



## **UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**

**FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN  
CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA  
MODALIDAD PRESENCIAL**

**Informe final del Trabajo de Graduación o Titulación previo a la  
obtención del Título de Licenciada en Turismo y Hotelería.**

**TEMA:**

---

**“EL COMPLEJO RECREACIONAL MILITAR DESCANSO IWIA Y SU  
APORTE ACTUAL AL TURISMO EN LA PARROQUIA SHELL, DEL  
CANTÓN MERA DE LA PROVINCIA DE PASTAZA”**

---

**AUTOR:** Castro Llerena Marjorie Leonor.

**TUTOR:** Ing. Mg. Diego Melo Fiallos.

**Ambato-Ecuador**

**2013**

## **APROBACIÓN DEL TUTOR**

Yo, Ing. Mg. Diego Melo Fiallos, en calidad de Tutor de Trabajo de Graduación o Titulación, sobre el tema: “EL COMPLEJO RECREACIONAL MILITAR DESCANSO IWIA Y SU APOORTE ACTUAL AL TURISMO EN LA PARROQUIA SHELL, DEL CANTÓN MERA DE LA PROVINCIA DE PASTAZA”, desarrollado por La Egresada Srta. Marjorie Leonor Castro Llerena, con Cédula de Identidad No. 16003892-1; considero que dicho Informe Investigativo reúne los requisitos técnicos, científicos y reglamentarios, por lo que autorizo la presentación del mismo ante el Organismo pertinente, para que sea sometido a evaluación por parte de la Comisión Calificadora designada por el H. Consejo Directivo.

Ambato, junio de 2013.

---

**Ing. Mg. Diego Melo Fiallos**

**TUTOR**

## **AUTORÍA DE LA TESIS**

Yo, Marjorie Leonor Castro Llerena, con C.I.160038923-1 declaro que los resultados obtenidos en la investigación que presento como informe final, previo a la obtención del título de Licenciada en Turismo y Hotelería, son absolutamente originales, auténticos y de mi autoría; que el presente trabajo no ha sido previamente presentado para ningún grado profesional o académico; y, que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

En tal virtud, expreso que el contenido, las conclusiones y los efectos legales y académicos que se desprenden del presente trabajo es de exclusiva responsabilidad del autor.

-----  
**Marjorie Leonor Castro Llerena**

**C.I. 160038923-1**

## **APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO**

La Comisión de Estudio y Calificación del Informe de Trabajo de Graduación o Titulación sobre el tema:

“EL COMPLEJO RECREACIONAL MILITAR DESCANSO IWIA Y SU APORTE ACTUAL AL TURISMO EN LA PARROQUIA SHELL, DEL CANTÓN MERA DE LA PROVINCIA DE PASTAZA”

Presentado por la Srta. Marjorie Leonor Castro Llerena, egresada de la Carrera de Turismo y Hotelería, promoción Marzo – Agosto 2012, una vez revisada y calificada la investigación, se **APRUEBA** en razón de que cumple con los principios básicos técnicos, científicos y reglamentarios.

Por lo que se autoriza la presentación ante el Organismo pertinente.

Ambato, 21 de octubre del 2013

-----

**Ing. Mg. Diego Melo Fiallos.**

**Presidente**

-----

**Lic. Héctor Raúl Tamayo Soria**

**MIEMBRO**

-----

**Lic. Mg. José Luis Núñez**

**MIEMBRO**

## **DEDICATORIA**

*A Carmita,*

anhelo que tus pasos en la vida sean más

grandes,

firmes

y exitosos

que los míos.

Te amo hermana.

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios, por las bendiciones que nunca ha dejado de proveer en mi vida y en la de los miembros de mi hogar, quienes son los seres más importantes que habitan mi entorno: mi padre, ejemplo de responsabilidad, perseverancia y fuerza de carácter, mi madre que con su amor, paciencia y ternura muestra ser la mujer sabia que edifica su hogar, y mi hermana que es quien me inspira a progresar, a ser su ejemplo, a ser mejor cada día. Sin ustedes, sin su apoyo, esto no sería una realidad.

A mi abuelo Gustavo, que cada día derrama su sabiduría y amor en todos sus descendientes.

A la Universidad Técnica de Ambato y a aquellos profesores que hacían que la asistencia a clases sea motivo de alegría e interés, fueron escasos, pero su existencia, su sola presencia hacía que todo lo negativo se opaque y encuentre fuerzas dentro de mí para seguir adelante.

Al Ing. Mg. Diego Melo Fiallos, por haber demostrado ser un excelente catedrático y, en esta etapa, un óptimo tutor. Gracias por su confianza en mí.

## ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS

TEMA.....	i
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
AUTORÍA DE LA TESIS .....	iii
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO.....	iv
DEDICATORIA .....	v
AGRADECIMIENTO .....	vi
ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS .....	vii
ÍNDICE DE CUADROS .....	xi
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xii
RESUMEN EJECUTIVO .....	xiii
CAPÍTULO I.....	1
EL PROBLEMA .....	1
1.1. TEMA .....	1
1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	1
1.2.1. Contextualización.....	1
1.2.2. Análisis Crítico .....	4
1.2.3. Prognosis .....	5
1.2.4. Formulación Del Problema .....	5
1.2.5. Interrogantes O Subproblemas.....	6
1.2.6. Delimitación Del Objeto De Investigación .....	6
1.3. JUSTIFICACIÓN .....	7
1.4. OBJETIVOS .....	7
1.4.3. General.....	7
1.4.4. Específicos.....	7
CAPÍTULO II .....	8
MARCO TEÓRICO .....	8
2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS .....	8

2.2. FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA.....	9
2.3. FUNDAMENTACIÓN LEGAL.....	9
2.4. CATEGORÍAS FUNDAMENTALES.....	11
2.4.1. Fundamentación Teórica De La Variable Independiente.....	14
2.4.1.1. Fundamentación de la subordinación conceptual de la variable independiente.....	21
2.4.2. Fundamentación Teórica De La Variable Dependiente.....	23
2.4.2.1. Fundamentación de la subordinación conceptual de la variable dependiente.....	40
2.5. HIPÓTESIS .....	45
2.6. SEÑALAMIENTO DE VARIABLES.....	46
CAPÍTULO III.....	47
METODOLOGÍA .....	47
3.1. MODALIDAD BÁSICA DE LA INVESTIGACIÓN .....	47
3.2. NIVEL O TIPO DE LA INVESTIGACIÓN .....	47
3.3. POBLACIÓN Y MUESTRA .....	47
3.3.1. Población.....	47
3.3.2. Muestra .....	48
3.4. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.....	50
3.5. PLAN DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN.....	52
3.6. PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE INFORMACIÓN.....	53
CAPÍTULO IV .....	54
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	54
4.1. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS .....	54
4.2. VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS.....	67
4.2.1. Planteamiento De Las Hipótesis .....	66
4.2.2. Selección Del Nivel De Significación .....	66
4.2.3. Descripción De La Población .....	66



4.2.4. Especificación De Lo Estadístico .....	67
4.2.5. Especificaciones De Las Regiones De Aceptación Y Rechazo .....	68
4.2.6.Recolección De Datos Y Cálculo De Lo Estadístico.....	69
<b>CAPÍTULO V.....</b>	<b>71</b>
<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....</b>	<b>71</b>
<b>5.1. CONCLUSIONES.....</b>	<b>71</b>
<b>5.2. RECOMENDACIONES.....</b>	<b>72</b>
<b>CAPÍTULO VI.....</b>	<b>73</b>
<b>PROPUESTA.....</b>	<b>73</b>
<b>6.1. DATOS INFORMATIVOS.....</b>	<b>73</b>
6.1.1. Título.....	73
6.1.2. Institución Ejecutora.....	73
6.1.3. Beneficiarios.....	73
6.1.4. Ubicación.....	73
6.1.5. Tiempo Estimado Para La Ejecución.....	74
6.1.6. Equipo Técnico.....	74
6.1.7. Costo.....	74
<b>6.2. ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA.....</b>	<b>75</b>
<b>6.3. JUSTIFICACIÓN.....</b>	<b>77</b>
<b>6.4. OBJETIVOS.....</b>	<b>77</b>
6.4.1. General.....	77
6.4.2. Específicos:.....	77
<b>6.5. ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD.....</b>	<b>78</b>
<b>6.6. FUNDAMENTACIÓN.....</b>	<b>79</b>
<b>6.7. METODOLOGÍA – MODELO OPERATIVO.....</b>	<b>103</b>
<b>6.8. ADMINISTRACIÓN.....</b>	<b>105</b>
<b>6.9. PREVISIÓN DE LA EVALUACIÓN.....</b>	<b>107</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>108</b>

**LINKOGRAFÍA.....109**

**ANEXOS.....110**

**Anexo 1. Encuesta.....110**

**Anexo 2. Fotos.....112**

## ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro No. 1 Operacionalización Variable Independiente.....	50
Cuadro No. 2 Operacionalización Variable Dependiente.....	51
Cuadro No. 3 Plan de Recolección de Información.....	52
Cuadro No. 4 Tabla Tabulación de Resultados 1.....	54
Cuadro No. 5 Tabla Tabulación de Resultados 2.....	56
Cuadro No. 6 Tabla Tabulación de Resultados 3.....	58
Cuadro No. 7 Tabla Tabulación de Resultados 4.....	59
Cuadro No. 8 Tabla Tabulación de Resultados 5.....	60
Cuadro No. 8 Tabla Tabulación de Resultados 6.....	61
Cuadro No. 10 Tabla Tabulación de Resultados 7.....	62
Cuadro No. 11 Tabla Tabulación de Resultados 8.....	63
Cuadro No. 12 Tabla Tabulación de Resultados 9.....	64
Cuadro No. 13 Tabla Tabulación de Resultados 10.....	65
Cuadro No.14 Población de la Verificación de la Hipótesis.....	66
Cuadro No.15 Especificación Estadística Frecuencias Observadas.....	67
Cuadro No.16 Especificación Estadística Frecuencias Esperadas.....	67
Cuadro No.17 Grados de Libertad ( $x^2$ ).....	68
Cuadro No. 18 Recolección de Datos $x^2$ .....	70
Cuadro No. 19 Tabla de Costos.....	74
Cuadro No. 20 Modelo Operativo.....	103

<b>Cuadro No. 21 Administración.....</b>	<b>105</b>
<b>Cuadro No. 22 Previsión de Evaluación.....</b>	<b>107</b>

## **ÍNDICE DE GRÁFICOS**

<b>Gráfico No.1 Análisis Crítico.....</b>	<b>4</b>
<b>Gráfico No.2 Categorías Fundamentales.....</b>	<b>11</b>
<b>Gráfico No.3 Subordinación Conceptual Variable Independiente.....</b>	<b>12</b>
<b>Gráfico No.4 Subordinación Conceptual Variable Dependiente.....</b>	<b>13</b>
<b>Gráfico No. 5 Pastel Tabulación de Resultados 1.....</b>	<b>54</b>
<b>Gráfico No. 6 Pastel Tabulación de Resultados 2.....</b>	<b>56</b>
<b>Gráfico No. 7 Pastel Tabulación de Resultados 3.....</b>	<b>58</b>
<b>Gráfico No. 8 Pastel Tabulación de Resultados 4.....</b>	<b>59</b>
<b>Gráfico No. 9 Pastel Tabulación de Resultados 5.....</b>	<b>60</b>
<b>Gráfico No. 10 Pastel Tabulación de Resultados 6.....</b>	<b>61</b>
<b>Gráfico No. 11 Pastel Tabulación de Resultados 7.....</b>	<b>62</b>
<b>Gráfico No. 12 Pastel Tabulación de Resultados 8.....</b>	<b>63</b>
<b>Gráfico No. 13 Pastel Tabulación de Resultados 9.....</b>	<b>64</b>
<b>Gráfico No. 14 Pastel Tabulación de Resultados 10.....</b>	<b>65</b>
<b>Gráfico No. 15 Regiones de Aceptación y Rechazo.....</b>	<b>69</b>

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**

**FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN**

**CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA**

**TEMA: “EL COMPLEJO RECREACIONAL MILITAR DESCANSO IWIA Y SU APORTE ACTUAL AL TURISMO EN LA PARROQUIA SHELL, DEL CANTÓN MERA DE LA PROVINCIA DE PASTAZA”**

**Autora:** Marjorie Leonor Castro Llerena.

**Tutor:** Ing. Mg. Diego Melo Fiallos

**RESUMEN EJECUTIVO**

El presente trabajo investigativo se presenta información sobre el Complejo Recreacional Militar Descanso Iwia, la influencia que ejerce sobre la actividad turística de Shell y el planteamiento de un plan de capacitación que mejore la afluencia turística por medio del mejoramiento de la atención y servicios.

En el Capítulo I se analiza la realidad actual sobre el lugar que se procederá a investigar, tomando en cuenta las cosas negativas y positivas que lo rodean, así como la relación que existe entre ellas. Se establecen los parámetros investigativos, por medio del planteamiento de los objetivos general y específicos.

En el capítulo II se procede a redactar los antecedentes, fundamentaciones filosófica y legal, se plantea las categorías fundamentales y sus respectivas subcategorías que son la base fundamental para la redacción del resto del marco teórico y, finalmente se establece la hipótesis.

El capítulo III se centra en lo que es la modalidad de trabajo, además de establecer, por medio de fórmulas estadísticas, lo que es la población y muestra, así como también se desarrolla la operacionalización de las variables dependiente e independiente, datos indispensables para el proceso de encuestas.

En los Capítulos IV y V se procede a realizar las encuestas, tabular e interpretar los resultados, verificación de la hipótesis y, posteriormente realizar las respectivas y necesarias conclusiones y recomendaciones.

El Capítulo VI es el capítulo final, donde se desarrolla detalladamente la propuesta, la cual es: “PLAN DE CAPACITACIÓN AL PERSONAL MILITAR VOLUNTARIO EN LA ADMINISTRACIÓN Y GUIANZA DEL COMPLEJO RECREACIONAL MILITAR DESCANSO IWIA SOBRE CONCEPTUALIZACIÓN BÁSICA DE TURISMO, ATENCIÓN AL TURISTA Y TÉCNICAS BÁSICAS DE GUIANZA” y se marcan los parámetros para cumplirla a cabalidad y lograr éxito y los resultados esperados.

Finalmente se adjunta el material bibliográfico, linkográfico y anexos utilizados en la investigación.

**Palabras clave:**

- Desarrollo.
- Fuerzas Militares.
- Descanso Iwia.
- Shell.
- Capacitación.
- Administración.
- Guianza.
- Turismo.
- Atención.
- Guías.

# **CAPÍTULO I**

## **EL PROBLEMA**

### **1.1.TEMA**

El Complejo Recreacional Militar Descanso Iwia y su aporte actual al turismo en la Parroquia Shell, Cantón Mera, Provincia de Pastaza.

### **1.2.PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

#### **1.2.1. Contextualización**

Según la Organización Mundial del Turismo, el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período consecutivo inferior a un año y mayor a un día, con fines de ocio, por negocios o por otros motivos.

De acuerdo con las estadísticas de la Organización Mundial del Turismo (OMT), en 2008 las llegadas de turistas internacionales ascendieron a 917 millones visitantes, lo que representó un aumento de 1,76% con respecto a 2007. En 2009 los arribos de turistas internacionales cayeron a 882 millones, representando una disminución a nivel mundial del 4,4% con respecto a 2008. La región más afectada fue Europa con una caída del 5,6%, sin embargo Francia continua siendo el país más visitado del mundo. La disminución en el flujo de turistas internacional obedeció principalmente a los efectos de la recesión económica de 2008-2009, cuyos efectos se comenzaron a

sentir en el turismo desde junio de 2008, y que se agravó todavía más en algunas regiones debido al brote de la gripe A (H1N1) de 2009. En 2010 el número de llegadas de turistas se recuperó y subió para 940 millones, superando el récord que se había alcanzado en 2008.

El turismo a nivel nacional se ha constituido, en los últimos años, en una fuente muy importante de trabajo y, por ende, de desarrollo para la población ecuatoriana.

Actualmente, en el entorno nacional, se han aumentado notablemente los proyectos que permiten el incremento de productos turísticos, con el fin de impulsar el turismo interno y receptivo, y de lograr en la población ecuatoriana una consciencia común basada en que el turismo es el negocio del futuro y que dedicarse a esta actividad es una inteligente opción para mejorar la situación económica individual y social.

La Región Amazónica del Ecuador es una de las cuatro regiones naturales de dicha nación. Comprende las provincias de Orellana, Pastaza, Napo, Sucumbíos, Morona Santiago, Zamora Chinchipe. Se extiende sobre un área de 120.000 km<sup>2</sup> de exuberante vegetación, propia de los bosques húmedo-tropicales. Sus límites están marcados por la Cordillera de los Andes en la parte occidental de esta región, mientras que Perú y Colombia el límite meridional y oriental, respectivamente.

En la Amazonia, 20 especies de plantas suplen el 90 por ciento de la demanda mundial. Existen ocho mil especies de plantas medicinales, 85 especies de peces, 47 anfibios y reptiles, 95 aves y 80 especies de mamíferos en peligro de extinción, donde vive el 70 por ciento de las 25 mil especies de plantas vasculares que existen en el planeta. Los microclimas auxilian al desarrollo de hermosas especies vegetales y animales, muchas endémicas y que peligran por la exagerada e inadecuada colonización, por la destrucción del hábitat, la explotación del petróleo que contamina la tierra, los bosques, las aguas y a sus habitantes.



El negocio de las plantas medicinales debe ser controlado, así como las empresas madereras. Por la ambición económica están en peligro la biosfera y las selvas, salvarlas es nuestra responsabilidad porque la biodiversidad es esencial para el equilibrio natural y humano.

La Provincia de Pastaza en una zona que pretende establecerse como una potencia turística a nivel nacional e internacional; su extensa riqueza natural es el principal de los factores que puede hacer posible este objetivo, y gracias a éste la población de dicha provincia ha iniciado innumerables proyectos enfocados en las diversas segmentaciones de la actividad turística, en los cuatro cantones que forma parte de Pastaza.

La parroquia Shell, la cual forma parte del Cantón Mera, ha sido conocida, desde sus inicios, como centro de congregación de los Fuerzas Armadas del Ecuador, debido a que en este lugar está ubicada la Brigada de Selva No. 17 Pastaza.

Ha sido de conocimiento público que en este lugar existe el denominado “Descanso Iwia”, una zona de entrenamiento militar, bordeado por espesa vegetación y pequeños riachuelos que desembocan en el magno Río Pastaza.

En octubre de 2009, el Descanso Iwia abrió sus puertas a la población civil, lo cual, ciertamente, ha afectado al turismo de la parroquia donde está ubicado. En este trabajo investigativo se determinará si los efectos han sido positivos o negativos.

### 1.2.2. Análisis crítico

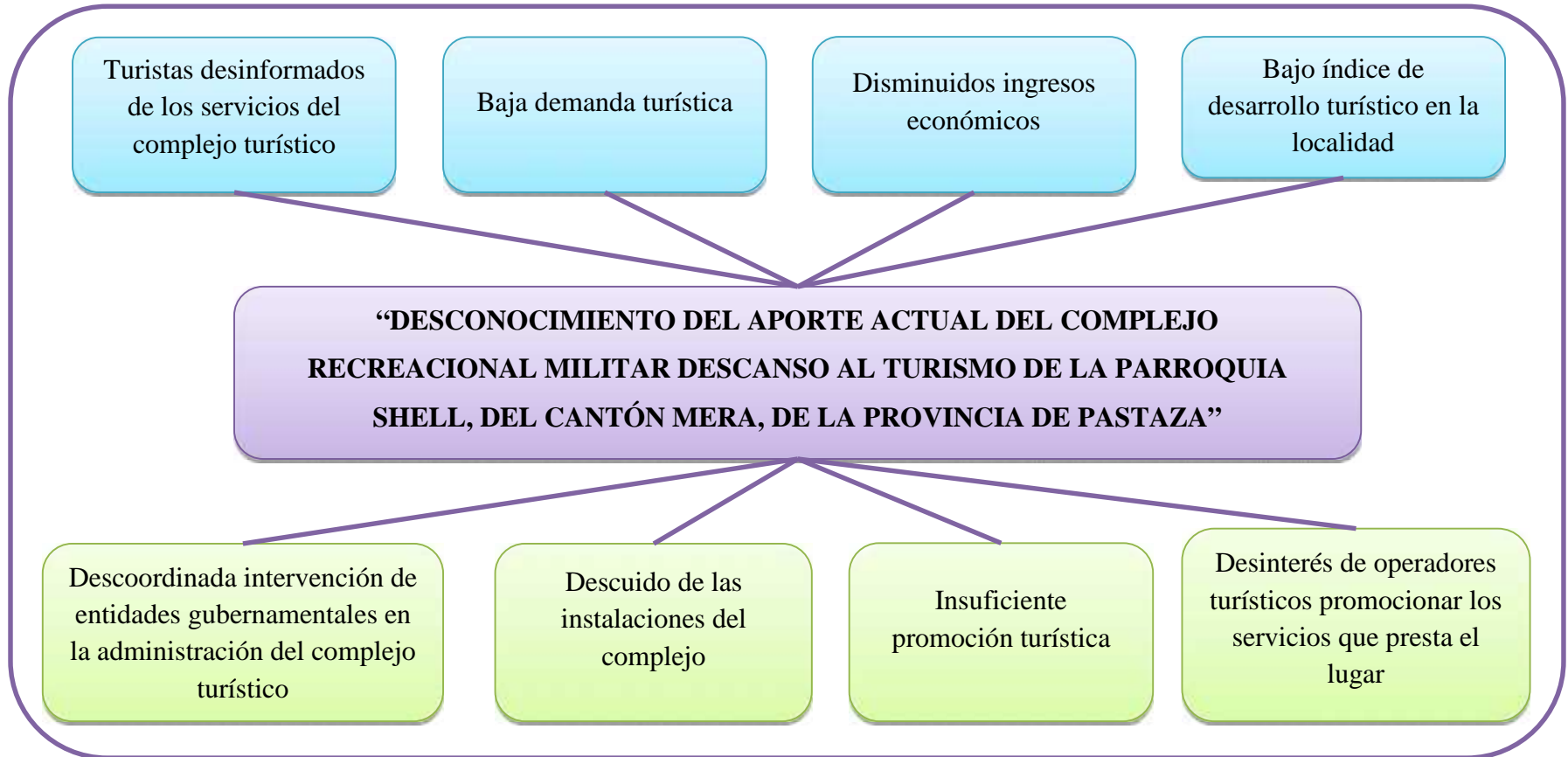


Gráfico No.1 Análisis Crítico

Elaborado por: CASTRO, Leonor (2013).

Después de determinar la problemática sobre el desconocimiento del aporte actual del complejo recreacional militar Descanso Iwia al turismo de la parroquia Shell, se ha determinado que entre las posibles causas se encuentra la descoordinada intervención de entidades gubernamentales en la administración del complejo turístico, lo que provoca el descuido de las instalaciones del mismo, además de la insuficiente promoción turística del lugar, a lo cual se aduce el desinterés de operadores turísticos por promocionar los servicios que presta este lugar.

Estas causas tienen como efecto a Turistas desinformados de los servicios del complejo turístico, lo que provoca la baja demanda turística en consecuencia disminuidos ingresos económicos lo que finalmente provoca un bajo índice de desarrollo turístico en la localidad.

### **1.2.3. Prognosis**

En el caso de no realizarse la investigación con respecto al aporte del Complejo Recreacional Militar “Descanso Iwia” al turismo de la parroquia Shell, no se podrá determinar estrategias de desarrollo para mantener e incrementar el turismo de la parroquia Shell; además no será posible tomar decisiones con criterios basados en una investigación real.

### **1.2.4. Formulación del problema**

¿De qué manera aporta el Complejo Recreacional Militar “Descanso Iwia” al turismo de la parroquia Shell en la actualidad?

### **1.2.5. Interrogantes o subproblemas**

- ¿Cuál es la situación actual del Complejo Turístico Descanso Iwia?
- ¿En qué grado aporta el Complejo Turístico Descanso Iwia al turismo de la Parroquia Shell por parte?
- ¿Qué alternativas de solución se pueden plantear a la problemática encontrada?

### **1.2.6. Delimitación del objeto de investigación**

#### **1.2.6.1. Delimitación del contenido**

- **Campo:** Turismo
- **Área:** Facilidades Turísticas
- **Aspecto:** complejo turístico y turismo local
- **Unidad de Observación:** Parroquia Shell

#### **1.2.6.2. Delimitación espacial**

La presente investigación se realizará en la Parroquia Shell, que está ubicado en el Cantón Mera, Provincia de Pastaza, País Ecuador.

#### **1.2.6.3. Delimitación temporal**

Esta investigación se realizará entre octubre de 2012 y junio de 2013.

### **1.3. JUSTIFICACIÓN**

Se considera que la presente investigación será de gran trascendencia, debido a que es necesario dar a conocer la importancia de la apertura de nuevos atractivos turísticos en la parroquia Shell, ya que esto, ya sea de manera directa o indirecta, apoya al desarrollo de un lugar que apenas inicia en la actividad turística como una nueva fuente de ingresos para las familias del lugar.

Así mismo se cree que es necesario analizar los factores que hacen grata o insatisfactoria la estancia de los turistas que visitan el atractivo turístico en estudio, y qué es necesario mejorar, quitar o implementar para lograr el aumento de la afluencia turística, siempre y cuando no se rebase la capacidad de carga límite que se haya establecida para dicho lugar.

### **1.4. OBJETIVOS**

#### **1.4.1. General**

Investigar el aporte que realiza el Complejo Recreacional Militar Descanso Iwia a la actividad turística actual de la parroquia Shell, cantón Mera, provincia de Pastaza.

#### **1.4.2. Específicos**

- Determinar información sobre la opinión y las verdaderas expectativas de los turistas que visitan el Complejo Recreacional Militar Descanso Iwia.
- Proveer al personal administrativo información de la actividad turística para la toma de decisiones adecuadas en el lugar en que se realiza esta investigación.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS**

Para el presente trabajo se han tomado como antecedente investigativo el siguiente:

Según: Betty Elizabeth Sánchez Barrionuevo, en su trabajo “El Eco Parque Andino del complejo Recreacional El Provenir aporta en la conservación del Venado de Cola Blanca” (2009), previo a la obtención del título como licenciada en turismo y hotelería de la Universidad Técnica de Ambato; concluye que:

##### **Conclusiones:**

- Con el trabajo realizado se puede concluir que el Eco Parque Andino es un hábitat indispensable para la conservación del venado de cola blanca que esta especie se ha logrado adaptar en la zona antes mencionada, por lo tanto dicho eco-parque es importante para la conservación de esta especie.
- Con la investigación se puede decir a los turistas y a la población que el venado de cola blanca si es importante para el Eco Parque Andino.

##### **Recomienda:**

- Será indispensable tener apoyo del ministerio del Ambiente y las unidades de control para la conservación de dicha especie en el Eco Parque Andino ya que la misma está en peligro de extinción.

- Tener distintas informaciones acerca de lo que es el Eco Parque Andino y el complejo, ya que los turistas se confunden en estos dos tipos: conservación y recreación.

### **Análisis crítico:**

Después de revisar el trabajo investigativo, podemos destacar que un complejo aporta significativamente en este caso a un aspecto específico como lo es la conservación de una especie, pero en el caso de la presente investigación en el turismo de la Parroquia Shell, ya que es un atractivo que causa interés al turista, en ambos casos.

## **2.2. FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA**

La presente investigación sigue una corriente filosófica basada en un paradigma crítico propositivo constructivista, es decir, que contendrá el criterio propio de la investigadora, planteará y construirá una propuesta, con el fin de proveer un beneficio social.

Así mismo se podría decir que es participativa y flexible, abierta a nuevas ideas y criterios que beneficien al fondo de la misma y cree un ambiente de concienciación y mejoramiento de la actividad turística en el entorno que se desarrolle.

## **2.3. FUNDAMENTACIÓN LEGAL**

Se han tomado en cuenta dos artículos de la **Ley de Turismo** relacionados con esta investigación, los cuales son citados a continuación:

## **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.

### **DISPOSICIONES GENERALES**

Art. 60.- No podrán realizar servicios turísticos o actividades conexas con fines de lucro, las Fuerzas Armadas ni las entidades del sector público, en razón de que esta actividad está reservada a las personas naturales o jurídicas del sector privado, que cumplan con los requerimientos de esta Ley.

Es necesario aclarar que las actividades turísticas realizadas en el Complejo Recreacional Militar Descanso Iwia no se están realizando de manera ilegal, como se podría deducir basándose en el Art. 60 de la ley de Turismo, ya que éstas no son efectuadas con fines de lucro, sino que todo el dinero que es cobrado por costo de ingreso es reinvertido en el mismo lugar para comida de los animales, aumento de senderos, pago a técnicos, etc.



**2.4. CATEGORÍAS FUNDAMENTALES**

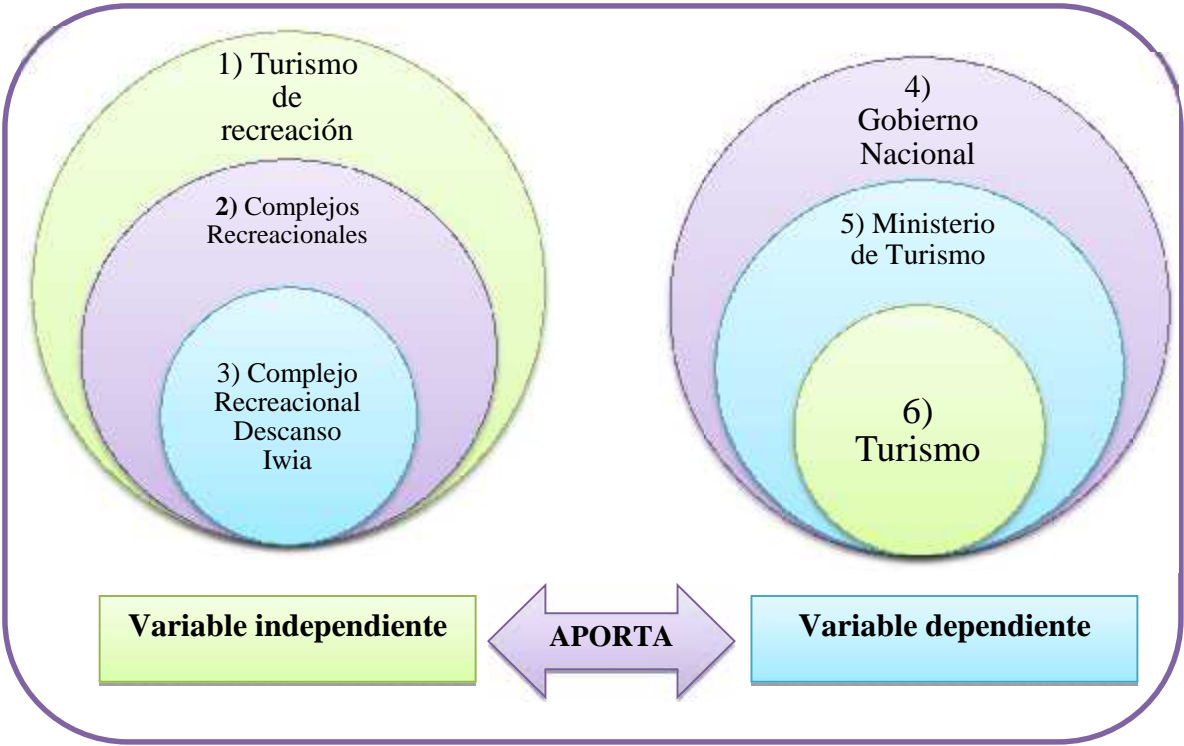


Gráfico No.2 Categorías Fundamentales

Elaborado por: CASTRO, Leonor (2013).

## SUBORDINACIÓN CONCEPTUAL VARIABLE INDEPENDIENTE

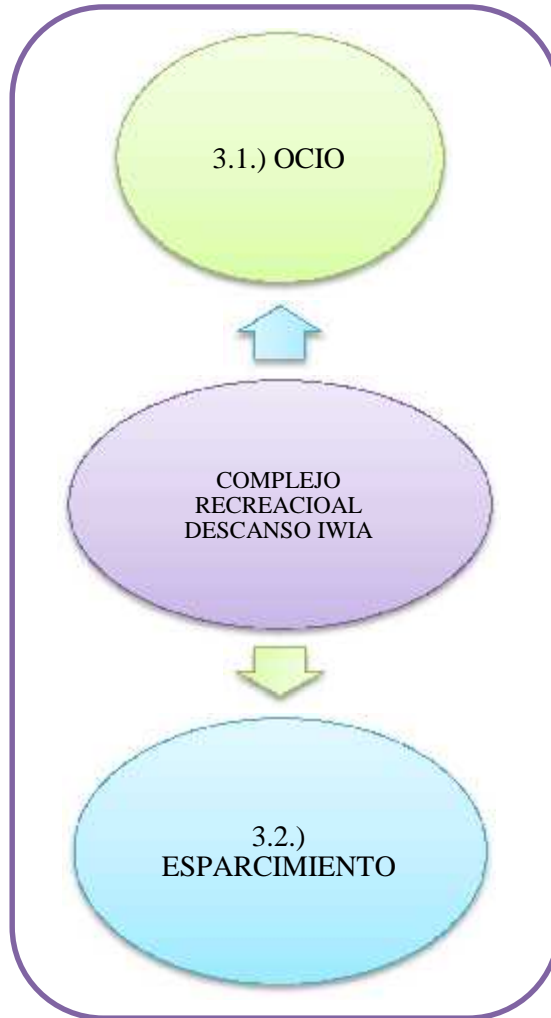


Gráfico No.3 Subordinación Conceptual Variable Independiente

Elaborado por: CASTRO, Leonor (2013).

## SUBORDINACIÓN CONCEPTUAL VARIABLE DEPENDIENTE

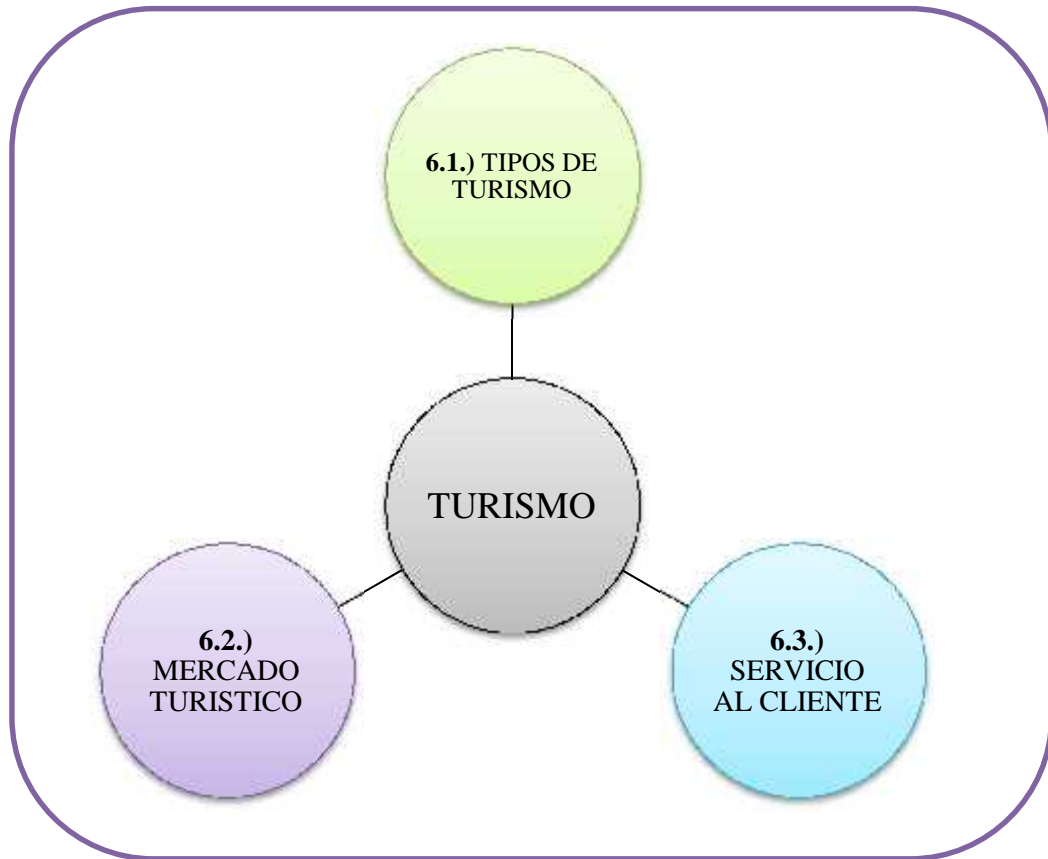


Gráfico No.4 Subordinación Conceptual Variable Dependiente

Elaborado por: CASTRO, Leonor (2013).

### **2.4.1. Fundamentación teórica de la variable independiente.**

#### ***Turismo De Recreación***

La Recreación es un fenómeno social, político y cultural, ya que depende de la Formación Económica Social, de la Base Económica y de la Superestructura de una nación.

Para que una actividad tenga carácter recreativo tiene que ser necesariamente elegida por los individuos o grupos sociales; tiene que resultar placentera; cumplir una función de autodesarrollo y servir como un incentivo regenerador del brío físico y espiritual, consumido en la jornada laboral. Este fenómeno solo ocurre en el tiempo libre y tiene carácter individual pues lo que para muchos resulta recreativo para otros no; ya que no se procura de igual manera en todas las sociedades y grupos sociales porque el tiempo libre, los intereses y las necesidades recreativas dependen del género, de la edad y de la clase social a la que se pertenezca el individuo.

Teniendo en cuenta todos estos aspectos y en función de ellos, se divide la Recreación en cuatro grandes grupos:

#### **Grupo I**

##### **Actividades Artísticas y de Creación:**

Satisface un interés estético de expresión, son las actividades de la creación literaria, de las artes plásticas, el teatro, la danza y la música

#### **Grupo II**

##### **Actividades de los Medios de Comunicación Masiva:**

Satisfacen un interés de comunicación de información, son el conjunto de actividades que el hombre realiza mediante la lectura (periódicos, revistas y libros), oyendo la radio y viendo la televisión o alguna otra forma informativa de la comunicación.

### **Grupo III**

#### **Actividades Educativas Físico-Deportivas:**

Satisfacen un interés motriz. Son el conjunto de actividades, en la que juegan un papel fundamental los ejercicios físicos, entre estas se encuentran los distintos deportes, el campismo, la pesca y la caza, entre otros.

### **Grupo IV**

#### **Actividades de Alto Nivel de Consumo:**

Satisfacen un interés de placer y de esparcimiento, son el conjunto de actividades que implican en el hombre una actividad de consumo superior, exigen de este una relación distinta frente a ella, tanto en el orden financiero como en el aspecto social, entre estas tenemos el turismo hotelero, los espectáculos, entre otras

Actividades que incluyen con forma recreativa propia, el consumo de servicios hoteleros y gastronómicos, a la vez que en sí, ellas representan la suma e integración de más de un grupo de actividades.

La Recreación Turística (IV), surge por la necesidad de ofertar servicios para el placer de las personas que viajan y hacen estancia en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio y otros motivos. Pero esta manifestación recreativa ha tenido que desarrollarse de manera independiente pues pasa a formar parte de un grupo de servicios que se les brindan a estas personas llamadas turistas.”<sup>1</sup>

“La recreación como un fenómeno socio, político y cultural cumple la función de satisfacer las necesidades del hombre de reproducirse mediante una satisfacción inmediata, en el aprovechamiento del tiempo libre, que le permite desarrollar su personalidad; es por eso que este fenómeno se divide en cuatro grandes grupos de

---

<sup>1</sup>MEDINA, Norman. (2004). Turismo de la naturaleza en Cuba, NOMOS SA.

manifestaciones que responden a las necesidades e intereses recreativos de cada grupo social e individuo. De estos cuatro grupos el IV, que hace referencia a las actividades de alto nivel de consumo, incluye la recreación turística y específicamente el caso del turismo hotelero, engloba a los tres primeros grupos de manifestaciones para poder enriquecer sus ofertas y lograr sus objetivos.

Con este propósito se ha desarrollado una gran actividad, a través de los años, explotando espacios naturales y culturales de gran valor sin tener en cuenta la necesidad de su preservación.

Por lo que esta actividad turística ha tenido que buscar nuevas alternativas para su desarrollo, con modalidades como el ecoturismo, el turismo de aventuras, el agroturismo y el turismo comunitario, los cuales conforman un producto llamado Turismo de Naturaleza. Este nuevo turismo se desarrolla con mayor auge cada año que pasa por sus ofertas prometedoras que satisfacen variados intereses, además de fomentar el respeto por el medio ambiente.”<sup>2</sup>

### ***Complejos Recreacionales***

“Hace algunos años las instalaciones existentes para uso recreativo, eran las instituciones educativas que permitían el uso sólo en horarios escolares y únicamente para dicha población. Adicionalmente y debido a los problemas ambientales, la antigua tradición de ir a nadar al río con la familia, empezó a extinguirse hasta ser casi exclusivamente un recuerdo de padres y abuelos.

---

<sup>2</sup> DEVIS, José. (2000). Actividad física, salud y medio natural. Madrid, INDE.

En un entorno social que no ofrece opciones sanas de esparcimiento, es lógico que se presenten fenómenos como la violencia intrafamiliar, el alcoholismo, el abandono de hogar, la promiscuidad, el abuso sexual de menores y tantos otros que inhiben la normal formación de los niños y a la postre impiden el desarrollo social de las comunidades.

Los complejos recreacionales tienen su origen en el hecho de que parques, plazas o complejos, son las principales áreas de encuentro comunitario en las pequeñas ciudades y por tanto los diseños tienen en cuenta las características básicas de este lugar tan querido y enraizado en nuestra tradición hispana.

La sola disposición de un espacio físico no es suficiente para garantizar su correcta utilización. Por esta razón los complejos se han dotado de una completa infraestructura y equipamiento que incluye:

- Piscina recreativa para niños (con juegos arquitectónicos)
- Canchas múltiples
- Pista de trote con estaciones de gimnasia
- Cancha de fútbol
- Juegos Infantiles
- Kiosco guardería
- Kiosco múltiple con cafetería
- Amplias Zonas Verdes
- Presencia de árboles y Vegetación Insignia
- Jardines que deben ser atendidos por la gente (como actividad de integración comunitaria)
- Piscina semi-olímpica

Toda esta infraestructura se acompaña de la debida preparación del personal administrador y el entrenamiento de un grupo de recreacionistas profesionales que apoyan permanentemente la actividad de los parques.

Este proceso se inició haciendo énfasis en la estructura del pensamiento sistémico, es decir reconocer que nosotros afectamos a todos y a todo el universo con lo que hacemos o dejamos de hacer, de ahí que toda actividad que realicemos con los demás nos exija tener un sentido compartido, de cada acto o dinámica que se realice, luego tener unos acuerdos compartidos para finalmente actuar de manera también compartida.

Entendemos la recreación no como un simple fin, sino como el medio más eficaz para promover procesos de desarrollo y mejoramiento de la calidad de vida de la comunidad.

Definimos la “Recreación” como una manifestación humana que dinamiza el desarrollo del potencial lúdico creativo, hacia un equilibrio social, mental y físico, descubriendo la propia esencia del hombre.

Cuando la recreación se entiende como un instrumento para mejorar la calidad de vida del ciudadano, que debe ser manejada institucionalmente como responsabilidad del estado, los complejos recreacionales dejan de ser simples espacios amables, asociados únicamente al ornato de la ciudad, y se convierten en verdaderos agentes del desarrollo social.”<sup>3</sup>

---

<sup>3</sup><http://www.redcreacion.org/documentos/congreso5/Recreavalle.htm>



### ***Complejo Recreacional Militar Descanso Iwia***

El Complejo Recreacional Militar Descanso Iwia es una zona ubicada dentro de las instalaciones de la Brigada de Selva No. 17 Pastaza, parroquia Shell, cantón Mera, provincia de Pastaza; la cual, inicialmente, fue creada como área de entrenamiento, descanso y recreación destinada específicamente para los militares que laboran en este lugar y sus familiares, hace aproximadamente veinte años atrás.

La población de Shell y de algunos lugares cercanos a esta parroquia por varios años tuvieron conocimiento de la existencia de este lugar y poco a poco la curiosidad iba aumentando, por lo que los administradores de este lugar empezaron a permitir el paso exclusivamente de grupos estudiantiles y previa solicitud a esta entidad militar; mientras tanto la demanda fue aumentando hasta que, el 28 de febrero del 2010, en compañía de la entonces ministra de turismo, Verónica Sión de Josse, se oficializó la apertura de este lugar a la población civil en general, con el fin de impulsar la actividad turística de la parroquia donde está ubicado el mencionado lugar y de permitir que el disfrute de este lugar no esté limitada a los miembros de las fuerzas militares, como estuvo por varios años.

Al iniciar este proceso de apertura a la población civil, se notó un grave y fuerte impacto ambiental, debido a dos factores: el primero el ingreso de vehículos hasta el lugar mismo del complejo, lo cual provocó la huida de varias especies de animales que habitaban el lugar; y el segundo factor el ingreso de mascotas que destruían la fauna de la zona. Estas fueron razones suficientes para que la administración de este lugar tome decisiones radicales en cuanto al ingreso de vehículos y mascotas.

Actualmente, el parqueadero está ubicado a la entrada del Descanso Iwia, tiene un número límite para recibir vehículos, cuando éste se encuentre lleno, los demás vehículos tendrán que quedar estacionados en las zonas de parqueo fuera del

Descanso, pero que están dentro de la Brigada, para mayor seguridad del visitante. Así mismo, está prohibido el ingreso de mascotas a las instalaciones del Complejo.

Con el fin de mantener el bienestar de la flora y fauna que habita en esta zona y la que se encuentra bajo vigilancia y cautiverio en el zoo criadero, se recibe la visita mensual de un técnico ambiental y un veterinario, para el cuidado y prevención de las especies.

La administración y guianza del lugar está realizada por oficiales y conscriptos respectivamente, estas personas reciben su sueldo reglamentario sin ningún adicional por la actividad que realizan en el Descanso Iwia, ya que las actividades que realizan son de tipo voluntario.

El complejo es considerado por sus visitantes como un paraíso tropical amazónico, está habilitado en 1.5 hectáreas, donde a través de senderos se puede disfrutar del zoo criadero, de la naturaleza y de la cultura de siete nacionalidades indígenas de la Amazonía, específicamente de aquellas que habitan en territorio de la provincia de Pastaza, por medio de pequeñas cabañas interpretativas que están distribuidas en el sendero de ingreso; a estos atractivos se les añaden decenas de especies de animales y el paisaje y sonidos de las aguas del río Pastaza. Además de esto, cuenta con el servicio de restauración en una cabaña que realiza la función de restaurante, donde podrá degustar platos típicos de la Amazonía como son el maito y el agua de wayusa; también se ofrece el servicio de alojamiento en una cabaña, la cual cuenta con cuatro camas, donde se puede alojar a grupos de turistas, sin número límite de personas por el costo de USD 30,00.

A este lugar acceden aproximadamente cien personas en un fin de semana o feriado y entre semana otras cien, mientras que el promedio de visitantes extranjeros por mes va desde las quince a veinte personas

Los turistas pueden acceder a él tras la entrega de la cédula de identidad o pasaporte (para turistas extranjeros) en la entrada principal de las instalaciones de la Brigada y cancelar por el ingreso el valor de un dólar para los adultos, cincuenta centavos de dólar para los niños y estudiantes (previa solicitud dirigida al encargado de turno) y tres dólares para turistas extranjeros, mientras que al personal militar que labora en este recinto se le es descontado mensualmente el valor de un dólar y así tiene acceso libre a estas instalaciones con su familia; estos recursos son destinados exclusivamente al mantenimiento de este atractivo turístico, ya que en este lugar laboran sin fines de lucro.

#### **2.4.1.1. Fundamentación de la subordinación conceptual de la variable independiente.**

##### ***Ocio***

Comúnmente se llama ocio al tiempo libre que se dedica a actividades que no son ni trabajo ni tareas domésticas esenciales, y pueden ser recreativas.

Es un tiempo recreativo que se usa a discreción. Es diferente al tiempo dedicado a actividades obligatorias como son comer, dormir, hacer tareas de cierta necesidad, etc.

El ocio es como una actividad realizada para descansar del trabajo. Debe tener, como toda actividad, un sentido y una identidad, ya que si no tiene sentido es aburrido.

Según el sociólogo francés Joffre Dumazedier: «El ocio es un conjunto de ocupaciones a las que el individuo puede entregarse de manera completamente voluntaria tras haberse liberado de sus obligaciones profesionales, familiares, y sociales, para descansar, para divertirse, para desarrollar su información o su formación desinteresada, o para participar voluntariamente en la vida social de su comunidad».

La distinción entre las actividades de ocio y las obligatorias no es estricta y depende de cada persona; así estudiar, cocinar, o hacer música, puede ser ocio para unos y

trabajo para otros, pues estas últimas pueden hacerse por placer además de por su utilidad a largo plazo, y por su eventual ganancia económica. Al ocio se lo puede emplear en actividades motivadoras y productivas.

Por otro lado, el ocio en la Antigua Grecia era considerado el tiempo dedicado, principalmente por filósofos, para reflexionar sobre la vida, las ciencias y la política.<sup>4</sup>

### ***Esparcimiento***

Esta categoría comprende todos aquellos establecimientos cuyos servicios se hallan dirigidos a distraer y hacer sentir bien a sus clientes. Algunos antecedentes remotos de empresas dedicadas al entretenimiento de sus clientes, los encontramos en los *thermophiliums* y tabernas romanas. Sobre estos, Lundberg (1966, Tomo 1,26) nos relata:

“Los *thermophiliums*, los snack-bar de la época, vendían vino en un mostrador de bebidas calientes y alimentos”. Había recipientes de barro con aceitunas, verduras secas y aperitivos. Las tabernas, predecesoras de los bares de nuestra época, también vendían alimentos y ofrecían distracciones como juegos”.

Los tipos pertenecientes a la categoría de esparcimiento tienen características muy singulares, que se transforman y adaptan con el tiempo a las expectativas e incluso a las exigencias de sus clientes. La innovación y calidad son esenciales para hacer aún más atractivos estos establecimientos que “compiten” entre sí para que un mayor número de personas encuentren en ellos la diversión buscada.<sup>5</sup>

---

<sup>4</sup> DUMAZEDIER, Joffre. *Lazere cultura popular*. São Paulo: Perspectiva, 1976.

<sup>5</sup> ACERENZA, Miguel Ángel. *Administración del turismo*. Vol. 1: conceptualización y organización. México, DF.: Editorial Tillas, 1995.

## **2.4.2. Fundamentación teórica de la variable dependiente.**

### ***Gobierno Nacional***

#### ***“Propuesta de Plan de Gobierno del Presidente Electo***

Recientemente se proclamó como vencedor de la campaña para la Presidencia de la República del Ecuador al economista Rafael Correa, para el periodo (2007-2010). A continuación se incluyen dos extractos de su Propuesta de Plan de Gobierno.

#### ***“Política sectorial de fomento a la inversión generadora de empleo.***

Proponemos fomentar la inversión privada y también pública en sectores con alto potencial de generación de empleo y enlaces productivos internos, así como la inversión social, que fortalezca, entre otros, las capacidades de empleabilidad y emprendibilidad de nuestra fuerza laboral, considerando las especificidades de género y generacionales, así como los ámbitos de influencia en el campo laboral. Planteamos sistemas de incentivos y fomento a la inversión privada intensiva en empleo, que, además, genera riqueza y la distribuye mejor, como el turismo comunitario, de naturaleza, de deporte y de cultura.”

Fuente: Plan de Gobierno Alianza País. Pág. 28. [www.rafaelcorrea.com](http://www.rafaelcorrea.com)

#### ***“Fomento de un turismo alternativo y sostenible.***

Ecuador dispone de un potencial turístico inigualable a nivel mundial por su diversidad. Su Naturaleza y sus culturas ofrecen oportunidades que han sido muy poco aprovechadas o que están siendo explotadas por muy pocas personas y empresas. Con la estrategia turística que desarrollaremos, buscamos articular e integrar al mayor número posible de habitantes del país en los beneficios de esta actividad. Además, es necesario tener siempre presente que el potencial turístico resulta afectado cuando se desarrollan proyectos gigantescos, que por otro lado no resultan atractivos para el tipo de demanda que buscamos: el y la turista respetuosa del medio ambiente y las culturas. Dicho esto, sin tratar de adelantar los elementos de

la política turística en construcción, nos declaramos partidarios de un turismo comunitario, ecológico, cultural, artístico, educativo e incluso deportivo, en el que tendrán una activa participación los gobiernos municipales. El objetivo es democratizar el manejo del sector y sus utilidades, al tiempo que, vía turismo, se fomente particularmente a las emprendedoras.”

Fuente: Plan de Gobierno Alianza País Pág. 32. [www.rafaelcorrea.com](http://www.rafaelcorrea.com)

En el año 2003, Sudamérica recibió aproximadamente 13 millones de turistas, de los cuales 6% visitaron Ecuador, que representaron, a su vez, el 6% de los ingresos generados por la exportación de bienes y servicios del país. De acuerdo con datos de la Dirección Nacional de Migración, el Ecuador fue visitado por 819 mil y 861 mil turistas durante los años 2004 y 2005, respectivamente. Datos del Banco Central del Ecuador muestran que en 2004 el turismo significó la generación de ingresos para el país por más de US \$369 millones, que corresponden al 2% del Producto Interno Bruto (PIB), siendo el turismo la tercera actividad económica más importante del Ecuador en ese año, luego de la exportación de petróleo y banano.

El potencial turístico en Ecuador se basa en su alta diversidad en términos de cultura, paisajes, sitios históricos y riqueza natural. De acuerdo a un estudio sobre competitividad de Ecuador<sup>1</sup>, la fortaleza del país en el mercado turístico internacional radica en su acervo natural y en los valores culturales de sus habitantes. En tal sentido, la diversidad natural y cultural del país juega un papel determinante en la sostenibilidad del turismo y los beneficios económicos asociados con él. La relevancia cualitativa y cuantitativa del turismo en Ecuador sustenta la percepción de un gran potencial en el sector que puede ser aprovechado de manera integral.

El diseño del Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible 2006-2020 (PLANDETUR 2020) busca consolidar el turismo sostenible como un elemento dinamizador del desarrollo económico y social del Ecuador, con la participación del sector público bajo la rectoría del Ministerio de Turismo (MINTUR), el involucramiento activo de otras entidades gubernamentales, tales como Consejos

Provinciales y Municipios; y, la participación de los actores del sector privado y comunitario a través de las cámaras de turismo, los gremios y las comunidades locales.

Los esfuerzos existentes a la fecha, no han consolidado una integración nacional de iniciativas a favor del sector turismo. En ese sentido, se busca que con este Plan se guíen las acciones a través de metas comunes y objetivos específicos, permitiendo la participación de todos los actores relevantes para el desarrollo del sector. Asimismo, este Plan pretende promover una cadena productiva turística armonizada, que dinamice actividades económicas tales como el alojamiento, la alimentación y el transporte, entre otros servicios, con alta incidencia en la valorización del patrimonio cultural y natural, y que genere una demanda de bienes y servicios provistos por otros sectores económicos.

El Proyecto de diseño del PLANDETUR 2020 es financiado por el Banco Interamericano de Desarrollo, y el proyecto en sí es consecuente con la Estrategia del Banco para Ecuador durante el periodo 2004-2006 que define como área prioritaria (i) contribuir a sentar las bases para dinamizar la estructura económico-productiva. El diseño del PLANDETUR 2020 será un instrumento esencial para impulsar el turismo de manera planificada a largo plazo promoviendo la multiplicación de fuentes de empleo como base económica para el país y en especial en las comunidades locales, generando impactos en la gestión y manejo eficiente de los recursos naturales.

El BID viene apoyando al Gobierno de Ecuador en el desarrollo del sector turístico desde 2001. Al comienzo de la realización de este proyecto de diseño del PLANDETUR, el Banco estaba preparando la operación de crédito multifase Programa de Turismo de Naturaleza y Comunitario (EC-L1023) por US \$15 millones, de los cuales US \$5 millones se destinarían en su primera fase a la zona sur del Ecuador<sup>2</sup>, y los US \$10 millones restantes serían destinados en fases subsecuentes al resto del país de acuerdo con los lineamientos que se establezcan en el PLANDETUR 2020. Debido a fluctuaciones políticas, este programa con sus

proyectos listos para implementación, se integra dentro del PLANDETUR 2020, independientemente de la fuente de financiamiento que se defina finalmente.

Como objetivo general de esta consultoría se tiene “apoyar al MINTUR a diseñar el PLANDETUR 2020 de manera participativa con los actores involucrados en el sector turístico como son el gobierno central, gobiernos seccionales, representantes de la cooperación internacional, sector privado, sector académico, comunidades locales, y otros grupos relacionados”.<sup>6</sup>

“De acuerdo a la Organización Mundial de Turismo - OMT, en el 2008, las llegadas de turistas internacionales alcanzaron los 924 millones, 16 millones más que en el 2007, lo cual representó un 2% de crecimiento.

Sin embargo, la tasa de crecimiento registrada en el 2008 se situó en 2% frente al 7% alcanzado en el 2007, año que fue considerado como el 4to año consecutivo de fuerte crecimiento a nivel mundial. Esta desaceleración de la demanda se produce en respuesta a un entorno caracterizado por la crisis financiera, el aumento en los precios de las materias primas, del petróleo, y las grandes fluctuaciones en los tipos de cambio que ocurrieron en el segundo semestre del 2008.

El crecimiento fue negativo en los últimos seis meses de 2008 tanto Europa (-3%) como Asia (-3%). Por otra parte, las Américas (+1%), África (+4%) y Oriente Medio (+5%), seguían presentando resultados positivos durante la segunda mitad del año, aunque con una desaceleración importante en comparación con el periodo de enero a junio.

Desde la perspectiva mundial, en balance todas las regiones mostraron resultados positivos, a excepción de Europa donde se estancaron las llegadas. De acuerdo al reporte del barómetro de la OMT (Enero 2009), las mejores calificaciones fueron obtenidas en Oriente Medio (+11%), África (+5%), y las Américas (+4%). El Ecuador por su parte, en relación al conjunto de las Américas reportó un progreso

---

<sup>6</sup>Plan estratégico de desarrollo de turismo sostenible para Ecuador. “PLANDETUR 2020



satisfactorio (+7%) con respecto al 2007, sin embargo la comparación del 2007 con respecto al 2006 mostró un crecimiento superior (+12%).

### **El turismo y la crisis mundial**

El escenario en que se desenvuelve la actividad turística como consecuencia de la crisis financiera internacional, el aumento en los precios de las materias primas y del petróleo, así como las grandes fluctuaciones en los tipos de cambio que ocurrieron en el segundo semestre del 2008, precisa de evaluación de la coyuntura y sus impactos, de reflexión y de análisis de información, para lo cual se exponen las principales perspectivas de acuerdo a la OMT, Euromonitor y la síntesis de otra información relacionada.

- Se prevé que la recesión económica continúe afectando a la demanda del turismo – por lo menos en el corto y medio plazo, con una previsión de estancamiento del turismo internacional (0% de crecimiento) o incluso disminución ligera (-1% a -2%) durante el año.
- Se teme además que la crisis mundial arrastre a las economías emergentes y en particular a China e India, lo que provoque un enorme desempleo adicional.
- Junto con las Américas, Europa será la región más afectada en términos de resultados globales del turismo, puesto que la mayoría de sus mercados de origen han entrado o están entrando en recesión.
- En cuanto a productos turísticos se refiere, los mayores impactos negativos han sido sobre las reuniones corporativas y los viajes de incentivos, ya que compañías en todo el mundo han reducido sus viajes y programas de reuniones.
- En cuanto a la comercialización, las reservas son más tardías y se reducen las estancias, y además se busca extrema flexibilidad en lo que respecta a las cláusulas de cancelación de los contratos.

- A diferencia de las crisis anteriores (virus, enfermedades, peligro por catástrofes, terrorismo, etc.), la crisis actual no afecta tanto el deseo de viajar. La principal preocupación es sobre la capacidad para viajar o cuánto se puede gastar en viajes.
- El crecimiento alcanzado por el turismo se ha atribuido a factores como el incremento de información y de facilidades para reservar (disponibles en el Internet), el deseo permanente para viajar más frecuentemente, un branding fuerte, la expansión de compañías de viajes y turismo y la continua expansión de viajes de bajo costo.

Se prevén algunas tendencias como se han observado en crisis anteriores:

- Se favorecerán los viajes a destinos más próximos, incluido el viaje interno, frente a los viajes de larga distancia.
- Se prevé que segmentos tales como visitas a amigos y parientes, los visitantes que repiten, así como viajeros con intereses especiales e independientes, sean más resistentes.
- Se prevé que la disminución en la longitud media de las estancias así como en los gastos, sea más pronunciada que la disminución en el volumen global.
- Los destinos que ofrezcan ventajas económicas y que tengan tipos de cambio favorables se verán aventajados, puesto que el precio será un asunto fundamental.
- Se espera que aumenten las reservas de última hora.
- Se espera que las empresas se concentren en la contención de los costes para mantener su competitividad.
- En un contexto de crisis, el viajero no se conformará con vacaciones entretenidas, sino que buscará una experiencia genuinamente transformadora.

A raíz de la elaboración del PLANDETUR 2020 (2007), se realizó la actualización de los productos turísticos del Plan Integral de Marketing Turístico del Ecuador. De esta actualización, se identificaron 11 líneas de producto y variantes respectivamente: Circuitos generales, Sol y playa, Turismo comunitario, Parque temáticos, Ecoturismo

y turismo de naturaleza, Turismo de deportes y aventura, Turismo de salud, Agroturismo, MICE (Meetings, Incentives, Conventions and Exhibitions/ Reuniones, Incentivos, Congresos, Convenciones y Exhibiciones) y Cruceros.

### **Situación del sector turístico por Mundos del Ecuador**

La situación del sector se estructura por mundos turísticos, ya que son la ordenación promocional mantenida hasta el momento por el PIMTE 03-06. Esta situación revisa los destinos que componen cada mundo, luego, se identifican las líneas de producto turístico en cada uno de ellos; y finalmente, se presenta la oferta de servicios turísticos en cada mundo.

Por último se presenta una ficha comparativa de la situación turística por cada mundo promocional de Ecuador:

### **Andes**

Destinos turísticos regionales:

- Sierra Norte
- Sierra Centro
- Austro
- Frontera Sur
- Quito- Distrito Metropolitano

Principales destinos:

- Quito
- Cuenca
- Otavalo
- Parque Nacional Cotopaxi
- La Avenida de los volcanes
- Bosque Nublado de Mindo
- Ingapirca

- Parque Nacional Podocarpus
- Vilcabamba
- Laguna de Quilotoa
- Riobamba
- Parque Nacional Cajas
- Reserva Ecológica El Angel
- Baños de Tungurahua
- Vilcabamba
- Cotacachi
- Reserva de la Producción Faunística Chimborazo
- La Avenida de las Cascadas

Principales líneas de producto:

- Circuitos turísticos generales
- Turismo comunitario
- Turismo cultural: patrimonio cultural, mercados y artesanías, turismo religioso, turismo, urbano, turismo arqueológico, haciendas históricas
- Ecoturismo y turismo de naturaleza: observación de flora y fauna
- Deportes y Aventura: escalada, trekking, ciclismo de montaña, bungee, cabalgatas, rafting
- Turismo de salud: termalismo, spa's
- Agroturismo
- MICE: reuniones, incentivos, congresos, convenciones y exhibiciones

## **Galápagos**

Destinos turísticos regionales:

- Galápagos

Principales destinos específicos:

- Islas Galápagos

Principales líneas de producto:

- Circuitos turísticos generales
- Ecoturismo y turismo de naturaleza: observación de flora y fauna
- Deportes y aventura: buceo y surf
- Sol y playa

## **Amazonía**

Destinos turísticos regionales:

- Amazonía Norte
- Amazonía Centro

Principales destinos específicos:

- Parque Nacional Yasuní
- Reserva de Producción Faunística de Cuyabeno
- Parque Nacional Sangay
- Napo Wildlife Center
- La ruta de Orellana
- Lodges amazónicos
- Reserva ecológica Antisana
- Reserva ecológica Limoncocha
- Reserva ecológica Cayambe- Coca
- Puyo
- Ruta del Manatee
- Parque Nacional Llanganates

Principales líneas de producto:

- Circuitos generales
- Turismo comunitario

- Turismo cultural
- Ecoturismo y turismo de naturaleza: observación de flora y fauna
- Deportes y Aventura: bungy, rafting
- Parques temáticos
- Turismo de salud: termalismo
- Agroturismo
- Cruceros (fluviales)

## **Costa**

Destinos turísticos regionales:

- Costa Norte
- Costa Centro
- Costa Sur
- Guayaquil- Distrito Metropolitano

Principales destinos específicos:

- Isla de la Plata
- Paseo de los sabores... cacao, banano, café
- Parque Nacional Machalilla
- Bosque Petrificado de Puyango
- Reserva Ecológica Cotacachi- Cayapas
- Puerto López
- Montecristi
- Manta
- Guayaquil
- Montañita

Principales líneas de producto:

- Circuitos turísticos generales
- Sol y playa

- Turismo comunitario
- Turismo cultural: mercados y artesanías
- Ecoturismo y turismo de naturaleza: observación de flora y fauna (observación de ballenas)
- Parque temáticos
- Deportes y Aventura: Surf
- Agroturismo
- Turismo de salud
- MICE
- Cruceros.”<sup>7</sup>

### ***Ministerio De Turismo***

#### **Misión**

El Ministerio de Turismo, como ente rector, lidera la actividad turística en el Ecuador, desarrolla sostenible, consciente y competitivamente el sector, ejerciendo sus roles de regulación, planificación, gestión, promoción, difusión y control.

#### **Visión**

El Ministerio de Turismo garantizará que la actividad turística se constituya en fuente prioritaria y permanente de ingresos del país, posicionando al Ecuador entre los más importantes destinos de Latinoamérica, aportando a la mejora de la calidad de vida de los ecuatorianos, mediante el desarrollo social, económico y ambiental.

#### **Objetivo General**

Fortalecer el Turismo Consciente como actividad generadora de desarrollo socioeconómico y sostenible, que contribuya al logro de los objetivos del Plan

---

<sup>7</sup> Plan Integral de Marketing Turístico para el Turismo Interno de Ecuador. PIMTE 2014. Agosto 2009.

Nacional del Buen Vivir 2009-2013 y posicione al país como un destino turístico preferente por su excepcional diversidad cultural, natural y vivencial.

### **Objetivos Específicos**

*Subsecretaria de Gestión Turística:* Fortalecer al desarrollo turístico del país mediante la regulación, fomento, desarrollo de proyectos y control de las actividades turísticas.

*Dirección de Desarrollo:* Fomentar la calidad de los servicios y productos turísticos ofertados en el país.

*Dirección de Productos:* Fomentar el desarrollo de productos turísticos considerando el potencial existente en cada zona con la participación directa de los diferentes actores del sector turístico nacional.

*Dirección de Rutas:* Promover el desarrollo turístico consciente en las zonas del país con potencial turístico.

*Subsecretaria de Promoción Turística:* Promocionar al Ecuador, tanto para el turismo nacional como para el internacional, como un destino turístico competitivo que apunte diferenciales de posicionamiento que lo hagan atractivo en el contexto mundial.

*Dirección de Investigación:* Brindar información estratégica relacionada con la industria turística mediante investigación, análisis, generación e inteligencia, para el desarrollo del Turismo.



*Dirección de Mercados:* Ejecutar actividades de promoción turística del Ecuador a nivel nacional e internacional para posicionar al país como un destino donde se practica el Turismo Consciente e incrementar la demanda turística.

*Dirección de Campañas:* Ejecutar acciones publicitarias y de Mercadeo turístico del Ecuador a nivel nacional e internacional que posicionen al país como atractivo y destino en el contexto mundial.

*Dirección de Producción de Promoción:* Coordinar, planificar, aprobar y distribuir los insumos gráficos y contenidos para la promoción turística del país.

*Subsecretaría de Información y Comunicación Turística:* Desarrollar políticas de información, comunicación y difusión de la gestión turística a nivel nacional, en el marco de la inclusión social y participación ciudadana; posicionando nacional e internacionalmente el producto turístico ecuatoriano como herramienta de desarrollo del país y contribuyendo al fortalecimiento del buen vivir de su población.

*Dirección de Comunicación:* Generar y recomendar estrategias de comunicación y difusión que permitan posicionar la gestión ministerial y socializar su ejecución a través de diferentes medios a nivel nacional e internacional.

*Dirección Audiovisual:* Desarrollar políticas de información y comunicación basadas en productos audiovisuales para la difusión de la gestión ministerial y turística del país.

*Dirección de Digital:* Generar acciones estratégicas a través del uso de herramientas digitales para la difusión, en canales digitales, de la información producida por el Ministerio de Turismo en relación a la gestión ministerial y turismo en el Ecuador.

*Coordinación General de la Planificación:* Dirigir, coordinar, controlar y evaluar los procesos de la planificación institucional.

*Dirección de Planificación e Inversión:* Impulsar, coordinar, dirigir y articular el proceso de planificación institucional.

*Dirección de Información, Seguimiento y Evaluación:* Promover estrategias para brindar información oportuna y confiable que facilite la toma de decisiones, realizar el monitoreo y evaluación de la gestión institucional.

*Dirección de Auditoría Interna:* Controlar y asesorar el uso de los recursos públicos destinados a las operaciones y actividades de la entidad.

*Coordinación General de Asesoría Jurídica:* Coordinar los asuntos legales y de normatividad a través de la revisión, asesoramiento, análisis y aplicación de criterios jurídicos adecuados para que las acciones del MINTUR se encuentren estrictamente apegados a los principios de legalidad.

*Coordinación General Administrativa Financiera:* Facilitar la gestión institucional prestando asesoría y apoyo a la máxima autoridad en materia administrativa, financiera y de tecnologías de información a fin de que el Ministerio pueda cumplir con eficiencia sus responsabilidades.

*Dirección de Administración de Talento Humano:* Administrar el talento humano y el desarrollo profesional con el objetivo de ofrecer personal calificado.

*Dirección Administrativa:* Brindar con eficiencia y eficacia productos y servicios de apoyo logístico con la entrega de equipos, materiales para fortalecer la gestión institucional.

*Dirección Financiera:* Organizar, administrar, coordinar y gestionar los recursos financieros, mediante la dotación oportuna de los mismos.

*Dirección de Tecnologías de la Información y Comunicación:* Investigar, asesorar y administrar los productos y servicios relacionados con las tecnologías de la información y comunicaciones a fin de garantizar la disponibilidad, integridad y confiabilidad del software, hardware, datos y comunicaciones institucionales.

*Dirección de Secretaría General:* Certificar los actos administrativos y normativos expedidos en el Ministerio de Turismo. Custodiar y salvaguardar la documentación interna y externa y prestar atención eficiente, eficaz y oportuna a clientes internos y externos.

### **Ejes Estratégicos:**

#### **Turismo Consciente**

Fomentar en el Ecuador el Turismo Consciente, un concepto vivo, dinámico y en constante construcción que se sustenta en los principios de sostenibilidad y ética, promueve los valores de la paz, la amistad, el respeto y el amor a la vida, como esencia de la práctica turística. Constituye un pacto de convivencia, responsabilidad y respeto entre los visitantes, las comunidades anfitrionas y el patrimonio cultural y natural.

#### **Oferta de calidad**

Desarrollar la oferta turística del país e incrementar los estándares de calidad de los servicios en los destinos turísticos de acuerdo a estándares y parámetros internacionales.

Promoción especializada del destino Ecuador para incrementar el flujo de turistas tanto nacionales como extranjeros.

### **Turismo Interno**

Incentivar que cada vez más ecuatorianos y ecuatorianas conozcan su país, lo recorran y se enriquezcan de las experiencias naturales y culturales que el Ecuador ofrece.<sup>8</sup>

### ***Turismo***

El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico.

Como tal, el turismo tiene efectos en la economía, en el entorno natural y en las zonas edificadas, en la población local de los lugares visitados y en los visitantes propiamente dichos. Debido a estos diversos impactos, la amplia gama y variedad de factores de producción requeridos para producir los bienes y servicios adquiridos por los visitantes y al amplio espectro de agentes involucrados o afectados por el turismo, es necesario adoptar un enfoque global del desarrollo, la gestión y la supervisión del turismo. Este enfoque es muy recomendable con miras a la formulación y puesta en práctica de políticas de turismo nacionales y locales, así como de acuerdos internacionales u otros procesos en materia de turismo.

### **Análisis económico**

El turismo, genera directa e indirectamente un aumento de la actividad económica en los lugares visitados (y más allá de los mismos), fundamentalmente debido a la demanda de bienes y servicios que deben producirse y prestarse. En el análisis

---

<sup>8</sup><http://www.turismo.gob.ec> Sitio Web Oficial del Ministerio de Turismo del Ecuador.

económico del turismo, se debe distinguir entre la ‘contribución económica’ del turismo que se refiere al efecto directo del turismo y que se puede medir mediante la CST, y el ‘impacto económico’ del turismo de, que es un concepto mucho más amplio que encapsula los efectos directos, indirectos e inducidos del turismo y que debe ser estimado mediante la aplicación de modelos.

La finalidad de los estudios de las repercusiones económicas es estimar los beneficios económicos, a saber, el incremento neto de la riqueza de los residentes dimanante del turismo, medido en términos monetarios, en relación con los niveles que prevalecerían en ausencia de esta actividad.

### **El turismo: un fenómeno económico y social**

Durante décadas, el turismo ha experimentado un continuo crecimiento y una profunda diversificación, hasta convertirse en uno de los sectores económicos que crecen con mayor rapidez en el mundo. El turismo mundial guarda una estrecha relación con el desarrollo y se inscriben en él un número creciente de nuevos destinos. Esta dinámica ha convertido al turismo en un motor clave del progreso socioeconómico.

Hoy en día, el volumen de negocio del turismo iguala o incluso supera al de las exportaciones de petróleo, productos alimentarios o automóviles. El turismo se ha convertido en uno de los principales actores del comercio internacional, y representa al mismo tiempo una de las principales fuentes de ingresos de numerosos países en desarrollo. Este crecimiento va de la mano del aumento de la diversificación y de la competencia entre los destinos.

La expansión general del turismo en los países industrializados y desarrollados ha sido beneficiosa, en términos económicos y de empleo, para muchos sectores relacionados, desde la construcción hasta la agricultura o las telecomunicaciones.

La contribución del turismo al bienestar económico depende de la calidad y de las rentas que el turismo ofrezca. La OMT ayuda a los destinos a posicionarse, de forma sostenible, en unos mercados nacionales e internacionales cada vez más complejos. Como organismo de las Naciones Unidas dedicado al turismo, la OMT insiste en que los países en desarrollo pueden beneficiarse especialmente del turismo sostenible y actúa para que así sea.<sup>9</sup>

#### **2.4.2.1. Fundamentación de la subordinación conceptual de la variable dependiente.**

##### ***Tipos De Turismo***

###### **“Turismo individual**

Es aquel cuyo programa de actividades e itinerario son decididos por los viajeros sin intervención de operadores turísticos.

###### **Turismo de masas**

Es aquel que se realiza masivamente por todo tipo de personas, sin importar su nivel económico por lo que no es un tipo de turismo exclusivo. Es el más convencional, pasivo y estacional. Es normalmente menos exigente y especializado. Aquí podemos encontrar el turismo de sol y playa.

###### **Turismo natural**

Se desarrolla en un medio natural, tratando siempre de realizar actividades recreativas sin deteriorar el entorno.

---

<sup>9</sup> [www.media.unwto.org](http://www.media.unwto.org) Sitio Web oficial de la Organización Mundial del Turismo, OMT.

- ✓ **Rural:** es desarrollado en el medio rural, cuya principal motivación es conocer las costumbres y las tradiciones del hombre en el mundo rural. Se interesa por la gastronomía, la cultura popular, artesanía.
- ✓ **Ecoturismo:** basado en el contacto con la naturaleza. Sus recursos los componen las reservas y parques nacionales, es decir, una flora y fauna interesante en la zona receptiva.
- ✓ **Agroturismo:** su finalidad es mostrar y explicar el proceso de producción de las fincas agropecuarias y las agroindustrias.
- ✓ **Agro ecoturismo:** es aquel donde el visitante se aloja en habitación con estándares turísticos pero participa en las labores agrícolas, convive con la comunidad y consume los alimentos recolectados con la familia.
- ✓ **Ornitológico:** es el turismo centrado en el avistamiento y observación de aves.
- ✓ **Ictioturismo:** es la actividad turística centrada en la práctica de la pesca realizada en áreas naturales permitidas.
- ✓ **Cinegético:** Turismo enfocado a la caza de animales en lugares específicos (ranchos cinegéticos), donde se permite cazar solamente a animales que han sido criados específicamente para este fin.

### **Turismo activo**

El turismo activo es aquel que se realiza en espacios naturales, el turismo activo está estrechamente relacionado con el turismo rural y generalmente este tipo de actividades se realizan en un parque natural debido al interés ecológico que estos presentan.

- ✓ **Parques temáticos:** basado en atracciones turísticas de temas concretos. Se caracteriza por la participación activa en todo momento del visitante.
- ✓ **Deportivo:** la principal motivación es practicar algún deporte. Se puede dividir en dos grupos: deporte de exterior y el de interior. También se podría hacer otra subdivisión en función del que practica el deporte, o de quien lo ve.

- ✓ **Aventura:** aquí solo se practican deportes de riesgo. El usuario de este tipo de turismo suele ser de nivel adquisitivo y cultural alto y de muy buena forma física (rafting, rappel, etc.).
- ✓ **Religioso:** una oferta ligada a lugares o acontecimientos de carácter religioso de relevancia. Los cuatro núcleos de mayor importancia en el mundo son: Jerusalén, Roma, La Meca y Santiago de Compostela (en este último el Camino de Santiago tiene una doble vertiente deportiva y religiosa).
- ✓ **Espiritual:** su motivación es el recogimiento y la meditación (monasterios, retiros espirituales, cursos de filosofía oriental, etc.).
- ✓ **Místico:** Se relaciona con el turismo orientado a la visita de lugares místicos.
- ✓ **Termal o de salud:** está vinculado a los balnearios que ofrecen tratamientos para diversas dolencias (reumatológicas, estrés, dermatológicas, tratamientos de belleza, etc.). La infraestructura cuenta normalmente con un núcleo principal o instalación termal independiente de las instalaciones hoteleras.
- ✓ **Médico:** está orientado a la vinculación del viaje con la realización de intervenciones quirúrgicas, dentales o tratamientos médicos en países donde son más baratas las atenciones.
- ✓ **Social:** aquel dedicado a la participación en actividades para mejorar las condiciones de las capas de población económicamente más débiles.
- ✓ **Itinerante:** se desarrolla activamente en varios lugares siguiendo rutas e itinerarios preestablecidos.

### **Turismo de negocios**

El turismo de negocios es aquel que se desarrolla con objeto o fin de llevar a cabo un negocio o un acuerdo comercial, se desarrolla entre empresas por lo general. Utilizado por empresarios, ejecutivos, comerciantes y otros profesionales para cerrar negocios, captar clientes o prestar servicios. La estacionalidad es invertida a la vacacional, por lo que es un producto muy importante para el sector. El cliente suele



ser de alto poder adquisitivo. Se trata de un turismo fundamentalmente urbano y con necesidades de infraestructura muy concretas como la conexión a internet.

### **Servicios turísticos**

Tienen la consideración de servicios turísticos la prestación del:

- **Servicio de alojamiento**, cuando se facilite hospedaje o estancia a los usuarios de servicios turísticos, con o sin prestación de otros servicios complementarios.

Bus de la Corporación de Turismo "Juulchin" en Mongolia, con guía y conductor al servicio.

- **Servicio de alimentación**, cuando se proporcione alimentos o bebidas para ser consumidas en el mismo establecimiento o en instalaciones ajenas.
- **Servicio de guía**, cuando se preste servicios de guianza turística profesional, para interpretar el patrimonio natural y cultural de un lugar.
- **Servicio de acogida**, cuando se brinde organización de eventos como reuniones, congresos, seminarios o convenciones.
- **Servicio de información**, cuando se facilite información a usuarios de servicios turísticos sobre recursos turísticos, con o sin prestación de otros servicios complementarios.
- **Servicio de intermediación**, cuando en la prestación de cualquier tipo de servicio turístico susceptible de ser demandado por un usuario, intervienen personas como medio para facilitarlos.
- **Servicios de consultoría turística**, está dado por especialistas licenciados en el sector turismo para realizar la labor de consultoría turística.”<sup>10</sup>

---

<sup>10</sup>ACERANZA,Miguel Ángel, administración del turismo, conceptualización y organización, editorial trillas mexico,1991

### ***Mercado Turístico***

El **mercado turístico**, por lo tanto, es el **rubro económico** que engloba a todas las compañías que comercializan productos y servicios vinculados a los **viajes**. Este mercado suele tener ofertas asociadas al ocio, pero también a los viajes por negocios, estudios y otros motivos.

El desarrollo del mercado turístico se inició en el **siglo XIX**, cuando los avances de la **Revolución Industrial** permitieron los desplazamientos con fines de descanso, razones culturales, sociales, etc. Se dice que el británico **Thomas Cook** fue el primer empresario en considerar el turismo como una actividad de carácter comercial, cuando en **1841** impulsó el **primer viaje organizado de la historia**. Una década después, **Cook** inició una nueva posibilidad comercial al fundar una agencia de viajes (conocida con el nombre de **Thomas Cook and Son**), algo jamás concebido hasta ese momento.

Hoy en día, el mercado turístico es una de las principales industrias a escala mundial. Su realidad incluye el **turismo de masas** (con grupos de personas movilizados por un operador turístico) y el **turismo individual** (los individuos que organizan sus itinerarios y actividades sin la intervención de un tercero).

Entre las ciudades con más actividad turística del planeta, se encuentran Barcelona (que atrae al público con las obras de arte tales como el edificio La Sagrada Familia de Antoni Gaudí, uno de los grandes maestros del Modernismo), París (con su emblemática torre Eiffel, el río Sena y los Campos Elíseos), Madrid (con sus colores y su variedad, sus exponentes arquitectónicos y el Museo del Prado), Cancún (destino de quienes ansían reposar en playas paradisíacas) y Londres (adornada de parques y

monumentos tales como el Big Ben, y con una prominente actividad nocturna en el centro).<sup>11</sup>

### ***Servicio Al Cliente***

El servicio de atención al cliente o simplemente servicio al cliente es el servicio que proporciona una empresa para relacionarse con sus clientes. Concepto Es el conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece un suministrador con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo. El servicio al cliente es una potente herramienta de mercadeo. Se trata de una herramienta que puede ser muy eficaz en una organización si es utilizada de forma adecuada, para ello se deben seguir ciertas políticas institucionales.

**Servicio al Cliente** es “Un concepto de trabajo” y “una forma de hacer las cosas” que compete a toda la organización, tanto en la forma de atender a los Clientes (que nos compran y nos permiten ser viables) como en la forma de atender a los Clientes Internos, diversas áreas de nuestra propia empresa.

**Servicio al Cliente**, es la gestión que realiza cada persona que trabaja en una empresa y que tiene la oportunidad de estar en contacto con los clientes y generar en ellos algún nivel de satisfacción.<sup>12</sup>

## **2.5. HIPÓTESIS**

El Complejo Recreacional Militar Descanso Iwia aporta actualmente al turismo de la parroquia Shell, del Cantón Mera, de la Provincia de Pastaza.

---

<sup>11</sup> <http://definicion.de/mercado-turistico/>

<sup>12</sup> [http://es.wikipedia.org/wiki/Servicio\\_de\\_atenci%C3%B3n\\_al\\_cliente](http://es.wikipedia.org/wiki/Servicio_de_atenci%C3%B3n_al_cliente)

## **2.6. SEÑALAMIENTO DE VARIABLES**

**Variable Independiente:** El Complejo Recreacional Militar Descanso Iwia.

**Variable Dependiente:** Aporta al turismo de la parroquia Shell.

## **CAPÍTULO III**

### **METODOLOGÍA**

#### **3.1. MODALIDAD BÁSICA DE LA INVESTIGACIÓN**

Este proyecto de investigación es de campo, ya que se realizará en el lugar de los hechos teniendo en cuenta que se ejecutará en contacto directo con los involucrados que tienen, de alguna manera, relación con la actividad turística de la parroquia Shell y el cantón Mera; además los datos bibliográficos, linkográficos nos ayudará en la investigación.

#### **3.2. NIVEL O TIPO DE LA INVESTIGACIÓN**

Esta investigación es de tipo explorativa para saber si los convenios realizados entre el Ministerio de Turismo y el Municipio aportan en el desarrollo de proyectos turísticos en el cantón, también es de tipo descriptiva porque daremos a conocer en detalle todas las características y el proceso para llegar a la solución de la investigación, cabe recalcar es de tipo explicativas porque se han regido a la ley.

#### **3.3. POBLACIÓN Y MUESTRA**

##### **3.3.1. Población**

Según Levin&Rubin (1996), “Población es un conjunto de todos los elementos que estamos estudiando, acerca de los cuales intentamos sacar conclusiones.”

Esta investigación se realizará a los visitantes del Complejo Recreacional Militar Descanso Iwia, tomando en cuenta un promedio de visitantes de visitantes semanales de 200 personas, este será la población, en base de la cual y por medio de la siguiente fórmula se obtendrá la muestra, que es el número de personas a quienes se realizará las encuestas. Así:

- Población: 200
- Alfa es el valor del error (10%)
- Z es el valor del número de unidades de desviación estándar para una prueba de dos colas con una zona de rechazo igual alfa. (1.64485)

$$n = \frac{P * Q * N}{\left(\frac{\alpha}{Z}\right)^2 * (N - 1) + P * Q}$$

$$n = \frac{0.5 * 0.5 * 200}{\left(\frac{0.10}{1.64485}\right)^2 * (200 - 1) + 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{50}{(0.0608)^2 * (199) + 0.25}$$

$$n = \frac{50}{0.9756}$$

$$n = 51.25$$

$$n = 51$$

### 3.3.2. Muestra

Según Murria R. Spiegel (1991), "Se llama muestra a una parte de la población a estudiar que sirve para representarla".

Después de haber aplicado la fórmula pertinente, tomando en cuenta el número de visitantes, nivel de confiabilidad, probabilidad de no ocurrencia, probabilidad de

ocurrencia y error de muestreo, se ha logrado determinar que el tamaño de la población es de 51, que es el número de personas que serán encuestadas.

### 3.4. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

**VARIABLE INDEPENDIENTE:** Complejo Recreacional.

Conceptualización	Categorías	Indicadores	Ítems Básicos	Técnicas e Instrumentos
Área natural destinada a la recreación y aprendizaje de temáticas de naturaleza.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Área natural</li> <li>- Recreación</li> <li>- Aprendizaje</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Flora y fauna nativa</li> <li>Senderos</li> <li>Ocio</li> <li>Guianza por senderos</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>¿Cree Ud. que la flora y fauna del descanso Iwia está correctamente cuidada?</b> Si / No</li> <li>2. <b>¿Los senderos se encuentran en buen estado?</b> Si / No</li> <li>3. <b>¿Los guías tienen conocimiento de los servicios y atractivos del lugar?</b> Si / No</li> <li>4. <b>¿Cree Ud. que la Brigada de Selva No. 17 Pastaza está realizando una buena labor administrativa del lugar?</b> Si / No</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Encuesta</li> <li>Entrevista</li> <li>Cuestionario estructurado</li> </ul>

Cuadro No. 1 Operacionalización Variable Independiente

Elaborado por: CASTRO, Leonor (2013).



**VARIABLE DEPENDIENTE: Turismo**

Conceptualización	Categorías	Indicadores	Ítems Básicos	Técnicas e Instrumentos
<p>Según la OMT: El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período consecutivo inferior a un año y mayor a un día, con fines de ocio, por negocios o por otros motivos.</p>	<p>- actividades</p> <p>- Viajes y estancias</p> <p>- Periodo consecutivo</p> <p>- Fines</p>	<p>Desplazamientos</p> <p>Visitas</p> <p>Descanso</p> <p>Lugares itinerarios</p> <p>Meses</p> <p>Días</p> <p>Años</p> <p>Ocio</p> <p>Negocios</p> <p>Otros motivos</p>	<p><b>5. ¿Considera Ud. que el Descanso Iwia aumenta las fuentes de trabajo en Shell?</b> Si / No</p> <p><b>6. Si respondió sí en la pregunta anterior, ¿cree que esto mejora la calidad de vida de la población?</b> Si / No</p> <p><b>7. ¿Cree ud. que los prestadores de servicios turísticos de Shell deben mejorar la calidad de sus servicios?</b> Si / No</p> <p><b>8. Según usted, el tipo de turista que visitan más frecuentemente los atractivos turísticos de Shell son:</b> Locales Nacionales Extranjeros</p>	<p>Encuesta</p> <p>Entrevista</p> <p>Cuestionario estructurado</p>

**Cuadro No. 2 Operacionalización Variable Dependiente**

Elaborado por: CASTRO, Leonor (2013).

### 3.5. PLAN DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

No.	Preguntas Básicas	Explicación
1	¿Para qué?	Para investigar sobre la realidad actual y plantear una propuesta.
2	¿De qué personas u objetos?	Los visitantes que lleguen al Descanso Iwia y personal que labora en el lugar.
3	¿Sobre qué aspectos?	Sobre el Complejo Recreacional Descanso Iwia y el turismo de la Parroquia Shell
4	¿Quién o quiénes?	La investigadora.
5	¿Cuándo?	En el periodo Noviembre 2012 - Abril 2013.
6	¿Dónde?	En el lugar de los hechos (IN SITU)
7	¿Cuántas veces?	Repetidas veces, hasta obtener la información necesaria.
8	¿Qué técnicas de recolección?	Encuesta, entrevista y observación.
9	¿Con qué?	Cuestionario estructurado
10	¿En qué situación?	En el desarrollo mismo de la actividad turística.

Cuadro No. 3 Plan de Recolección de Información

Elaborado por: CASTRO, Leonor (2013).

### **3.6. PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE INFORMACIÓN**

Para sistematizar la información deseada se procederá de la siguiente manera:

- Revisión crítica de la información recogida, también conocida como limpieza de información.
- Tabulación y ordenamiento de la información.
- Estudio estadístico, análisis e interpretación de resultados.
- Presentación de datos y resultados.

## CAPÍTULO IV

### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

#### 4.1. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

##### *Sexo de las personas encuestadas*

<i>ALTERNATIVA</i>	<i>FRECUENCIA</i>	<i>PORCENTAJE</i>
MASCULINO	24	47%
FEMENINO	27	53%
TOTAL	51	100%

Cuadro No. 4 Tabla Tabulación de Resultados 1

Elaborado por: CASTRO, Leonor (2013).



Gráfico No. 5 Pastel Tabulación de Resultados 1

Elaborado por: CASTRO, Leonor (2013).

**Análisis:**

El 53% de las personas encuestadas pertenecen al género femenino, 27 mujeres, y el 47% restante al género masculino, el equivalente a 24 hombres encuestados.

**Interpretación:**

En base a las encuestas realizadas, se ha logrado determinar que de los turistas que llegan al Descanso Iwia, el mayor porcentaje son mujeres, en este caso, 27 mujeres que representan más del 50% de personas encuestadas, mientras que en una minoría, pero muy insignificante, son los visitantes hombres.

**Rango de edad de las personas encuestadas**

<b>ALTERNATIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>MENOS DE 18</b>	6	12%
<b>DE 19 A 30</b>	25	49%
<b>DE 31 A 50</b>	14	27%
<b>51 EN ADELANTE</b>	6	12%
<b>TOTAL</b>	51	100%

Cuadro No. 5 Tabla Tabulación de Resultados 2

Elaborado por: CASTRO, Leonor (2013).

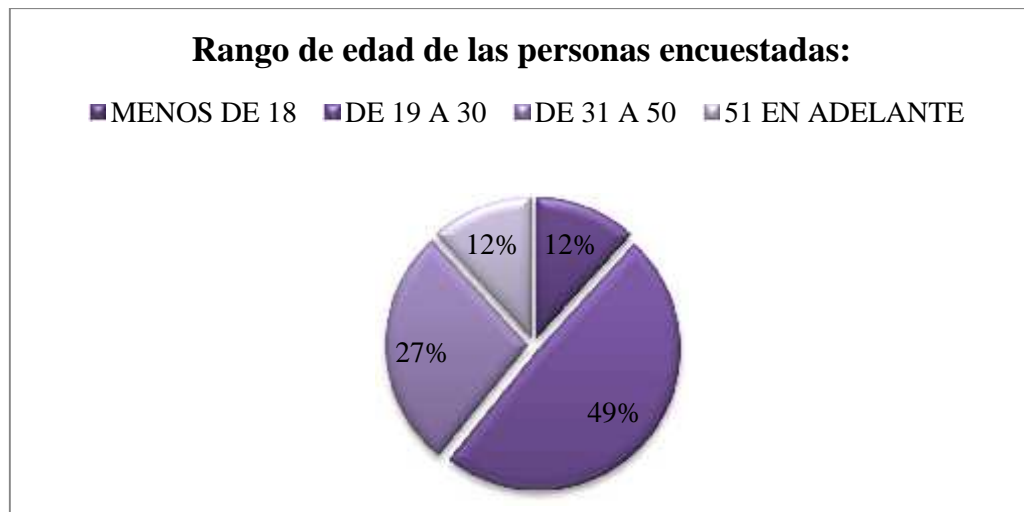


Gráfico No. 6 Pastel Tabulación de Resultados 2

Elaborado por: CASTRO, Leonor (2013).

**Análisis:**

En cuanto a las edades de los visitantes, dentro del rango de menores de 18 años, respondieron a la encuesta 6 personas, que equivalen al 12%; en el rango de entre 19 y 30 años respondieron 25 personas, que representan a la mayoría del total de los encuestados con un 49%, en el siguiente rango de edad están las personas de entre 31

a 50 años que forman parte del 27% del total de los encuestados, 14 personas, y, finalmente, en el rango de personas mayores de 51 años está un 12%, el equivalente a 6 del total de los visitantes que fueron encuestados.

**Interpretación:**

En cuanto a las edades, los datos de las encuestas muestran que la mayor cantidad de visitantes se encuentran dentro del rango de entre 19 y 30 años de edad, seguido por visitantes de entre 31 y 50; mientras que un con 12% del total de encuestados se encuentran las personas menores de 18 años y con el mismo porcentaje quienes superan los 51 años.

**1. ¿Cree usted que la flora y fauna del Descanso Iwia está correctamente cuidada?**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	29	57%
NO	22	43%
<b>TOTAL</b>	<b>51</b>	<b>100%</b>

**Cuadro No. 6 Tabla Tabulación de Resultados 3**

Elaborado por: CASTRO, Leonor (2013).



**Gráfico No. 7 Pastel Tabulación de Resultados 3**

Elaborado por: CASTRO, Leonor (2013).

**Análisis:**

29 de las 51 personas que fueron encuestadas consideran que la flora y fauna sí está bien cuidada, esto es el 57% de visitantes encuestados; mientras que 22 personas, el 43%, consideran que la flora y fauna debería ser mejor cuidada.

**Interpretación:**

Mayoritariamente los encuestados consideran que la flora y fauna del lugar se encuentran correctamente protegidos, esto lo afirman en base a lo que observan en el área de zocriadero y cada una de las áreas del Descanso Iwia que está copada de diversa y extensa vegetación.



*2. ¿Los senderos se encuentran en buen estado?*

<i>ALTERNATIVA</i>	<i>FRECUENCIA</i>	<i>PORCENTAJE</i>
<b>SI</b>	43	84%
<b>NO</b>	8	16%
<b>TOTAL</b>	51	100%

**Cuadro No. 7** Tabla Tabulación de Resultados 4

Elaborado por: CASTRO, Leonor (2013).



**Gráfico No. 8** Pastel Tabulación de Resultados 4

Elaborado por: CASTRO, Leonor (2013).

**Análisis:**

La opinión del 84%, 43 encuestados, afirman que los senderos se encuentran en buen estado; mientras que la minoría restante que es el 16%, 8 personas, consideran que los senderos están inadecuadamente mantenidos.

**Interpretación:**

Los senderos son parte fundamental de este lugar de recreación, ya que corresponden a la forma de acceso a la parte céntrica del área; un altísimo porcentaje de las personas encuestadas consideran que éstos se encuentran en buen estado, limpios y aptos para realizar una caminata amena y segura.

3. ¿Los guías tienen conocimiento de los servicios y atractivos del lugar?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	19	37%
NO	32	63%
<b>TOTAL</b>	<b>51</b>	<b>100%</b>

Cuadro No. 8 Tabla Tabulación de Resultados 5

Elaborado por: CASTRO, Leonor (2013).



Gráfico No. 9 Pastel Tabulación de Resultados 5

Elaborado por: CASTRO, Leonor (2013).

**Análisis:**

Un bajo porcentaje de las personas encuestadas, tan sólo el 37%, 19 visitantes, se sienten satisfechos con las explicaciones brindadas por parte de los guías, mientras que el 63% restante, 32 personas, aseguran que los conocimientos de los guías no son suficientes para realizar su labor.

**Interpretación:**

En cuanto al trato y conocimientos que demuestran tener los guías del lugar, quienes son conscriptos y oficiales voluntarios, las personas encuestadas consideran que es un tanto escaso y que deberían ampliar su preparación previa a la atención y manejo de grupos turísticos.

**4. ¿Cree usted que la Brigada de Selva No. 17 Pastaza está realizando una buena labor administrativa del lugar?**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	29	57%
NO	22	43%
<b>TOTAL</b>	<b>51</b>	<b>100%</b>

**Cuadro No. 8 Tabla Tabulación de Resultados 6**

Elaborado por: CASTRO, Leonor (2013).



**Gráfico No. 10 Pastel Tabulación de Resultados 6**

Elaborado por: CASTRO, Leonor (2013).

**Análisis:**

El 57%, es decir, 29 de las personas que respondieron a la encuesta consideran que la labor realizada por la Brigada Selva No. 17 Pastaza no es buena y el 43%, 22 personas, piensa que la labor realizada es buena.

**Interpretación:**

Por medio de las encuestas realizadas se ha logrado establecer que la entidad encargada de la administración de este lugar, la Brigada de Selva No. 17 Pastaza, está realizando una correcta labor administrativa en el Descanso Iwia.

5. ¿Considera usted que el Descanso Iwia aumenta las fuentes de trabajo en Shell?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	22	43%
NO	29	57%
TOTAL	51	100%

Cuadro No. 10 Tabla Tabulación de Resultados 7

Elaborado por: CASTRO, Leonor (2013).



Gráfico No. 11 Pastel Tabulación de Resultados 7

Elaborado por: CASTRO, Leonor (2013).

**Análisis:**

El 57% de respuestas afirmativas por parte de las personas encuestadas refleja que un porcentaje superior a la mitad considera al Descanso Iwia como un propulsor de las fuentes de trabajo en Shell.

**Interpretación:**

Un alto porcentaje, superior a la mitad de los encuestados, no consideran que este atractivo esté aportando en demasía a la economía y bienestar de la población donde está ubicado, ya que lo consideran demasiado aislado de los pobladores de Shell y poco incluyente.

**6. Si respondió “SÍ” a la pregunta 5, ¿cree que esto mejora la calidad de vida de la población?**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	21	95%
NO	1	5%
<b>TOTAL</b>	<b>22</b>	<b>100%</b>

**Cuadro No. 11** Tabla Tabulación de Resultados 8

Elaborado por: CASTRO, Leonor (2013).



**Gráfico No. 12** Pastel Tabulación de Resultados 8

Elaborado por: CASTRO, Leonor (2013).

**Análisis:**

Dentro de las personas que consideran que el Descanso Iwia aumenta las fuentes de trabajo en Shell, el 95% piensa que esto ayuda a mejorar la calidad de vida de la población.

**Interpretación:**

Debido a que esta pregunta tiene relación con la anterior, es necesario recalcar que anteriormente un alto porcentaje de personas consideran que un este lugar no realiza un alto aporte al turismo de la Parroquia, por lo que esto, obviamente, no mejora las condiciones de vida de los pobladores de esta zona.

**7. ¿Cree usted que los prestadores de servicios turísticos de Shell deben mejorar la calidad de sus servicios?**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	50	98%
NO	1	2%
<b>TOTAL</b>	<b>51</b>	<b>100%</b>

**Cuadro No. 12 Tabla Tabulación de Resultados 9**

Elaborado por: CASTRO, Leonor (2013).



**Gráfico No. 13 Pastel Tabulación de Resultados 9**

Elaborado por: CASTRO, Leonor (2013).

**Análisis:**

Se observa una alta incidencia de aquellas personas que consideran que se debe mejorar la calidad de los prestadores de servicios turísticos de Shell, lo que se refleja en un 98%.

**Interpretación:**

Es casi totalitario el pensamiento de que los prestadores de servicios turísticos de la parroquia deben mejorar la calidad de sus productos, ya sea por el mero de hecho de buscar siempre mayor satisfacción en los clientes o porque realmente no están brindando atención de alta calidad.

**8. Según usted, el tipo de turista que visitan más frecuentemente los atractivos turísticos de Shell son:**

<i>ALTERNATIVA</i>	<i>FRECUENCIA</i>	<i>PORCENTAJE</i>
<i>LOCALES</i>	14	27%
<i>NACIONALES</i>	28	55%
<i>EXTRANJEROS</i>	9	18%
<b>TOTAL</b>	51	100%

**Cuadro No. 13** Tabla Tabulación de Resultados 10

Elaborado por: CASTRO, Leonor (2013).



**Gráfico No. 14** Pastel Tabulación de Resultados 10

Elaborado por: CASTRO, Leonor (2013).

**Análisis:**

Una incidencia del 55% de encuestados refleja que el tipo de turistas que visitan más frecuentemente los atractivos turísticos de Shell son nacionales, estando el otro 45% distribuido entre locales con 27% y extranjeros con 18%.

**Interpretación:**

Los turistas nacionales encabezan el porcentaje de visitas a este lugar, formando parte del 55% del total de encuestados, seguidos por los turistas locales y por último los turistas extranjeros que apenas alcanzan el 18%.

## 4.2. VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS

### 4.2.1. PLANTEAMIENTO DE LAS HIPÓTESIS

#### H0. (Hipótesis Nula)

El Complejo Recreacional Militar Descanso Iwia **NO** aporta al turismo de la parroquia Shell, del Cantón Mera, de la Provincia de Pastaza.

#### H1. (Hipótesis Alternativa)

El Complejo Recreacional Militar Descanso Iwia **SÍ** aporta al turismo de la parroquia Shell, del Cantón Mera, de la Provincia de Pastaza.

### 4.2.2. SELECCIÓN DEL NIVEL DE SIGNIFICACIÓN

Para la verificación de la hipótesis se utilizara el nivel de  $\alpha = 0.01$

### 4.2.3. DESCRIPCIÓN DE LA POBLACIÓN

Se ha tomado como referencia para la investigación de campo una parte de la muestra total del universo de la investigación.

Población	Personas	%
Visitantes del Complejo Recreacional Militar Descanso Iwia	51	100%
<b>Total</b>	51	100%

Cuadro No.14 Población de la Verificación de la Hipótesis

Elaborado por: CASTRO, Leonor (2013).



#### 4.2.4. ESPECIFICACIÓN DE LO ESTADÍSTICO

Para lo cual se expresara en un cuadro de contingencia de 6 filas y 2 columnas con el cual se determina las frecuencias observadas.

CATEGORÍAS			
PREGUNTAS	OPCIÓN 1	OPCIÓN 2	SUB TOTAL
1	29	22	51
2	43	8	51
3	19	32	51
4	29	22	51
5	22	29	51
7	50	1	51
<b>TOTAL</b>	<b>192</b>	<b>114</b>	<b>306</b>

Cuadro No.15 Especificación Estadística Frecuencias Observadas

Elaborado por: CASTRO, Leonor (2013).

Una vez determinada las frecuencias observadas, y con los resultados obtenidos, se propone las frecuencias esperadas.

FRECUENCIAS ESPERADAS
32
19

Cuadro No.16 Especificación Estadística Frecuencias Esperadas

Elaborado por: CASTRO, Leonor (2013).

#### 4.2.5. ESPECIFICACIONES DE LAS REGIONES DE ACEPTACIÓN Y RECHAZO

Se procede a determinar los grados de libertad considerando que el cuadro consta de 6 filas y 2 columnas.

$\chi^2_T$  = Chi cuadrado Tabular

GRADOS DE LIBERTAD		
gl=	(6-1)	(2-1)
gl=	5	1
gl=	5X1	$\chi^2_T = 15.09$
gl=	5	

Cuadro No.17 Grados de Libertad ( $\chi^2$ )

Elaborado por: CASTRO, Leonor (2013).

Por lo tanto con 5 grados de libertad y a nivel 0.01 de significación la tabla de  $\chi^2_T = 15.09$ , por tanto si  $\chi^2_C < \chi^2_T$  se aceptará la H0. Caso contrario se la rechazará y se aceptará la hipótesis alternativa.

La representación gráfica sería:



Gráfico No. 15 Regiones de Aceptación y Rechazo

Elaborado por: CASTRO, Leonor (2013).

#### 4.2.6. RECOLECCIÓN DE DATOS Y CÁLCULO DE LO ESTADÍSTICO

Para el efecto se realizará la siguiente fórmula

$\chi^2$  = Chi cuadrado

$\Sigma$  = Sumatoria

O = Frecuencias observadas

E = Frecuencias esperadas

$$\chi^2 = \sum \frac{(O - E)^2}{E}$$

Cuadro N° 20 Recolección de Datos  $\chi^2$

	O	E	$(O - E)$	$(O - E)^2$	$(O - E)^2 / E$
	29	32	-3	9	0,28
	43	19	24	576	30,32
	19	32	-13	169	5,28
	29	19	10	100	5,26
	22	32	-10	100	3,13
	50	19	31	961	50,58
	22	32	-10	100	3,13
	8	19	-11	121	6,37
	32	32	0	0	0,00
	22	19	3	9	0,47
	29	32	-3	9	0,28
	1	19	-18	324	17,05
<b>TOTAL</b>	<b>306</b>	<b>306</b>			<b>122,15</b>

Cuadro No. 18 Recolección de Datos  $\chi^2$

Elaborado por: CASTRO, Leonor (2013).

Como se puede observar:  $\chi^2_C$  (122.15) es mayor que  $\chi^2_T$  (15.09); por lo tanto se acepta la hipótesis alternativa **H1**: El Complejo Recreacional Militar Descanso IwiaSÍ aporta al turismo de la parroquia Shell, del Cantón Mera, de la Provincia de Pastaza.

## **CAPÍTULO V**

### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

#### **5.1. CONCLUSIONES**

- En base al trabajo investigativo realizado se concluye que el Complejo Recreacional Militar Descanso Iwia es un área destinada para la distracción, esparcimiento y descanso tanto de civiles como de la población civil que desee visitarlo, además de ser un lugar donde se puede obtener conocimiento sobre ecología, culturas indígenas amazónicas y las fuerzas militares especiales Iwias.
- Dicho lugar cuenta con un alto potencial turístico y educativo al que, afortunadamente, en la actualidad tiene acceso la población civil sin exclusión alguna y a un módico precio; sus instalaciones se encuentran en buen estado, las cuales ofrecen confort y satisfacción en sus visitantes.
- El personal que labora en el Descanso Iwia está constituido por militares Iwias que, voluntariamente, y sin ningún pago extra, ofrecen su contingente para el buen funcionamiento de este lugar, pero, lamentablemente, son personas que no cuentan con los conocimientos técnicos para manejar un lugar turístico, para realizar guías y/o trabajar con grupos turísticos, lo cual es necesario para fortalecer su potencial y aumentar la afluencia turística del lugar.

## 5.2. RECOMENDACIONES

- Se recomienda realizar un curso de capacitación dirigido a los miembros del equipo que labora en el Descanso Iwia, basado en temáticas técnicas básicas sobre turismo, atención al cliente turístico y técnicas de guianza.
- Asimismo, se sugiere que se continúe manteniendo en buen estado las instalaciones, evitando su desgaste prematuro, manteniendo la higiene y limpieza y procurando promover consciencia de cuidado a la naturaleza a los visitantes.
- También se invita a que se socialice de mejor manera, por medio de publicidad, los atractivos del lugar, ya que se ha determinado que existen muchas personas, de la misma parroquia, que desconocen los beneficios de distracción y educativos que trae visitar este hermoso lugar.
- Se pone a consideración la propuesta de involucrar en mayor porcentaje a la población de la parroquia Shell, ya que es necesario saber que el turismo no es una actividad individual, sino que mientras más intervengan los habitantes de un lugar, tienden a aumentar los beneficios que el turismo trae. Aparte de que también es necesario contar con el conocimiento e intervención de técnicos en el ámbito turístico y medio ambiental que podrían mejorar las potencialidades de las cuales está beneficiado el lugar.
- Finalmente, se propone que se prolongue el tiempo de trabajo de los conscriptos en el Descanso Iwia, ya que si son capacitados es aconsejable que pongan en práctica sus conocimientos por más tiempo.

## **CAPÍTULO VI**

### **PROPUESTA**

#### **6.1. DATOS INFORMATIVOS**

##### **6.1.1. TÍTULO**

“CREACIÓN DE UN PLAN DE CAPACITACIÓN AL PERSONAL MILITAR VOLUNTARIO EN LA ADMINISTRACIÓN Y GUIANZA DEL COMPLEJO RECREACIONAL MILITAR DESCANSO IWIA Y SU APORTE ACTUAL AL TURISMO DE LA PARROQUIA SHELL, DEL CANTÓN MERA DE LA PROVINCIA DE PASTAZA.”

##### **6.1.2. INSTITUCIÓN EJECUTORA**

Brigada de Selva 17 Pastaza.

##### **6.1.3. BENEFICIARIOS**

**Directos:** personal militar encargado de la administración y guianza del Descanso Iwia.

**Indirectos:** pobladores de la Parroquia Shell.

##### **6.1.4. UBICACIÓN**

Complejo Recreacional Militar Descanso Iwia, Parroquia Shell, Cantón Mera, Provincia de Pastaza.

### 6.1.5. TIEMPO ESTIMADO PARA LA EJECUCIÓN

Diez horas, distribuidas en dos horas diarias por cinco días laborales.

### 6.1.6. EQUIPO TÉCNICO

- ❖ Sgto. Edwin Aguinda, Encargado del Complejo Recreacional Militar Descanso Iwia.
- ❖ Srta. Marjorie Leonor Castro Llerena, Capacitadora.

### 6.1.7. COSTO

La ejecución del presente plan de capacitación tiene un costo aproximado de 313.50 USD, el cual es desglosado en una tabla de costos detallada a continuación:

<i><b>COSTOS</b></i>			
<b>Recurso</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Total</b>
<b>Honorarios capacitadora</b>	150,00	1	150,00
<b>Módulos</b>	3,50	13	45,50
<b>Material didáctico</b>	1,00	13	13,00
<b>Refrigerios (x 5 días)</b>	7,50	14	105,00
		<b>TOTAL</b>	<b>313,50</b>

Cuadro No. 19 Tabla de Costos

Elaborado por: CASTRO, Leonor (2013).



## **6.2. ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA**

En el año 1982, con el fin de aprovechar los conocimientos ancestrales, las habilidades y destrezas propias de las nacionalidades amazónicas, el Crnl. Gonzalo Barragán, tuvo la visión de crear la Escuela de Iwias, una subdivisión de las fuerzas militares especializadas en formar, perfeccionar y especializar a todo el personal militar que con sus propias capacidades y habilidades étnicas cumplan misiones especiales en selva; así como lo hicieron en el año de 1995, cuando los valerosos soldados IWIAS salieron triunfantes en el Alto Cenepa.

Es así como se crea el Descanso Iwia, un lugar ubicado a orillas del imponente Río Pastaza, el cual, inicialmente estaba destinado específicamente al entrenamiento especializado de los soldados Iwias, posteriormente fueron modificadas algunas áreas que se destinarían a recreación y descanso de los miembros de la Brigada de Selva No. 17 Pastaza y demás miembros de las Fuerzas Armadas del Ecuador que se encontrasen de visita en la Parroquia, además de construir un zoológico que garantice el bienestar de especies nativas que hayan sufrido los perjuicios de la caza indiscriminada, muy frecuente en el sector.

Varios años pasaron, siendo éste un lugar exclusivo de uso militar, ya sea con fines de entrenamiento o relax, hasta que el 28 de febrero del año 2010, en compañía de la entonces ministra de turismo, Verónica Sión de Josse, se oficializó la apertura de este lugar a la población civil, con el fin de impulsar la actividad turística de la parroquia Shell y de permitir que el disfrute de este lugar no esté limitada a los miembros de las fuerzas militares.

Actualmente se encuentra dividido en dos zonas: la primera que aún se encuentra destinada exclusivamente al entrenamiento militar Iwia, y la otra que está dirigida específicamente al turismo.

La zona turística está dirigida por el Sgto. Edwin Aguinda, quien tiene a su cargo seis oficiales voluntarios, cinco Sargentos Segundos y un Cabo Primero, quienes prestan sus servicios militares por aproximadamente dos años que es el tiempo que suele durar su estadía en la Brigada hasta recibir el pase a otro lugar del país, y también a seis conscriptos designados por sus superiores quienes entregan la posta a otros seis compañeros cada tres meses.

En base a la investigación realizada, las personas que visitan el lugar se sienten satisfechas con los servicios y atención brindada, aunque consideran que las personas a cargo deben ampliar sus conocimientos con respecto a trabajar con turistas. Esto es de vital importancia para un lugar que es joven en cuanto a explotación turística se refiere, ya que para lograr el crecimiento de un lugar turístico poco conocido y que además se encuentra en una zona alejada de la población civil, es necesario brindar atención técnica y de calidad, para así propagar la buena nueva de un lugar poco común, donde no se llega solo a alejarse del movimiento acelerado de la ciudad, sino que también se puede disfrutar de las maravillas que brinda la madre naturaleza, aprender sobre el conocimiento ancestral amazónico y educarse sobre lo que es la vida militar Iwia.

### **6.3. JUSTIFICACIÓN**

El Descanso Iwia es un área militar turística con muy alto potencial, en este lugar se puede conocer el servicio que las Fuerzas Militares del Ecuador brindan para la protección de la naturaleza, muestran la afinidad y respeto que sienten hacia ella.

Cada rincón de este lugar da a conocer al visitante el gran esfuerzo que se ha realizado por adentrarse en la espesa selva evitando en lo posible destruirla. Ellos tienen muy claro el sentir ecológico y de amor a la naturaleza que debería tener cualquier persona que dedique su vida a actividades relacionadas con el turismo, pero también es necesario que lo relacionen con conocimientos técnicos turísticos, para así lograr hacer más placentera la estadía de sus visitantes.

Es por ello que en el presente trabajo investigativo, se establecen parámetros que, de ser seguidos a pie cabal, pueden lograr el mejoramiento del trato al turista y de satisfacer sus necesidades de distracción y búsqueda de conocimiento en su totalidad; los cuales han sido redactados en base a las necesidades descubiertas en el proceso y que garantizan bienestar tanto en los visitantes como en los anfitriones.

### **6.4. OBJETIVOS**

#### **6.4.1. GENERAL**

Crear un Plan de Capacitación dirigida al personal militar voluntario encargado de la administración y guianza del Descanso Iwia sobre conceptos básicos de turismo, atención al turista y técnicas básicas de guianza.

#### **6.4.2. ESPECÍFICOS:**

**6.4.2.1.** Capacitar al personal que labora en el Descanso Iwia para mejorar el manejo del lugar y proveer mejor trato a los turistas que lo visitan.

**6.4.2.2.** Concienciar sobre la importancia del turismo y los ingresos que este proporciona a la población de la parroquia Shell.

**6.4.2.3.** Promover la integración, solidaridad y compañerismo entre el personal para lograr la realización de las actividades de mantenimiento con mayor ánimo, eficiencia, eficacia y efectividad.

## **6.5. ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD**

La propuesta de realizar una capacitación al personal militar que labora en el Compejo Recreacional Militar Descanso Iwia cuenta con el apoyo del Cnel. Iván Moreno, Comandante de la Brigada de Selva No. 17 Pastaza y del Sgto. Edwin Aguinda, oficial encargado del Descanso Iwia, ya que concuerdan que esta actividad puede mejorar el manejo de este lugar y lograr su objetivo principal el cual es compartir con la población civil el amor por la naturaleza y los conocimientos ancestrales de las etnias amazónicas, añadiéndole a este diversión, distracción y, sobre todo, descanso, como bien lo dice su nombre.

En base a estos antecedentes se puede decir que la presente propuesta es operativamente factible.

## 6.6. FUNDAMENTACIÓN

# MÓDULO DEL PLAN DE CAPACITACIÓN

**SOBRE**

♣ **TURISMO**

♣ **ATENCIÓN AL TURISTA**

♣ **TÉCNICAS BÁSICAS DE GUIANZA**

**DIRIGIDO AL**

**PERSONAL MILITAR VOLUNTARIO ENCARGADO DE  
LA ADMINISTRACIÓN Y GUIANZA DEL COMPLEJO  
MILITAR RECREACIONAL MILITAR "DESCANSO IWIA".**

Marjorie Leonor Castro Llerena

**CAPACITADORA**

**SHELL, OCTUBRE 2013**



## ¿QUÉ ES UN PLAN DE CAPACITACIÓN?



Un plan de capacitación es la traducción de las expectativas y necesidades de una organización para y en determinado periodo de tiempo. Éste corresponde a las expectativas que se quieren satisfacer, efectivamente, en un determinado plazo, por lo cual está vinculado al recurso humano, al recurso físico o material disponible, y a las disponibilidades de la empresa.

El plan de capacitación es una acción planificada cuyo propósito general es preparar e integrar al recurso humano en el proceso productivo, mediante la entrega de conocimientos, desarrollo de habilidades y actitudes necesarias para el mejor desempeño en el trabajo. La capacitación en la empresa debe brindarse en la medida necesaria haciendo énfasis en los aspectos específicos y necesarios para que el empleado pueda desempeñarse eficazmente en su puesto.

El plan de capacitación conlleva al mejoramiento continuo de las actividades laborales. Esto con el objeto de implementar formas óptimas de trabajo. En este sentido, el plan va dirigido al perfeccionamiento técnico y teórico del empleado y el trabajador; para que el desempeño sea más eficiente en funciones de los objetivos de la empresa. Se busca producir resultados laborales de calidad, de excelencia en el servicio; por otra parte, preveer y solucionar problemas potenciales dentro de la organización.

A través del plan de capacitación, el nivel del empleado se adecua a los conocimientos, habilidades y actitudes que son requeridos para un puesto de trabajo.



## CONCEPTUALIZACIÓN BÁSICA DE TURISMO

Según la Organización Mundial del Turismo de las Naciones Unidas, el turismo comprende las actividades que lo hacen las personas (turistas) durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período consecutivo inferior a un año y mayor a un día, con fines de ocio, por negocios o por otros motivos .



El turismo son todos aquellos viajes que realizamos por el placer mismo de viajar. Se entiende como aquella actividad, que implica viajar, hospedarse o pernoctar, por un tiempo determinado, en un lugar geográfico no habitual al que uno habita.

Por ende, realizar turismo, es viajar fuera de la ciudad o del lugar en que vivimos, en busca de descanso, entretención o nuevas experiencias.

El mismo se realiza, tanto dentro del país de uno, como en el extranjero. Muchas naciones prácticamente viven del turismo. Esto se debe, a diversas razones; y no sólo económicas, sino además por las características de los lugares, la atención, la situación hotelera y la hermosura del lugar.

Hoy el turismo es una de las principales industrias a nivel global. Puede diferenciarse entre turismo de masas (un grupo de personas agrupado por un operador turístico) y turismo individual (viajeros que deciden sus actividades e itinerarios sin intervención de operadores).

Por otra parte, existen casi tantos tipos de turismo como intereses humanos. Así, podemos mencionar al turismo cultural (gente que se desplaza para conocer hitos artísticos o históricos), turismo gastronómico (para disfrutar de la comida tradicional de un determinado sitio), turismo ecológico (que se basa en el contacto no invasivo con la naturaleza), turismo de aventura (para practicar deportes de riesgo), turismo religioso (ligado a acontecimientos de carácter religioso).

## TIPOS DE TURISMO

### ❖ Turismo Cultural



El turismo cultural está considerado parte del grupo de turismo alternativo. El turismo cultural es cuando los turistas se concentran en la cultura de los lugares adonde van, por ejemplo: ver museos o ver cosas construidas muchos años antes, como las pirámides.

El Turismo Cultural juega un papel muy importante para dar a conocer, preservar y disfrutar el patrimonio cultural y turístico de nuestro país. Los efectos que genera el tratamiento adecuado del turismo cultural, desde una perspectiva de mercados, trae como consecuencia, la satisfacción del cliente, la conservación del patrimonio de uso turístico y el desarrollo



económico y social de las comunidades a partir de la generación de nuevos empleos.

Características: Este tipo de turismo realiza cortas estancias con una duración de destino entre 3 ó 4 días Es muy flexible ya que suele combinar la cultura con otras motivaciones con lo que supone un fácil manejo de la demanda siempre que le ofrezca lo que busca. Los lugares de destino principalmente de este turismo son los núcleos receptores históricos.

#### ❖ Turismo Gastronómico



El turismo gastronómico es una forma de hacer turismo en la que la gastronomía del país visitado es parte de la actividad preponderante durante su visita. El turismo Gastronómico es una nueva opción de aventura, no solo

dirigido a personas que gusten del arte del buen comer, como chefs o gourmets, más bien está enfocado a todo tipo de gente dispuesta a experimentar una nueva aventura culinaria. Las actividades del turismo gastronómico no se centran sólo en la asistencia a restaurantes donde se sirvan platos, sino que abarca aspectos como la visita de mercados, tiendas de venta de productos alimenticios locales, visita a casas de los lugareños, participación en fiestas locales, etc. Uno de los objetivos de este turismo no sólo es el de visitar, sino el de ser sorprendido con nuevos sabores y/o preparaciones culinarias.

En el marco del destino la gastronomía destaca por su importancia, pues forma parte de la cultura que lo define; sin su gastronomía, el destino queda incompleto como producto turístico, asimismo, las tendencias actuales del turismo buscan tener una relación más directa con las comunidades que se visitan y vivir sus costumbres, en este tenor, la gastronomía es un factor determinante.

Indudablemente, al hacer un viaje uno de los factores que más se recordará será la buena o la mala comida; aun cuando se hayan visto y disfrutado paisajes espectaculares o impresionantes monumentos, el lugar va a ser permanentemente recordado por lo que se comió, incluyendo no sólo la calidad de los alimentos y bebidas, sino también la higiene, el servicio y el ambiente, todo lo que hace grata e inolvidable la experiencia de viajar. Esa es la importancia de la gastronomía en el ámbito turístico.

En la actualidad, existen muchos tipos y modalidades de turismo de acuerdo con el interés particular del viajero, es decir, del propósito u objetivo que motiva el viaje; en este sentido, encontramos que hay quienes visitan un destino en particular sólo para conocer y experimentar determinados tipos de comidas y bebidas particulares de la región, para conocer las especialidades gastronómicas que se preparan con motivos o en fechas específicas que coinciden con fiestas cívicas o culturales de importancia local y/o nacional ó porque son de temporada, para conocer sus ingredientes e incluso para aprender a prepararlos, es decir, para descubrir nuevas sensaciones y experiencias culinarias, a eso es a lo que llamamos Turismo Gastronómico.

## ❖ Turismo Religioso



El Turismo Religioso, a diferencia de todos los demás segmentos del mercado turístico, tiene como motivación fundamental la fe. En la actualidad las ciudades santas que históricamente han sido objeto de peregrinaje -como por ejemplo Jerusalén, La Meca o Roma- siguen siendo importantes puntos de referencia del sector.

El sector del turismo religioso está implantado con fuerza en Europa -donde se calcula que más de quince millones de personas realizan algún tipo de turismo religioso- y Latinoamérica, por lo que varias agencias turísticas se han especializado en este sector.

El tipo de viajes de este sector suele corresponder a estancias cortas, de tres o cuatro días, generalmente coincidentes con fines de semana o puentes. Hay varias posturas respecto a que se incluye dentro de este tipo de turismo, pero en general puede considerarse que abarcar tanto la visita a santuarios o lugares sagrados como a las peregrinaciones, además, visitas a tumbas de santos, asistencia y participación en celebraciones religiosas. Un poco más discutidas son las canonizaciones, visitas a líderes religiosos, congresos eucarísticos, años santos, etc.

## ❖ Turismo Comunitario



El turismo comunitario se caracteriza en que una porción considerable del control y los beneficios están en manos de miembros de comunidades locales. El Turismo Comunitario surge como una alternativa económica de las comunidades rurales, campesinas,

indígenas, "mestizas" o afro descendientes propias de un país, para generar ingresos complementarios a las actividades económicas diarias y defender y revalorizar los recursos culturales y naturales locales.

Se lo considera una tipología turística que pertenece a la modalidad de Turismo Vivencial y a la corriente de Turismo Alternativo. Se caracteriza por la autenticidad de las actividades turísticas, posibilitando al turista compartir y descubrir a profundidad las tradiciones, costumbres y hábitos de una etnia o pueblo determinado.

Se diferencia del Turismo rural y del Enoturismo en el sentido de que parte de las utilidades generadas por las actividades turísticas, se reinvierten en planes y programas comunitarios.

Este es un concepto totalmente diferente y novedoso de hacer turismo. Pequeñas comunidades comparten sus hogares con los turistas y permiten conocer a fondo sus costumbres, su diario vivir y sus conocimientos ancestrales.

Algunas comunidades se han dado cuenta que con el turismo pueden generar mayores recursos y han abierto sus puertas para mostrar los atractivos de sus pueblos y de sus regiones desde una perspectiva única.

Esta forma de turismo permite tener más contacto con la gente, conocer las costumbres y el modo de vida de culturas centenarias desde adentro. Son los propios pobladores los que se convierten en guías y el dinero generado con este turismo se reinvierte en proyectos para la comunidad.

La idea del turismo comunitario es que el turista pueda experimentar como se vive dentro de una comunidad. Que esté en contacto directo con los miembros de las comunidades, que los acompañe en sus actividades diarias o que aprenda costumbres de ellos.

#### ❖ Turismo de Aventura



El turismo de aventura es un tipo de turismo que implica la exploración o el viaje a áreas remotas, donde el viajero puede esperar lo inesperado. El turismo de aventura está aumentando rápidamente su popularidad ya que los turistas buscan vacaciones inusuales, diferentes de las típicas vacaciones en la playa.

Este tipo de turismo también se relaciona directamente con el deporte de aventura o riesgo, donde la gente tiene por objetivo pasar momentos de adrenalina a costo de un porcentaje de riesgo.

El turismo de aventura tiene como objetivo principal el fomento de las actividades de aventura en la naturaleza. Es el hecho de visitar o alojarse en zonas donde se pueden desarrollar los llamados deportes de aventura o turismo activo.

La diferencia de turismo de aventura y deportes de aventura, estaría en que en la segunda actividad hace falta una preparación mínima y un equipo apropiado, como lo es practicar rappel, escalada, carreras de aventura o montañismo.

También el turismo de aventura puede clasificarse según su dificultad: baja, moderada o alta.

En los viajes de turismo de aventura se encuentra implícito el conocer lugares, su gente y su cultura de manera activa y participativa.

Algunas formas de turismo de aventura:

- Cicloturismo,
- Turismo Rural,
- Senderismo,
- Trekking,
- Cabalgatas.

## ❖ Turismo Ecológico



El Turismo ecológico o ecoturismo es una nueva tendencia del Turismo Alternativo diferente al Turismo tradicional. Es un enfoque para las actividades turísticas en el cual se privilegia la sustentabilidad, la preservación, la

apreciación del medio (tanto natural como cultural) que acoge y sensibiliza a los viajeros. Aunque existen diferentes interpretaciones, por lo general el turismo ecológico se promueve como un turismo "ético", en el cual también se presume como primordial el bienestar de las poblaciones locales, y tal presunción se refleja en la estructura y funcionamiento de las empresas/grupos/cooperativas que se dedican a ofrecer tal servicio.

Debido a su auge, el ecoturismo ya se convirtió en el segmento de más rápido crecimiento y el sector más dinámico del mercado turístico a escala mundial. Este movimiento apareció a finales de la década de 1980, y ya ha logrado atraer el suficiente interés a nivel internacional, al punto que la ONU dedicó el año 2002 al turismo ecológico.

El genuino ecoturismo debe seguir los siguientes siete principios, tanto para quienes operan los servicios como para quienes participan:

1. Minimizar los impactos negativos, para el ambiente y para la comunidad, que genera la actividad;

2. Construir respeto y conciencia ambiental y cultural;
3. Proporcionar experiencias positivas tanto para los visitantes como para los anfitriones;
4. Proporcionar beneficios financieros directos para la conservación;
5. Proporcionar beneficios financieros y fortalecer la participación en la toma de decisiones de la comunidad local;
6. Crear sensibilidad hacia el clima político, ambiental y social de los países anfitriones;
7. Apoyar los derechos humanos universales y las leyes laborales.

## "OPORTUNIDADES A APROVECHAR



### *Entorno general*

- Buenas perspectivas económicas en los principales mercados emisores.
- Persistencia de conflictos y epidemias en regiones potencialmente competidoras: Oriente Medio, Asia y África.

### *Entorno de mercado*

- Buenas perspectivas de crecimiento en los mercados internacionales.
- Interés de los operadores por nuevos destinos y productos turísticos.
- Tendencia creciente de los segmentos de naturaleza, cultura y aventura.
- Mercado norteamericano en recuperación para destinos fuera de su territorio.



- Recuperación mundial del turismo de reuniones, congresos e incentivos.
- Fuerte crecimiento actual de la demanda turística hacia América del Sur.
- Crecimiento sostenido de los viajes de latinoamericanos dentro de su región.

## AMENAZAS A CONTRARRESTAR



### *Entorno general*

- Conflicto colombiano influye en la percepción de inseguridad en Ecuador
- Manejo por los medios que sobredimensionan los hechos negativos.
- Imagen de inestabilidad política en el país durante la última década

### *Entorno de mercado*

- Importante desarrollo de la promoción turística internacional del Perú, especialmente hacia Estados Unidos y Europa.
- Importante promoción de Costa Rica por productos e imagen del país, con importante cooperación del sector privado.
- Captación de importantes flujos de turistas ecuatorianos por Colombia.
- Importante alza de la promoción colombiana con el apoyo de PROEXPORT.
- Impulso de la promoción de Venezuela y apertura oficinas en el exterior.
- Futuro lanzamiento turístico internacional de la Amazonía por Brasil.

- Precios más baratos en países vecinos en cuanto a productos y servicios.<sup>13</sup>

## ATENCIÓN AL TURISTA



“El sector de servicios, como es el caso del guiado turístico, es en el presente una de las principales fuentes de actividad económica a nivel mundial y uno de los principales motores de la economía. Esta situación viene marcando un aumento de la competencia, acompañada de una mayor vigencia por parte de un turista cada vez más informado.

Es por lo tanto fundamental, considerar que una serie de rasgos y cualidades específicas como la amabilidad y el trato cordial, el cuidado de nuestra imagen, la atención y la memoria, la discreción y el respeto, la disponibilidad, la diligencia y sobre todo la empatía, son las que distinguen a un profesional en el trato con el turista.




---

<sup>13</sup>Diseño Del Plan Estratégico De Desarrollo De Turismo Sostenible Para Ecuador, PLANDETUR 2020, Septiembre del 2007.

## EL PERFIL DEL TURISTA DE HOY



- ❖ Además de un buen servicio y precios adecuados, exige que el dinero que va a invertir sea producto de una cuota de placer determinada en los sentidos.
- ❖ No se conforma solamente con hacer una buena compra, sino que demanda del producto o servicio una serie de características determinadas que tengan que ver con su satisfacción por la adquisición. Este fenómeno se da independientemente del precio que va a pagar o la cantidad que va a llevar.
- ❖ Es un cliente con más alternativas para escoger entre un mercado de apertura que lo hace más exigente, tanto en el servicio como en la calidad del producto.
- ❖ Espera que se le muestre que lo más importante es él. Se dice que los primeros 30 segundos son básicos para causar una buena impresión y eso significa mirarlo a la cara, saludarlo amablemente, sonreírle y demostrarle que él es muy importante y que va a ser atendido de la mejor forma posible.

- ❖ Le gusta que lo atiendan bien. Para esto es necesario que el personal esté bien informado de los productos y/o servicios que ofrecen, que tengan información a mano y que se interesen por resolver una dificultad o dar una respuesta con entusiasmo.
- ❖ No le importa que no se le dé exactamente lo que quiere, si se encuentra con una persona dispuesta a escucharlo y a proponerle otras alternativas.
- ❖ Espera que lo atiendan como si fuera el único cliente, si las personas se propusieran atender a cada cliente como si fuera el único, comenzarían a encontrar gran satisfacción en su trabajo y por supuesto, asegurarían en un alto porcentaje del éxito de nuestra gestión.

La calidad y la excelencia en la atención y el servicio al cliente no sólo se alcanzan logrando las expectativas de nuestros clientes, sino también con el esfuerzo continuo por realizar bien nuestro trabajo, poniendo en práctica todos nuestros conocimientos en base a criterios y aptitudes al momento de nuestro desempeño y tomando en cuenta los diferentes aspectos que involucran al turista, como: motivo de viaje (ocio o negocio), procedencia, interés, tiempo de estadía, gasto efectuado, ect. ; y la información particular que tengamos de cada uno de nuestros pasajeros como puede ser: profesión, edades, fecha de cumpleaños, restricciones alimenticias, enfermedades pre-existentes, alergias, y cualquier otra información de ayuda que nos dé las pautas para una operación con excelencia y calidad total.

## TIPOS DE TURISTAS

- **Alegre y afectivo**



Tiene sentido del humor, es comprensivo. A este tipo de turistas hay que corresponderles y mostrarnos comunicativos.

- **Enérgico y práctico**



Es exigente, conocedor y caprichoso. Hay que escucharlos con atención y firmeza y demostrar que conocemos de lo que hablamos.

- **Tímido e introvertido**



No se queja, no da opción al error y si se produce, no vuelve. Hay que ser atentos pero discretos.

- **Charlatán,**



Tiene tendencia a monopolizar nuestro tiempo. No hay que ser descortés, más bien desviar su atención.

- **Paternalista**



Se muestra como gran conocedor e intenta dar lecciones en tono paternal. No hay que contrariarlo, más bien agradecerle su intención.

- **Acosador**



Sus comentarios suelen ser abiertamente intimidantes. No hay que prolongar su conversación, ni perder la compostura, más bien conservar el sentido del humor.

- **Protestón**



No le va bien las cosas en determinados aspectos de su vida; aquí encuentra una vía para dar salida a sus frustraciones. Hay que procurar que no trascienda a otros clientes. Si grita, nunca ponernos a su altura, más bien, ofrecemos a solucionar sus problemas en la medida de los posible.

- **Torpe o despistado**



Desconocen cosas que para la mayoría son cuestiones normales. Hay que ofrecerle ayuda de forma normal y discreta, como si no existiera el problema, como si no tuviera trascendencia.

- **Indeciso**



No sabe exactamente lo que quiere, ni lo que busca y podríamos estar atendiéndole todo el día sin que llegue a tomar una decisión. Ofrecerle de forma rápida un número pequeño de opciones y que sea él quien decida.

- **Sabelotodo**



Es prepotente y antipático. Intenta dar lecciones poniendo en tela de juicio nuestra profesionalidad. Queda satisfecho cuando denota que nos ha enseñado algo. Hay que mostrarse receptivo y agradecido, pero también dejar en claro nuestra profesionalidad.

- **Apurado**



Siempre está de prisa. No cae en la cuenta de que hay otras personas, ni que todo lleva su tiempo. Hay que hacerle creer que tenemos el compromiso de atenderlo lo antes posible y tratar de ajustar el tiempo de espera a lo mínimo.

- **Inspector**



Realiza comentarios generalmente negativos, después de analizar todo. Hay que entenderlo y hacerle ver las cosas que están bien. Piense que se trata de una crítica constructiva.<sup>14</sup>

## TÉCNICAS DE GUIANZA

### "EL GUÍA DE TURISMO

Es la persona encargada de hacer el guiado y la conducción de la visita turística, brindando la información necesaria y requerida por el pasajero, así como de coordinar, receptor, asistir, conducir, informar y asesorar al turista en los casos que se requieran.



Los guías de turismo son los responsables de enseñar e interpretar la cultura de un país y de mostrar las riquezas culturales y naturales del mismo. Transmiten el amor y respeto hacia el patrimonio y crean consciencia nacional en sus habitantes.

---

<sup>14</sup>MÓDULO "TÉCNICAS DE GUIAR", Ing. Marco Antonio Toledo Villacís, Febrero del 2009.

Según la Federación Mundial de Asociaciones de Guías Turísticos (WFTGA), en su Convención de Dunblane, Scotland en el año 2003, resume al Guía Turístico como: **“Una persona quien guía o lidera en el idioma elegible de los visitantes e interpreta la cultura y herencia natural de un lugar, las cuales normalmente poseen en un área específica, usualmente emitida y/o reconocida por la autoridad competente.”**

### PERFIL DEL GUÍA



Posiblemente no existe una personalidad que se podría catalogar como perfecta, cuando de guías de turismo se habla. Algunos han tenido éxito gracias a su personalidad extrovertida. Otros, más bien introvertidos, han conquistado a su público por su discreción y su manera relajada de conducir los grupos.<sup>15</sup>

Existen varias características que deben ser primordiales en la personalidad del guía a la hora de realizar su labor, entre ellas, a continuación las más importantes:

- **Excelentes hábitos de aseo e higiene**, es su carta de presentación ante el turista, una persona desaseada causa mala impresión, desmotiva al turista y provoca poco interés y nulo respeto.



---

<sup>15</sup>MÓDULO “TÉCNICAS DE GUIAR”, Ing. Marco Antonio Toledo Villacís, Febrero del 2009.



- **Amplio conocimiento**, un guía de turismo debe estar empapado en conocimiento sobre el lugar donde realiza su trabajo, además de poder manejar fácilmente temas que pudieran derivarse de éste;



por ejemplo: si se guía en un sendero ecológico, no sólo tiene que estar al tanto de los atractivos que en éste se encuentran, sino que también deberá conocer asuntos básicos de botánica y zoología, conjuntamente a esto, saber manipular adecuadamente tópicos de cultura e interés general. Es importante recalcar que un guía turístico, sin importar las circunstancias, debe evitar involucrarse en conversaciones relacionadas con política, religión y deporte, ya que al adentrarse en estos temas puede provocar polémica y malestar entre sus guiados.

- **Facilidad de palabra**, un guía debe saber cómo expresar cada una de sus ideas a la hora de guiar. Tener un amplio vocabulario es importantísimo, ya que muchas de las veces no



es suficiente tener conocimiento si no se sabe cómo interpretarlo y transmitirlo en todas las formas posibles; es necesario saber que no todos nuestros clientes tendrán el mismo nivel educativo e intelectual, por lo que las explicaciones y guías algunas veces necesitarán niveles básicos de explicación y en otras ocasiones éstas tendrán que ser un poco más amplias y técnicas.

- **Puntualidad**, el turista jamás debe ser quien espera al guía, ya que éste siempre debe estar puntual y, de ser posible, mucho antes de la hora prevista con su grupo, ya que esto demuestra su nivel de seriedad y respeto por el tiempo del cliente.



- **Responsabilidad**, el bienestar del grupo turístico está casi en su totalidad en las manos del guía turístico, este debe ser capaz de manejar con responsabilidad todas las actividades previstas, cuidar por la seguridad de sus guiados y no exponerlos a situaciones riesgosas.



- **Cordialidad**, independientemente de ser hombre o mujer, la caballerosidad debe estar presente en el guía a cada momento, dirigirse con amabilidad al resto de personas y ser tolerante en situaciones difíciles o incómodas.



- **Liderazgo**, conducir a un grupo de personas no es cosa fácil, debe saber cómo establecer su autoridad, sin necesidad de caer en la antipatía. Recuerde: no es necesario mostrar mala cara para dar a conocer su autoridad. Gánese el respeto de los miembros de su grupo por medio de palabras sutiles, pero seguras; demuéstreles que cada una de las reglas que se establecen dentro de la guianza, las cuales deben ser expuestas y esclarecidas desde el inicio, son por el bienestar y seguridad de todos.



- **Honestidad**, al igual que en todas las actividades, es necesario demostrar integridad y ética profesional al momento de trabajar con un grupo de personas que, independientemente de que le sea o no familiar, se llevará un buen o mal concepto de su guía en base a sus acciones; no olvide de que al ser una persona que desconoce el lugar y el entorno a visitar, siempre depositará toda su confianza en usted.



- **Buena condición física**, independientemente del área donde se vaya a guiar, la persona encargada debe tener la capacidad física de moverse con agilidad, mucho más cuando se trata de rutas que constan de varias horas de caminata y mucho esfuerzo físico.



- **Conocimiento de primeros auxilios**, los accidentes en las guías son totalmente impredecibles y la persona que está a cargo del grupo debe estar presto para atender estas emergencias con eficiencia y prontitud, ya que de esto puede depender la vida de alguno de los del grupo.



- **Positividad y creatividad**, para manejar todo tipo de situaciones con tranquilidad y dinamismo, para no tornar aburridas las actividades y que el recorrido sea de total goce de los turistas.



- **Gusto por la actividad que realiza**, debe demostrar a los miembros del grupo que siente amor y pasión por la actividad que realizar, por estar en ese lugar y por compartir ese momento con ellos; mostrar interés genuino por su trabajo.



Estas características se refieren en términos generales a cómo debe actuar el guía ante sus clientes, ya que a esto se le debe añadir el toque único y personalizado que cada guía maneja para realizar su trabajo, lo cual provee el denominado "Valor Agregado" a la actividad que realiza.

## 6.7. METODOLOGÍA – MODELO OPERATIVO

ETAPAS DEL PROYECTO	OBJETIVOS	RESPONSABLES	PRESUPUESTO	TIEMPO
<b>Socializar</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Dar a conocer al Cnel. Iván Moreno, Comandante de la Brigada de Selva 17 Pastaza y al Sgto. Edwin Aguinda, encargado del Descanso Iwia, una explicación detallada sobre el presupuesto y las actividades que se realizarán en el curso de capacitación al personal que labora en el Descanso Iwia.</li> <li>2. Establecer y finiquitar detalles menores sobre la fecha, horario y espacio donde se realizará a capacitación, además del número exacto de personas que participarán.</li> </ol>	<p>Cnel. Iván Moreno. Sgto. Edwin Aguinda. Srta. Leonor Castro.</p>	---	2 HORAS
<b>Planificar</b>	Elaboración del material de trabajo: impresión de módulos, compra de material de escritorio y preparación de material para la realización de dinámicas.	Srta. Leonor Castro.	313.50 USD	3 HORAS

<b>Ejecutar</b>	Poner en marcha el plan de capacitación al personal militar que trabaja en el área del Descanso Iwia.	Sgto. Edwin Aguinda. Srta. Leonor Castro.	---	10 HORAS
<b>Evaluar</b>	Exponer y poner en práctica los conocimientos adquiridos en la capacitación ante las máximas autoridades de la Brigada, encabezado por el Cnel. Iván Moreno, Comandante de la Brigada de Selva 17 Pastaza.	Cnel. Iván Moreno Sgto. Edwin Aguinda. Srta. Leonor Castro.	---	2 HORAS

**Cuadro No. 20 Modelo Operativo**

**Elaborado por:** CASTRO, Leonor (2013).

## 6.8. ADMINISTRACIÓN

Actividades	Fecha	Recursos	Responsables	Tiempo
<b>Desarrollo Temática 1: Concepto de turismo y tipos de turismo.</b>	14/octubre/2013	Equipo audio-visual. Módulo de capacitación. Libreta de apuntes. Esferos/lápices. Sillas y mesas.	Sgto. Aguinda. Srta. Castro.	2 HORAS
<b>Desarrollo Temática 2: Aspectos positivos y negativos del turismo</b>	15/octubre/2013	Equipo audio-visual. Módulo de capacitación. Libreta de apuntes. Esferos/lápices. Sillas y mesas.	Sgto. Aguinda. Srta. Castro.	2 HORAS
<b>Desarrollo Temática 3: Atención al Cliente</b>	16/octubre/2013	Equipo audio-visual. Módulo de capacitación. Libreta de apuntes. Esferos/lápices. Sillas y mesas.	Sgto. Aguinda. Srta. Castro.	2 HORAS

<b>Desarrollo Temática 4: Técnicas básicas de guianza.</b>	17/octubre/2013	Equipo audio-visual. Módulo de capacitación. Libreta de apuntes. Esferos/lápices. Sillas y mesas.	Sgto. Aguinda. Srta. Castro.	2 HORAS
<b>Evaluación</b>	18/octubre/2013	Hojas de evaluación. Esferos/lápices. Sillas y mesas.	Sgto. Aguinda. Srta. Castro.	2 HORAS

**Cuadro No. 21 Administración**

**Elaborado por:** CASTRO, Leonor (2013).



## 6.9. PREVISIÓN DE LA EVALUACIÓN

El monitoreo, seguimiento y evaluación es indispensable para saber si la ejecución de la propuesta ha logrado que se obtengan los resultados esperados. Una buena demostración ante las autoridades será el mejor indicador para que permita a los implicados tomar decisiones determinantes sobre futuras actividades para el desarrollo de este lugar. Para realizar el análisis de dichos indicadores, se realizará una evaluación tomando en cuenta parámetros que establece la siguiente matriz:

PREGUNTAS	PLAN DE EVALUACIÓN
1. ¿Qué evaluar?	A las 13 personas que laboran en el Descanso Iwia, quienes fueron capacitados.
2. ¿Por qué evaluar?	Porque la ejecución de este plan de capacitación representa ser inversión tanto económica como de tiempo para la Brigada de Selva No. 17 Pastaza.
3. ¿Para qué evaluar?	Para verificar que los participantes hayan captado correctamente todos los conocimientos impartidos y puedan ponerlos en práctica.
4. ¿Quién evalúa?	Cnel. Iván Moreno, Comandante de Brigada. Sgto. Edwin Aguinda, encargado del Descanso Iwia. Srta. Leonor Castro, Capacitadora.
5. ¿Cuándo evaluar?	Finalizado el curso de capacitación
6. ¿Cómo evaluar?	De manera práctica, por medio de la simulación de una guianza.
7. ¿Cuáles son las fuentes de información?	El personal capacitado, por medio del desenvolvimiento que demuestren al realizar la guianza y al exponer sus nuevos conocimientos.

Cuadro No. 22 Previsión de Evaluación

Elaborado por: CASTRO, Leonor (2013).

## BIBLIOGRAFÍA

1. MEDINA, Norman. (2004). Turismo de la naturaleza en Cuba, NOMOS SA.
2. DEVIS, José. (2000). Actividad física, salud y medio natural. Madrid, INDE.
3. GOMEZ, Mery del Socorro. (2008). Recreación: Factor del Desarrollo Integral del Ser Humano.  
Enlace:<http://www.redcreacion.org/documentos/congreso5/Recreavalle.htm>
4. PASTAZA.COM (2010). Información Turística y Guía de Viajes.  
Enlace:<http://www.pastaza.com/>
5. DUMAZEDIER, Joffre. Lazere cultura popular. São Paulo: Perspectiva, 1976.
6. ACERENZA, Miguel Ángel. Administración del turismo. Vol. 1: conceptualización y organización. México, DF.: Editorial Trillas, 1995.
7. MINISTERIO DE AMBIENTE (2004). Reglamento General a la Ley de Turismo. Enlace:<http://simce.ambiente.gob.ec/documentos/decreto-ejecutivo-no-1186-reglamento-general-ley-t>
8. LALAMA, Guido. (2011). Turismo de negocios: una tendencia que crece en Ecuador  
Enlace:[http://www.ecuadortrends.com/index.php?option=com\\_content&view=category&layout=blog&id=30&Itemid=49](http://www.ecuadortrends.com/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=30&Itemid=49)
9. DIRECTORIO DE LA PROVINCIA DE PAZTAZA ECUADOR. (2012). Puyo Pastaza.  
Enlace:<http://www.guiaempresarial.org/america/ecuador/directorio/pastaza/index.htm>
10. MORENO, Elizabet. (2007). El Turismo en Ecuador. Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Quito.  
Enlace:[http://www.icex.es/FicherosEstaticos/auto/0806/turismo\\_24335\\_.pdf](http://www.icex.es/FicherosEstaticos/auto/0806/turismo_24335_.pdf)
11. ACERANZA, Miguel Ángel, administración del turismo, conceptualización y organización, editorial trillas mexico, 1991

12. DEFIINICIÓN.DE. (2013). Definición de Mercado Turístico.  
Enlace:<http://definicion.de/mercado-turistico/>
13. WIKIPEDIA. (2013). Servicio de Atención al Cliente.  
Enlace:[http://es.wikipedia.org/wiki/Servicio de atenci%C3%B3n al cliente}](http://es.wikipedia.org/wiki/Servicio_de_atenci%C3%B3n_al_cliente)
14. MÓDULO “TÉCNICAS DE GUIAR”, Ing. Marco Antonio Toledo Villacís,  
Febrero del 2009.
15. Plan estratégico de desarrollo de turismo sostenible para Ecuador. “PLANDETUR  
2020

### **LINKOGRAFÍA**

- <http://es.wikipedia.org/>
- <http://www.slideshare.net/JoffreJorgeBaqueGallo/reglamento-del-turismo-mintur-2011>
- <http://www.redcreacion.org/documentos/congreso5/Recreavalle.htm>
- <http://www.redcreacion.org/documentos/simposio4vg/JGerlero.html>
- <http://www.pastaza.com/>
- <http://www.ecuadortrends.com/>
- <http://www.slideshare.net/82carolina/entorno-de-las-empresas-de-turismo-del-ecuador>

## ANEXOS

### Anexo 1. Encuesta.

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN**  
**CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA**

*ENCUESTA PARA IDENTIFICAR EL NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS  
TURISTAS QUE VISITAN EL COMPLEJO RECREACIONAL DESCANSO IWIA Y  
EL APORTE QUE ÉSTE REALIZA AL DESARROLLO TURÍSTICO DE LA  
PARROQUIA DONDE ESTÁ UBICADO, LA PARROQUIA SHELL*

**Indicaciones:** Marque con una X la opción que coincida con su opinión, por favor sea lo más sincero posible.

#### **¿Qué es la satisfacción de un cliente?**

Es un término que hace referencia a la satisfacción que tiene un cliente con respecto a un producto que ha comprado o un servicio que ha recibido, cuándo éste ha cumplido o sobrepasado sus expectativas.

#### **¿Qué es desarrollo turístico?**

Es la forma y el nivel cómo va a aumentando y mejorando el turismo como actividad económica en un determinado lugar.

#### ***Datos informativos:***

*Sexo* M  F

*Rango de edad* menos de 18  19-30  31-50  en adelante

**1. ¿Cree usted que la flora y fauna del Descanso Iwia está correctamente cuidada?**

SI  NO

**2. ¿Los senderos se encuentran en buen estado?**

SI  NO

**3. ¿Los guías tienen conocimiento de los servicios y atractivos del lugar?**

SI  NO

4. ¿Cree usted que la Brigada de Selva No. 17 Pastaza está realizando una buena labor administrativa del lugar?

SI

NO

5. ¿Considera usted que el Descanso Iwia aumenta las fuentes de trabajo en Shell?

SI

NO

6. Si respondió “NO” a la pregunta anterior siga a la pregunta 7, si respondió “SÍ”, ¿cree que esto mejora la calidad de vida de la población?

SI

NO

7. ¿Cree usted que los prestadores de servicios turísticos de Shell deben mejorar la calidad de sus servicios?

SI

NO

8. ¿Según usted, el tipo de turista que visitan más frecuentemente los atractivos turísticos de Shell son?

LOCAL

NACIONAL

EXTRANJEROS

¡Gracias por su colaboración!

**Anexo 2. Fotografías.**









