achuar.

CAPÍTULO VII

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1 Conclusiones

- Los recursos turísticos inventariados mediante las herramientas propuestas por la Máster Ana García Pando, demuestran que el potencial turístico del territorio estudiado puede enfocarse a la creación de diversos productos relacionados al Turismo de Naturaleza, Turismo Comunitario, Turismo Científico - Antropológico e incluso al Turismo de Aventura.
- Cada recurso presenta varias opciones en cuanto a actividades turísticas se refiere, así tenemos actividades que requieren esfuerzo físico, observación de gran variedad de flora y fauna, actividades de esparcimiento, de aventura, recorridos y actividades fluviales, campamentos, interacción y aprendizaje de la cultura Achuar, sobre todo el compartir experiencias relacionadas a la cosmovisión de una cultura ancestral y su forma de interpretar y sobrevivir en el mundo que los rodea, además de enfocarse en la conservación de la naturaleza, específicamente de la Amazonia ecuatoriana.
- Cabe destacar que uno de los atractivos de mayor potencial proyectado al Turismo, con la que cuenta este territorio, es la misma Cultura de la Nacionalidad Achuar, sus costumbres, cosmovisión, rituales, su forma de cosechar la chacra, sus herramientas de pesca y cacería, su extensa experiencia y conocimiento de la selva, hacen que el turista se sienta atraído a la idea de experimentar actividades únicas en la Amazonia a través de vivencias junto a la cultura Achuar, sus habitantes y su entorno.
- Se elaboraron 2 potenciales Paquetes Turísticos que se ejecutarían en la Zona 2 del presente estudio, en las comunidades de Tsunkintsa y Sawastian,

principalmente por las facilidades de acceso, por el interés de sus pobladores y por la relación que mantienen con la NAE.

- Ahora bien, los estudios realizados concernientes a la Factibilidad Económica Financiera, demuestran que por lo pronto, una inversión tan fuerte como la que requiere este proyecto, es inviable para la zona de estudio. Los cálculos obtenidos por el Ing. Carrasco concluyen que ninguna alternativa de una potencial operación turística recuperaría el capital invertido y que, se perdería hasta 45 centavos por cada dólar invertido en dicho proyecto.
- Aunque el estudio refleja una alta potencialidad turística, no se la puede realizar por el simple hecho de que representa pérdida económica y realizar un proyecto y una inversión de esta índole, claramente está en contra de los conceptos de sostenibilidad.

7.2 Recomendaciones

- Es fundamental buscar la inversión necesaria para implementar actividades económicas, no necesariamente relacionadas al turismo, si no enfocadas a la creación de nuevos empleos o maneras de adquirir lo necesario para el progreso de cada comunidad, muchas fundaciones tanto nacionales como internacionales, así como los mismos organismos gubernamentales, podrían efectuar dichas inversiones o nuevos proyectos alternativos, beneficiosos para los pueblos alejados en la Amazonía.
- Las comunidades involucradas en este estudio, deben buscar actividades económicas alternativas con las cuales se pueda subsistir, dichas actividades deberán estar acorde con la conservación del medio ambiente y de la cultura.
- Los estudios de Potencialidades Turísticas realizados en las comunidades de la Nacionalidad Achuar del Ecuador, se pueden conservar para que eventualmente

se los pueda ejecutar, siempre y cuando los escenarios económicos y de inversión sean mejores o más viables.

- Es recomendable también el cuidado y protección de los recursos naturales y culturales, ya que en el futuro se los puede proyectar hacia una actividad económica relacionada con el turismo.

BIBLIOGRAFÍA

- ALMEIDA, et al. 2008. *“Informe de Demanda – Diagnostico de Potencialidades Turísticas NAE”*. Quito, Ecuador.
- ALMEIDA, et al. 2008. *“Informe Kapawari – Diagnostico de Potencialidades Turísticas NAE”*. Quito, Ecuador.
- ALMEIDA, et al. 2008. *“Informe de Oferta – Diagnostico de Potencialidades Turísticas NAE”*. Quito, Ecuador.
- ALMEIDA, et al. 2008. *“Informe Sawastian – Diagnostico de Potencialidades Turísticas NAE”*. Quito, Ecuador.
- BOULLON, R. 2004. *“Marketing Turístico una perspectiva desde la planificación”*. Ediciones Turísticas, Buenos Aires.
- CANALES DE DISTRIBUCIÓN EN EL SECTOR TURÍSTICO.
[http://books.google.com.ec/books?id=gJyYjaXTolcC&pg=PA145&lpg=PA145&dq=O
MT+canales+de+distribucion&source=web&ots=bQAFqHEmsA&sig=NOZun66DS00
Cp9odXz427uu1-po&hl=es&sa=X&oi=book_result&resnum=1&ct=result#PPA20,M1](http://books.google.com.ec/books?id=gJyYjaXTolcC&pg=PA145&lpg=PA145&dq=O+MT+canales+de+distribucion&source=web&ots=bQAFqHEmsA&sig=NOZun66DS00Cp9odXz427uu1-po&hl=es&sa=X&oi=book_result&resnum=1&ct=result#PPA20,M1) .
Acceso 13 enero 2009.
- CARRASCO, J. 2008. *“Informe de Factibilidad Económica Achuar”*. Quito, Ecuador.
- ECOCIENCIA, et al.2007. *“Caracterización Socio Cultural, Nacionalidad Achuar del Ecuador”*. Quito, Ecuador.
- ECOCIENCIA, et al. 2006. *“Informe Técnico de la Evaluación Ecológica Rápida de la Cuenca Baja del Río Pastaza. Previo a la Implementación de un Programa de Monitoreo Comunitario”*. Quito – Ecuador.
- EJARQUE, J. 2005. *“Destinos Turísticos de Éxito”*. Ediciones Pirámide, Madrid.
- FIGUEROLA, M. 1990 *“Teoría Económica del Turismo”*. Alianza Editorial S:A. Segunda edición.

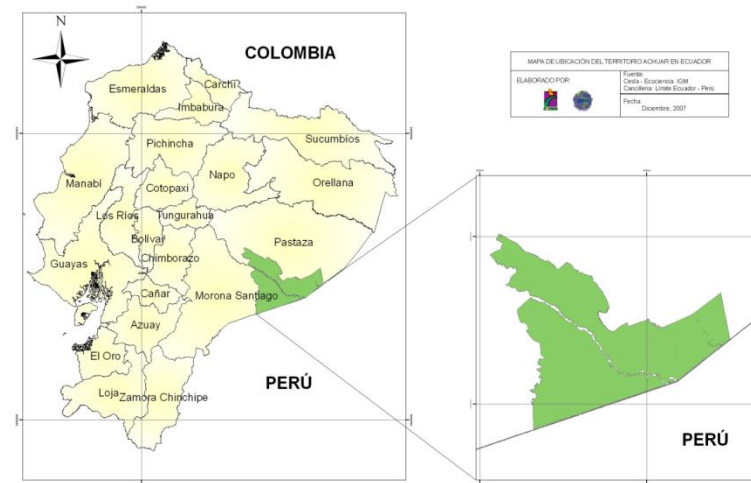
- FRANCOIS V. 2004. *“Economía Política del turismo internacional”*. Editorial Síntesis. Madrid.
- FUNDACION PACHAMAMA. 2007. *“Nacionalidad Achuar del Ecuador”*. http://www.pachamama.org.ec/index.php?option=com_content&task=view&id=30&Itemid=46. Acceso: 25/02/2007.
- GARCIA, J. 2009. *“La distribución de productos turísticos ante los nuevos desarrollos tecnológicos”*. Internet. <http://www.mercasa.es/es/publicaciones/Dyc/sum61/pdf/193223a2.pdf> Acceso : 13 enero 2009.
- GARCIA, P. A. 2006. “Guía para la Estructuración de Productos Turísticos”. Quito.
- IPN. 2004. Instituto Politécnico Nacional. *“Metodología Para El Análisis FODA”*. Dirección De Planeación Y Organización. 2002.
- LÓPEZ, A. 2004. *“Manual de Marketing General y de Servicios Turísticos”*. Editorial Síntesis.
- MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR. 2008. *“Turismo Comunitario”*. http://www.vivecuador.com/html2/esp/turismo_comunitario.htm. Acceso, 27/03/2008.
- MUÑOZ DE ESCALONA, F. 2007 *“El Turismo explicado con claridad”*. Edición electrónica gratuita. <http://www.eumed.net/libros/2007c/310>. Acceso 03/03/2008.
- NACIONALIDAD ACHUAR DEL ECUADOR (NAE) 2008. http://www.nacionalidadachuarecuador.org/archivos/espanol/quienes_somos.html. Acceso: 25/02/2008.
- NÚÑEZ, D. 2009. *“Diagnóstico e Inventariado de Potencialidades Turísticas de dos zonas de la Nacionalidad Achuar del Ecuador, Zona 1 Kapawari – Pukuam y Zona 2 Tsunkintsa – Sawastian”*. 2009.
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO. *“Agenda para Planificadores Locales, Turismo Sostenible y Gestión Municipal”*. Edición para América Latina y el Caribe, 1999.
- PLANDETUR 2002. Ministerio de Turismo del Ecuador.

- REY, M. et al. 2004. ***Fundamentos de Marketing Turístico***. Editorial Síntesis, 2004.
- Rhodes, Allan. “Definición del Ecoturismo”.
www.ecoturismolatino.com/esp/ecoviajeros/alternativo/articulos/definiendoeoturismoecoturismolatino.pdf. Acceso: 26/03/2008.
- RUIZ, E, SOLIS, D. 2007. ***Turismo comunitario en Ecuador***. Ediciones Abya Yala. Quito.
- SAPAG, C N. 1989. ***Preparación y evaluación de proyectos***. México. Mc Graw Hill.
- SERRA, A. 2003. ***Marketing Turístico***. Ediciones Pirámide, Madrid.
- SIERRA, E. 2008. ***Proyecto de Infraestructura para Centros Comunitarios Achuar***. Quito, Ecuador.
- SIERRA, R. 1999. ***Propuesta Preliminar de un Sistema de Clasificación de Vegetación para el Ecuador Continental***. Proyecto INEFAN/GEF y EcoCiencia. Quito, Ecuador.
- TALLER REGIONAL DE LA AMAZONIA. <http://www.codenpe.gov.ec/achuar.htm>. Acceso: 25/02/2008.
- THOMPSON, I. 2008. ***Definición de Economía***.
<http://www.promonegocios.net/economia/definicion-economia.html>. Acceso: 26/03/2008.
- THOMPSON, I. 2008. ***Definición de Administración***.
<http://www.promonegocios.net/administracion/definicion-administracion.html>. Acceso: 26/03/2008.
- WIKIPEDIA. ***Turismo Sostenible***. http://es.wikipedia.org/wiki/Turismo_sostenible. Acceso: 26/03/2008.

ANEXOS

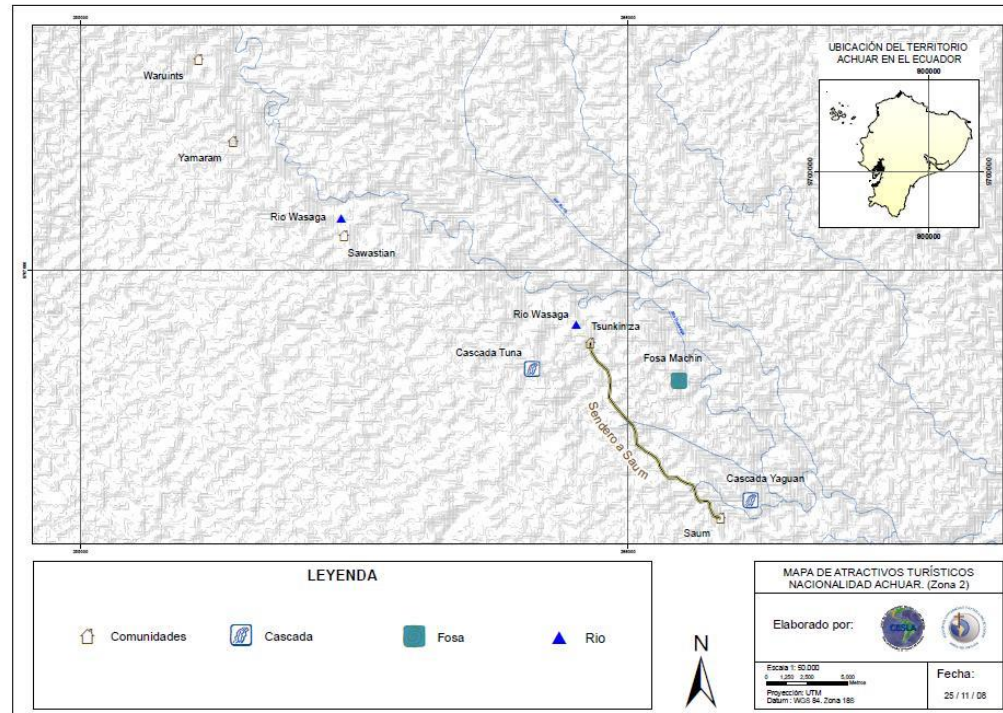
ANEXOS CAPÍTULO I.

Anexo 1.



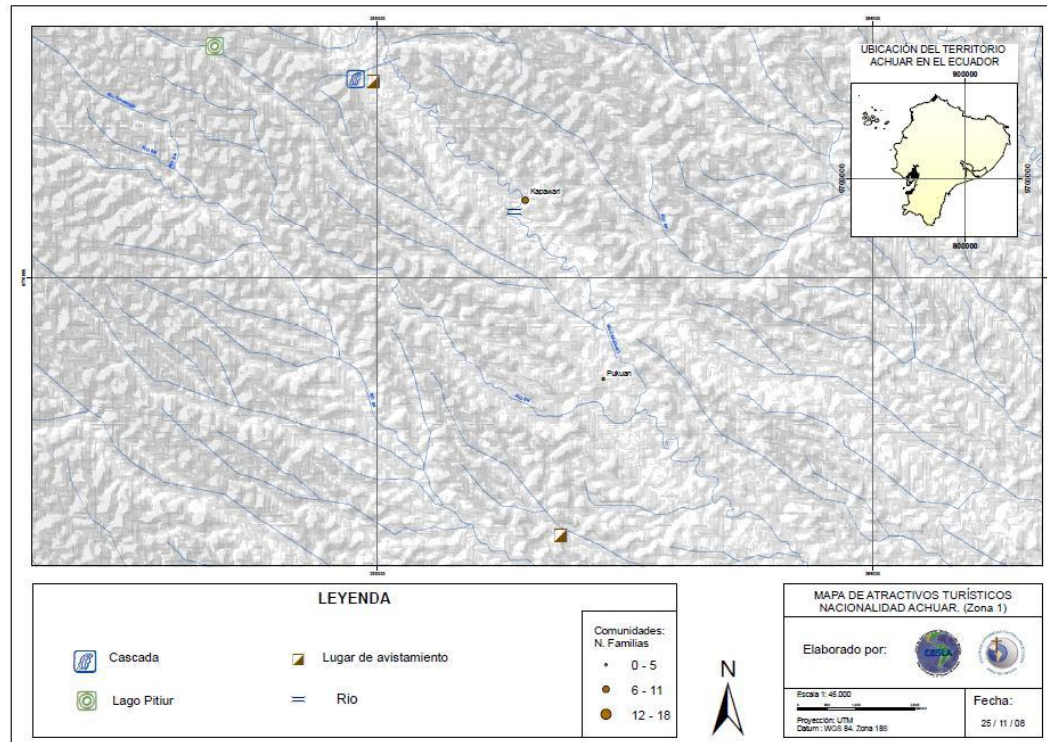
Anexo 1: Mapa del Territorio de la Nacionalidad Achuar del Ecuador. Fuente: Almeida et al. (2008)

Anexo 2.



Anexo 2: Mapa Base Zona 1: Kapawari – Pukuam. Fuente: Almeida et al. (2008)

Anexo 3.



Anexo 3: Mapa Base Zona 2: Tsunkintsa – Sawastian. Fuente: Almeida et al. (2008)

ANEXOS CAPÍTULO II.

Anexo 4.



Anexo 4: Comunidad de Kapawari. Foto: Diego Núñez.

Anexo 5.



Anexo 5: Lago Pitiur. Foto Diego Núñez.

Anexo 6.



Anexo 6: Cascada Tuna, Zona 1. Foto: Diego Núñez.

Anexo 7.



Anexo 7: Río Kapahuari. Foto: Diego Núñez.

Anexo 8.



Anexo 8: Lugar de Cacería Kapahuari. Foto Diego Núñez.

Anexo 9.



Anexo 9: Elementos Culturales Achuar. Foto: NAE.

Anexo 10.



Anexo 10: Comunidad de Pukuam. Foto: Diego Núñez.

Anexo 11.



Anexo 11: Lugar de Cacería Pukuam. Foto: Diego Núñez.

Anexo12.



Anexo 12: Comunidad de Tsunkintsa. Foto: Diego Núñez.

Anexo 13.



Anexo 13: Cascada Tuna Zona 2. Foto: Diego Núñez.

Anexo 14.



Anexo 14: Fosa Machin. Foto: Diego Núñez.

Anexo 15.



Anexo 15: Río Wasaga. Foto Diego Núñez.

Anexo 16.



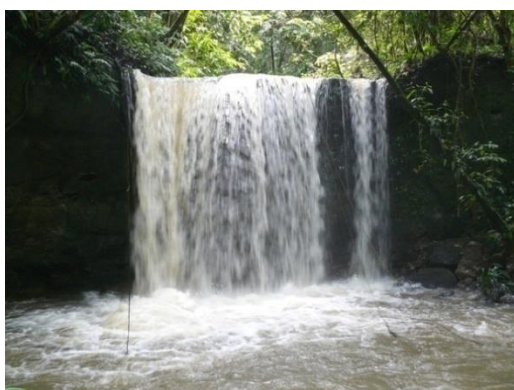
Anexo 16: Comunidad Saum. Foto: Diego Núñez.

Anexo 17.



Anexo 17: Sendero Saum. Foto Diego Núñez.

Anexo 18.



Anexo 18: Cascada Yaguan. Foto: Diego Núñez.

Anexo 19.



Anexo 19: Barranco Saum. Foto: Diego Núñez.

Anexo 20.



Anexo 20: Comunidad de Sawastian. Foto: Diego Núñez.

Anexo 21.



Anexo 21: Río Wasaga (Sawastian). Foto: Diego Núñez.

Anexo 22.



Anexo 22: Comunidad de Waruints. Foto: Diego Núñez.

Anexo 23.



Anexo 23: Comunidad de Yamaran. Foto Diego Núñez.

ANEXOS CAPÍTULO III.

Anexo 24.

FICHA BASE PARA ELABORACIÓN DEL PRODUCTO	
Ubicación:	
Recursos a utilizar:	
Actividades que se puede realizar (en forma general):	
ACTIVIDADES (que se pueden realizar por cada Recurso:	Consiste en: (actividad principal)
	La realiza (empresa):
	Duración:
	Coste:
	# máximo de pax:
	# mínimo de pax:

	Lugar de realización:	
	Servicios que ofrece:	
	Recomendaciones: (Edad, estado físico, otras).	
	Estado Actual	
	Estado Deseado	

Anexo 24: Ficha Base para la Elaboración del Producto. (Ana García Pando).

ANEXOS CAPÍTULO IV.

Anexo 25.



Pontificia Universidad Católica del Ecuador

Facultad de Ciencias Humanas.
Escuela de Hotelería y Turismo.

U.L.: mkaime@puce.edu.ec
. 12 de Octubre 1076 y Roca.
Edif. Ciencias de la Educación,
Segundo piso, of. 209
Telf: 299 1700 ext. 1819
Quito - Ecuador

Dear Sr./Mrs.

Thank you for taking the time to answer this survey!

Please note that this is an anonymous survey. You are not asked to provide any information that could be used to identify you. We are however interested in knowing the kind of tourist you are, which will help us assess the project's feasibility, potential markets and their characteristics. The information you provide will be exclusively used to achieve these research purposes.

The following survey is part of a study the School of Tourism and Hotel Management of the Pontificia Universidad Católica del Ecuador is developing jointly with two indigenous organizations of the Ecuadorian Amazon representing the Shiwiar and Achuar nations.

Its purpose is to produce information that reveals whether these communities could become a tourist destination and to help us create new sustainable development alternatives for their people.

Small communities spread in Pastaza region of the Ecuadorian Amazon form these indigenous nations. Its remote localization has allowed them to preserve their natural and cultural patrimony. However, this condition is also an obstacle for the development of economic activities.

Survey Coordinator

For more information please visit:

www.nacionalidadachuarecuador.org

www.shiwar-ecuador.org

www.puce.edu.ec

SURVEY FOR TOURIST POTENTIAL TO AMAZONIAN INDIGENOUS POPULATIONS OF ECUADOR

Age:	Gender: M <input type="checkbox"/> F <input type="checkbox"/>	Country of residence:	
Educational qualification. (Indicate the highest level reached):		Annual Salary. (Indicate your annual salary):	
- High school	<input type="checkbox"/>	- Less than \$35,000	<input type="checkbox"/>
- Technical	<input type="checkbox"/>	- \$35,000 to \$50,000	<input type="checkbox"/>
- University	<input type="checkbox"/>	- \$50,000 to \$65,000	<input type="checkbox"/>
- Post graduate	<input type="checkbox"/>	- \$65,000 to \$80,000	<input type="checkbox"/>
		- More than \$80,000	<input type="checkbox"/>

Please choose the most important option for you. Mark just one answer.

1) ¿How did you find out about Ecuador?

- Tour operator / Catalogue
- Travel agency
- Travel guide / Specialized guide
- Internet
- Friends
- Others. Specify: _____

2) You traveled with:

- Spouse / Partner
- Family
- Friends
- Fellow workers
- Others. Specify _____

3) ¿Where did you stay?

- 5 or 4 stars hotel.
- 3 or less stars hotel.
- Hostel.
- Residence / Home
- Camp.
- Others. Specify _____

4) ¿How long did you stay in Ecuador?

- Less than 7 days.
- 7 to 15 days.

- 16 to 30 days.
- More than 30 days.

5) ¿How much did you spend for your visit? (Excluding airplane ticket to Ecuador.)

- Less than \$1,000.
- \$1,000 to \$2,000.
- \$2,000 to \$3,000.
- More than \$3,000.

6) ¿What kind of transportations did you use in Ecuador?

- Land transportation.
- Air transportation.
- River transportation.
- Sea transportation.

7) ¿Which of these land transportations did you take?

- Tourist transportation.
- Public transportation.
- Your own car.
- Rental car.
- Others. Specify _____

8) ¿Were you satisfied with your visit to Ecuador?

- Yes.
- No.
- ¿Why? _____

9) For the following community tourism destinations, please tell us if: (Mark just one option for each community tourism destination).

COMMUNITY TOURISM DESTINATIONS.	I have visited the place	I have read/heard about the place	I don't know anything about it
<u>Ricancie</u> Quichua community tourism			
<u>Wao Lodge</u> Huaorani community tourism			
<u>Yaupi Lodge</u> Shuar community tourism			
<u>Kapawi</u> Achuar community tourism			
<u>Cultura Achuar</u> Achuar community tourism			

Aventura Shiwiar			
Shiwiar community tourism			

10) ¿When you decide to take a trip, what is your main reason?

- To rest.
- To change environments.
- To know other people.
- To learn about new cultures.
- To practice sports.
- To experiment unique activities.
- Business.
- Others. Specify _____

11) ¿What kind of destination would you be interested to visit in Ecuador?

- Beaches.
- Andean mountains.
- Colonial period cities.
- Indigenous communities.
- Amazon rainforest.
- Galapagos Islands.

12) ¿What kind of activities would you like to do in a visit to Ecuador?

Natural activities. (Choose the most important activity).

- To visit natural areas.
- Bird watching. (Specific interest.)
- Flora and Fauna watching. (General interest.)
- Others. Specify _____

Cultural activities. (Choose the most important activity).

- To visit cultural places.
- To visit archaeological places.
- To learn about new cultures.
- Others. Specify _____

Other activities. (Choose the most important activity).

- Expeditions in the Amazonian jungle.
- Mountaineering.
- Rafting.
- Others. Specify _____

13) If you could visit a remote place in the Amazon rainforest of Ecuador. Which of these services would be the most important to have in your accommodation?

- Electricity.
- Hot water for personal hygiene.
- Fan.
- Radio communication.
- Others. Specify _____

14) If you could visit a remote place in the Amazon rainforest of Ecuador. What would you like to eat?

- Typical food.
- International food.
- Vegetarian food.
- Camp food.
- Others. Specify _____

15) If you could visit a remote place in the Amazon rainforest of Ecuador, with all these basic services (transportation, accommodation, food.), including natural activities (hiking, flora and fauna watching.) and cultural activities (visit ethnic cultures.). Would you visit it?

- Definitely yes.
- Maybe yes.
- Maybe no.
- Definitely no.

16) What is the maximum amount that you would pay for visit an indigenous local community in the Amazonian Ecuadorian jungle, in a tour of 4 days, including basic services, air private transportation (\$200, round trip per person, light aircraft for 5), natural and cultural activities and specialized guides? (Excluding airplane ticket to Ecuador.)

- Less than \$700.
- \$750 to \$950.
- \$950 to \$1200.
- More than \$1200.

Thank you very much!

Anexo 25: Encuesta Definitiva para el Estudio de la Demanda. Fuente: Almeida et al. (2008)

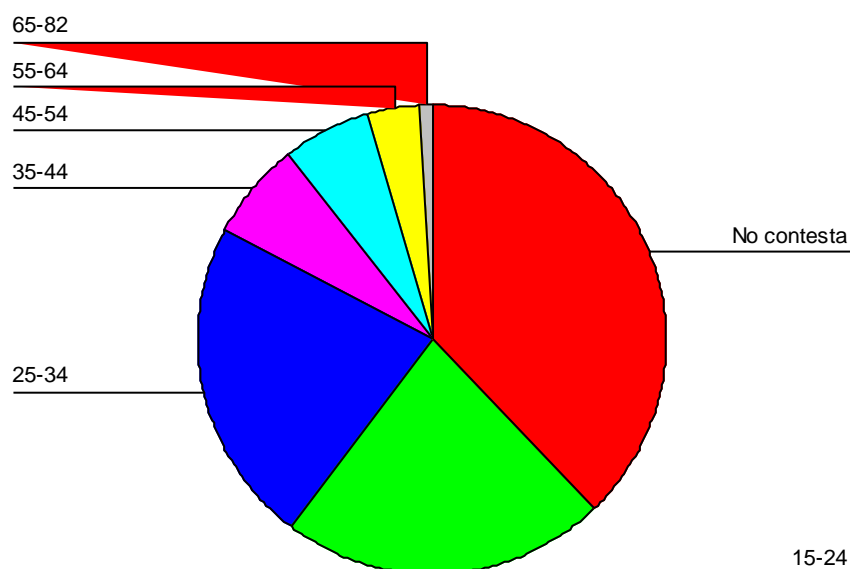
ANEXOS ANÁLISIS ENCUESTA

Anexo 26.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	No contesta	145	37.8	37.8	37.8
	15-24	86	22.4	22.4	60.2
	25-34	87	22.7	22.7	82.8
	35-44	25	6.5	6.5	89.3

	45-54	24	6.3	6.3	95.6
	55-64	14	3.6	3.6	99.2
	65-82	3	.8	.8	100.0
	Total	384	100.0	100.0	

edad por rangos

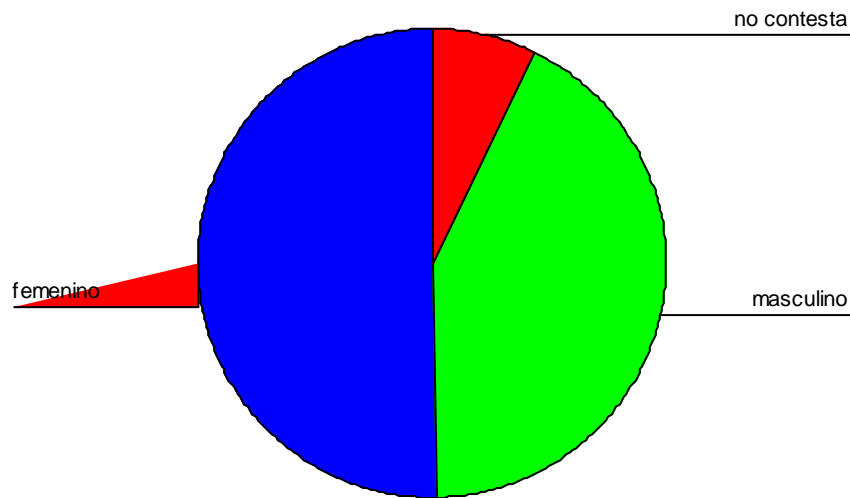


Anexo 26: Análisis y Gráfico de Edad por Rangos. Fuente: Almeida et al. (2008)

Anexo 27.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	no contesta	28	7.3	7.3	7.3
	masculino	163	42.4	42.4	49.7
	Femenino	193	50.3	50.3	100.0
	Total	384	100.0	100.0	

género

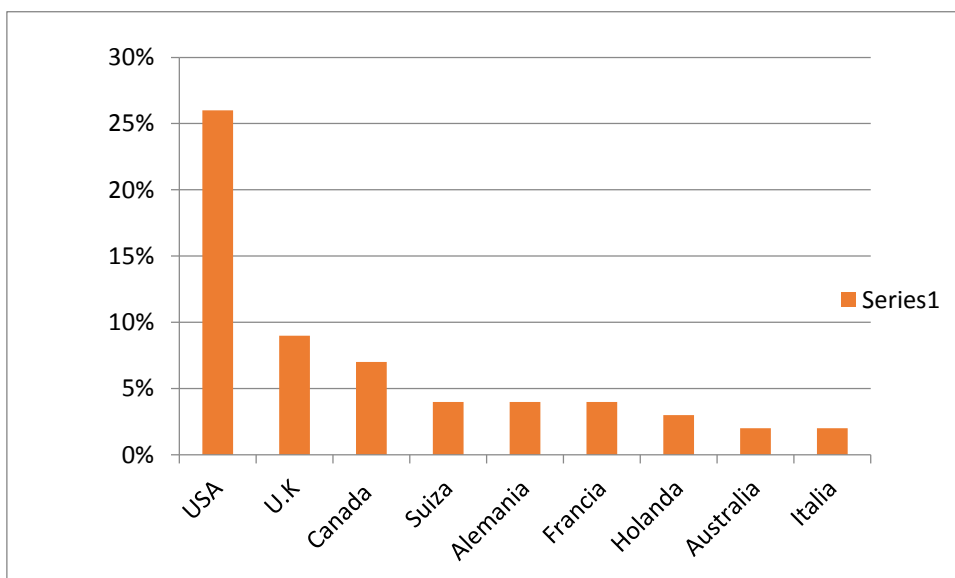


Anexo 27: Análisis y Grafico de Género. Fuente: Almeida et al. (2008)

Anexo 28.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	no contesta	68	17.7	17.7	17.7
	argentina	4	1.0	1.0	18.8
	Brasil	3	.8	.8	19.5
	Usa	99	25.8	25.8	45.3
	España	14	3.6	3.6	49.0
	Canada	26	6.8	6.8	55.7
	colombia	6	1.6	1.6	57.3
	Bolivia	1	.3	.3	57.6
	finlandia	2	.5	.5	58.1
	Mexico	1	.3	.3	58.3
	ecuador	16	4.2	4.2	62.5
	Uk	34	8.9	8.9	71.4
	Peru	1	.3	.3	71.6
	Escocia	3	.8	.8	72.4
	australia	9	2.3	2.3	74.7
	Italia	1	.3	.3	75.0
	Suiza	14	3.6	3.6	78.6
	Chile	1	.3	.3	78.9
	dinamarca	4	1.0	1.0	79.9
	Irlanda	5	1.3	1.3	81.3
Japon	4	1.0	1.0	82.3	
Polonia	2	.5	.5	82.8	
alemania	14	3.6	3.6	86.5	

India	2	.5	.5	87.0
Francia	15	3.9	3.9	90.9
Rumania	1	.3	.3	91.1
nueva Zelanda	1	.3	.3	91.4
Ucrania	3	.8	.8	92.2
Malasia	1	.3	.3	92.4
holanda	10	2.6	2.6	95.1
Suecia	2	.5	.5	95.6
noruega	4	1.0	1.0	96.6
Belgica	6	1.6	1.6	98.2
Austria	2	.5	.5	98.7
Croacia	2	.5	.5	99.2
Israel	1	.3	.3	99.5
Rusia	1	.3	.3	99.7
venezuela	1	.3	.3	100.0
Total	384	100.0	100.0	

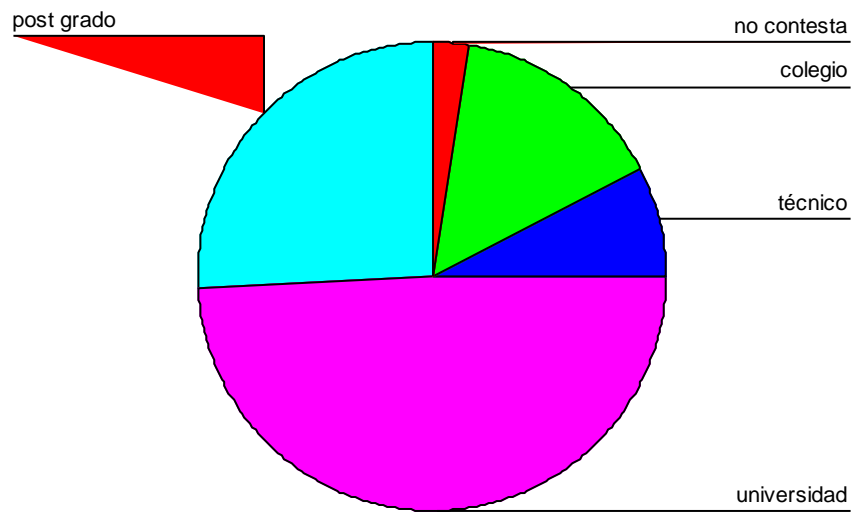


Anexo 28: Análisis y Gráfico de País de residencia. Fuente: Almeida et al. (2008)

Anexo 29.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	no contesta	10	2.6	2.6	2.6
	colegio	57	14.8	14.8	17.4
	técnico	29	7.6	7.6	25.0
	universidad	189	49.2	49.2	74.2
	post grado	99	25.8	25.8	100.0
	Total	384	100.0	100.0	

nivel educativo

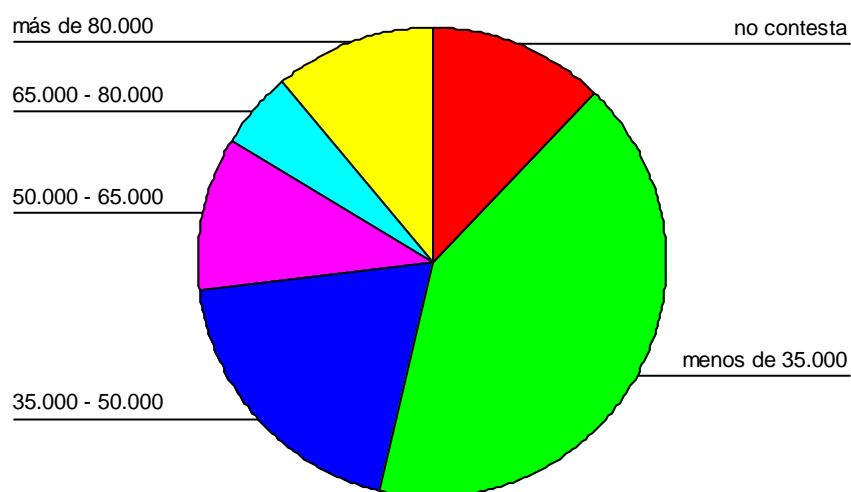


Anexo 29: Análisis y Gráfico de nivel Educativo. Fuente: Almeida et al. (2008)

Anexo 30.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	no contesta	47	12.2	12.2	12.2
	menos de 35.000	159	41.4	41.4	53.6
	35.000 - 50.000	75	19.5	19.5	73.2
	50.000 - 65.000	40	10.4	10.4	83.6
	65.000 - 80.000	20	5.2	5.2	88.8
	más de 80.000	43	11.2	11.2	100.0
	Total	384	100.0	100.0	

salario anual

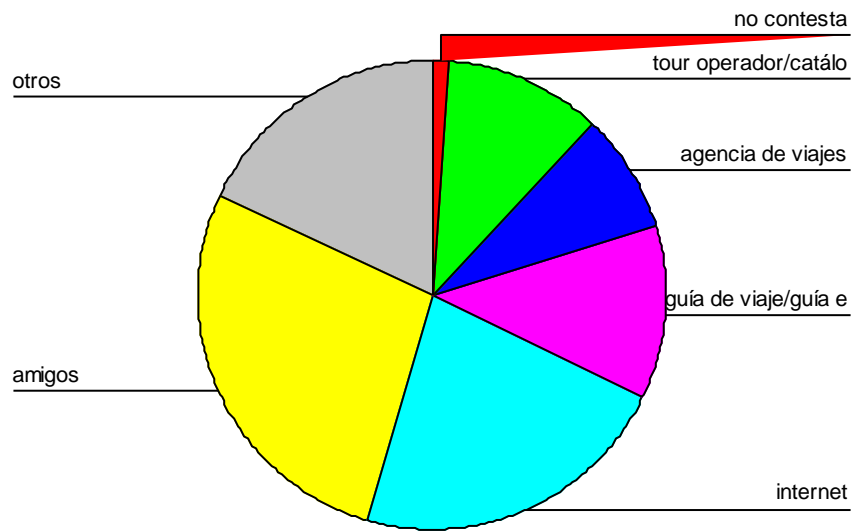


Anexo 30: Análisis y Gráfico de Salario Anual. Fuente: Almeida et al. (2008)

Anexo 31.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	no contesta	4	1.0	1.0	1.0
	tour operador/catálogo	42	10.9	10.9	12.0
	agencia de viajes	32	8.3	8.3	20.3
	guía de viaje/guía especializada	46	12.0	12.0	32.3
	internet	85	22.1	22.1	54.4
	amigos	106	27.6	27.6	82.0
	otros	69	18.0	18.0	100.0
	Total	384	100.0	100.0	

como conoce acerca de Ecuador

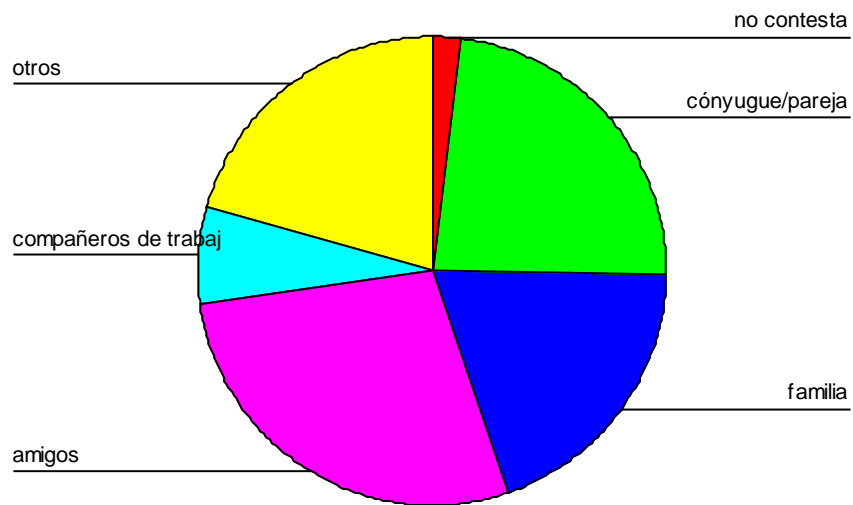


Anexo 31: Análisis y Gráfico de Cómo conoce acerca de Ecuador. Fuente: Almeida et al. (2008)

Anexo 32.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	no contesta	7	1.8	1.8	1.8
	cónyuge/pareja	90	23.4	23.4	25.3
	familia	75	19.5	19.5	44.8
	amigos	107	27.9	27.9	72.7
	compañeros de trabajo	26	6.8	6.8	79.4
	otros	79	20.6	20.6	100.0
	Total	384	100.0	100.0	

con quien viajó

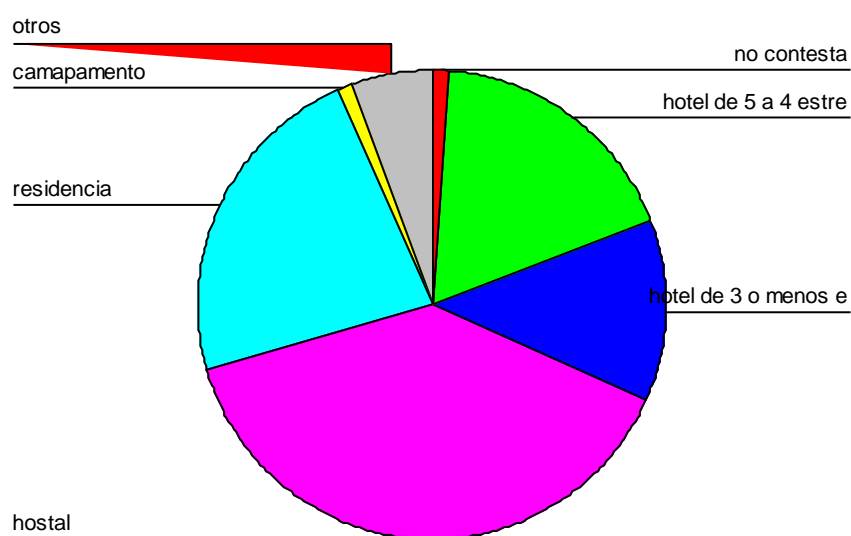


Anexo 32: Análisis y Gráfico de ¿Con quién viajó? Fuente: Almeida et al. (2008)

Anexo 33.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
no contesta	4	1.0	1.0	1.0	
hotel de 5 a 4 estrellas	70	18.2	18.2	19.3	
hotel de 3 o menos estrellas	48	12.5	12.5	31.8	
hostal	149	38.8	38.8	70.6	
residencia	87	22.7	22.7	93.2	
campamento	5	1.3	1.3	94.5	
otros	21	5.5	5.5	100.0	
Total	384	100.0	100.0		

donde se hospedó

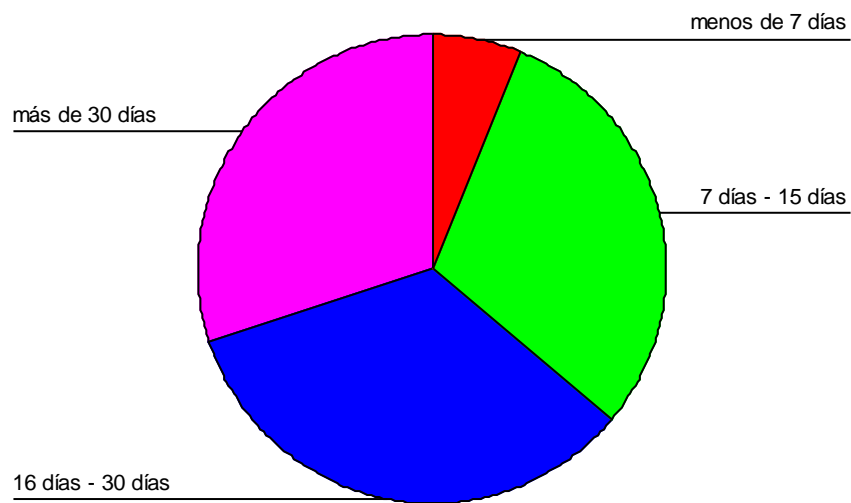


Anexo 33: Análisis y Gráfico de ¿Dónde se hospedó? Fuente: Almeida et al. (2008)

Anexo 34.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	menos de 7 días	23	6.0	6.0	6.0
	7 días - 15 días	116	30.2	30.2	36.2
	16 días - 30 días	130	33.9	33.9	70.1
	más de 30 días	115	29.9	29.9	100.0
	Total	384	100.0	100.0	

cuanto tiempo estuvo en Ecuador

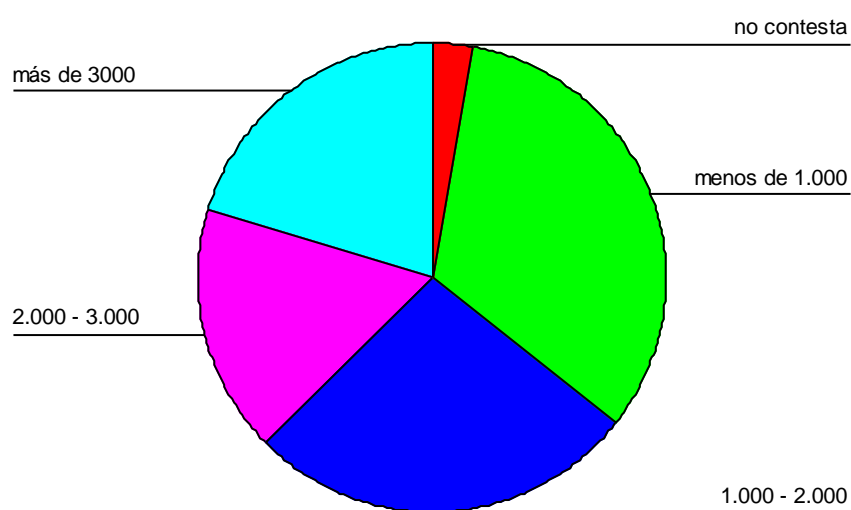


Anexo 34: Análisis y Gráfico de ¿Cuánto tiempo estuvo en Ecuador? Fuente: Almeida et al. (2008)

Anexo 35.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	no contesta	11	2.9	2.9	2.9
	menos de 1.000	125	32.6	32.6	35.4
	1.000 - 2.000	104	27.1	27.1	62.5
	2.000 - 3.000	66	17.2	17.2	79.7
	más de 3000	78	20.3	20.3	100.0
	Total	384	100.0	100.0	

¿Cuánto gastó en su visita (excluido ticket aéreo a Ecuador)

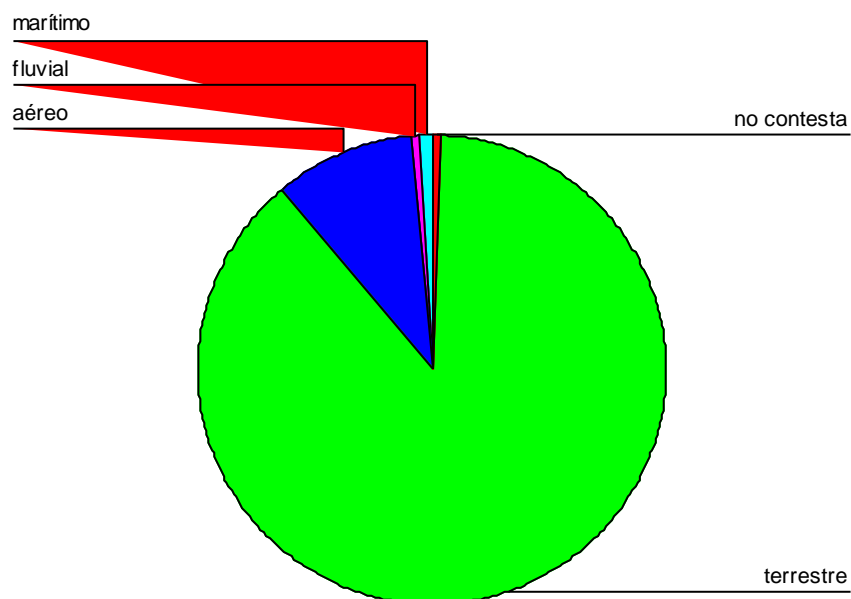


Anexo 35: Análisis y Gráfico de ¿Cuánto gastó en su visita? Fuente: Almeida et al. (2008)

Anexo 36.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	no contesta	2	.5	.5	.5
	terrestre	339	88.3	88.3	88.8
	aéreo	38	9.9	9.9	98.7
	fluvial	2	.5	.5	99.2
	marítimo	3	.8	.8	100.0
	Total	384	100.0	100.0	

que medio de transporte utilizó

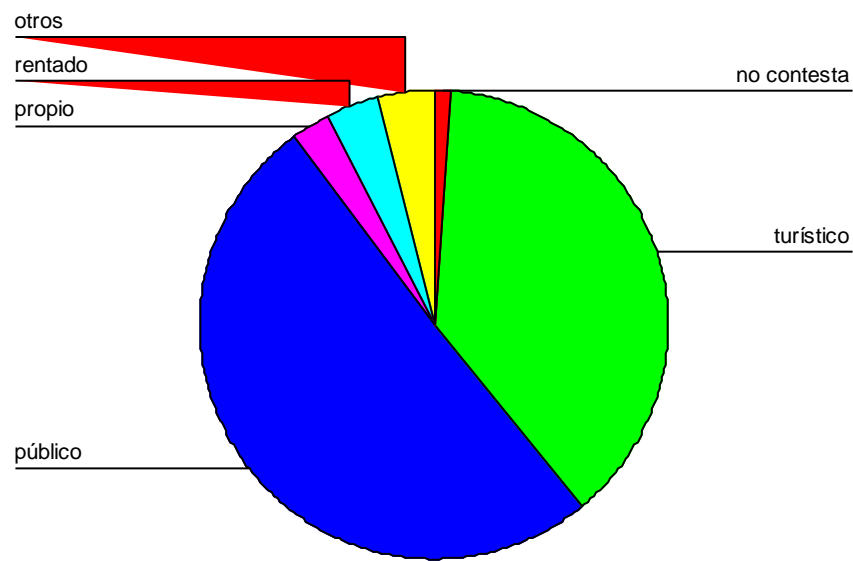


Anexo 36: Análisis y Gráfico de ¿Qué medio de transporte utilizó? Fuente: Almeida et al. (2008)

Anexo 37.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	no contesta	4	1.0	1.0	1.0
	turístico	146	38.0	38.0	39.1
	público	194	50.5	50.5	89.6
	propio	11	2.9	2.9	92.4
	rentado	14	3.6	3.6	96.1
	otros	15	3.9	3.9	100.0
	Total	384	100.0	100.0	

que tipo de transporte terrestre utilizó

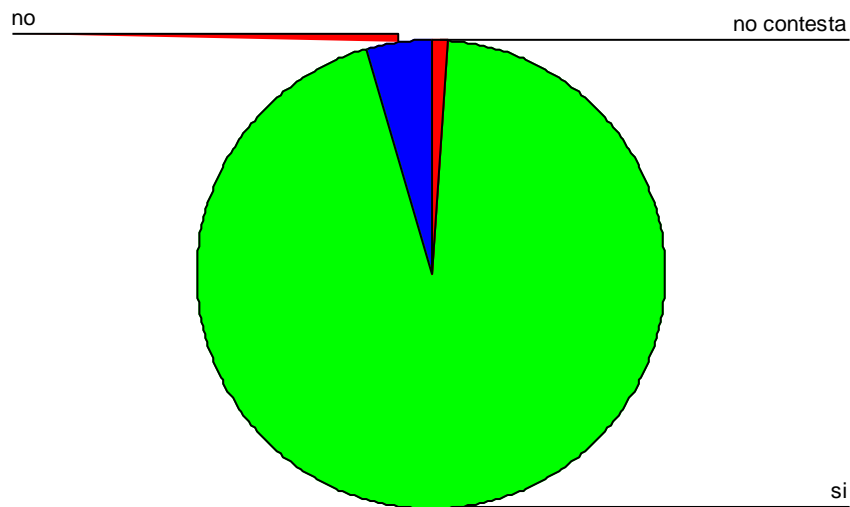


Anexo 37: Análisis y Gráfico de ¿Qué tipo de transporte terrestre utilizó? Fuente: Almeida et al. (2008)

Anexo 38.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	no contesta	4	1.0	1.0	1.0
	si	363	94.5	94.5	95.6
	no	17	4.4	4.4	100.0
	Total	384	100.0	100.0	

esta satisfecho con el viaje

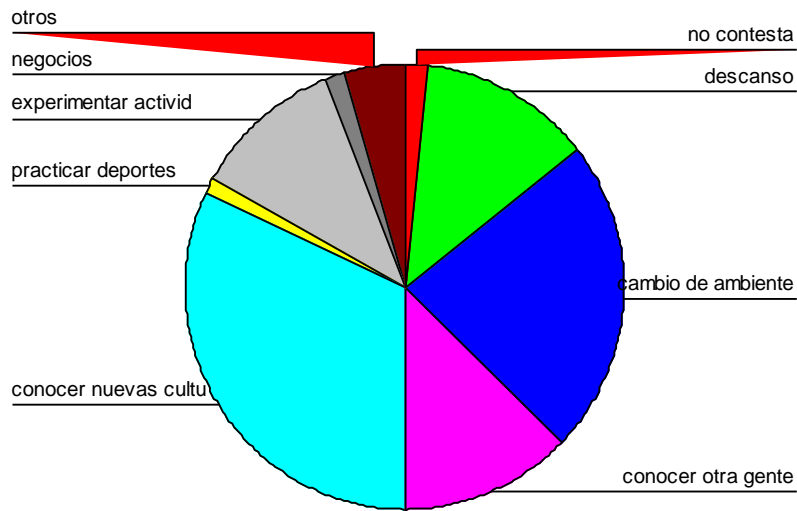


Anexo 38: Análisis y Gráfico de ¿Está satisfecho con el viaje? Fuente: Almeida et al. (2008)

Anexo 39.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	no contesta	6	1.6	1.6	1.6
	descanso	49	12.8	12.8	14.3
	cambio de ambiente	88	22.9	22.9	37.2
	conocer otra gente	49	12.8	12.8	50.0
	conocer nuevas culturas	123	32.0	32.0	82.0
	practicar deportes	4	1.0	1.0	83.1
	experimentar actividades únicas	43	11.2	11.2	94.3
	negocios	5	1.3	1.3	95.6
	otros	17	4.4	4.4	100.0
	Total	384	100.0	100.0	

Cual es su principal motivo de viaje

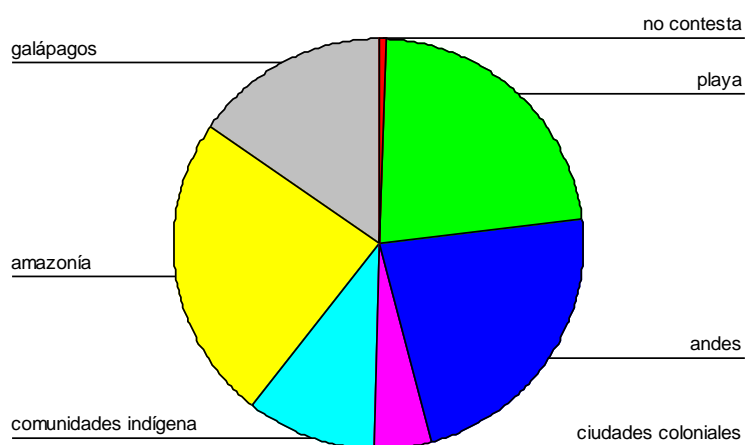


Anexo 39: Análisis y Gráfico de ¿Cuál es su principal motivo de viaje? Fuente: Almeida et al. (2008)

Anexo 40.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	no contesta	2	.5	.5	.5
	playa	87	22.7	22.7	23.2
	andes	87	22.7	22.7	45.8
	ciudades coloniales	17	4.4	4.4	50.3
	comunidades indígenas	39	10.2	10.2	60.4
	amazonía	93	24.2	24.2	84.6
	galápagos	59	15.4	15.4	100.0
	Total	384	100.0	100.0	

Que tipo de destino le interesa en Ecuador

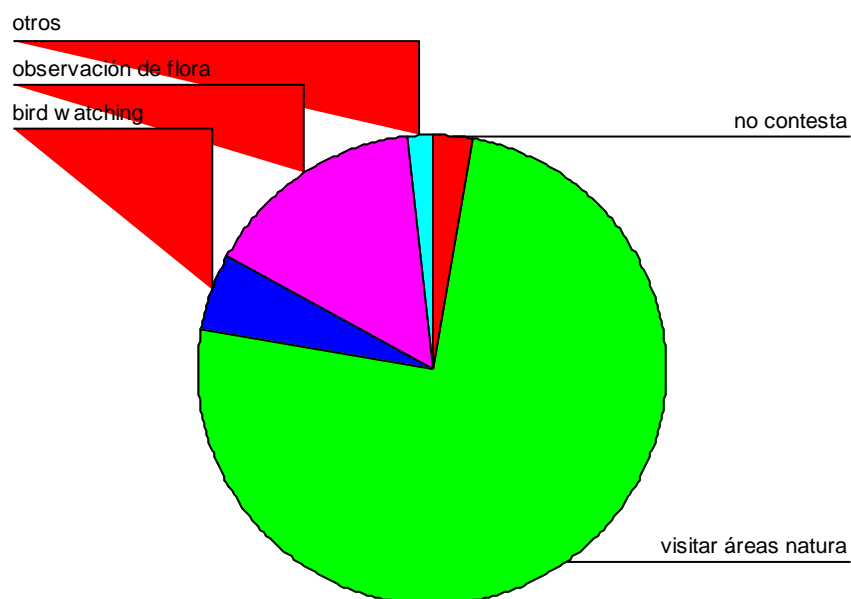


Anexo 40: Análisis y Gráfico de ¿Qué tipo de destino le interesa en Ecuador? Fuente: Almeida et al. (2008)

Anexo 41.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	no contesta	11	2.9	2.9	2.9
	visitar áreas naturales	288	75.0	75.0	77.9
	bird watching	20	5.2	5.2	83.1
	observación de flora y fauna	59	15.4	15.4	98.4
	otros	6	1.6	1.6	100.0
	Total	384	100.0	100.0	

Que actividades naturales le gustaría realizar

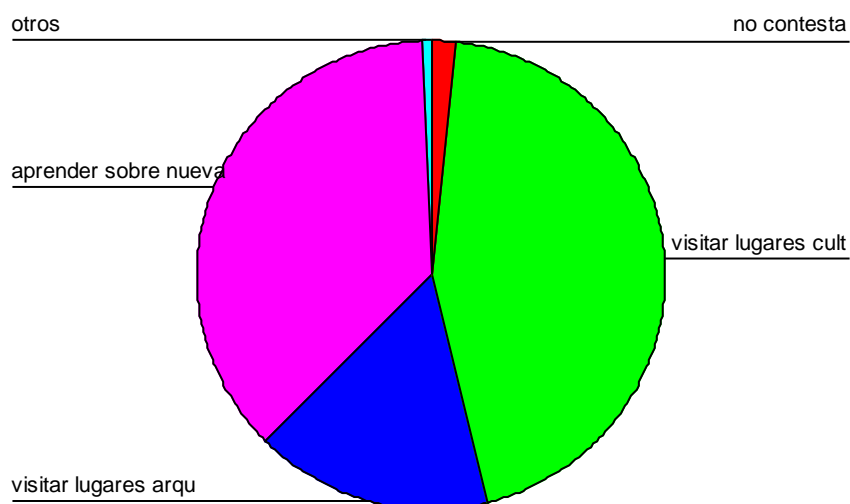


Anexo 41: Análisis y Gráfico de ¿Qué actividades naturales le gustaría realizar? Fuente: Almeida et al. (2008)

Anexo 42.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	no contesta	6	1.6	1.6	1.6
	visitar lugares culturales	171	44.5	44.5	46.1
	visitar lugares arqueológicos	63	16.4	16.4	62.5
	aprender sobre nuevas culturas	142	37.0	37.0	99.5
	otros	2	.5	.5	100.0
	Total	384	100.0	100.0	

que actividades culturales le gustaría realizar

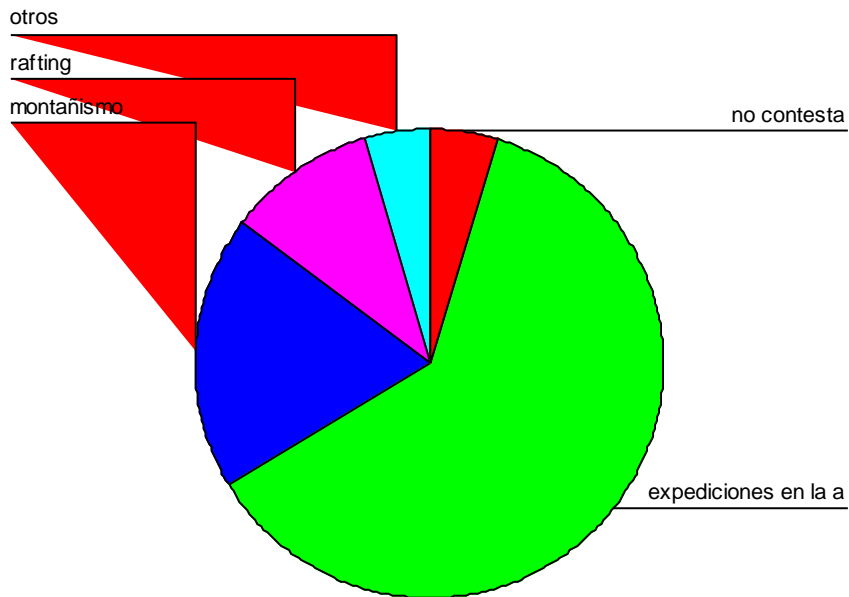


Anexo 42: Análisis y Gráfico de ¿Qué actividades culturales le gustaría realizar?
Fuente: Almeida et al. (2008)

Anexo 43.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	no contesta	18	4.7	4.7	4.7
	expediciones en la amazonía	237	61.7	61.7	66.4
	montañismo	72	18.8	18.8	85.2
	rafting	40	10.4	10.4	95.6
	Otros	17	4.4	4.4	100.0
	Total	384	100.0	100.0	

que otras actividades le gustaría realizar

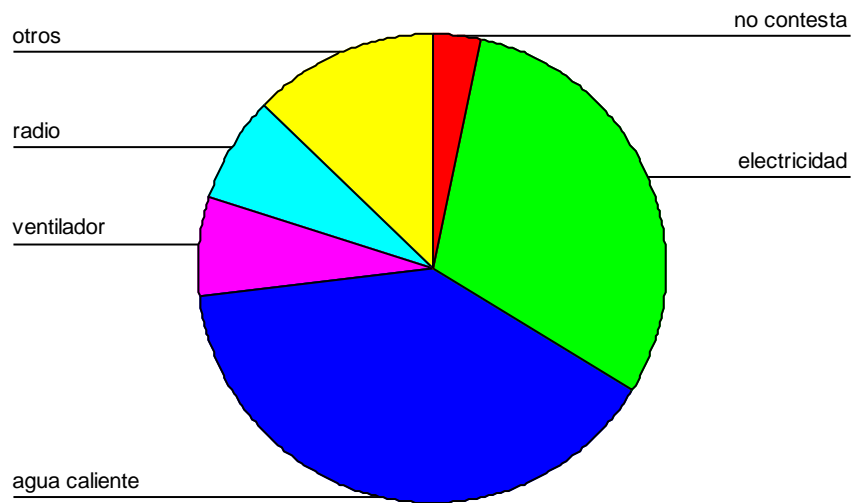


Anexo 43: Análisis y Gráfico de ¿Qué otras actividades le gustaría realizar? Fuente: Almeida et al. (2008)

Anexo 44.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	no contesta	13	3.4	3.4	3.4
	electricidad	116	30.2	30.2	33.6
	agua caliente	152	39.6	39.6	73.2
	ventilador	26	6.8	6.8	79.9
	radio	28	7.3	7.3	87.2
	otros	49	12.8	12.8	100.0
	Total	384	100.0	100.0	

con que servicios le gustaría contar

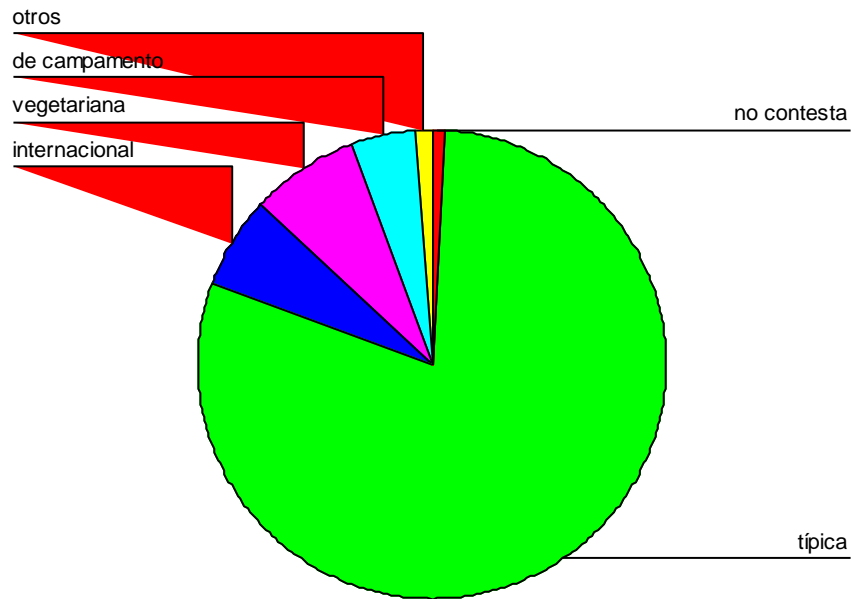


Anexo 44: Análisis y Gráfico de ¿Con qué servicios básicos le gustaría contar? Fuente: Almeida et al. (2008)

Anexo 45.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	no contesta	3	.8	.8	.8
	típica	306	79.7	79.7	80.5
	internacional	25	6.5	6.5	87.0
	vegetariana	29	7.6	7.6	94.5
	de campamento	17	4.4	4.4	99.0
	otros	4	1.0	1.0	100.0
	Total	384	100.0	100.0	

que tipo de alimentación le gustaría

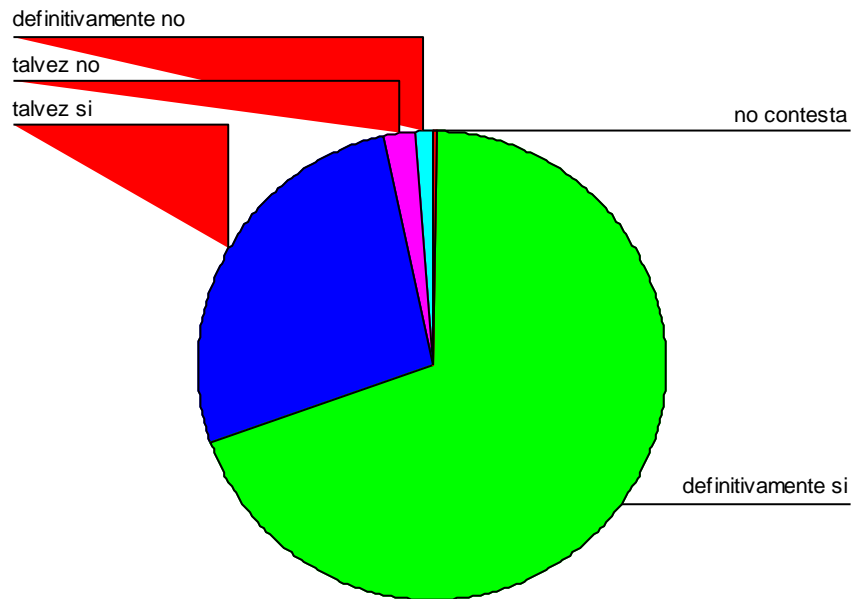


Anexo 45: Análisis y Gráfico de ¿Qué tipo de alimentación le gustaría? Fuente: Almeida et al. (2008)

Anexo 46.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	no contesta	1	.3	.3	.3
	definitivament e si	267	69.5	69.5	69.8
	talvez si	103	26.8	26.8	96.6
	talvez no	9	2.3	2.3	99.0
	definitivament e no	4	1.0	1.0	100.0
	Total	384	100.0	100.0	

visitaría destinos remotos en la amazonía

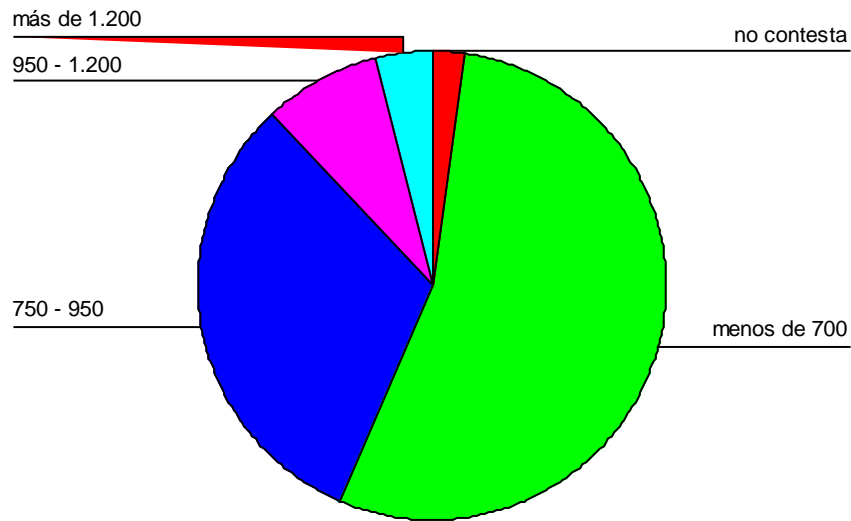


Anexo 46: Análisis y Gráfico de ¿Visitaría destinos remotos en la Amazonía? Fuente: Almeida et al. (2008)

Anexo 47.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	no contesta	8	2.1	2.1	2.1
	menos de 700	209	54.4	54.4	56.5
	750 - 950	121	31.5	31.5	88.0
	950 - 1.200	31	8.1	8.1	96.1
	más de 1.200	15	3.9	3.9	100.0
	Total	384	100.0	100.0	

cuanto pagaría

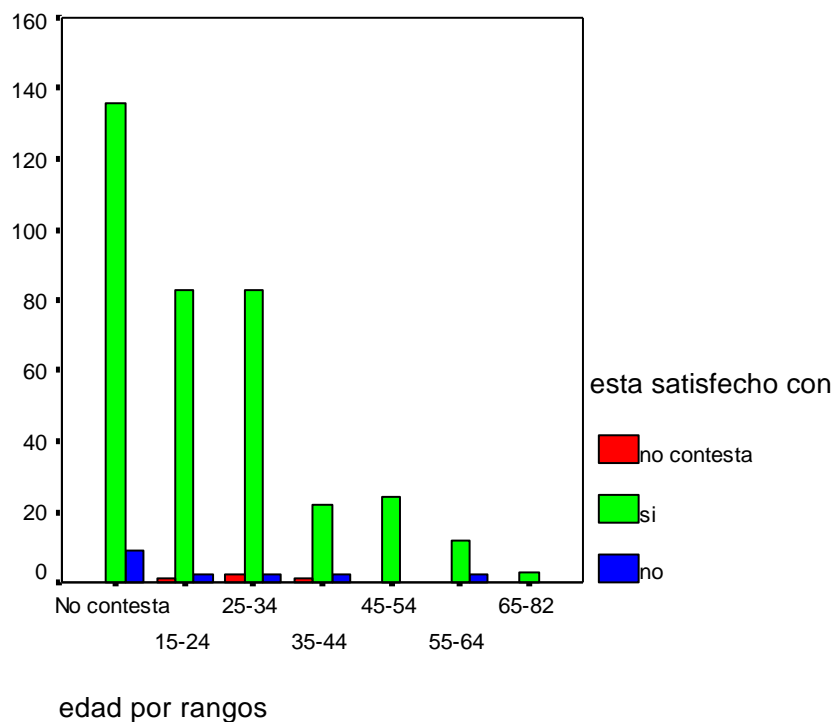


Anexo 47: Análisis y Gráfico de ¿Cuánto pagaría? Fuente: Almeida et al. (2008)

ANEXOS TABLAS DE CONTINGENCIA. EDAD POR RANGOS.

Anexo 48.

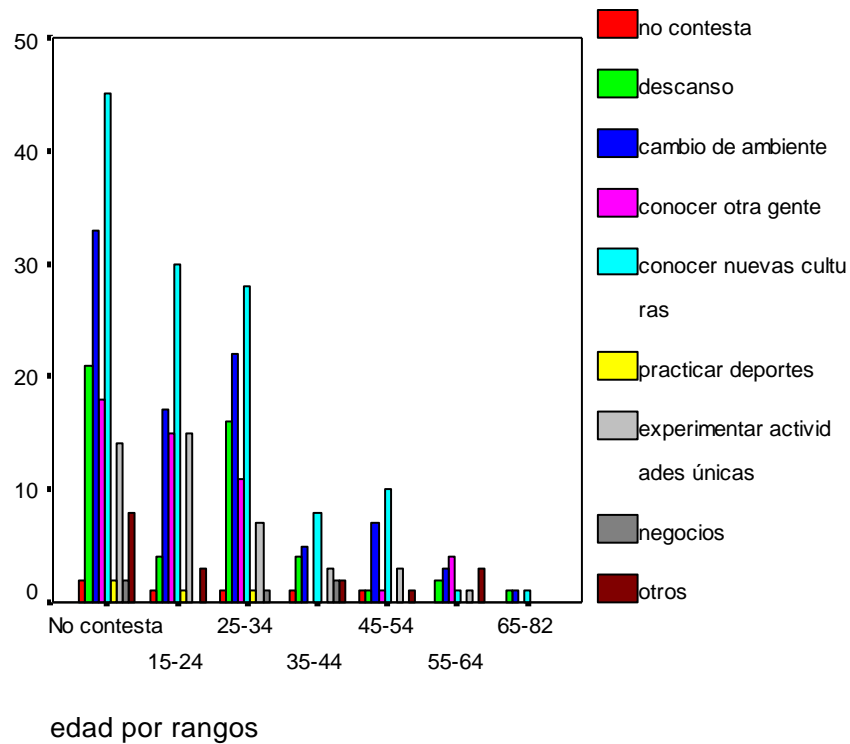
		está satisfecho con el viaje			Total
		no contesta	si	no	
edad por rangos	No contesta	0	136	9	145
	15-24	1	83	2	86
	25-34	2	83	2	87
	35-44	1	22	2	25
	45-54	0	24	0	24
	55-64	0	12	2	14
	65-82	0	3	0	3
Total		4	363	17	384



Anexo 48: Tabla y Gráfico Edad por rangos vs Está satisfecho con el viaje. Fuente: Almeida et al. (2008)

Anexo 49.

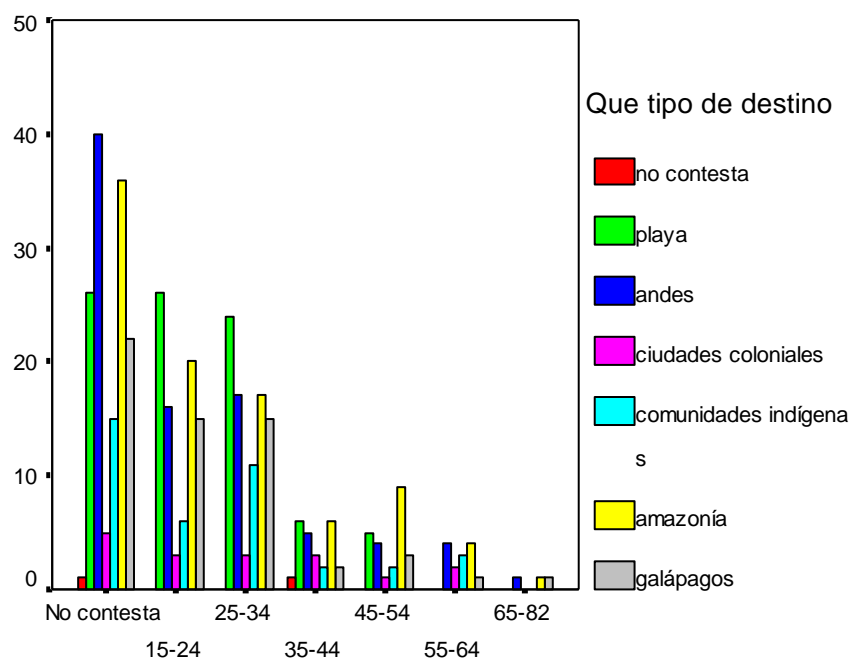
		Cuál es su principal motivo de viaje									Total
		no contesta	descanso	cambio de ambiente	conocer otra gente	conocer nuevas culturas	practicar deportes	experimentar actividades únicas	negocios	otros	
edad por rangos	No contesta	2	21	33	18	45	2	14	2	8	145
	15-24	1	4	17	15	30	1	15	0	3	86
	25-34	1	16	22	11	28	1	7	1	0	87
	35-44	1	4	5	0	8	0	3	2	2	25
	45-54	1	1	7	1	10	0	3	0	1	24
	55-64	0	2	3	4	1	0	1	0	3	14
	65-82	0	1	1	0	1	0	0	0	0	3
Total		6	49	88	49	123	4	43	5	17	384



Anexo 49: Tabla y Gráfico Edad por Rangos vs Cual es su principal motivo de viaje.
Fuente: Almeida et al. (2008)

Anexo 50.

		Que tipo de destino le interesa en Ecuador							Total
		no contesta	playa	andes	ciudades coloniales	comunidades indígenas	Amazonía	galápagos	
edad por rangos	No contesta	1	26	40	5	15	36	22	145
	15-24	0	26	16	3	6	20	15	86
	25-34	0	24	17	3	11	17	15	87
	35-44	1	6	5	3	2	6	2	25
	45-54	0	5	4	1	2	9	3	24
	55-64	0	0	4	2	3	4	1	14
	65-82	0	0	1	0	0	1	1	3
Total		2	87	87	17	39	93	59	384

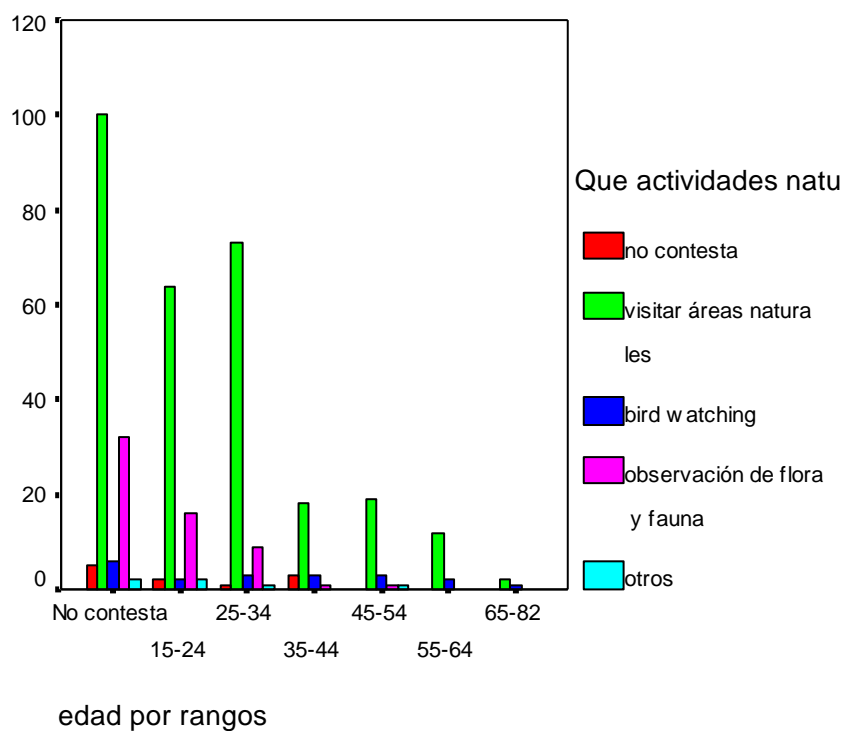


edad por rangos

Anexo 50: Tabla y Gráfico Edad por Rangos vs Qué tipo de destino le interesa en el Ecuador. Fuente: Almeida et al. (2008)

Anexo 51.

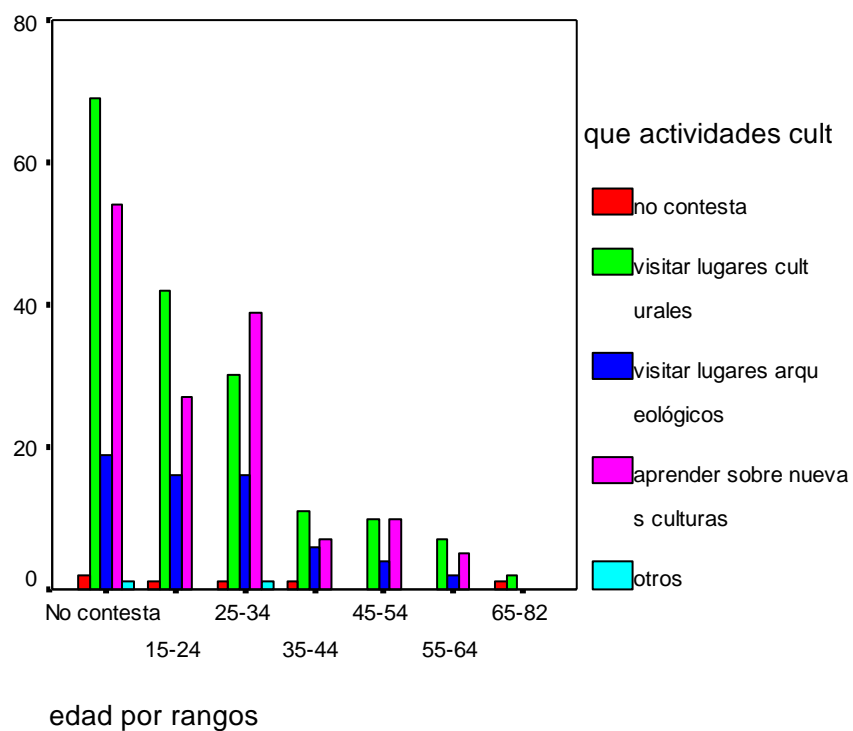
		Que actividades naturales le gustaría realizar					Total
		no contesta	visitar áreas naturales	bird watching	observación de flora y fauna	otros	
edad por rangos	No contesta	5	100	6	32	2	145
	15-24	2	64	2	16	2	86
	25-34	1	73	3	9	1	87
	35-44	3	18	3	1	0	25
	45-54	0	19	3	1	1	24
	55-64	0	12	2	0	0	14
	65-82	0	2	1	0	0	3
Total		11	288	20	59	6	384



Anexo 51: Tabla y Gráfico Edad por Rangos vs Qué actividades naturales le gustaría realizar. Fuente: Almeida et al. (2008)

Anexo 52.

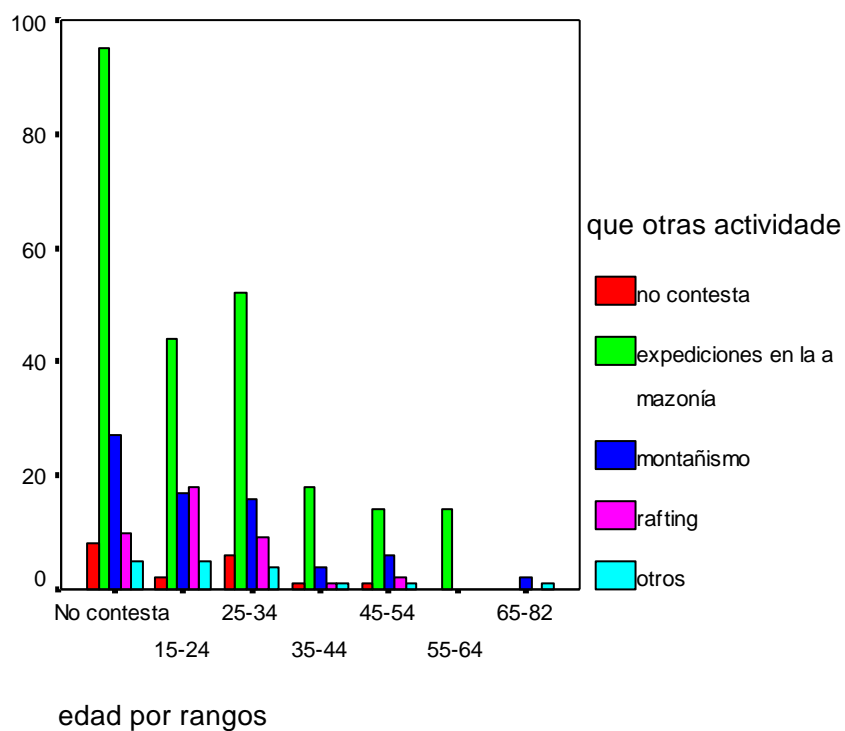
		que actividades culturales le gustaría realizar					Total
		no contesta	visitar lugares culturales	visitar lugares arqueológicos	aprender sobre nuevas culturas	otros	
edad por rangos	No contesta	2	69	19	54	1	145
	15-24	1	42	16	27	0	86
	25-34	1	30	16	39	1	87
	35-44	1	11	6	7	0	25
	45-54	0	10	4	10	0	24
	55-64	0	7	2	5	0	14
	65-82	1	2	0	0	0	3
Total		6	171	63	142	2	384



Anexo 52: Tabla y Gráfico Edad por Rangos vs Qué actividades culturales le gustaría realizar. Fuente: Almeida et al. (2008)

Anexo 53.

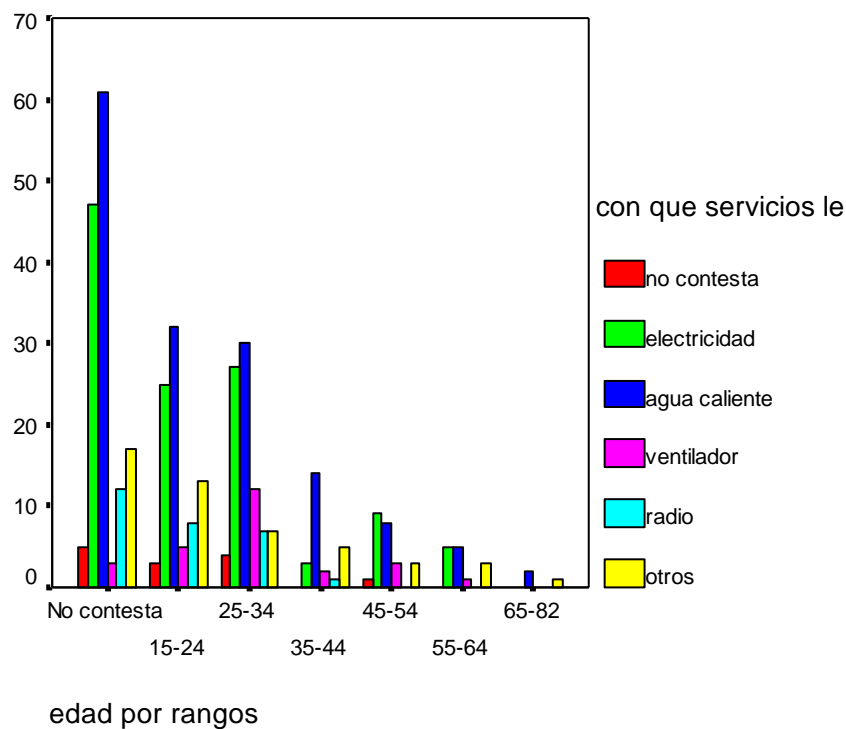
		que otras actividades le gustaría realizar					Total
		no contesta	expediciones en la amazonía	montañismo	Rafting	otros	
edad por rangos	No contesta	8	95	27	10	5	145
	15-24	2	44	17	18	5	86
	25-34	6	52	16	9	4	87
	35-44	1	18	4	1	1	25
	45-54	1	14	6	2	1	24
	55-64	0	14	0	0	0	14
	65-82	0	0	2	0	1	3
Total		18	237	72	40	17	384



Anexo 53: Tabla y Gráfico Edad por Rangos vs Qué otras actividades le gustaría realizar. Fuente: Almeida et al. (2008)

Anexo 54.

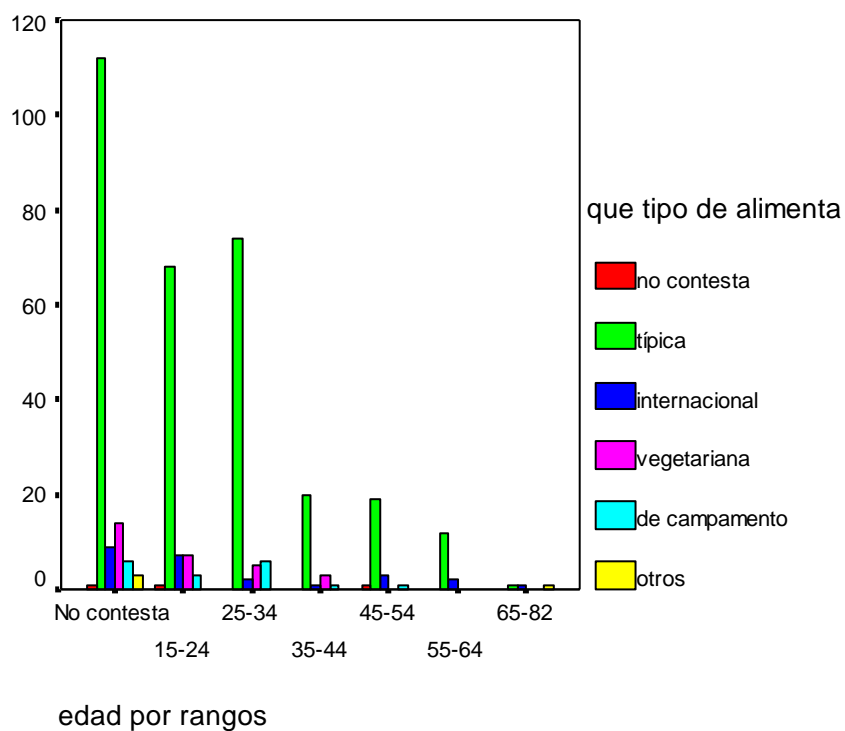
		con que servicios le gustaría contar					Total	
		no contesta	electricidad	agua caliente	ventilador	Radio	otros	
edad por rangos	No contesta	5	47	61	3	12	17	145
	15-24	3	25	32	5	8	13	86
	25-34	4	27	30	12	7	7	87
	35-44	0	3	14	2	1	5	25
	45-54	1	9	8	3	0	3	24
	55-64	0	5	5	1	0	3	14
	65-82	0	0	2	0	0	1	3
Total		13	116	152	26	28	49	384



Anexo 54: Tabla y Gráfico Edad por Rangos vs Con qué servicios le gustaría contar.
Fuente: Almeida et al. (2008)

Anexo 55.

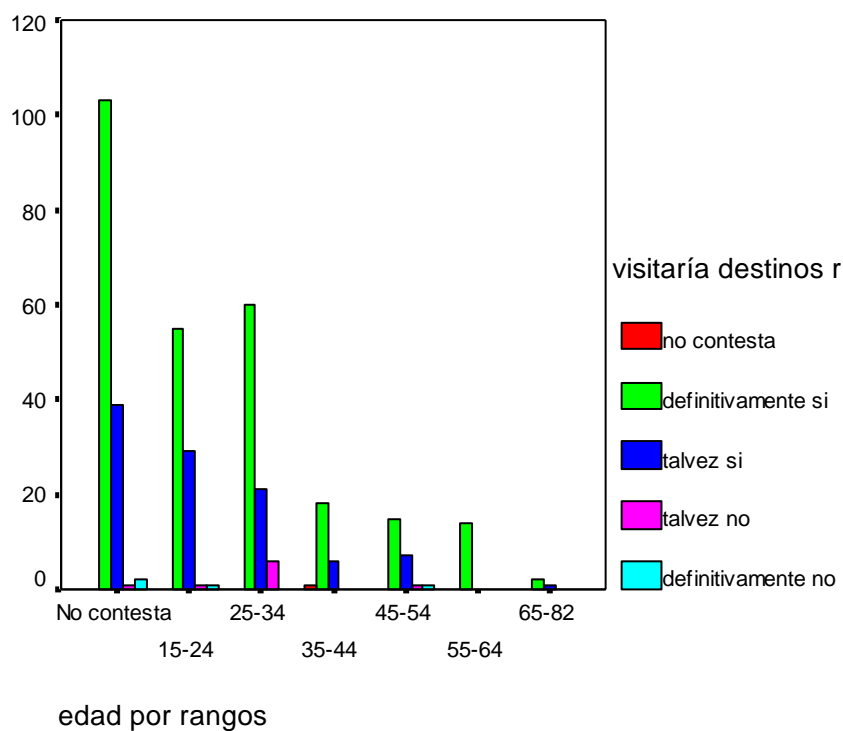
		que tipo de alimentación le gustaría						Total
		no contesta	típica	internacional	vegetariana	de campamento	otros	
edad por rangos	No contesta	1	112	9	14	6	3	145
	15-24	1	68	7	7	3	0	86
	25-34	0	74	2	5	6	0	87
	35-44	0	20	1	3	1	0	25
	45-54	1	19	3	0	1	0	24
	55-64	0	12	2	0	0	0	14
	65-82	0	1	1	0	0	1	3
Total		3	306	25	29	17	4	384



Anexo 55: Tabla y Gráfico Edad por Rangos vs Qué tipo de alimentación le gustaría.
Fuente: Almeida et al. (2008)

Anexo 56.

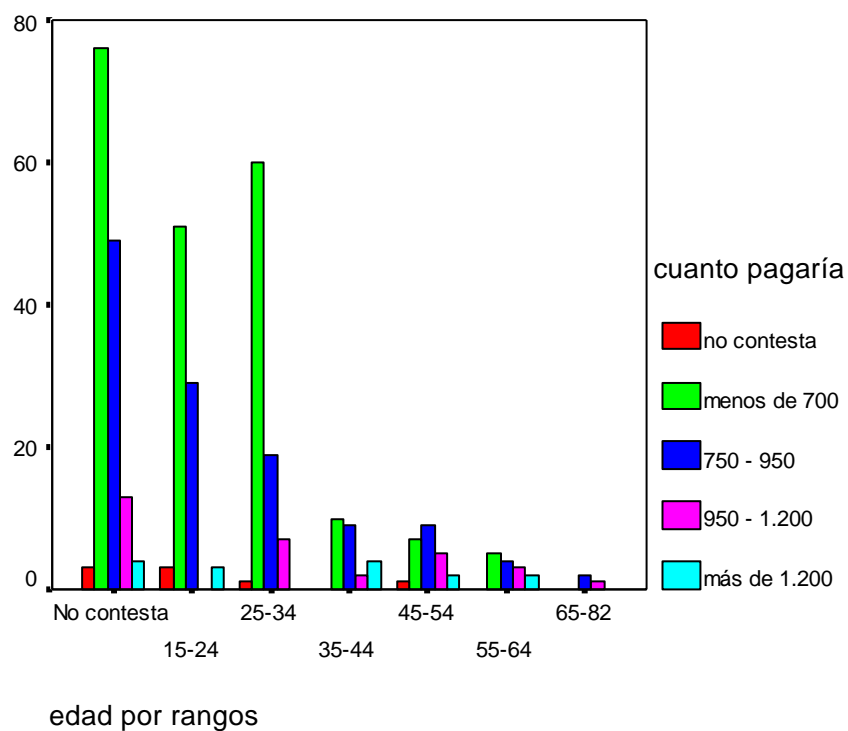
		visitaría destinos remotos en la amazonía					Total
		no contesta	definitivam ente si	talvez si	talvez no	definitivam ente no	
edad por rangos	No contesta	0	103	39	1	2	145
	15-24	0	55	29	1	1	86
	25-34	0	60	21	6	0	87
	35-44	1	18	6	0	0	25
	45-54	0	15	7	1	1	24
	55-64	0	14	0	0	0	14
	65-82	0	2	1	0	0	3
Total		1	267	103	9	4	384



Anexo 56: Tabla y Gráfico Edad por Rangos vs Visitaría destinos remotos en la Amazonía. Fuente: Almeida et al. (2008)

Anexo 57.

		cuanto pagaría					Total
		no contesta	menos de 700	750 - 950	950 - 1.200	más de 1.200	
edad por rangos	No contesta	3	76	49	13	4	145
	15-24	3	51	29	0	3	86
	25-34	1	60	19	7	0	87
	35-44	0	10	9	2	4	25
	45-54	1	7	9	5	2	24
	55-64	0	5	4	3	2	14
	65-82	0	0	2	1	0	3
Total		8	209	121	31	15	384

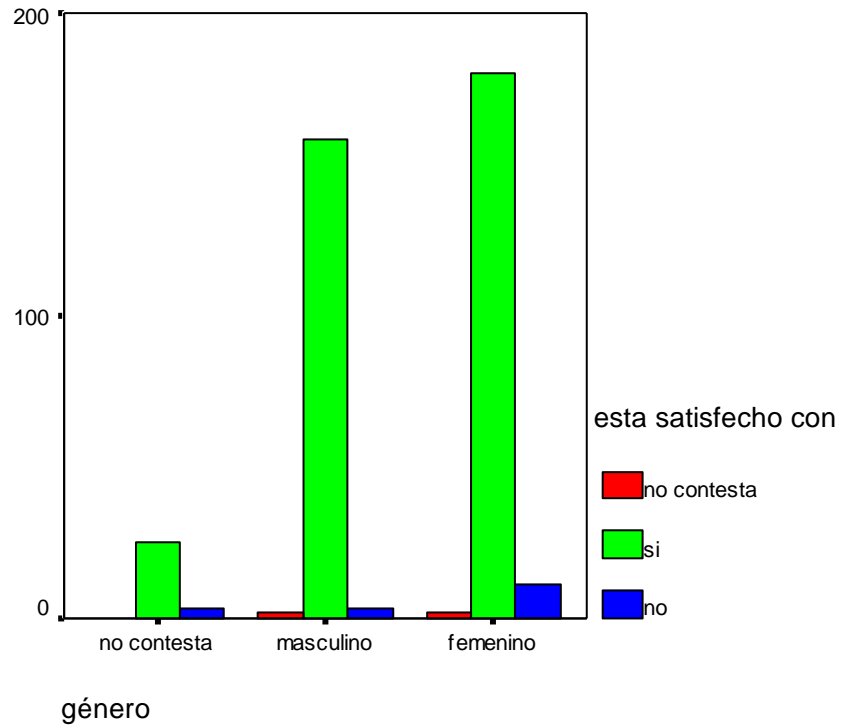


Anexo 57: Tabla y Gráfico Edad por Rangos vs Cuánto pagaría. Fuente: Almeida et al. (2008)

GÉNERO

Anexo 58.

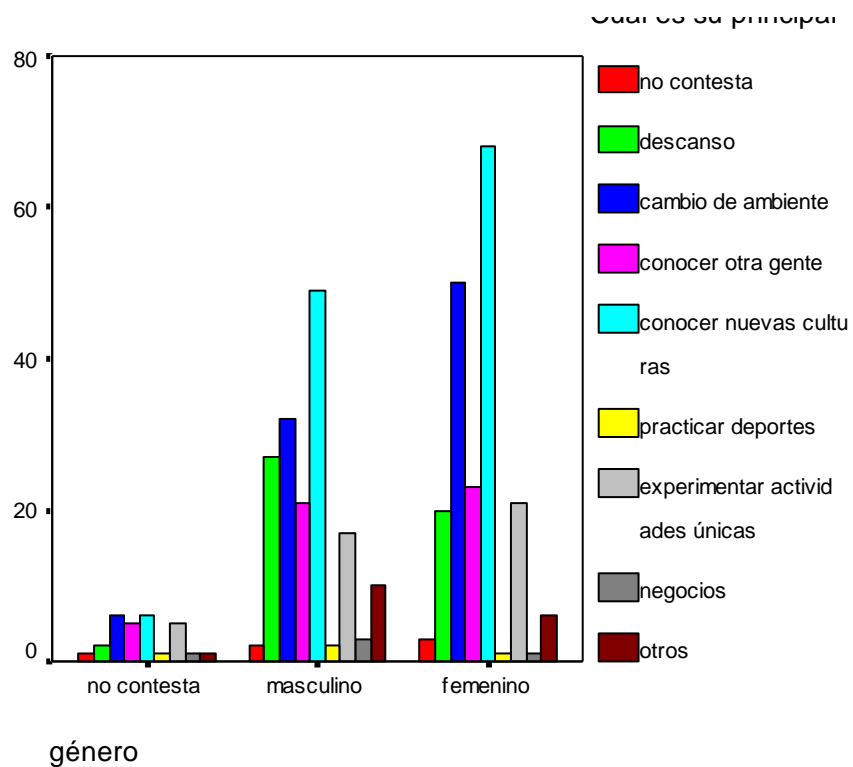
		está satisfecho con el viaje			Total
		no contesta	si	no	
género	no contesta	0	25	3	28
	masculino	2	158	3	163
	femenino	2	180	11	193
Total		4	363	17	384



Anexo 58: Tabla y Gráfico Género vs Está satisfecho con el viaje. Elaboración propia.

Anexo 59.

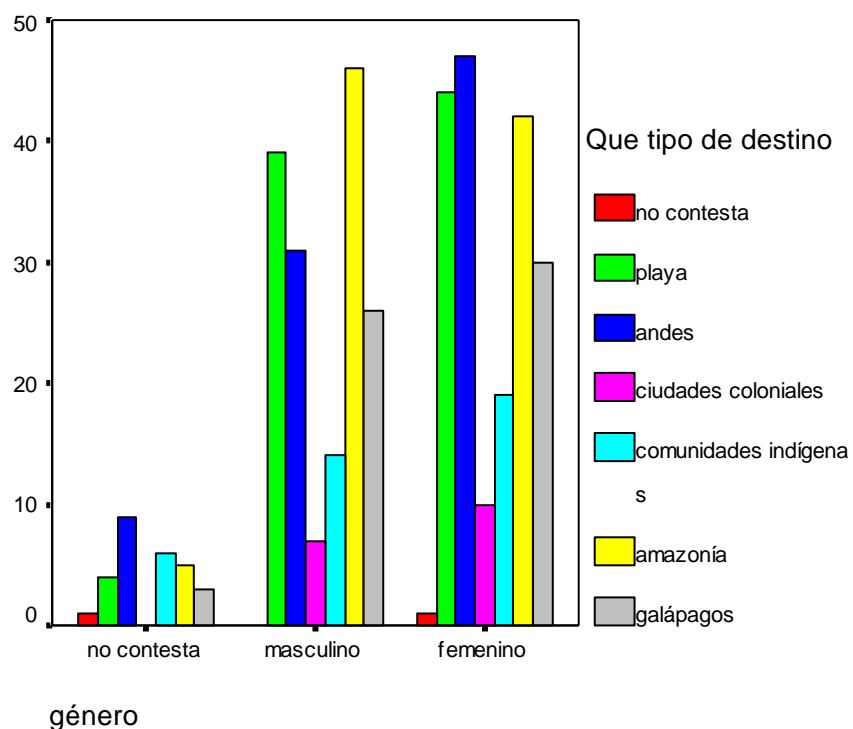
		Cuál es su principal motivo de viaje									Total
		no contesta	descanso	cambio de ambiente	conocer otra gente	conocer nuevas culturas	practicar deportes	experimentar actividades únicas	negocios	Otros	
género	no contesta	1	2	6	5	6	1	5	1	1	28
	M	2	27	32	21	49	2	17	3	10	163
	F	3	20	50	23	68	1	21	1	6	193
Total		6	49	88	49	123	4	43	5	17	384



Anexo 59: Tabla y Gráfico Género vs Cuál es su principal motivo de viaje. Fuente: Almeida et al. (2008)

Anexo 60.

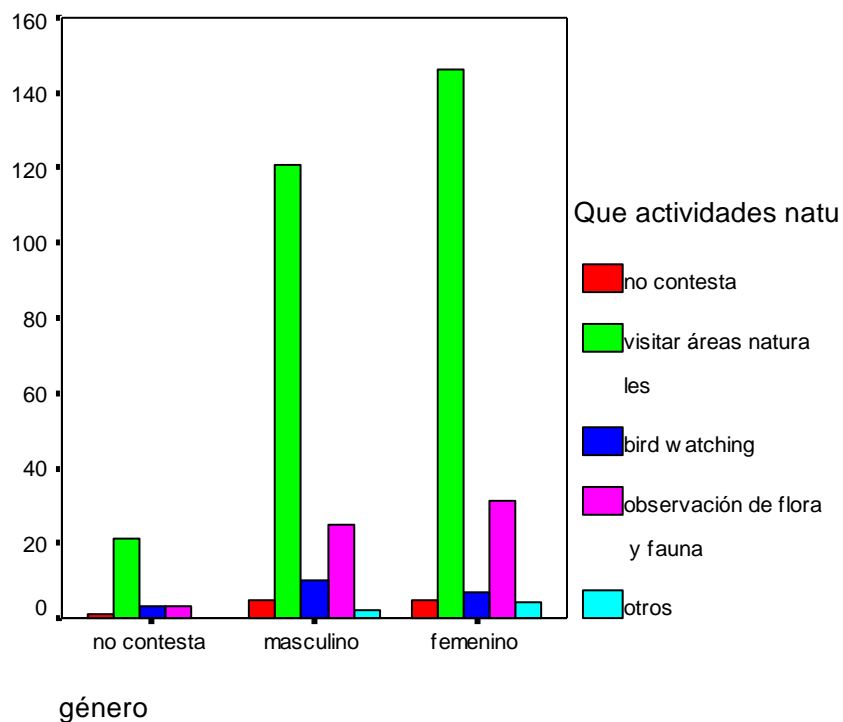
		Qué tipo de destino le interesa en Ecuador							Total
		no contesta	playa	andes	ciudades coloniales	comunidades indígenas	Amazonía	galápagos	
género	no contesta	1	4	9	0	6	5	3	28
	masculino	0	39	31	7	14	46	26	163
	femenino	1	44	47	10	19	42	30	193
Total		2	87	87	17	39	93	59	384



Anexo 60: Tabla y Gráfico Género vs. Qué tipo de destino le interesa en el Ecuador.
Fuente: Almeida et al. (2008)

Anexo 61.

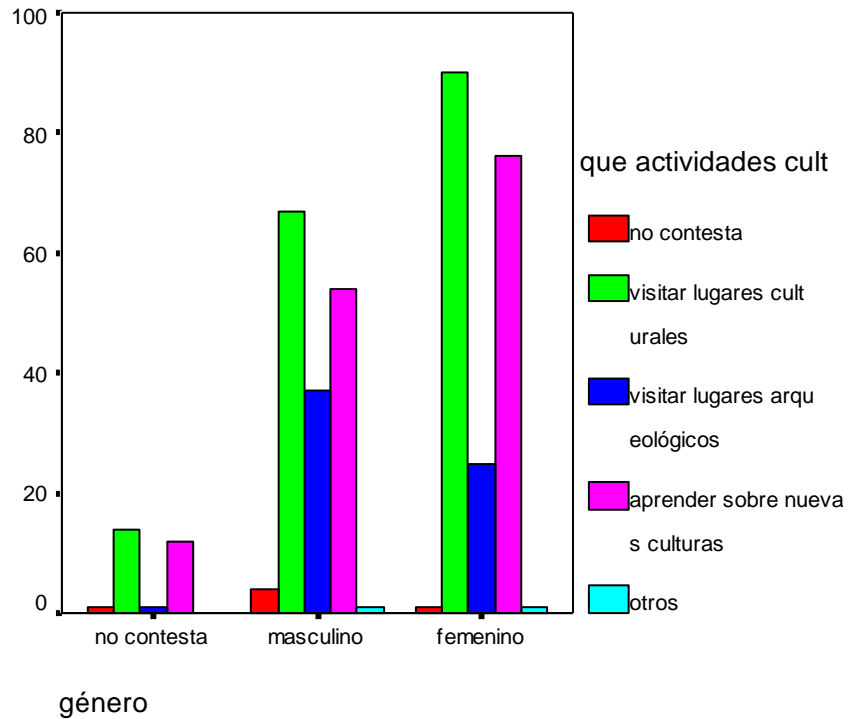
		Que actividades naturales le gustaría realizar					Total
		no contesta	visitar áreas naturales	bird watching	observación de flora y fauna	otros	
Género	no contesta	1	21	3	3	0	28
	masculino	5	121	10	25	2	163
	femenino	5	146	7	31	4	193
Total		11	288	20	59	6	384



Anexo 61: Tabla y Gráfico Género vs Que actividades naturales le gustaría realizar.
Fuente: Almeida et al. (2008)

Anexo 62.

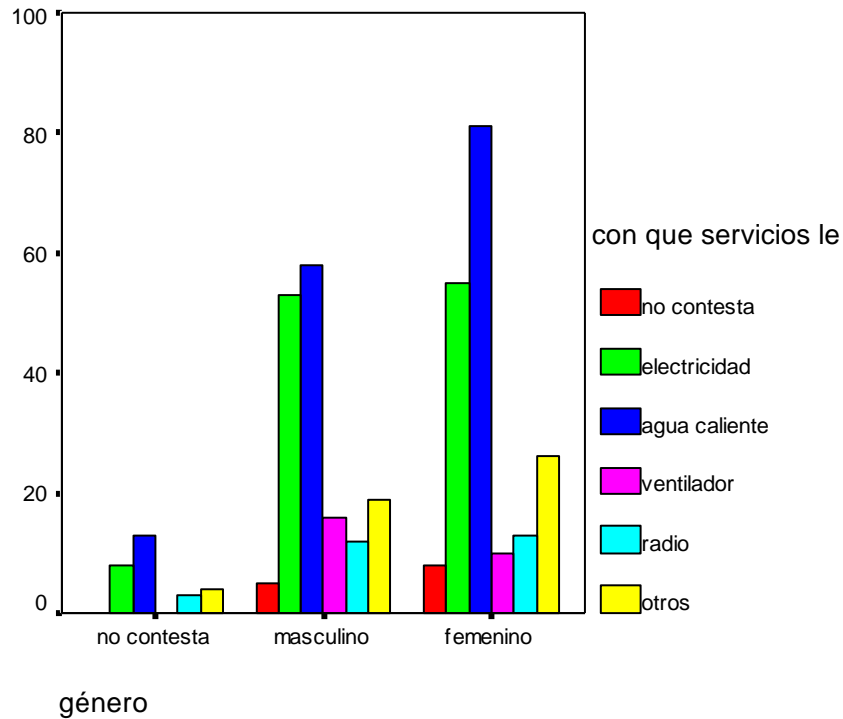
		que actividades culturales le gustaría realizar					Total
		no contesta	visitar lugares culturales	visitar lugares arqueológicos	aprender sobre nuevas culturas	otros	
Género	no contesta	1	14	1	12	0	28
	masculino	4	67	37	54	1	163
	femenino	1	90	25	76	1	193
Total		6	171	63	142	2	384



Anexo 62: Tabla y Gráfico Género vs Que actividades culturales le gustaría realizar.
Fuente: Almeida et al. (2008)

Anexo 63.

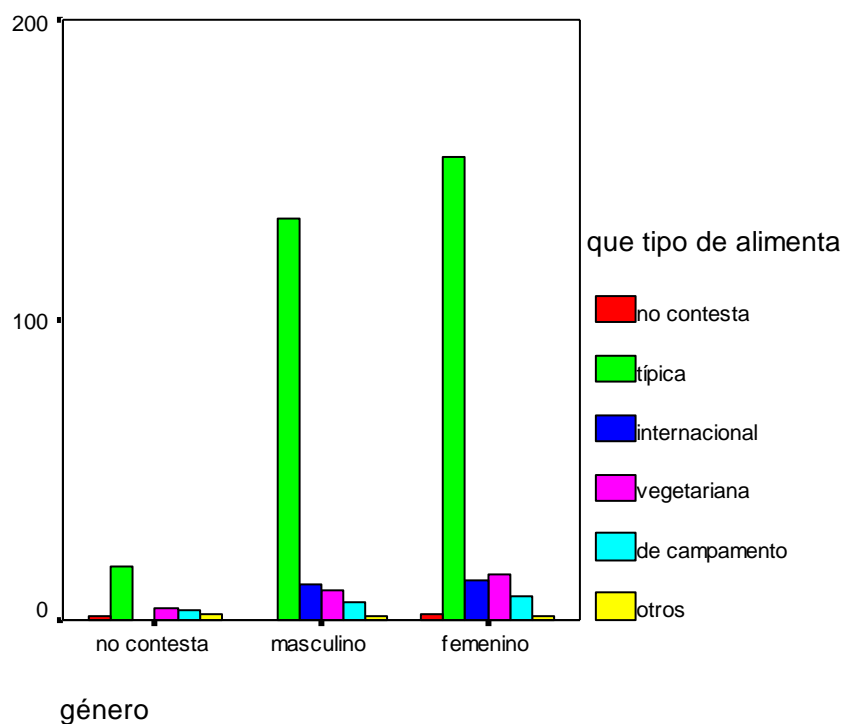
		con que servicios le gustaría contar						Total
		no contesta	electricidad	agua caliente	ventilador	radio	otros	
Género	no contesta	0	8	13	0	3	4	28
	masculino	5	53	58	16	12	19	163
	femenino	8	55	81	10	13	26	193
Total		13	116	152	26	28	49	384



Anexo 63: Tabla y Gráfico Género vs Con qué servicios básicos le gustaría contar.
Fuente: Almeida et al. (2008)

Anexo 64.

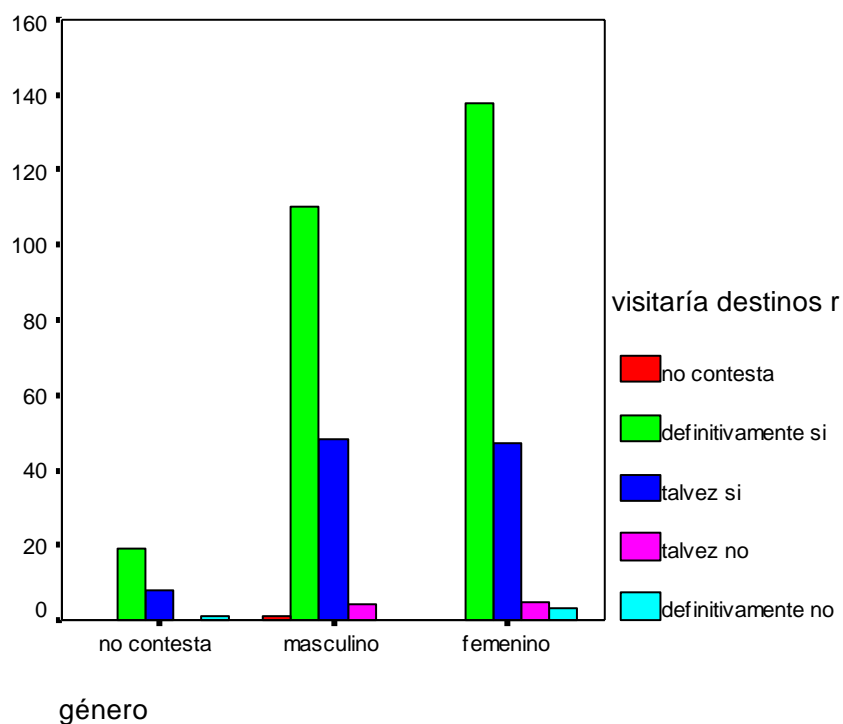
		qué tipo de alimentación le gustaría						Total
		no contesta	típica	internacional	vegetariana	de campamento	otros	
Género	no contesta	1	18	0	4	3	2	28
	masculino	0	134	12	10	6	1	163
	Femenino	2	154	13	15	8	1	193
Total		3	306	25	29	17	4	384



Anexo 64: Tabla y Gráfico Género vs Qué tipo de alimentación le gustaría. Fuente: Almeida et al. (2008)

Anexo 65.

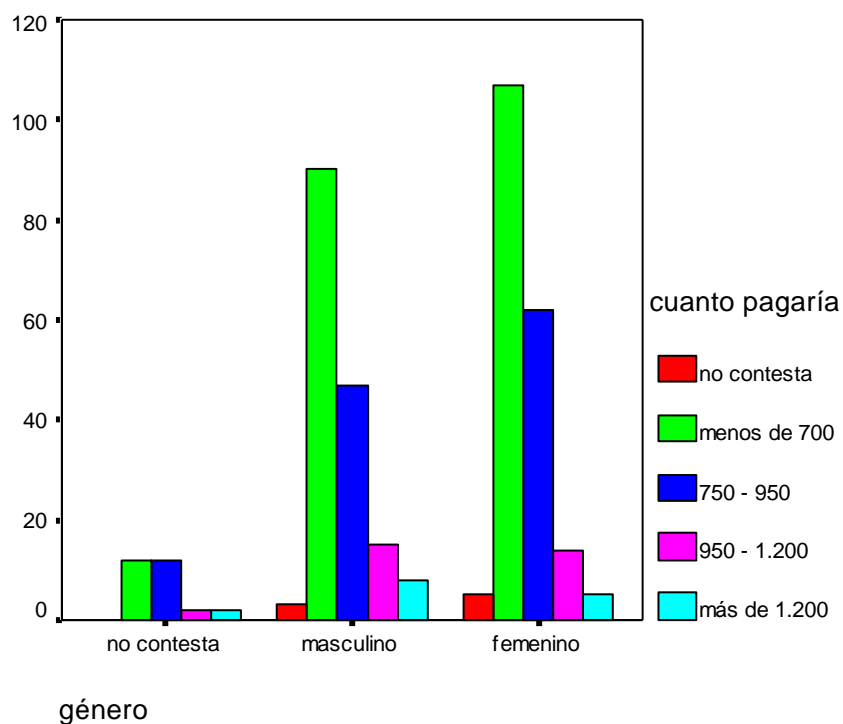
		visitaría destinos remotos en la amazonía					Total
		no contesta	definitivam ente si	talvez si	talvez no	definitivam ente no	
Género	no contesta	0	19	8	0	1	28
	masculino	1	110	48	4	0	163
	femenino	0	138	47	5	3	193
Total		1	267	103	9	4	384



Anexo 65: Tabla y Gráfico Género vs Visitaría destinos remotos en la Amazonía.
Fuente: Almeida et al. (2008)

Anexo 66.

		cuanto pagaría					Total
		no contesta	menos de 700	750 - 950	950 - 1.200	más de 1.200	
género	no contesta	0	12	12	2	2	28
	masculino	3	90	47	15	8	163
	femenino	5	107	62	14	5	193
Total		8	209	121	31	15	384

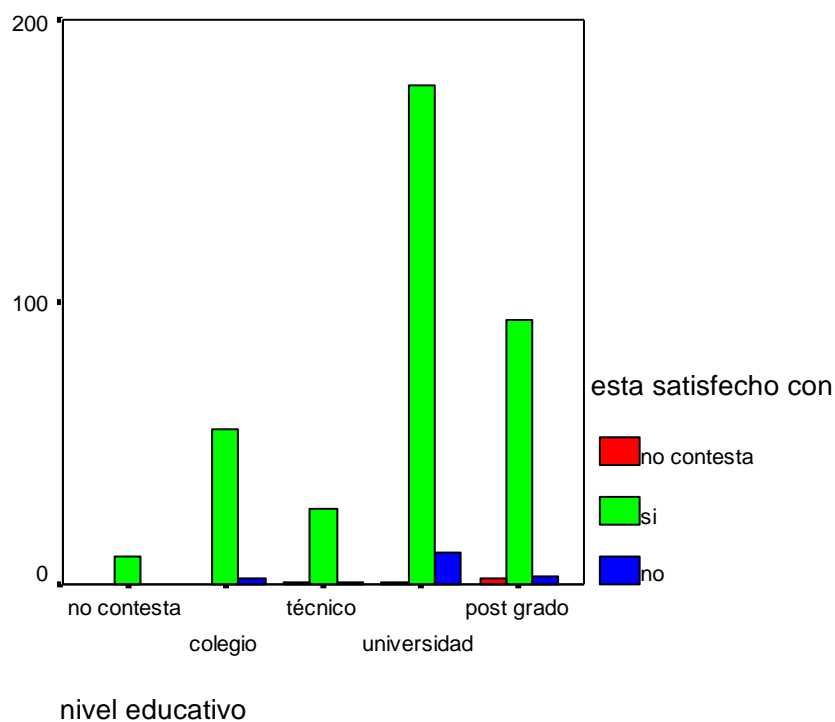


Anexo 66: Tabla y Gráfico Género vs Cuánto pagaría. Fuente: Almeida et al. (2008)

NIVEL EDUCATIVO

Anexo 67.

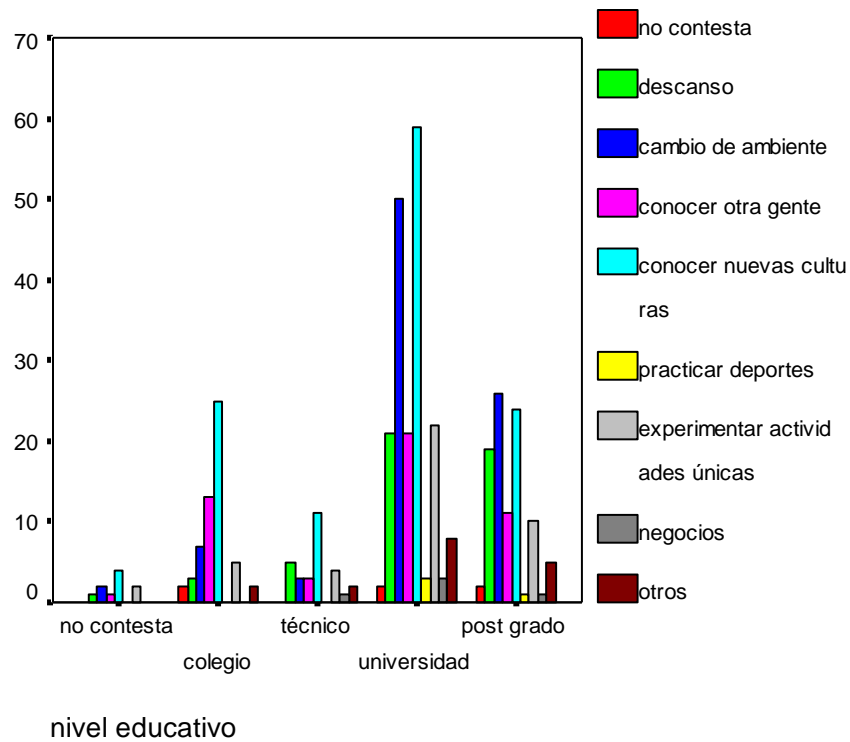
		está satisfecho con el viaje			Total
		no contesta	si	no	
nivel educativo	no contesta	0	10	0	10
	Colegio	0	55	2	57
	Técnico	1	27	1	29
	universidad	1	177	11	189
	post grado	2	94	3	99
Total		4	363	17	384



Anexo 67: Tabla y Gráfico Nivel Educativo vs Está Satisfecho con el Viaje. Fuente: Almeida et al. (2008).

Anexo 68.

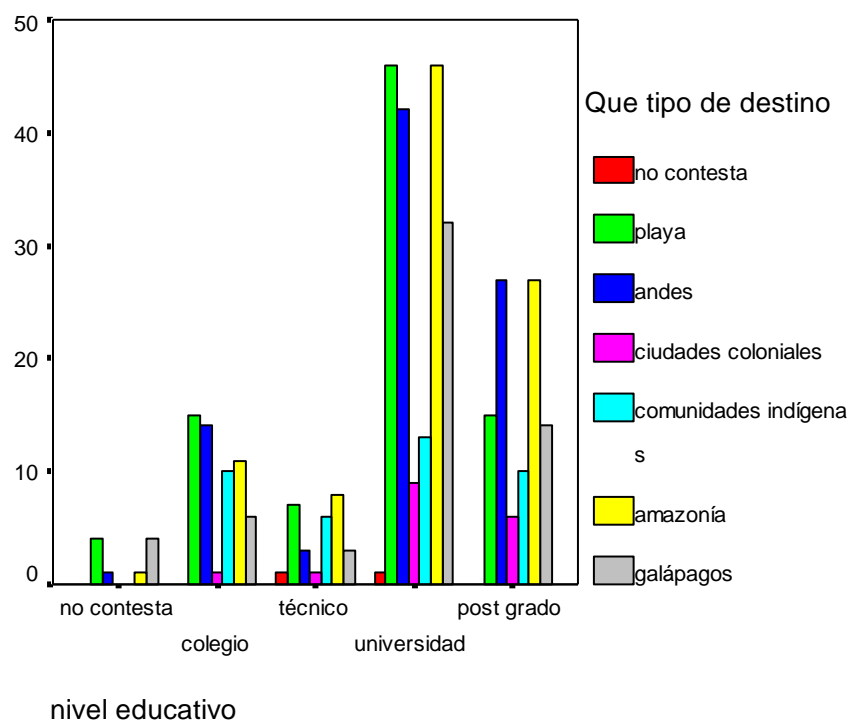
		Cuál es su principal motivo de viaje									Total
		no contesta	descanso	cambio de ambiente	conocer otra gente	conocer nuevas culturas	practicar deportes	experimentar actividades únicas	negocios	otros	
nivel educativo	no contesta	0	1	2	1	4	0	2	0	0	10
	colegio	2	3	7	13	25	0	5	0	2	57
	técnico	0	5	3	3	11	0	4	1	2	29
	universidad	2	21	50	21	59	3	22	3	8	189
	post grado	2	19	26	11	24	1	10	1	5	99
Total		6	49	88	49	123	4	43	5	17	384



Anexo 68: Tabla y Gráfico Nivel Educativo vsCuál es su principal motivo de viaje.
Fuente: Almeida et al. (2008)

Anexo 69.

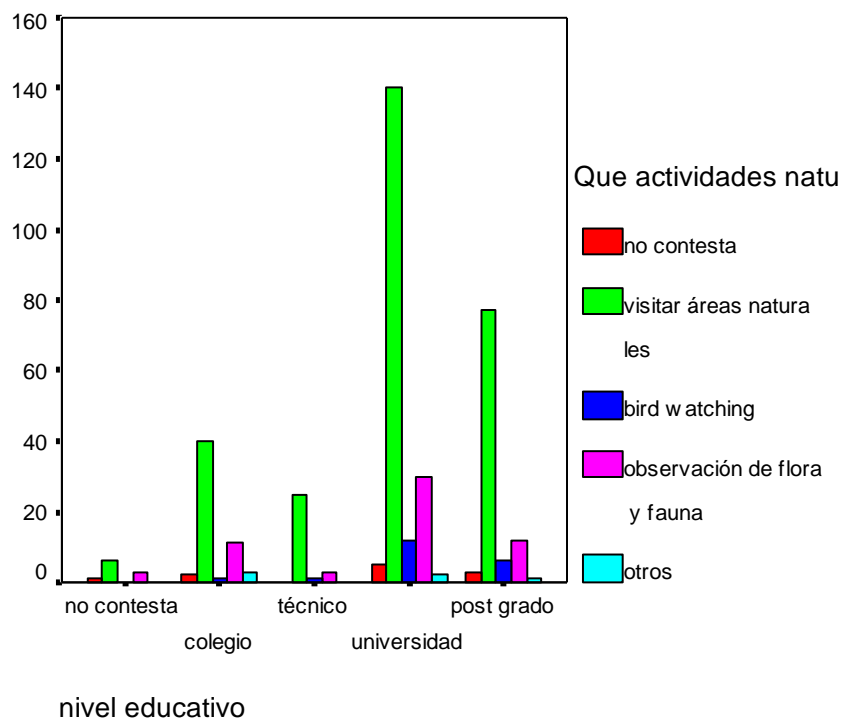
		Que tipo de destino le interesa en Ecuador							Total
		no contesta	playa	andes	ciudades coloniales	comunidades indígenas	amazonía	galápagos	
nivel educativo	no contesta	0	4	1	0	0	1	4	10
	colegio	0	15	14	1	10	11	6	57
	Técnico	1	7	3	1	6	8	3	29
	universidad	1	46	42	9	13	46	32	189
	post grado	0	15	27	6	10	27	14	99
Total		2	87	87	17	39	93	59	384



Anexo 69: Tabla y Gráfico Nivel Educativo vs Qué tipo de destino le interesa en el Ecuador. Fuente: Almeida et al. (2008)

Anexo 70.

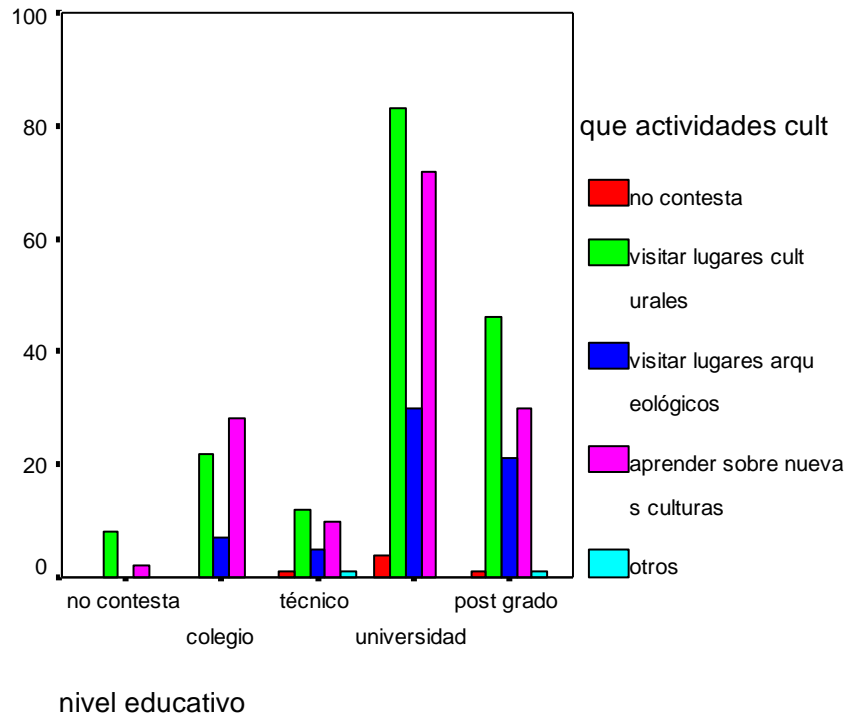
		Que actividades naturales le gustaría realizar					Total
		no contesta	visitar áreas naturales	bird watching	observación de flora y fauna	otros	
nivel educativo	no contesta	1	6	0	3	0	10
	colegio	2	40	1	11	3	57
	técnico	0	25	1	3	0	29
	universidad	5	140	12	30	2	189
	post grado	3	77	6	12	1	99
Total		11	288	20	59	6	384



Anexo 70: Tabla y Gráfico Nivel Educativo vs Qué actividades naturales le gustaría realizar. Fuente: Almeida et al. (2008)

Anexo 71.

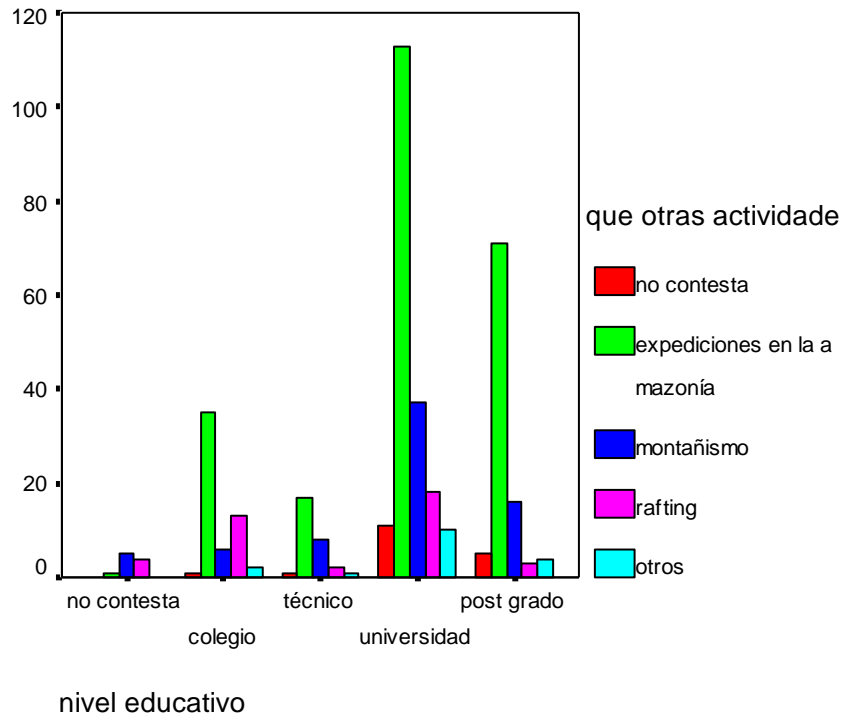
		que actividades culturales le gustaría realizar					Total
		no contesta	visitar lugares culturales	visitar lugares arqueológicos	aprender sobre nuevas culturas	otros	
nivel educativo	no contesta	0	8	0	2	0	10
	colegio	0	22	7	28	0	57
	técnico	1	12	5	10	1	29
	universidad	4	83	30	72	0	189
	post grado	1	46	21	30	1	99
Total		6	171	63	142	2	384



Anexo 71: Tabla y Gráfico Nivel Educativo vs Qué actividades culturales le gustaría realizar. Fuente: Almeida et al. (2008)

Anexo 72.

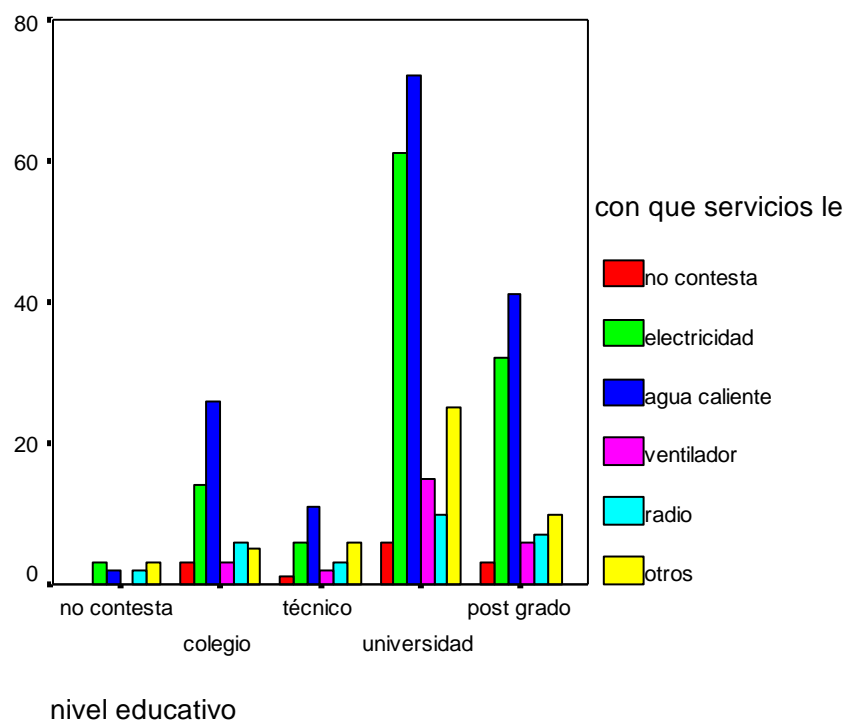
		que otras actividades le gustaría realizar					Total
		no contesta	expediciones en la amazonía	montañismo	Rafting	otros	
nivel educativo	no contesta	0	1	5	4	0	10
	colegio	1	35	6	13	2	57
	técnico	1	17	8	2	1	29
	universidad	11	113	37	18	10	189
	post grado	5	71	16	3	4	99
Total		18	237	72	40	17	384



Anexo 72: Tabla y Gráfico Nivel Educativo vs Qué otras actividades le gustaría realizar.
Fuente: Almeida et al. (2008)

Anexo 73.

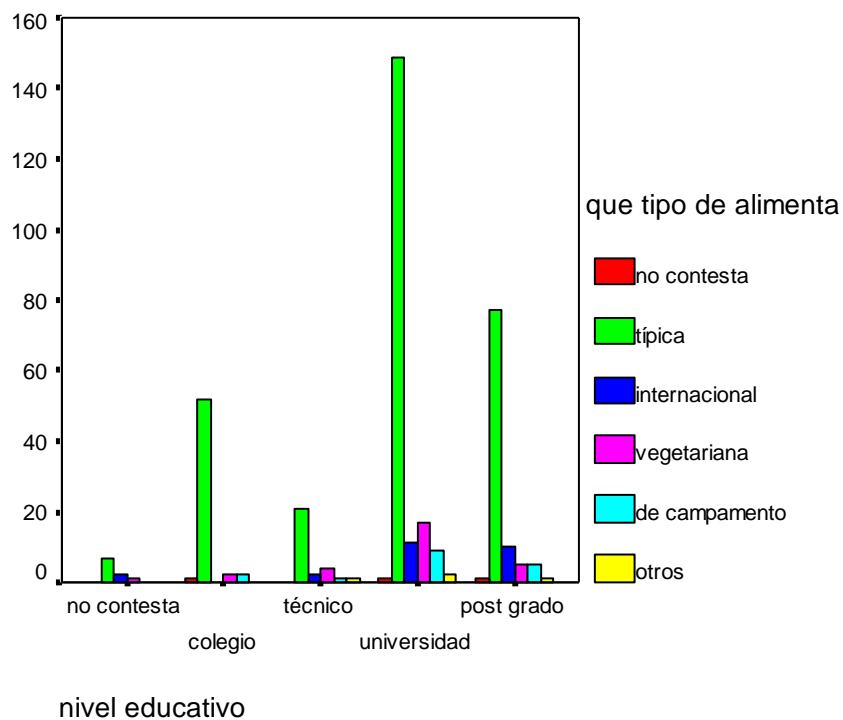
		con que servicios le gustaría contar						Total
		no contesta	electricidad	agua caliente	ventilador	Radio	otros	
nivel educativo	no contesta	0	3	2	0	2	3	10
	colegio	3	14	26	3	6	5	57
	técnico	1	6	11	2	3	6	29
	universidad	6	61	72	15	10	25	189
	post grado	3	32	41	6	7	10	99
Total		13	116	152	26	28	49	384



Anexo 73: Tabla y Gráfico Nivel Educativo vs Con qué servicios le gustaría contar.
Fuente: Almeida et al. (2008)

Anexo 74.

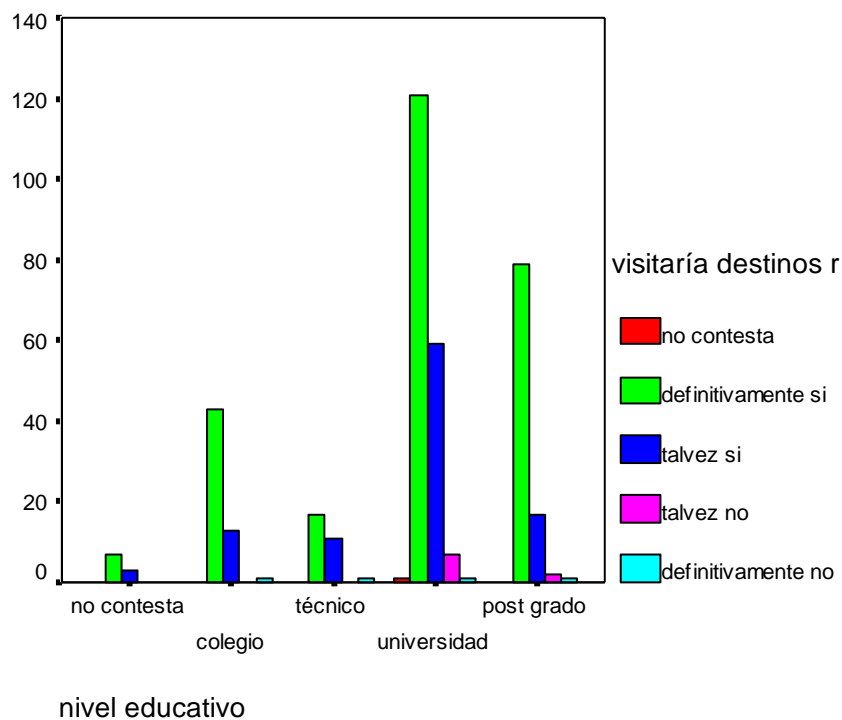
		qué tipo de alimentación le gustaría						Total
		no contesta	típica	internacional	vegetariana	de campamento	otros	
nivel educativo	no contesta	0	7	2	1	0	0	10
	colegio	1	52	0	2	2	0	57
	técnico	0	21	2	4	1	1	29
	universidad	1	149	11	17	9	2	189
	post grado	1	77	10	5	5	1	99
Total		3	306	25	29	17	4	384



Anexo 74: Tabla y Gráfico Nivel Educativo vs Qué tipo de alimentación le gustaría.
Fuente: Almeida et al. (2008)

Anexo 75.

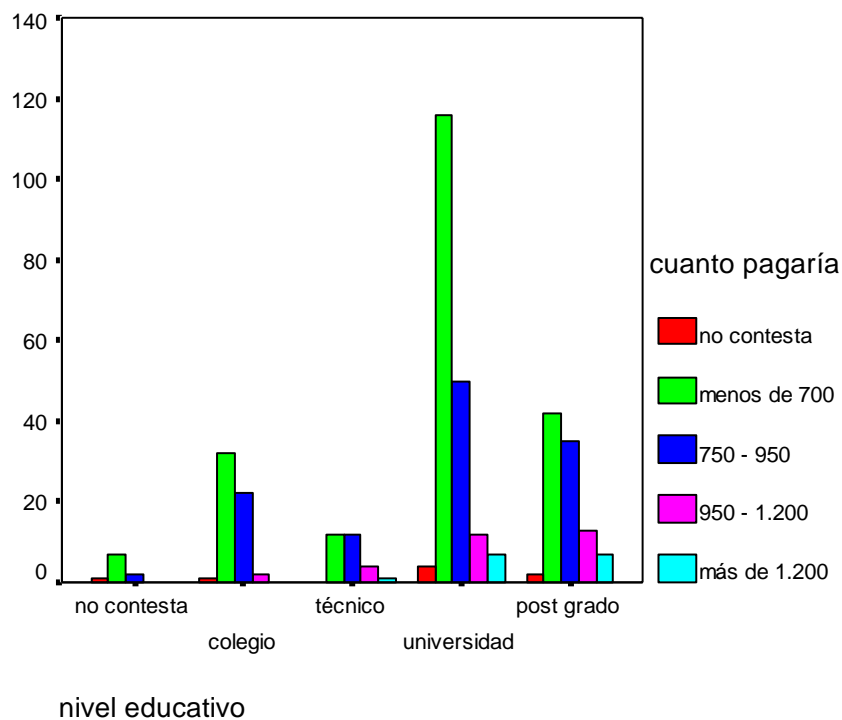
		visitaría destinos remotos en la Amazonía					Total
		no contesta	definitivam ente si	Talvez si	talvez no	definitivam ente no	
nivel educativo	no contesta	0	7	3	0	0	10
	colegio	0	43	13	0	1	57
	técnico	0	17	11	0	1	29
	universidad	1	121	59	7	1	189
	post grado	0	79	17	2	1	99
Total		1	267	103	9	4	384



Anexo 75: Tabla y Gráfico Nivel Educativo vs Visitaría destinos remotos en la Amazonía. Fuente: Almeida et al. (2008)

Anexo 76.

		cuanto pagaría					Total
		no contesta	menos de 700	750 - 950	950 - 1.200	más de 1.200	
nivel educativo	no contesta	1	7	2	0	0	10
	Colegio	1	32	22	2	0	57
	Técnico	0	12	12	4	1	29
	universidad	4	116	50	12	7	189
	post grado	2	42	35	13	7	99
Total		8	209	121	31	15	384

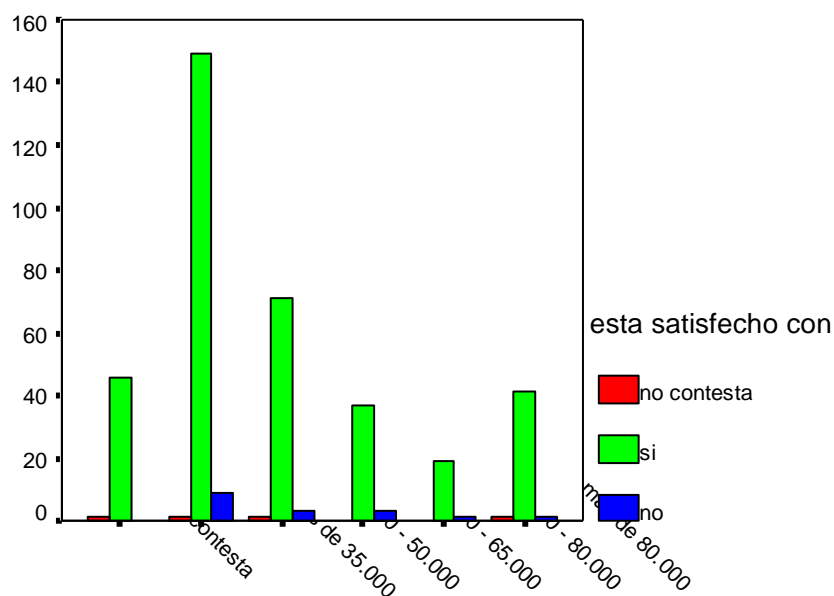


Anexo 76: Tabla y Gráfico Nivel Educativo vs Cuánto pagaría. Fuente: Almeida et al. (2008)

SALARIO ANUAL

Anexo 77.

		está satisfecho con el viaje			Total
		no contesta	si	no	
salario anual	no contesta	1	46	0	47
	menos de 35.000	1	149	9	159
	35.000 - 50.000	1	71	3	75
	50.000 - 65.000	0	37	3	40
	65.000 - 80.000	0	19	1	20
	más de 80.000	1	41	1	43
Total		4	363	17	384

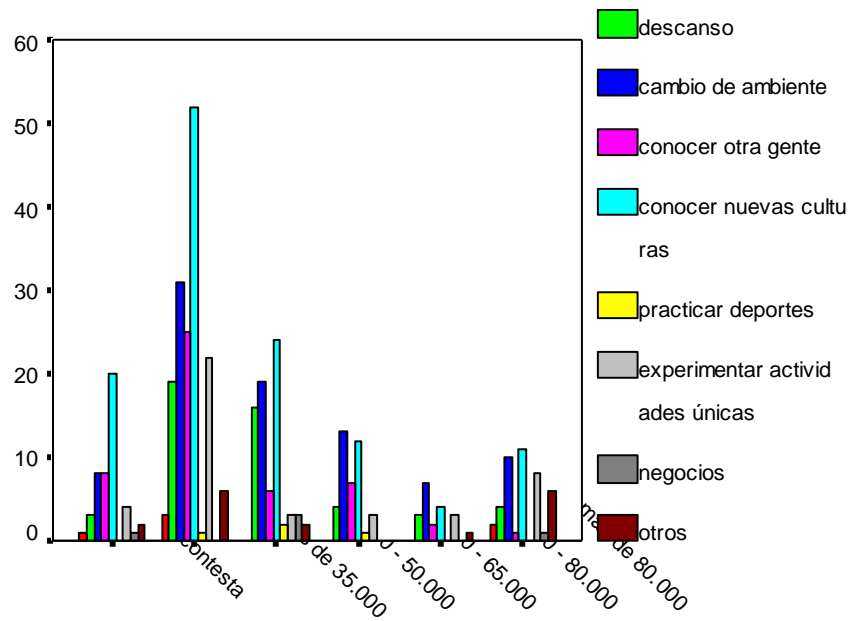


salario anual

Anexo 77: Salario Anual vs Está satisfecho con el viaje. Fuente: Almeida et al. (2008)

Anexo 78.

		Cuál es su principal motivo de viaje									Total
		no contesta	descanso	cambio de ambiente	conocer otra gente	conocer nuevas culturas	practicar deportes	experimentar actividades únicas	negocios	otros	
salario anual	no contesta	1	3	8	8	20	0	4	1	2	47
	menos de 35.000	3	19	31	25	52	1	22	0	6	159
	35.000 - 50.000	0	16	19	6	24	2	3	3	2	75
	50.000 - 65.000	0	4	13	7	12	1	3	0	0	40
	65.000 - 80.000	0	3	7	2	4	0	3	0	1	20
	más de 80.000	2	4	10	1	11	0	8	1	6	43
Total		6	49	88	49	123	4	43	5	17	384

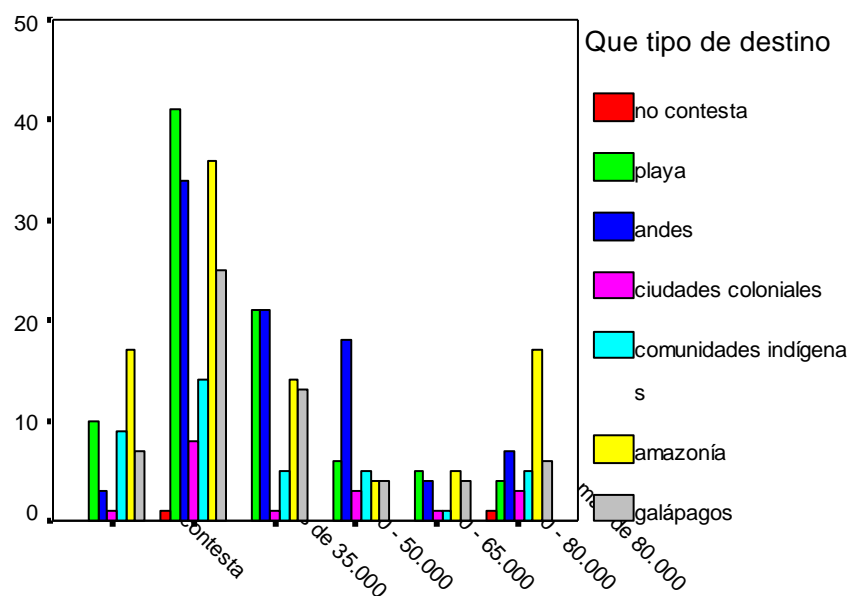


salario anual

Anexo 78: Salario Anual vs Cuál es su principal motivo de viaje. Fuente: Almeida et al. (2008)

Anexo 79.

		Qué tipo de destino le interesa en Ecuador							Total
		no contesta	playa	andes	ciudades coloniales	comunidades indígenas	amazonía	galápagos	
salario anual	no contesta	0	10	3	1	9	17	7	47
	menos de 35.000	1	41	34	8	14	36	25	159
	35.000 - 50.000	0	21	21	1	5	14	13	75
	50.000 - 65.000	0	6	18	3	5	4	4	40
	65.000 - 80.000	0	5	4	1	1	5	4	20
	más de 80.000	1	4	7	3	5	17	6	43
Total		2	87	87	17	39	93	59	384

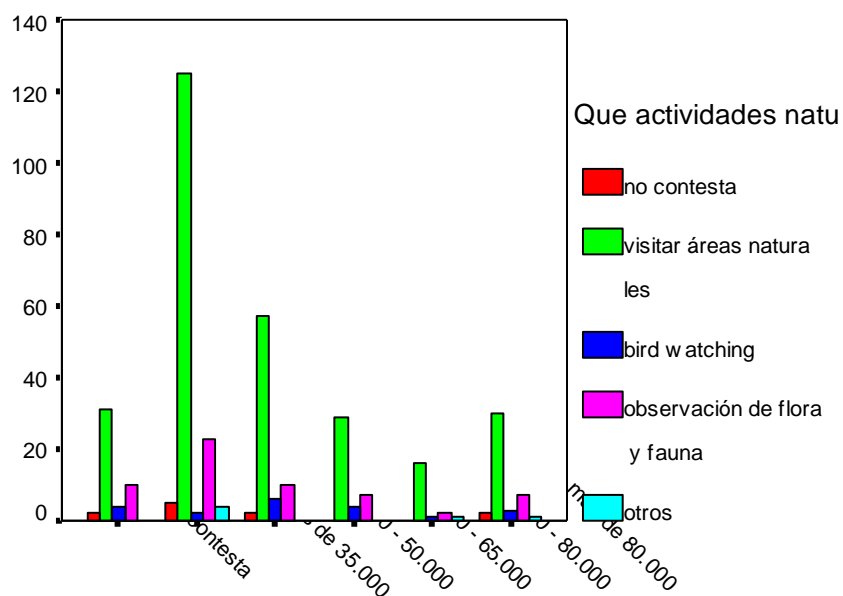


salario anual

Anexo 79: Salario Anual vs Qué tipo de destino le interesa en el Ecuador. Fuente: Almeida et al. (2008)

Anexo 80.

		Que actividades naturales le gustaría realizar					Total
		no contesta	visitar áreas naturales	bird watching	observación de flora y fauna	otros	
salario anual	no contesta	2	31	4	10	0	47
	menos de 35.000	5	125	2	23	4	159
	35.000 - 50.000	2	57	6	10	0	75
	50.000 - 65.000	0	29	4	7	0	40
	65.000 - 80.000	0	16	1	2	1	20
	más de 80.000	2	30	3	7	1	43
Total		11	288	20	59	6	384

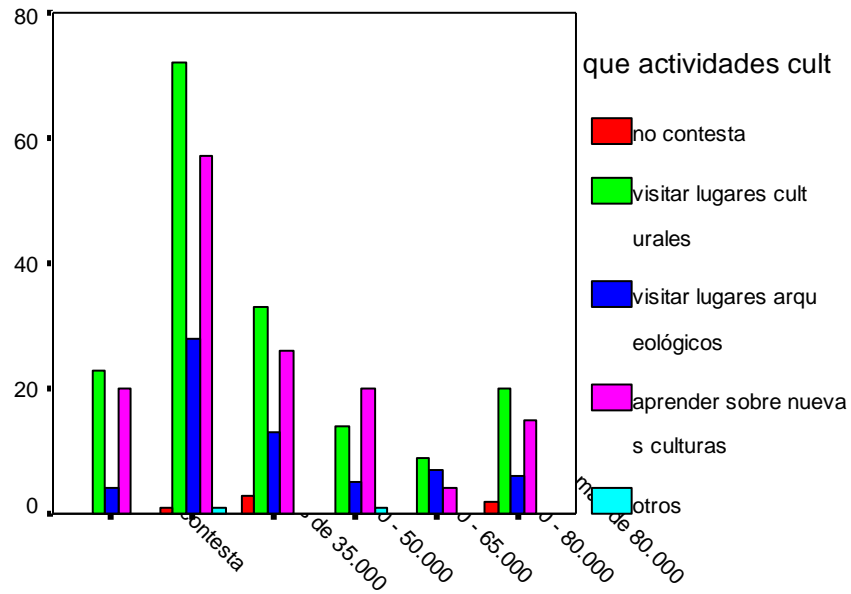


salario anual

Anexo 80: Salario Anual vs Qué actividades naturales le gustaría realizar. Fuente: Almeida et al. (2008)

Anexo 81.

		que actividades culturales le gustaría realizar					Total
		no contesta	visitar lugares culturales	visitar lugares arqueológicos	aprender sobre nuevas culturas	otros	
salario anual	no contesta	0	23	4	20	0	47
	menos de 35.000	1	72	28	57	1	159
	35.000 - 50.000	3	33	13	26	0	75
	50.000 - 65.000	0	14	5	20	1	40
	65.000 - 80.000	0	9	7	4	0	20
	más de 80.000	2	20	6	15	0	43
Total		6	171	63	142	2	384

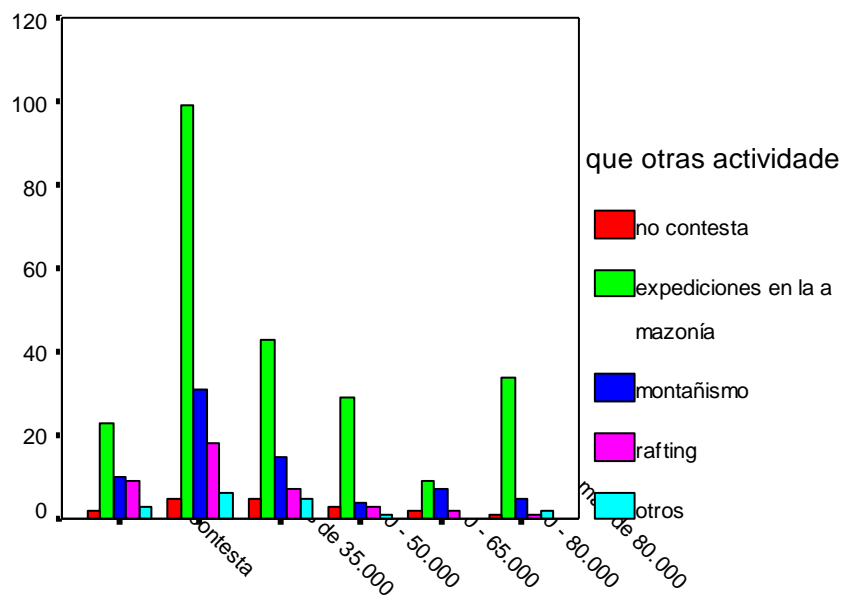


salario anual

Anexo 81: Salario Anual vs Qué actividades culturales le gustaría realizar. Fuente: Almeida et al. (2008)

Anexo 82.

		que otras actividades le gustaría realizar					Total
		no contesta	expediciones en la amazonía	montañismo	rafting	otros	
salario anual	no contesta	2	23	10	9	3	47
	menos de 35.000	5	99	31	18	6	159
	35.000 - 50.000	5	43	15	7	5	75
	50.000 - 65.000	3	29	4	3	1	40
	65.000 - 80.000	2	9	7	2	0	20
	más de 80.000	1	34	5	1	2	43
Total		18	237	72	40	17	384

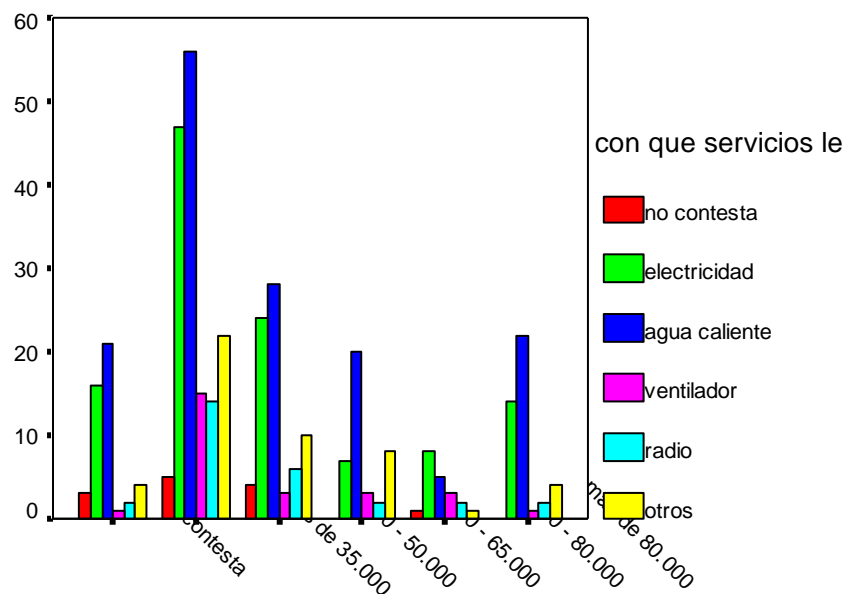


salario anual

Anexo 82: Salario Anual vs Qué otras actividades le gustaría realizar. Fuente: Almeida et al. (2008)

Anexo 83.

		con que servicios le gustaría contar						Total
		no contesta	electricidad	agua caliente	ventilador	radio	otros	
salario anual	no contesta	3	16	21	1	2	4	47
	menos de 35.000	5	47	56	15	14	22	159
	35.000 - 50.000	4	24	28	3	6	10	75
	50.000 - 65.000	0	7	20	3	2	8	40
	65.000 - 80.000	1	8	5	3	2	1	20
	más de 80.000	0	14	22	1	2	4	43
Total		13	116	152	26	28	49	384

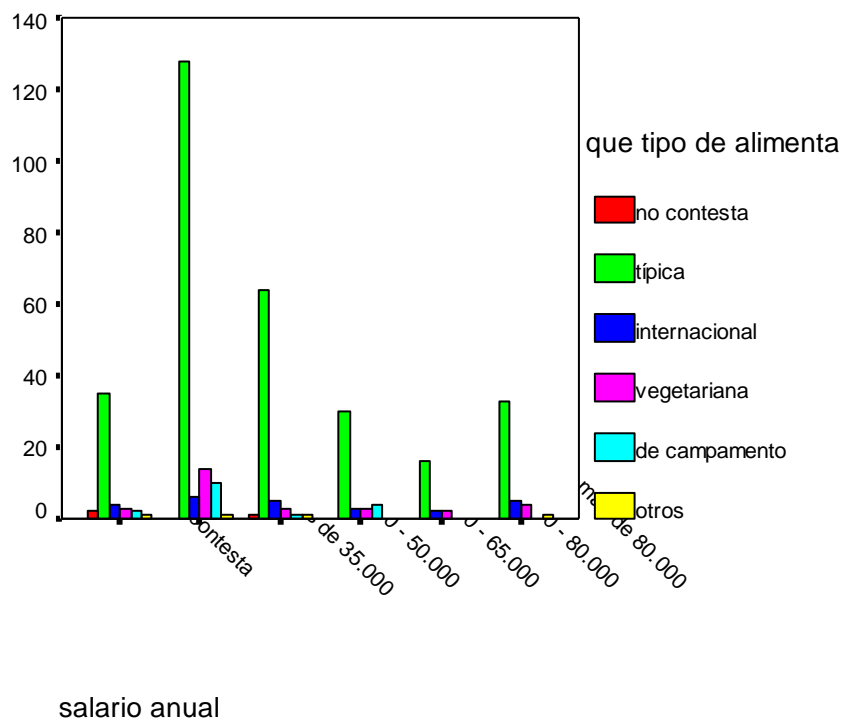


salario anual

Anexo 83: Salario Anual vs Con qué servicios le gustaría contar. Fuente: Almeida et al. (2008)

Anexo 84.

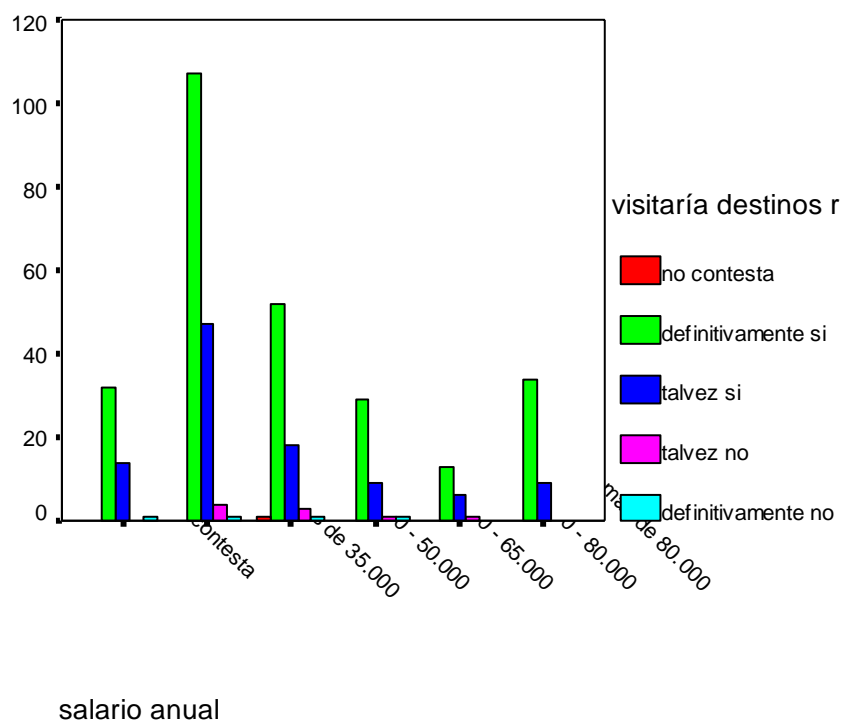
		qué tipo de alimentación le gustaría						Total
		no contesta	típica	internacional	vegetariana	de campamento	otros	
salario anual	no contesta	2	35	4	3	2	1	47
	menos de 35.000	0	128	6	14	10	1	159
	35.000 - 50.000	1	64	5	3	1	1	75
	50.000 - 65.000	0	30	3	3	4	0	40
	65.000 - 80.000	0	16	2	2	0	0	20
	más de 80.000	0	33	5	4	0	1	43
Total		3	306	25	29	17	4	384



Anexo 84: Salario Anual vs Qué tipo de alimentación le gustaría. Fuente: Almeida et al. (2008)

Anexo 85.

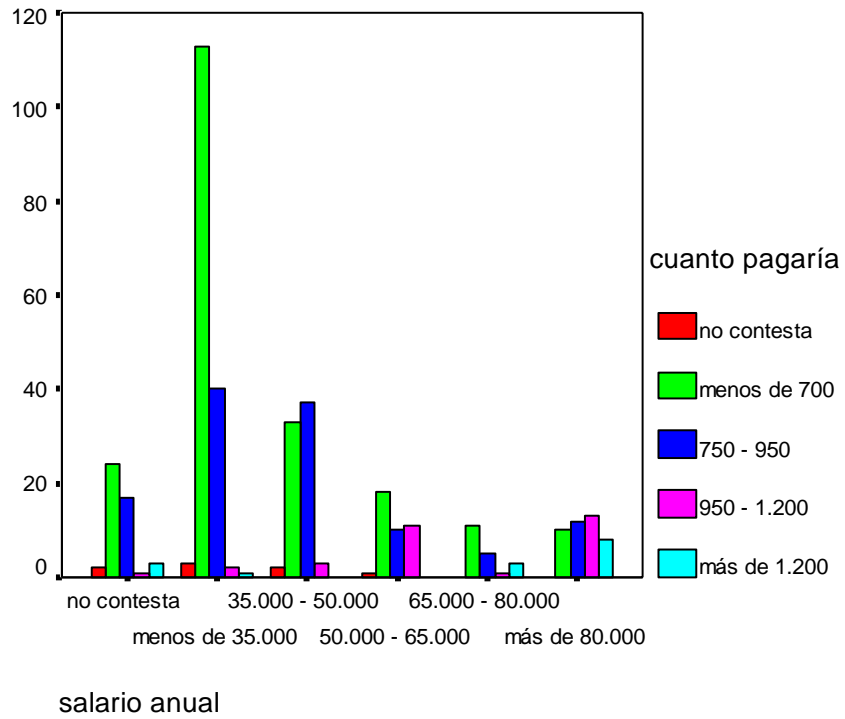
		visitaría destinos remotos en la Amazonía					Total
		no contesta	definitivam ente si	talvez si	talvez no	definitivam ente no	
salario anual	no contesta	0	32	14	0	1	47
	menos de 35.000	0	107	47	4	1	159
	35.000 - 50.000	1	52	18	3	1	75
	50.000 - 65.000	0	29	9	1	1	40
	65.000 - 80.000	0	13	6	1	0	20
	más de 80.000	0	34	9	0	0	43
Total		1	267	103	9	4	384



Anexo 85: Salario Anual vs Visitaría destinos remotos en la Amazonía. Fuente: Almeida et al. (2008)

Anexo 86.

		cuanto pagaría					Total
		no contesta	menos de 700	750 - 950	950 - 1.200	más de 1.200	
salario anual	no contesta	2	24	17	1	3	47
	menos de 35.000	3	113	40	2	1	159
	35.000 - 50.000	2	33	37	3	0	75
	50.000 - 65.000	1	18	10	11	0	40
	65.000 - 80.000	0	11	5	1	3	20
	más de 80.000	0	10	12	13	8	43
Total		8	209	121	31	15	384



Anexo 86: Salario Anual vs Cuánto pagaría. Fuente: Almeida et al. (2008)

ANEXOS CAPÍTULO V.
Anexo 87.

FLUJO DE INGRESOS-EGRESOS												Valores óptimos / Observaciones	
Paquete 4n5d												Viajes	No. Turistas
TAMAÑO DEL GRUPO	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	72	288
4	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
No. Viajes		14	16	18	20	22	24	27	30	33	36	204	8,9%
No. Turistas		58	64	72	80	88	96	108	120	132	144	Incremento=tasa de crecimiento promedio anual 0,089	
Ingresos	35.712,00	39.680,00	44.640,00	49.600,00	54.560,00	59.520,00	66.960,00	74.400,00	81.840,00	89.280,00	Precio \$620/Turista		
HONORARIOS, INCENTIVOS, REMUNERACIONES	6.600,00	6.930,00	7.276,50	7.640,33	8.022,34	8.423,46	8.844,63	9.286,86	9.751,21	10.238,77	1 Administrador, ventas y 1 Servicios de limpieza y mantenimiento		
BONIFICACIONES	11.400,00	11.970,00	12.568,50	13.196,93	13.856,77	14.549,61	15.277,09	16.040,94	16.842,99	17.685,14	Incluye 14to. 1 RBU \$200 13er. 1 sueldo adicional		
FONDOS DE RESERVA	6.600,00	6.930,00	7.276,50	7.640,33	8.022,34	8.423,46	8.844,63	9.286,86	9.751,21	10.238,77	1 sueldo		
APORTE PATRONAL IESS	735,90	772,70	811,33	851,90	894,49	939,22	986,18	1.035,49	1.087,26	1.141,62	11,15% de Remuneraciones		
Depreciación equipo	924,83	924,83	924,83	924,83	924,83	924,83							
Reposición materiales	4.951,01	4.951,01	4.951,01	4.951,01	4.951,01	5.446,11	5.990,72	6.589,79	7.248,77	7.973,85	Incremento del 10% desde el 6to. Año		
Honorarios Cocinero	1.296,00	1.440,00	1.620,00	1.800,00	1.980,00	2.160,00	2.430,00	2.700,00	2.970,00	3.240,00			
Costos alimentación	4.665,60	5.184,00	5.832,00	6.480,00	7.128,00	7.776,00	8.748,00	9.720,00	10.692,00	11.664,00	60% del valor fijado por comida; incluye costos de transporte (\$135)		
Honorarios Guia naturalista	3.240,00	3.600,00	4.050,00	4.500,00	4.950,00	5.400,00	6.075,00	6.750,00	7.425,00	8.100,00			
Honorarios Guia bilingüe	2.268,00	2.520,00	2.835,00	3.150,00	3.465,00	3.780,00	4.252,50	4.725,00	5.197,50	5.670,00			
Actividades Vivienda Achuar (Sw-Ts-Sa)	774,00	860,00	967,50	1.075,00	1.182,50	1.290,00	1.451,25	1.612,50	1.773,75	1.935,00			
Desarrollo NAE	864,00	960,00	1.080,00	1.200,00	1.320,00	1.440,00	1.620,00	1.800,00	1.980,00	2.160,00			
Comisiones	810,00	900,00	1.012,50	1.125,00	1.237,50	1.350,00	1.518,75	1.687,50	1.856,25	2.025,00	10% del valor del paquete		
CONSTRUCCIÓN	375.570,00												
CAPACITACIÓN	12.270,00												
LEGALIZACIÓN DE FUNCIONAMIENTO	1.200,00												
PUBLICIDAD	10.000,00												
EQUIPO	5.137,93										Se considera 50% de reposición anual por deterioro de equipo		
MATERIALES	49.510,07												
Egresos	453.688,00	45.129,33	47.942,53	51.205,66	54.535,31	57.934,78	60.977,85	66.038,75	71.234,95	76.575,93	82.071,94		
Ingresos-Egresos	-453.688,00	-9.417,33	-8.262,53	-6.565,66	-4.935,31	-3.374,78	-1.457,85	921,25	3.165,05	5.264,07	7.208,06		
Ingresos-Egresos acumulados	-453.688,00	-463.105,33	-471.367,86	-477.933,53	-482.868,83	-486.243,61	-487.701,46	-486.780,21	-483.615,16	-478.351,09	-471.143,03		
% Capacidad Ocupada		20%	22%	25%	28%	31%	33%	38%	42%	46%	50%		
% Crecimiento anual			2%	3%	3%	3%	3%	4%	4%	4%			

Anexo 87: Tabla de Flujo Ingresos – Egresos. Escenario 1. Fuente: Informe de Factibilidad Económica Achuar, Ing. Jaime Carrasco. (2008)

Anexo 88.

FLUJO DE INGRESOS-EGRESOS												Valores óptimos / Observaciones	
TAMAÑO DEL GRUPO	Paquete 4n5d											Viajes	No. Turistas
4	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10	72	288
No. Viajes		14	17	21	25	30	36	43	51	61	72	370	18,0%
No. Turistas		58	68	84	100	120	144	172	204	244	288	Incremento=Capacidad instalada máxima para 5 años	
Ingresos		35.712,00	42.160,00	52.080,00	62.000,00	74.400,00	89.280,00	106.640,00	126.480,00	151.280,00	178.560,00	Precio \$620/Turista	
HONORARIOS, INCENTIVOS, REMUNERACIONES		6.600,00	6.930,00	7.276,50	7.640,33	8.022,34	8.423,46	8.844,63	9.286,86	9.751,21	10.238,77	1 Administrador, ventas y 1 Servicios de limpieza y mantenimiento	
BONIFICACIONES		11.400,00	11.970,00	12.568,50	13.196,93	13.856,77	14.549,61	15.277,09	16.040,94	16.842,99	17.685,14	Incluye 14to. 1 RBU \$200 13er. 1 sueldo adicional	
FONDOS DE RESERVA		6.600,00	6.930,00	7.276,50	7.640,33	8.022,34	8.423,46	8.844,63	9.286,86	9.751,21	10.238,77	1 sueldo	
APORTE PATRONAL IESS		735,90	772,70	811,33	851,90	894,49	939,22	986,18	1.035,49	1.087,26	1.141,62	11,15% de Remuneraciones	
Depreciación equipo		924,83	924,83	924,83	924,83	924,83							
Reposición materiales		4.951,01	4.951,01	4.951,01	4.951,01	4.951,01	5.446,11	5.990,72	6.589,79	7.248,77	7.973,65	Incremento del 10% desde el 6to. Año	
Honorarios Cocinero		1.296,00	1.530,00	1.890,00	2.250,00	2.700,00	3.240,00	3.870,00	4.590,00	5.490,00	6.480,00		
Costos alimentación		4.665,60	5.508,00	6.804,00	8.100,00	9.720,00	11.664,00	13.932,00	16.524,00	19.764,00	23.328,00	60% del valor fijado por comida, incluye costos de transporte (\$135)	
Honorarios Guia naturalista		3.240,00	3.825,00	4.725,00	5.625,00	6.750,00	8.100,00	9.675,00	11.475,00	13.725,00	16.200,00		
Honorarios Guia bilingüe		2.268,00	2.677,50	3.307,50	3.937,50	4.725,00	5.670,00	6.772,50	8.032,50	9.607,50	11.340,00		
Actividades Vivienda Achuar (Sw-Ts-Sa)		774,00	913,75	1.128,75	1.343,75	1.612,50	1.935,00	2.311,25	2.741,25	3.278,75	3.870,00		
Desarrollo NAE		864,00	1.020,00	1.260,00	1.500,00	1.800,00	2.160,00	2.580,00	3.060,00	3.660,00	4.320,00		
Comisiones		810,00	956,25	1.181,25	1.406,25	1.687,50	2.025,00	2.418,75	2.868,75	3.431,25	4.050,00	10% del valor del paquete	
CONSTRUCCIÓN	375.570,00												
CAPACITACIÓN	12.270,00												
LEGALIZACIÓN DE FUNCIONAMIENTO	1.200,00												
PUBLICIDAD	10.000,00												
EQUIPO	5.137,93											Se considera 50% de reposición anual por deterioro de equipo	
MATERIALES	49.510,07												
Egresos	453.688,00	45.129,33	48.909,03	54.105,16	59.367,81	65.666,78	72.575,85	81.502,75	91.531,45	103.637,93	116.865,94		
Ingresos-Egresos	-453.688,00	-9.417,33	-6.749,03	-2.025,16	2.632,19	8.733,22	16.704,15	25.137,25	34.948,55	47.642,07	61.694,06		
Ingresos-Egresos acumulados	-453.688,00	-463.105,33	-469.854,36	-471.879,53	-469.247,33	-460.514,11	-443.809,96	-418.672,71	-383.724,16	-336.082,09	-274.388,03		
% Capacidad Ocupada		20%	24%	29%	35%	42%	50%	60%	71%	85%	100%		
% Crecimiento anual			4%	6%	6%	7%	8%	10%	11%	14%			

Anexo 88: Tabla de Flujo Ingresos – Egresos. Escenario 2. Fuente: Informe de Factibilidad Económica Achuar, Ing. Jaime Carrasco. (2008)

Anexo 89.

FLUJO DE INGRESOS-EGRESOS												Valores óptimos / Observaciones	
Paquete 4n5d												Viajes	No. Turistas
TAMAÑO DEL GRUPO	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO		
4	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	72	288
No. Viajes		14	22	33	49	72	106	165	227	332	486	1010	46,0%
No. Turistas		58	98	132	198	288	424	620	908	1328	1940		
Ingresos		35.712,00	54.560,00	81.840,00	121.520,00	178.560,00	262.880,00	384.400,00	562.960,00	823.360,00	1.202.800,00		
HONORARIOS, INCENTIVOS, REMUNERACIONES		6.800,00	6.930,00	7.276,50	7.840,33	8.022,34	8.423,46	8.844,63	9.286,86	9.751,21	10.238,77		1 Administrador, ventas y 1 Servicios de limpieza y mantenimiento
BONIFICACIONES		11.400,00	11.970,00	12.568,50	13.196,93	13.856,77	14.549,61	15.277,09	16.040,94	16.842,99	17.685,14		Incluye 14to. 1 RBU \$200 13er. 1 sueldo adicional
FONDOS DE RESERVA		6.800,00	6.930,00	7.276,50	7.840,33	8.022,34	8.423,46	8.844,63	9.286,86	9.751,21	10.238,77		1 sueldo
APORTE PATRONAL IESS		735,90	772,70	811,33	851,90	894,49	939,22	986,18	1.035,49	1.087,26	1.141,62		11,15% de Remuneraciones
Depreciación e equipo		924,83	924,83	924,83	924,83	924,83							
Reposición materiales		4.951,01	4.951,01	4.951,01	4.951,01	4.951,01	5.446,11	5.990,72	6.599,79	7.249,77	7.973,65		Incremento del 10% desde el 6to. Año
Honorarios Cocinero		1.296,00	1.980,00	2.970,00	4.410,00	6.480,00	9.540,00	13.950,00	20.430,00	29.880,00	43.650,00		
Costos alimentación		4.666,60	7.128,00	10.692,00	15.876,00	23.328,00	34.344,00	50.220,00	73.548,00	107.668,00	157.140,00		80% del valor fijado por comida; incluye costos de transporte (\$135)
Honorarios Guia naturalista		3.240,00	4.950,00	7.425,00	11.025,00	16.200,00	23.850,00	34.875,00	51.075,00	74.700,00	109.125,00		
Honorarios Guia bilingüe		2.268,00	3.466,00	5.197,50	7.717,50	11.340,00	16.995,00	24.412,50	35.762,50	52.290,00	76.387,50		
Actividades Vivienda Achuar (Sw-Ts-Sa)		774,00	1.182,50	1.773,75	2.633,75	3.870,00	5.697,50	8.331,25	12.201,25	17.845,00	26.068,75		
Desarrollo NAE		884,00	1.320,00	1.980,00	2.940,00	4.320,00	6.380,00	9.300,00	13.620,00	19.920,00	29.100,00		
Comisiones		810,00	1.237,50	1.856,25	2.784,38	4.050,00	5.962,50	8.718,75	12.768,75	18.675,00	27.281,25		10% del valor del paquete
CONSTRUCCIÓN	375.570,00												
CAPACITACIÓN	12.270,00												
LEGALIZACIÓN DE FUNCIONAMIENTO	1.200,00												
PUBLICIDAD	10.000,00												
EQUIPO	5.137,93												Se considera 50% de reposición anual por deterioro de equipo
MATERIALES	49.510,07												
Egresos	453.688,00	45.129,33	53.741,53	65.703,16	82.563,81	106.259,78	140.230,85	189.750,75	261.635,45	365.559,43	516.030,44		
Ingresos-Egresos	-453.688,00	-9.417,33	818,47	16.136,84	38.956,19	72.300,22	122.649,15	194.649,25	301.324,55	457.800,57	686.769,56		
Ingresos-Egresos acumulados	-453.688,00	-463.105,33	-462.286,86	-446.150,03	-407.193,83	-334.893,61	-212.244,46	-17.595,21	283.729,34	741.529,91	1.428.299,47		
% Capacidad Ocupada		20%	31%	46%	68%	100%	147%	215%	315%	461%	674%		
% Crecimiento anual			11%	15%	22%	32%	47%	68%	100%	146%			

Anexo 89: Tabla de Flujo Ingresos – Egresos. Escenario 3. Fuente: Informe de Factibilidad Económica Achuar, Ing. Jaime Carrasco. (2008)

Anexo 90.

FLUJO DE INGRESOS-EGRESOS											
Paquete 4n5d											
TAMAÑO DEL GRUPO	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO
10	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
No. Viajes		14	17	21	25	30	36	43	51	61	72
No. Turistas		144	170	210	250	300	360	430	510	610	720
Ingresos		89.280,00	105.400,00	130.200,00	155.000,00	186.000,00	223.200,00	274.598,00	335.456,58	413.269,35	502.427,13
HONORARIOS, INCENTIVOS, REMUNERACIONES		6.800,00	6.930,00	7.276,50	7.640,33	8.022,34	8.423,46	8.844,63	9.296,88	9.751,21	10.238,77
BONIFICACIONES		11.400,00	11.970,00	12.568,50	13.196,93	13.856,77	14.549,61	15.277,09	16.040,94	16.942,99	17.885,14
FONDOS DE RESERVA		6.800,00	6.930,00	7.276,50	7.640,33	8.022,34	8.423,46	8.844,63	9.296,88	9.751,21	10.238,77
APORTE PATRONAL IESS		735,90	772,70	811,33	851,90	894,49	939,22	986,18	1.035,49	1.087,26	1.141,62
Depreciación equipo		924,83	924,83	924,83	924,83	924,83					
Reposición materiales		4.951,01	4.951,01	4.951,01	4.951,01	4.951,01	5.446,11	6.090,72	6.589,79	7.248,77	7.973,65
Honorarios Cocinero		1.296,00	1.530,00	1.890,00	2.250,00	2.700,00	3.240,00	3.870,00	4.590,00	5.460,00	6.480,00
Costos alimentación		11.664,00	13.770,00	17.010,00	20.250,00	24.300,00	29.160,00	34.830,00	41.310,00	49.410,00	58.320,00
Honorarios Guia naturalista		3.240,00	3.825,00	4.725,00	5.625,00	6.750,00	8.100,00	9.675,00	11.475,00	13.725,00	16.200,00
Honorarios Guia bilingüe		2.298,00	2.677,50	3.307,50	3.937,50	4.725,00	5.670,00	6.772,50	8.032,50	9.607,50	11.340,00
Actividades Vivienda Achuar (Sw-Ts-Sa)		774,00	913,75	1.128,75	1.343,75	1.612,50	1.935,00	2.311,25	2.741,25	3.278,75	3.870,00
Desarrollo NAE		2.160,00	2.550,00	3.150,00	3.750,00	4.500,00	5.400,00	6.450,00	7.650,00	9.150,00	10.800,00
Comisiones		810,00	956,25	1.181,25	1.406,25	1.687,50	2.025,00	2.419,75	2.866,75	3.431,25	4.050,00
CONSTRUCCIÓN	367.770,00										
CAPACITACIÓN	12.270,00										
LEGALIZACIÓN DE FUNCIONAMIENTO	1.200,00										
PUBLICIDAD	10.000,00										
EQUIPO	5.137,93										
MATERIALES	49.510,07										
Ampliación Pista	62.068,00										
Ampliación estructura física	248.820,00										
Egresos	756.776,00	53.423,73	58.701,03	66.201,16	73.767,81	82.946,78	93.311,85	106.270,75	120.907,45	138.773,93	158.337,94
Ingresos-Egresos	-756.776,00	35.856,27	46.698,97	63.998,84	81.232,19	103.053,22	129.888,15	168.327,25	214.549,13	274.495,42	344.089,19
Ingresos-Egresos acumulados	-756.776,00	-720.919,73	-674.220,76	-610.221,93	-528.989,73	-425.936,51	-296.048,36	-127.721,11	86.828,02	361.323,44	705.412,63
% Capacidad Ocupada		20%	24%	29%	35%	42%	50%	60%	71%	85%	100%
% Crecimiento anual			4%	6%	6%	7%	8%	10%	11%	14%	

Anexo 90: Tabla de Flujo Ingresos – Egresos. Escenario 4. Fuente: Informe de Factibilidad Económica Achuar, Ing. Jaime Carrasco. (2008)

Anexo 91.

Comparación de alternativas Achuar	0,00	1,00	2,00	3,00	4,00	5,00	6,00	7,00	8,00	9,00	10,00	TIR	VAN
Variación tamaño de grupo 10 turistas	-756.776,00	35.856,27	46.698,97	63.998,84	81.232,19	103.053,22	129.888,15	168.327,25	214.549,13	274.495,42	344.089,19	0,10	-93.506,36
Agotar capacidad en 5 años	-445.888,00	-9.417,33	818,47	16.136,84	38.956,19	72.300,22	122.649,15	194.649,25	301.324,55	457.800,57	686.769,56	0,19	281.720,62
Agotar capacidad en 10 años	-445.888,00	-9.417,33	-6.749,03	-2.025,16	2.632,19	8.733,22	16.704,15	25.137,25	34.948,55	47.642,07	61.694,06	-0,10	-383.496,98
Incremento 8,9	-445.888,00	-9.417,33	-8.262,53	-6.565,66	-4.935,31	-3.374,78	-1.457,85	921,25	3.165,05	5.264,07	7.208,06		-465.432,37
FNC x UI		-0,05	-0,06	-0,08	-0,11	-0,14	-0,17	-0,22	-0,28	-0,36	-0,45		

Anexo 91: Tabla de Cálculos de TIR, VAN y FNCxUI para las alternativas propuestas. Ing. Jaime Carrasco. (2008)