



Universidad del Azuay

Facultad de Filosofía y Ciencias Humanas

Carrera de turismo

**PROPUESTA DE GESTIÓN DE UN
PRODUCTO TURÍSTICO EN LA
HACIENDA YUGANLLI EN LA
PARROQUIA SAN ISIDRO EN EL
CANTÓN MACAS**

Autores:

Luis Argudo Jaramillo, Nicolás Barros Gordillo

Director:

Mgst. Ronal Chaca Espinoza

Cuenca – Ecuador

2021 - 2022

DEDICATORIA

Este proyecto está dedicado principalmente a Dios por darme la oportunidad de cumplir una meta más en mi vida.

Por otro lado, a mis padres: Gerardo Argudo y Eugenia Jaramillo que a pesar de todo fueron quienes estuvieron apoyándome durante todos estos años y a lo largo del camino han sido una pieza fundamental para seguir con pie derecho cumpliendo este sueño.

Por último y no menos importante a mi familia que directamente o indirectamente permitieron que esté donde estoy ahora y a todos y cada una de las personas que he encontrado y han hecho de esto una gran experiencia.

Gracias infinitas de corazón a cada uno de ellos.

Luis Argudo.

DEDICATORIA

Esta tesis de graduación está dedicada principalmente hacia mis padres quienes comparten mis logros y me han estado apoyando a lo largo de todos mis estudios, además de ser una inspiración para seguir mis metas y apoyarme en todas las dificultades que he atravesado durante toda mi vida.

Como de igual manera quisiera dedicar esta tesis a mis hermanos Gabi, Josué y Santiago, quienes han estado brindándome su apoyo en mi vida, siempre les voy a desear lo mejor y expresarles mi gratitud por estar siempre en los momentos buenos y malos que hemos pasado.

Nicolás Barros G.

AGRADECIMIENTO

Primeramente, quiero dar las gracias a Dios que a pesar de todos los buenos y malos momentos nunca me ha abandonado y me ha dado fuerzas para continuar en este camino.

A mis padres de manera especial que me han brindado su apoyo incondicional han estado conmigo en las buenas y malas, pero sobre todo en las malas confiando en mí, dándome fortaleza, disciplina para ir por el camino correcto, todo esto es gracias a ellos.

Agradezco también a mis profesores que, a más de ser mis mentores, en momentos se convirtieron como mis padres cuando más lo necesitaba apoyándome, aconsejándome, haciéndome crecer día a día, sobre todo por su amistad.

A la Universidad del Azuay por abrirme las puertas y ser parte de esta comunidad, en la que pase una de las mejores experiencias de mi vida.

Por último, a todos y cada uno de las personas que han estado presentes y han formado parte de esta aventura, la cual hemos ido creciendo profesional y espiritualmente, de todo corazón gracias a todos.

Luis Argudo.

AGRADECIMIENTO

Quisiera poder agradecer a todos mis amigos, familiares y personas que estuvieron presentes para lograr llegar a este momento único e inolvidable de mi vida, y es más aún difícil que es expresar el aprecio que han generado a lo largo de mi carrera universitaria, también un agradecimiento especial a mis profesores quienes me dieron una de las mejores experiencias por brindarme su sabiduría, mantenido esa actitud única.

Agradecer también a nuestro director de tesis Ronal Chaca, quien fue nuestro guía en todo el desarrollo de nuestro proyecto y un apoyo fundamental por brindarnos su paciencia y apoyo.

Nicolás Barros G.

RESUMEN

La presente investigación es una propuesta para la gestión de un producto turístico rural en la parroquia San Isidro en el Cantón Morona, la recopilación de información del territorio se caracteriza por la aplicación de herramientas de evaluación, tales como, matrices de vocación turística, actores locales, inventario turístico, entre otras.

Esta es una investigación es de tipo cualitativa, exploratoria la cual permite el análisis de los datos obtenidos a partir de la creación de redes semánticas, y su incidencia en la creación de productos turísticos que promuevan la dinamización de la oferta turística, como base fundamental para mejorar las condiciones de vida de la población local.

Palabras clave: artesanías, atractivos turísticos, gestión de productos, hacienda de café, ruta turística.



Mg. Ronal Chaca

E. Director

ABSTRACT

This research is a proposal for the management of a rural tourism product in San Isidro Township in the canton of Morona. The data collection from the territory was characterized by the application of evaluation tools, such as matrices of tourism vocation, local actors, tourism inventory, among others. This is a qualitative, exploratory research which allows the analysis of the data obtained from the creation of semantic networks, and its impact on the creation of tourism products that promote the revitalization of the tourism offer, as a fundamental basis for improving the living conditions of the local population.

Key words: handicrafts, tourist attractions, product management, coffee plantation, tourist route.

Translated by



Nicolás Barros G.



Luis Argudo

ÍNDICE

DEDICATORIA	2
AGRADECIMIENTOS	4
RESUMEN	6
ABSTRACT	7
JUSTIFICACIÓN	13
CAPÍTULO I	14
1. ANALIZAR LA INFORMACIÓN RELEVANTE SOBRE LOS PRODUCTOS TURÍSTICOS EN EL ECUADOR, REUNIR SUFICIENTE INFORMACIÓN BIBLIOGRÁFICA QUE SUSTENTA ESTA INVESTIGACIÓN.	14
1.1 MARCO TEÓRICO	14
1.2 MARCO LEGAL	19
1.3 ESTADO DEL ARTE	23
1.3.1 Comparativa Internacional	23
1.3.2 Comparativa Nacional	23
1.4 MACRO LOCALIZACIÓN	24
1.5 MICROLOCALIZACIÓN	29
1.5.1 Parroquia San Isidro	29
1.5.2 Problemática	37
1.5.3 Ubicación hacienda Yungalli	39
CAPITULO II	41
2. DIAGNOSTICAR EL POTENCIAL TERRITORIAL PARA VALORAR LA VOCACIÓN TURÍSTICA DEL CASO DE ESTUDIO.	41
2.1 ATRACTIVOS TURÍSTICOS	41
2.2 DESARROLLO DE PRODUCTOS	42
2.3 ANÁLISIS DE MATRICES	52
2.3.1 Matriz FODA	52
2.3.2 Matriz vocación turística	57
2.3.3 Ficha de vocación turística	70
2.3.4 Matriz de Inventarios	71
2.3.5 Matriz de Involucrados	90
2.3.6 Matriz Buyer Person	99
2.3.7 Mapa de Empatía	104

2.3.8	Matriz Canvas	106
2.3.9	Propuesta de valor	110
2.3.10	Análisis del perfil del turista	112
CAPITULO III		117
3.	PROPONER UN PRODUCTO TURÍSTICO A PARTIR DEL ESTUDIO DEL TERRITORIO.	117
3.1	Propuestas para una ruta turística	117
3.2	¿Qué es un producto turístico?	117
3.3	Propuesta de productos	117
3.4	Propuesta de alojamiento	119
3.5	Descripción del recorrido turístico	119
3.6	Programa de visita	120
3.7	Modelo de un paquete turístico en la hacienda (Full Day)	121
3.8	Itinerario propuesto	121
CONCLUSION		123
<i>BIBLIOGRAFÍA</i>		124

ILUSTRACIONES

Ilustración 1 - Mapa del Ecuador	25
Ilustración 2 - Mapa de las regiones del Ecuador.....	27
Ilustración 3 - Distribución de provincias del Ecuador	28
Ilustración 4 - Mapa de ubicación San Isidro	39
Ilustración 5- Ubicación hacienda Yuganllí	40
Ilustración 6 - Preparación de peceras (Tilapia).....	43
Ilustración 7 - Taller de artesanías.....	45
Ilustración 8 - Plantación de café	49
Ilustración 9 - Cosecha de café.....	50

Ilustración 10 - Grafica de ubicación hacienda Yuganlli	68
Ilustración 11 - Quinta Andrés	73
Ilustración 12 - Dique San Isidro.....	76
Ilustración 13 - Complejo turístico Huachito	79
Ilustración 14 - Iglesia de San Isidro	82
Ilustración 15 - Complejo turístico Río quebrada	85
Ilustración 16 - Finca ecológica.....	88
Ilustración 17 - Propuesta de valor	110
Ilustración 18 - Interrelación de la familia productos.....	113
Ilustración 19 - Interrelación de la familia interés.....	114

TABLAS

Tabla 1 - Datos generales de San Isidro	33
Tabla 2- Datos identificación cultural	34
Tabla 3 - Ríos de Morona.....	37
Tabla 4 - Matriz FODA	53
Tabla 5 - Matriz FODA cruzado.....	53
Tabla 6 - Tabla de análisis de FODA cruzado.....	54
Tabla 7 - Tabla de resultados FODA cruzado	54
Tabla 8 - Estrategias de actuación	56
Tabla 9 - Matriz vocación turística.....	67
Tabla 10 - Asignación de valores variable uno	67

Tabla 11 - Asignación de valores variable dos.....	68
Tabla 12 - Matriz de involucrados (registro).....	92
Tabla 13- Actores involucrados (interés y poder)	93
Tabla 14 - Matriz involucrados (problemas y recursos).....	94
Tabla 15 - Actores positivos	95
Tabla 16 - Actores negativos	95
Tabla 17- Poder de apoyo del proyecto	95
Tabla 18 - Poder de oposición del proyecto	96
Tabla 19 - Estrategias para involucrados.....	98
Tabla 20 - Matriz Buyer Person	103
Tabla 21 - Matriz Canvas	109
Tabla 22 - Modelo full day del paquete propuesto.....	121
Tabla 23 - Itinerario propuesto	122

FICHAS TÉCNICAS

Ficha técnica 1- Hacienda Yuganlli.....	70
Ficha técnica 2 - Quinta de Andrés	73
Ficha técnica 3- Dique San Isidro	76
Ficha técnica 4 - Dique Huachito	79
Ficha técnica 5 - Iglesia San Isidro.....	82
Ficha técnica 6 - Río Quebrada	85
Ficha técnica 7- Finca ecológica	88

JUSTIFICACIÓN

El proyecto denominado gestión de un producto turístico en la hacienda Yuganllí en la parroquia San Isidro, es una idea que nació con el fin de aprovechar los recursos que posee, dándole el valor turístico y a la vez siendo un modelo de emprendimiento para las personas de la localidad, creando así nuevas alternativas de turismo con nuevas experiencias, contribuyendo para el beneficio local y provocando en las personas un interés de estar en contacto con la naturaleza, proponiendo la distribución adecuada de los productos y generando atracción para los mismos.

Además, se presentará la información de cada uno de los productos que se desarrollarán en el proyecto, desde la elaboración, hasta la producción, para que tanto los involucrados como la localidad, puedan crear su propio emprendimiento si así lo desea. De hecho, este puede ser uno de los primeros pasos para generar diferentes tipologías de turismo alrededor de la parroquia, siendo así está reconocida local, nacional y porque no internacional con el pasar de los años.

CAPÍTULO I

1. ANALIZAR LA INFORMACIÓN RELEVANTE SOBRE LOS PRODUCTOS TURÍSTICOS EN EL ECUADOR, REUNIR SUFICIENTE INFORMACIÓN BIBLIOGRÁFICA QUE SUSTENTA ESTA INVESTIGACIÓN.

1.1 MARCO TEÓRICO

Para el presente trabajo es necesario tener claro ciertos conceptos que se aplican en el territorio en el que este proyecto pretende desarrollarse. Así es el caso del concepto de finca en América Latina:

El nombre de la finca es aquel que hace referencia a un tipo de establecimiento que se desarrolla en una zona rural y se dedica a la creación de un determinado tipo de elemento agrícola o animal. Las fincas suelen ser instalaciones ubicadas en terrenos relativamente grandes con centros residenciales, grandes terrenos y otras instalaciones relacionadas con la producción, como tambos, molinos, silos, etc. Una finca también puede ser un tipo de propiedad que no se dedica a producción y más que cualquier otro tipo de bienes raíces de lujo en los sectores más altos de la empresa

Cuando hablamos de finca estamos haciendo referencia a un tipo de propiedad que en la mayoría de los casos tiene que ver con la producción agrícola-ganadera. El nombre es común sobre todo en España y en algunos países de Latinoamérica como Argentina o Uruguay, pero no en todos ya que cada país tiene un nombre diferenciado para este tipo de establecimientos. Una de las características principales de la finca es que es un terreno claramente delimitado, buscando establecer así la propiedad privada que una persona o un grupo de personas puede tener sobre ese terreno. La limitación que el territorio muestre puede ser visible o no, establecerse oficialmente en los títulos de propiedad.

También este concepto lo analizamos desde la perspectiva ecuatoriana: Una Finca, también denominada en Derecho fundo o predio, es una propiedad inmueble que se compone de una porción delimitada de terreno. La delimitación, llamada linde, puede ser física, mediante vallas, mojones u otros sistemas, o simplemente jurídica, mediante la descripción en una escritura de propiedad. La

finca representa el bien inmueble por excelencia: la Archivo: Tierra. Ha tenido una gran importancia desde la antigüedad por su relevancia económica en las épocas previas a la industrialización, y ha sido por ello símbolo de riqueza y prosperidad. Así pues, la regulación de los bienes inmuebles ha sido muy extensa desde épocas muy antiguas. (Ecured.cu, 2014)

Otro concepto de vital importancia en esta investigación es el del agroturismo:

El Agroturismo es un segmento del Turismo Rural que invita a los turistas a participar de las actividades cotidianas del hombre de campo, y constituyen servicios para percibir otros ingresos como complemento a los de su actividad principal, buscando así, el mejoramiento de la economía rural en las fincas y granjas y permitiendo al agricultor diversificar sus actividades, añadiendo al mismo tiempo un valor agregado a sus productos. (Food and Agriculture Organization of United Nations, 2020)

Si bien la propuesta inicial plantea un trabajo en torno a los excursionistas, también se busca incrementar un lugar de alojamiento por lo tanto es necesario entender lo que vendría hacer un ecolodge: El ecolodge es un alojamiento ecológico integrado en la naturaleza. El diseño y respeto con el medioambiente, destacan al ecolodge sobre otras ofertas turísticas.

Ir a un espacio natural protegido y alojarse en un alojamiento integrado en la naturaleza se está convirtiendo en la mejor manera de disfrutar las vacaciones en contacto con la naturaleza. (Monte Holiday Ecoturismo, 2020)

Se complementa este concepto cuando existen varios alojamientos como son los ecolodge: Es una agrupación de pequeños hoteles con una filosofía de respeto por el medio ambiente. Se pueden encontrar Ecolodges repartidos por todo el mundo, si bien están auspiciados por Prestige, una asociación europea de hoteles de prestigio y que es la que los certifica como hoteles verdes. De este modo, se ha creado una red de pequeños hoteles con encanto, en parajes naturales, para viajeros que quieren salirse de las rutas habituales y que se preocupan por el medio ambiente. (Ecologismos, 2010)

Los hoteles de la asociación cuentan con un certificado ecológico y, en algunos casos, se ofrecen viajes para turistas que deseen hacer algún tipo

de voluntariado. Hay diferentes tipos de hoteles dentro de la asociación Ecolodge. (Ecologismos, 2010)

Cada establecimiento tiene sus propias características.

Este tipo de emprendimiento busca desarrollarse en las zonas rurales por lo tanto es un tipo de turismo específico:

No hay una definición clara del concepto de Turismo Rural, quizá como consecuencia de que el mismo espacio rural es considerado de diversas formas por los distintos países y regiones del mundo. El concepto, no obstante, debe entenderse más allá de la posibilidad de oferta de alojamiento, considerando la necesidad de ofrecer otras prestaciones bien de tipo social, cultural, ocio o deportivo, siempre que su desarrollo se realice en un estricto respeto al medio natural. (CEUPE magazine, 2019)

El turismo hace referencia a lo que hace la gente cuando viaja y se queda a dormir en sitios que son diferentes a los propios (es decir, cuando las personas se alejan temporariamente de sus viviendas). Dichas actividades suelen tener como fin la diversión o el descanso, y se desarrollan por un periodo de tiempo consecutivo que resulta menor a un año. (Pérez Porto & Merino, 2010)

Por otro lado, es importante acotar que el nicho de mercado al que vamos a trabajar es el excursionista:

El excursionismo es una actividad considerada dentro de los deportes extremos por tener varias disciplinas en donde el peligro está presente. Consiste en realizar caminatas por determinados medios naturales, en un tiempo límite y siguiendo ciertas reglas y técnicas.

Se puede practicar por grandes y chicos, individual o en grupos. Los lugares en los que se puede practicar el excursionismo son: montañas, montes, bosques, selvas, costas, desiertos, cavernas, cañones, paredes rocosas, etc.

Así como en toda actividad deportiva que se realice debe haber ciertas reglas, el excursionismo no es la excepción, por lo que se debe tomar muy en cuenta lo siguiente:

- Toda excursión debe ser planeada para minimizar problemas o accidentes.

- Se debe considerar la cantidad de personas que asistirán y su condición física.
- Conocer el clima del lugar a visitar.
- Contar con el equipo necesario tanto personal como colectivo.
- Llevar un guía para que oriente y organice.
- Fomentar y respetar la seguridad tanto personal como de equipo.
- Se debe respetar todo el medio ambiente en donde se transite o acampe.
- Si es un medio rural donde se va a realizar el excursionismo, no destruir sembradíos o alguna otra construcción humana.
- Si se requiere de algún vehículo para llegar al lugar, dejarlo lo más retirado posible y en donde no dañe al ecosistema. (Vida Alternativa, 2022)

Además de lo antes mencionado es importante, tener en cuenta sobre el desarrollo de haciendas turísticas:

En términos económico-productivos, la tierra puede ser trabajada y organizada de muy diversas formas. Una de las formas más comunes en América Latina después de la conquista y colonización española fue la hacienda. Hoy en día en muchas regiones aún existen establecimientos de estas características (algunos en pleno funcionamiento y otros actualmente utilizados como espacios turísticos) que son sin duda la muestra de la presencia hispana en estas regiones.

Cuando hablamos de haciendas, tenemos que hablar de una forma de propiedad latifundista de la tierra. Esto significa que una hacienda generalmente consta de varias áreas pertenecientes a una persona o familia. Tiene que ver con la idea de que cuando América fue conquistada, los españoles dividieron sus territorios como quisieron y le dieron a cada uno el derecho de producir y gran parte de su patria. Están motivados por diferentes formas de trabajo, aunque en la mayoría de los casos tenemos que hablar de formas de trabajo explotadoras, como la esclavitud, la servidumbre y otras formas que toman los indígenas para ordenarse y que luego fueron aceptadas por los españoles (como en el mismo, por ejemplo, la mita, sistema que proporcionaba al hombre y a las personas para sus actividades y como esclavos como propiedad).

Las haciendas se dedicaban preferentemente al trabajo agrícola, el cual se desarrollaba en sus grandes extensiones de tierra. Tal como sucedía en Europa durante épocas feudales, en la hacienda agrícola americana existían un núcleo central donde se establecen las viviendas del señor o dueño y todas aquellas construcciones referentes a su vida cotidiana (como parroquias, espacios de ocio, etc.) como así también referentes al proceso productivo (molinos, silos, granjas, establos, etc.). Las casas de los trabajadores también podrían ubicarse en esta área. Obviamente, los edificios destinados a la vivienda del señor y su familia eran los más lujosos y desarrollados. (Significado Pública, 2019)

Debido a su tamaño y a la extensión de tierras disponibles, las haciendas se convirtieron en puntos neurálgicos de toda economía en América Latina y esto tiene que ver con el hecho de que, si bien variaba la producción dependiendo del clima y de las posibilidades de cada región, la cantidad de productos agrícolas y en algunos casos ganaderos que se generaban dentro de una hacienda era sin duda de gran importancia para las economías regionales. (Significado Pública, 2019)

El turismo comunitario cuenta con un gran potencial y mucho desarrollo que ofrecer, pero no ha sido considerado por la sociedad en las comunidades en donde se llega a manifestar. Como Doris Solís quien afirma que: “las comunidades indígenas y rurales empezaron lentamente, durante las últimas décadas del siglo XX, a plantearse su participación en la actividad turística, desarrollando una propuesta propia: el turismo comunitario.

Por ello el concepto que se maneja de turismo comunitario varía, pero buscan defender el mismo propósito, el desarrollo de una comunidad y es por eso que tomamos planteamos el concepto proporcionado en el PLANDETUR 2020 herramienta de planificación diseñada recientemente, en forma participativa, por el Ministerio de Turismo del país. Este concepto de turismo comunitario se encuentra posicionado en el Ecuador, gracias a la organización y gestión de sus pueblos y nacionalidades, que en la actualidad se encuentran agrupados en la FEPTCE, y al reconocimiento del turismo comunitario como uno de los programas a desarrollar en el plan estratégico.

Turismo Comunitario es la relación entre la comunidad y sus visitantes en una perspectiva intercultural en el contexto de viajes organizados, con la participación consensuada de sus miembros, garantizando el correcto manejo de los

recursos naturales, la puesta en valor de su patrimonio, derechos culturales y territoriales. derechos de las nacionalidades y pueblos, para la distribución equitativa de los beneficios generados.

Con el surgimiento del Turismo Comunitario se vieron implicados diferentes agentes externos relacionados con el ecoturismo (agencias de cooperación, ONG's), por eso no es de extrañar que el turismo comunitario llegue a ser formalizado.

La autogestión en el turismo comunitario presenta una gran ventaja con el resto de tipologías de turismo ya que este presenta la venta y variedad de sus productos (naturaleza, arqueología, vivencias de la comunidad, la cultura), en algunos mercados esto sería un plus adicional que deben incluir, logran ser el turismo comunitario un medio para la autogestión

“El turismo comunitario se convierte en un medio de reivindicación y autogestión sobre sus territorios y recursos, que sirve para reclamar un lugar en el Estado y en el Mercado, a modo de táctica del turismo”. (Gould, 1999)

1.2 MARCO LEGAL

El turismo se fundamenta en el marco legal e institucional que rige las diferentes áreas de actividad para lo cual hemos establecido nuestra investigación turística, como forma de apoyo legal al estudio.

El análisis de la oferta turística tiene una relación directa con las distintas normativas el eje básico es la Constitución de la República promulgada en el año 2008 y vigente hasta el día de hoy; A partir de aquí se ajustan las metas del Plan Nacional del Buen Vivir y la Agenda Zonal 6 junto con otras ordenanzas y directivas tanto de la provincia como del estado. Planteando los detalles a continuación:

CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR

El segundo inciso del artículo 275 de la Constitución, determina que el Estado planificará el desarrollo del país para garantizar el ejercicio de los derechos, la consecución de los objetivos del régimen de desarrollo y los principios consagrados en la Constitución. La planificación propiciará la equidad social y territorial, promoverá la concertación, y será participativa, descentralizada, desconcentrada y transparente. (República del Ecuador, 2008)

Constituye objetivo del régimen de desarrollo, el promover un ordenamiento territorial equilibrado y equitativo que integre y articule las actividades socioculturales, administrativas, económicas y de gestión, y que coadyuve a la unidad del Estado, según lo dispuesto en el numeral 6 del artículo 276 de la Constitución. (República del Ecuador, 2008)

El título quinto del artículo 238 de la Constitución de la República, de acuerdo al código orgánico de organización territorial, autónomo y descentralizado señala que los gobiernos provinciales deberán exclusivamente realizar la planificación del desarrollo provincial y establecer los correspondientes planes de ordenamiento territorial, de manera especializada con la planificación del territorio nacional, regional, cantonal y parroquial. (República del Ecuador, 2008)

El primer numeral del artículo 264 de la Constitución de la República, señala que los gobiernos municipales tendrán como competencia exclusiva la planificación del desarrollo de todo un cantón y la regulación de los correspondientes planes de ordenamiento territorial, de manera especializada con la planificación nacional, regional, provincial y parroquial, con el fin de regular el uso y la ocupación del suelo urbano y rural. (República del Ecuador, 2008)

LEY DE TURISMO

CAPÍTULO I

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

- a) La iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional.
- b) La participación de los gobiernos provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de la descentralización;
- c) El fomento de la infraestructura nacional y el mejoramiento de los servicios públicos básicos para garantizar la adecuada satisfacción de los turistas;
- d) La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país;
- e) La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afroecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su

ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en esta Ley y sus reglamentos. (Ley de turismo, 2014)

Art. 4.- La política estatal con relación al sector del turismo, debe cumplir los siguientes objetivos:

- a) Reconocer que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de
- b) Garantizar el uso racional de los recursos naturales, históricos, culturales y arqueológicos de la Nación;
- c) Proteger al turista y fomentar la conciencia turística;
- d) Propiciar la coordinación de los diferentes estamentos del Gobierno Nacional, y de los gobiernos locales para la consecución de los objetivos turísticos;
- e) Promover la capacitación técnica y profesional de quienes ejercen legalmente la actividad turística;
- f) Promover internacionalmente al país y sus atractivos en conjunto con otros organismos del sector público y con el sector privado; y,
- g) Fomentar e incentivar el turismo interno. (Ley de turismo, 2014)

CAPÍTULO II

DE LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS Y DE QUIENES LAS EJERCEN

Art. 5.- Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:

- a) Alojamiento;
- b) Servicio de alimentos y bebidas;
- c) Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito;
- d) Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento;
- e) La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones; y,

- f) Casinos, salas de juego (bingo-mecánicos), hipódromos y parques de atracciones estables. (Ley de turismo, 2014)

La Agenda Zonal 6 estipula las directrices que ayudan a regular el desarrollo de actividades de las provincias de Cañar, Azuay y Morona Santiago, basadas en el Plan Nacional del Buen Vivir, poniendo énfasis en una nueva relación en la que se debe propiciar y fortalecer entre el ser humano, la naturaleza y su entorno. Combinando objetivos de desarrollo, equilibrio y conservación en esta área del país; los mismos que hemos considerado relacionarlos con nuestro lugar de estudio y se describen a continuación. (Ley de turismo, 2014)

AGENDA ZONAL 6

LÍNEAS DE ACCIÓN RELACIONADAS CON LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

1. Generar una oferta turística de calidad con inclusión social, reforzando la promoción turística y fortaleciendo la gestión de las entidades relacionadas con esta actividad en las zonas con mayor interés turístico dentro de la Zona 6, como Cuenca, Ingapirca, Gualaceo, Macas, entre otros.
2. Incentivar actividades productivas en coordinación con los gobiernos autónomos descentralizados, generando empleo que reduzca la desigualdad social y promueva el acceso laboral de discapacitados y mujeres.
 - Promover mecanismos para el desarrollo de actividades productivas sustentables, con responsabilidad social y ambiental, mediante la generación de incentivos económicos y compensaciones por servicios ambientales, en especial en las áreas de influencia de los proyectos estratégicos nacionales, integrando a la población en proyectos de prevención y mitigación de la contaminación ambiental.
 - Promover la protección de los paisajes naturales, la conservación de los suelos y la recuperación de los ecosistemas degradados.
 - Desarrollar un programa zonal de recuperación del patrimonio cultural, para rescatar la identidad pluricultural y los valores ancestrales.
3. Proyectar y difundir en el ámbito nacional e internacional ese nuevo sentido de ecuatorianidad a través de una agenda cultural sostenida y permanente que posicione a los nuevos actores y gestores culturales y permita visibilizar la riqueza

cultural y el talento artístico de la Zona 6. (Secretaría Nacional de desarrollo y planificación, 2010)

1.3 ESTADO DEL ARTE

1.3.1 Comparativa Internacional

En el caso de Colombia vemos que ellos tienen un poco más desarrollado el sistema de hacienda por así decirlo, ya que estos brindan servicios completos en cuanto a un tour, esta contiene un turismo más vivencial donde las personas participan de estas actividades una de las principales el café, esto consta en dar una introducción de lo que se va a presentar a continuación, dando a conocer una historia breve del café, explicando los procesos que se van a tratar, familiarizarse con los instrumentos y el lugar para proceder a realizar un buen trabajo.

México también brinda un tour cafetero, ellos hacen el recorrido por los sembríos del café de igual manera explicando un poco de la historia y las tipologías de cafés existentes, aquí recorren diferentes fincas donde en unas podrá degustar, otras participar, observar y disfrutar de cada una de estas, además de esto ellos brindan productos cercanos relacionados a la cultura como es el tequila y otros aprovechando todos los recursos y actividades propios de la zona.

Argentina es otro de los países que producen y crean rutas de cafeteras, cada uno mostrando a través de esto, sus productos de la zona, en este caso trabajan conjuntamente con las viñeras, es así que apuestan por un turismo más vivencial contando y mostrando sus productos aprovechados y trabajados.

Es por eso, que en este caso pretendemos incorporar esta tipología, moldeándolo y mejorándolo recogiendo las ideas de otros lugares para con esto crear y ser modelo de otras haciendas dando una mejor calidad de vida, ser un producto reconocido y haciendo que vivan una experiencia única, esperando que exista con el tiempo más emprendimientos como estos para poder contribuir ya no solo a la comunidad sino también a la ciudad.

1.3.2 Comparativa Nacional

En el Ecuador existen algunas haciendas dedicadas a la creación de rutas cafeteras con servicios adicionales, una de las más conocidas o nombradas es la Hacienda Danesa, es una de las más completas que brinda servicios de alojamiento, alimentación, transporte

entre otros. Además de acuerdo al ámbito turístico está más desarrollada a nivel nacional, también aprovechan los recursos y productos cercanos a ellos con el fin de dar a conocer un poco de lo que tiene la ciudad e incorporando actividades que se puedan realizar en la zona turística.

Otro de los ejemplos es la finca Casa Frajares, ubicada en la región sierra, como vemos la mayoría de emprendimientos cafeteros se encuentran en esta parte, brindando servicios similares a todos los emprendedores de este ámbito y actividades o recorridos de acuerdo al alcance que tienen en su lugar, sabiendo que cada uno tiene su estilo y forma de producción, creemos que no está de más tener en cuenta para reconstruirlo a nuestra manera.

Sin embargo es algo que queremos implementar en nuestro proyecto, por lo que mediante estos ejemplos mencionados y más, pretendemos modificarlo y crear una ruta que satisfaga las necesidades mediante el turismo vivencial, ya que la mayoría de estos les gusta intervenir y participar de todas estas actividades, por otro lado también vemos que en la Amazonía no existe una hacienda como tal, es por eso que este podría ser un modelo para incentivar a otras aprovechando los recursos que tenemos cada uno, en nuestro caso nosotros queremos promover nuestros productos dando con esta una experiencia de que la gente que visite haga sus propios productos como son artesanías, aprenda a elaborar café y actividades complementarias a esta. Además, brindar servicios adicionales como avistamiento, descanso entre otros con una visión a futuro en alojamiento para estas.

1.4 MACRO LOCALIZACIÓN

Ecuador se encuentra en la línea ecuatorial, en América del Sur, por lo que su territorio se encuentra en ambas regiones. Se encuentra en el norte, así como Colombia y Perú en el sur y el este. Al oeste, limita con el Océano Pacífico. Ecuador es un país pequeño con una población de 17.354.625 según el Instituto Nacional de Censos y Estadísticas, siendo las ciudades más pobladas Guayaquil, Quito y Cuenca. La población del Ecuador está en constante crecimiento, el 50,4% de la población son mujeres y el 49,6% de la población son hombres. Por su ubicación geográfica, Ecuador es rico en vegetación y vida silvestre, siendo uno de los pocos países en el mundo. Ecuador tiene una cultura hermosa. Mucho de lo que ahora incluye Ecuador está en el Imperio Inca, la entidad política más grande en la América precolombina.

Cuenta con 4 regiones naturales que son muy diversas y vastas, en biodiversidad y las que contienen diferentes especies tanto animales como florales debido a clima y entorno natural que engloba cada una de ellas.



Ilustración 1 - Mapa del Ecuador
 Elaboración: Nicolás Barros – Luis Argudo

División Regional

La República del Ecuador está dividida en cuatro regiones con acceso al Océano Pacífico, la Amazonía, las Islas Galápagos y los Andes. (entre el Océano Pacífico y las montañas), las montañas (Andes) y el Amazonas (al este de las montañas). Además, el país también incluye las Islas Galápagos.

Región Costa

Su territorio está formado por llanuras fértiles, cerros, cuencas sedimentarias y bajorrelieves. Sus cinco provincias cuentan con playas y puntos turísticos muy atractivos. Destacan las de Esmeraldas, Manabí y Guayas. En esta zona se encuentra la red fluvial más grande del país. Esta es la cuenca del río Guayas. Ecuador tiene 640 kilómetros de costa. (Ministerio de Turismo Ecuador, 2008)

Región Sierra

La cordillera de los Andes atraviesa el país de sur a norte. Las cordilleras occidental y oriental surgen de este sistema montañoso cuando se dividen en la provincia de Loja, formando huecos y valles a lo largo del callejón interandino. Entre las dos cadenas montañosas existe una meseta que alcanza los tres mil metros de altura. La Sierra cuenta con importantes cadenas montañosas como Chimborazo, Illinizas, Cotopaxi, Cayambe y Antisana. Las grandes elevaciones ocurren desde el centro hacia el norte del país. (Ministerio de Turismo Ecuador, 2008)

Región Amazónica

El relieve de la Amazonía está conformado por una serie de cerros que se originan en la parte oriental de los Andes y descienden hasta las llanuras de la Amazonía, cuya cuenca incluye importantes ríos como el Putumayo, Napo y Pastaza. Hay dos regiones geográficas: Alto Amazonas y Llanura Amazónica. En el primero se encuentran las sierras de Napo Galeras, Cutucú y Cóndor. Los relieves más notables de la región se encuentran en la parte norte, cerca del volcán Sumaco, y los más bajos hacia el lado este. Cinco de las provincias del país están ubicadas en la Amazonía. (Ministerio de Turismo Ecuador, 2008)

Región Insular o Galápagos

Es un Archipiélago, se compone de 13 islas grandes, 17 islas y muchas rocas antiguas (obligado: mapa de la isla). Se originó en un volcán y estaba a casi mil millas debajo de la superficie. Su superficie es de 8.000 kilómetros cuadrados. Su volcán más grande, que se eleva entre 1.000 y 1.600 metros sobre el nivel del mar, se encuentra en la isla Isabela. Algunos de ellos son Wolf, Cerro Azul y Darwin. (Ministerio de Turismo Ecuador, 2008)

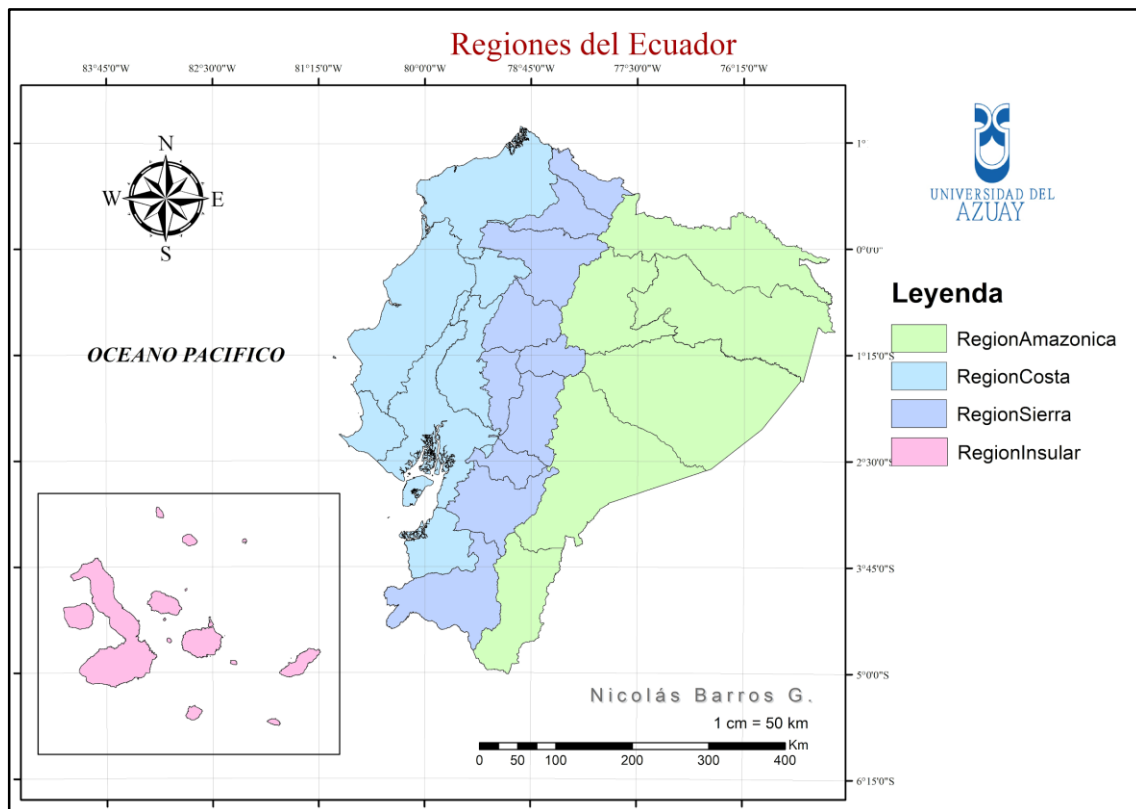
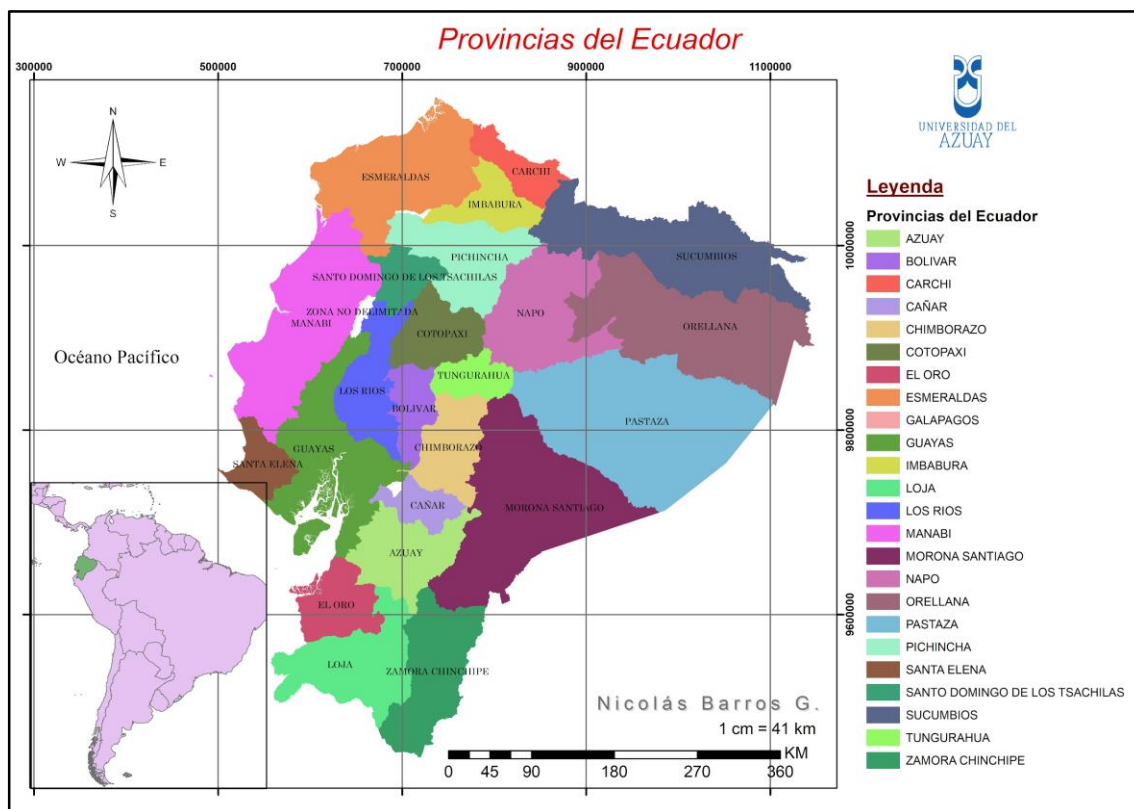


Ilustración 2 - Mapa de las regiones del Ecuador
 Elaboración: Nicolás Barros – Luis Argudo

En estas cuatro regiones se dividen 24 provincias, la mayoría con su propia gastronomía y turismo, así como sus atractivos. Las provincias de Esmeraldas, Manabí, Los Ríos, Guayas, El Oro y Santa Elena están ubicadas en el Océano Pacífico. En las montañas, en la parte norte de los Andes, se encuentran Carchi, Imbabura, Pichincha, Santo Domingo de los Tsáchilas, Cotopaxi, Tungurahua y Chimborazo; en el sector sur se encuentran Bolívar, Cañar, Azuay y Loja. En la Amazonía, en cambio, se encuentran Sucumbíos, Napo, Pastaza, Orellana, Morona Santiago y Zamora Chinchipe. Y en la región insular de Galápagos, que consta de trece islas grandes. (Ministerio de Turismo Ecuador, 2008)



*Ilustración 3 - Distribución de provincias del Ecuador
Elaboración: Nicolás Barros – Luis Argudo*

Provincia de Morona Santiago

Morona Santiago es una de las 24 provincias que conforman el Ecuador. Es también la segunda más grande de la Amazonia. Su capital es la ciudad de Macas, la cual, además, es su urbe más poblada. Este pueblo es conocido universalmente como reductores de cabeza humana, por su espíritu guerrero, hoy no vigente. (Ecured, 2019)

La provincia de Morona Santiago se encuentra ubicada en el centro sur del país, en los lados exteriores de la cordillera occidental al oeste y la extensa llanura amazónica al este.

Las principales actividades económicas son el turismo, la agricultura y el comercio. Se destaca por ser una zona turística con peculiares atractivos, como la Cueva de los Tayos, los valles de Upano, el Parque Binacional Cónдор y alberga algunas nacionalidades nativas. (Najamtai, 2020)

Las mesetas y los valles de rica vegetación definen diferentes pisos climáticos con temperaturas entre 18° C y 23° C, los climas tropicales y subtropicales.

Las selvas de la provincia albergan tres nacionalidades indígenas amazónicas como son la Achuar, Shiwiar y Shuar.

Morona Santiago es una provincia próspera y sus productos comerciales son la caña de azúcar, la naranjilla, el té, el café y la yuca. (GoRaymi, 2022)

La provincia se ubica al sur-norte del país y limita al norte y oeste con las provincias de Pastaza y Tungurahua, respectivamente. Limita al oeste con las provincias de Chimborazo, Cañar y Azuay, y al este con las provincias de Condorcanqui y Datem del Marañón en Perú. Su población es la segunda más grande del Ecuador después de la Pastaza.

Morona Santiago es sin lugar a dudas una de las regiones más biodiversas del planeta y la segunda con mayor diversidad de especies que se ubica dentro de las 24 Provincias que conforman a la unidad territorial de la República del Ecuador.

Es por ello que esta región es ampliamente valorada como una potencia turística, con atractivos no solo naturales, sino culturales. Las características tales como su historia, costumbres, gastronomía son algunas de las más importantes. (epjafeta, 2019)

1.5 MICROLOCALIZACIÓN

1.5.1 Parroquia San Isidro

Antecedentes Históricos

El origen de los habitantes de la parroquia de San Isidro, se remonta hace miles de años atrás; según datos obtenidos, esta raza fue de origen quechua que emigraron de la provincia de Chimborazo; estos habitantes vivían en varios sectores como Puente Hondo, Totoras, Chanalá y Chillán; luego se trasladaron a Zuñac que comprendía los lugares de: San Vicente, Playas, San Francisco y Purshi que más tarde se parroquialización.

Por los años 1960 llegan a este sector unas personas de origen colombiano que viajaban al Oriente por estos lugares, cuyo objetivo era comercializar los productos de mucha fama en ese entonces, como era la cascarilla, el caucho, la canela, etc. Muchas de estas personas pasajeras decidieron quedarse en este lugar tales como Cabrera, Bolaños, Gualpa, Morán, Chamorro. El crecimiento demográfico de este pueblo se fue acentuando y las tierras iban siendo cada vez más improductivas, estas familias deciden trasladarse a un sector denominado Chillán, según datos obtenidos se sabe que este lugar se encontraba a unos diez kilómetros de Zuñac.

Las tierras de Chillán se volvieron improproductivas y empezó la pobreza de los moradores, motivo por el cual tuvieron que emigrar. Algunas familias se quedaron en San Vicente, Playas y otras en 9 de octubre, pero pocas familias insinuadas por el padre misionero Isidoro Formagio, deciden emigrar al lugar donde está ubicada actualmente la parroquia, en ese entonces llamada La Planada.

En este lugar se cultivaban frejol, maíz, habas, zambo, melloco, cebada, cebolla, col, zapallo, calabaza. Al inicio la producción fue muy excelente y abundante, pero con el pasar del tiempo, fueron disminuyendo, debido a que las tierras se volvían improproductivas.

Como no abastecía la demanda intensa de los moradores y con el fin de mejorar sus condiciones de vida, deciden cambiar de lugar, mientras tanto, esas familias comercializaban algunos artículos desde Guamote Macas y viceversa. Desde Macas se transportaba la hoja de tabaco o hishpingo, cuero de res, maní, plátano, yuca, aguardiente, etc.; el maní era vendido en la sierra en 2 reales, el trago se vendía mediante trueque con los productos de la sierra, como son el trigo, cebada, machica, etc. (Gobierno Autonomo Parroquial San Isidro, 2019)

Primeros Habitantes

Varios factores hicieron que estos pobladores de Chillan, Purshi, Zuñac y otros tomen la decisión de migrar hacia La Planada, actual San Isidro, de los cuales anotaremos los siguientes: improproductividad del suelo, ya que no satisfacía la demanda interna de los moradores, la falta de atención médica por la distancia que existía hacia las grandes ciudades; siendo una de las razones por las que muchos pobladores fallecieron.

Otro de los motivos por el cual los moradores deciden migrar es por persuasión de parte del sacerdote misionero Isidro Formagio, quien indicó que conocía un lugar productivo y que se ubicaba cerca de Macas. Otro factor es que Chillán quedaba alejado del camino vecinal que unía Macas-Guamote y que en aquel entonces se encontraba en proceso de construcción.

Un doce de octubre de 1949, la familia Cabrera Chacha decide emigrar hacia “La Planada”, encontrándose con el señor Celolfio Noguera Rivadeneira, oriundo de Macas; su esposa Isabel Jaramillo Merino. Este señor se encontraba desempeñando la función de tambero, su misión fue la de mantener limpio un tramo del camino que conducía desde Macas hacia Guamote.

Volviendo a la trayectoria sobre la venida de los primeros habitantes de San Isidro, se dice que por el año 1949, el señor Alejandro Cabrera y su hijo Ijidio Cabrera vinieron por un tiempo de 15 días hacia “La Planada”, en donde dejaron construyendo una pequeña finca y se regresaron de nuevo hacia Chanalá. (Gobierno Autonomo Parroquial San Isidro, 2019)

Fundación

Luego de una larga y constante lucha contra la abrupta selva de la amazonia; algunos ofrendaron sus vidas, pero muchos resistieron a todas dificultades que brindaba la naturaleza, tales como las constantes lluvias y el clima mismo, la zona a que se conocía con el nombre de “La Planada” fue fundado por el padre Isidoro Formagio en el año de 1950; con el nombre de San Isidro; en memoria del fundador.

Este pueblo en ese entonces se fundó con 20 colonos, 6 casas y una iglesia construida con la ayuda y colaboración de la Misión Salesiana de Macas; se debe anotar que a la llegada de los primeros habitantes oriundos de Chanalá, el sacerdote Isidoro Formagio les proporcionó víveres para la subsistencia de las familias; hasta cuando ellos pudiesen subsistir con sus propios medios.

Siempre con la iniciativa y coordinación de la Misión Salesiana de Macas, más tarde se procede a construir una pequeña escuela con el apoyo de los mismos moradores. El nombre de la misma fue José Ricardo Martínez Cobo, trabajando como primer profesor el señor Manuel Jaramillo, oriundo de Macas. (Gobierno Autonomo Parroquial San Isidro, 2019)

Organización

El caserío de San Isidro estuvo organizado por el jefe de Campo, quien velaba por las necesidades del pueblo y tenía las mismas atribuciones que el Teniente Político, excepto las de juzgamiento, y, tenía el deber de informar a la máxima autoridad de Macas para su respectivo juzgamiento, este cargo honorífico, lo desempeñó por el lapso de 8 años el señor Salomón Zabala Rivadeneira; también cumplió este mismo papel el señor Enrique Chacha; sus atribuciones fueron las de organizar mingas con los pobladores y solicitar ayuda a las instituciones de Macas, con la colaboración o coordinación de la Misión Salesiana y los maestros educadores del turno. (Gobierno Autonomo Parroquial San Isidro, 2019)

Festividades

Luego de arduas y numerosas gestiones emprendidas por los pobladores del caserío San Isidro, mediante publicación en el registro Oficial N° 206 de fecha 6 de septiembre de 1967 se declara oficialmente creada la parroquia San Isidro. El 19 de marzo se celebra la fiesta patronal del colegio “José Cuero y Caicedo”, de la escuela y del Barrio, en honor a San José. El 15 de mayo se festeja la fiesta Patronal en honor a San Isidro y el 6 de septiembre la de Parroquialización. La comunidad del Edén celebra su fiesta el 9 de Julio junto con la escuela. (Gobierno Autonomo Parroquial San Isidro, 2019)

Datos generales

San Isidro se encuentra a 12 km al norte de la capital provincial, Macas. El clima es templado, sub húmedo, lluvioso, y su temperatura fluctúa entre 12 y 18 °C. La población que habita en la parroquia presenta características de un alto mestizaje, debido a que los habitantes han venido de diferentes lugares. Sin embargo, en la parroquia hay dos nacionalidades o culturas, los colonos-mestizos y los Shuar, que son nativos de la Amazonía. El idioma principal es el castellano, sin embargo, una parte de la población Shuar, habla su propio idioma. La parroquia de San Isidro, está situada en el valle de su propio nombre, rodeada de la cordillera Yungalli y de la cadena montañosa que se denomina Domono. (ViajandoX, 2019)

Las fiestas más representativas son: el 15 de mayo las fiestas Patronales y de parroquialización; y el 19 de marzo se celebran las fiestas patronales del colegio “José Cuero y Caicedo”, en honor a San José. En la zona se puede realizar montañismo, pesca deportiva en los ríos aledaños. Se puede pasear a caballo por los cuatro caminos de herradura que existen como: Mauca tambillo, Titilamo, Domono alto, Tanques de Agua. Se encuentran casas antiguas fabricadas en madera guayacán y otras maderas nativas. (ViajandoX, 2019)

Datos de la Parroquia	
Provincia	Morona Santiago
Cantón	Morona

Parroquia	San Isidro
Cabecera Parroquial	San Isidro
Fecha de creación de la parroquia	El 6 de septiembre de 1967, publicado en el registro oficial N° 206
Población total al 2015	802 habitantes
Límites	<p>Norte: Limita con el curso del río Upano, desde su unión con el Abanico, hasta la curva que forma la desembocadura del río Volcán.</p> <p>Sur: Río Jurumbaino, hasta la unión con la quebrada siguiendo hasta el río Abanico.</p> <p>Este: El curso del río Upano, hasta el punto donde arranca la línea del lindero sur.</p> <p>Oeste: Aguas abajo por el río Abanico</p>
Extensión	128,61 Km ²
Altura promedio	Max: 2080 m.s.n.m Min: 1080 m.s.n.m

*Tabla 1 - Datos generales de San Isidro
Fuente: Equipo técnico PDOT*

La población parroquial es más de las tres cuartas partes se autoidentifican como mestizos, esto es el 78,47% de su total con 616 personas; y es un grupo que en sus inicios emigraron de la sierra central, provincia de Chimborazo. Le sigue el grupo Indígena que en su mayoría son de la Nacionalidad Shuar con 117 personas equivalente al 14,90%, generalmente dedicados a las labores de jornaleros en las fincas; luego en porcentajes menores están los que se identifican como Blancos con el 4,46%, los Afro ecuatorianos con el 1,02%, los Mulatos con el 0,76% y otros 0,38%. (Plan de desarrollo y ordenamiento territorial, 2017-2021). (Gobierno Autonomo Parroquial San Isidro, 2019)

Autoidentificación según cultura y costumbres	Total	%
Indígena	117	14,90
Afroecuatoriano(a) Afrodescendiente	8	1,02
Mulato(a)	6	0,76
Mestizo(a)	616	78,47
Blanco(a)	35	4,46
Otro(a)	3	0,38
Total	785	100

*Tabla 2- Datos identificación cultural
Fuente: INEC, censo de población y vivienda 2010.*

La Población en edad de trabajar representa el 75% de la Población Total de la parroquia.

La población económicamente activa representa el 50% de la población en edad de trabajar. La población potencialmente inactiva es aquella población que estando en edad de trabajar no trabajan, estudiantes, rentistas, incapacitados permanentes jubilados. Esta población representa 49,92% de la población en edad de trabajar. (Gobierno Autonomo Parroquial San Isidro, 2019)

Factores económicos

Principales Productos Agrícolas de la Parroquia San Isidro En la parroquia San Isidro predominan los cultivos de ciclo corto como la yuca que se da en toda la parroquia sobre todo en la comunidad El Edén; cultivos de papa china, yuca, plátano, esta producción la comercializan en la ciudad de el Puyo. Determinadas familias se dedican al trabajo de huertos familiares donde cultivan (lechuga, cebolla, fréjol, maní, maíz blanco); últimamente se ha observado cultivos de pitajaya; esta producción no se lo realiza con fines comerciales sino para solventar las necesidades de alimentación familiar. (Gobierno Autonomo Parroquial San Isidro, 2019)

Los productos que se producen a nivel local y que por tanto contribuyen a la seguridad alimentaria de las familias de la parroquia San Isidro, son las hortalizas tales

como cebolla, acelgas, nabos, hierbita, frejol etc., así como también se abastecen de los productos que producen en sus fincas tales como la papa china, la yuca y el plátano. Al ser esta una parroquia conformada por 78,47% de población mestiza en su mayoría procedente de la sierra central, por tanto, como identificación cultural aprovechando las bondades del tipo de suelo tienen preferencia a la producción de hortalizas a través del mecanismo de huertos familiares, para contribuir a la seguridad alimentaria de sus hogares y para la comercialización en el local. La comunidad El Edén es la que provee de las hortalizas a la población del centro de la parroquia. (Gobierno Autonomo Parroquial San Isidro, 2019)

La Parroquia San Isidro se caracteriza por tener una economía básica donde cumplir con el objetivo de: Impulsar la transformación de la matriz productiva; requiere la gestión responsable de los recursos naturales, la protección del ambiente, y la utilización racional del territorio, para garantizar la calidad de vida de la población, por lo cual se considera los objetivos estratégicos trazados en el presente plan donde se propone la aplicación de políticas acordes a las bondades del territorio, su población y se promuevan nuevas técnicas de producción; se impulse la redistribución equitativa de la riqueza y se logre un mejoramiento de la calidad de vida.

Esta parroquia desde su creación se caracteriza por tener una actividad económica primaria, cuya actividad principal de las familia se centra en la Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca; y en la mayoría de los casos se desarrolla como una actividad elemental, en una economía de subsistencia; por no contar con los suficientes recursos tecnológicos y conocimientos técnicos en el área, para promover una producción tecnificada y eficiente, capaz de lograr niveles productivos óptimos y garantizar la seguridad alimentaria e ingresos permanentes para las familia.

Los titulares de los medios de producción (fincas), en su gran mayoría es la población mestiza, han basado su economía en la producción de ganado bovino, de cuyas utilidades abastece para el sustento de sus familias, y es el sector que dinamiza la economía en la parroquia, sin embargo en la actualidad sigue estancada en el sector primario, pues las políticas de gobierno llegan lentas en su aplicabilidad y existen escasos emprendimientos que agregan valor a la producción primaria; esto sumado a los demás problemas sociales, limita el desarrollo económico de su población.

El territorio nos ofrece un fuerte potencial que se pretende sea aprovechado para el desarrollo económico y social de la parroquia, al disponer de 8267,10 has cultivadas, y los atractivos lugares naturales que posee, están dispuestos para el aprovechamiento óptimo y sostenido y el logro de una economía sólida para nuestros habitantes; por lo que la visión parroquial es convertirse en un centro de producción y comercialización agro ganadera, con el desarrollo de la agricultura tecnificada, rentable y competitiva. (Gobierno Autonomo Parroquial San Isidro, 2019)

Turismo

El aprovechamiento en menor medida de las áreas naturales para la explotación turística tendrá impacto positivo en todos los habitantes de la parroquia e incluso en el cantón Morona debido a que se dinamiza la economía en los tres sectores económicos; ya que el turismo es una actividad multidimensional altamente dinamizadora de los factores productivos, incidiendo directamente en lo social, cultural, ambiental y económico, impacta en los habitantes, fortaleciendo su identidad y configurando una fuente de ingresos para toda la población. (Gobierno Autonomo Parroquial San Isidro, 2019)

San Isidro, es una parroquia bañada por un sin número de ríos y quebradas, muchas de ellas sin nombre sobre todo en la parte de la Cordillera Domono Alto ubicada en la microcuenca de drenajes menores. Según la información proporcionada por la SENPLADES y GAD Morona se han podido identificar dos ríos principales en la Parroquia: Río Upano que sirve de límite natural con las parroquias vecinas del cantón (9 de Octubre, Sinaí y Sevilla) con una longitud aproximada de 32,67 km y un área aproximada al interior de la parroquia de 2,33 y el Río Abanico con una longitud aproximada de 4.39km y un área aproximada de al interior de la parroquia de 0,15. Entre

otros ríos y quebradas de importancia en la parroquia que se han podido identificar se detallan en la siguiente en la tabla: (Gobierno Autonomo Parroquial San Isidro, 2019)

Nombre	Longitud (metros)	Longitud (Km)
Rio Sardinayacu	123,53	0,12
Rio Gualajano	2966,677	2,97
Rio Yanayacu	5268,006	5,27
Río Quebrada	8781,525	8,78
Rio Titilano	26,286	0,03
Rio Jurumbaino	1253,824	1,25
Rio Domono	16521,344	16,52
Quebrada Pujo	4522,899	4,52
Quebrada Ramos Yacu	4337,701	4,34
Quebrada Mauca Tambillo	4083,959	4,08
Quebrada Tigre	3781,906	3,78
Quebrada Eufrates	760	0,76

Tabla 3 - Ríos de Morona
Fuente: SENPLADES, GAD MORONA

1.5.2 Problemática

El problema de mayor magnitud en la parroquia es la Baja Inversión del Productor en el Sector Agropecuario, esto puede estar dado por la aversión al riesgo que involucra

este sector, y por desconocimiento de los programas de gobierno como por ejemplo el seguro agrícola para apoyar a los pequeños y medianos productores.

La falta de emprendimientos productivos, esto va íntimamente ligado al nivel de escolaridad de la población y requiere de un nivel de conocimiento y visión estratégica del negocio o emprendimiento productivo y es necesario además otros aspectos tales como el trato al cliente, las ventas y manejo correcto de las finanzas.

La deficiente articulación de las políticas públicas, escaso apoyo por parte de las instituciones a la autogestión de la parroquia, y el desinterés y desconocimiento de la población para el fomento productivo asociativo. (Gobierno Autonomo Parroquial San Isidro, 2019)

Migración

El movimiento de las personas está motivado por múltiples factores, entre ellas los de origen económico, sociales, desastres naturales entre otras que le obligan a emigrar dentro o fuera de un país en forma temporal o permanente. (Gobierno Autonomo Parroquial San Isidro, 2019)

En la parroquia San Isidro se encuentran registrados según el INEC 52 casos de inmigración de los cuales se puede dar un porcentaje mayor de hombres que de mujeres siendo este de un 72% para hombres y 23% de mujeres. Los grupos de edades que más son propensos a migrar son desde los 20 a 24 años de edad seguidos de los grupos de 15 a 19 años y de 25 a 29 años. Los destinos más seleccionados por estos grupos son Estados Unidos y España. La principal motivación de estos grupos para viajar es ir en busca de oportunidades de trabajo.

Contaminación de fuentes hídricas

En el marco de la competencia de Riego y Drenaje en el año 2015 el Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Morona Santiago ha intervenido con la maquinaria de drenaje agrícola y recuperación de la funcionalidad de los cauces naturales de agua en la parroquia San Isidro, llegando a un total de 241,75 has drenadas, para que éstas puedan ser aprovechadas y nuevamente utilizadas en actividades agropecuarias como la agricultura, ganadería o pesca evitando la expansión de la frontera agrícola. Se han realizado talleres, socializaciones y asambleas sobre el manejo adecuado del agua. (Gobierno Autonomo Parroquial San Isidro, 2019)

Minería

Existe el área Abanico 2 concesionada para la fase minera de exploración, por una extensión de 99 has de tipo aluvial, para el plazo de 25 años y que se encuentra vigente con fecha de inscripción de 04/06/2010, otorgada al Señor Álvarez Acuña Emerson Alberto. La presencia de minería en la parroquia no es a gran escala y solo se da como pequeña minería

1.5.3 Ubicación hacienda Yungalli

En el presente mapa se presenta la ubicación de la hacienda Yuganlli con respecto a la parroquia San Isidro, la hacienda está identificada con un punto rojo en el mapa, aproximadamente está a unos 10 minutos del Cantón Morona.

En el segundo mapa se muestra la dimensión de los terrenos de los cuales, la parte roja delimita la zona donde se va a trabajar nuestro proyecto ubicado en la hacienda Yuganlli, como se puede ver es la parte frontal donde está aproximadamente una hectárea trabajada y en los alrededores los límites que tiene la hacienda con sus respectivos dueños.

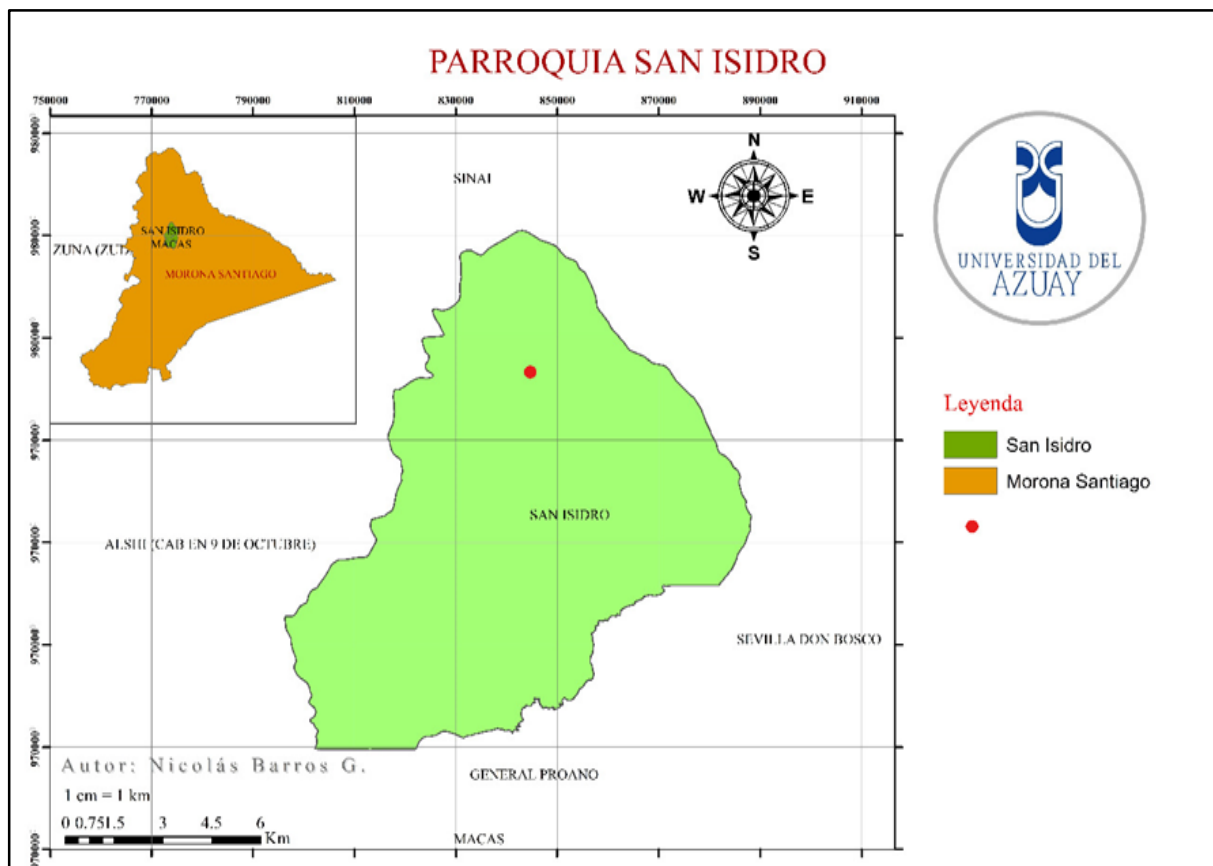


Ilustración 4 - Mapa de ubicación San Isidro
Elaboración: Nicolás Barros – Luis Argudo

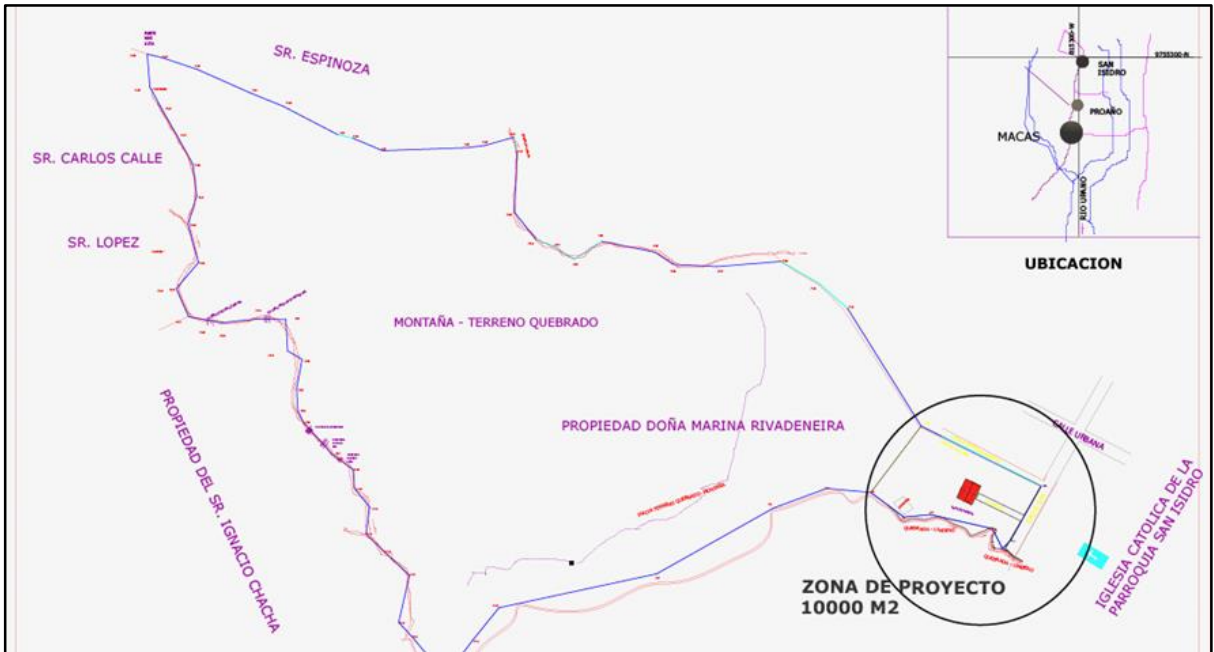


Ilustración 5- Ubicación hacienda Yuganllí
 Elaboración: Nicolás Barros – Luis Argudo

CAPITULO II

2. DIAGNOSTICAR EL POTENCIAL TERRITORIAL PARA VALORAR LA VOCACIÓN TURÍSTICA DEL CASO DE ESTUDIO.

En el presente capítulo se realizará un diagnóstico de la zona que se plantea trabajar para el desarrollo del proyecto, mediante la recopilación de información se ha logrado identificar los principales atractivos con los que cuenta la parroquia y así poder descartar algunos que han ido desapareciendo.

Por ello se procedió a la utilizar matrices que nos ayuden a analizar el territorio, valorarlo de forma general e identificar las condiciones en las que se encuentra, además, mediante estas podemos llegar a tomar decisiones que favorezcan a la resolución de los problemas encontrados.

2.1 ATRACTIVOS TURÍSTICOS

- Mirador el Paraíso: Se encuentra al norte de San Isidro, se aprecia el río Abanico, se pueden observar orquídeas, bromelias y helechos. Existe una gran diversidad de aves, animales, mariposas e insectos, en este sitio se puede acampar, hacer caminatas y fotografía.
- Río Quebrada: Este río atraviesa la comunidad de San Isidro, a este río se le realiza captación de sus aguas para que funcione como planta potabilizadora de agua, Se puede hacer camping, caminatas y fotografías.
- Centro de Rescate de Orquídeas: Es un centro privado, que se encarga de rescatar especies de orquídeas que están en peligro de extinción. Todas las especies que encontramos en el centro de rescate son de la zona de amortiguamiento del Parque Nacional Sangay, hay que hablar con el propietario para poder ingresar su nombre es Germán Chacha.
- Iglesia de San Isidro: Se crea en el año de 1950, está ubicada al norte de la comunidad, diagonal al colegio “Prócer José Cuero y Caicedo” está formada por grandes vitrales y un hermoso altar.
- Finca Ecológica del Señor German Mancheno: Es una finca privada, atravesada por el río Pujo, existe un área extensa de bosque secundario en el cual se puede observar flora y fauna típica de la zona, se puede realizar pesca deportiva, camping, recreación y fotografías. Las actividades que se pueden realizar son: Camping, Caminata y Fotografía principalmente. (ViajandoX, 2019)

2.2 DESARROLLO DE PRODUCTOS

Piscicultura

La parroquia cuenta con el proyecto de peces ejecutado por el GAD Parroquial durante el 2015, integrado por 38 beneficiarios en un número de 500 a 2000 por beneficiario, dependiendo de la capacidad de las peceras.

Existen 5 beneficiarios sostenibles en proyectos piscícolas y que cuentan hasta con treinta años de experiencia en el manejo de este tipo de cultivo, obteniéndose regulares resultados en su producción.

Existe una producción promedio de 3000 peces anuales de productores que se dedican permanentemente a esta actividad y que lo realizan con fines comerciales. Mientras otros lo hacen como una actividad doméstica para el autoconsumo familiar.

Las especies que producen son las tilapias y las cachamas, mismas que se han adaptado a la zona.

Don José Rivadeneira es el encargado del cuidado de la hacienda y una de las tareas que él realiza es el mantenimiento de las piscinas de tilapias donde se encuentran en crecimiento, para estar listas para su consumo. Actualmente cuenta con 5 piscinas para la crianza de estas, la cual se le quiere dar un giro haciendo de este producto comercial a turístico.



Ilustración 6 - Preparación de peceras (Tilapia)
Fuente: Nicolás Barros – Luis Argudo

Apicultura

La apicultura se la puede definir como una actividad enfocada en la crianza de abejas manteniendo ciertos cuidados, este proceso tiene como fin la obtención de productos que se pueden elaborar y recolectar. Uno de los más significativos que elaboran es la miel, además los beneficios que se pueden obtener llegan a ser directos e indirectos. Directos porque estamos obteniendo un producto como por ejemplo cera, miel, jalea, polen y esta puede llegar a ser beneficiosa económicamente. Es indirecto por el motivo de polinización que realizan las abejas tanto en cultivos como en otras especies de plantas.

En la actualidad, el Ministerio de Agricultura y Ganadería aplica estrategias para el fomento apícola por medio de tres ejes principales: asistencia técnica, transferencia de tecnología y crédito apícola.

Las abejas son parte importante del medio ambiente, y su bienestar es crucial para la vida, no únicamente en términos de conservación de la biodiversidad y hábitat, sino también de sostenibilidad de la economía de los pequeños productores que se inmiscuyen en la apicultura. (Ministerio de Agricultura y Ganadería, 2018)

Artesanías

Don José Rivadeneira quien es el encargado de la hacienda Yuganllí nos enseñó el proceso para la realización de las artesanías shuar muchas de ellas son trabajadas en madera, cerámica y otros más. El proceso que antes se utilizaba consistía en preparar los materiales se colocaban junto con agua y a batir durante 15 minutos dos veces al día tanto de mañana como de tarde para que empiece a formarse la masa, con ese procedimiento se continua hasta conseguir la arcilla. Una vez obtenida esa arcilla empiezan a darle la forma que ellos desean y para finalmente llevarla a terminar en los hornos.

Actualmente existe un nuevo método para la preparación de artesanías, primero inician con la preparación de la arcilla, donde en una máquina trituran la arcilla para hacerla polvo para posteriormente pasar a una segunda máquina que bate el polvo de la arcilla en conjunto con porciones de agua para finalmente ir trabajando esta arcilla terminada y proceder hacerle cerámica. Para hacer las figuras pueden utilizar máquinas o sin tienen habilidad con manualidades pueden solamente llegar a conseguir buenas formas solo con las manos, además los cursos que se brindan son dictados por un profesor propiamente dedicado a este tipo de talleres, últimamente los cursos no se están brindando debido al golpe de la pandemia y por la falta del personal que dicta los cursos. Cada figurar después de terminar de ser moldeado y dado ciertos detalles durante días, posteriormente se procede a pintar y pasan a los hornos para finalmente lacarlos para que quede un detalle nuevo y brillante.

Con el apoyo de expertos en la materia tanto ecuatorianos como extranjeros se brinda al público talleres de todo tipo para la formación de nuevos emprendimientos, fortaleciendo así sus destrezas y habilidades.



*Ilustración 7 - Taller de artesanías
Fuente: Nicolás Barros – Luis Argudo*

Café

En una entrevista al Ingeniero Agrónomo Gabriel Tello, que ha trabajado en la Fundación Otonga, la cual esta se enfoca en un turismo ambiental por así decirlo, ahí pasó 7 años de los cuales cogió un poco de experiencia en el ámbito turístico, además es algo que a él le gusta. También se dedicaba a la identificación de plantas que supone que es algo que a la gente le gusta y le llama la atención. Ahora mismo trabajador de la Hacienda Yuganlli y encargado de toda la producción cafetera, a continuación, nos comenta cómo se realiza el proceso.

El café no es propio de aquí con la venida de los Europeos empezó a entrar este producto, el café es originario de África, existen dos especies, el arábica o de altura y el robusta o canephora, la robusta es un café muy ácido, astringente y se usa para tener más producción en volumen, en cambio el arábica en este caso como el catuaí que es un híbrido, es una mezcla de dos cafés arábigos, estos en este caso se diferencian del robusta porque es más dulce, no es muy amargo he inclusive dándole el proceso adecuado puede llegar a tener mucho valor dentro del café de especialidad, al café se le da calificaciones desde el 0 hasta el 100 siendo cafés de excelente calidad de 86 hasta 100 puntos, esos son

café de especialidad y estos cafés a nivel de Ecuador e inclusive de la provincia está teniendo bastante acogida, porque mientras la calidad es mal alta sube el valor, por ejemplo recién se realizó la tasa dorada donde indican que el valor de una libra está a razón de 27 dólares por lo que empresas Coreanas están muy interesadas en el café Ecuatoriano y no solo de corea sino también de Finlandia y Japón, últimamente estas empresas están pagando cerca de 9 mil dólares por un nano lote (lo que es menos de un micro lote), cuando a nivel de país pagan un saquillo a 160 lo que hace una diferencia abismal, entonces el café de altura debe llevar un proceso riguroso si buscamos que tenga ese valor agregado, por ejemplo en el cultivo todo lo que es cuestión de fertilización, manejo integrado de enfermedades y plagas, en este caso una de las plagas más agresivas que hemos tenido a nivel de provincia es la broca, este insecto que empieza a introducirse dentro del café y daña todo, prácticamente lo que se vende es la semilla y si la semilla está dañada nadie lo compra, es por eso que las buenas prácticas agrícolas permiten que este café en cultivo esté bien, saludable para desde ahí empezar todo el proceso.

Primero se cosechan los productos maduros, existen unas variedades amarillas cuando son maduras y unas rojas, son diferentes, pero una vez diferenciado esto se debe hacerse en un día de sol preferiblemente, porque en el sol el azúcar sube por lo tanto sube el sabor del café, los grados brix que en este caso son los sólidos solubles o azúcares que están dentro del café, mientras que cuando llueve es como que pierde el sabor, similar a una caña al chupar en una zona lluviosa pierde totalmente el sabor que hacerlo en un lugar cálido, seguido esto una vez cosechado se hace el collado en este proceso se pone dentro de tinas, se llena de agua, luego el café que no esté lleno empezará a flotar, seguido sacamos el grano flotante porque una, no está lleno, dos tiene baja calidad, además es una pérdida de tiempo procesar eso, se lo puede procesar luego pero solo para consumo propio, luego del collado se hace el despulpado que consta en despulpar la semilla, normalmente en el cantón los productores lo dejan fermentar por 10, 30 hasta 60 horas porque tienen la creencia de que mientras más fermenta es mucho mejor, pero hasta ahora no se ha llegado a unas horas específicas para decir que este producto va hacer de tal calidad, nosotros lo hacemos por 15 horas.

En el proceso de lavado se saca el aguamiel, es decir, toda la miel que recubre al grano, se procede a retirar, una vez retirada esa miel lo que se hace es pasar a las paseras o marquesinas y eso tiene que estar en constante movimiento más o menos unas 4 veces al día en los primeros días y en los últimos días de 2 a 3 veces hay que remover para que

se seque el café. Una vez terminado el proceso de secado lo que se hace es medir la humedad, la humedad dependerá si uno produce café con fines comerciales la humedad óptima para venta dentro del país es de 9.5 a 10, mientras más duro esté más seco estará, este método es casero ya que los medidores de humedad están por los 1000 dólares, una vez que ya esté seco el grano, dependiendo de lo que pida el comprador lo que uno hace es sacar una muestra del café y enviar, pero antes de eso se lo debe hacer reposar, ya que ha estado expuesto a diferentes cambios.

El grano tiene un verdor dentro de toda la estructura del café, lo cual son los aceites que contiene, es por eso que cuando uno tuesta el café tiene ese olor, es porque se están quemando esos aceites, por lo que es recomendable hacerlo reposar para que los aceites recorran y cubran todo el grano, eso es lo que se busca más o menos se necesita un reposo de un mes como mínimo y luego posteriormente se puede hacer la venta. Como se puede llegar a determinar si tiene un puntaje de 80, 100 o menos, pues lo que se hace es enviar una muestra de café al catador, este se encarga de calificar 10 características del café, entre estos tenemos: aroma, taza limpia, uniformidad, sabor y otros 5 atributos más, cada uno de esos atributos se califica sobre 10 puntos, sumados los 10 se procede a sacar un promedio y ese es el puntaje final. Lastimosamente no se ha explotado mucho porque no hay apoyo muchas de las personas que se dedican al cultivo no saben que están con plagas, no saben qué proceso darle, no tienen infraestructura, por lo que se busca estandarizar, es decir, que todos tengan el mismo proceso para poder tener una calidad constante, ya que esto requiere de bastante cuidado, conciencia en el sentido de realizar todo el proceso correctamente. Así después de todo esto al tener una idea del puntaje de nuestro café ya se puede enviar y proponer a compradores de acuerdo a lo que nos pidan, se puede enviar en pergamino o mandar el grano verduoso.

Por eso es importante impulsar este producto, ya que independientemente de la cuestión comercial esta puede ser un atractivo turístico de mucha relevancia a nivel de provincia porque primeramente son cafés que están siendo cultivados en suelos volcánicos o zonas volcánicas como el Sangay, son cafés amazónicos, se tiene mejor radiación solar y porque no poder ser reconocidos también por tener un café de calidad como lo es el café lojano, entonces la idea es buscar la forma de cómo potencializar, sacarle provecho a todo, es posible pero se necesita de políticas que impulsen, que exista trabajo en conjunto con las alcaldías, gobiernos parroquiales, entre otros, para poder sacar adelante es muy interesante tanto así que una libra de café puede llegar a costar 1300

dólares, pero todo dependiendo del proceso, la calidad está por encima de el volumen se puede ganar más con menos, no hace falta una gran producción.

Hay diferentes procesos, el natural que consiste en el lavado y el honey o mielado. El natural y el honey es muy difícil hacerlo aquí porque la humedad no ayuda, es el freno para poder hacer eso, esto consiste en coger la parte despulpada directamente y poner a secar con toda miel pero el clima no ayuda y el problema es que toca secar mínimo 14 días porque si se seca en menor tiempo se pierde calidad porque de un 100% bajarle de golpe al 10 o 11 de humedad es estresarte y es perder calidad en cambio el café natural lo que se hace es cosechar directamente las cerezas y poner directamente al sol a que se seque y nuevamente el sol no ayuda hace que se pudra rápido hay ataque de hongos, estos dos procesos es una limitante por eso es que la mayoría de aquí a excepción de Gualaquiza producen mielado, los demás optan por el lavado que es collar, despulpar, fermentar, lavar, secar y lo demás depende del cliente como lo quiere si en grano oro, trillado o pergamino.

Las semillas que tenemos aquí son de variedades mejoradas que dan puntajes altos estas vamos a implementar aquí para un nuevo proyecto, primeramente, se lo hará en San Isidro y Nueve de Octubre, después esperamos hacerlo en Proaño y Zuñac, el café está teniendo fuerza y está siendo más cotizado, cuando los cafés de Ecuador salen al extranjero son llamativos.

La visión ahora mismo en cuestión de producción es de un 75% y turísticamente un 25%, porque no existe un canal enfocado en promocionar dicho lugar, es decir que se enfocan solo en la producción cuando no ven que el café puede ser uno de los atractivos principales para que de acuerdo con eso se generen los demás productos como la apicultura, frutales, pesca, integrar todo alrededor del café pero lamentablemente eso no hay, no existe un enfoque turístico lo único que venden es cascadas, la idea es poder vender como venden el café lojano, anclando las bellezas que tiene la provincia como es el Volcán Sangay, río Upano, Abanico poder generar más actividades como es el rafting, después tomar una taza de café, esas cosas deberían generar, entonces falta culturalizar a la gente en tomar café, ellos prefieren tomar coca cola u otras bebidas y no necesariamente el café tiene que derrocar a la guayusa, ya que esta también es otra de las bebidas tradicionales de acá, las dos pueden ser bebidas insignias de aquí, entonces tienen bastante potencial las dos. Por eso hay que salir a vender estos productos utilizando estos atractivos y no solo eso también puede ser plantas, aquí tiene un sin número de cosas que se pueden

vincular, porque puede atraer no solo a los turistas si no a entomólogos ellos que estudian insectos, observadores de aves, biólogos puede llamar la atención a muchos académicos, esas personas son las que valoran más lo que tenemos aquí y qué mejor que lo podamos hacer mediante el café, pero para esto es necesario inyectar algo, colaborar todos porque esto no se levanta de la nada, hay que saber vender al café pero la gente no ayuda.



Ilustración 8 - Plantación de café
Fuente: Nicolás Barros, Luis Argudo



Ilustración 9 - Cosecha de café
Fuente: Nicolás Barros, Luis Argudo

Existen como 7 a 8 marcas de café, tales que ninguno de estos se unen para formar una ruta cafetera como lo hace Colombia, es más estos pasan en competencias y peleas y no está mal cada uno tiene derecho a manejar su negocio pero debería haber al menos una cohesión para impulsar un corredor cafetero como los colombianos, también las políticas no ayudan a que se impulse el turismo en este producto, prefieren apoyar a construcción de carreteras y otras, pero si no sacan producción en lo que invierten de que sirve, tienen que dar prioridades a otras cosas pero solo lo hacen por hacer y quedar bien. Aunque hace unos dos años se hizo la primera feria de “tu café tu destino”, estuvo interesante pero aun así faltó más difusión, solo llegó gente de morona nada más.

El GAD Parroquial está apoyando y en este caso tenemos la visión de que aquí por lo menos poner unas 26 hectáreas más de café y que San Isidro no sea solo conocido por los atractivos naturales que están haciendo como son las carreteras hacia el río Upano o los diques, si no tengan a San Isidro como un referente y digan ahí se produce el mejor café y ser partícipe de toda la industria del café de especialidad fuera algo hermoso.

Por ejemplo el caso de la cerámica se podría crear un tour de tres días, donde el turista venga fabrique su propia taza y tome su café preparado por el mismo, después en la tarde hacer un poco de pesca deportiva, después hacer algún asado algo, inclusive generar senderos donde pueda ver plantas curativas o llamativas, se puede incluir una variedad de cosas donde el turista interactúa, ya que eso es lo que les gusta a ellos les alegra y les saca el estrés.

2.3 ANÁLISIS DE MATRICES

2.3.1 Matriz FODA

La matriz FODA es un método utilizado para identificar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas ya sea de un negocio o un proyecto en particular, este análisis se puede aplicar para fines comerciales y personales, permite mejorar la situación de una empresa y estar al tanto de las tendencias del mercado.

El objetivo principal de aplicar la matriz es proporcionar un diagnóstico claro para tomar decisiones estratégicas adecuadas y mejoras futuras.

FORTALEZAS			OPORTUNIDADES	
F1	Posee un grupo de productos para la creación de una ruta.		O1	Los productos que van a ser desarrollados están ubicados en un mismo establecimiento.
F2	Existe el interés de los propietarios de la hacienda en desarrollar el proyecto.		O2	Los productos se plantean como nuevas propuestas de interés hacia los turistas que buscan nuevas formas de hacer turismo.
F3	Existe el apoyo de la Fundación ATASIM		O3	Por medio de este proyecto se lleguen a crear nuevas propuestas, tomando como modelo la hacienda Yuganllí
F4	Es un proyecto de interés que brinden beneficios a la localidad (económico, social, cultural)		O4	Existe interés en la localidad por el desarrollo de turismo.
F5	El producto cafetero cuenta con una marca que puede ser desarrollada		O5	Tendencia a un turismo más sostenible y natural
DEBILIDADES			AMENAZAS	
D1	El personal encargado para el cuidado y mantenimiento es temporal.		A1	Falta de políticas del gobierno para el desarrollo del turismo en pequeñas localidades.
D2	La hacienda Yuganlli no cuenta con infraestructura de alojamiento.		A2	Incremento de tala de árboles y contaminación del agua para sembríos.

D3	Es inexistente la capacitación de los pobladores en el ámbito turístico (atención y guianza)		A3	La globalización genera un cambio en el sentido de pertenencia de los jóvenes de la localidad
D4	Bajo nivel de canales de comercialización y promoción		A4	Existe la necesidad de una inversión tanto pública como privada en conjunto.
D5	No existe una ruta turística creada para los productos de la zona		A5	Desplazamiento y migración de los pobladores hacia otras ciudades o países por razones económicas.

Tabla 4 - Matriz FODA

Elaboración: Nicolás Barros, Luis Argudo

FODA CRUZADO		FORTALEZAS					DEBILIDADES				
		F1	F2	F3	F4	F5	D1	D2	D3	D4	D5
OPORTUNIDADES	O1	7	5	4	3	5	4	5	3	3	5
	O2	5	4	6	6	2	3	1	4	5	6
	O3	4	3	6	4	1	4	5	6	2	5
	O4	3	5	6	7	1	1	1	6	4	5
	O5	4	4	5	3	1	1	3	4	3	4
AMENAZAS	A1	4	4	5	5	5	2	4	6	5	4
	A2	3	4	2	4	1	3	1	1	1	1
	A3	2	2	4	5	2	4	2	2	1	1
	A4	5	4	5	3	4	1	4	6	6	5
	A5	2	1	2	5	1	6	2	3	1	1

Tabla 5 - Matriz FODA cruzado

Elaboración: Nicolás Barros, Luis Argudo

Relación	Ponderación	Tip
Muy Baja	1	Si la Respuesta es No
Baja	2	
Medianamente Baja	3	
Neutral	4	Si la respuesta es Sí
Medianamente Alta	5	
Alta	6	
Muy Alta	7	

Tabla 6 - Tabla de análisis de FODA cruzado
Elaboración: Nicolás Barros, Luis Argudo

FODA CRUZADO			TOTAL	ZONA DE UBICACIÓN	TIPOLOGÍA DE ESTRATEGIAS
FO			104	Zona de Éxito	Estrategias Ofensivas
DO			93	Zona de Ilusión	Estrategias Adaptativas
FA			84	Zona de Desgaste	Estrategias Defensivas
DA			73	Zona Vulnerable	Estrategias de Supervivencia

Tabla 7 - Tabla de resultados FODA cruzado
Elaboración: Nicolás Barros, Luis Argudo

Estrategias de Actuación: FODA Cruzado	FORTALEZAS	DEBILIDADES
---	-------------------	--------------------

		Posee un grupo de productos para la creación de una ruta.										
		Existe el interés de los propietarios de la hacienda en desarrollar el proyecto.										
		Existe el apoyo de la Fundación ATASIM.										
		Es un proyecto de interés que brinden beneficios a la localidad (económico, social, cultural).										
		El producto cafetero cuenta con una marca que puede ser desarrollada.										
		El personal encargado para el cuidado y mantenimiento es temporal.										
		La hacienda Yuganllí no cuenta con infraestructura de alojamiento.										
		Es inexistente la capacitación de los pobladores en el ámbito turístico (atención y guía).										
		Bajo nivel de canales de comercialización y promoción.										
		No existe una ruta turística creada para los productos de la zona.										
		F1					D1					
		F2					D2					
		F3					D3					
		F4					D4					
		F5					D5					
		ESTRATEGIAS OFENSIVAS					ESTRATEGIAS DEFENSIVAS					
OPORTUNIDADES	O1	Los productos que van a ser desarrollados están ubicados en un mismo establecimiento.	Mediante la ayuda de la fundación ATASIM se puede alcanzar el desarrollo del proyecto, creando el convenio con entidades tanto públicas como privadas.					Una investigación de productos de la hacienda Yuganllí que promueva, el desarrollo local y brinde la experiencia que busca el turista.				
	O2	Los productos se plantean como nuevas propuestas de interés hacia los turistas que buscan nuevas formas de hacer turismo.										
	O3	Por medio de este proyecto se lleguen a crear nuevas propuestas, tomando como modelo la hacienda Yuganllí										
		Gestión de nuevos productos turísticos basados en nuevas alternativas del mercado					Gestión de una planificación responsable y que beneficie de cierta manera a la población local.					

	O4	Existe interés en la localidad por el desarrollo de turismo.		
	O5	Tendencia a un turismo más sostenible y natural		
AMENAZAS			ESTRATEGIAS ADAPTATIVAS	ESTRATEGIAS DE SUPERVIVENCIAS
	A1	Falta de políticas del gobierno para el desarrollo del turismo en pequeñas localidades.	Con la ayuda de la parroquia fortalecer el beneficio del proyecto mediante la participación de la población local en emprendimientos turísticos del mismo carácter.	Plantear actividades que vayan de acuerdo al entorno, además que las mismas complementen los productos del proyecto.
	A2	Incremento de tala de árboles y contaminación del agua para sembríos.		
	A3	La globalización genera un cambio en el sentido de pertenencia de los jóvenes de la localidad		
	A4	Existe la necesidad de una inversión tanto pública como privada en conjunto.	Generar el interés del desarrollo de emprendimientos por parte de prestadores de servicios turísticos para así lograr evitar el incremento de migración en los pobladores.	Los productos a ser desarrollados se presentarán para distintos tipos de turistas que busquen atractivas formas de realizar turismo. De esta manera el proyecto se mantendrá de forma competitiva en el mercado turístico.
A5	Desplazamiento y migración de los pobladores hacia otras ciudades o países por razones económicas.			

Tabla 8 - Estrategias de actuación
Elaboración: Nicolás Barros, Luis Argudo

Análisis matriz FODA

La técnica FODA permite el análisis de problemas para identificar las fortalezas y debilidades de una organización, en relación con sus oportunidades y amenazas en el mercado. Las fortalezas y debilidades se refieren a la organización y sus productos, mientras que las oportunidades y amenazas generalmente se consideran factores externos sobre los cuales la organización misma no tiene control. Entonces se puede intentar explotar las fortalezas, superar las debilidades, aprovechar las oportunidades y defenderse de las amenazas, todas funciones importantes del proceso de planificación y donde se puede utilizar la ingeniería para analizar la situación en el proceso mencionado.

De tal manera con los resultados obtenidos, consolidar las fortalezas, trabajar un poco más en las debilidades, tener en cuenta las amenazas y aprovechar las oportunidades que se pueden generar dentro del proyecto.

2.3.2 Matriz vocación turística

La vocación turística es un término que se usa a menudo en los territorios para referirse a lugares que probablemente atraigan la atención de los turistas o que tengan potencial para el desarrollo turístico. En este sentido, el concepto requiere un análisis en profundidad para determinar el nivel de actividad turística del territorio. El objetivo de este trabajo es presentar los aspectos más relevantes para la formulación y validación de una propuesta metodológica para medir el grado de ocupación uniforme del espacio en el territorio.

Este método de evaluación, construido a partir de criterios agrupados en dos variables, Competencia y Aptitud, fue validado en la parroquia de San Isidro. Los resultados permiten no solo comparar factores de la profesión turística, sino también validarlos como modelo para identificar las variables clave a analizar en estudios de este tipo.

CRITERIO	DEFINICIÓN	ESCALA DE VALORACIÓN	VERIFICACIÓN	CALIFICACIÓN	OBSERVACIONES
VARIABLE UNO: APTITUD TERRITORIAL					
Factor 1: Recursos y atractivos turísticos					
Arquitectura	Presencia de bienes culturales muebles e inmuebles que complementan la oferta turística de la zona	0. Carencia de bienes culturales muebles e inmuebles 1. Bienes culturales inhabilitados o sin	Observación directa, visita a la parroquia y socialización con los responsables	1	Tanto la parroquia como la hacienda Yungay cuenta con distintos bienes muebles

		servicios para recibir visitantes.	de la hacienda Yuganllí.		culturales como son: las artesanías en cerámica, mullos entre otras más. Además, cuenta con piscinas para la realización de piscicultura, cultivos de plantas propias de la zona, en cuanto a la hacienda. La iglesia y los demás lugares no están adecuados para recibir turistas.
		2. Bienes culturales conservados con atención continua para recibir visitantes.			
Acervo cultural y popular	Presencia de tradiciones y expresiones orales, prácticas sociales, rituales, expresiones urbanas, manifestaciones urbanas, actos festivos, expresiones artísticas, entre otras que complementan la oferta turística de la comunidad.	0. Inexistencia de expresiones artísticas y/o folclóricas	Socialización con los encargados de la parroquia y propietarios de la hacienda.	1	La parroquia San Isidro cuenta con el desarrollo de expresiones culturales, folclóricas o urbanas, que solo se desarrollan en días festivos para la parroquia. Sin embargo, en la hacienda Yuganlli se transmite lo que son leyendas del lugar.
		1. Expresiones artísticas y folclóricas auténticas reconocidas por la comunidad, sin proyección turística			
		2. Expresiones artísticas y folclóricas auténticas reconocidas por la comunidad y los visitantes.			
Recursos naturales	Contemplan las áreas geográficas (conjunto de	0. Ausencia de recursos naturales como complemento a la	Observación directa del lugar y entrevista a	1	Existen recursos naturales alrededor de la

	atractivos con sus componentes) y los recursos naturales (que por sus características no permiten estar agrupados) de importancia e interés para el turismo.	actividad turística.	los trabajadores.		hacienda y en la parroquia, pero estos no cuentan con vías de acceso disponibles como cascadas, ríos y la montaña Yuganlli.
		1. Recursos naturales altamente impactados por actividades antrópicas.			
		2. Recursos naturales conservados y aptos para la visita de turistas		1	
Factor 2: Infraestructura					
Accesibilidad	Sistema público colectivo de transporte terrestre de pasajeros en medios convencionales como bus, micro o taxis.	0.Sin acceso	Presencia de todo tipo de vehículos hacia la parroquia y hacienda.	2	Esta se encuentra en la vía principal por lo que posee conexión directa tanto el acceso de vehículos públicos como privados.
		1. Con acceso restringido y se requiere desplazamiento a pie u otros medios informales			
		2. Accesibilidad plena a través de medios de transporte.			
Servicio de transporte	Hace referencia al servicio de transportes disponible desde la ciudad o poblado importante más cercano hacia el atractivo.	0 sin acceso	Existe la presencia de las cooperativas públicas.	2	La parroquia cuenta con vías de acceso en buen estado y con una disponibilidad frecuente, además la hacienda está a pocos metros donde el transporte público llega.
		1. Acceso limitado al sistema de transporte público.			
		2. Acceso frecuente al sistema de transporte público			

Servicios de comunicaciones y uso público	Hace referencia a los sistemas de comunicación que se localizan en el atractivo turístico o en el poblado más cercano	0. Sin acceso.	Cobertura Wifi privada abierta para todo público.	2	Existe cobertura Wifi en toda la parroquia, pero en ciertos lugares la señal es débil.
		1. Acceso limitado o restringido.			
		2. Conectividad eficiente y gratuita.			
Calidad ambiental del territorio rural	Condiciones de calidad del entorno y características físico-espaciales del espacio rural.	0. Alto nivel de saturación visual por desorden vial y contaminación en espacio público por disposición de basuras	Observación directa de la parroquia	1	En la parroquia no existe contaminación visual. Existe contaminación de las aguas para riego ya que no existe un tratamiento para las mismas.
		1. Niveles aceptables de saturación visual por desorden vial y contaminación en espacio público por disposición de basuras			
		2. Buenas Condiciones de calidad del entorno sin saturación visual			
Señalización	Presencia de señalética de tipo urbano que permita la ubicación de los visitantes en la comunidad	0. Ausencia de señalización	Observación directa.	0	No cuenta con señalización que lleve al lugar.
1. Existencia de señalamientos insuficientes					
2. Amplia disponibilidad de señalización informativa, preventiva y restrictiva					

Salud	Comprende toda infraestructura de salud como edificaciones y equipos sanitarios, que aseguran los servicios de atención a la población.	0. Ausencia de centros de salud pública	Observación directa.	2	Al estar ubicada dentro de la parroquia de San Isidro tiene a disposición el centro de salud público.
		1. Existencia de centros de salud distantes de la comunidad.			
		2. Presencia de un centro de salud en la comunidad.			
Seguridad	Indica los niveles de percepción de seguridad en la parroquia San Isidro	0. Se perciben altos niveles de inseguridad en la comunidad.	Observación y entrevista a los pobladores.	2	La parroquia cuenta con un UPC y al ser pequeña no existe inseguridad de alto nivel.
		1. Se percibe un incremento de inseguridad en la comunidad.			
		2. No se percibe inseguridad en la comunidad			
Servicios básicos	Esta sección hace referencia a los servicios básicos, que se hallan en torno al atractivo.	0. La comunidad no cuenta con servicios básicos	Socialización con los pobladores	2	La parroquia San Isidro cuenta con todos los servicios básicos.
		1. La comunidad cuenta con servicios básicos limitados			
		2. La comunidad cuenta con todos los servicios básicos para el desarrollo turístico.			
				1,63	
Factor 3: Equipamiento e Instalaciones turísticas					

Servicios de alojamiento.	Establecimientos que faciliten la permanencia en el lugar de destino.	0. Ausencia de establecimientos de alojamiento comunitario.	Observación directa de la parroquia	2	La parroquia San Isidro cuenta con establecimientos turísticos e incluso la hacienda cuenta con espacio de alojamiento, pero no están enfocados para visitantes, pero tienen una proyección a futuro.
		1. Presencia de establecimientos de alojamiento comunitario.			
		2. Presencia de establecimientos comunitarios que atienden en su mayoría turistas			
Servicios de alimentos y bebidas	Establecimientos de restauración en la comunidad	0. Ausencia de establecimientos de alimentación y bebidas	Observación directa.	2	Cuenta con establecimientos turísticos que brindan servicios de alimentación y bebidas.
		1. Presencia de establecimientos de alimentos no turísticos.			
		2. Presencia de establecimientos de alimentos turísticos.			
Señalización turística	Simbología e información gráfica dirigida a la orientación de los visitantes sobre los atractivos culturales y naturales, las actividades turísticas y de apoyo a los servicios turísticos en la comunidad local.	0. Falta de señalización turística	Observación directa.	0	No existe señalización turística tanto en la parroquia como en la hacienda.
		1. Insuficiente señalización			
		2. Señalización turística clara y confiable			

Puntos de información al turista	Sistema de información confiable, a través de puntos de información turística que contribuya a la orientación y satisfacción del visitante	0. Carencia de puntos de información turística	Observación directa.	0	No existen oficinas de información turística sólo se conoce por medio de los pobladores.
		1. Presencia de puntos turísticos cercanos a la comunidad.			
		2. Presencia de un punto turístico en la comunidad.			
Senderos	Los senderos son rutas de acceso o viaje (en medios naturales e inclusive urbanos), siendo una de las primeras facilidades que se desarrollan ya que en ocasiones el sendero es el único medio de ingreso a determinadas áreas.	0. Carencia de senderos	Observación directa	1	La parroquia no cuenta con senderos o vías de acceso hacia lo que son sus atractivos, pero en cuanto a la Hacienda cuenta con un sendero hacia los diferentes productos, pero estos carecen de señalización.
		1. Existencia de senderos comunitarios.			
		2. Existencia de senderos turísticos en la comunidad.			
Baterías Sanitarias	De uso público en general. Idealmente deben estar separados según el género (damas – caballeros), aunque en casos excepcionales se puede aceptar su uso compartido.	0. No existe baterías sanitarias en la comunidad	Visita a la parroquia	2	Cuenta con espacios sanitarios dentro de la parroquia e incluso en la hacienda y diferentes establecimientos.
		1. Se evidencian baterías sanitarias en malas condiciones.			
		2. Se evidencian baterías sanitarias en buenas condiciones.			

Áreas de acampar	Son espacios naturales de acceso público acondicionados para la instalación de tiendas de campaña.	0. No existen espacios naturales ni zonas de camping.	Visita a la parroquia	2	Tanto la parroquia como la hacienda cuentan con espacios naturales.
		1. Existen espacios naturales para acampar.			
		2. Zonas de camping con los servicios básicos.			
Miradores	Facilidad turística definida como el lugar, que, por su condición natural de ubicación privilegiada, permite a las personas tener la mejor vista de Un pasaje o un acontecimiento que tiene cualidades singulares, invita a la pausa, a la detención, a contemplar el atractivo y entorno.	0. No existen miradores cercanos a la comunidad.	Visita a la parroquia	1	Existen miradores en la parroquia, pero no cuenta con facilidades para poder visitarlos.
		1. Existen miradores sin las facilidades turísticas requeridas.			
		2. Existen miradores con las facilidades turísticas requeridas.			
Acceso y espacios de parqueo.	Espacios delimitados para parqueo que permitan el descenso y ascenso de pasajeros.	0.No existen paraderos para transporte.	Observación directa	2	La parroquia si cuenta con amplios espacios para paraderos de transporte.
		1.Limitados paraderos para transporte.			
		2. Amplios espacios como paraderos para transporte.			

				1,33	
VARIABLE DOS: CAPACIDAD					
Capacidad de atención	Se refiere a la presencia de personal capacitado y cualificado para dirigir los recorridos dentro de la zona.	0. Sin presencia de personal capacitado para realización de actividades turísticas.	Socialización con los pobladores	0	En la parroquia no existe un personal con conocimientos turísticos.
		1. Presencia de personal para realizar actividades turísticas sin formación específica.			
		2. Presencia de personal para realizar actividades turísticas con formación específica			
Grado de planificación turística	Acciones de planificación turística realizadas por el organismo de turismo local como un proceso vinculado estrechamente con la ordenación del territorio	0. Ausencia de acciones de planificación desde el organismo de turismo local para la zona	Plan de desarrollo territorial, parroquia de San Isidro	1	La parroquia de San Isidro se enfoca más en actividades agrícolas, sin embargo, se están desarrollando lugares turísticos de forma indirecta.
		1. Acciones de planificación desde el organismo de turismo local que de forma indirecta benefician la zona.			
		2. Acciones de planificación directas desde el organismo de			

		turismo local que impactan el turismo en la zona			
Importancia turística actual	Se refiere a la inclusión de la zona en la oferta turística de ciudad colindante como parte de los recorridos que ofrecen las agencias operadoras.	0. No figura como sitio de visita en los recorridos de ciudad colindante ofrecidos por las agencias operadoras.	Los propietarios de la hacienda y páginas de promoción del GAD.	1	La parroquia no se encuentra desarrollada turísticamente, pero existen varios establecimientos que desarrollan actividades turísticas.
		1. Complementa otros recursos como parte de los recorridos de ciudad colindante.			
		2. Es el principal recurso a visitar y cuenta con ruta propia en los recorridos de ciudad colindante ofrecidos por las agencias operadoras			
Registro de visitantes y afluencia	Se refiere al uso turístico actual que presenta la parroquia	0. Flujos locales y/o regionales	Visita a la parroquia	0	No existe ningún registro que valide la presencia de visitantes tanto nacionales como extranjeros.
		1. Flujos nacionales			
		2. Flujos internacionales			
Publicidad y promoción	Acciones de y publicidad promoción	0. La zona no se encuentra georreferenciada.	Revisión de sitios web.	1	Existe la promoción por parte de la Fundación Atasim y georreferenciada por Google maps, sin embargo, no hay una promoción por parte de
		1. Se identifica la zona en el mapa turístico de la ciudad colindante.			
		2. Zona debidamente georreferenciada			

		e identificada en el mapa turístico de la ciudad colindante.			entidades públicas (GAD).
--	--	--	--	--	---------------------------

Tabla 9 - Matriz vocación turística
Elaboración: Nicolás Barros, Luis Argudo

ASIGNACIÓN DE VALORES A LOS FACTORES DE ANÁLISIS				VARIABLE UNO
	Factor	Valor	Rango (0 a 2) Promedio	
VARIABLE UNO: APTITUD TERRITORIAL	Recursos Turísticos (<i>r</i>)	0,40	1	0,4
	Infraestructura (<i>i</i>)	0,30	1,63	0,5
	Equipamiento Instalaciones (<i>ei</i>) ^e	0,30	1,33	0,4
TOTAL, DE APTITUD TERRITORIAL				1,29

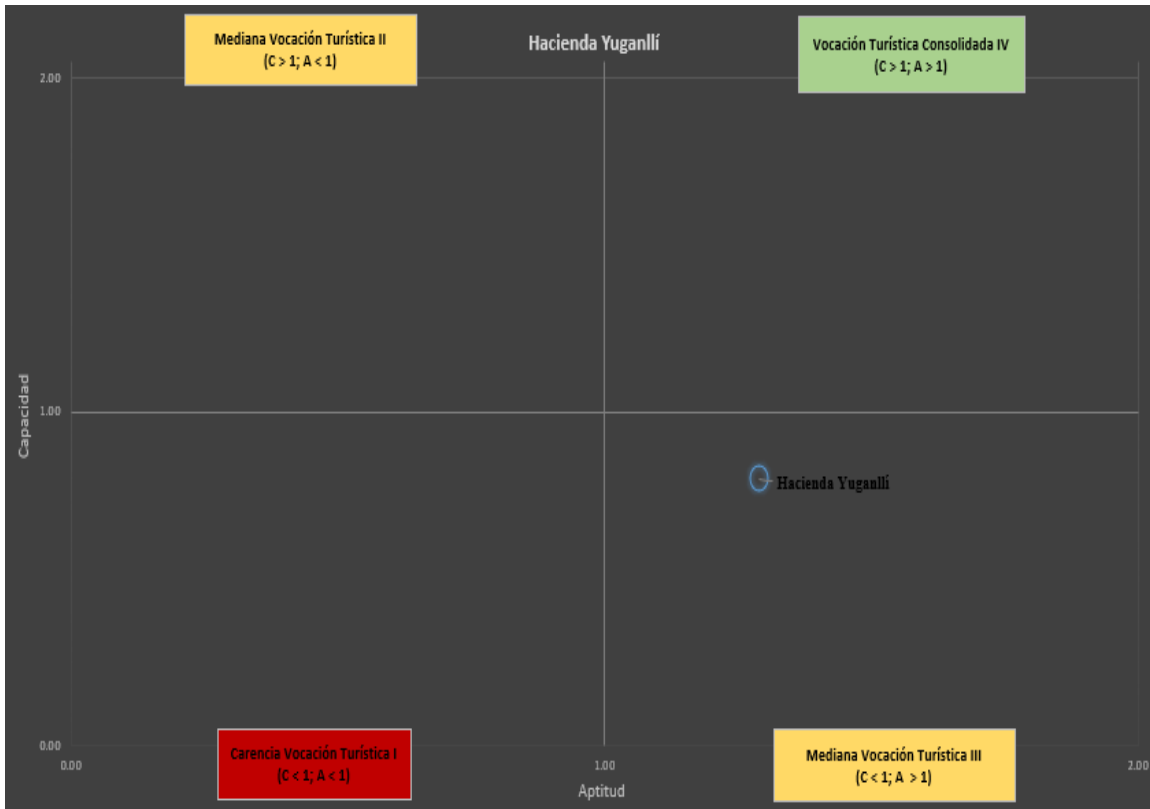
Tabla 10 - Asignación de valores variable uno
Elaboración: Nicolás Barros, Luis Argudo

ASIGNACIÓN DE VALORES A LOS FACTORES DE ANÁLISIS				VARIABLE DOS
	Factor	Valor	Rango (0 a 2)	
VARIABLE DOS: CAPACIDAD	Capacidad de atención (<i>ca</i>)	0,20	0	0,0
	Grado de planificación turística (<i>p</i>)	0,20	1	0,2
	Importancia turística actual (<i>it</i>)	0,20	1	0,2
	Flujos de visitación actual (<i>a</i>)	0,20	0	0,2
	Publicidad y promoción (<i>pp</i>)	0,20	1	0,2

TOTAL, CAPACIDAD TERRITORIAL	0,80
-------------------------------------	-------------

*Tabla 11 - Asignación de valores variable dos
Elaboración: Nicolás Barros, Luis Argudo*

Gráfica



*Ilustración 10 - Gráfica de ubicación hacienda Yuganllí
Elaboración: Nicolás Barros, Luis Argudo*

Análisis de matriz de vocación turística

Mediante esta matriz realizaremos un diagnóstico del territorio, además de anteceder en la toma de decisiones, para ello hemos visitado la parroquia de San Isidro lugar donde se ubica el proyecto a realizarse en la hacienda Yuganllí. Para la realización de esta matriz se tomó en cuenta dos variables.

La primera variable denominada de aptitud territorial comprende factores con múltiples criterios los cuales son: recursos y atractivos (arquitectura, acervo cultural y popular, recursos naturales); infraestructura (accesibilidad, servicio de transporte, servicios de comunicaciones, calidad ambiental, señalización, salud, seguridad y servicios básicos); equipamiento e instalaciones turísticas (Servicios de alojamiento, servicios de alimentación y bebidas, señalización turística, puntos de información turística, senderos, baterías sanitarias, áreas de acampar, miradores, acceso y espacios de parqueo).

La segunda variable denominada de capacidad cuenta con criterios como: capacidad de atención, grado de planificación turística, importancia turística actual, si cuenta con registro de visitantes, publicidad y promoción.

Los diferentes criterios de cada una de las variables fueron analizados y se le dio una valoración de: 0 si el criterio a evaluar carecía del mismo o era inexistente, tenía un valor de 1 si contaba con el criterio propuesto, pero este era limitado, y por último una valoración de 2 si se tenía buenas condiciones del criterio.

Mediante la visita a la parroquia de San Isidro se pudo recopilar la información solicitada para la matriz y posteriormente realizar el diagnóstico de la misma en la cual se describe cada uno de los criterios solicitados enfocados en la parroquia y mencionando las diferentes observaciones que se pudieron encontrar al momento de realizar el análisis del territorio. En la matriz podemos encontrar que cada factor tiene un valor de 0,20% para después de realizar el análisis con la valoración de cada criterio de cada factor un total de 100% en cada variable y finalmente con valores de 0.8 en capacidad y 1.29 en aptitud territorial en esas dos variables podemos ubicar el proyecto gráficamente en el tercer cuadrante dando como resultado un rango de mediana vocación turística.

2.3.3 Ficha de vocación turística



FICHA RESUMEN

Vocación turística en la hacienda Yuganllí, San Isidro

Parroquia	San Isidro
Cantón	Morona Santiago, Macas
Provincia	

Descripción de la zona

La Parroquia San Isidro, se encuentra ubicada en el cantón Morona, se caracteriza por ser agrícola y ganadera, su territorio tiene un gran potencial turístico a ser desarrollado.

Localización y delimitación de la zona

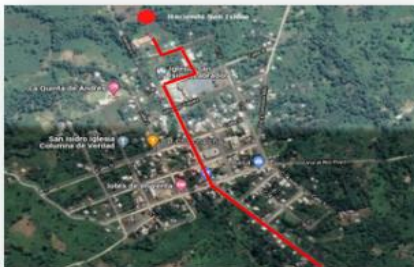


Imagen 1: Ubicación Geografía

Imágenes



Imagen 2 Taller de artesanías

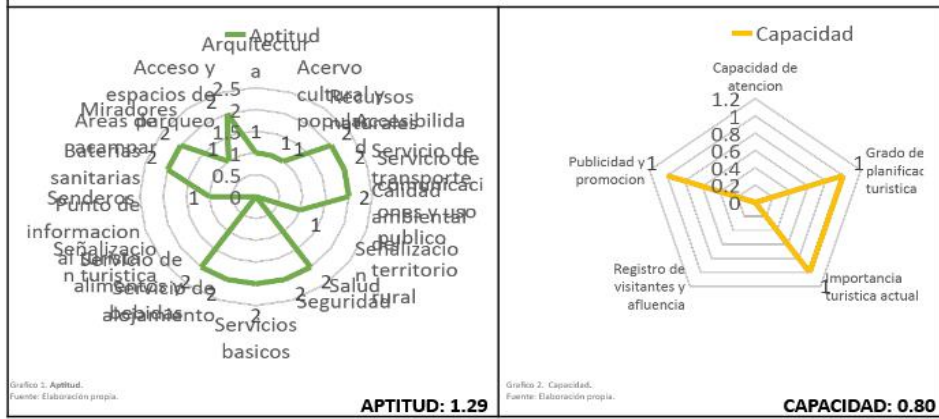


Imagen 3: Espacio turístico



Imagen 4 : Plantación de café

Matriz de análisis.



FACTOR	VALOR	CALIFICACIÓN	APTITUD
Recursos turísticos	40%	1	0,4
Infraestructura	30%	1,63	0,5
Equipamiento e instalaciones turísticas	30%	1,33	0,4
Total			1,29

FACTOR	VALOR	CALIFICACIÓN	CAPACIDAD
Capacidad de atención	20%	0	0,0
Grado de planificación turística	20%	0	0,2
Afluencia turística actual	20%	1	0,2
Publicidad y promoción	20%	1	0,2
Importancia turística actual	20%	1	0,2
Total			0,80

Cuadrante
III

Potencialidad turística

Mediana vocación turística

Tabla 3. Potencialidad turística. Fuente: Elaboración propia.

Tabla 2. Capacidad. Fuente: Elaboración propia.

Descripción de la potencialidad turística:

El presente estudio tiene como finalidad crear actividades turísticas en el territorio donde se encuentra la Parroquia San Isidro, para promover el desarrollo y participación de la localidad generando una serie de transformaciones motivadas por el aprendizaje y conocimiento de cada una de estas actividades. De acuerdo a la matriz de vocación turística aplicada, se pudo observar que el proyecto a tratar se encuentra en el tercer cuadrante, es decir, tiene una mediana vocación, lo que implica un análisis profundo sobre las implementaciones de distintos proyectos que se pueden crear mediante productos turísticos que sean desarrollados con el potencial propio del lugar y acorde al territorio.

Ficha técnica 1- Hacienda Yuganllí
Elaboración: Nicolás Barros, Luis Argudo

2.3.4 Matriz de Inventarios

Con la matriz de inventario, podemos distinguir fácilmente los problemas primarios de los problemas secundarios. Además, cada uno de estos grupos de artículos tiene sus propias características y también tiene sus propias necesidades. Por ello, podremos establecer una estrategia de inventario para cada categoría y así controlar la clasificación de forma más eficaz.

1. Quinta de Andrés									
REFERENCIA									
001									
1.1. UBICACIÓN									
San Isidro, Morona Santiago									
1.2. DENOMINACIÓN									
Atractivos Culturales									
1.3. TIPO DE RECURSO				SUBTIPO 1			SUBTIPO 2		
Tipo de recurso según la clasificación				Arquitectura			Infraestructura recreativa		
2.-INFORMACIÓN BÁSICA									
2.1. DESCRIPCIÓN Y CARACTERÍSTICA DEL RECURSO									
Hermoso lugar lleno de paisajes, animales, flora y fauna viva, ríos y juegos, todo un espacio natural para relajarse y pasarla bien. Nuestro complejo te da una sensación de estar en tu hogar y nuestro servicio complementa tu experiencia. Te esperamos.									
2.2. CALENDARIO/HORARIO DE UTILIZACIÓN									
SIEMPRE ABIERTO									
2.3. PROPIEDAD DEL RECURSO Y ORGANISMOS RESPONSABLES									

Dr. Cesar Bermeo & Jenny Ortiz

2.4. ACCESIBILIDAD

Se puede llegar tomando como referencia la iglesia de San Isidro a una cuadra a mano izquierda.

3.- CARACTERÍSTICAS TURÍSTICAS

3.1. DEMANDA TURÍSTICA

En cuanto a demanda turística el mayor porcentaje de asistencia es un lugar enfocado para familias, jóvenes y niños.

3.2. EQUIPAMIENTO Y SERVICIOS

El lugar es un espacio recreativo que se enfoca principalmente en la realización de eventos por medio de su espacio e instalaciones.

3.3. ESPECIFICIDAD

Los espacios que se presentan en el lugar son preparados para eventos principalmente como: Bodas, reuniones familiares, graduaciones y celebraciones especiales.

3.4. PERFECCIONAMIENTO QUE PUEDE INTRODUCIRSE EN EL RECURSO

Para mejorar el recurso se sugiere principalmente la señalización, ubicación, una atención al cliente más personal.

3.5. ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS

El lugar cuenta con alojamiento, alimentación, camping, zonas deportivas, desarrollo de piscicultura, cuenta con piscina recreativa.

3.6. VALORACIÓN

No cuenta con una valoración proporcionada por el Ministerio de Turismo, debido a que la parroquia de San Isidro no se ha desarrollado en gran amplitud en el ámbito turístico y en

algunos de los casos muchos de los establecimientos que brindan este servicio son nuevos o no son reconocidos por el MINTUR.

3.7. OBSERVACIONES



Ilustración 11 - Quinta Andrés
Fuente: Página web oficial – Quintad de Andrés

FUENTES CONSULTADAS (Directas o bibliográficas)

Para obtener la información se procedió a visitar el lugar y mediante el diálogo con el propietario se reunió la información solicitada.

Ficha técnica 2 - Quinta de Andrés
Elaboración: Nicolás Barros, Luis Argudo

2. DIQUE SAN ISIDRO

REFERENCIA

002

1.1. UBICACIÓN											
San Isidro, Morona Santiago											
1.2. DENOMINACIÓN											
Atractivos Culturales											
1.3. TIPO DE RECURSO				SUBTIPO 1				SUBTIPO 2			
Tipo de recurso según la clasificación				Realizaciones técnicas y científicas				Obras de ingeniería			
2.-INFORMACIÓN BÁSICA											
2.1. DESCRIPCIÓN Y CARACTERÍSTICA DEL RECURSO											
El dique es un lugar que promociona las actividades recreativas, de esparcimiento y deportivas.											
2.2. CALENDARIO/HORARIO DE UTILIZACIÓN											
SIEMPRE ABIERTO											
2.3. PROPIEDAD DEL RECURSO Y ORGANISMOS RESPONSABLES											
El GAD parroquial es el propietario y encargado de esta obra.											
2.4. ACCESIBILIDAD											
Como referencia se puede seguir la vía hasta llegar a la Quinta de Andrés, bajando a dos cuadras o también como referencia la iglesia de San Isidro se toma a mano izquierda y se baja dos cuadras.											
3.- CARACTERÍSTICAS TURÍSTICAS											
3.1. DEMANDA TURÍSTICA											
En cuanto a demanda turística el mayor porcentaje de asistencia está enfocado a todas las parroquias aledañas a San Isidro y las familias del mismo.											

3.2. EQUIPAMIENTO Y SERVICIOS

El lugar es un sitio de interés el cual es usado para actividades recreativas.

3.3. ESPECIFICIDAD

El lugar al ser un espacio recreativo y público es usado por las familias para refrescarse y pasar un tiempo en familia.

3.4. PERFECCIONAMIENTO QUE PUEDE INTRODUCIRSE EN EL RECURSO

Es necesario la señalización del espacio ya que no cuenta con ninguna que lo identifique.

3.5. ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS

Aledaño al lugar se puede encontrar lugares para comer como restaurantes, bares y tiendas.

3.6. VALORACIÓN

No cuenta con una valoración proporcionada por el Ministerio de Turismo, debido a que la parroquia de San Isidro no se ha desarrollado en gran amplitud en el ámbito turístico y en algunos de los casos muchos de los establecimientos que brindan este servicio son nuevos o no son reconocidos por el MINTUR.

3.7. OBSERVACIONES



*Ilustración 12 - Dique San Isidro
Fuente: Nicolás Barros, Luis Argudo*

FUENTES CONSULTADAS (Directas o bibliográficas)

Para obtener la información se procedió a visitar el lugar.

*Ficha técnica 3- Dique San Isidro
Elaboración: Nicolás Barros, Luis Argudo*

3. Huachito

REFERENCIA

003

1.1. UBICACIÓN

San Isidro, Morona Santiago

1.2. DENOMINACIÓN											
Atractivos Culturales											
1.3. TIPO DE RECURSO											
				SUBTIPO 1				SUBTIPO 2			
Tipo de recurso según la clasificación				Realizaciones técnicas y científicas				Obras de ingeniería			
2.-INFORMACIÓN BÁSICA											
2.1. DESCRIPCIÓN Y CARACTERÍSTICA DEL RECURSO											
El dique es un lugar que promociona las actividades recreativas, de esparcimiento y deportivas.											
2.2. CALENDARIO/HORARIO DE UTILIZACIÓN											
SIEMPRE ABIERTO											
2.3. PROPIEDAD DEL RECURSO Y ORGANISMOS RESPONSABLES											
El GAD parroquial es el propietario y encargado de esta obra.											
2.4. ACCESIBILIDAD											
El Dique huachito se lo puede ubicar mediante el seguimiento de la vía a San Isidro, en el sector Huacho a unos metros de la comunidad llamada "Domono"											
3.- CARACTERÍSTICAS TURÍSTICAS											
3.1. DEMANDA TURÍSTICA											
En cuanto a demanda turística el mayor porcentaje de asistencia está enfocado a todas las parroquias aledañas a San Isidro y las familias del mismo.											
3.2. EQUIPAMIENTO Y SERVICIOS											
El lugar es un sitio de interés el cual es usado para actividades recreativas.											

3.3. ESPECIFICIDAD

El lugar al ser un espacio recreativo y público es usado por las familias para refrescarse y pasar un tiempo en familia.

3.4. PERFECCIONAMIENTO QUE PUEDE INTRODUCIRSE EN EL RECURSO

Es necesario la señalización del espacio ya que no cuenta con ninguna que lo identifique, también necesita aumentar la promoción del lugar, renovar una parte de las instalaciones.

3.5. ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS

Aledaño al lugar se puede encontrar lugares para comer como restaurantes, bares y tiendas.

3.6. VALORACIÓN

No cuenta con una valoración proporcionada por el Ministerio de Turismo, debido a que la parroquia de San Isidro no se ha desarrollado en gran amplitud en el ámbito turístico y en algunos de los casos muchos de los establecimientos que brindan este servicio son nuevos o no son reconocidos por el MINTUR.

3.7. OBSERVACIONES



*Ilustración 13 - Complejo turístico Huachito
Fuente: Pagina web oficial – Huachito cabañas dique Ortiz*

FUENTES CONSULTADAS (Directas o bibliográficas)

Para obtener la información se procedió a visitar el lugar.

*Ficha técnica 4 - Dique Huachito
Elaboración: Nicolás Barros, Luis Argudo*

4. Iglesia San Isidro

REFERENCIA

004

1.1. UBICACIÓN

San Isidro, Morona Santiago

1.2. DENOMINACIÓN

Atractivos Culturales											
1.3. TIPO DE RECURSO				SUBTIPO 1				SUBTIPO 2			
Tipo de recurso según la clasificación				Arquitectura				Histórica			
2.-INFORMACIÓN BÁSICA											
2.1. DESCRIPCIÓN Y CARACTERÍSTICA DEL RECURSO											
Corresponden a todas las obras arquitectónicas de carácter histórico y/o vernáculo tales como: Iglesias, monasterios y conventos, edificaciones, estación ferroviaria. (civil, religiosa, militar)											
2.2. CALENDARIO/HORARIO DE UTILIZACIÓN											
SIEMPRE ABIERTO											
2.3. PROPIEDAD DEL RECURSO Y ORGANISMOS RESPONSABLES											
El párroco de la iglesia Darwin Suqui es el encargado de este lugar.											
2.4. ACCESIBILIDAD											
Como referencia la iglesia está ubicada al final de la vía de San Isidro y también se lo puede ubicar por estar en frente de la hacienda Yuganllí											
3.- CARACTERÍSTICAS TURÍSTICAS											
3.1. DEMANDA TURÍSTICA											
La iglesia cuenta con un aforo de 200 personas aproximadamente y las misas que se celebran solo son los días sábados.											
3.2. EQUIPAMIENTO Y SERVICIOS											
El lugar al ser una iglesia cuenta con lugares para rezar, cuadros y el altar.											
3.3. ESPECIFICIDAD											

El lugar al ser un espacio netamente religioso, y puede ser de interés para otras culturas.

3.4. PERFECCIONAMIENTO QUE PUEDE INTRODUCIRSE EN EL RECURSO

Es necesario la señalización del espacio ya que no cuenta con ninguna que lo identifique, renovar la fachada de la iglesia.

3.5. ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS

Los eventos que se realizan son religiosos.

3.6. VALORACIÓN

No cuenta con una valoración proporcionada por el Ministerio de Turismo, debido a que la parroquia de San Isidro no se ha desarrollado en gran amplitud en el ámbito turístico y en algunos de los casos muchos de los establecimientos que brindan este servicio son nuevos o no son reconocidos por el MINTUR.

3.7. OBSERVACIONES



*Ilustración 14 - Iglesia de San Isidro
Fuente: Nicolás Barros, Luis Argudo*

FUENTES CONSULTADAS (Directas o bibliográficas)

Para obtener la información se procedió a visitar el lugar.

*Ficha técnica 5 - Iglesia San Isidro
Elaboración: Nicolás Barros, Luis Argudo*

5. RÍO QUEBRADA

REFERENCIA

005

1.1. UBICACIÓN

San Isidro, Morona Santiago

1.2. DENOMINACIÓN											
Atractivo Natural											
1.3. TIPO DE RECURSO				SUBTIPO 1				SUBTIPO 2			
Tipo de recurso según la clasificación				Rio				Rio			
2.-INFORMACIÓN BÁSICA											
2.1. DESCRIPCIÓN Y CARACTERÍSTICA DEL RECURSO											
Es un lugar privado, este río atraviesa la comunidad de San Isidro, a este río se le realiza captación de sus aguas para que funcione como planta potabilizadora de agua, Se puede hacer camping, caminatas y fotografías.											
2.2. CALENDARIO/HORARIO DE UTILIZACIÓN											
SIEMPRE ABIERTO											
2.3. PROPIEDAD DEL RECURSO Y ORGANISMOS RESPONSABLES											
El propietario es Wilmer Pérez											
2.4. ACCESIBILIDAD											
La referencia para llegar a esta ubicación es tomar la vía a San Isidro y al momento de ingresar a la parroquia tomar a mano derecha en vehículo aproximadamente unos 3 minutos.											
3.- CARACTERÍSTICAS TURÍSTICAS											
3.1. DEMANDA TURÍSTICA											
Por la pandemia y por la inauguración del nuevo Dique en San Isidro no cuenta con visitantes por el momento.											
3.2. EQUIPAMIENTO Y SERVICIOS											
Existen canchas para hacer deporte, cuenta con el dique para bañarse y zonas para alimentación.											

3.3. ESPECIFICIDAD

El lugar al ser un espacio recreativo y público es usado por las familias para refrescarse y pasar un tiempo en familia.

3.4. PERFECCIONAMIENTO QUE PUEDE INTRODUCIRSE EN EL RECURSO

El lugar está deteriorado por lo que se necesita de mantenimiento, señalización, promoción para la recaptación de visitantes y además de innovar las instalaciones.

3.5. ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS

Se puede hacer camping, caminatas y fotografías. También para la realización de deportes.

3.6. VALORACIÓN

No cuenta con una valoración proporcionada por el Ministerio de Turismo, debido a que la parroquia de San Isidro no se ha desarrollado en gran amplitud en el ámbito turístico y en algunos de los casos muchos de los establecimientos que brindan este servicio son nuevos o no son reconocidos por el MINTUR.

3.7. OBSERVACIONES



*Ilustración 15 - Complejo turístico Río quebrada
Fuente: Nicolás Barros, Luis Argudo*

FUENTES CONSULTADAS (Directas o bibliográficas)

Para obtener la información se procedió a visitar el lugar.

*Ficha técnica 6 - Río Quebrada
Elaboración: Nicolás Barros, Luis Argudo*

6. Finca ecológica

REFERENCIA

006

1.1. UBICACIÓN

San Isidro, Morona Santiago

1.2. DENOMINACIÓN									
Atractivos Culturales									
1.3. TIPO DE RECURSO					SUBTIPO 1			SUBTIPO 2	
Tipo de recurso según la clasificación					Realizaciones técnicas y científicas			Centro de rescate de flora silvestre	
2.-INFORMACIÓN BÁSICA									
2.1. DESCRIPCIÓN Y CARACTERÍSTICA DEL RECURSO									
Es una finca privada, atravesada por el río Puyo, existe un área extensa de bosque secundario en el cual se puede observar flora y fauna típica de la zona.									
2.2. CALENDARIO/HORARIO DE UTILIZACIÓN									
SIEMPRE ABIERTO									
2.3. PROPIEDAD DEL RECURSO Y ORGANISMOS RESPONSABLES									
Sr. Germán Mancheno									
2.4. ACCESIBILIDAD									
La referencia para llegar a esta ubicación es tomar la vía a San Isidro y al momento de ingresar a la parroquia tomar a mano izquierda en vehículo aproximadamente unos 3 minutos.									
3.- CARACTERÍSTICAS TURÍSTICAS									
3.1. DEMANDA TURÍSTICA									
En cuanto a demanda turística el mayor porcentaje de asistencia es un lugar enfocado para familias, jóvenes y niños. Al momento no hay una demanda constante debido a la pandemia.									
3.2. EQUIPAMIENTO Y SERVICIOS									
En el lugar se realizan actividades como la pesca deportiva, camping, actividades recreativas y deportivas.									



Ilustración 16 - Finca ecológica
Fuente: Nicolás Barros, Luis Argudo

FUENTES CONSULTADAS (Directas o bibliográficas)

Para obtener la información se procedió a visitar el lugar.

Ficha técnica 7- Finca ecológica
Elaboración: Nicolás Barros, Luis Argudo

Análisis Matriz de Inventarios

Quinta de Andrés

Este es uno de los primeros atractivos recreativos que tiene la parroquia, dentro de esta posee varios recursos y más atracciones a desarrollarse, creando en su entorno varios productos relacionados con el ámbito turístico

Una de las limitaciones de los recursos a desarrollar puede ser la falta de apoyo local, sin embargo, esta cuenta con un gran potencial turístico y se encuentra relacionado con nuestro proyecto a realizar en el futuro.

Dique San Isidro

Es el primer proyecto turístico pensado por el GAD Parroquial para activar el flujo de turistas, la cual cuenta con varios recursos que se pueden desarrollar principalmente actividades acuáticas y otras.

Las limitaciones para desarrollar es el mínimo ingreso económico que reciben del estado, pero se pueden realizar más proyectos como estos y se encuentra relacionada con nuestro proyecto.

Huachito

Este se encuentra ubicado al límite de la parroquia y es la más antigua por así decirlo, cuenta con un gran espacio para que los turistas disfruten del mismo, aquí se ha venido realizando varias actividades turísticas principalmente en familia y amigos, esta tiene un gran potencial turístico.

Las limitaciones para seguir creciendo podría ser la competencia, ya que hay muchos lugares que se encuentran innovando, pero al ser el más antiguo se sigue manteniendo y es visitado en la actualidad, además está directamente relacionado con nuestro proyecto.

Iglesia San Isidro

Es la única iglesia que poseen, sin embargo, no se la mantiene de la mejor manera, tiene recursos para poder hacerla un poco más visitada, mejorando en la infraestructura, decoraciones para que se vea más llamativa.

Pero el mal manejo de las personas encargadas y la falta de conocimiento turístico hacen que no se desarrollen actividades y productos, por lo que no está relacionado con el tema nuestro.

Río Quebrada

Este atractivo era el más concurrido por la localidad antes de que existieran los demás atractivos, por el momento está descuidado, pero tiene un gran potencial para desarrollar actividades complementarias.

La competencia y nuevos lugares existentes en la zona hace que los otros queden abandonados o simplemente no se genere ninguna remodelación, está relacionado, pero sigue siendo un lugar que no se aprovecha.

Finca Ecológica

Este atractivo tiene un gran potencial, ya que es la primera finca ecológica que tiene la parroquia, sin embargo, no se pudo visitar porque no había nadie quien nos atendiera, al ser la única se podrían desarrollar productos con los recursos que esta posee y generar afluencia.

No hay gente interesada en este tipo de atractivos por lo que no se genera mayor interés, pero es un lugar que se lo puede aprovechar y sacar beneficio y se le podría vincular a nuestro proyecto relacionado con actividades complementarias.

Análisis general

La Parroquia tiene un gran potencial turístico que no es aprovechado, por la falta de conocimiento e inversión en productos, existen varios atractivos en la zona que algunos se fueron desapareciendo, otros no tienen acceso como es un mirador, y otros que han sido totalmente descuidados, esta tiene para crecer y crear varios productos y ser una ciudad concurrida, sin embargo sí se sabe aprovechar los recursos y manejarlos de la mejor manera, esta puede llegar a ser turística tomando en cuenta varios elementos como la señalética, accesibilidad, infraestructura y más.

2.3.5 Matriz de Involucrados

La matriz de involucrados es una herramienta para conocer e identificar las necesidades y capacidades de las partes interesadas de un proyecto. Esta es información que marcará la planificación del proyecto y la gestión de los interesados. Para trabajar en proyectos de participación, es fundamental alinear y unificar estrategias. De esta manera, nos alineamos con los requisitos del cliente, trabajamos con resultados eficientes, reducimos los riesgos de los proyectos, optimizamos el flujo de trabajo y alineamos los presupuestos con planes realistas.

REGISTRO DE INVOLUCRADOS				PLAN DE ACCIÓN PARA LOS INVOLUCRADOS		
NOMBRE	ROL	CONTACTO	REQUERIMIENTOS Y EXPECTATIVAS	CATEGORÍA	PRIORIDAD	ESTRATEGIA DE ACCIÓN
Carla Jaramillo	Cofinanciadora/Propietaria	0986035744	Propietaria de la hacienda y maneja el área financiera.	Dominante	media	Informa y presenta avances del proyecto de la ruta turística
Danilo Tayopanta	Cofinanciador/Propietario	0993838870	Propietario de la hacienda y maneja el área financiera.	Dominante	media	Informa y presenta avances del proyecto de la ruta turística

Gabriel Tello	Ingeniero Agrícola	0992978908	Es ingeniero encargado de todo el sistema cafetero, tanto de su funcionamiento, el control de plagas, desarrollar los diferentes tipos de café, además de brindar el conocimiento más a detalle de este producto.	Dependiente	media	Realiza una explicación sobre el producto cafetero.
José Rivadeneira	Encargado de la hacienda	0997255999	Es el responsable de cuidar y dar ciertos cuidados a toda la hacienda, además de contar con conocimiento de todos los productos existentes.	Dependiente	media	Mantiene informados sobre el funcionamiento de la hacienda
Ronal Chaca	Profesor y director del proyecto	0984602251	El mentor de este proyecto, el que nos encamina brindando sus conocimientos, pautas y supervisión.	Discrecional	baja	Supervisa el proyecto a realizar mediante ideas y pautas.
Fundación Atasim	Financiador	(07)2306066	Tiene la finalidad de promover, ayudar e implementar actividades de desarrollo en el campo social y económico mediante el emprendimiento e innovación para el fortalecimiento de las familias amazónicas de Morona Santiago.	Inactivo	baja	Tenerle al tanto de los avances e informes que se presenten en el proyecto.

Luis Argudo	Ejecutor del proyecto	0999764812	Somos los principales involucrados en el desarrollo del proyecto mediante charlas, búsqueda de información y contribuyendo de tal manera que brinde beneficio a la localidad.	Dependiente	media	Organizamos los productos teniendo en cuenta las observaciones de todos para la creación de una ruta.
Nicola Barros	Ejecutor del proyecto	0990148833	Somos los principales involucrados en el desarrollo del proyecto mediante charlas, búsqueda de información y contribuyendo de tal manera que brinde beneficio a la localidad.	Dependiente	media	Organizamos los productos teniendo en cuenta las observaciones de todos para la creación de una ruta.
Universidad del Azuay	Educadores	409113	Creación de profesionales	Inactivo	baja	Formación de profesionales
GAD Parroquial	Empresa Pública	S/N	Son parte fundamental, porque conjuntamente con la fundación realizan convenios.	Crítico	alta	Mantener relación directa para que se siga creando convenios.

*Tabla 12 - Matriz de involucrados (registro)
Elaboración: Nicolás Barros, Luis Argudo*

Análisis Matriz de actores Involucrados

En la presente tabla de los actores, se puede identificar los personajes involucrados que actuarán de manera positiva o negativa, así mismo dando un valor de acuerdo al interés, el poder que este tiene y evaluando la posición que este tiene con respecto al proyecto con + o -, para la siguiente tabla se verificará los problemas y recursos de cada uno de estos.

Actores	Posición	Interés	Poder
Universidad del Azuay	+	3	2
Ejecutores: Nicolás Barros - Luis Argudo.	+	5	5
Tribunal Académico: Mgst. Natalia Rincón del Valle - Mgst. Ronal Chaca - Mgst. Xavier Ortega.	+	4	3
Proveedores de servicios turísticos	-	2	3
Director de tesis: Mgst. Ronal Chaca	+	4	4
Ing. Gabriel Tello	+	3	2
Sr. José Rivadeneira	+	3	2
Fundación Atasim	-	4	4
Ministerio de Turismo	-	3	3
Propietarios: Carla Jaramillo - Danilo Tayopanta	+	4	4
Población de la Parroquia San Isidro	+	3	4
GAD Parroquial	-	2	3

*Tabla 13- Actores involucrados (interés y poder)
Elaboración: Nicolás Barros, Luis Argudo*

MATRIZ DE INVOLUCRADOS			
Actores del Proyecto	Intereses	Problemas Percibidos	Mandatos o Recursos
Universidad del Azuay	Formación de profesionales.	Desinterés por parte de los estudiantes.	Enseñanzas teóricas y prácticas para ejercer la profesión.
Ejecutores: Nicolás Barros - Luis Argudo	Dar resultados favorables tanto a la hacienda como a la parroquia para ser acreedores de nuestra titulación.	Colaboración por parte de la localidad por el desconocimiento turístico.	Aplicación de nuestros conocimientos para poner en práctica en el desempeño laboral.
Tribunal Académico: Mgst. Natalia Rincón del Valle - Mgst. Ronal Chaca - Mgst. Xavier Ortega.	Que el proceso del proyecto se lleve a cabo correctamente para el beneficio de la Universidad.	Tiempo para revisar el proyecto.	Dan la aprobación de nuestro trabajo de titulación.
Proveedores de servicios turísticos	Mejorar sus establecimientos mediante los ingresos de los clientes.	Colaboración con los demás establecimientos.	Afluencia de personas al ser los primeros que brindan turismo.

Director de tesis: Mgst. Ronal Chaca	Es el mentor de nuestro proyecto y el que nos guía con sus pautas.	Falta de asesoramiento en ciertos temas.	Brinda pautas y capacita para ejercer el trabajo de la mejor manera.
Ing. Gabriel Tello	Lleva a cabo el producto cafetero de la mejor calidad.	El desconocimiento turístico y la falta de planificación.	Trabajo en una hacienda turística.
Sr. José Rivadeneira	Hace que la hacienda funcione de la mejor manera.	El desconocimiento turístico y la falta de planificación.	Conoce cada uno de los productos.
Fundación Atasim	Pretende que el proyecto genere economía y ayude a la parroquia.	Se enfocan en proyectos agrícolas y ganaderos.	Realizar más proyectos relacionados con el ámbito turístico.
Ministerio de Turismo	Existen establecimientos turísticos para el incremento económico y mejor calidad de vida.	Falta de apoyo a emprendimientos locales y la poca participación.	Tiene las herramientas necesarias para crear nuevos lugares.
Propietarios: Carla Jaramillo - Danilo Tayopanta	Que el proyecto se lleve a cabo para generar ingresos y ayudar a la localidad.	Falta de conocimientos y poca asesoría.	Cuentan con los recursos necesarios.
Población de la Parroquia San Isidro	Conseguir estabilidad mediante un ingreso económico.	Falta de capacitación turística.	Tienen el potencial de hacer cosas grandes.
GAD Parroquial	Generar ingresos apoyando con emprendimientos.	El desinterés en temas turísticos y prioridad a otros emprendimientos.	Dar la suficiente información para generar más proyectos turísticos.

Análisis	Mediante esta tabla se puede observar los actores relacionados con el proyecto, intereses de cada uno, problemas que se presentan y los recursos que posee para tener en cuenta al momento de ejecutar el proyecto.
----------	---

Tabla 14 - Matriz involucrados (problemas y recursos)
Elaboración: Nicolás Barros, Luis Argudo

Actores	Posición	Interés	Poder
---------	----------	---------	-------

Universidad del Azuay	+	3	2
Ejecutores: Nicolás Barros - Luis Argudo.	+	5	5
Tribunal Académico: Mgst. Natalia Rincón del Valle - Mgst. Ronal Chaca - Mgst. Xavier Ortega.	+	4	3
Director de tesis: Mgst. Ronal Chaca	+	4	4
Ing. Gabriel Tello	+	3	2
Sr. José Rivadeneira	+	3	2
Propietarios: Carla Jaramillo - Danilo Tayopanta	+	4	4
Población de la Parroquia San Isidro	+	3	4

Tabla 15 - Actores positivos
Elaboración: Nicolás Barros, Luis Argudo

Actores	Posición	Interés	Poder
Proveedores de servicios turísticos	-	2	3
Fundación Atasim	-	4	4
Ministerio de Turismo	-	3	3
GAD Parroquial	-	2	3

Tabla 16 - Actores negativos
Elaboración: Nicolás Barros, Luis Argudo

LOS QUE APOYAN		
PODER ALTO	Simpatizantes	Aliados
	Tribunal	Director de tesis
		Propietarios Ejecutores
	Amigos	Apoyos
PODER BAJO	Sr. José Rivadeneira	UDA
	Ing. Gabriel Tello	Sr. José Rivadeneira
		Ing. Gabriel Tello
		Fundación Atasim
		Población
	INTERÉS BAJO	INTERÉS ALTO

Tabla 17- Poder de apoyo del proyecto
Elaboración: Nicolás Barros, Luis Argudo

LOS QUE SE OPONEN		
PODER ALTO	Obstáculos	Enemigos
	GAD Parroquial	Proveedores
PODER BAJO	Críticos	Adversarios
		MINTUR
	INTERÉS BAJO	INTERÉS ALTO

Tabla 18 - Poder de oposición del proyecto
Elaboración: Nicolás Barros, Luis Argudo

Análisis	Mediante estos cuadros podemos apreciar los que se oponen y los que apoyan, por lo que se ve que tenemos mucho apoyo para este proyecto, sin embargo, hay que tener en cuenta el porcentaje que se opone y trabajar en eso.
----------	---

ESTRATEGIA DE INVOLUCRADOS			
Involucrados	Intereses	Categoría	Estrategias
Universidad del Azuay	Formación de profesionales.	Inactivo	Mantener al tanto de toda la ejecución del proyecto, cumpliendo con todos los programas a realizar.
Ejecutores: Nicolás Barros - Luis Argudo.	Dar resultados favorables tanto a la hacienda como a la parroquia para ser acreedores de nuestra titulación.	Dependiente	Recopilar toda la información a realizar, hacer visitas al territorio para analizar cada uno de los productos y gestionarlos.
Tribunal Académico: Mgst. Natalia Rincón del Valle - Mgst. Ronal Chaca - Mgst. Xavier Ortega.	Que el proceso del proyecto se lleve a cabo correctamente para el beneficio de la Universidad.	Discrecional	Proyectar el documento final demostrando la ejecución del proyecto durante todo este tiempo.

Proveedores de servicios turísticos.	Mejorar sus establecimientos mediante los ingresos de los clientes.	Inactivo	Integrar al proveedor de servicios para conjuntamente obtener mayor afluencia de turistas.
Director de tesis: Mgst. Ronal Chaca	Es el mentor de nuestro proyecto y el que nos guía con sus pautas.	Discrecional	Tener reuniones para estar en contacto para que el proyecto esté marchando de la mejor manera y se ejecute de acuerdo a lo establecido.
Ing. Gabriel Tello	Lleva a cabo el producto cafetero de la mejor calidad.	Dependiente	Conseguir que el producto cafetero sea reconocido y visto turísticamente.
Sr. José Rivadeneira	Hace que la hacienda funcione de la mejor manera.	Dependiente	Incentivar a la parroquia a unirse a este proyecto.
Fundación Atasim	Pretende que el proyecto genere economía y ayude a la parroquia.	Inactivo	Fortalecer en proyectos turísticos y capacitaciones de la misma.
Ministerio de turismo	Existen establecimientos turísticos para el incremento económico y mejor calidad de vida.	Inactivo	Socializar el proyecto con el MINTUR mediante charlas y presentaciones para que se vinculen al proyecto.
Propietarios: Carla Jaramillo - Danilo Tayopanta	Que el proyecto se lleve a cabo para generar ingresos y ayudar a la localidad.	Dominantes	Conseguir convenios con otras instituciones públicas y privadas.
Población de la Parroquia San Isidro	Conseguir estabilidad mediante un ingreso económico.	Crítico	Involucrar a la localidad mediante capacitaciones para incentivar y activar el turismo local.
GAD Parroquial	Generar ingresos apoyando con emprendimientos.	Crítico	Mostrar resultados favorables de los proyectos para generar más ayuda.

Análisis	En esta tabla, tomamos en cuenta la categoría que cada uno ocupa para formular las estrategias, esperando tener resultados mediante estas.

Tabla 19 - Estrategias para involucrados
Elaboración: Nicolás Barros, Luis Argudo

2.3.6 Matriz Buyer Person

Buyer Person, es un personaje ficticio basado en la etnografía (edad, género, costumbres, creencias, entre otros), cuya mentalidad, cualidades y comportamientos son similares entre sí. Teniendo en cuenta que para el mismo producto o servicio, una empresa puede crear diferentes perfiles.

Los buyer personas son la respuesta para conocer distintos factores claves que dan a conocer a nuestros supuestos clientes. Así se podrá saber lo que ellos buscan y necesita para mediante esto atraer el mercado y fomentar su permanencia.

Algunas preguntas sobre el cliente ideal en cuanto a su personalidad y comportamiento son las necesidades, los desafíos que enfrentan, qué redes sociales usa y qué puede hacer la empresa para ayudarlo.

CARACTERIZACIÓN DEL VISITANTE

NOMBRE DEL BUYER PERSON	INFORMACIÓN GENERAL	INFORMACIÓN DEMOGRÁFICA	INDICADORES, ACTITUDES Y COMPORTAMIENTOS	SUEÑOS Y OBJETIVOS	RETOS Y NECESIDADES	CÓMO AGREGAMOS VALOR	FRASES O COMENTARIOS	QUEJAS SOBRE PRODUCTOS SIMILARES	MENSAJE DE MARKETING	MENSAJE DE VENTAS
Juan Julio Jaramillo	Actividad social para campesinos.	Turista Nacional	Le gusta innovar creando talleres agrícolas para emprendedores de la zona y brindar servicios complementarios a estos.	Mediante productos como el café, artesanías, entre otros más; hacer que el proyecto tenga una afluencia de turistas y lograr ser reconocido nacionalmente	Organiza sus viajes enfocados en temas y productos agrícolas en todo el mundo.	Mantienen conversaciones con emprendedores locales e internacionales para conocer cómo es la demanda y brindar un mejor servicio de productos a las	Mi selva, tú destino	No existe un lugar donde las personas puedan alojarse en la hacienda.	Produce y comerás	Conecta, degusta, cosecha, practica, desconecta, experimenta, pasea, recorre, respira, saborea, viaja. VIVE.

				nte.		personas.				
--	--	--	--	------	--	-----------	--	--	--	--

	Aficionados con los productos agrícolas.	Edad 44 años	Visita lugares y países diferentes para crear nuevos emprendimientos y crear nuevos productos.	Crear una ruta turística donde la gente pueda quedarse por lo menos unos tres días para conocer más de la ciudad y sus alrededores	Promover la creación de emprendimientos similares a la hacienda Yuganllí y lograr desarrollar algo similar con sus productos	Crear una ruta turística con productos de la zona y promover el turismo vivencial ayudando al medio ambiente	"Sería bueno que un lugar así preparara café en macas y es muy bueno se dé a conocer por medio de turismo a muchas más personas, que la gente venga y pueda observar como es el proceso, a la misma vez que disfrute. "	Los productos, no están completamente desarrollados o detallados completamente.		
--	--	--------------	--	--	--	--	---	---	--	--

	Interesados en promover principalmente el producto cafetero.	Ingreso promedio: 1.000 dólares	La espiritualidad forma parte de su personalidad.	Viajar donde pueda estar más al contacto con la naturaleza y encontrarse con ella misma.	Dificultad para poder alojarse en el proyecto y que este sea atractivo para permanecer por más tiempo.	Actividades recreativas con relación a los productos agrícolas como es principalmente el café.	Un café hecho con pasión, cuidado del medio ambiente y con mucha pasión.	El proyecto no cuenta con una buena promoción y no se da a conocer más que a lugares cercanos		
--	--	---------------------------------	---	--	--	--	--	---	--	--

Tabla 20 - Matriz Buyer Person
 Elaboración: Nicolás Barros, Luis Argudo

2.3.7 Mapa de Empatía

¿QUÉ PIENSA Y SIENTE?

Le mueve venir a conocer nuevos lugares, la cultura shuar, actividades diferente a lo tradicional y común.

Le preocupa que el lugar no sea lo que esperaba, e incluso la inseguridad.

Le importa que el lugar le brinde un buen servicio y le haga sentir cómodo pasándola bien y que pueda disfrutar.

Siempre mantienen una expectativa alta con respecto o lo que ofrece y visita.

¿QUÉ OYE?

Muchas personas tanto nacionales, y en su mayoría internacionales conocen o les atrae el oriente ecuatoriano por documentales y películas que han visto.

En cuanto amigos y familiares son los primeros en recomendar que visiten Macas por medio del boca a boca, siendo las principales influencias los jóvenes quienes son los que visitan el lugar.

¿QUÉ DICE Y HACE?

Por lo general el visitante es amable, curioso y con ganas de aprender.

Le importa tratar de conocer la cultura de la otra persona.

Habla con gente nativa del lugar.

Influencia a más personas con los mismos intereses a conocer del lugar y sus tradiciones.

¿QUÉ VE?

El entorno al que está acostumbrado es rutinario, cansado de la ciudad y busca conectar con la naturaleza, busca viajar y realizar turismo, pero diferente a uno tradicional.

La oferta se enfoca en diversión, turismo cultural, el ámbito religioso de manera mínima y fiestas.

Las personas claves son agencias de viajes y guías.

Los problemas a que se enfrenta el entorno es que muchas veces los guías no hablan otros idiomas y las agencias no brindan el servicio completo.

ESFUERZOS

Le frustra que las actividades que esperaba no sean como pensaba.

Existe el miedo a ser robado, a ser engañado y perder su dinero.

El obstáculo principal que se plantea es que la pandemia de Covid continúe y no le permita viajar.

RESULTADOS

Le gustaría conocer otra cultura (shuar) y divertirse.

Intenta satisfacer sus necesidades por medio de las actividades vivenciales donde puedan participar y enriquecerse de conocimiento.

2.3.8 Matriz Canvas

Socios claves	Actividades claves	Propuesta de valor	Relación con el cliente	Segmento de clientes
<p>Fundación Atasim</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gastos financieros • Talleres • Capacitaciones <p>Trabajadores de la hacienda</p> <ul style="list-style-type: none"> • Guianza de los productos. • Control y mantenimiento de la hacienda. <p>Propietarios</p> <ul style="list-style-type: none"> • Brindar el territorio para el desarrollo del proyecto. <p>Universidad del Azuay</p> <ul style="list-style-type: none"> • Preparar a profesionales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Producción de café • Sembrío de plantas de la zona (medicinales, frutales, entre otras) • Piscicultura • Apicultura • Artesanías en mullo y cerámica • Senderismo <p>Mediante una página web se visualiza cómo se desarrollan las actividades de la hacienda.</p> <p>Información de los servicios que se brindarán como</p>	<p>Participan en la experiencia de realizar cada uno de los productos.</p> <p>Llevar productos realizados por ellos mismos.</p> <p>Nuestras actividades hacen que el cliente se pierda de la modernidad.</p> <p>Por medio de nuestro entorno la naturaleza es el actor principal para</p>	<p>Una buena atención</p> <p>Paciencia al momento de explicar los productos.</p> <p>Ser un lugar de acogida para que se sientan como en casa.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Para extranjeros • Investigadores • Personas que busquen el contacto con la naturaleza. • Personas que busquen otras tipologías de turismo. • Clase social alta

<p>GAD Parroquial</p> <ul style="list-style-type: none"> • Convenios • Talleres para la localidad • Aportes en los productos. <p>Prestadores de servicios</p> <ul style="list-style-type: none"> • Brindar servicios turísticos que complementen el desarrollo de nuestro producto. • Asociaciones que beneficien a prestadores de servicios. 	<p>alimentación, horarios, alojamiento, entre otros.</p> <p>Feedback</p>	<p>que el turista disfrute.</p>		
--	--	---------------------------------	--	--

Población local	Recursos claves		Canales	
<ul style="list-style-type: none"> • Aporte de mano de obra. • Interés por el desarrollo del proyecto. • Asociación que beneficie a la población. 	<p>Cuenta con todos los elementos de bioseguridad y salubridad.</p> <p>Mantiene una buena relación con empresas públicas y privadas.</p> <p>Estar activo y darse a conocer para que pueda llegar a más personas.</p> <p>Dar información exacta del lugar y los servicios, es decir sin publicidad falsa.</p>		<p>Los canales principales que nuestro proyecto más está enfocado a utilizar son:</p> <p>Agencia de viajes</p> <p>Redes sociales que son los más utilizados por las personas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • TikTok, • Instagram, • WhatsApp. <p>Mediante la ayuda del MINTUR para promocionar en ferias</p>	

9. Estructura de coste	5. Fuentes de Ingreso
<p>Los principales costes a ser denotados en el proyecto de acuerdo a los propietarios de la hacienda Yuganllí son:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● La infraestructura ● Equipamiento 	<p>El producto principal por el cual se generan ingresos es el café por el cual llegan visitantes y consumidores, en cuanto al pago de este servicio la mayoría de personas prefiere hacerlo de manera online.</p>

Tabla 21 - Matriz Canvas
Elaboración: Nicolás Barros, Luis Argudo

2.3.9 Propuesta de valor

El lienzo de la propuesta de valor

Propuesta de valor

Segmento de mercado

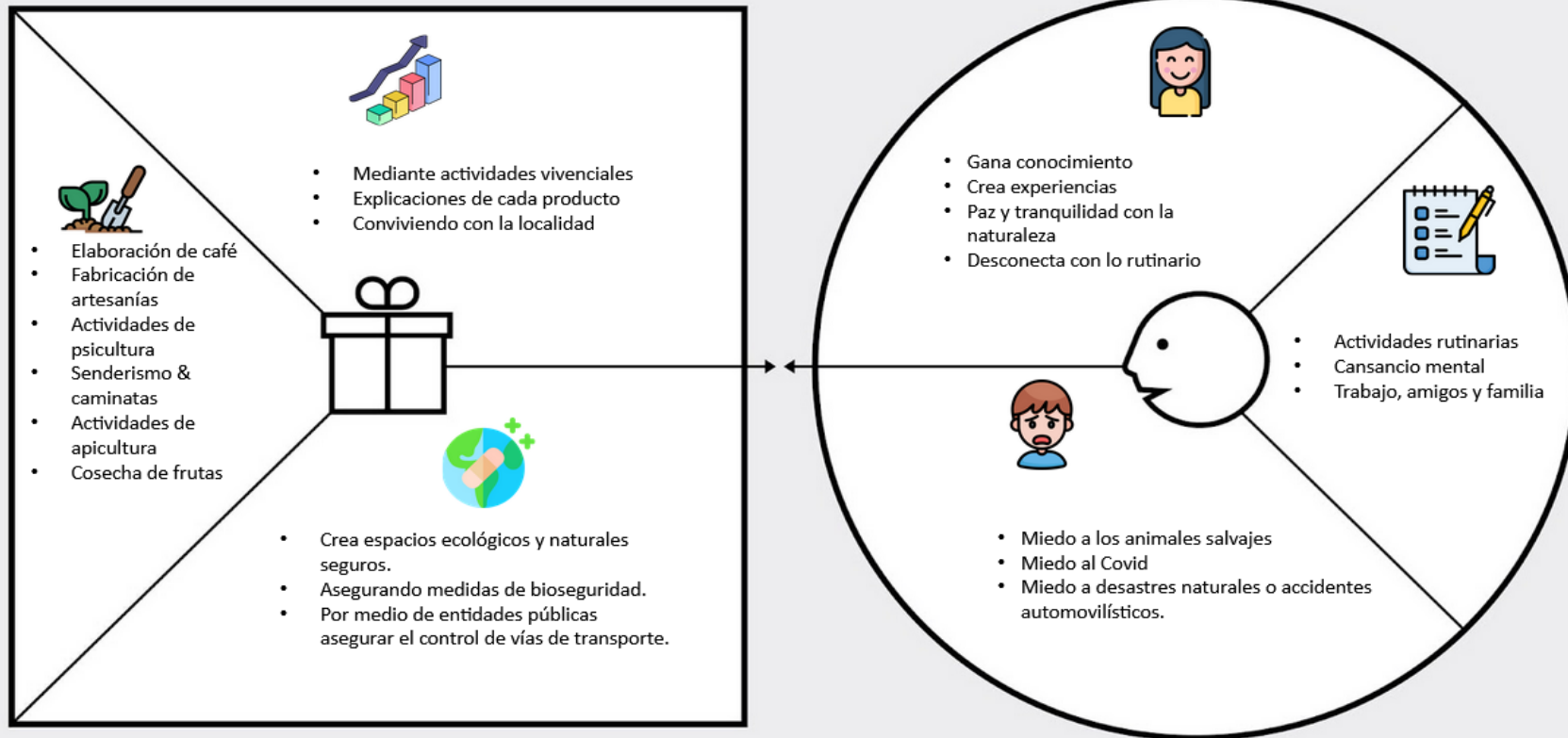


Ilustración 17 - Propuesta de valor
Elaboración: Nicolás Barros, Luis Argudo

Para implementar un nuevo emprendimiento es necesario hacer una planificación estratégica de marketing efectiva. Para esto, es esencial trabajar en una propuesta de valor. Aunque es una herramienta estratégica bastante simple, es capaz de crear un gran compromiso con sus clientes potenciales. Para obtener resultados positivos, debe estar bien construido y excelente entre las competiciones.

La propuesta de valor es una fuente de comunicación que se utiliza para transmitir de manera clara y objetiva lo que hace la empresa y las contribuciones importantes que la empresa hace a los miembros de su comunidad. En otras palabras, lo que busca es expresar a través de contenidos directos, equilibrados y creativos, lo que se ofrece y por qué los clientes deberían elegirnos para satisfacer sus necesidades.

Sin duda, para hacer crecer el negocio es fundamental crear una o varias Propuestas de Valor de acuerdo a los productos, servicios y sobre todo de acuerdo a los diferentes públicos a los que te diriges. De acuerdo con las especificaciones propuestas anteriormente hemos definido el segmento que oscila a partir de los 25 años en adelante que pueden ser extranjeros, investigadores, personas que busquen nuevas alternativas de turismo, generalmente la clase social alta, tomando en cuenta todos estos puntos pretendemos satisfacer las necesidades de nuestros futuros clientes.

2.3.10 Análisis del perfil del turista

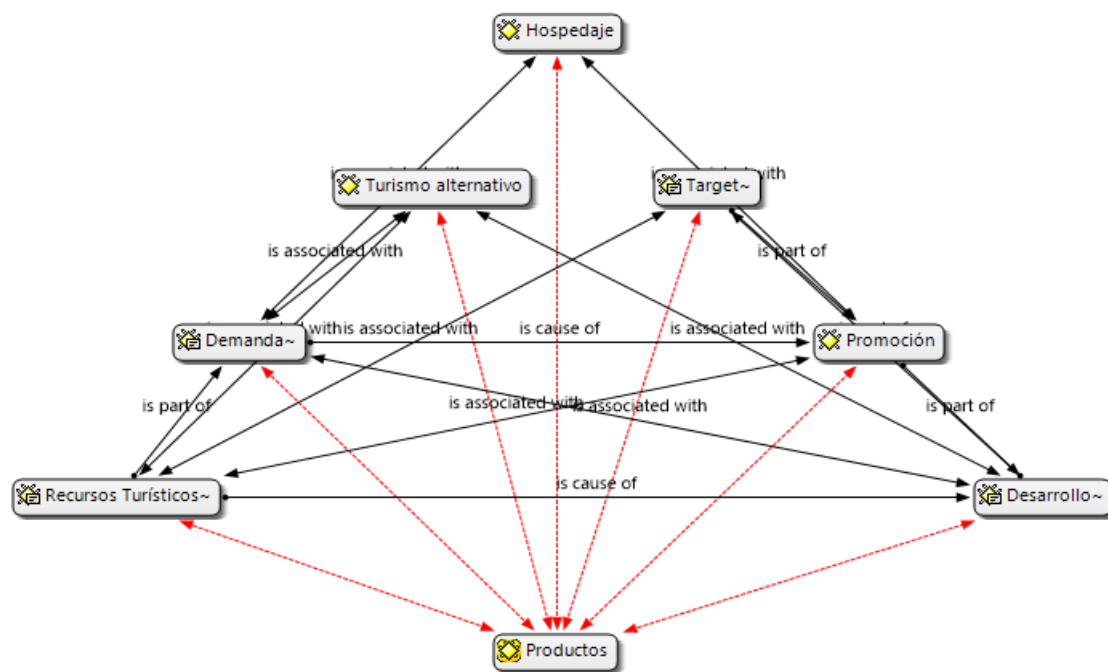
En la presente investigación tomamos en cuenta a nuestros actores principales nombrados en este proyecto y personas cercanas al mismo, teniendo un total de 8 entrevistas con la finalidad de exponer la percepción de cada uno de ellos, la cual habían presenciado durante todos estos años en el territorio, para ello se procedió a visitar a cada uno de ellos y por medio de la realización de entrevistas se obtuvo una primera impresión acerca del territorio, de la oferta y demanda que es presentada desde la perspectiva local.

El rango de las personas entrevistadas es variado entre jóvenes y adultos para obtener una amplia información de lo que los futuros turistas buscan y prefieren realizar en estas zonas, vale recalcar que la mayoría son personas del cantón morona y de la ciudad de Cuenca, relacionadas directa e indirectamente con el proyecto y que tienen conocimiento del mismo.

Después de realizar la recopilación de información por medio de las entrevistas, se optó por utilizar un programa que analiza los datos y los presenta de manera más óptima, llamado Atlas. Ti, el cual nos ayudará a la comprensión e interpretación de los datos cualitativos del proyecto. Para ello se procedió a trasladar cada una de las entrevistas realizadas al programa, se colocó códigos que identifiquen menciones importantes en las entrevistas representando una palabra o frase.

Mediante estos códigos hemos llegado a localizar y presentar en forma gráfica los más relevantes del territorio, para posteriormente administrar cada uno de estos códigos y ubicarlos en un grupo de familias, el cual tenga relación con cada uno de estos aspectos, por lo que se ha creado la familia de Productos e Interés, siendo éstas quienes identifican y engloban cada uno de los códigos rescatados en las entrevistas.

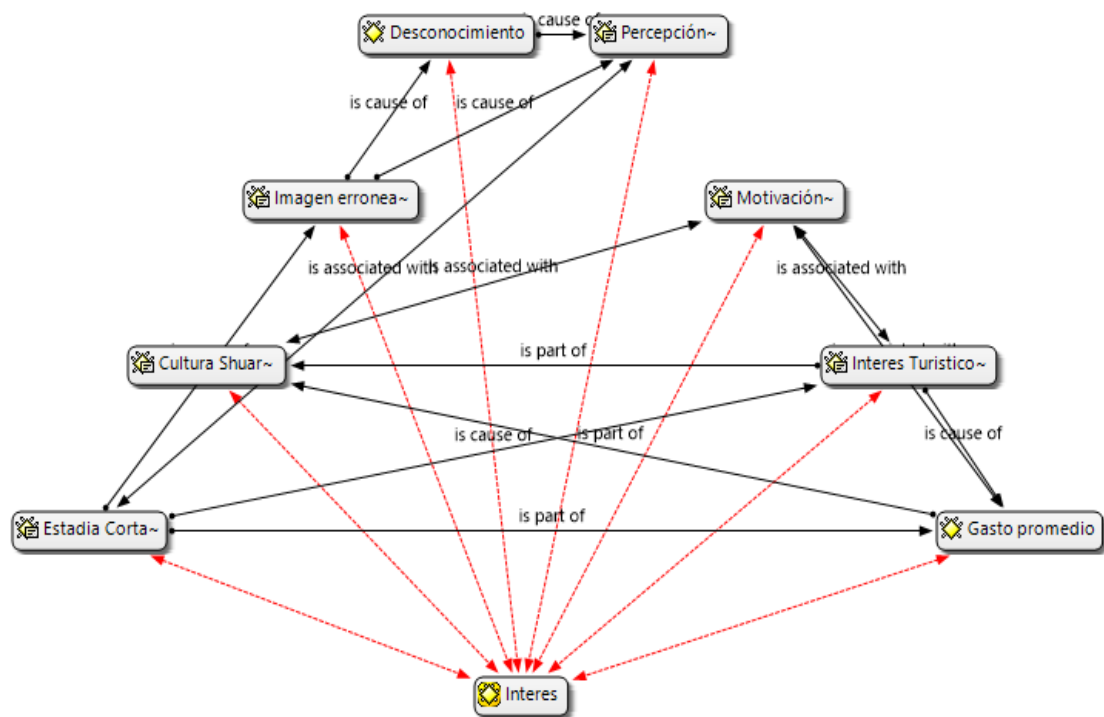
A continuación, se presentan los gráficos de las familias y su respectiva relación con los distintos códigos.



*Ilustración 18 - Interrelación de la familia productos
Elaboración: Nicolás Barros, Luis Argudo*

De acuerdo con la familia denominada de productos el código de la demanda en este caso es uno de los principales a recalcar, ya que este se presenta y se relaciona con respecto a todo, siendo un factor importante a tomar en cuenta para la gestión de los productos, según la gráfica para que exista demanda se toma en cuenta el target al cual se presenta el territorio, la promoción del territorio, el hospedaje que se oferta y los recursos que logra presentar el territorio, por lo que podemos interpretar que las personas buscan nuevas experiencias que realizar y conseguir facilidades que existan en conjunto dentro de las mismas.

Los productos se plantean como el eje de la familia ya que está ligado con el desarrollo y la gestión que tendrá el proyecto con respecto al territorio, además es importante que cada uno de los aspectos ya mencionados se presenten a la demanda de manera planificada para obtener resultados que beneficien a la población local como al proyecto mismo.



*Ilustración 19 - Interrelación de la familia interés
Elaboración: Nicolás Barros, Luis Argudo*

De acuerdo a la familia denominada interés el código nombrada como cultura shuar es el más mencionado, por el que al momento de viajar su atractivo principal es conocer este tipo de turismo, el cual por el desconocimiento, percepción e imagen errónea que tienen de esta, debido a la mala información que reciben ya sea de medios informativos o por personas, hace que su estadía sea corta y es visualizada como una ciudad de paso, conociendo esto por medio de la gestión de productos turísticos inyectar un poco de cómo es la cultura shuar.

Demanda del territorio

“Primero hay que definir el turista nacional y extranjero, en el caso de turismo extranjero en la ciudad es cero por las personas que vienen a Macas, generalmente visitan la cueva de los tallos que queda en el cantón Limón Indanza, estos hacen escala en la ciudad de Macas aproximadamente un día, por lo general la gente viene en busca de la cultura shuar, la Ayahuasca y por experimentar, pero son muy pocos la mayoría prefiere ir al Puyo que tiene un mercado parecido.”(J. Juan Julio, comunicación personal, 31 de diciembre del 2021).

Macas como destino

“Lamentablemente la gente no conoce Macas como realmente lo es, se ha llevado fotografías de los atractivos que tiene la ciudad para ver si reconocen o saben dónde es, pero tienen una idea errónea de lo que realmente es, hasta el día de hoy personas de las ciudades grandes como es Quito, Cuenca y Guayaquil piensan que Macas es selva, que

existe culebras y cosas por el estilo.” (J. Juan Julio, comunicación personal, 31 de diciembre del 2021).

San Isidro

“San Isidro es una parroquia que no se la conoce ni ciudadanos de macas conoce peor que otras personas, aunque está abriéndose poco a poco todavía es un lugar que no se conoce.” (J. Juan Julio, comunicación personal, 31 de diciembre del 2021).

Tiempo de estadía

“El tiempo que se quedan varia depende a la temporada por ejemplo los que viajan por feriados obviamente se quedaran 2 a 3 días, en caso de tener familia se pueden quedar hasta un mes, los que vienen a conocer en caso de ser extranjero son la cueva de los tayos, ya que se hace una escala en macas y en un día se pueden conocer todos los atractivos, por lo que macas es considerado una ciudad de paso.”(J. Juan Julio, comunicación personal, 31 de diciembre del 2021).

Medios informativos

“Uno de los medios más tradicionales que se maneja en el Ecuador es el boca a boca mediante los estudiantes la gente conoce más la ciudad, estos son los principales embajadores de traer personas, otra es la televisión pero lo que transmiten no es lo que realmente es Macas, ya que publica solo lo malo que pasa por lo que nos conocen de una forma negativa y en cuanto a las redes sociales estas funcionan como un círculo si publicas algo y no tienes amigos de otros lados eso queda solo en el círculo que tu manejas pero por lo general el medio que se maneja más es el boca a boca.” (J. Juan Julio, comunicación personal, 31 de diciembre del 2021).

Acercas de las actividades

“Las actividades que vienen hacer si es un extranjero por lo general este busca gastronomía, estar más en contacto con la naturaleza, la cultura shuar, el ritual de la Ayahuasca, se podría decir que las actividades es la parte shuar y la cueva de los tayos porque está a nivel mundial.” (J. Juan Julio, comunicación personal, 31 de diciembre del 2021).

Conclusión

Una de las principales causas por lo que el turismo en la zona de Macas es poco desarrollado es por el tiempo de estadía que se presenta por parte de las personas que visitan la ciudad siendo como ya ha sido mencionado un lugar de paso, es por ello que se pretende aumentar ese tiempo de estadía y presentar a las personas quienes la visitan una oferta de productos nueva e incluso que puedan ser llamativas y atraer a un mayor número de personas.

Actualmente los recursos naturales con lo que cuenta el territorio está siendo desaprovechado, además de que la gestión de entidades públicas, no se enfoca en el desarrollo de una planificación adecuada en el ámbito turístico, sin embargo, realizan proyectos que luego los presentan de forma turística, esto ayuda a crear una imagen errónea del potencial existente en el oriente ecuatoriano, ya que muchas personas todavía tienen la idea que el oriente es solo selva y no tiene nada que ofrecer.

En muchas ocasiones las personas mencionan la cultura Shuar como uno de los principales atractivos que tiene visitar el oriente ecuatoriano, pero el mismo no ha sido presentado de manera adecuada, en muchos casos puede llegar a existir un mal manejo de la cultura y presentarse como un producto perdiendo su valor intangible para las personas locales, en otros ni siquiera es considerado algo importante por lo que se pone la cultura en un segundo plano y las personas adoptan costumbres diferentes a las suyas.

Es por ello que es importante presentar la cultura de una manera que preserve sus costumbres y tradiciones, mediante la gestión de productos turísticos dando un realce en los elementos usados por ellos por medio de las artesanías y puedan conocer un poco de estas.

CAPITULO III

3. PROPONER UN PRODUCTO TURÍSTICO A PARTIR DEL ESTUDIO DEL TERRITORIO.

3.1 Propuestas para una ruta turística

Para nosotros lograr proponer un producto turístico es necesario saber que es un producto, a partir de esto de acuerdo a toda la información recolectada, definir cada uno de nuestros productos a tratar para mediante eso seleccionar los más relevantes y poder generarlos de manera turística dando como resultado el reconocimiento y la creación de nuevos recursos.

3.2 ¿Qué es un producto turístico?

Podemos definir que un producto turístico es la agrupación de elementos que están en constante cambio, en busca de la modernidad, respondiendo las exigencias y necesidades del mercado, para lograr el objetivo de satisfacer las expectativas del visitante, mediante la creación de los recursos existentes.

Al ser una parroquia agrícola y ganadera nuestros productos a tratar se desarrollarán en el ámbito agrícola, ya que la hacienda está más enfocada en el cultivo y producción del café, además cuenta con diferentes recursos como es la elaboración de artesanías, actividades de piscicultura y apicultura, los cuales serán propuestos en conjunto con el producto principal.

3.3 Propuesta de productos

Todos los productos que serán propuestos para el desarrollo del proyecto en la hacienda Yuganllí buscan generar la experiencia de un turismo vivencial y la participación de los visitantes, tratando que este sea diferente a los tradicionales como es ir a ver, oír y escuchar acerca de cómo es su elaboración y nada más, nuestro proyecto intenta que las personas quienes visiten este proyecto puedan interactuar con todos los productos y además puedan llevarlos consigo un recuerdo, consiguiendo que esta experiencia sea memorable.

Café

Uno de los primeros es el producto cafetero, este se ha venido desarrollando conjuntamente con la ayuda del Gad Parroquial en la localidad, gracias a la acogida que ha tenido, se lo está trabajando con más amplitud, por lo que es considerado el producto

estrella, mediante esto pretendemos incentivar un turismo más vivencial que la gente pueda participar, con esto generar satisfacción y felicidad de cosechar y llevarse un producto hechos por sí mismos.

Además de llegar a proponer el café como uno de los principales productos a ser propuestos en el proyecto turístico de la hacienda Yuganllí, lo que busca es que las personas puedan interactuar mediante la cosecha del café en los cultivos con los que cuenta la hacienda, la plantación y adecuación del café para su siembra y las diferentes combinaciones que se realiza para que se pueda obtener la mejor semilla, además de aprender acerca de todo el tratamiento que este tiene para ser transformado al producto final, ellos pueden cosechar, producir y finalizar su café para llevárselo consigo mismo. Dándoles una experiencia única, en la cuales estarán involucrados y participarán, siendo muy diferente a los comúnmente que se realiza al momento de visitar un lugar turístico.

Artesanías

Mediante los talleres de artesanías a realizar pretendemos reflejar bocetos de la cultura amazónica como una forma de revivir y hacer conocer la cultura como tal por medio de este producto, una de las ventajas es que se le puede trabajar con diferentes materiales de acuerdo al gusto de cada persona, por otro lado, se puede trabajar con diseños apropiado al producto estrella en este caso el café.

Con esto pretender que puedan realizar sus propias ideas y pongan en práctica sus manualidades haciendo de esto un producto único que se puedan llevar de recuerdo.

Piscicultura

Esta es una actividad turística conocida por muchas personas, sin embargo, cada sitio tiene sus propias especies, es por esto que a parte de la actividad la persona puede probar la famosa tilapia que es el pez más conocido del sector.

Mediante esta actividad generar un contacto más directo con el entorno natural conjuntamente con los demás productos a realizar.

Apicultura

Por otro lado, esta es una de las actividades poco conocidas y vistas, por lo que deseamos incluir para enseñar un poco del manejo de este producto.

Por intermedio de todos estos queremos proponer una ruta turística dando a estos un valor agregado tales como caminatas, construcción de senderos para la observación de

flora y fauna y visita de lugares cercanos a este con la finalidad de recrear la actividad agrícola mediante la participación de los visitantes y así tengan la oportunidad de crear y vivir una experiencia única

3.4 Propuesta de alojamiento

Glamping

¿En qué consiste?

Es una nueva tendencia turística utilizada principalmente para el alojamiento de visitantes, está enfocada en brindar una experiencia a las personas de vivir, dormir y permanecer al aire libre sin dejar el lujo y la comodidad a la hora de descansar, también han sido la nueva forma de realizar camping, ya que brinda una vivencia espectacular al momento de visitar lugares, donde no puede existir un hotel de cinco estrellas.

¿Cómo se realiza?

En lugares con un atractivo único, de difícil acceso o con inimaginable ubicación, se arman estas tipo de carpas, que cuenta con diseños de acuerdo a la ubicación, utilizando preferiblemente recursos de la zona y que no afecten al medio ambiente, además de utilizar las comodidades de un hotel como son las camas, baños e incluso decoraciones como lámparas, mesas entre otras cosas, todo para estar al aire libre y sin la necesidad de una estructura, que destruya el ambiente que cuenta el lugar.

¿Qué resultados se obtienen?

Con el glamping una persona puede alojarse en el lugar que desea visitar por la difícil ubicación, llega a disfrutar de un paisaje desde la comodidad de su habitación, está al aire libre y en contacto con la naturaleza, sin romper el entorno que lo rodea, ni de destruir la idea de pasar más en contacto con la naturaleza, estas estructuras además ayudan a una mejor conservación del medio ambiente al no destruir el terreno, sino más bien adecuarlo. Al final estar al aire libre y vivir el amanecer y atardecer en estas estructuras brindan a los visitantes una experiencia única.

3.5 Descripción del recorrido turístico

Por intermedio de todos estos queremos proponer una ruta turística dando a estos un valor agregado tales como caminatas, construcción de senderos para la observación de flora y fauna y visita de lugares cercanos a este con la finalidad de recrear la actividad

agrícola mediante la participación de los visitantes y así tengan la oportunidad de crear y vivir una experiencia única.

Al momento de proponer la ruta nos vamos a basar en el producto principal que es el café, a partir de eso ir generando mediante los demás productos, es por eso que más que conocer la elaboración de cada uno, es una nueva experiencia de compartir y recordar momentos, además podrán apreciar sus sabores, aromas y paisajes exclusivos.

Todas las actividades ofertadas son vivenciales por lo que permite al turista tratar directamente con el entorno natural rodeado de la biodiversidad que tiene la hacienda.

Nuestra ruta turística consta de una bienvenida y una explicación breve de los productos y actividades que vamos a realizar, posteriormente daremos un recorrido por las por la hacienda para que se pueda observar plantaciones, máquinas, flora y fauna del lugar, siguiendo con la participación e intervención del turista en cada producto.

Al mediodía se procederá a su respectivo almuerzo que es un adelanto de lo que será su siguiente actividad.

Para la tarde al tener más claro la producción de café realizada por sí mismos se dará la degustación de nuestro café.

Todo esto estará a cargo de guías expertos en cada producto, con esto en un día podrá gozar de todo el establecimiento y en caso de querer permanecer más tiempo se pretende implementar un lugar de alojamiento, vale recalcar que se encuentra a 10 minutos de la ciudad de Macas y las vías son de primer orden, por si no cuenta con movilización, también hay un bus que les deja casi en la puerta a tan solo 50 cts. desde el terminal de Macas.

Se necesita tomar en cuenta al momento de la visita traer ropa cómoda y adecuada al clima.

3.6 Programa de visita

Tomando en cuenta que al momento no contamos con alojamiento el costo sería de un full day, lo que quiere decir que en este caso sería la bienvenida y el recorrido por el lugar, la explicación y elaboración de los productos, actividades y su respectivo recuerdo hecho por sí mismo.

Para el full day tendrá un costo de 50 dólares de los cuales incluye:

- Bienvenida con bebida de cortesía

- Recorrido por la hacienda
- Explicación y elaboración de los productos
- Almuerzo
- Actividades
- Recuerdo (Artesanías, café)

Todo esto con el fin de promocionar más los productos y que puedan quedarse más tiempo y a la vez llevar artesanías hechas por ellos para que tengan un recuerdo.

3.7 Modelo de un paquete turístico en la hacienda (Full Day)

1	Tipología:	Turismo vivencial
2	Duración:	Full Day
3	Precio:	50\$ por pax
4	N° de pax:	5 máximo
5	Itinerario:	Programa del día

*Tabla 22 - Modelo full day del paquete propuesto
Elaboración: Nicolás Barros, Luis Argudo*

3.8 Itinerario propuesto

07h00	Bienvenida y bebida de cortesía
07h10	Explicación breve de los productos y actividades a realizar
07h25	Recorrido por la hacienda
07h45	Elaboración de artesanías
10h45	Break

11h00	Elaboración del café
14h00	Almuerzo
15h00	Actividad Piscicultura
16h00	Actividad Apicultura
17h00	Degustación del café
17h30	Despedida y entrega de recuerdos

*Tabla 23 - Itinerario propuesto
Elaboración: Nicolás Barros, Luis Argudo*

Tarifas incluyen:

- Refresco de cortesía
- Guías especializados en cada producto
- Visita a instalaciones del lugar
- Recorrido por senderos
- Degustación del café
- Obsequio de recuerdos

Tarifas no incluyen:

- Servicio de transporte
- Servicio de alojamiento
- Guías en otros idiomas

CONCLUSION

Tal y como hemos podido comprobar la parroquia de San Isidro tiene un gran potencial turístico que no se ha sabido aprovechar, manteniéndolo como una zona agrícola y desperdiciando los recursos naturales y culturales que este posee, es por eso que nuestra propuesta busca ser un modelo de gestión para incentivar a más personas a generar productos mediante proyectos turísticos y fomentar la biodiversidad y cultura que se encuentra en nuestro entorno.

Las matrices que han sido utilizadas durante el estudio del proyecto, tienen la utilidad de evaluar la relación que tiene el territorio con respecto al desarrollo del proyecto, además de identificar diferentes factores que pueden estar a favor o en contra, también se enfoca en realizar los objetivos planteados y presenta el estudio que da a conocer los productos que las personas buscan con la finalidad de cumplir sus expectativas.

Mediante este proyecto se propone, que las personas tengan un contacto directo con los productos, dejando que la creación de las artesanías esté al alcance de su imaginación, a través de esto mostrar la cultura amazónica e incentivar la participación de la localidad.

BIBLIOGRAFÍA

- CEUPE magazine. (2019). *El concepto de Turismo Rural*. From <https://www.ceupe.com/blog/el-concepto-de-turismo-rural.html>
- Ecologismos. (2010, Diciembre 20). *Ecolodgesm Hoteles ecológicos*. From <https://ecologismos.com/ecolodges-hoteles-ecologicos/>
- Ecured. (2019). *Provincia Morona Santiago*. From [https://www.ecured.cu/Provincia_de_Morona_Santiago_\(Ecuador\)](https://www.ecured.cu/Provincia_de_Morona_Santiago_(Ecuador))
- Ecured.cu. (2014). *Finca*. From <https://www.ecured.cu/Finca>
- epjafeta. (2019). Morona Santiago. *El Popular*.
- Food and Agriculture Organization of United Nations. (2020). *Agronoticias: Agriculture News from Latin America and the Caribbean*. From <https://www.scribbr.es/detector-de-plagio/generador-apa/>
- Gobierno Autonomo Parroquial San Isidro. (2019). *Plan de desarrollo y ordenamiento territorial*. San Isidro.
- GoRaymi. (2022). *Provincia de Morona Santiago*. From <https://www.goraymi.com/es-ec/morona-santiago/provincias/provincia-morona-santiago-a1e27fe3e>
- Ley de turismo. (2014). *Ministerio de Turismo*. From <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/LEY-DETURISMO.pdf>
- Ministerio de Agricultura y Ganadería. (2018, julio 6). From <https://www.agricultura.gob.ec/ecuador-tiene-1760-apicultores-registrados/>
- Ministerio de Turismo Ecuador. (2008). *Geografía*. From <https://vivecuador.com/html2/esp/geografia.htm>
- Monte Holiday Ecoturismo. (2020). *¿Que es un ecolodge?* From <https://monteholiday.com/ecolodge/>
- Najamtai, J. (2020, noviembre 10). *Gobierno Autonomo Descentralizado Municipal del cantón Twinza*. From <https://www.tiwintza.gob.ec/https-www-facebook-com-gadtiwintza-posts-3456249637798902/>
- Pérez Porto, J., & Merino, M. (2010). *Definición.DE*. From <https://definicion.de/turismo-rural/>

República del Ecuador. (2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Quito.

Secretaría Nacional de desarrollo y planificación. (2010). *Agenda Zonal 6*. Quito, Ecuador.

Significado Pública. (2019). *¿Que es hacienda?* From <https://www.traditionalcatholic.info/es/que-es-hacienda-definicion/>

ViajandoX. (2019). *San Isidro*. From <https://ec.viajandox.com/morona/san-isidro-A579>

Vida Alterna. (2022). *El excursionismo*. From http://www.elclima.com.mx/el_excursionismo.htm